



Zásilkové služby 2017

Říjen 2017

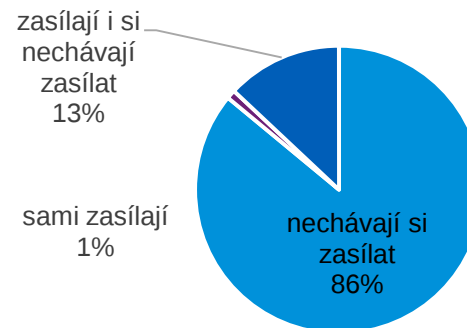
KPMG Česká republika



O průzkumu

Název a téma průzkumu:	Češi a zásilkové služby 2017
Typ průzkumu:	kvantitativní; online panel
Realizace:	KPMG Česká republika ve spolupráci s agenturou Data Collect; Sběr dat proběhl ve dnech 22.25. srpna 2017; první ročník průzkumu
Respondenti:	1 000 respondentů, kteří využívají zásilkových služeb (ať už jako odesílatelé nebo adresáti, případně obojí) Reprezentativní vzorek byl vybrán na základě pohlaví, věku, kraje, velikosti místa bydliště, příjmu a ekonomického statutu

Struktura respondentů podle zkušeností se zasíláním / doručováním



Cena za doručení je zásadním kritériem výběru zásilkové služby

Cena za doručení je kritériem při výběru doručovací služby pro téměř 4 respondenty z 5 (78 %).

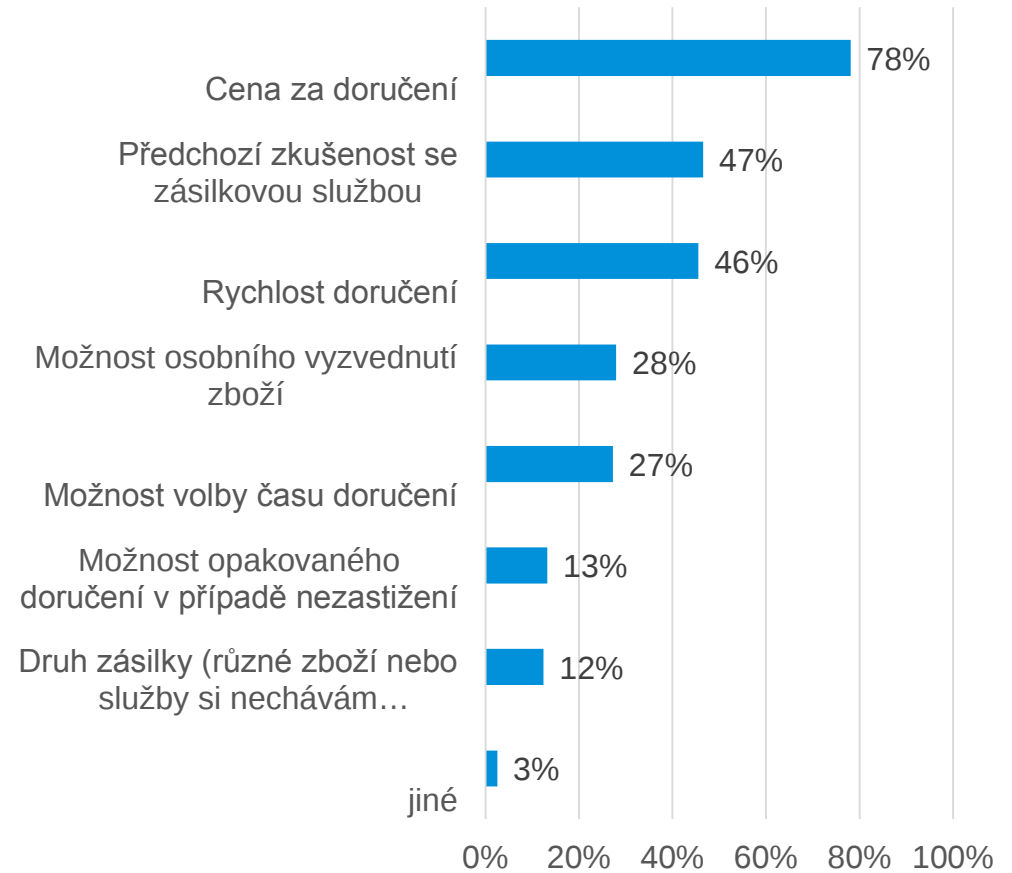
S rostoucím věkem přitom její důležitost klesá: zatímco ve věkové skupině 18 až 24 let ji považuje za důležitou téměř 9 z 10 respondentů (88 %), ve skupině 65 let a více to uvádí pouze přibližně každý druhý (54 %).

Pro nejvyšší věkovou kategorii není zásadní ani možnost volby času doručení (14 %), která je důležitá pro více než třetinu (36 %) lidí ve věku 45 až 54 let.

Lidé ve vyšší věkové kategorii pak více rozlišují zásilkové služby podle povahy zboží, které si nechávají zasílat (uvedlo 28 %, v kategorii 18 až 24 let jen 5 %).

Téměř polovina respondentů se řídí předchozí zkušeností se zásilkovou službou (47 %) a rychlostí doručení (46 %).

Co rozhoduje o výběru zásilkové služby, kterou zvolíte, když si chcete nechat zaslat zásilku (např. z internetového obchodu)?



Spontánní znalost doručovacích služeb

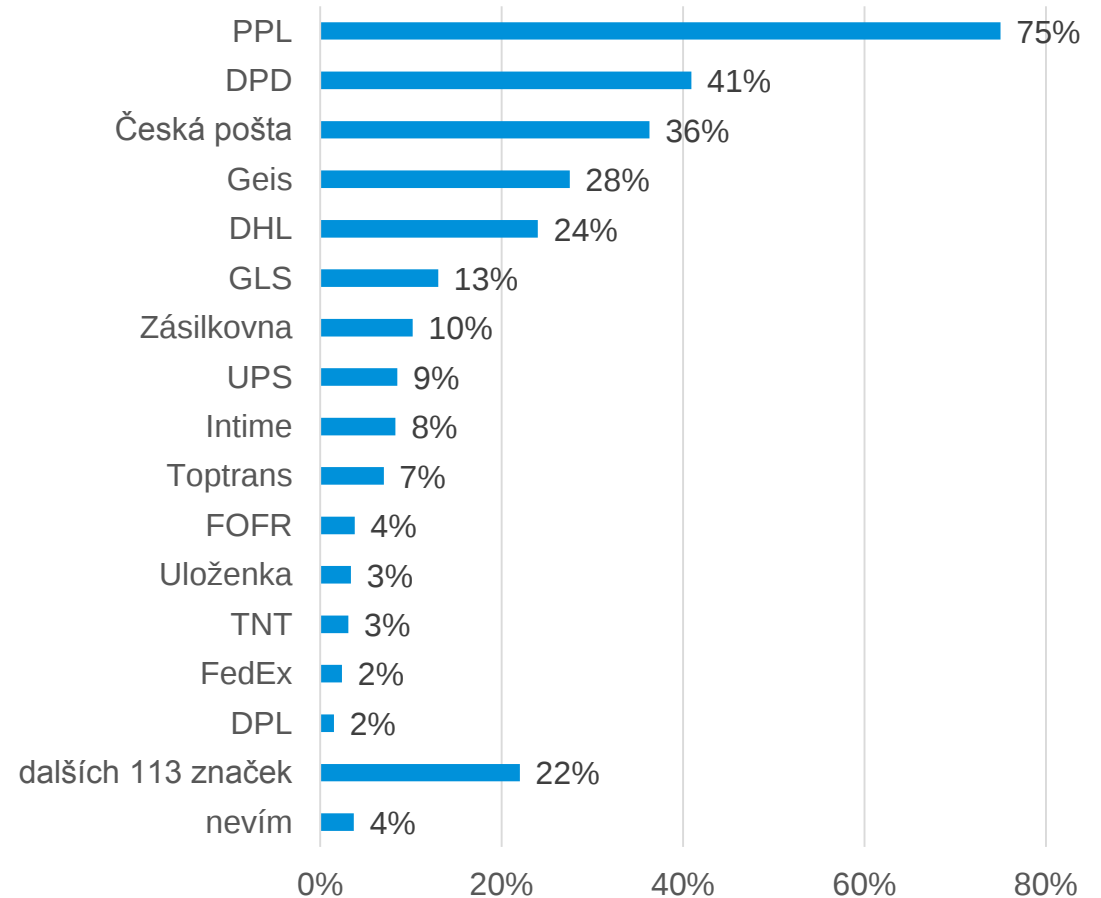
Dokonce tři čtvrtiny respondentů uvedly mezi zásilkovými službami, které znají alespoň podle jména, PPL. Na druhém místě bylo DPD se 41 %.

