



Rapport om danskernes brug af pakketjenester, juni 2015

Transportministeriet

Partner Søren Pedersen og Senior Research Consultant Charlotte Jørgensen, Wilke

Indhold

1. Baggrund og formål.....	1
1.1. Om rapporten	2
1.2. Undersøgelsens metode og gennemførelse	2
1.3. Om test af hypoteserne	2
2. Sammenfatning og konklusioner.....	4
3. Private forbrugere	6
3.1 Hypotese: Borgere i landområder er fortsat afhængige af befordringspligten (Post Danmark) for at kunne sende/modtage pakker	8
3.2 Hypoteser: Borgere i byområder oplever øgede valgmuligheder i forhold til leveringsform/pakkedistributør, som borgere i landdistrikter ikke tilbydes	17
3.3 Hypotese: De afgørende faktorer, når borgere vælger pakkedistributører/ leveringsform, er pris og fleksibilitet (convenience).....	18
3.4 Hypotese: Borgere lægger vægt på indsamling og omdeling af pakker på alle hverdage	22
4. Private virksomheder	23
4.1: Hypotese: Virksomheder i landområder er fortsat afhængige af befordringspligten (Post Danmark) for at kunne sende/modtage pakker.....	25
4.2 Hypotese: Virksomheder i byområder oplever stigende konkurrence mellem pakkedistributørerne	31
4.3: Hypotese: De afgørende faktorer, når virksomheder vælger pakkedistributører/leveringsform, er pris og fleksibilitet (convenience)	32
4.4 Hypotese: Virksomheder lægger vægt på indsamling og omdeling af pakker på alle hverdage	35
5. Offentlige institutioner	36
5.1: Hypotese: Offentlige institutioner i landområder er fortsat afhængige af befordringspligten (Post Danmark) for at kunne sende/modtage pakker	38
5.2 Hypotese: Institutioner i byområder oplever stigende konkurrence mellem pakkedistributørerne	43
5.3: Hypotese: De afgørende faktorer, når institutioner vælger pakkedistributører/leveringsform, er pris og fleksibilitet (convenience).....	44
5.4 Hypotese: Institutioner lægger vægt på indsamling og omdeling af pakker på alle hverdage	46
6. Om konkurrencen på tværs af markeder	47
6.1 Hypotese: Der er størst konkurrence på B-B segmentet, knap så meget (men stigende) konkurrence på B-C/C-B segmentet og mindst konkurrence på C-C segmentet.....	47
7. Om metode og gennemførelse	48
7.1 Kvalitativ forundersøgelse.....	48
7.2 Kvantitativ undersøgelse	48
7.2.1 Private forbrugere	49
7.2.2: Private virksomheder	51
7.2.3: Offentlige institutioner	52
7.2.4: Om Maximum Difference Scaling.....	53
7.2.5: Om væsentlighed – statistisk signifikans	56

1. Baggrund og formål

Som en del af Transportministeriets Postanalyse har ministeriet bedt Wilke udarbejde en undersøgelse om danskernes brug af pakketjenester. "Danskerne" skal i denne sammenhæng forstås meget bredt, for det omfatter både private forbrugere, private virksomheder og offentlige institutioner.

Undersøgelsen er gennemført for at afdække følgende overordnede temaer:

- Hvor ofte sendes/modtages pakker?
- Hvordan sendes/modtages pakker (til døren, afhentning, pakkeboks, posthus, supermarked m.m.)?
- I hvilke situationer sendes/modtages pakker? Eller hvad sendes som pakke af henholdsvis private og af virksomheder?
- Hvordan er udbuddet af distributører, når der sendes/modtages pakker?
- Hvad er afgørende for valg af distributør?
- Hvem vælger virksomheder/borgere, når de vælger distributør?
- Hvad er afgørende for, hvordan pakker sendes/modtages (pris, tilgængelighed, service etc.)?

Med udgangspunkt i disse temaer har ministeriet bedt Wilke gennemføre undersøgelsen med det formål at be- eller afkræfte følgende 7 centrale hypoteser om danskernes brug af og behov for pakketjenester:

1. Borgere og mindre virksomheder i landområder er fortsat afhængige af befordringspligten (Post Danmark) for at kunne sende/modtage pakker
2. Virksomheder i byområder oplever stigende konkurrence mellem pakkedistributørerne
3. Borgere i byområder oplever øgede valgmuligheder i forhold til leveringsform/pakkedistributør
4. Borgere og virksomheder i landdistrikter tilbydes ikke disse valgmuligheder
5. De afgørende faktorer, når borgere og virksomheder vælger pakkedistributører/leveringsform, er pris og fleksibilitet (convenience)
6. Der er størst konkurrence på B-B segmentet, knap så meget (men stigende) konkurrence på B-C/C-B segmentet og mindst konkurrence på C-C segmentet
7. Borgere/virksomheder lægger vægt på, at der er indsamling og omdeling af pakker på alle hverdage (mandag til fredag)

1.1. Om rapporten

Rapportens indhold og struktur fokuserer på de 3 segmenter – private forbrugere, private virksomheder og offentlige institutioner. For hvert segment vil rapporten indledningsvis give en kort beskrivelse af segmentets brug af pakketjenester for herefter at inddrage de relevante hypoteser og bringe argumenter for og imod, førend der træffes konklusion om, hvorvidt den enkelte hypotese kan bekræftes eller ej.

Rapporten er således ikke altomfattende i forhold til det samlede datamateriale – adskillige spørgsmål og variabler er således ikke rapporteret, hvis de ikke er skønnet relevante for be- eller afkræftelse af hypoteserne.

For særligt interesserede vil der være mulighed for at søge yderligere information i datamaterialet bag rapporten. I så tilfælde skal henvendelse rettes til Transportministeriet v/Carsten Marckstrøm Olesen, som herefter vil formidle eventuelle yderligere detailanalyser i samarbejde med Wilke.

1.2. Undersøgelsens metode og gennemførelse

Undersøgelsen er gennemført med brug af både kvalitative og kvantitative metoder.

Som et forstudie er gennemført en kvalitativ undersøgelse omfattende:

- 2 gruppesamtaler med private forbrugere
- 8 individuelle dybdeinterviews med pakkeansvarlige i private virksomheder
- 9 individuelle dybdeinterviews med pakkeansvarlige i offentlige institutioner (statslige, regionale og kommunale institutioner)

Efterfølgende er gennemført en kvantitativ og nationalt repræsentativ undersøgelse omfattende:

- 2.323 private forbrugere
- 506 private virksomheder
- 212 offentlige institutioner

I kapitel 6 i rapporten er nærmere redegjort for de enkelte dele af undersøgelsen, deres metode, gennemførelse, materialets sammensætning m.v.

I rapporten vil udvalgte og karakteristiske citater og observationer fra det kvalitative forstudie indgå som perspektivering og uddybning af de kvantitative/deskriptive resultater.

1.3. Om test af hypoteserne

Transportministeriets enkelte hypoteser kan ikke testes med måling af ét enkelt tal eller ét fænomen. Tværtimod er der tale om, at hypoteserne hver især må testes gennem sammenligning af besvarelserne på flere forskellige spørgsmål (triangulering) og gennem afvejning og diskussion konkludere, om en hypotese kan bekræftes eller ej.

I teksten er der anført om forskelle mellem fx by og land skyldes tilfældigheder eller ej. I den udstrækning en forskel mellem segmenter ikke er tilfældig, er det beskrevet som en væsentlig forskel. I kapitel 6 er der i et særskilt afsnit redegjort for krav til denne væsentlighed – dvs. statistisk signifikans.

2. Sammenfatning og konklusioner

I det efterfølgende er for hver hypotese redegjort for konklusionerne for hvert af de tre segmenter – private forbrugere, virksomheder og offentlige institutioner. Konklusionerne er ledsaget af en kort argumentation, mens der for den mere detaljerede redegørelse henvises til rapportens kapitler 3-6.

Ved læsning af konklusionerne skal man være bevidst om, at disse konklusioner er truffet ud fra et brugerperspektiv, baseret på en markedsanalyse blandt brugere. Analyser foretaget fra andre perspektiver som fx cost-benefit o.lign. kan føre til andre konklusioner.

Sammenfattende gælder, at ud af de 11 delhypoteser (7 overordnede hypoteser, hvoraf de 4 omhandler 2 segmenter) er de 4 bekræftet, mens der ikke i undersøgelsens data er belæg for de 7 resterende.

1. Borgere og mindre virksomheder i landområder er fortsat afhængige af befordringspligten (Post Danmark) for at kunne sende/modtage pakker

Hypotesen kan **ikke bekræftes**, hverken blandt private forbrugere, virksomheder eller offentlige institutioner. Hverken mht. oplevet besvær med at modtage eller sende pakker, antal operatører i eget område eller præferencer for distributører er der væsentlige forskelle mellem land og by i nogen af de tre segmenter.

2. Virksomheder i byområder oplever stigende konkurrence mellem pakkedistributørerne

Hypotesen kan **bekræftes**, virksomheder i byområder oplever stigende konkurrence mellem pakkedistributører, mens virksomheder i landområder ikke i samme omfang har oplevet denne stigning.

3. Borgere i byområder oplever øgede valgmuligheder i forhold til leveringsform/pakkedistributør

Hypotesen kan **ikke bekræftes**, borgere i byområder og borgere i landområder oplever ingen nævneværdige forskelle i de valgmuligheder, de har mht. leveranceformer og distributører.

4. Borgere og virksomheder i landdistrikter tilbydes ikke disse valgmuligheder

Hvad angår borgere, er hypotesen afkræftet, jvf. om hypotese 3 ovenfor. Det samme gælder for offentlige institutioner – hypotesen kan **ikke bekræftes**. Hvad angår virksomheder, kan hypotesen **bekræftes**.

5. De afgørende faktorer, når borgere og virksomheder vælger pakkedistributører/leveringsform, er pris og fleksibilitet (convenience)

For borgerne kan hypotesen **kun delvis bekræftes**, bekvemmelighed er blandt de vigtigste faktorer, pris er ikke.

For virksomheder og offentlige institutioner kan hypotesen **ikke bekræftes** – hverken pris eller convenience er blandt de vigtigste beslutningsfaktorer.

6. Der er størst konkurrence på B-B segmentet, knap så meget (men stigende) konkurrence på B-C/C-B segmentet og mindst konkurrence på C-C segmentet

Hypotesen kan **bekræftes**. Alle indikatorer for konkurrence om at sende pakker for segmenterne bekræfter, at konkurrence er størst på B-B segmentet og lavere på C-B og C-C segmentet.

7. Borgere/virksomheder lægger vægt på, at der er indsamling og omdeling af pakker på alle hverdage (mandag til fredag)

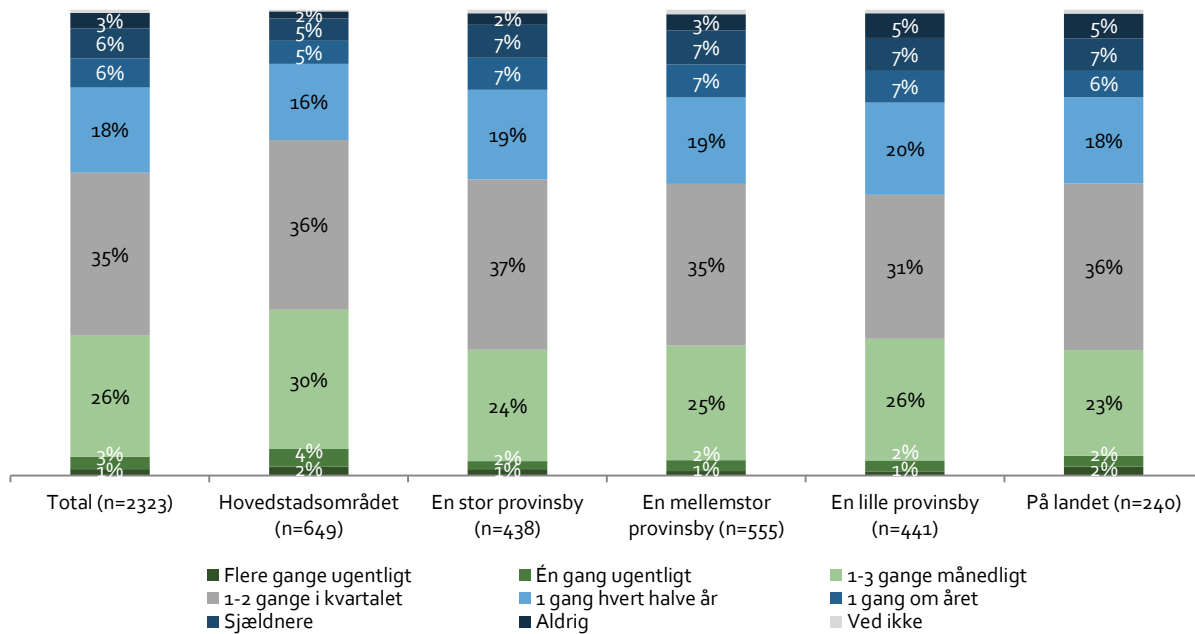
For private borgere kan hypotesen **ikke bekræftes**. Valgkriteriet er ikke blandt de 4 vigtigste faktorer for borgerne.

For virksomheder og offentlige institutioner kan hypotesen **bekræftes**. Valgkriteriet er blandt de vigtigste valgkriterier for virksomheder og offentlige institutioner.

3. Private forbrugere

Modtagelse af pakker er et hverdagsfænomen. 30% af danskerne får pakkepost mindst én gang om måneden, og 2 ud af 3 danskere (65%) får pakkepost mindst én gang i kvartalet, jfr. figur 1.

Figur 1: Hyppighed, modtagelse af pakker (base: alle forbrugere, n= 2.323 interviews)



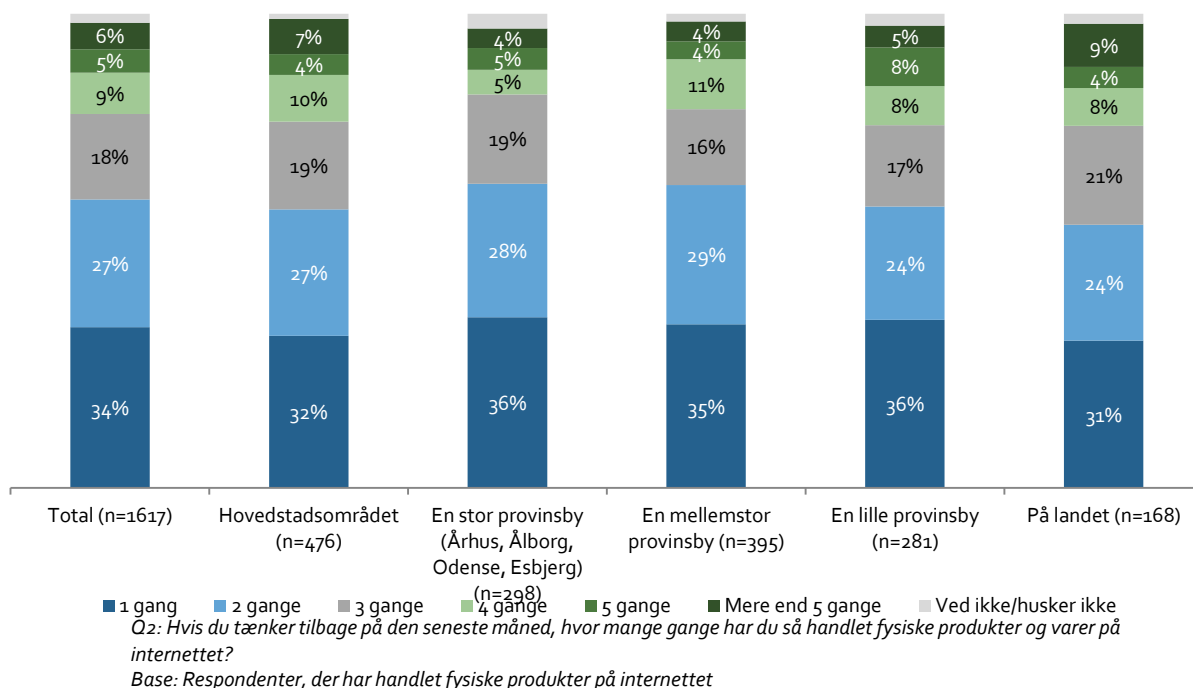
Q1: Hvor ofte modtager du normalt pakker, sendt til dig som privatperson?

På tværs af urbanisering synes fænomenet lige udbredt. Kun Hovedstadsområdet skiller sig ud med en væsentligt højere frekvens for pakkemodtagelse.

Pakkerne stammer for en stor dels vedkommende fra handel på internettet. 90% af de, der har handlet på nettet den seneste måned, svarer, at den seneste pakke, de har modtaget, var en vare, der var købt på nettet.

Og handel på internettet er udbredt blandt danskerne. 70% af danskerne har handlet fysiske varer på internettet inden for den seneste måned. Og blandt disse har 6 ud af 10 (61%) handlet 1-2 gange, og 4 ud af 10 (38%) har handlet mere end 2 gange, som vist i den efterfølgende figur 2.

Figur 2: Hyppighed, køb af fysiske produkter og varer på internettet (base: forbrugere, der har handlet fysiske produkter på internettet, n= 1.617 interviews)

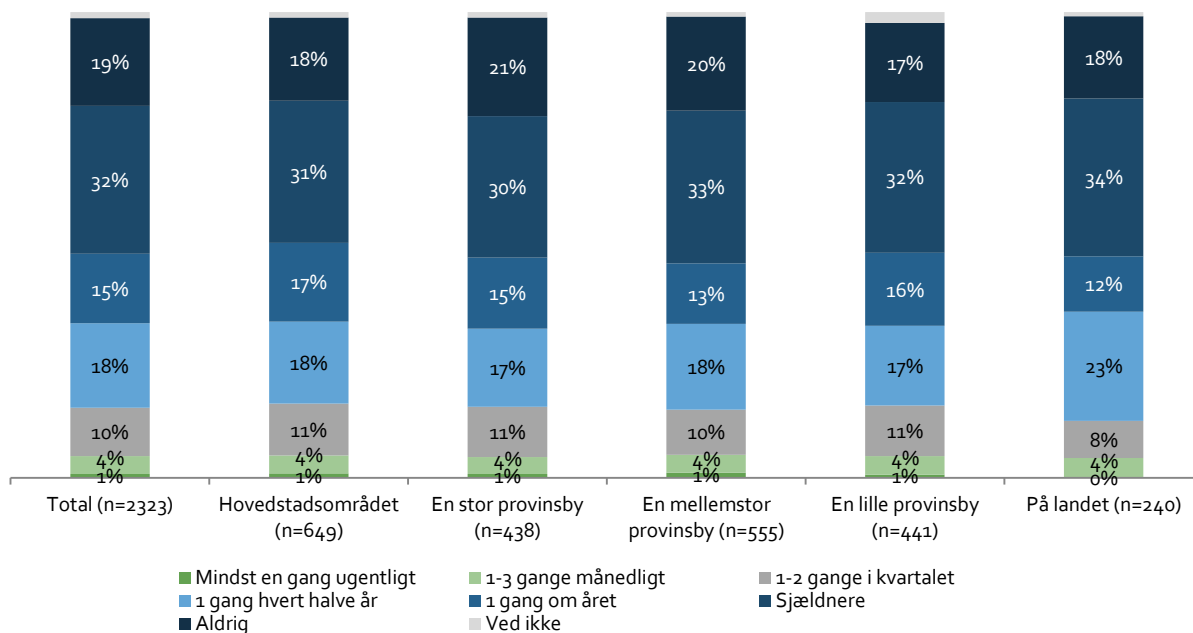


Handel på internettet synes også at være lige udbredt på tværs af landet. Uanset om man bor i Hovedstadsområdet, en provinsby eller i et landområde, handler man nogenlunde lige hyppigt og har altså derfor også samme behov for levering af pakker.

Disse tal stemmer strukturelt godt overens med andre opgørelser af nethandel. I FDIH's årsrapport for 2014¹ har 50% handlet 1-2 gange og 50% mere end 2 gange. Forskellene skal bl.a. ses i lyset af opgørelsetidspunkt (i Transportministeriets undersøgelse "seneste måned", i FDIH's årsrapport er der tale om et gennemsnit på tværs af 12 måneder) og spørgsmålsformulering (i Transportministeriets undersøgelse spørges kun til køb af fysiske produkter, i FDIH's e-handelsanalyse spørges til samtlige køb, også køb af fx abonnementer, rejser m.v.). Særligt det sidste – hvilke køb man spørger om – forklarer, hvorfor det gennemsnitlige antal køb er højere i FDIH's e-handelsanalyse.

¹ Tallene er velvilligt stillet til rådighed af FDIH (Foreningen for Dansk Internet Handel). Årsrapporten for e-handelsanalysen 2014 er baseret på 14.844 interviews med danskere, som har handlet på internettet i 2014. Dataindsamlingen er foretaget løbende hen over året 2014, og tallene er således udtryk for et gennemsnit for året 2014.

Figur 3: Hyppighed, afsendelse af pakker (base: alle forbrugere, base = 2.323 interviews)



Q5: Hvor ofte sender du selv pakker, som privatperson?

Danskerne afsender af private pakker ligger på et væsentligt lavere niveau end deres modtagelse af pakker. Kun 5% sender pakker hver måned (30% modtager pakker) og 15% sender pakker mindst én gang i kvartalet (65% modtager pakker).

Afsendelse af pakker foregår med samme hyppighed på tværs af landet, dvs. behovet for at sende pakker er uafhængigt af, hvor i landet man bor. Det man sender er typisk enten pakker til familie, venner, kollegaer, bekendte (for senest sendte pakke 59%), eller det er varer købt på internettet, som returneres (23% af de senest sendte pakker).