Až na třetím místě se s 36 % umístila Česká pošta, která tak zřejmě není primárně vnímaná jako zásilková služba (pro doručování zboží). Kolem čtvrtiny respondentů si vzpomnělo na Geis (28 %) a DHL (24 %).

Spontánní znalost PPL (58 %) a zejména DPD (16 %) je přitom výrazně nižší v kategorii 65 let a více. Na Českou poštu si pak nejčastěji vzpomněli respondenti v kategorii 18 až 24 let, kde to byl téměř každý druhý (49 %).

Mladší respondenti však obecně uváděli více služeb / značek (do 34 let to byly 3,3 služby; respondenti od 55 let zmínili v průměru 2,5). Celkově respondenti v průměru jmenovali 2,9 značky / služby.

Které zásilkové služby znáte alespoň podle názvu?



Tři čtvrtiny upřednostní doručení do ruky

Doručení do ruky soukromou přepravní společností rozhodně preferují 4 respondenti z 10. Další třetina tuto variantu spíše upřednostní.

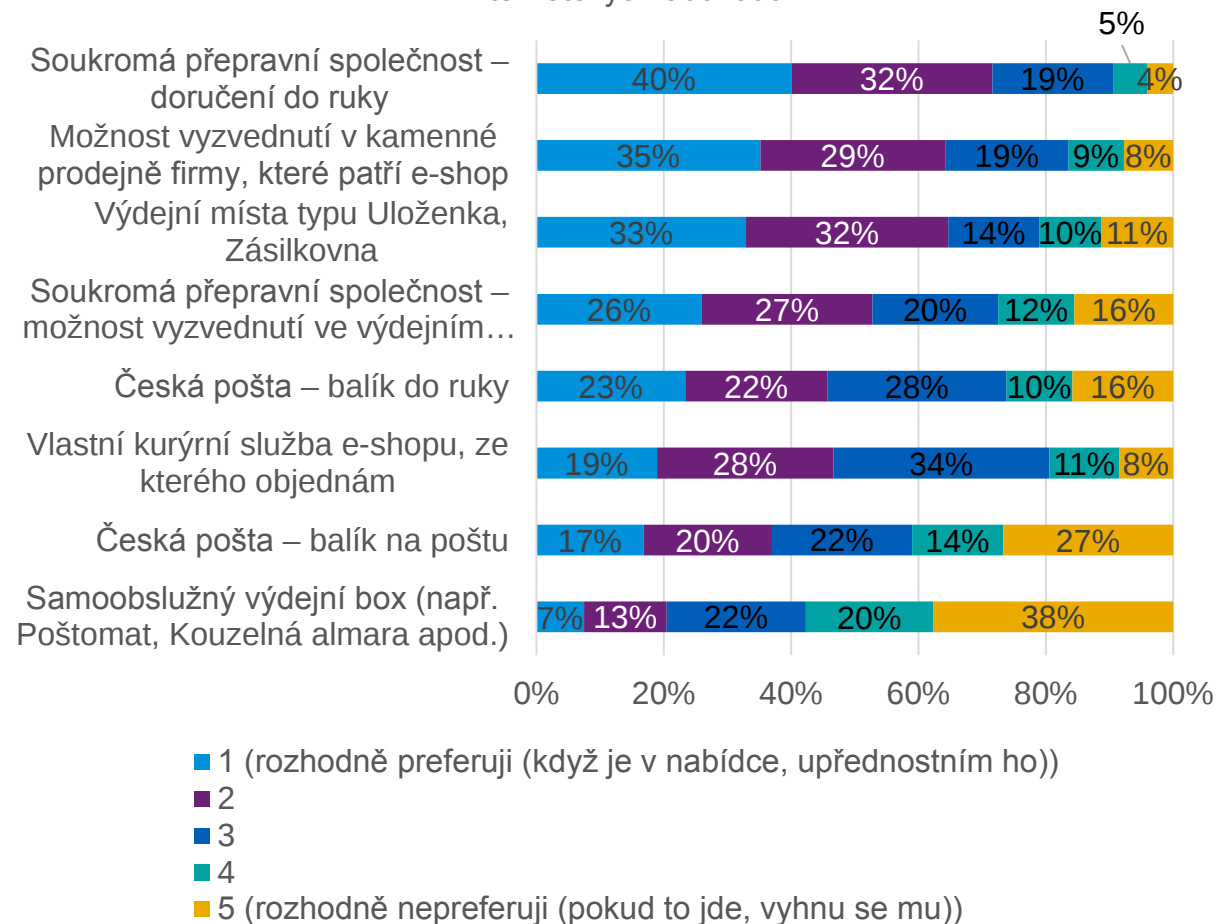
Druhou favorizovanou možností je vyzvednutí si zboží v kamenné prodejně.

V číselném vyjádření (na škále 1 až 5) je jejich průměrná preference 2,0 a 2,2.

Na třetím místě bychom upřednostnili výdejní místa typu Uloženka a Zásilkovna (třetina by ji zvolila rozhodně, třetina spíše; průměrné hodnocení bylo 2,3).

Naopak nejméně preferovanou variantou je samoobslužný výdejní box, u kterého se téměř 6 respondentů z 10 (58 %) přiklání k tomu, že je to spíše krajní varianta (průměr 3,7). Podprůměrně (3,1) hodnotili také službu Balík na poštu od České pošty, které se rádo vyvaruje 41 % respondentů.

Do jaké míry obecně preferujete následující způsoby doručení zboží z internetových obchodů?



Velkoměsto upřednostní osobní vyzvedávání

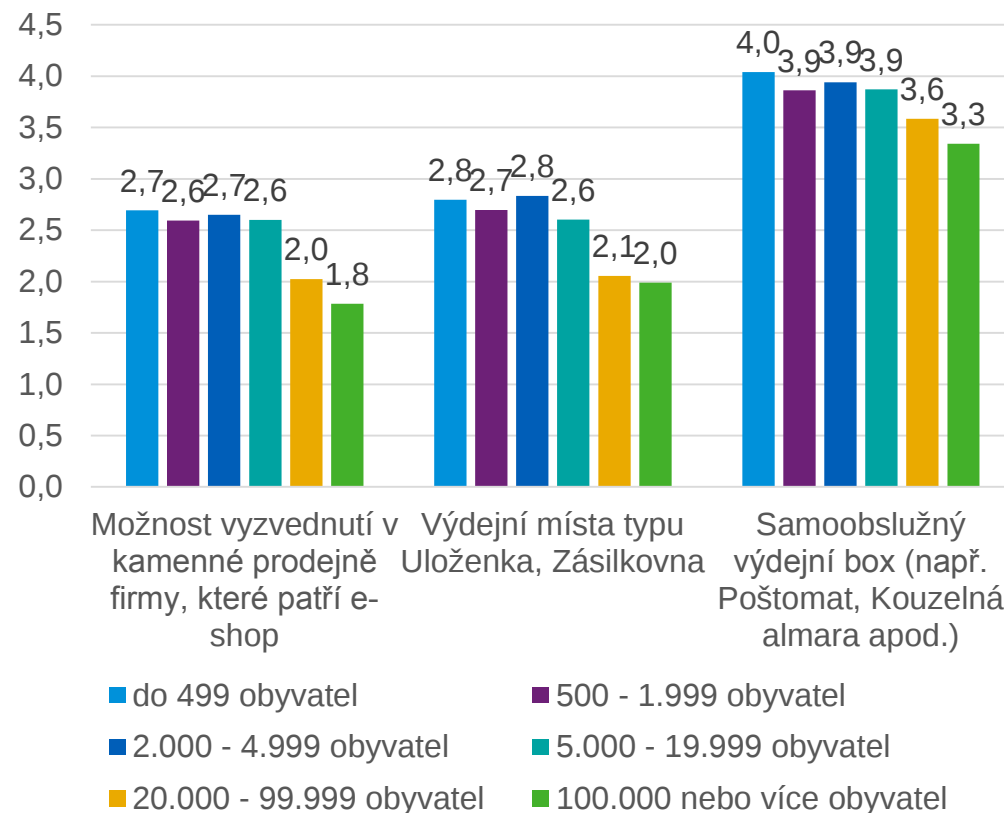
S rostoucí velikostí místa bydliště roste zájem o možnost vyzvednutí si zásilky.

Zatímco ve velkoměstech preferují nejvíce možnost vyzvednutí v kamenné prodejně firmy (1,8), na vesnicích do 499 obyvatel získala tato možnost průměrnou preferenci 2,7. Její obyvatelé nejvíce ocení doručení do ruky od soukromé přepravní společnosti (1,8).

Velký rozdíl je také u samoobslužného výdejního boxu (preference 3,3 ve velkoměstech a 4,0 v nejmenších obcích): více než polovina respondentů z malých vesnic (51 %) tuto možnost ohodnotila známkou 5, ve velkoměstech se jednalo o 28 %.

Podobné rozdíly jsou vidět také z hlediska věku. **Mladí lidé výrazně preferují možnost vyzvednutí zboží, ať už jde o kamennou prodejnu nebo výdejní místa.** A zatímco Balík do ruky od České pošty je druhou nejpreferovanější variantou pro lidi ve věku 65 let a více, pro nejmladší kategorii až šestou.

Průměrná preference zásilkových služeb pro doručení podle velikosti města (vybrané služby)



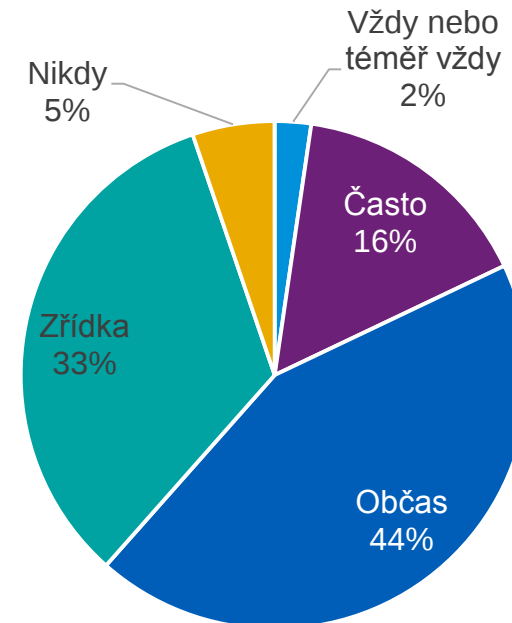
6 z 10 objednávajícím chybí alespoň občas v nabídce preferovaná forma doručení

Vždy svou preferovanou formu dopravy najde mezi nabízenými možnostmi jen každý dvacátý Čech, který si nechává zasílat zboží. V součtu 62 procentům pak chybí alespoň občas.

Žádná z konkrétních preferovaných služeb (označení preference jako 1 nebo 2) se však neukázala jako tou, která by nejčastěji chyběla: varianta „vždy“ se pohybovala mezi 2 a 5 procenty. U všech služeb převažovala odpověď "Občas" (vybralo ji mezi 40 % a 44 %).

Problém vybrat si doručovací službu přitom mají převážně lidé, kteří si nechávají něco zaslat minimálně pětkrát měsíčně, pouze v součtu 16 % z nich označilo varianty nikdy (2%) a zřídka (14 %), zatímco u ostatních respondentů s menší frekvencí online nákupů se jednalo až o 43 %.

Jak často se Vám stává, že způsob doručení, který byste zvolil/a nejraději, Vámi vybraný internetový obchod nenabízí?



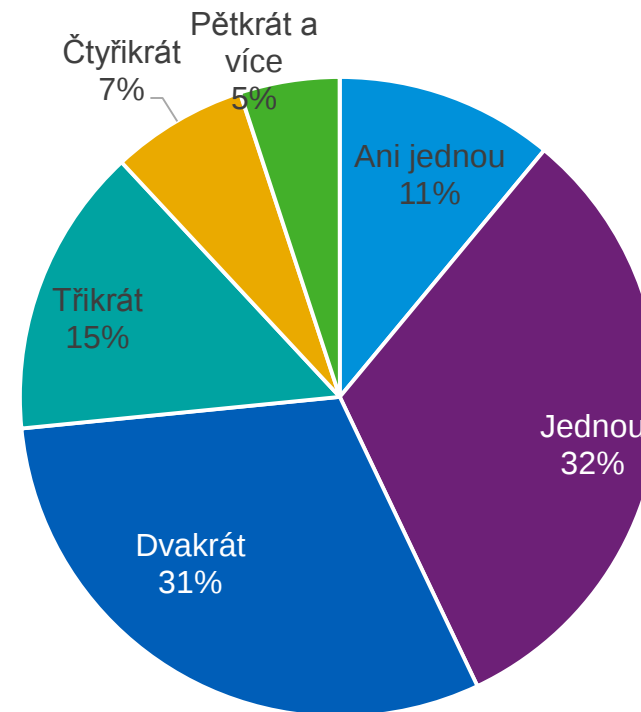
V posledním měsíci jsme si nechali zaslat 1 až 2 zásilky

V posledním měsíci si nenechal něco zaslat jen každý devátý dotázaný, který si běžně nechává balíčky zasílat. Největší část si pak nechala něco poslat jednou (32 %) nebo dvakrát (31 %). Naopak pět a více zásilek přijal za poslední měsíc pouze každý dvacátý dotázaný.