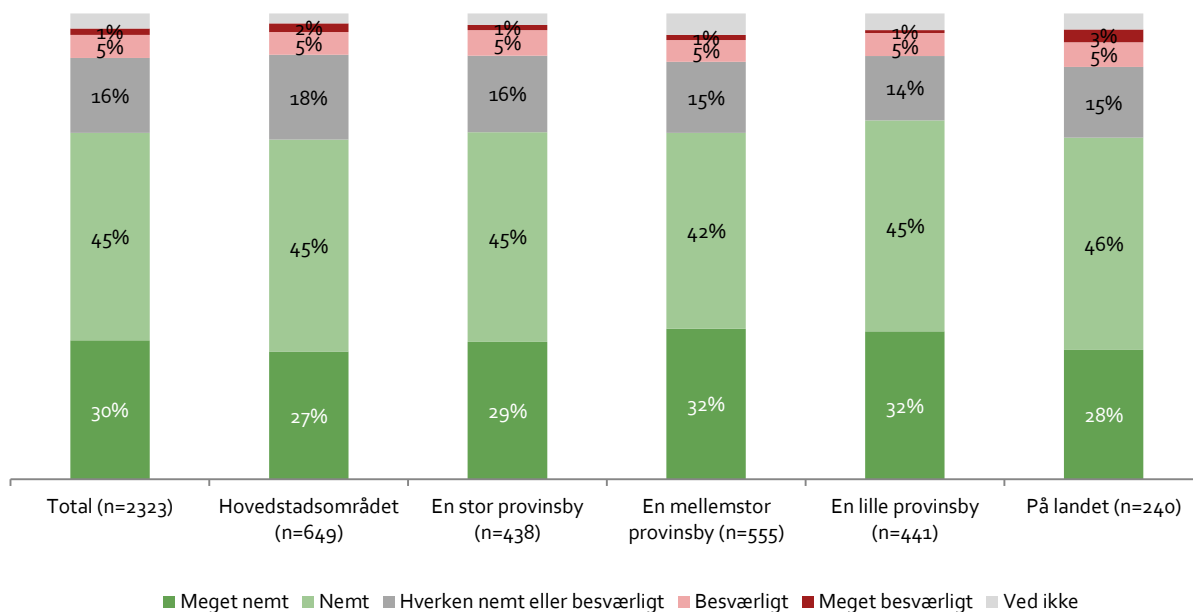
Sammenfattende om danskerne og deres brug af pakketjenester gælder altså, at brugen er udbredt, særligt modtagelse af pakker som primært drives af den omfattende handel på internettet. Der er ikke markante forskelle i denne brug på tværs af landet, dog med den undtagelse, at frekvensen for modtagelse af pakker er væsentligt højere i Hovedstadsområdet.

3.1 Hypotese: Borgere i landområder er fortsat afhængige af beforderingspligten (Post Danmark) for at kunne sende/modtage pakker

Danskerne synes generelt **ikke** det er besværligt at modtage pakker, der hvor de bor. Kun 6% af danskerne synes, det er besværligt eller meget besværligt.

En hypotese om, at beboere i landområder skulle opleve det mere besværligt at modtage pakker end fx beboere i tæt bebyggede områder som Hovedstadsområdet, holder ikke stik. 7% af Hovedstadsområdets indbyggere synes det er besværligt/meget besværligt at modtage pakke og den tilsvarende andel i landområder er 8% jfr. figur 4 herefter. Denne forskel er **ikke** væsentlig.

Figur 4: Oplevet besvær ved modtagelse af pakker (base: alle forbrugere, n= 2.323 interviews)

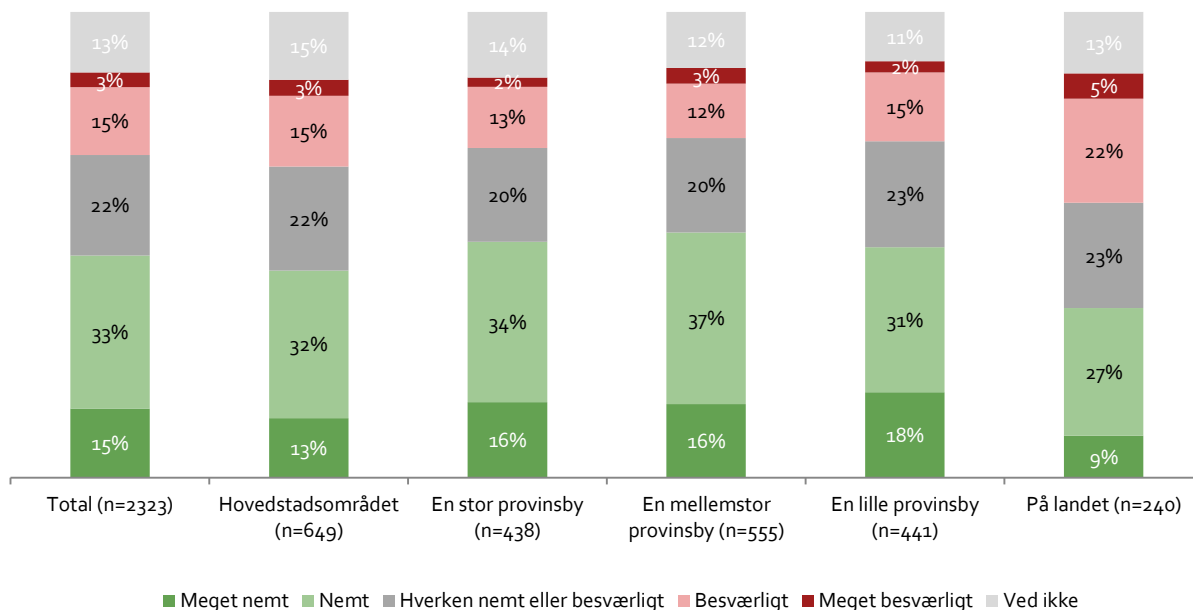


Q20: Hvor nemt eller besværligt synes du det er at modtage pakker, i det område hvor du bor?

De meget få danskere (kun 148 interviews), som synes det er besværligt at modtage pakker, begrundes primært dette med, at der er for langt til nærmeste afhentningssted (51%), og at man ikke kan få leveret på adressen (32%). Med forbehold for få interviews i nedbrydningerne på urbanisering synes det – som en indikation – også at være tilfældet, at:

- Problemet med lang afstand til afhentningssted er mere udbredt på landet end i hovedstaden. Men også i hovedstaden nævner 51% dette som begrundelse.
- Problemet med ikke at kunne få leveret på adressen synes at være mere udbredt i større provinsbyer, hvor 42% nævner dette som begrundelse.

Figur 5: Oplevet besvær ved at sende pakker (base: alle forbrugere, n= 2.323 interviews)



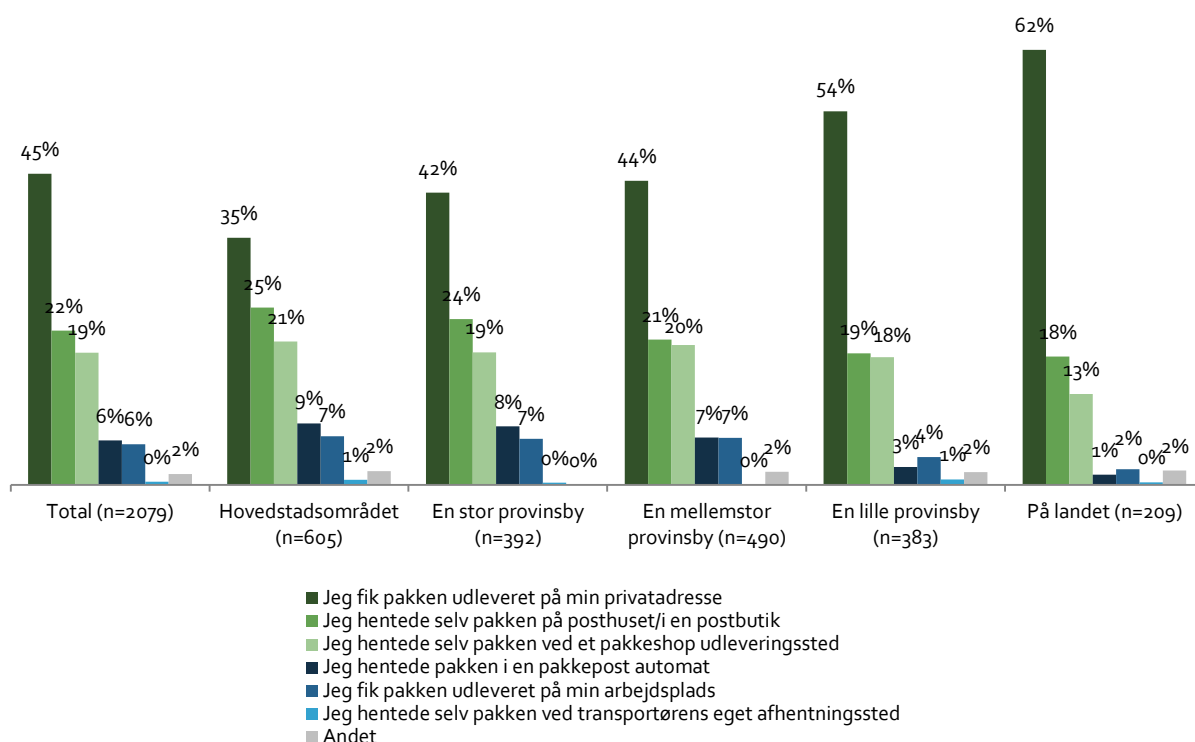
Q22: Hvor nemt eller besværligt synes du det er at sende pakker, i det område hvor du bor?

Det opleves hyppigere som besværligt at sende pakker. 15-18% af beboerne i byområder synes det er besværligt eller meget besværligt at sende pakker, men i landområder vokser denne andel til 27%. Forskellen er væsentlig.

En observation fra det kvalitative forstudie viser dog også, at der uden for byerne er en vis accept af dette besvær. Hvis man har valgt at bo uden for byen, så er man generelt også indstillet på, at der er nogle praktiske ting, der er lidt mere besværlige, end hvis man bor i byen. Selvom man synes, det er lidt besværligt, forventer man ikke nødvendigvis, at det skal være nemt.

Som for modtagelse af pakker gælder, at den primære begrundelse for at opleve det besværligt at sende pakker er afstanden til nærmeste indleveringssted. 59% nævner dette som begrundelse, men paradoksalt nok højest i store provinsbyer (78%).

Figur 6: Udleveringsform, senest modtagne pakke (base: forbrugere, der modtager pakker mindst én gang årligt, n= 2.079 interviews)

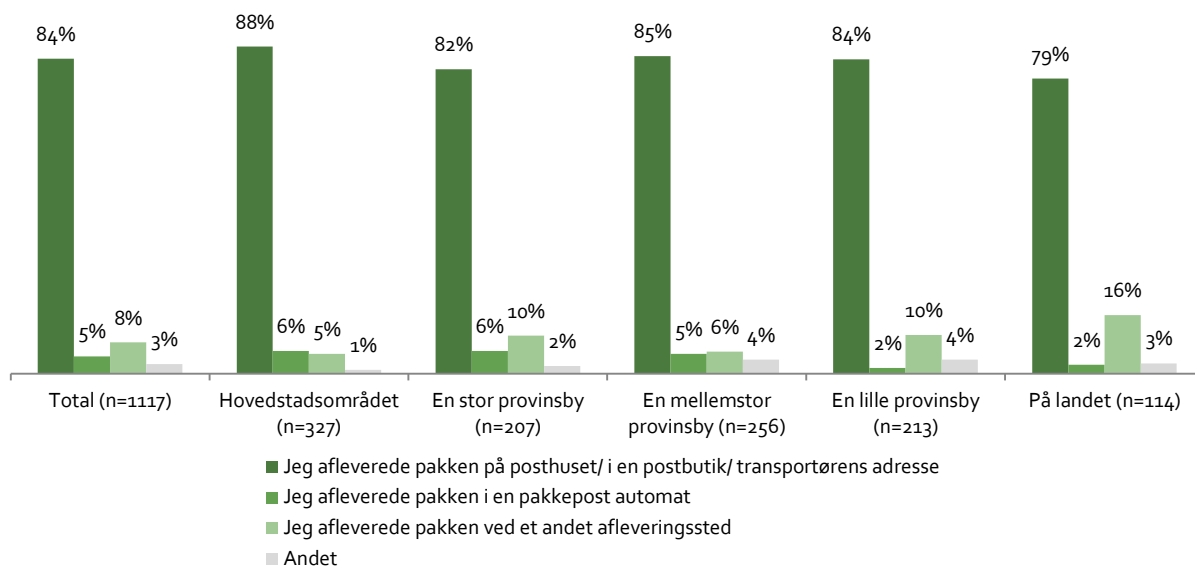


Q3: Hvis du tænker på den seneste pakke du har modtaget, hvordan fik du den så udleveret?

På landet afleveres pakker oftest på adressen, men hyppigheden af denne modtagelsesform falder jo tættere på hovedstaden, man kommer. Omvendt er egen afhentning i postbutikker og udleveringssteder sammen med afhentning i pakkepostautomater hyppigere i hovedstaden og falder jo mere ud på landet, man kommer.

Landboere har i samme udstrækning som byboere adgang til indleveringssteder, når de skal sende pakker, jfr. figur 7 herefter.

Figur 7: Indleveringsform, senest sendte pakke (base: forbrugere, der sender pakker mindst én gang årligt, n= 1.117 interviews)



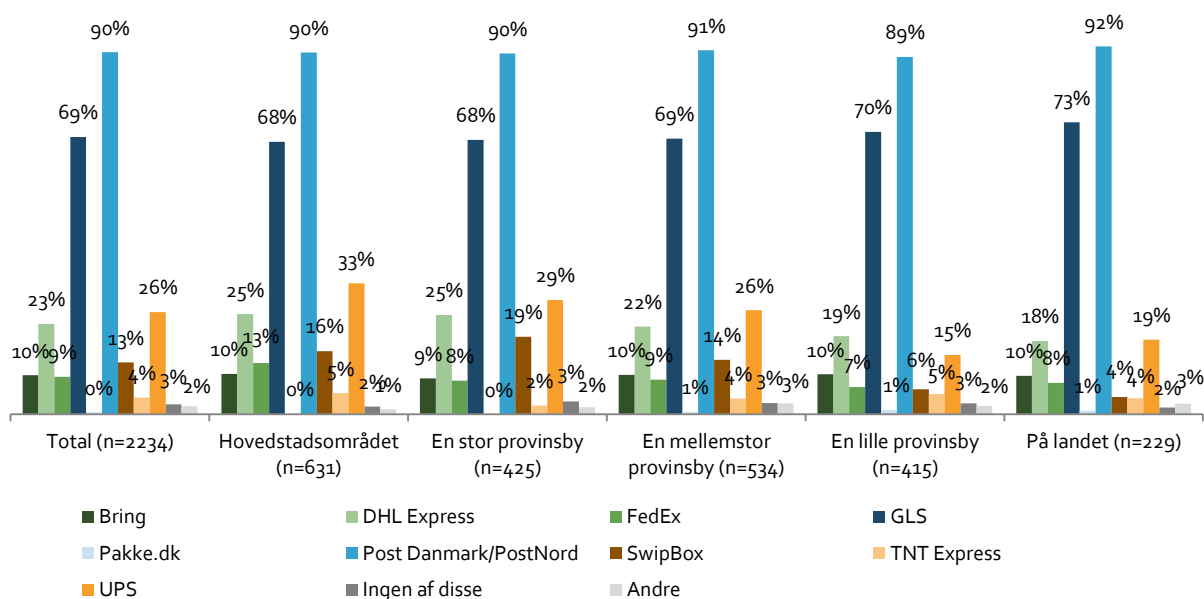
Q6: Hvis du tænker på den seneste pakke du har sendt, hvordan sendte du den så?

Brugen af pakkepostautomater er mere udbredt i større byområder og hovedstaden, formentlig fordi de netop også er mere udbredte i disse områder.

En ting er, at de oplevede barrierer for at kunne modtage og sende pakker synes at være lave i landområder, noget andet er om forbrugerne boende i disse har nogen alternative udbydere at vælge mellem. En afhængighed af befordringspligten i landområder vil jo være til stede, hvis forbrugerne oplever, at de kun kan hhv. få/sende pakker med Post Danmark.

Dette synes dog ikke at være tilfældet jfr. figur 8 herefter.

Figur 8: Kendskab til pakkeleverandører i eget område (base: alle forbrugere, som kender mindst 1 pakkedistributør, base = 2.234 interviews)

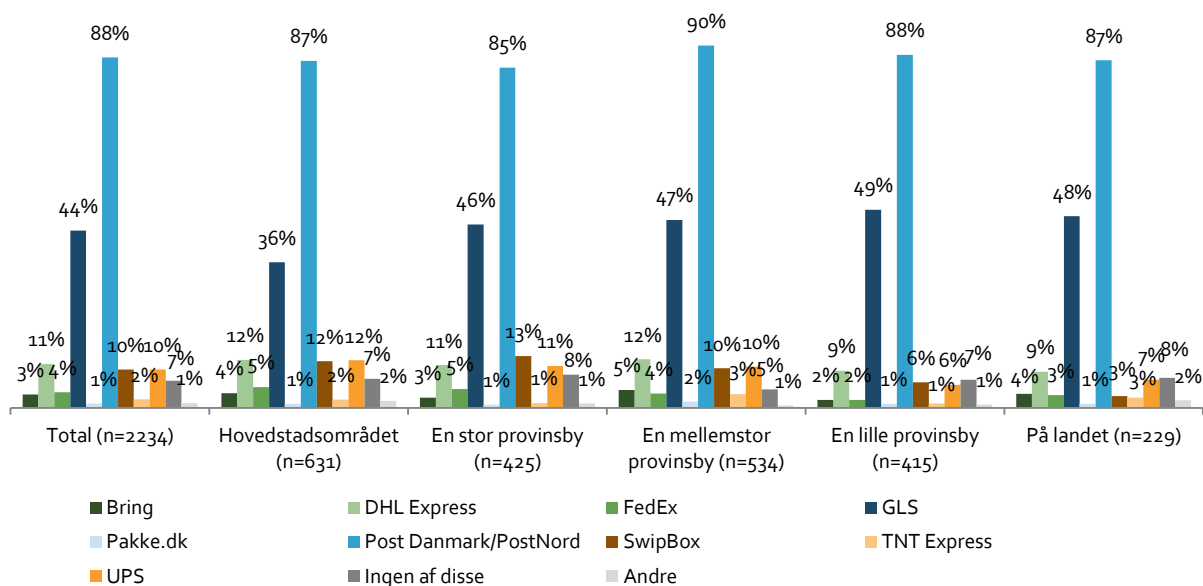


Q10: Hvilke af disse virksomheder, som transporterer pakker til og fra private modtagere og afsendere, er du bekendt med leverer pakker i dit område?

Som vist både i figur 8 ovenfor og figur 9 herefter er kendskab til virksomheder, som transporterer pakker i det område, man bor i, højt på tværs af landet, og hyppigst nævnes ikke kun Post Danmark men også GLS. Dette gælder også for beboere i landområder, hvor man i gennemsnit nævner 1,4 transportør udover Post Danmark, som kan levere pakker i det område, man bor i. I hovedstaden er det tilsvarende tal 1,6 transportør, altså ikke nogen nævneværdig forskel i oplevelsen af de alternativer, der eksisterer.

*"GLS har jeg kun haft gode erfaringer med, men det er, fordi vi vælger pick your point. Det er så dejlig nemt i en travl hverdag."
Citat fra gruppesamtaler*

Figur 9: Kendskab til pakke transportører i eget område (base: alle forbrugere, som kender mindst 1 pakkeleverandør, base = 2.234 interviews)

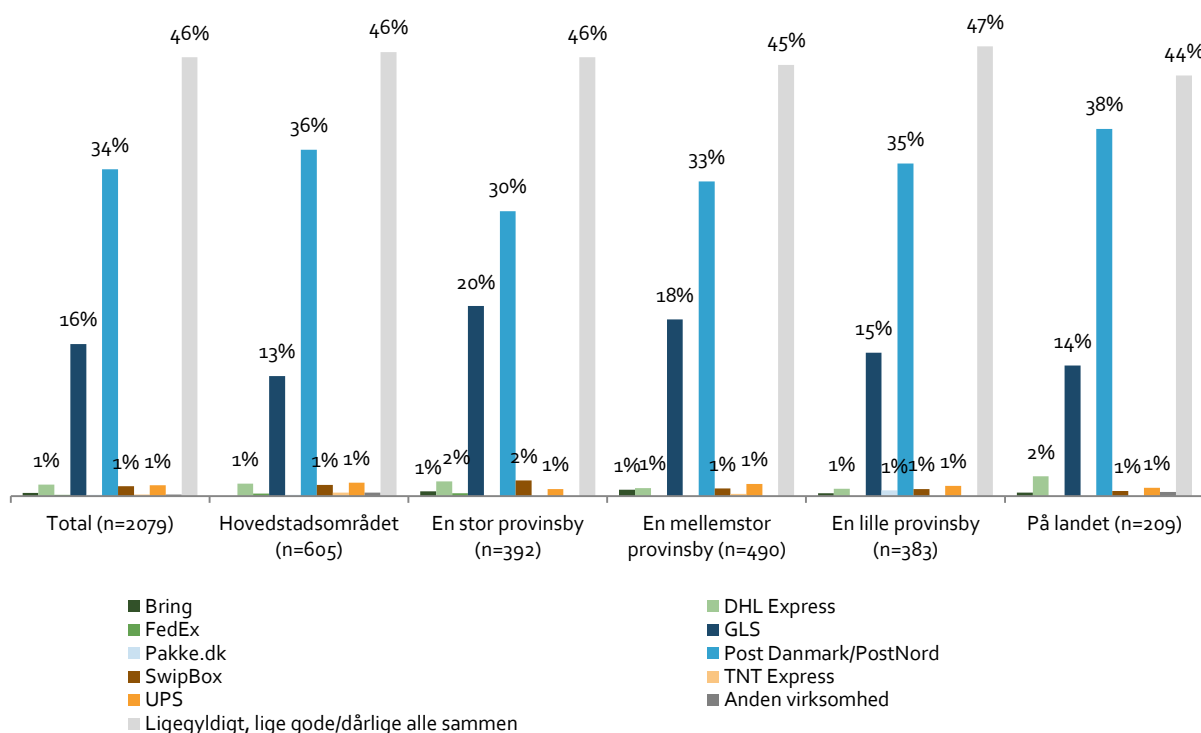


Q11: Hvilke af disse virksomheder, som transporterer pakker til og fra private modtagere og afsendere, er du bekendt med, at du kan sende pakker med i dit område?