Podíl těch, kteří si nenechali zaslat zboží v posledním měsíci, je o něco vyšší v nejnižší příjmové kategorii do 6 tisíc korun (18 % vs. 9 % u nejvyšší příjmové kategorie), a naopak: mezi lidmi nad 30 tisíc čistého měsíčně si 18 % nechalo něco zaslat za poslední měsíc minimálně čtyřikrát (v nejnižší kategorii je to 8 %).

Zásilku si nechalo zaslat dokonce 96 % obyvatel vesnic do 499 obyvatel, ve velkoměstech to je 88 %.

Kolikrát za poslední měsíc jste si soukromě nechal/a zaslat zásilku (např. z internetového obchodu) nějakou zásilkovou službou?



Zboží si necháváme doručovat, odesílání není tak běžné

Zatímco zboží si nechává zasílat naprostá většina našich respondentů (99 %), že sami něco soukromě posílají, uvedlo pouze 14 %.

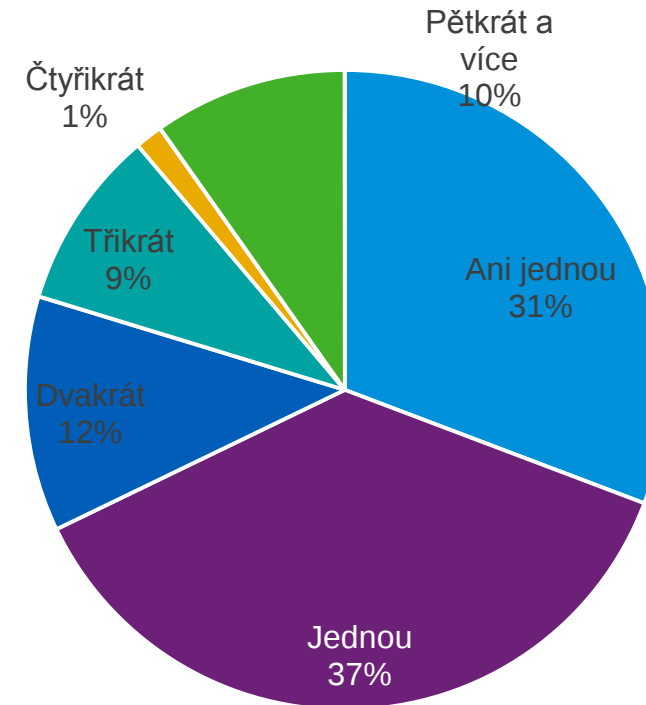
A ani frekvence není tak častá jako u těch, kteří si zboží nechali zaslat. Téměř třetina (31 %) těch, kteří zboží alespoň občas odesílají, v posledním měsíci nic neposílala, největší podíl respondentů zasílal zboží jednou (37 %).

Těch, co něco v posledním měsíci zaslali, je o něco více mezi ženami (73 % vs. 66 % mužů), mezi muži jich ale více odeslalo pět a více balíčků (14 % vs. 5 %).

Z hlediska věkové struktury se pak odlišují lidé 55 let a více, z nichž 43 % v posledním měsíci nic nezasílalo, v nižších věkových kategoriích je to pod 30 %.

Spíše pak odesílali obyvatelé velkoměst (nic neposlalo jen 18 %), v obcích do 1 999 obyvatel to bylo více než dvojnásobné množství (39 %).

Kolikrát za poslední měsíc jste soukromě využil/a pro odeslání zásilky nějakou zásilkovou službu?



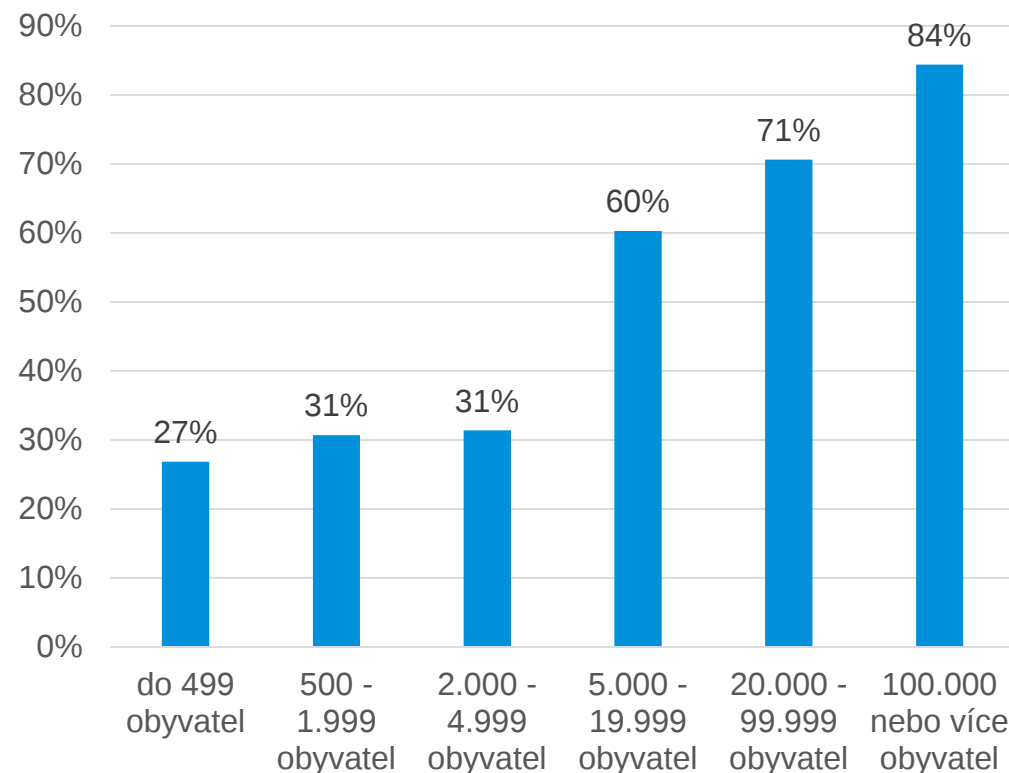
Čím větší město, tím větší šance na osobní vyzvednutí zboží

Přibližně každý pátý respondent neví, zda má kilometr od svého bydliště nebo práce výdejní nebo úložné místo pro vyzvednutí zaslaného zboží.

Z respondentů, kteří vědí, zda takové místo ve své blízkosti ne/mají, 60 procent uvedlo, že takové místo znají.

Situace se však výrazně liší podle velikosti města: zlom přitom nastává u menších měst o 5 000 až 19 999 obyvatelích, kde má takové místo 60 % obyvatel, zatímco v předchozí kategorii to v porovnání s touto uváděla přibližně polovina (31 %). **Ve městě se 100 000 a více obyvateli takové místo má kolem sebe už 84 procent obyvatel.**

Podíl respondentů, kteří mají v okruhu jednoho kilometru od práce nebo bydliště výdejní místo (bez možnosti nevím)



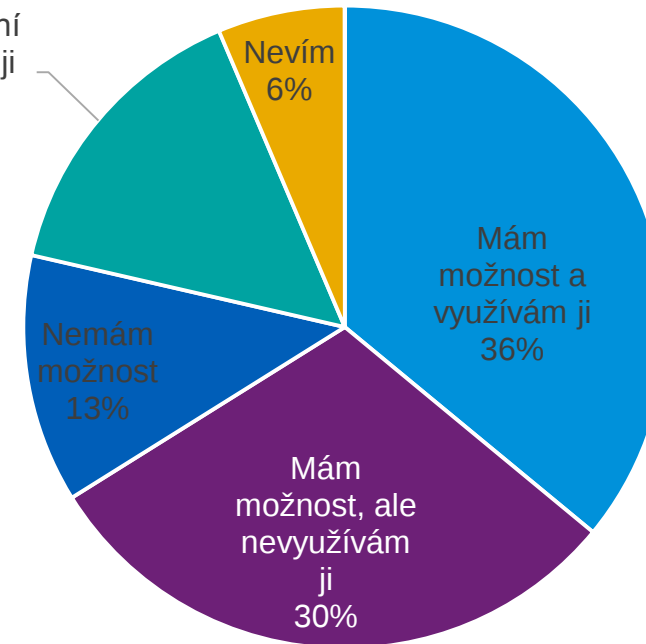
Zasílání soukromých zásilek na pracoviště není problém

Možnost zasílat si balíčky na pracoviště mají dvě třetiny Čechů (66 %), o něco větší polovina z nich (36 %) této možnosti také využívá.

Podíl lidí, kteří si mohou na pracoviště zboží zasílat, roste se stupněm vzdělání. Mezi respondenty s vysokou školou má tuto možnost 88 % a 54 % vysokoškoláků ji také využívá. Naopak mezi lidmi bez maturity jich větší část z těch, kteří tuto možnost mají, nevyužívá (46 % vs. 34 %).

Máte možnost nechat si zasílat soukromé zásilky na adresu místa, kde pracujete, případně využíváte tuto možnost?

Nemám práci / zaměstnání nebo pracuji z domu
15%



Třem ze čtyř obyvatel vesnic přebírají občas zásilky příbuzní...

Téměř pětina lidí (19 %) si svoje zásilky sama nepřebírá.

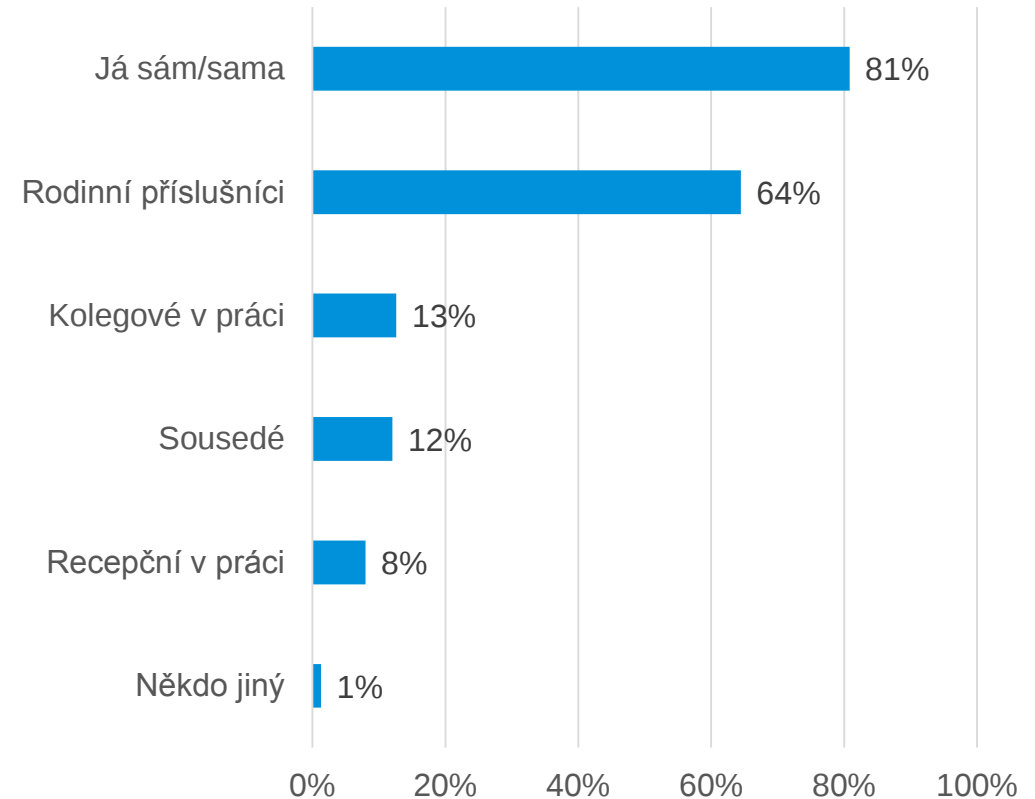
Naopak pouze 7 % respondentů si vyzvedává zásilky vždy samo. Přibližně dvěma třetinám respondentů občas takto pomůžou jejich rodinní příslušníci (64 %).

Ve starší generaci více než dvojnásobný podíl těch, za které občas zásilky přebírají sousedé (18 % vs. 8 % v nejmladší věkové kategorii).

Rodinní příslušníci hrají roli především na vesnicích: že za ně přebírají zásilky, uvedlo 74 % respondentů z vesnic do 499 obyvatel, zatímco ve velkoměstech 57 %.

Na vesnicích přebírají také více lidem zásilky sousedé (16 % vs. 8 % ve velkoměstech). Každý šestý (17 %) obyvatel města se 100 000 a více obyvateli uvedl, že za něj alespoň někdy přebírají zásilky recepční v práci.

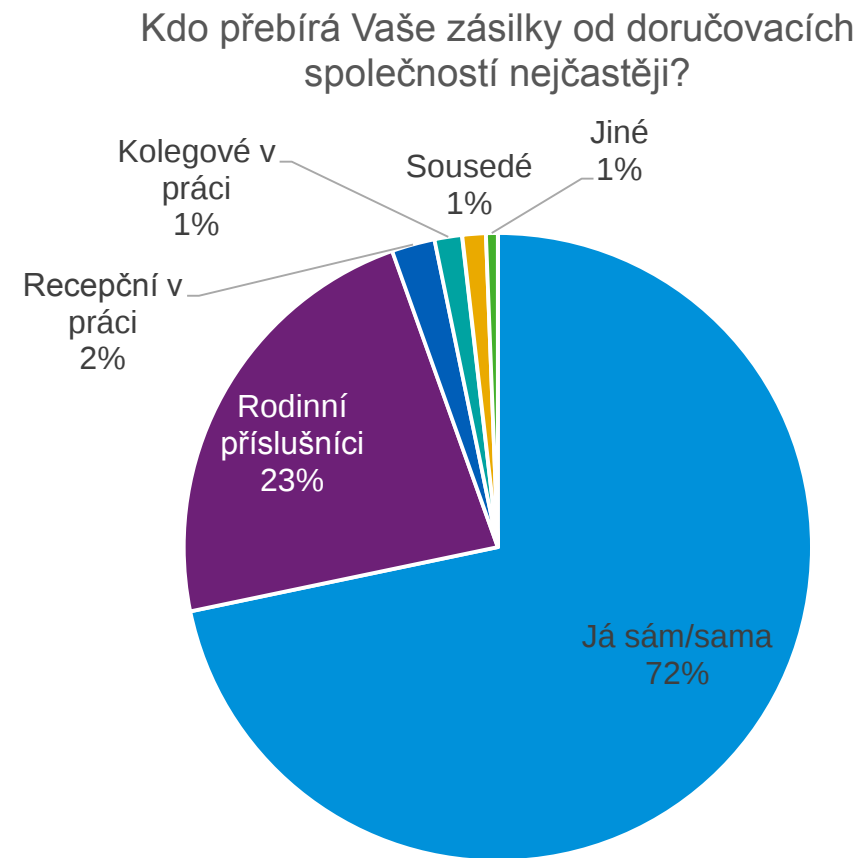
Kdo všechno alespoň někdy přebírá Vaše soukromé zásilky od doručovacích společností?