Tilsvarende nævnes i landområder i gennemsnit 0,8 transportør, man kan sende pakker med ud over Post Danmark. I Hovedstadsområdet er det tilsvarende tal også 0,8 transportør. Igen altså ikke nogen nævneværdig forskel i om man oplever alternative muligheder eller ej.

Præferencen for Post Danmark adskiller sig heller ikke specielt i landdistrikter versus resten af landet, jfr. figur 10 herefter.

Figur 10: Præferencer for virksomheder, der leverer pakker (base: forbrugere, der modtager pakker mindst én gang årligt, n= 2.079 interviews)



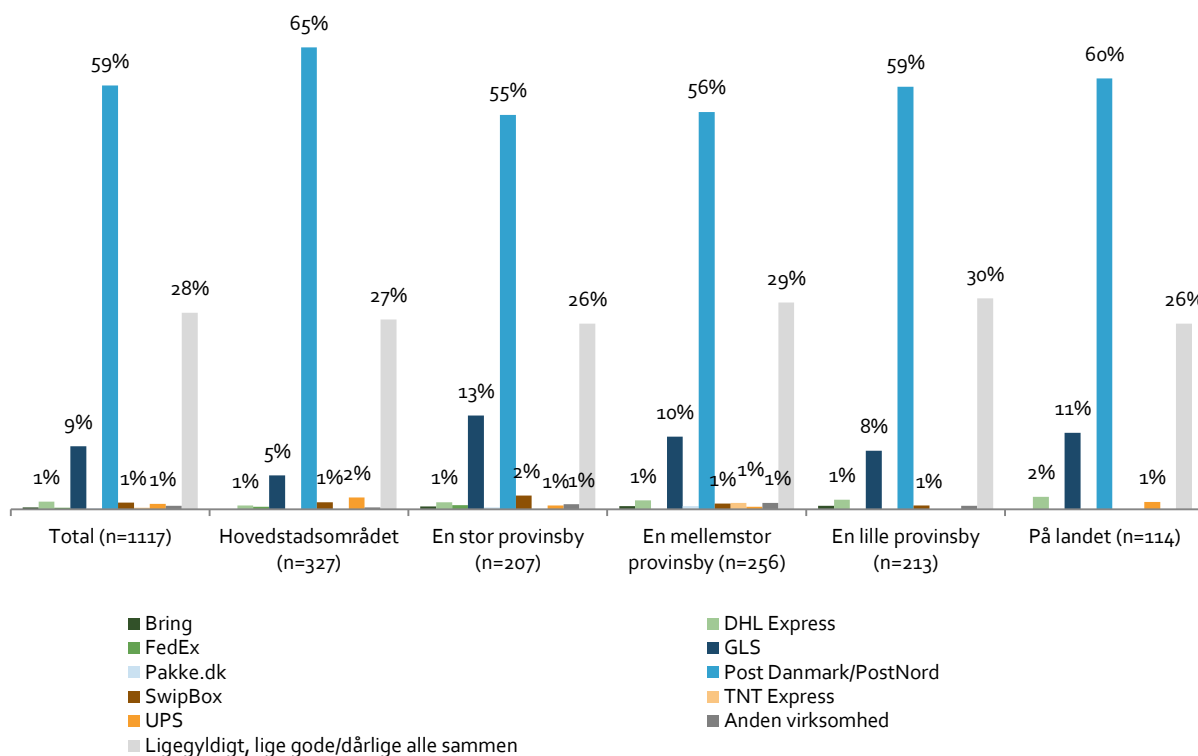
Q14: Når du modtager pakker, hvilken virksomhed foretrækker du da leverer pakken til dig?

Faktisk er 44% af beboerne i landdistrikter indifferente over for, hvem der leverer pakker til dem mod til sammenligning 46% i hovedstaden. Denne forskel er ikke væsentlig.

“Vi har haft så mange dårlige oplevelser med Post Danmark, hvor de aldrig kom til døren, kun til posthuset, selvom de hævdede, at de havde forsøgt at aflevere det.”
 Citat fra gruppesamtaler med forbrugere

Samme mønster, om end på lavere niveauer, ses på præferencen for virksomheder at sende med, jfr. figur 11 herefter.

Figur 11: Præferencer for virksomheder at sende pakker med (base: forbrugere, der sender pakker mindst én gang årligt, n= 1.117 interviews)



Q17: Når du sender pakker, hvilken virksomhed foretrækker du da at sende pakken med?

I landdistrikter er 26% af beboerne indifferente, næsten samme niveau som i hovedstaden.

“Der er vane i, hvem jeg vælger, når jeg skal sende. Her vælger jeg Post Danmark, fordi de har været her hele mit liv, så der er nok også noget tryghed i det.”

Citat: Gruppesamtaler med forbrugere

“Jeg vælger altid GLS grundet dårlige oplevelser med post DK.”

Citat fra gruppesamtaler

Sammenfatning

Der synes altså ikke i landdistrikter, sammenlignet med resten af landet, at være en speciel afhængighed af befordringspligten:

- Det opleves ikke mere besværligt at modtage pakker i landdistrikter sammenlignet med resten af landet.
- Det opleves generelt lidt mere besværligt at sende pakker fra landdistrikter, sammenlignet med resten af landet, men med 27% der har denne opfattelse, er det ikke en udbredt oplevelse.

- 2 ud af 3 beboere i landdistrikter modtager deres pakker på adressen, og i landdistrikter oplever man, at der i gennemsnit er mindst én leverandør mere end Post Danmark, som leverer pakker i det område, man bor i. Dette er på niveau med oplevelsen i Hovedstadsområdet.
- I landdistrikter afleverer man i lige så høj grad som i Hovedstadsområdet pakker, der skal sendes direkte i en postbutik eller andet indleveringssted, man er altså ikke henvist til pakkepostautomater. Og man oplever i gennemsnit, at der i området, man bor i, er 0,8 distributør ud over Post Danmark, man kan sende pakker med. Et niveau som ikke adskiller sig fra opfattelsen i Hovedstadsområdet.
- Præferencen for pakkedistributør er lav – 44% af beboerne i landdistrikter er indifferente over for, hvem der leverer deres pakker, og 26% er indifferente over for, hvem de sender deres pakker med. Generelt foretrækker de fleste dog at sende pakker med Post Danmark, men forskellen i denne præference mellem hovedstad og land er ikke væsentlig.

En egentlig afhængighed af befordringspligten (Post Danmark) synes altså ikke at være til stede specielt i landområder og hypotesen kan derfor ikke bekræftes.

3.2 Hypoteser: Borgere i byområder oplever øgede valgmuligheder i forhold til leveringsform/pakkedistributør, som borgere i landdistrikter ikke tilbydes

I dette afsnit behandles 2 hypoteser under ét, da de er indbyrdes sammenhængende:

- Borgere i byområder oplever øgede valgmuligheder i forhold til leveringsform/pakkedistributør
- Borgere i landdistrikter tilbydes ikke disse valgmuligheder

Data til be- eller afkræftelse af disse hypoteser er i vid udstrækning allerede behandlet i det foregående afsnit, hvorfor der her alene sker en kort gennemgang af disse resultater med henvisninger til figurer i afsnit 3.1.

Modtagelse af pakker:

- Borgere i landdistrikter synes, det er lige så nemt at modtage pakker som borgere i byområder (figur 4)
- Borgere i landdistrikter får i større udstrækning deres pakker leveret på adressen end borgere i byer (figur 6)
- Borgere i landdistrikter henter også selv pakker i postbutikker, på udleveringssteder eller i automater, blot i lavere omfang end i fx Hovedstadsområdet, fordi de netop oftere får sine pakker leveret på adressen (figur 6)
- Borgere i landdistrikter oplever i gennemsnit, at der er 1,4 transportør udover Post Danmark, som kan levere pakker i det område, de bor i. Til sammenligning er det tilsvarende tal 1,6 i Hovedstadsområdet (figur 8)
- 44% af borgerne i landdistrikter er indifferente over for, hvem der leverer pakker til dem. Til sammenligning er det samme tal i Hovedstadsområdet 46% (figur 10)

For så vidt angår modtagelse af pakker gælder altså, at der ikke er væsentlig forskel i oplevelsen af valgmuligheder mht. leveringsformer og distributører mellem på den ene side borgere i landområder og på den anden side borgere i byområder som hovedstaden.

Afsendelse af pakker:

- Borgere i landdistrikter synes det er sværere at sende pakker, sammenlignet med borgere i byområder. Generelt synes 18% af danskerne, det er besværligt at sende pakker, men i landdistrikter er denne andel 9%-point højere - en væsentlig forskel (figur 5)
- Landboere har i samme udstrækning som byboere adgang til indleveringssteder, når de skal sende pakker (figur 7)
- Borgere i landdistrikter oplever i gennemsnit, at der er 0,8 transportør ud over Post Danmark, som de kan sende pakker med i det område, de bor i. Til sammenligning er det tilsvarende også 0,8 transportør i Hovedstadsområdet (figur 9)
- 26% af borgerne i landdistrikter er indifferente over for, hvem de sender pakker med. Til sammenligning er det samme tal i Hovedstadsområdet 27% (figur 11)

For så vidt angår afsendelse af pakker gælder altså, at der ikke er nævneværdig forskel i oplevelsen af valgmuligheder mht. leveringsformer og distributører mellem på den ene side borgere i landområder og på den anden side borgere i byområder som hovedstaden.

Sammenfattende gælder altså, at hypoteserne ikke kan bekræftes – der synes ikke at være nævneværdige forskelle i de valgmuligheder mht. leveranceformer og transportører, man oplever at have til rådighed, hvad enten man bor i byen eller på landet.

3.3 Hypotese: De afgørende faktorer, når borgere vælger pakkedistributører/ leveringsform, er pris og fleksibilitet (convenience)

Denne hypotese er søgt be- eller afkræftet gennem to alternative tilgange til måling af præferencer:

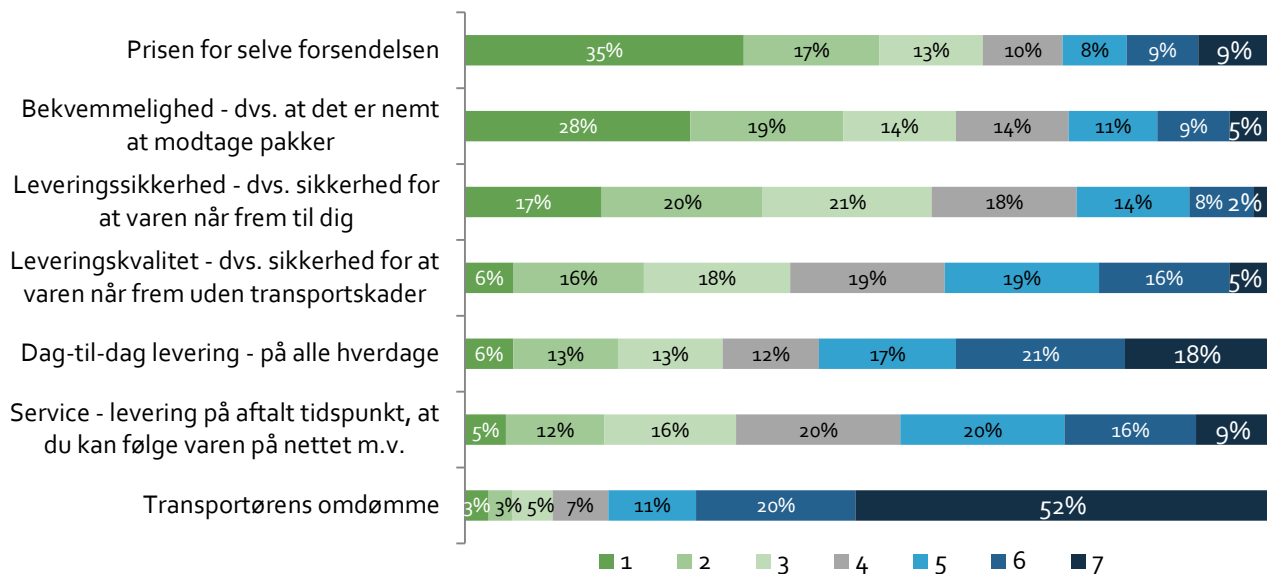
- Et traditionelt rangordningsspørgsmål, hvor vi har bedt svarpersonerne simultant prioritere syv faktorer ved valg af distributør og leveringsform, fra den vigtigste til den mindst vigtige.
- Med en serie af spørgsmål, hvor svarpersonerne i hvert spørgsmål præsenteres for fire faktorer, hvor de har skullet udpege hhv. den vigtigste og den mindst vigtige. Dette kaldes Maximum Difference Scaling (MDS), og der er nærmere redegjort for denne teknik i kapitel 6 om metode.

Resultaterne fra de traditionelle rangordningsspørgsmål er vist i figur 12 og figur 13, og resultaterne er entydige – pris og bekvemmelighed er de vigtigste faktorer for borgerne, uanset om der er tale om modtagelse eller afsendelse af pakker.

Hvad angår modtagelse af pakker, er strukturen ens på tværs af land og by – pris og bekvemmelighed er de to vigtigste faktorer. Dog er bekvemmelighed marginalt vigtigere end pris blandt borgere på landet, hvor det modsatte gør sig gældende blandt borgere i byer.

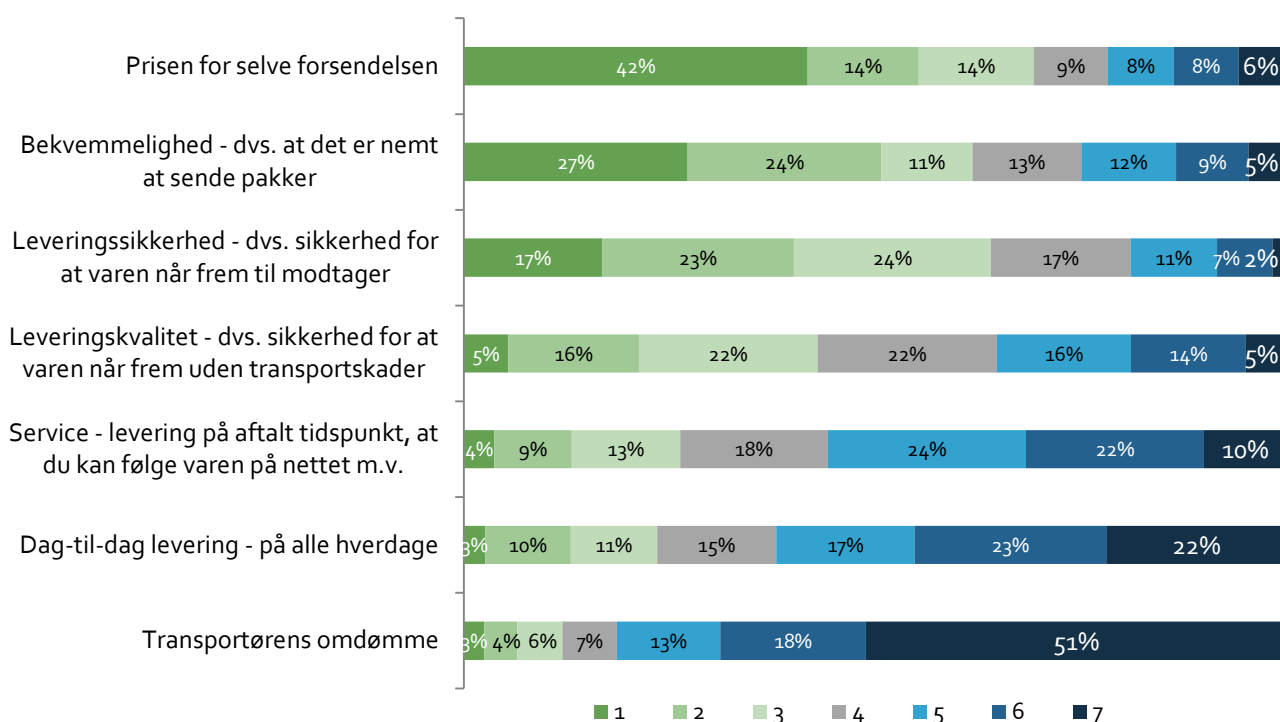
Hvad angår afsendelse af pakker, gør det samme sig gældende. Pris og bekvemmelighed er de to vigtigste faktorer, men på landet er bekvemmelighed marginalt vigtigere end pris.

Figur 12: Faktorer ved valg af virksomheder der kan levere pakker til en (base: forbrugere, der modtager pakker mindst én gang årligt og ikke er indifferent mht. leverandør, n= 1.050 interviews)



Q16: Hvad er for dig det vigtigste når du tænker på virksomheder, der kan levere pakker til dig?
Rangorden 1-7 Vigtigst - mindst vigtigt

Figur 13: Faktorer ved valg af virksomheder der kan sende pakker for en (base: forbrugere, der sender pakker mindst én gang årligt, n= 726 interviews)



Q19: Hvad er for dig det vigtigste når du tænker på virksomheder, der kan sende pakker for dig?
Rangorden 1-7 Vigtigst - mindst vigtigt

Den traditionelle måde at spørge på er imidlertid behæftet med svagheder, som også redegjort for i kapitel 6 om metode. Svaghederne består kort fortalt i, at metoden repræsenterer en form for "gratis tilvalg" hvor alt bliver vigtigt, fordi det enkelte valg ikke har nogen omkostninger.

I det kvalitative forstudie til den kvantitative undersøgelse kom det da også frem, at helt basale forhold som service (at pakken leveres til aftalt tid) og leveringskvalitet (pakken leveres ubeskadiget) faktisk spillede en stor rolle for forbrugerne, når de fik talt sig varme om emnet og havde mulighed for at reflektere.

*"Det er et problem, at man ikke kan vælge tidspunkter for Post Danmarks aflevering."
Citat fra gruppesamtaler*

Transportministeriet besluttede derfor at søge at be- eller afkræfte hypotesen gennem en alternativ metode – Maximum Difference Scaling – som indebærer, at forbrugeren for at kunne vælge noget til også må vælge noget fra. Metoden er beskrevet i kapitel 6.

Resultaterne af denne tilgang fremgår af figur 14, hvor faktorerne for valg af pakkeleveringsdistributør er vist rangordnet:

Figur 14: Rangorden og forskelle i værdi mellem 13 faktorer ved valg af pakkeleveringsdistributør ((base: alle forbrugere, n= 2.022 web-interviews))



Når man på denne måde sætter prioriteringerne ind i en realistisk sammenhæng, hvor man for at få noget også må vælge noget fra, ændrer rangordenen sig ret dramatisk.

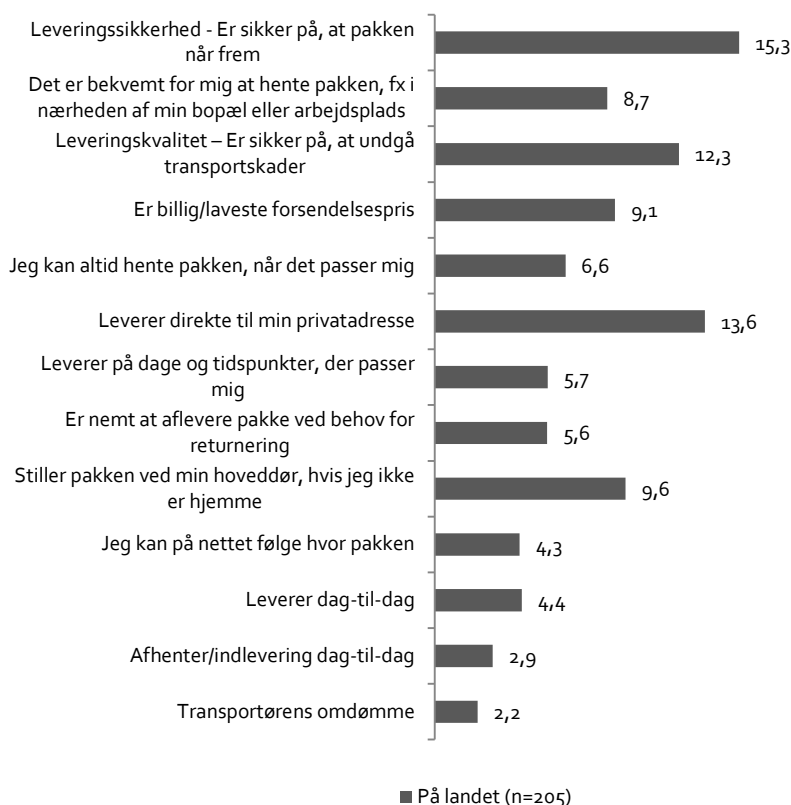
Det er nu "leveringssikkerhed" – sikkerhed for at pakken når frem – som er den vigtigste faktor efterfulgt af convenience i form af "bekvem selv at hente pakken" og "leveringskvalitet" – det at pakken når uskadt frem - på 2. og 3. pladsen. Først på 4. pladsen kommer prisen for forsendelsen.

Udover denne rangordning kan vi også se, at leveringssikkerheden er næsten 1,5 gang vigtigere end pris.

I den anden ende af rangordningen er det værd at bemærke sig, at faktorer som "dag-til-dag levering", "afhentning/indlevering dag-til-dag" og "transportørens omdømme" spiller en meget lille rolle for forbrugerne. Faktisk er "leveringssikkerhed" 6,5 gange vigtigere end "transportørens omdømme". Sagt lidt firkantet er det altså underordnet for forbrugerne, hvilken virksomhed de får leveret af/sender med, så længe de kan regne med, at pakken når frem.

Rangordningen i figur 14 gælder nogenlunde ensartet på tværs af byområder fra Hovedstadsområdet til mellemstore provinsbyer. I små provinsbyer og i landdistrikter varierer resultaterne imidlertid, mest markant i landdistrikter som vist i figur 15:

Figur 15: Rangorden og forskelle i værdi mellem 13 faktorer ved valg af pakkeleveringsdistributør, blandt borgere i landdistrikter pakkeleveringsdistributør ((base: alle forbrugere i landdistrikter, n= 205 web-interviews)



Leveringssikkerheden er stadig den vigtigste faktor, men nu efterfulgt af:

- Levering til privatadresse
- Leveringskvalitet
- Stiller pakken ved min hoveddør hvis jeg ikke er hjemme

Pris kommer først ind på en 5. plads, og forskellen i vigtighed mellem "leveringssikkerhed" og "pris" er nu 1,7, hvor den på landsplan var 1,5.