... a třetině dokonce častěji než oni sami

Nejčastěji přebíráme svoje zásilky my sami: uvedly to téměř tři čtvrtiny respondentů (72 %). Většina ostatních častěji pověří někoho z rodiny (23 %). Rozdíly se neukazují v přístupu mužů a žen ani podle věku.

Výrazněji se tak odlišují pouze obyvatelé vesnic, kde je nejvyšší podíl lidí, kteří uvedli, že za ně nejčastěji přebírají zásilky rodinní příslušníci: do 1 999 obyvatel se jedná v průměru téměř o třetinu (32 %), zatímco ve městě se 100 000 obyvateli a více to uvedlo 17 %.



Částka, za kterou by mělo být doručení je 776 korun

Největší podíl respondentů si myslí, že cena nákupu v internetovém obchodě, od které by mělo být doručení již zdarma, je 500 Kč. Uvedlo to 38 %.

Jedná se také o částku, která dělí respondenty na poloviny (tzv. medián). Zároveň je však poměrně vysoký podíl (28 %) těch, kteří se domnívají, že tato částka by měla být dvojnásobná, tedy 1 000 Kč.

Aritmetický průměr je tak vyšší než modus / medián a jedná se o částku 776 Kč.

Zajímavostí je také to, že 3 % se domnívají, že by každá zásilka měla být doručena zdarma. Každý šestý respondent (16 %) pak uvedl jinou konkrétní hodnotu nižší než 500 Kč.

Částka	Uvedlo respondentů
0 Kč	3%
200 Kč	4%
300 Kč	6%
500 Kč	38%
1 000 Kč	28%
1 500 Kč	3%
2 000 Kč	4%

Se službami typu PayPal mají zkušenost jen sotva 4 z 10 lidí

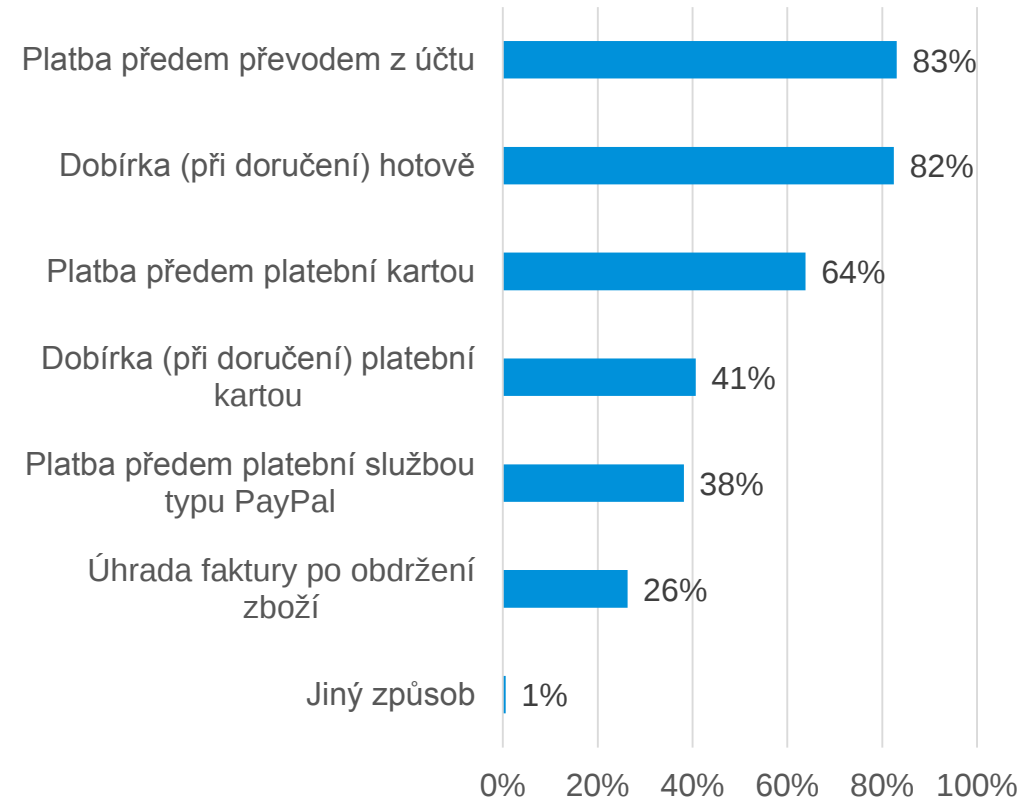
Více než 8 lidí z 10 již z platebních metod vyzkoušelo platbu předem převodem z účtu (83 %) a dobírku hotově (82 %). Téměř dvě třetiny (64 %) využily možnosti platby předem platební kartou. Naopak **nejméně vyzkoušenou formou je úhrada faktury po obdržení zboží**, se kterou má zkušenost čtvrtina Čechů (26 %).

Mezi muži jich má větší podíl zkušenost jak s platbou předem platební kartou (69 % vs. 58 % mezi ženami), tak zejména platbou předem platební službou typu PayPal (45 % vs. 31 %).

Ve zkušenosti s platebními službami typu PayPal se zejména liší obyvatelé různých velikostí obcí / měst: v obcích do 499 obyvatel je využilo 24 %, ve velkoměstech 45 %.

Lidé žijící ve městech se 100 000 a více obyvateli mají také spíše zkušenosti s platbami platební kartou předem (72 %) a platbami kartou při doručení zásilky (54 %).

Které formy platby za zboží v internetových obchodech jste už někdy využil/a?