Sat ind i en reel valgsituation med MDS metoden kan hypotesen kun delvis bekræftes – bekvemmelighed er blandt de to vigtigste faktorer, men pris er ikke.

For så vidt angår borgere i landdistrikter kan hypotesen – også med brug af MDS metoden – ikke bekræftes. Hverken pris eller bekvemmelighed er blandt de 4 vigtigste faktorer.

3.4 Hypotese: Borgere lægger vægt på indsamling og omdeling af pakker på alle hverdage

Data til be- eller afkræftelse af denne hypotese er i vid udstrækning allerede behandlet i det foregående afsnit, hvorfor der her alene sker en kort gennemgang af disse resultater med henvisninger til figurer i afsnit 3.3.

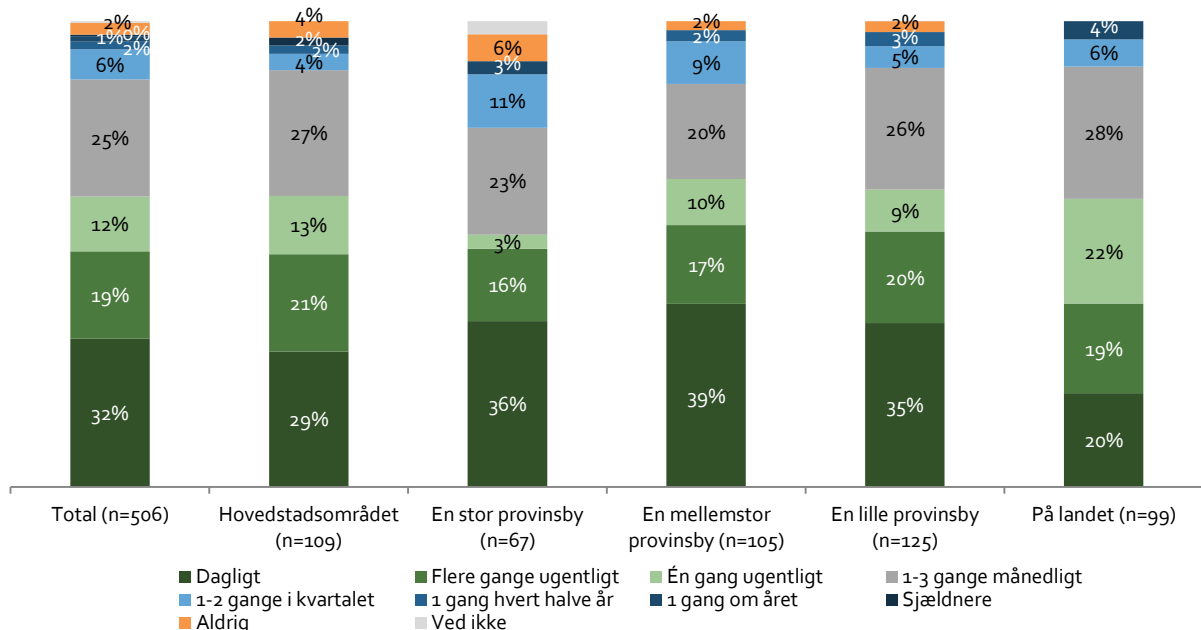
- Vurderet ud fra et traditionelt rangordningsspørgsmål af forhold ved at modtage pakker kommer omdeling af pakker på alle hverdage ind på en 5. plads over vigtige faktorer. Med samlet 19% af borgerne, der mener, dette er det vigtigste eller næstvigtigste, ligger omdeling på alle hverdage langt under pris og bekvemmelighed, som vurderes som nr. 1 eller 2 af hhv. 52% og 47% (figur 12)
- Vurderet ud fra et traditionelt rangordningsspørgsmål af forhold ved at sende pakker kommer indlevering af pakker på alle hverdage ind på en 6. plads over vigtige faktorer. Med samlet 13% af borgerne, der mener, dette er det vigtigste eller næstvigtigste, ligger indlevering på alle hverdage langt under pris og bekvemmelighed, som vurderes som nr. 1 eller 2 af hhv. 56% og 51% (figur 13)
- Vurderet med MDS metoden kommer levering/indsamling på alle hverdage kun ind på en hhv. 12. og 13. plads i borgernes prioritering. Leveringssikkerhed er fx 4 gange vigtigere for borgerne end levering dag-til-dag (figur 14)

Hypotesen kan ikke bekræftes. Uagtet hvilken metode man anvender til at måle vigtigheden af borgernes valgkriterier, kommer indsamling og omdeling på alle hverdage ikke ind blandt de 4 vigtigste valgkriterier blandt borgerne.

4. Private virksomheder

Som for private borgere er det for virksomheder en del af dagligdagen at modtage pakker, og dette endda langt hyppigere. 2 ud af 3 virksomheder (63%) modtager pakker mindst én gang ugentligt, og 9 ud af 10 virksomheder (88%) modtager pakker mindst én gang om måneden, jfr. figur 18 herunder.

Figur 18: Hyppighed, modtagelse af pakker (base: alle virksomheder, n= 506 interviews)

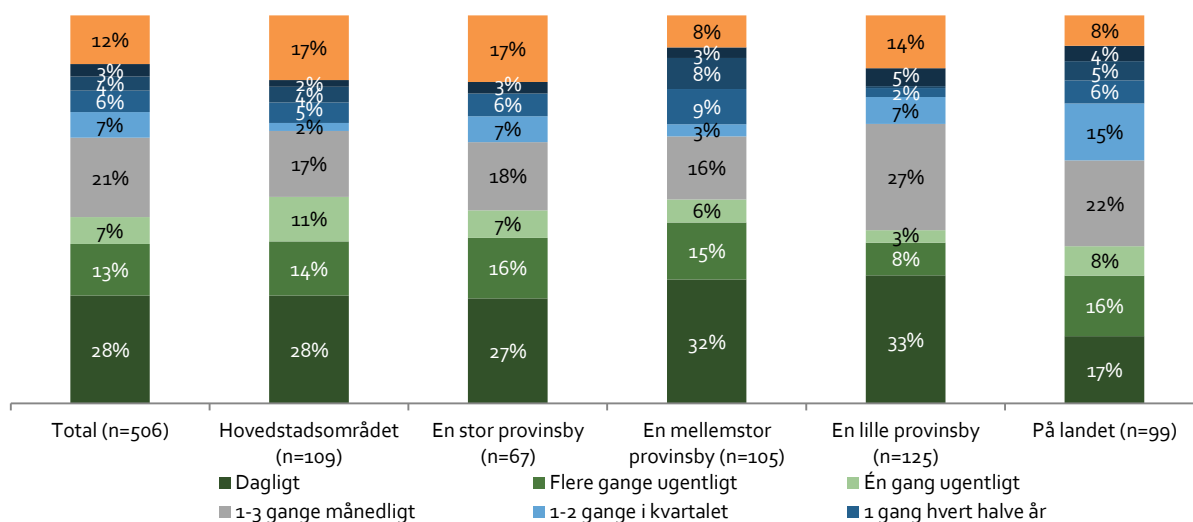


Q1: Hvor ofte modtager virksomheden normalt pakker, sendt til virksomheden (altså ikke private pakker til medarbejdere, som sendes til virksomhedens adresse)

Der er i denne henseende ingen væsentlig forskel på virksomheder beliggende i hhv. hovedstaden kontra virksomheder beliggende i landdistrikter, når vi ser på månedlig modtagelse. På andelen, som modtager pakker mindst én gang om ugen, er forskellen heller ikke væsentlig.

Afsendelse af pakker hører også med til dagligdagen – halvdelen af virksomhederne (48%) sender pakker hver uge, og 2 ud af 3 virksomheder (69%) sender pakker mindst én gang om måneden, jfr. figur 19 herunder.

Figur 19: Hyppighed, afsendelse af pakker (base: alle virksomheder, n=506 interviews)



Q4: Hvor ofte sender virksomheden normalt pakker?

Der er i denne henseende ingen væsentlig forskel på virksomheder beliggende i hhv. hovedstaden kontra virksomheder beliggende i landdistrikter, når vi ser på månedlig afsendelse. På andelen, som sender pakker mindst én gang om ugen, er forskellen heller ikke væsentlig.

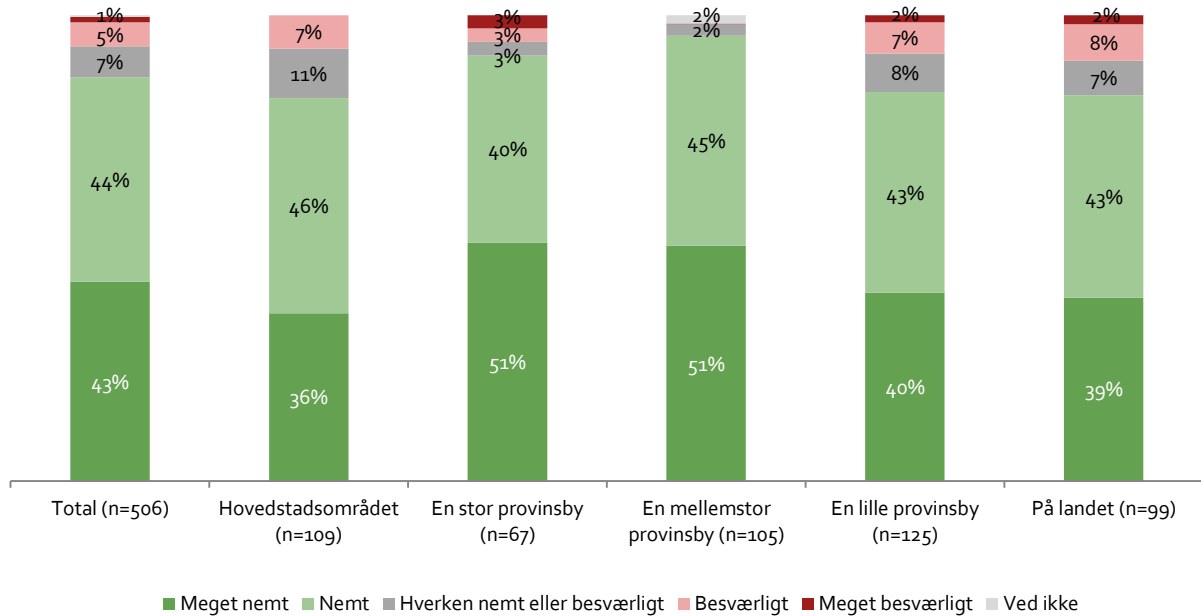
Den forskel i afsendeshyppighed, der kan observeres, kunne være en funktion af forskelle i virksomhedsstørrelse – altså, at der var flere små virksomheder med mindre behov for at sende pakker i landområderne. Denne hypotese holder imidlertid heller ikke stik – der er ikke væsentlig forskel på forekomsten af små virksomheder (1-19 ansatte) i landområder sammenlignet med hovedstaden.

Modtagelse og afsendelse af pakker er altså udbredt i danske virksomheder, og der er i denne henseende ingen væsentlige forskelle mellem storby på den ene side og land på den anden side.

4.1: Hypotese: Virksomheder i landområder er fortsat afhængige af befordringspligten (Post Danmark) for at kunne sende/modtage pakker

Danske virksomheder synes generelt ikke, der er besvær forbundet med at modtage pakker. 4 ud af 10 virksomheder (43%) synes endda, det er meget nemt, og 9 ud af 10 (87%) synes i almindelighed, det er nemt. Kun 6% oplever besvær, jfr. figur 20 herunder.

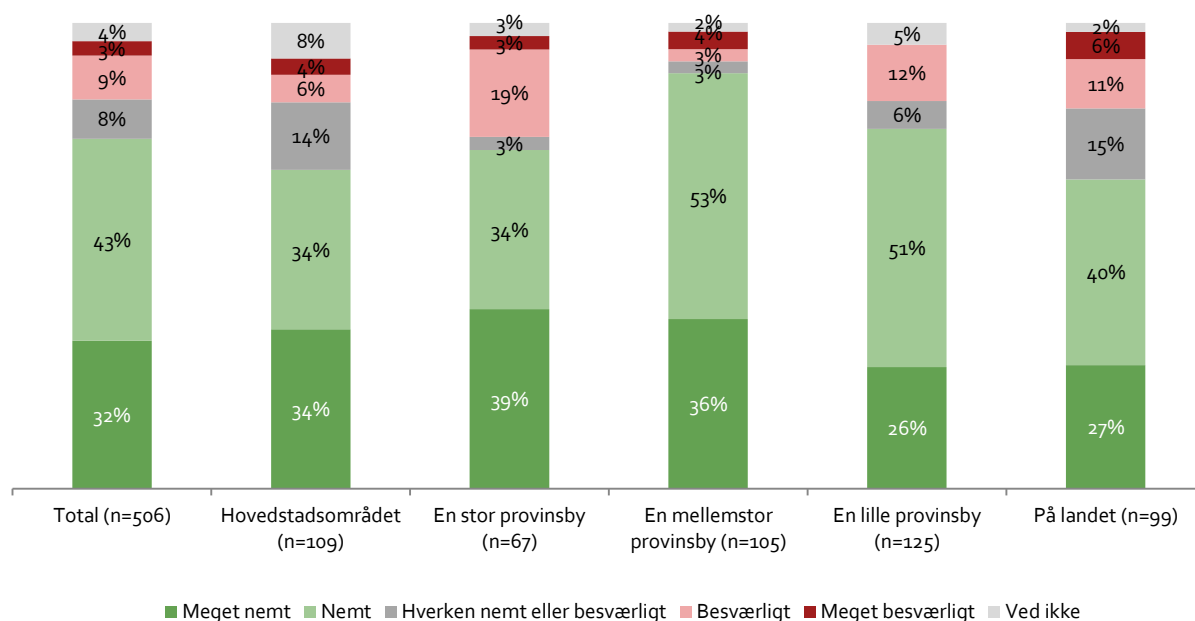
Figur 20: Oplevet besvær ved modtagelse af pakker (base: alle virksomheder, n=506 interviews)



Q19: Hvor nemt eller besværligt synes du det er at modtage pakker, i det område hvor virksomheden ligger?

De er ingen væsentlig forskel mellem fx på den ene side Hovedstadsområdet og på den anden side små provinsbyer og landdistrikter under ét.

Figur 21: Oplevet besvær ved at sende pakker (base: alle virksomheder, n=506 interviews)



Q21: Hvor nemt eller besværligt synes du det er at sende pakker, i det område hvor virksomheden ligger?

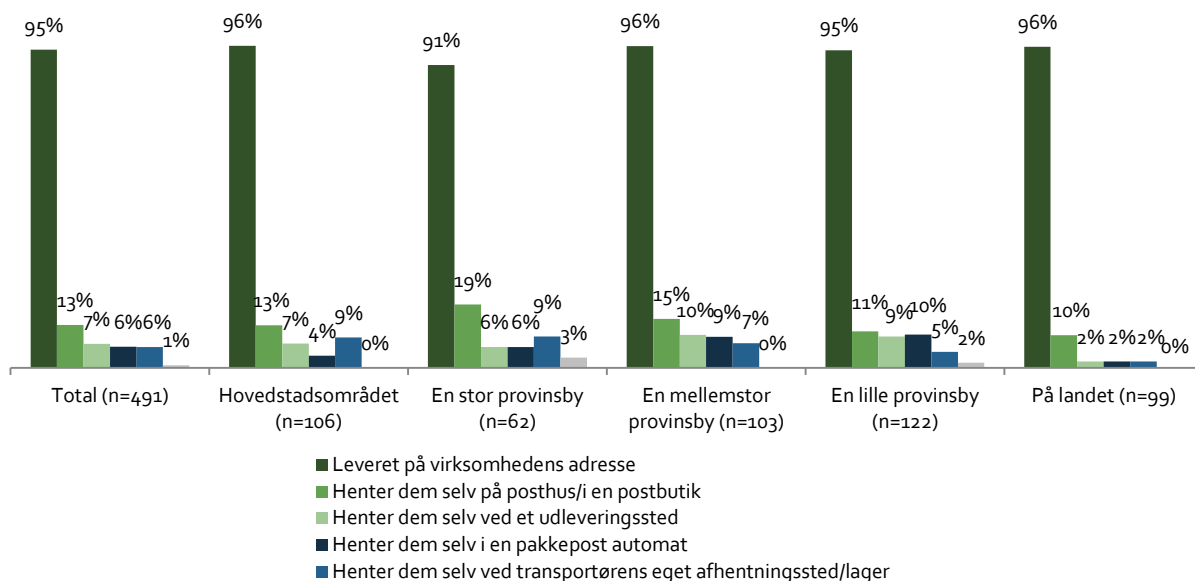
Som for modtagelse gælder at der heller ikke opleves synderligt besvær forbundet med at sende pakker. 3 ud af 4 virksomheder (75%) synes, det er nemt eller meget nemt, 12% synes, det er besværligt eller meget besværligt.

Heller ikke i denne henseende er der væsentlige forskelle mellem på den ene side hovedstad og store byer og på den anden side små provinsbyer og landområder, hverken når man ser på andelen, der synes, det er nemt, eller andelen som synes det er besværligt.

De samlet set 12% af virksomhederne, svarende til 63 besvarelser, som synes det er besværligt at sende pakker, nævner især:

- Lang afstand til nærmeste indleveringssted
- At man ikke kan få afhentet pakker hos virksomheden, man skal selv bringe dem til indleveringssted
- Ubekvemme åbningstider for indleveringssted

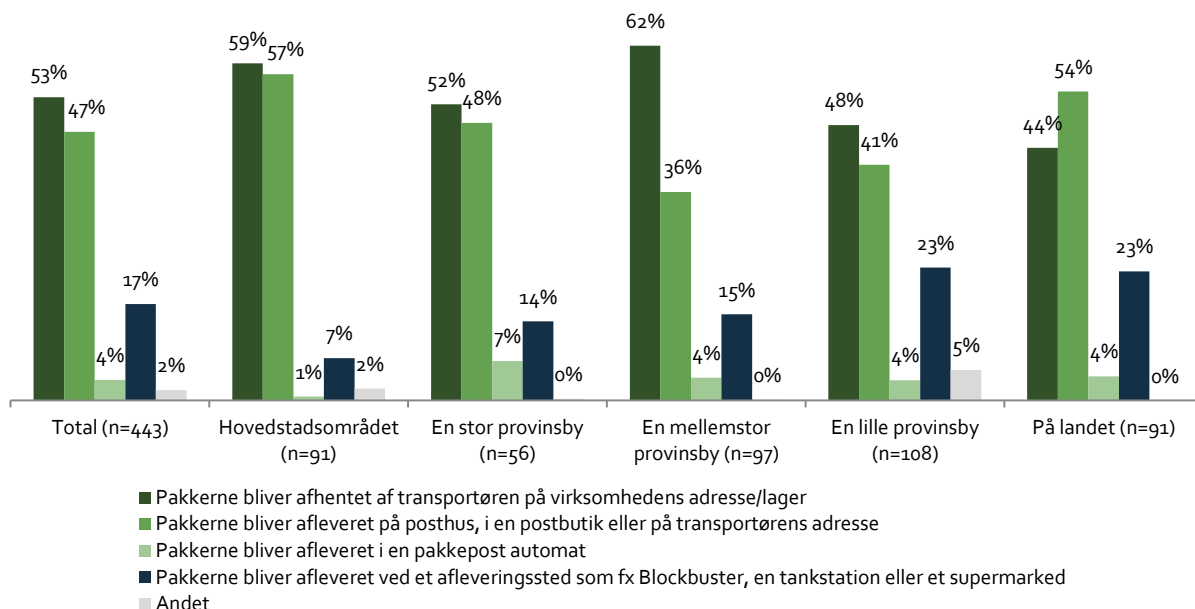
Figur 22: Udleveringsform (base: virksomheder, der modtager pakker, n= 491 interviews)



Q3: På hvilke af følgende måder modtager virksomheden sine pakker?

Såvel på landet som i byerne er det mest almindelige, at man får sine pakker leveret på adressen. Hertil henter man også selv pakker i et vist omfang. Der er ingen væsentlig forskel på by og land.

Figur 23: Indleveringsform (base: virksomheder, der sender pakker, n= 443 interviews)



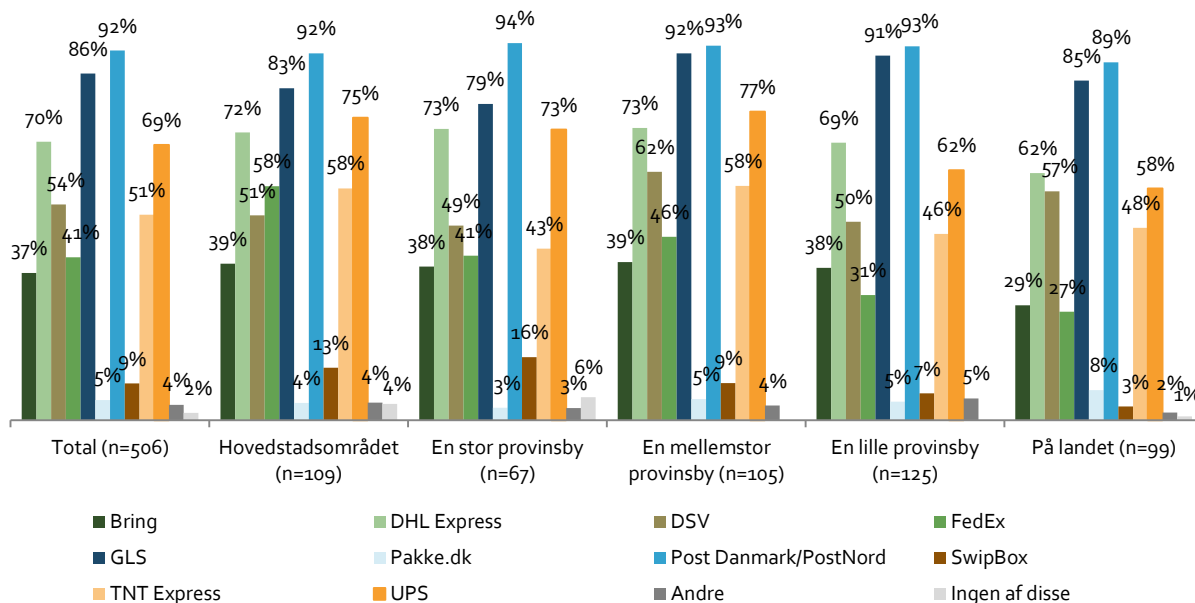
Q6: På hvilke af følgende måder sender virksomheden sine pakker?