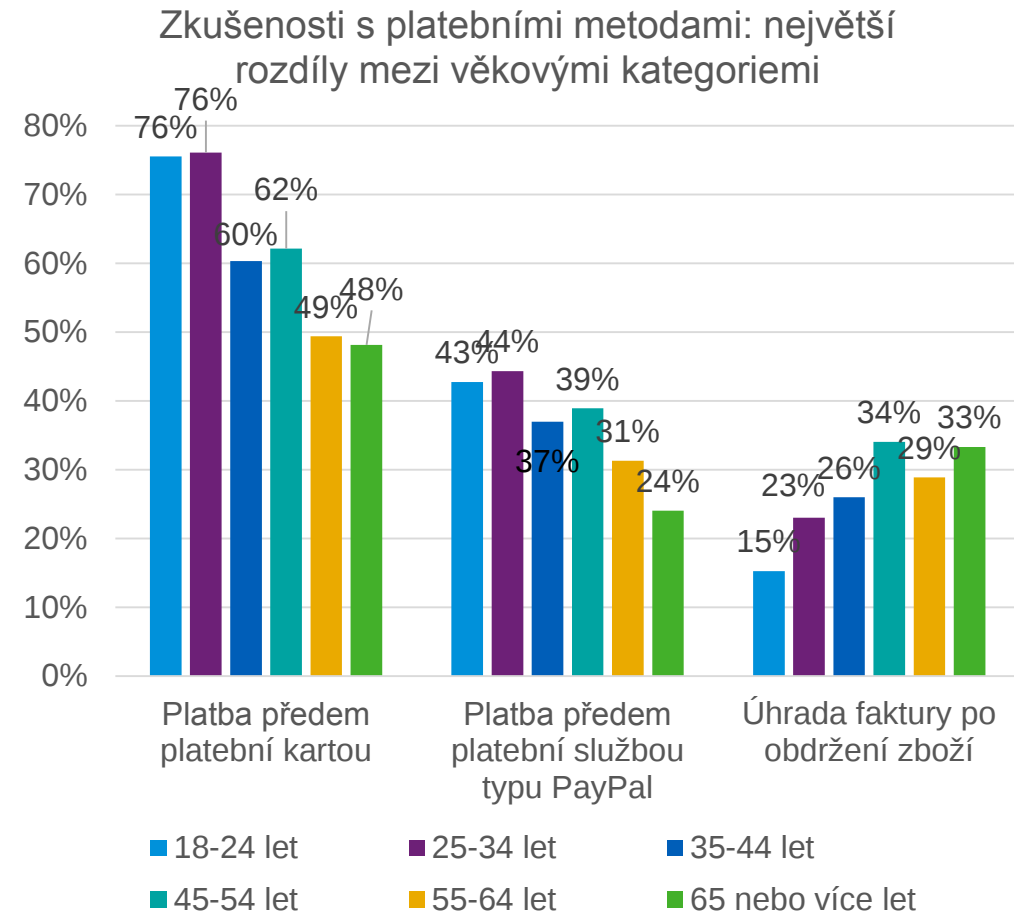
Vyzkoušené způsoby platby souvisí s věkem i vzděláním

S rostoucím věkem klesá počet forem platby, se kterými mají lidé osobní zkušenost: nejvíce jich však vyzkoušeli lidé ve věku 25 až 34 let (v průměru 3,6), ve věku 55 až 64 let je to 3,1 a v kategorii 65 let a více 3,0.

Rozdíl je zejména ve zkušenostech s platebními službami typu PayPal: tu vyzkoušelo 44 % respondentů do 34 let, zatímco ve věkové kategorii 65 let a více je to 24 %.

Platbu předem platební kartou vyzkoušely tři čtvrtiny nejmladších respondentů (76 %), mezi lidmi ve věku 65 let a více takto aspoň někdy hradil objednané zboží ani ne každý druhý (48 %).

Počet vyzkoušených způsobů plateb roste se vzděláním: lidé bez maturity již někdy využili v průměru 2,9 platebních forem, středoškolsky vzdělaní s maturitou 3,4 a vysokoškoláci 3,6.



Nejčastěji platíme předem kartou

Dva ze tří nakupujících v e-shopech (67 %) platí nejčastěji za zboží předem. Největší část z nich, třetina, kartou.

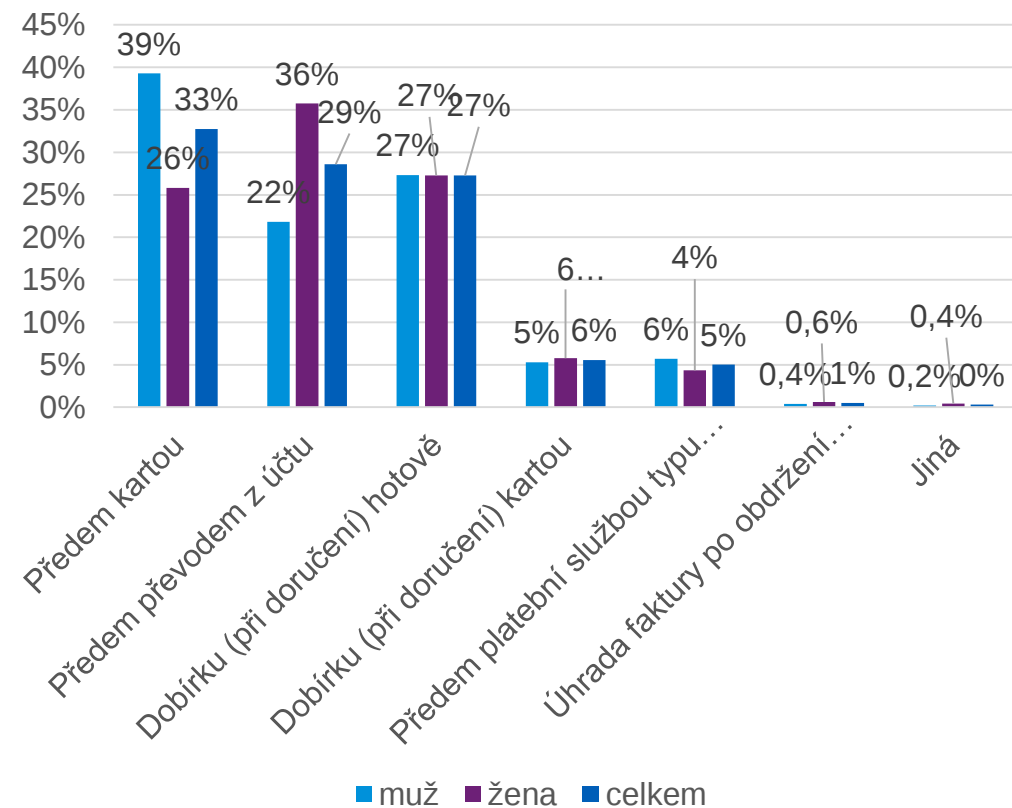
Druhou nejčastěji využívanou formou platby je platba předem převodem z účtu, ke které se přiklání 29 %. Více než čtvrtina (27 %) pak platí převážně hotově na dobírku.

Rozdíly v platebních formách mezi muži a ženami jsou zejména v tom, že muži se při platbě předem přiklání častěji ke kartě (39 % vs. ženy 26 %), ženy raději peníze převádějí z účtu (36 % vs. 22 % mezi muži).

Platbu předem kartou upřednostňují především mladší lidé: ve věku 18 až 24 let to uvedlo 41 % a v kategorii 25 až 34 let 42 % nakupujících v e-shopech.

Rozdíly se ukazují také z hlediska nejvyššího dosaženého vzdělání: vysokoškoláci preferují platbu předem kartou (uvedlo to 42 %, zatímco mezi lidmi bez maturity každý pátý a mezi středoškoláky každý třetí), naopak lidé bez maturity častěji využívají možnosti platit hotově při doručení (40 %, mezi vysokoškoláky tuto metodu upřednostní 19 %).

Kterou formu platby za zboží v internetových obchodech využíváte nejčastěji?



Se zásilkami jsme zvyklí chodit na pobočky, vede pošta

Ze služeb určených k odesílání zásilek má výraznou převahu podání na přepážkách České pošty, kterou využívá alespoň někdy 83 % odesílajících.