Cirka halvdelen (53%) af danske virksomheder med behov for at sende pakker får deres pakker afhentet af transportøren på adressen. Den anden halvdel (47%) afleverer selv sine pakker på transportørens adresse. Hvad angår levering på adressen er der ingen væsentlig forskel mellem på den ene side hovedstad/store byer og på den anden side små byer og land. Det samme gør sig gældende mht. aflevering på transportørens adresse.

Som for private forbrugere gælder det også for virksomheder, at én ting er, at de oplevede barrierer for at modtage og sende pakker er lave. Noget andet er, om virksomhederne oplever de har et valg mht. transportør. En afhængighed af befordringspligten vil jo være tilstede, hvis virksomhederne oplever, de ikke kan få eller sende pakker fra/med andre end Post Danmark, i det område de bor i.

Heller ikke for virksomheder synes denne afhængighed dog at være til stede:

Figur 24: Kendskab til pakketransportører i eget område (base: alle virksomheder, n= 506 interviews)



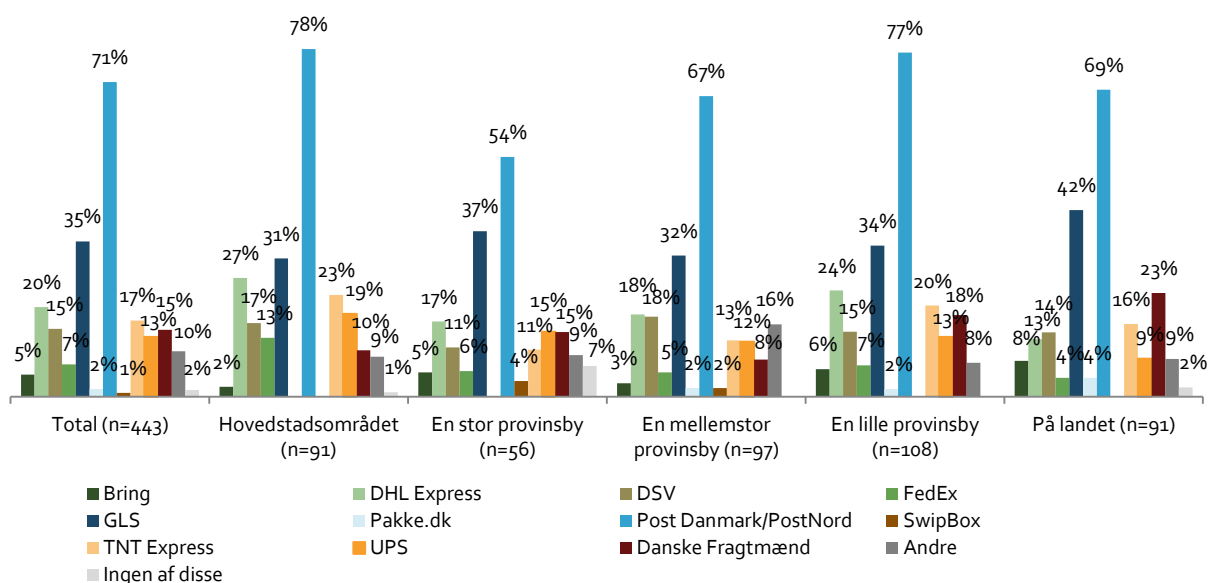
Q10: Hvilke af disse virksomheder, som transporterer pakker, er du bekendt med kan levere pakker eller kan sørge for afsendelse af pakker i dit område?

9 ud af 10 virksomheder (92%) peger på Post Danmark som en virksomhed, der transporterer pakker i deres område. Stort set lige så mange (86%) peger på GLS, og 7 ud af 10 nævner DHL Express og UPS (hhv. 70% og 69%), efterfulgt af DSV (54%), TNT Express (51%) og FedEx (41%).

Ser vi bort fra Post Danmark, så peger virksomhederne i gennemsnit på 4,2 operatør ud over Post Danmark, som kan levere eller sørge for afsendelse af pakker, i det område man bor i.

Det mønster, både hvad angår hvilke transportører, der opererer i området, og antal man kender til ud over Post Danmark, er det samme på tværs af by/land – der er ingen væsentlig forskel.

Figur 25: Brug af pakketransportør ved afsendelse af pakker (base: virksomheder der sender pakker, n= 443 interviews)



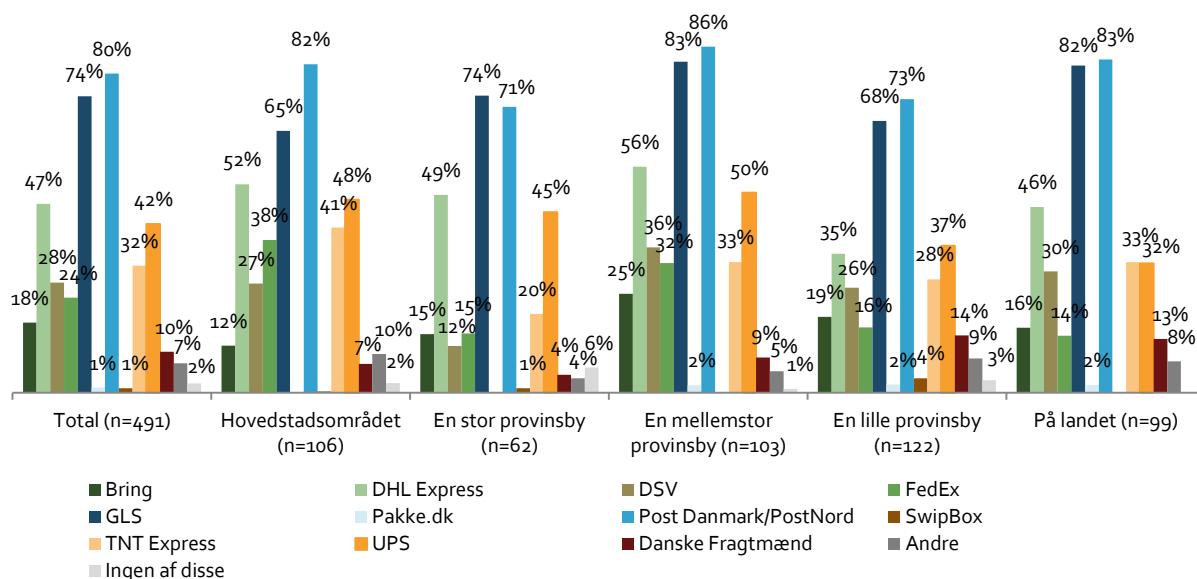
Q12: Hvilke af disse virksomheder, som transporterer pakker, benytter virksomheden selv når I skal sende pakker?

*“Vi bruger Post DK for dem har vi altid haft. Vi ved ikke bedre.”
Citat fra dybdeinterviews*

Om end kendskab til alternative muligheder er højt, er virksomhederne tilbøjelige til at anvende Post Danmark. 7 ud af 10 virksomheder (71%) bruger Post Danmark, når de skal sende pakker.

Ved levering til virksomhederne er mangfoldigheden langt større, jfr. figur 26 herefter.

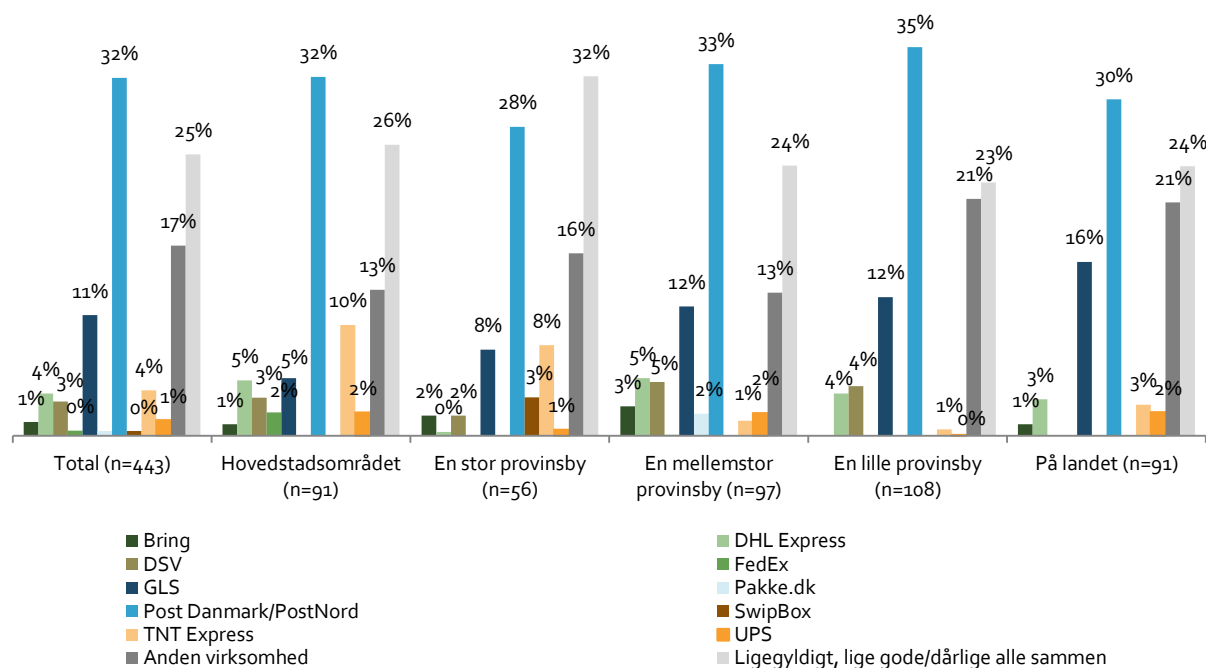
Figur 26: Hvem leverer pakker til virksomheden (base: virksomheder der modtager pakker, n= 491 interviews)



Q11: Hvilke af disse virksomheder, som transporterer pakker, leverer de pakker virksomheden modtager?

80% får pakker leveret af Post Danmark, og næsten lige så mange (75%) får pakker via GLS. Udover Post Danmark nævner virksomhederne i gennemsnit 2,8 transportør yderligere, som også leverer pakker til virksomheden. Og der er ingen væsentlig forskel i disse mønstre på tværs af by/land.

Figur 27: Præference for virksomhed at sende pakker med (base: virksomheder der sender pakker, n= 443 interviews)



Q12: Hvilken transportør foretrækker du at sende virksomhedens pakker med?

I modsætning til figur 25 som viser, at flertallet af virksomheder vælger at sende pakker med Post Danmark, så er der kun 30%, der har en præference for Post Danmark. Faktisk er hver fjerde virksomhed indifferent over for, hvem man sender pakker med, og kun hver tredje virksomhed (32%) foretrækker Post Danmark. Og der er ingen væsentlig forskel i dette på tværs af by og land.

*Det er jo kedeligt – pakker er kedelige!”
Citat fra dybdeinterview*

Sammenfatning

Sammenfattende om afhængigheden af befordringspligten blandt virksomheder i landområder gælder altså:

- Det opleves ikke mere besværligt at modtage pakker i små provinsbyer og landdistrikter sammenlignet med storbyer og hovedstaden.
- Det opleves ikke mere besværligt at sende pakker fra landdistrikter og små provinsbyer, sammenlignet med storbyer og hovedstaden.
- Næsten alle virksomheder (95-96%) på landet modtager pakker på adressen og på tværs af Danmark og dermed også i landdistrikter oplever man, at der i gennemsnit er 4 operatører ud over Post Danmark, som transporterer pakker, i det område man bor i.
- I landdistrikter som i byområder benytter man primært Post Danmark ved afsendelse af pakker, men dette synes mere vanebetonet end dikteret af nødvendighed. Tilsvarende ser man, i landdistrikter såvel som i byområder, at virksomhederne får leveret pakker til virksomheden af mange forskellige transportører – Post Danmark, GLS, DHL Express, UPS m.fl.
- Præferencen for pakkedistributør er lav – 25% af virksomhederne er indifferente over for, hvem de sender pakker med, og kun 32% foretrækker Post Danmark. Og der er ingen væsentlige forskelle mellem land og by.

En egentlig afhængighed af befordringspligten (Post Danmark) synes altså ikke at være til stede specielt for virksomheder beliggende i landområder, og hypotesen kan derfor ikke bekræftes.

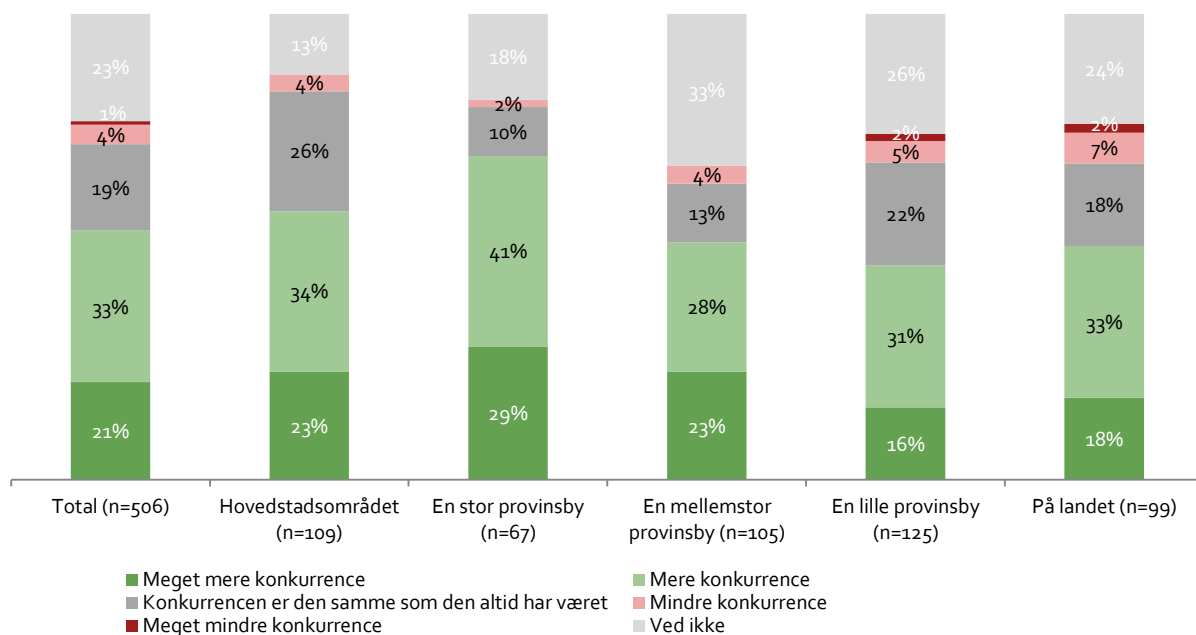
4.2 Hypotese: Virksomheder i byområder oplever stigende konkurrence mellem pakkedistributørerne

I dette afsnit behandles 2 hypoteser under ét:

- Virksomheder i byområder oplever stigende konkurrence mellem pakkedistributørerne
- Virksomheder i landdistrikter oplever ikke stigende konkurrence (“Tilbydes ikke disse valgmuligheder”)

Cirka halvdelen af de danske virksomheder (54%) oplever, at der er kommet mere eller meget mere konkurrence mellem pakkedistributørerne. Knap hver femte virksomhed (19%) oplever konkurrencesituationen uændret, og kun 5% mener, der er kommet mindre konkurrence mellem distributørerne.

Figur 28: Udvikling i oplevet konkurrence (base: alle virksomheder, n= 506 interviews)



Q18: Hvordan oplever du at konkurrencen mellem pakketransportørerne har udviklet sig de seneste par år?

Forskellen i denne oplevelse mellem by og land er væsentlig, men konklusionen er meget sensitiv over for krav til sikkerheden i konklusionen, jvf. kapitel 7 om væsentlighed og signifikans.

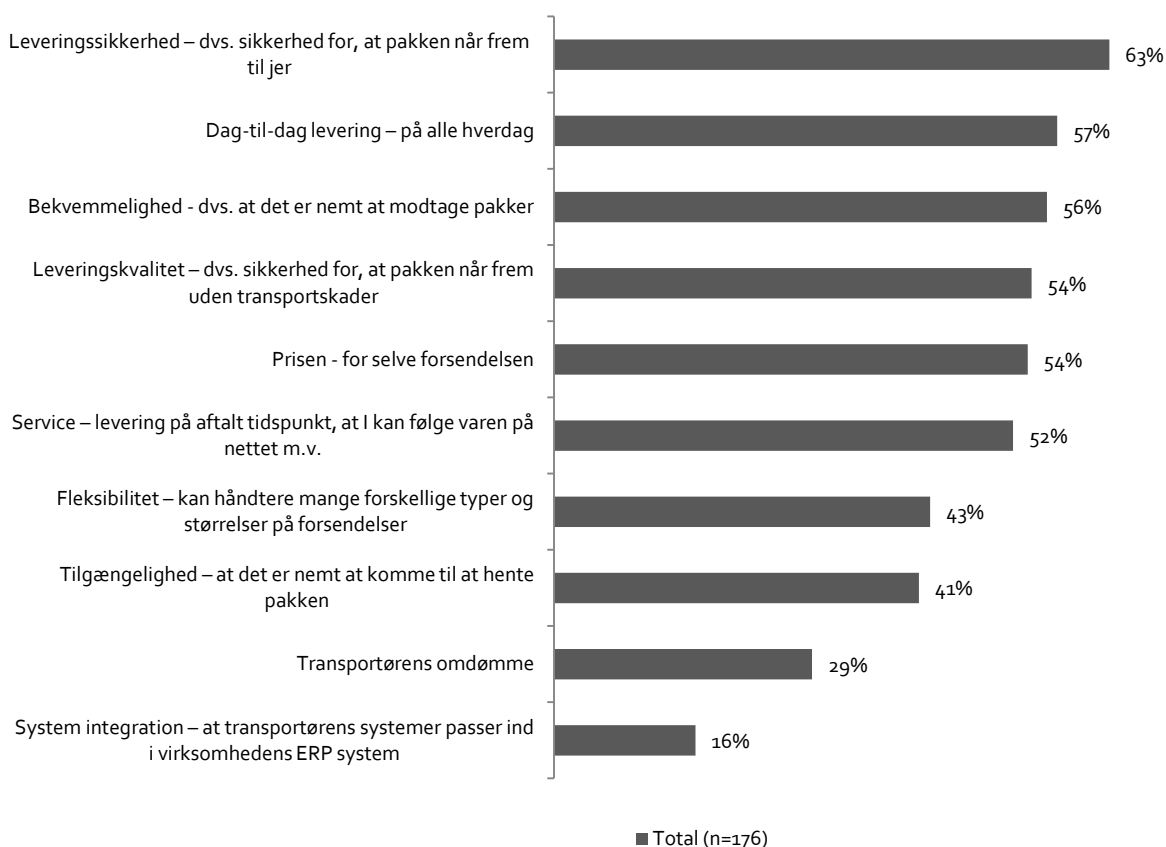
Virksomheder i landdistrikter og små provinsbyer oplever også stigende konkurrence, men ikke i samme omfang som i byerne.

Hypoteserne kan altså bekræftes – virksomheder i byområder har oplevet stigende konkurrence mellem pakkedistributørm medens virksomheder i landdistrikter ikke i samme omfang har oplevet denne stigning.

4.3: Hypotese: De afgørende faktorer, når virksomheder vælger pakkedistributører/leveringsform, er pris og fleksibilitet (convenience)

I figur 29 og figur 30 er vist virksomhedernes opfattelse af vigtige faktorer ved valg af pakkedistributør/leveringsform, både for modtagelse og afsendelse af pakker.

Figur 29: Faktorer ved valg af virksomheder, der kan levere pakker til virksomheden (base: virksomheder der modtager pakker og ikke er indifferent over for leverandør, n= 176 interviews)

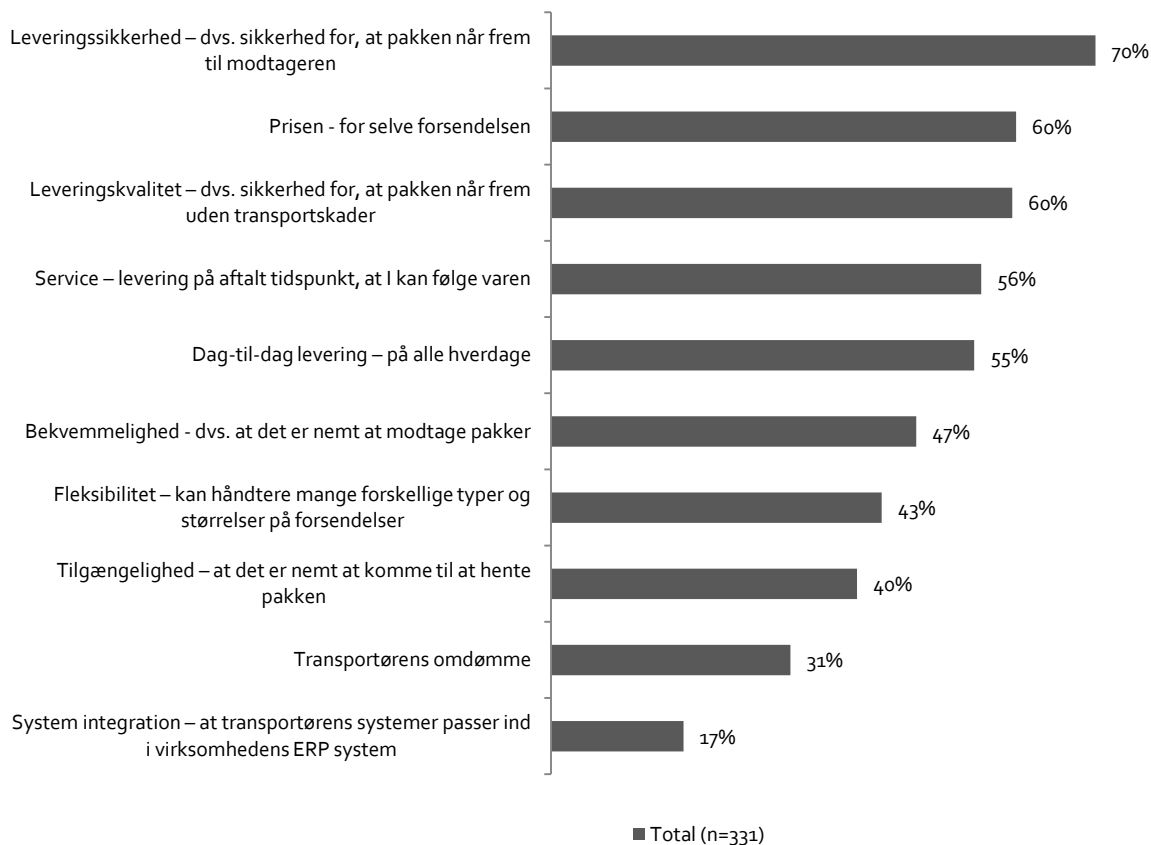


Q16: Hvad er for dig de vigtigste ting når du tænker på virksomheder, der kan levere pakker til dig?