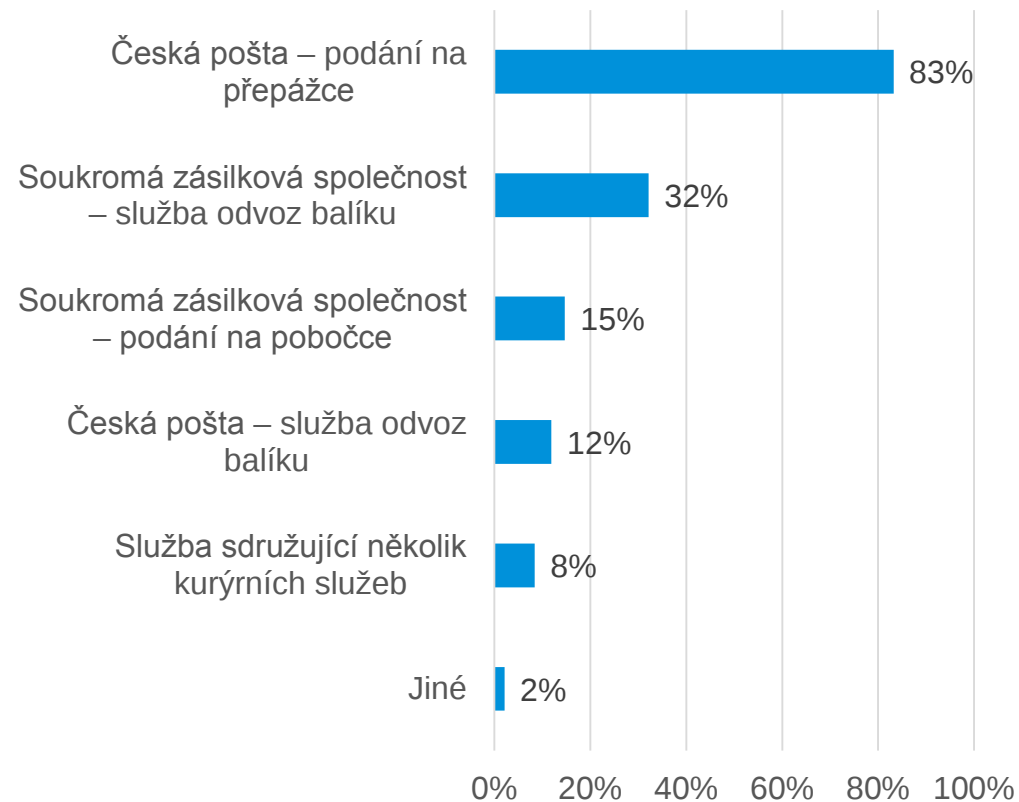
Třetina (32 %) se pak spoléhá na odvoz balíků soukromou přepravní společností.

Relativní novinku na českém trhu v podobě služby sdružující několik kurýrních služeb (například Zaslat.cz, Chytrybalik.cz apod.) využil jen každý dvanáctý respondent, který sám/a soukromě odesílá zásilky.

Podíl mužů a žen, kteří uvedli, že odesílají zásilky, se zásadně neliší: jedná se o 15 % a 12 %.

Mezi muži je však větší podíl těch, kteří využívají službu odvoz balíků soukromými společnostmi: jedná se o 44 %, zatímco mezi ženami to uvedlo jen 17 %.

Které služby využíváte, když soukromě odesíláte nějakou zásilku?



Běžné jsou pro nás mezikontinentální zásilky

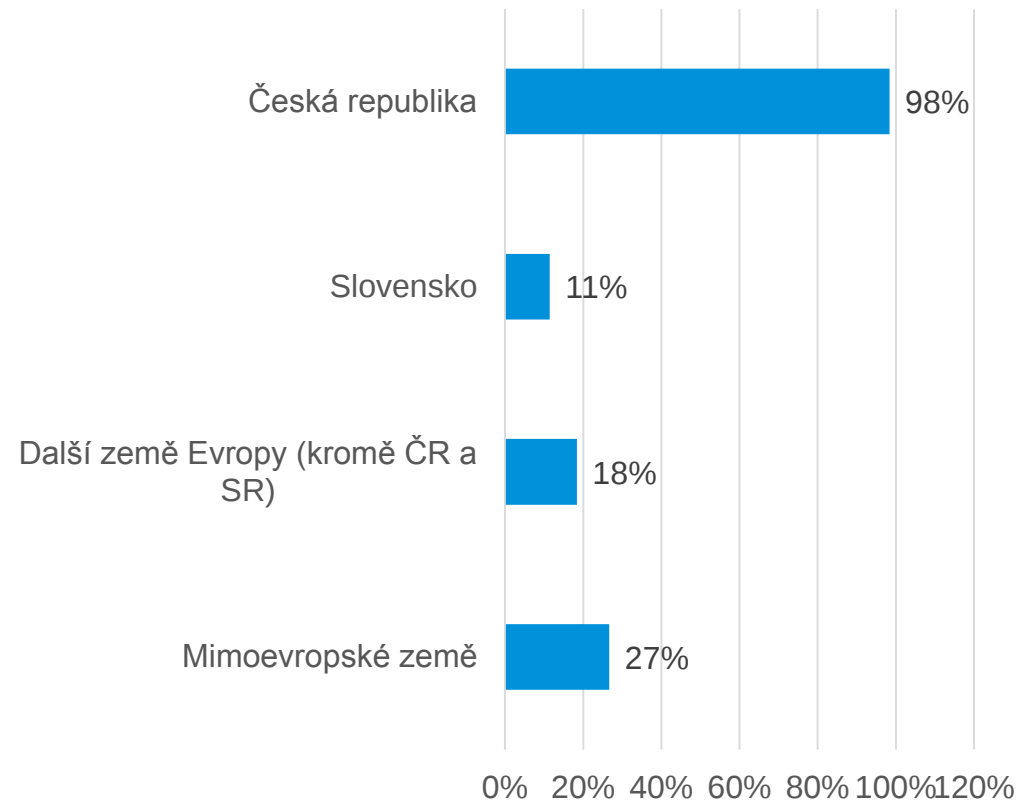
Naprostá většina z těch, co si nechávají něco zasílat (98 %), si nechává posílat zásilky z České republiky.

Na druhém místě jsou pak mimoevropské země, ze kterých si alespoň občas nechá něco poslat více než čtvrtina z nich (27 %). Naopak ze sousedního Slovenska si nechává doručovacími společnostmi něco posílat jen každý devátý.

V nejvyšší sledované příjmové kategorii (30 001 Kč čistého a více) se ukazuje, že si v ní lidé více nechávají zasílat zboží z dalších zemí Evropy (31 %) a mimoevropských zemí (42 %), ale nadprůměrně také ze Slovenska (19 %).

Lidé ve věku 55 let a více očekávají zásilky z dalších evropských zemí i těch mimoevropských méně. I u těchto věkových kategorií však větší podíl uvedl mimoevropské země než Slovensko.

Ze kterých zemí si necháváte zasílat zásilky doručovacími společnostmi?





kpmg.cz



The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2017 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

The KPMG name, logo and "cutting through complexity" are registered trademarks or trademarks of KPMG International.