Det er for de fleste virksomheder vigtigt, at pakken når frem (leveringssikkerhed) og dernæst, at der leveres på alle hverdage, og at det er bekvemt (convenient) at modtage pakken. Herefter følger leveringskvalitet (at pakken når uskadt frem,) og først på en 5.plads kommer prisen. Forskellen mellem nr. 1 og nr. 5 er væsentlig.

Billedet ændrer sig, når vi ser på faktorer, der bestemmer valg af distributør, når man skal sende pakker.

Figur 30: Faktorer ved valg af virksomheder, der kan sende pakker for virksomheden (base: virksomheder der sender pakker og ikke er indifferente over for transportør, n= 331 interviews)



Q17: Hvad er for dig de vigtigste ting når du tænker på virksomheder I kan sende jeres pakker med?

Leveringssikkerhed er den vigtigste faktor, når man skal sende pakker, efterfulgt af pris, leveringskvalitet, levering på aftalt tidspunkt og dag-til-dag levering. Først på en 6. plads kommer bekvemmelighed (convenience).

Hypotesen kan altså ikke bekræftes. Hverken når man ser på modtagelse eller på afsendelse af pakker, er pris og fleksibilitet (convenience) de to afgørende eller de to vigtigste faktorer.

4.4 Hypotese: Virksomheder lægger vægt på indsamling og omdeling af pakker på alle hverdage

Data til be- eller afkræftelse af denne hypotese er allerede behandlet i det foregående afsnit.

Som modtager af pakker er levering af pakker på alle hverdage det næst vigtigste valgkriterie. Kun leveringsikkerheden (at pakken når frem) er vigtigere. Som afsender af pakker er dag-til-dag levering (og dermed dag-til-dag indsamling) det 5. vigtigste valgkriterie.

Hypotesen kan dermed bekræftes – virksomheder lægger vægt på indsamling og omdeling på alle hverdage.

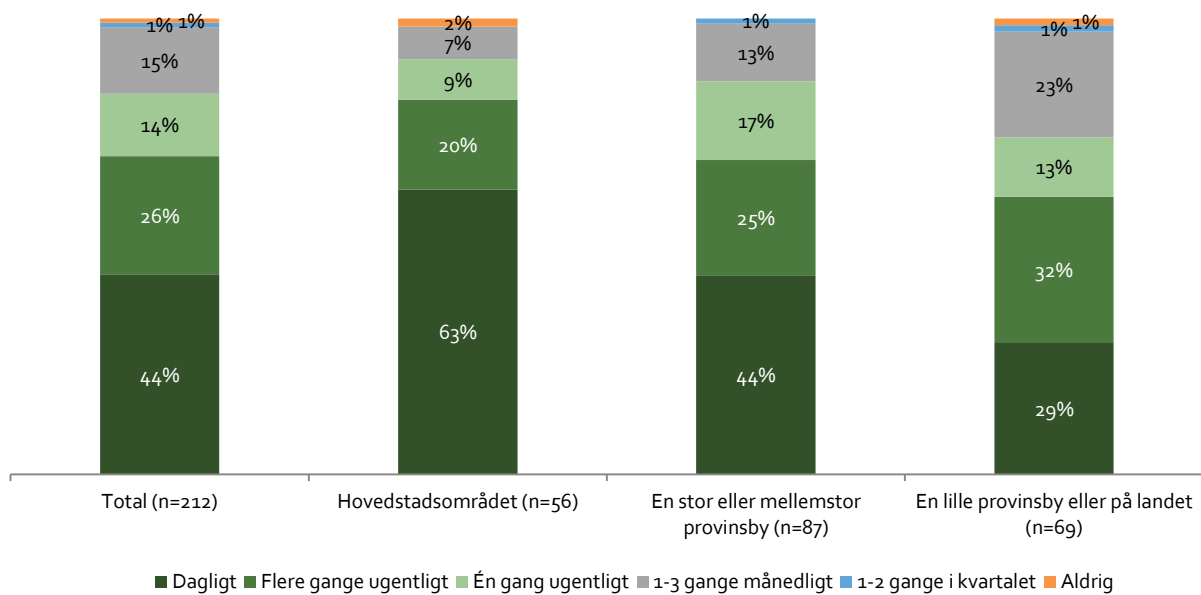
Som en observation skal tilføjes, at erfaringen blandt FDIH's medlemmer (jfr. møde med FDIH den 10. april 2015) er, at jo kortere tid der går mellem kundens bestilling af en vare på nettet og levering af varen til kunden, desto lavere er sandsynligheden for, at kunden fortryder sit køb og returnerer varen.

5. Offentlige institutioner

Generelt modtager offentlige institutioner pakker ofte – 8 ud af 10 institutioner (84%) modtager pakker mindst én gang om ugen, 4 ud af 10 (44%) modtager pakker hver dag, jfr. figur 31.

I store byer modtager offentlige institutioner pakker langt hyppigere, end man gør det på landet.

Figur 31: Hyppighed, modtagelse af pakker (base: alle offentlige institutioner, n= 212 interviews)*



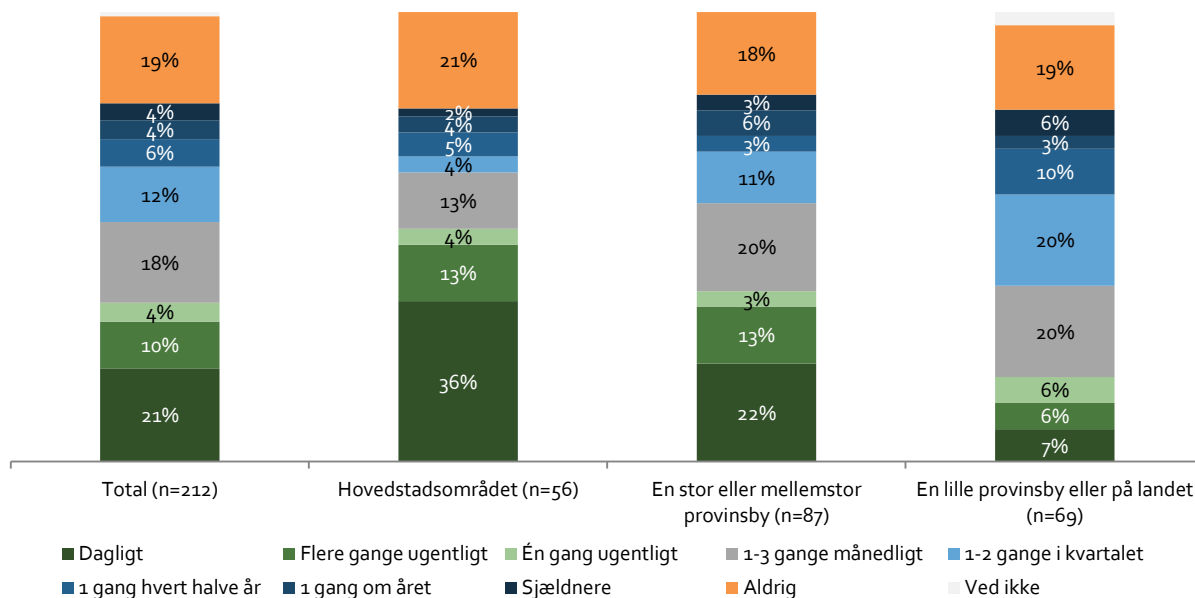
Q1: Hvor ofte modtager organisationen normalt pakker, sendt til organisationen (altså ikke private pakker til medarbejdere, som sendes til organisationens adresse)

*Kategorierne Stor og Mellemstor provinsby er slået sammen og ligeledes er kategorierne Lille provinsby og Landdistrikt slået sammen. Dette af hensyn til interviewbaserne.

2 ud af 3 (63%) institutioner i store byer modtager pakker hver dag, på landet er det kun 29%, der modtager pakker hver dag. Denne forskel er væsentlig. Tilsvarende gælder hvis man lægger kategorierne dagligt og flere gange ugentligt sammen – hhv. 83% i store byer og 61% på landet – også denne forskel er væsentlig.

Afsendelse af pakker ligger på et noget lavere niveau end modtagelse af pakker. Hver 5. offentlige institution (21%) sender pakker hver dag, og hver tredje (35%) sender pakker mindst én gang ugentligt, jfr. figur 32 nedenfor.

Figur 32: Hyppighed, afsendelse af pakker (base: alle offentlige institutioner, n= 212 interviews)



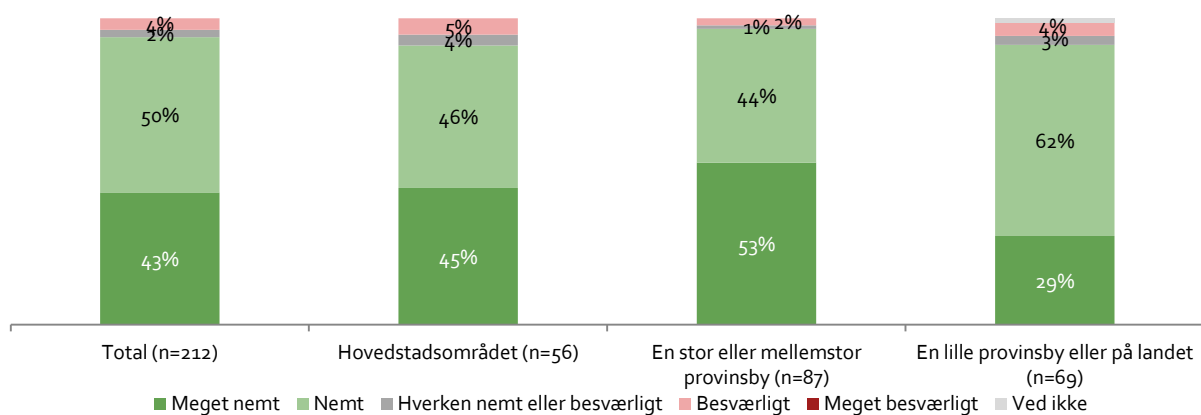
Q4: Hvor ofte sender organisationen normalt pakker?

Omfanget af afsendelse af pakker er højere i store byer end på landet. 36% af institutionerne i store byer sender pakker hver dag, kun 7% på landet sender hver dag. Denne forskel er væsentlig, og det er den, uanset om man ser på daglig afsendelse alene eller adderer "flere gange ugentligt" og "én gang ugentligt".

5.1: Hypotese: Offentlige institutioner i landområder er fortsat afhængige af befordringspligten (Post Danmark) for at kunne sende/modtage pakker

Generelt opleves det ikke besværligt at modtage pakker i offentlige institutioner. I 9 ud af 10 (93%) institutioner opleves det som nemt eller meget nemt at modtage pakker, jfr. figur 33.

Figur 33: Oplevet besvær ved modtagelse af pakker (base: alle offentlige institutioner, n = 212 interviews)

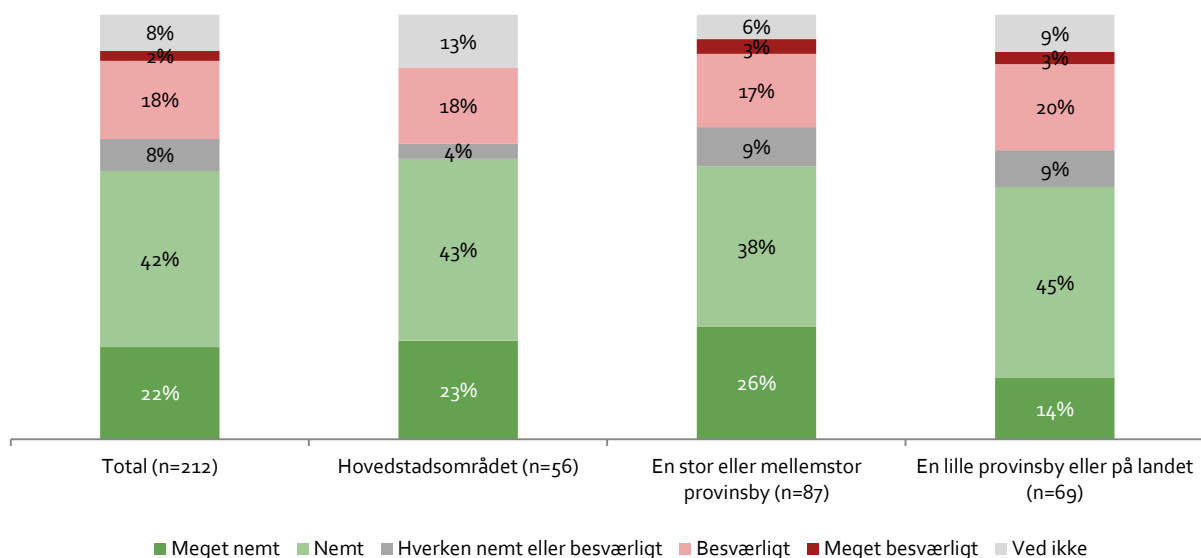


Q19: Hvor nemt eller besværligt synes du det er at modtage pakker, i det område hvor organisationen ligger?

Billedet er ens på tværs af by og land – forskellen mellem andelen, som har svaret nemt/meget nemt, er ikke væsentlig.

2 ud af 3 (64%) af de offentlige institutioner oplever, at det er nemt at sende pakker, jfr. figur 34 herunder.

Figur 34: Oplevet besvær ved at sende pakker (base: alle offentlige institutioner, n = 212 interviews)

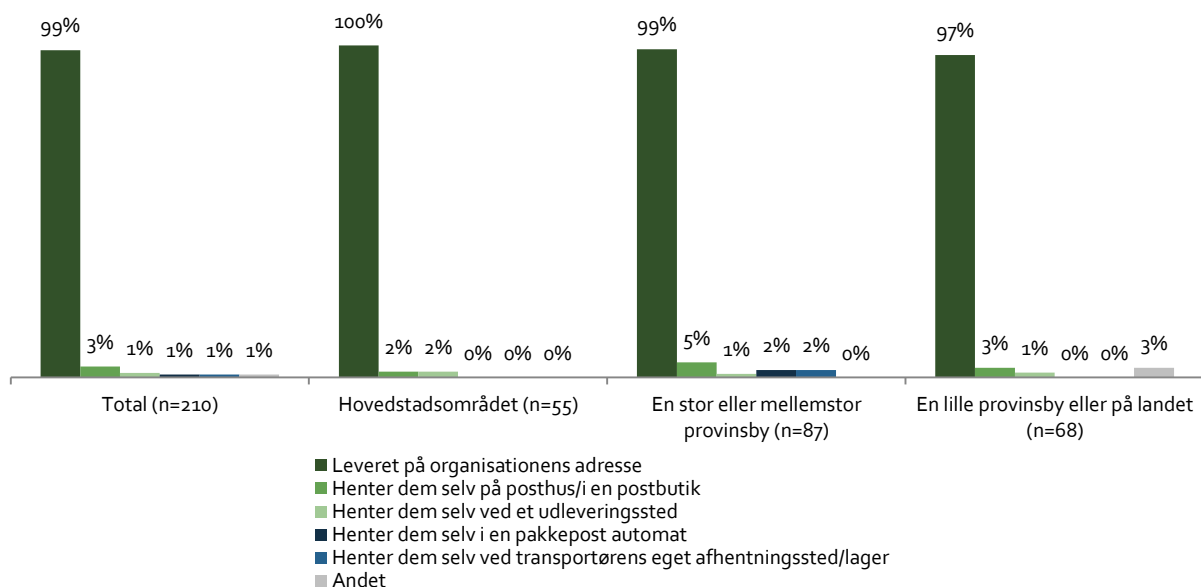


Q20: Hvor nemt eller besværligt synes du det er at sende pakker, i det område hvor organisationen ligger?

Også her er billedet ens på tværs af by og land – forskellen mellem andelen, som har svaret nemt/meget nemt at sende pakker er ikke væsentlig.

Pakker til offentlige institutioner leveres næsten altid på adressen, og den ubetydelige forskel mellem by og land er ikke væsentlig, som vist i figur 35 herunder.

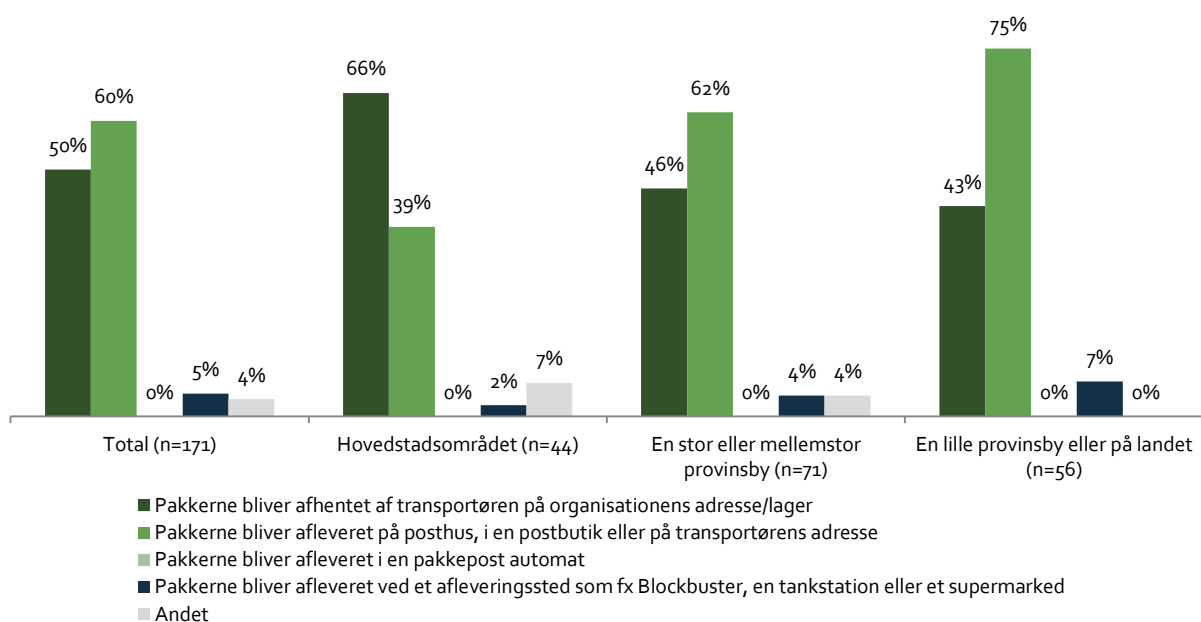
Figur 35: Udleveringsform (base: alle offentlige institutioner, der modtager pakker, n = 210 interviews)



Q3: På hvilke af følgende måder modtager organisationen sine pakker?

I offentlige institutioner bliver pakker oftest indleveret på posthus eller andet indleveringssted (60%) efterfulgt af afhentning på afsenders adresse (50%), som vist i figur 32 herunder.

Figur 36: Indleveringsform (base: alle offentlige institutioner, der sender pakker, n = 171 interviews)

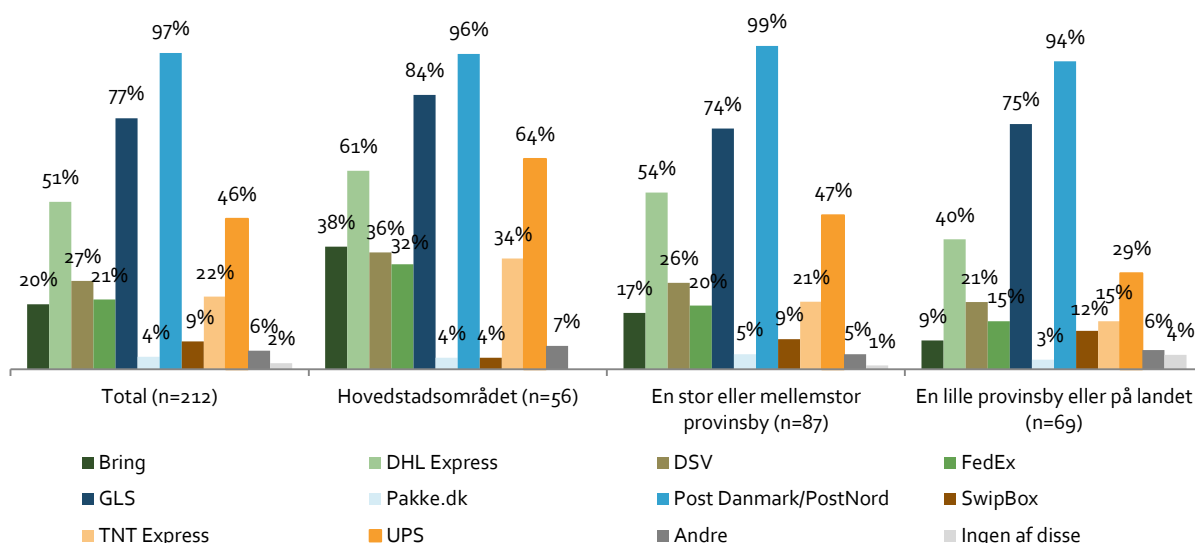


Q6: På hvilke af følgende måder sender organisationen sine pakker?

Forskellen mellem by og land er væsentlig, det er altså mere udbredt selv at bringe sine pakker til posthus/til transportøren, når man ligger i et landområde eller en lille provinsby.

Som det er vist tidligere i dette kapitel, så sender institutioner i små provinsbyer/på landet pakker væsentligt sjældnere end institutioner i Hovedstadsområdet. Forskellen på, hvordan pakker sendes, er derfor sandsynligvis mere en funktion af pakkemængder end af manglende muligheder for at få pakker afhentet på institutionens adresse.

Figur 37: Kendskab til pakketransportører i eget område (base: alle offentlige institutioner, n= 212 interviews)



Q10: Hvilke af disse virksomheder, som transporterer pakker, er du bekendt med kan levere pakker eller kan sørge for afsendelse af pakker i dit område?

Også de offentlige institutioner oplever, som virksomhederne, at de kan modtage pakker fra og sende pakker med andre end Post Danmark.

Næsten samtlige (97%) peger på Post Danmark som en virksomhed, der transporterer pakker, i det område de bor i. Og herefter nævnes på de næste 4 pladser:

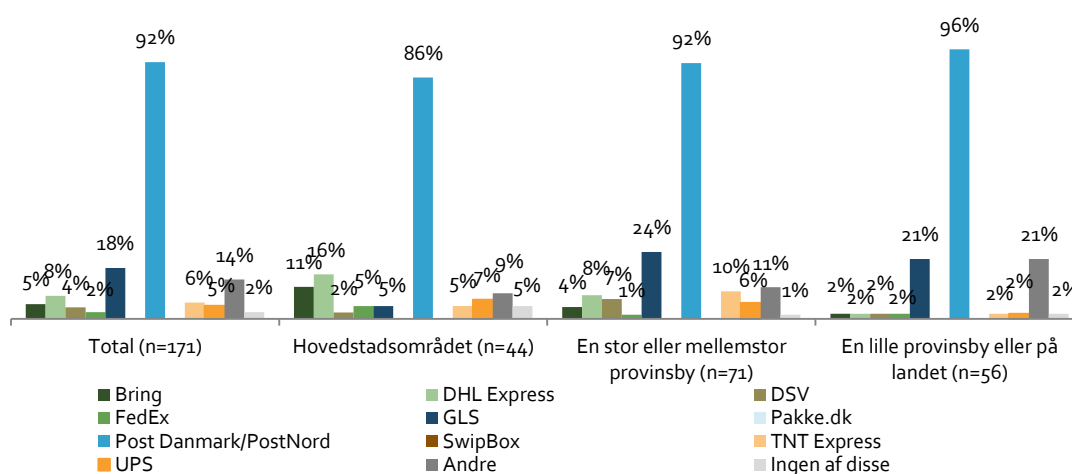
- GLS (77%)
- DHL Express (51%)
- UPS (46%)
- DSV (27%)

Udover Post Danmark nævnes der i institutionerne i gennemsnit 2,8 transportør yderligere.

I små provinsbyer/på landet nævnes i gennemsnit 2,2 transportør ud over Post Danmark, og i Hovedstadsområdet er dette gennemsnit 3,6. Men selv på landet oplever man altså, at der er mindst 2 alternativer til Post Danmark

9 ud af 10 (92%) offentlige institutioner bruger Post Danmark, når de skal sende pakker. Allerede i de kvalitative dybdeinterviews kom det frem, at dette var mere af vane end af nødvendighed, og der er, som der fremgår af den foregående figur, jo også en klar oplevelse af, at der er alternativer, jfr. figur 38 herunder.

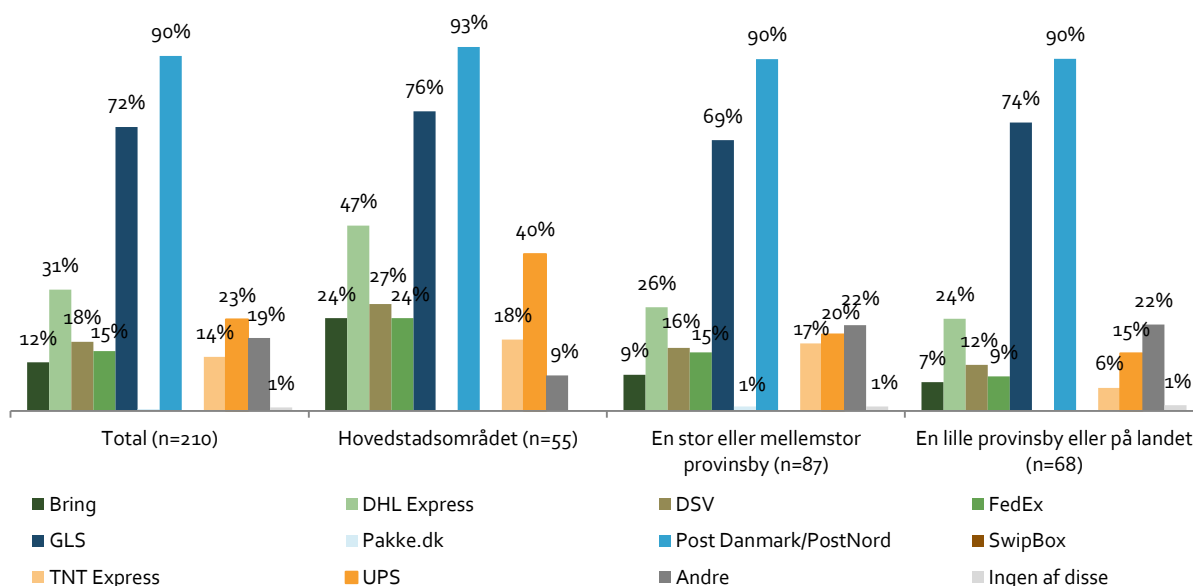
Figur 38: Brug af pakkedistributør ved afsendelse af pakker (base: offentlige institutioner, der sender pakker, n= 171 interviews)



Q12: Hvilke af disse virksomheder, som transporterer pakker, benytter organisationen selv når I skal sende pakker?

Der er ikke væsentlig forskel i brugen af Post Danmark på tværs af landet.

Figur 39: Hvem leverer pakker til institutionen (base: offentlige institutioner, der modtager pakker, n= 210 interviews)

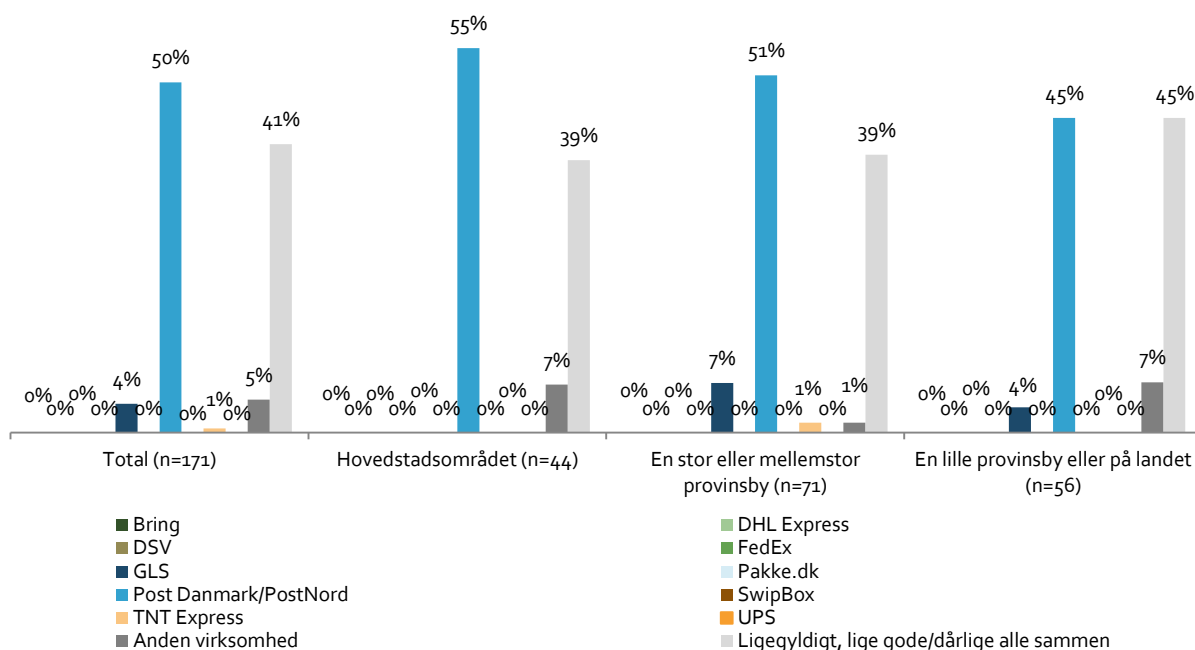


Q11: Hvilke af disse virksomheder, som transporterer pakker, leverer de pakker organisationen modtager?

Tilstedeværelsen af alternativer kommer også tydeligt frem, når man ser på, hvem der leverer pakker til offentlige institutioner. Ud over Post Danmark nævner institutionerne i gennemsnit næsten 2 leverandører mere, som også kommer med pakker.

Mønsteret er ensartet på tværs af landet, dog med den forskel at der i hovedstaden nævnes flere leverandører (2,6) ud over Post Danmark, end der bliver nævnt i landområder (1,5). Men selv på landet oplever man altså, at der er alternativer til Post Danmark.

Figur 40: Præference for virksomhed at sende pakker med (base: offentlige institutioner, der sender pakker, n= 171 interviews)



Q12: Hvilken transportør foretrækker du at sende organisationens pakker med?

Der er blandt offentlige institutioner en udbredt indifferens over for, hvem man sender sine pakker med. 4 ud af 10 institutioner (41%) har ingen præferencer, og dette er en væsentlig forskel, både i forhold til virksomheder (25%) og til private forbrugere (28%).

Forskellen i præference for Post Danmark mellem by og land er ikke væsentlig, men det er dog værd at bemærke sig, at præferencen for Post Danmark er lavest på landet, hvor hypotesen ellers indikerer, at præferencen burde være højest.

Sammenfatning

Sammenfattende om afhængigheden af befordringspligten blandt offentlige institutioner i landområder gælder altså:

- Det opleves ikke mere besværligt at modtage pakker i små provinsbyer og landdistrikter sammenlignet med storbyer og hovedstaden.
- Det opleves ikke mere besværligt at sende pakker fra landdistrikter og små provinsbyer, sammenlignet med storbyer og hovedstaden.
- Næsten alle institutioner (99%) i landet modtager pakker på adressen og på tværs af Danmark og dermed også i landdistrikter oplever man, at der er mindst 2 operatører ud over Post Danmark, som transporterer pakker, i det område man bor i.

- I landdistrikter som i byområder benytter man primært Post Danmark ved afsendelse af pakker, men dette synes mere vanebetonet end dikteret af nødvendighed. Tilsvarende ser man, i landdistrikter såvel som i byområder, at institutionerne får leveret pakker til virksomheden af mange forskellige transportører – Post Danmark, GLS, DHL Express, UPS m.fl.
- Præferencen for pakkedistributør er meget lav – 41% af institutionerne er indifferente over for, hvem de sender pakker med, og kun 50% foretrækker Post Danmark. Og der er ingen væsentlige forskelle mellem land og by.

En egentlig afhængighed af befordringspligten (Post Danmark) synes altså ikke at være til stede specielt for institutioner beliggende i landområder, og hypotesen kan derfor ikke bekræftes.

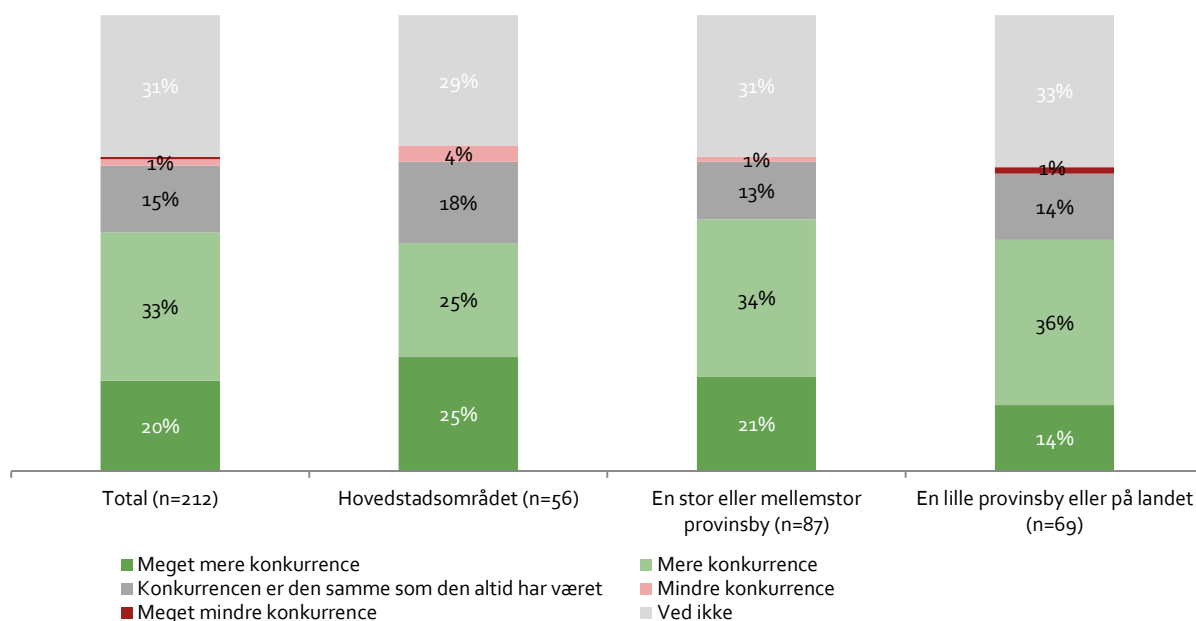
5.2 Hypotese: Institutioner i byområder oplever stigende konkurrence mellem pakkedistributørerne

I dette afsnit behandles 2 hypoteser under ét:

- Institutioner i byområder oplever stigende konkurrence mellem pakkedistributørerne
- Institutioner i landdistrikter oplever ikke stigende konkurrence (“Tilbydes ikke disse valgmuligheder”)

Cirka halvdelen af de danske institutioner (53%) oplever, at der er kommet mere eller meget mere konkurrence mellem pakkedistributørerne. 15% mener, konkurrencesituationen er uændret. Hver tredje institution – 31% - kan dog ikke tage stilling.

Figur 41: Udvikling i oplevet konkurrence (base: alle institutioner, n= 212 interviews)



Q18: Hvordan oplever du at konkurrencen mellem pakketransportørerne har udviklet sig de seneste par år?

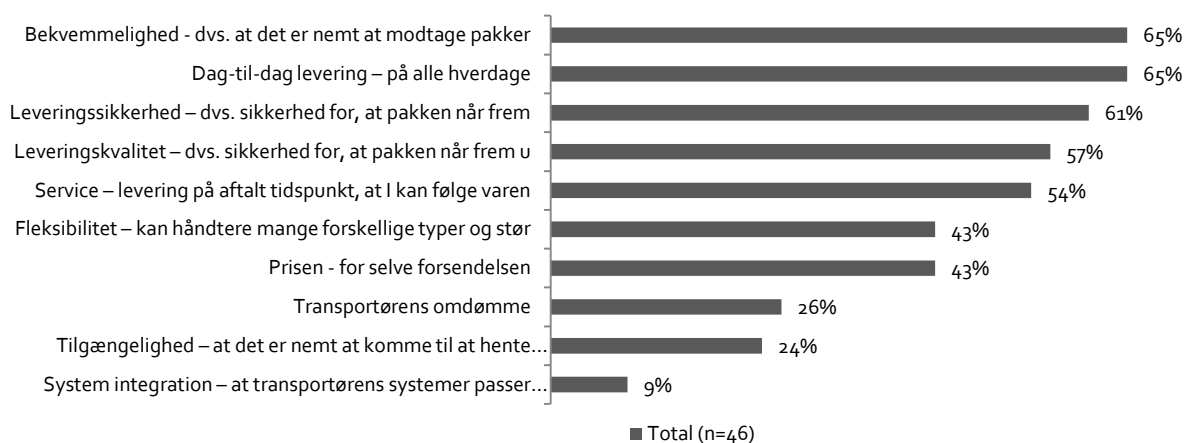
Forskellen i denne oplevelse mellem by og land er ikke væsentlig. Institutioner i landdistrikter og små provinsbyer oplever også konkurrencen på samme måde, som man oplever den i store byer.

Hypoteserne kan altså ikke bekræftes – Institutioner i landdistrikter oplever udviklingen i konkurrence mellem distributørerne i samme omfang som i byerne.

5.3: Hypotese: De afgørende faktorer, når institutioner vælger pakkedistributører/leveringsform, er pris og fleksibilitet (convenience)

I figur 42 og 43 er vist institutionernes opfattelse af vigtige faktorer ved valg af pakkedistributør/leveringsform ved hhv. modtagelse og afsendelse af pakker.

Figur 42: Faktorer ved valg af virksomheder, der kan levere pakker til institutionen (base: institutioner, der modtager pakker og ikke er indifferent overfor valg af leverandør, n= 46 interviews)

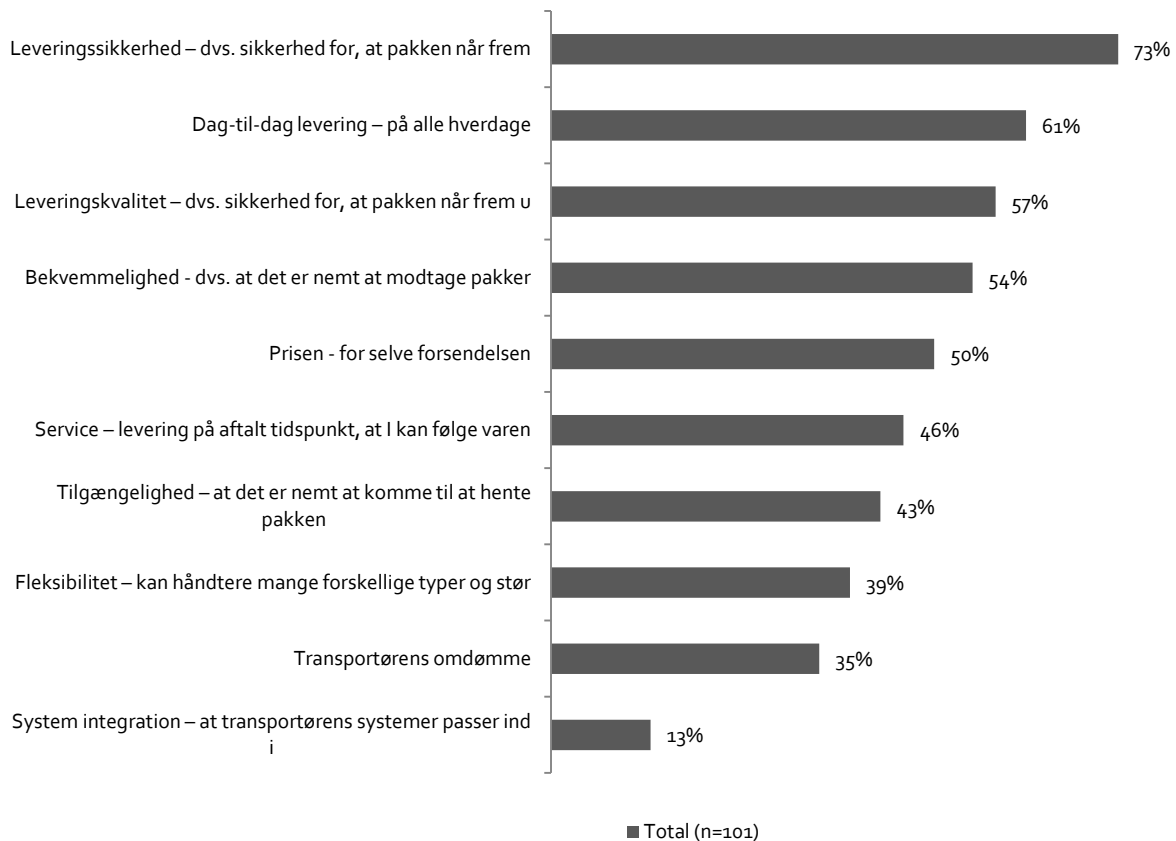


Q16: Hvad er for dig de vigtigste ting når du tænker på virksomheder, der kan levere pakker til dig?

Hvad angår modtagelse af pakker vurderes bekvemmelighed sammen med dag-til-dag levering højest af samtlige faktorer. Pris kommer kun ind på en 7. plads. Men man skal dog bemærke sig, at interviewgrundlaget er spinkelt.

Ved valg af virksomheder, der kan sende pakker for institutionen, vægter leveringsikkerhed højest, jfr. figur 43 herunder.

Figur 43: Faktorer ved valg af virksomheder, der kan sende pakker for institutionen (base: institutioner, der sender pakker og ikke er indifferent over for valg af transportør, n= 101 interviews)



Q17: Hvad er for dig de vigtigste ting når du tænker på virksomheder I kan sende jeres pakker med?

Efter leveringsikkerheden følger dag-til-dag levering og leveringskvalitet. Pris indtager kun en 5. plads på listen over vigtige faktorer.

Hypotesen kan derfor ikke bekræftes. Hverken når man ser på modtagelse eller afsendelse af pakker, er pris og fleksibilitet (convenience) de to afgørende eller vigtigste faktorer.

5.4 Hypotese: Institutioner lægger vægt på indsamling og omdeling af pakker på alle hverdage

Data til be- eller afkræftelse af denne hypotese er allerede behandlet i det foregående afsnit. Både hvad angår modtagelse og afsendelse af pakker vurderer institutionerne dag-til-dag levering (og dermed dag-til-dag indsamling) på alle hverdage som den næstvigtigste faktor ved deres valg af transportør.

Hypotesen kan bekræftes – offentlige institutioner lægger vægt på indsamling og omdeling på alle hverdage.

6. Om konkurrencen på tværs af markeder

I dette kapitel behandles afslutningsvis konkurrencen på tværs af markeder, dvs. at der foretages en vurdering af konkurrencens styrke mellem hhv. virksomheds- institutions- og forbrugermarkederne.

Om konkurrencen er højere eller lavere på ét marked end på et andet, må nødvendigvis bero på en vurdering, da der ikke er opstillet objektive kriterier for dette. Hertil kommer, at denne undersøgelse tager udgangspunkt i **brugernes oplevelse** af konkurrence, som den kommer til udtryk i deres daglige brug af pakketjenester og distributører. Set fra andre perspektiver (fx cost-benefit, effektivitet o. lign) kan konklusionen meget vel blive en anden.

6.1 Hypotese: Der er størst konkurrence på B-B segmentet, knap så meget (men stigende) konkurrence på B-C/C-B segmentet og mindst konkurrence på C-C segmentet

Som skrevet ovenfor er der ikke nogen objektive kriterier for, hvad der er høj eller lav konkurrence, når man sammenligner konkurrencen på tværs af markeder.

Set fra et brugerperspektiv har vi derfor valgt at lægge følgende indikatorer til grund for sammenligning og vurdering af konkurrencen på tværs af markeder:

- Er det nemt eller besværligt at modtage pakker (jo nemmere det er, desto større konkurrence)
- Er det nemt eller besværligt at sende pakker (jo nemmere det er, desto større konkurrence)
- Hvor mange leverandører, der opererer i eget område, kender man? (jo flere man kender, desto større konkurrence)

Konsekvensen af ovenstående er altså også, at vi med konkurrence mener konkurrence om at sende pakker for et segment.

Konklusionerne om disse indikatorer er der allerede redegjort for i de tidligere kapitler 3, 4 og 5, hvorfor der i det følgende blot er vist en opsummering i tabel 1.

Tabel 1: Opsummering af konkurrenceindikatorer

	Forbrugere	Virksomheder	Institutioner
Modtage pakker	75% svarer nemt	87% svarer nemt	93% svarer nemt
Sende pakker	48% svarer nemt	75% svarer nemt	64% svarer nemt
Antal distributører i eget område	2,5 distributør	5,1 distributør	3,8 distributør
Samlet vurdering af konkurrence	Lavest	Højest	Medium

Hypotesen om, at der er størst konkurrence på markedet for at sende pakker for virksomheder (B2B segmentet), kan derfor bekræftes. Det samme gælder for hypotesen om B2C segmentet, da over 50% af virksomhederne sender pakker til forbrugere (enten udelukkende eller som en del af deres samlede pakkevolumen).

Tilsvarende kan hypotesen om, at der er lavest konkurrence på C2B og C2C segmentet, bekræftes.

7. Om metode og gennemførelse

Som skrevet i afsnit 1.2 er undersøgelsen gennemført med en kombination af kvalitative og kvantitative metoder. Hensigten med denne kombination af metoder har været at sikre en helhedsorienteret dyberegående forståelse af behov for og brug af pakketjenester før gennemførelse af en struktureret og deskriptiv undersøgelse af samme.

7.1 Kvalitativ forundersøgelse

Den kvalitative forundersøgelse omfattede, som anført i afsnit 1.2:

- 2 gruppesamtaler med private forbrugere
- 8 individuelle dybdeinterviews med pakkeansvarlige i private virksomheder
- 9 individuelle dybdeinterviews med pakkeansvarlige i offentlige institutioner (statslige, regionale og kommunale institutioner)

Gruppesamtalerne med forbrugere blev gennemført i hhv. Odense og København den 8. og 9. april 2015, med hhv. 7 og 8 deltagere, som var rekrutteret i aldersspektret 25-50 år og med en spredning på personer, som havde (efter egen opfattelse) hhv. let og besværlig adgang til at sende og modtage pakker.

De i alt 17 dybdeinterviews i private virksomheder og offentlige institutioner er gennemført med pakkeansvarlige, dvs. personer som har ansvar for virksomhedens/institutionens brug af pakketjenester, og beslutning om hvilken distributør, man bruger i forbindelse med afsendelse og modtagelse af pakker.

Der er i alt gennemført 8 individuelle dybdeinterviews med private virksomheder og i selve virksomheden, 4 interviews i hovedstadsregionen og 4 interviews på Fyn. Ved udvælgelsen af virksomheder er det sikret, at halvdelen driver internethandel (ikke nødvendigvis udelukkende, men som en del af virksomhedens aktivitet), og der har været tilstræbt en spredning af virksomheder på tværs af størrelse (antal ansatte).

De i alt 9 interviews med offentlige institutioner er gennemført i Hovedstadsområdet med hhv. 3 interviews i statslige institutioner, 3 i regionale institutioner og 3 i kommunale institutioner.

De individuelle dybdeinterviews er gennemført i perioden fra den 14. til den 21. april 2015.

Resultater og konklusioner fra den kvalitative forundersøgelse er rapporteret særskilt til Transportministeriet som interne arbejdsdokumenter til brug for tilrettelægning af spørgeskemaer til den kvantitative undersøgelse.

7.2 Kvantitativ undersøgelse

Den kvantitative/deskriptive undersøgelse har, som beskrevet i afsnit 1.2, omfattet:

- 2.323 private forbrugere
- 506 private virksomheder
- 212 offentlige institutioner

7.2.1 Private forbrugere

Der er i alt gennemført 2.323 interviews med et nationalt repræsentativt udsnit af danske forbrugere på 18 år eller derover. Disse fordeler sig med:

- 2.022 personer, som er interviewet online, med personer rekrutteret fra Wilkes onlinepanel Wilke Wisdom.
- 301 personer, som er interviewet telefonisk. Disse fordeler sig med 150 personer i alderen 18-24 år og 151 personer på 65 år eller mere. Disse er udvalgt simpelt tilfældigt.

Valg af webinterviews som dataindsamlingsform skyldes, at netop den meget store del af befolkningen, som i dag er på nettet også i høj grad handler på nettet og dermed også modtager en meget stor del af de pakker, som sendes til private modtagere. Tilsvarende må man forvente, at en betragtelig del af denne population også sender pakker i form af returvarer. Med webinterviews i den danske internetpopulation rammer vi derfor så at sige i "hjertekulen" af private brugere af pakketjenester.

I tillæg til de 2.022 webinterviews er gennemført i alt 301 telefoninterviews i både den yngre (18-24 år) og den ældre del af befolkningen (65 år eller ældre) som supplement til de interviews, der er blevet indsamlet i samme aldersgrupper via webinterviews.

Vi har anvendt denne "dual mode", idet vi erfaringsmæssigt ved, at netop disse aldersgrupper ikke er så hyppigt repræsenterede i webpaneler. Særligt er de ældre mindre digitalt orienterede end danskerne som helhed, hvorfor man også kan forvente, at deres brug af nethandel, pakketjenester m.v. vil adskille sig. De borgere, der har præferencer for analog kommunikation og handel, vil være mere repræsenteret i en telefonbaseret undersøgelse, hvorimod de online-orienterede vil være mere repræsenteret i en webbaseret undersøgelse. Hertil kommer, at man i en webbaseret undersøgelse ikke opnår en fuldt repræsentativ stikprøve blandt de yngste, da denne målgruppe benytter andre medier end den i deres øjne gammeldags e-mail.

Med denne kombination af telefon- og webinterviews og med en vægtning af data på bl.a. alder, har vi sikret, at resultaterne bliver repræsentative for den danske befolkning i forhold til emnet for undersøgelsen.

Alle interviews er indsamlet i perioden 28.april – 11. maj 2015.

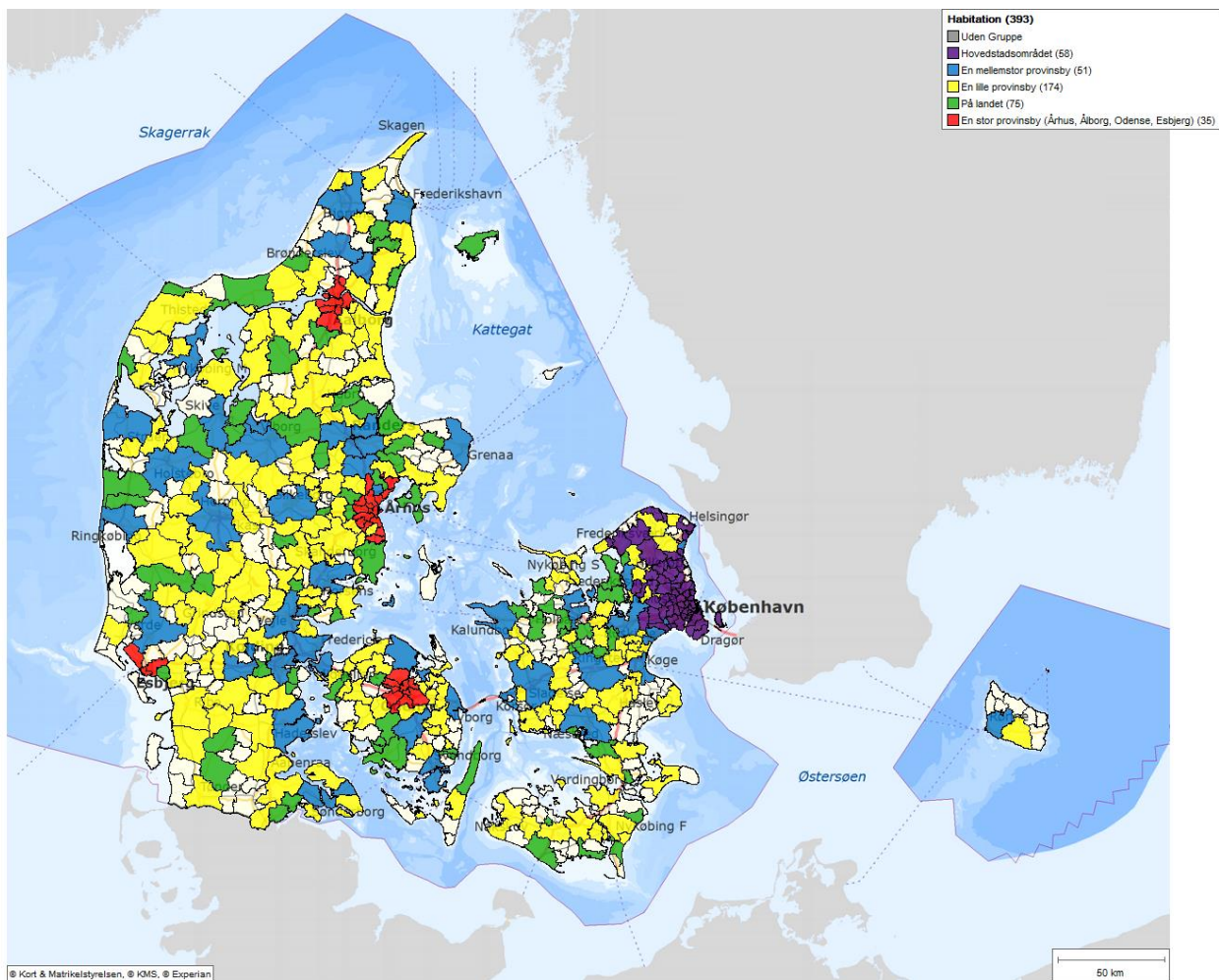
Ved den efterfølgende databehandling er de opnåede besvarelser vejet på køn, alder og region. Basis for denne vejning har været Danmarks Statistiks fordelinger for den danske befolkning på 18 år eller derover.

I tabellen herunder er vist den uvejede og den vejede fordeling af materialet samt Danmarks Statistiks idealfordeling.

	Uvejjet	Vejjet	Ideal
Mand	48%	50%	49%
Kvinde	52%	50%	51%
18-24 år	17%	12%	12%
25-34 år	13%	15%	15%
35-44 år	15%	17%	17%
45-54 år	16%	19%	18%
55-64 år	14%	16%	15%
65 år eller ældre	25%	22%	23%
Region hovedstaden	32%	31%	31%
Region Sjælland	14%	15%	15%
Region Syddanmark	21%	21%	21%
Region Midtjylland	22%	23%	23%
Region Nordjylland	11%	10%	10%
I alt	2.323	2.323	4.501.262

Vejningen har ingen indflydelse på konklusionerne men tjener alene til at bringe materialets sammensætning i overensstemmelse med de nationale fordelinger.

Interviewenes geografiske fordeling på postnumre er vist på kortet på næste side. De enkelte postnummerområder er farvelagt efter det hyppigste svar på spørgsmålet om urbanisering blandt interviews i det pågældende postnummerområde. Er et postnummerområde ikke farvelagt, skyldes det enten, at der ingen besvarelser er fra det pågældende postnummer, eller at der ikke er et dominerende svar. Det sidste vil fx være tilfældet, hvis der i et postnummerområde er lige mange svarpersoner, der har svaret "landdistrikt" eller "lille provinsby".



7.2.2: Private virksomheder

Der er i alt gennemført 506 telefoninterviews med pakkeansvarlige i private danske virksomheder. Disse er udvalgt kvoteret fra NN Markedsdata. Kvoteringen er foretaget på antal ansatte som vist herunder:

1. Små virksomheder (Mindre end 50 ansatte) : 303 interviews
2. Mellemstore virksomheder (50-249 ansatte) : 153 interviews
3. Store virksomheder (250 ansatte eller flere) : 50 interviews

Kvoteringen har sikret, at også de store virksomheder repræsenteres i undersøgelsen.

Alle interviews er indsamlet i perioden 7. maj – 15. maj 2015.

Der er ved den efterfølgende databehandling foretaget en vejning af besvarelserne på basis af Danmarks Statistiks fordelinger af danske virksomheder på antal ansatte. Vejningen har ingen indflydelse på konklusionerne men tjener alene til at bringe materialets sammensætning i overensstemmelse med de nationale fordelinger. Det uvejede og vejede materiales sammensætning fremgår herefter:

	Uvejjet	Vejjet	Ideal
Små virksomheder	60%	97%	97%
Mellemstore virksomheder	30%	2%	2%
Store virksomheder	10%	1%	1%
I alt	506	506	276.805

7.2.3: Offentlige institutioner

Der er i alt gennemført 212 telefoninterviews med pakkeansvarlige i offentlige institutioner og organisationer. Disse er kvoteret på hhv. statsligt, regionalt og kommunalt plan som vist i tabellen herunder:

	% af interviews
Stat	33%
Regioner	33%
Kommuner	33%
I alt	212

Alle interviews er indsamlet i perioden 11. maj – 19. maj 2015.

Der er ikke foretaget vejning på data, da en samlet populationsbeskrivelse ikke har været tilgængelig.

7.2.4: Om Maximum Difference Scaling

Det er et klassisk problem ved måling af præferencer, at man med traditionelle spørgsmål med prioritering af alternativer eller vurdering af de enkelte alternativeres vigtighed sjældent får særlig dyb eller differentieret information.

Traditionelle målemetoder

Man kan forestille sig, at forbrugerne skal vurdere vigtigheden af egenskaber ved en pakketjeneste

En simpel prioritering kunne fx se ud som følger:

1. Pris
2. Dag-til-dag levering
3. Distributør
4. Kan selv bestemme tidspunkt for levering
5. Kan selv hente pakken døgnet rundt
6. Levering på alle hverdage
7. Levering på privatadresse
8. Lørdagslevering
9. Skal selv hente pakken indenfor normal åbningstid
10. Track & Trace

Vi får, med denne måde at spørge på, viden om, at pris og dag-til-dag levering er de to vigtigste egenskaber for forbrugerne, og at Track & Trace er den mindst vigtige egenskab. Men vi får ikke noget at vide om, hvor stor forskellen i vigtighed er mellem de enkelte egenskaber.

Hvis man beder forbrugerne om at vurdere vigtigheden af hver enkelt egenskab på fx en 5-pkts. skala fra 1= Helt uden betydning til 5= Afgørende betydning, vil man få lidt mere viden men stadig ikke særlig megen, som illustreret herunder:

Egenskab	% meget vigtigt/afgørende betydning
Pris	95%
Dag-til-dag levering	91%
Distributør	90%
Selv bestemme tidspunkt for levering	89%
Selv hente pakker døgnet rundt	87%
Levering på alle hverdage	80%
Levering på privatadresse	80%
Lørdagslevering	75%
Selv hente pakker indenfor normal åbningstid	70%
Track & Trace	68%

Vi får at vide hvor mange, der tillægger den enkelte egenskab betydning, men vi får stadig ikke viden om, hvor stor forskellen mellem de enkelte egenskaber er – hvor meget vigtigere prisen er i forhold til dag-til-dag levering?

Problemet med disse traditionelle måder at måle på er, at der er tale om gratis tilvalg – det "koster" ikke noget at svare noget er afgørende vigtigt eller har høj prioritet, der er så at sige "frit valg på alle hylder".

Og sådan er virkeligheden jo ikke – hvis man vil have mere af én ting, må man give afkald på noget andet. Hvis jeg vil have markedets laveste pris, kan jeg ikke også regne med at få lørdagslevering eller levering på min privatadresse på et tidspunkt, jeg selv har valgt.

Maximum Difference Scaling

En løsning på denne problematik er fx Maximum Difference Scaling (MDS), som er en simpel spørge- og skaleringsteknik, som kan illustrere ikke alene prioritering af egenskaber men også hvor stor forskel i vigtighed, der er mellem de enkelte egenskaber. Centralt i denne skaleringsteknik er, at man for at vælge noget til også må vælge noget fra. Der er altså en "omkostning" forbundet med de tilvalg, man foretager, der er ikke længere "frit valg på alle hylder".

Teknikken baserer sig på matematisk teori om parvise sammenligninger helt tilbage fra 1800-tallet, men det er først med penetrationen af webinterviewing og tabletcomputere, at teknikken har vundet udbredelse.

Svarpersonen præsenteres for fx 4 egenskaber ad gangen, som illustreret herefter:

"Hvis du skulle vælge en pakketjeneste, hvilken af de 4 følgende egenskaber er så den vigtigste for dig, og hvilken er den mindst vigtige?"

Vigtigste (ét svar)	Egenskab	Mindst vigtige (ét svar)
<input type="checkbox"/>	Pris	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Distributør	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Dag-til-dag levering	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Jeg kan selv bestemme leveringstidspunkt	<input type="checkbox"/>

Hvis man svarer, at pris er den vigtigste egenskab, og at distributør er den mindst vigtige af disse 4 egenskaber, så har vi fået en række oplysninger om svarpersonens præferencer:

- Pris er vigtigere end distributør
- Pris er også vigtigere end dag-til-dag levering og selvbestemt leveringstidspunkt
- Dag-til-dag levering og selvbestemt leveringstidspunkt er vigtigere end distributør

Ved at gentage denne valgproces flere gange med systematisk udskiftning af egenskaber og deres placering som nr. 1, 2, 3 eller 4 får vi et billede af svarpersonens/populationens præferencestruktur, som ikke alene fortæller os, hvordan der prioriteres, men også hvor stor forskel i præferencer der er for de 10 egenskaber, som illustreret herefter:

Egenskab	Præferenceindex
Pris	24
Dag-til-dag levering	12
Distributør	12
Selv bestemme tidspunkt for levering	11
Selv hente pakker døgnet rundt	8

Levering på alle hverdage	8
Levering på privatadresse	7
Lørdagslevering	6
Selv hente pakker indenfor normal åbningstid	6
Track & trace	5
Total indexpoint	100

Pris er altså ikke alene den vigtigste parameter, den er også dobbelt så vigtig som dag-til-dag levering, og de 3 vigtigste beslutningskriterier er tilsammen stort set lige så vigtige som de 7 andre tilsammen.

MDS teknikken resulterer altså i væsentlig mere information, end man får med traditionelle spørgeteknikker, hvorfor den også har vundet stor udbredelse bl.a. i forbindelse med udvikling af koncepter og produktudvikling, tilpasning af serviceniveauer, udformning af loyalitets- og kundeklubber m.v.

Udover den åbenbare fordel i form af mere information og dermed større forståelse rummer teknikken også en række fordele yderligere:

- Den er intuitivt nem at forstå for svarpersonerne
- Den er uafhængig af kultur og forudsætninger hos svarpersonen – sagt med andre ord, en kineser og en dansker vil forstå og svare ud fra de samme forudsætninger, hvor erfaring med traditionelle spørgeteknikker er, at fx skalaer forstås og besvares vidt forskellig på tværs af kulturer.
- Da der er tale om ratioskalerede data på individniveau, kan disse direkte indgå i andre analyseformer som fx TURF analyse.

7.2.5: Om væsentlighed – statistisk signifikans

Når en forskel mellem 2 delgrupper i materialet – fx en forskel mellem beboere i landområder og beboere i Hovedstadsområdet – betegnes som væsentlig, er det et udtryk for, at forskellen er statistisk signifikant – dvs. ikke en tilfældighed, men en væsentlig forskel. Er en forskel ikke væsentlig, kan den altså lige så godt være udtryk for en tilfældighed.

Om en forskel er væsentlig eller ej – om den er statistisk signifikant eller ej – afgøres ved en såkaldt test af "mindste signifikante forskel". Denne test afgør, hvor stor en forskel der mindst skal være mellem 2 delgrupper af materialet, for at forskellen kan betegnes som væsentlig, dvs. ikke en tilfældighed.

Statistisk beregnes dette som:

$$Diff \pm 1,96 \sqrt{\frac{P1*(1-P1)}{N1} + \frac{P2*(1-P2)}{N2}}$$

Hvor:

- Diff : Forskellen mellem de to observationer
- P₁ : Observeret værdi i delgruppe 1
- P₂ : Observeret værdi i delgruppe 2
- N₁ : Antal observationer i delgruppe 1
- N₂ : Antal observationer i delgruppe 2
- 1,96 : 95% fraktilen i standard normalfordelingen

Et eksempel:

I figur 1 er vist hyppighed for modtagelse af pakker. I Hovedstadsområdet modtager 36% (P₁) pakker mindst én gang månedligt, og dette er baseret på 649 besvarelse (N₁). I landområder modtager 27% (P₂) pakker mindst én gang månedligt, og dette er baseret på 240 besvarelser (N₂).

Ved indsættelse af disse værdier i formlen fås, at den mindste forskel mellem de to værdier skal være mindst 7%. Den er faktisk 9%. Der er altså 95% sandsynlighed for, at den observerede forskel **IKKE** er en statistisk tilfældighed – forskellen er altså væsentlig. Havde forskellen været mindre end 7%, havde den ikke været væsentlig.