

Izvještaj

Stepen zadovoljstva poslovnih korisnika poštanskih usluga u Crnoj Gori

Za:

Sadržaj:

METODOLOGIJA	3
UZORAK	4
POŠTANSKE USLUGE	5
INTERNET TRGOVINA	27
REZIME ISTRAŽIVANJA.....	34

Metodologija

Realizacija:	Prikupljanje podataka obavljeno tokom marta i aprila 2025. godine
Uzorački okvir:	Preduzeća na teritoriji Crne Gore prema podacima Poreske uprave Crne Gore
Veličina uzorka:	200
Tip uzorka:	Jednoetapni, stratifikovani, slučajni uzorak
Tip istraživanja:	CAPI prosječne dužine 15 minuta
Mjesta istraživanja:	Teritorija Crne Gore
Poststratifikacija:	Region, djelatnost i veličina preduzeća

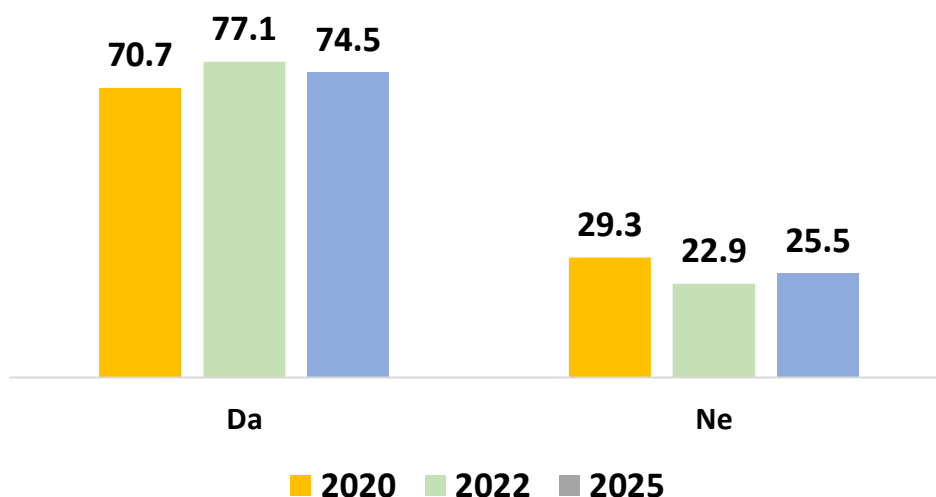
UZORAK

		%
Region	Centar	43.5
	Sjever	38.0
	Jug	18.5
Djelatnost	Proizvodnja	16.0
	Trgovina	34.5
	Usluge	40.0
	Državna i lokalna uprava	9.5
Broj zaposlenih	Do 9 zaposlenih	51.0
	Od 10 do 49 zaposlenih	30.5
	Od 50 do 250 zaposlenih	12.0
	Više od 250 zaposlenih	6.5

POŠTANSKE USLUGE

1. Molim Vas da mi kažete da li je Vaša firma/organizacija, u poslednjih godinu dana, koristila usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka? (pod poštom podrazumijevamo pisma, pakete, razglednice...)?

Baza: Ukupna ciljna populacija, N=200



U 2020. godini 70,7% ispitanih firmi/organizacija koristilo je poštanske usluge (slanje/prijem), da bi taj procenat porastao na 77,1% u 2022. godini, a zatim blago opao na 74,5% u 2025. Ukupno gledano, većina organizacija i dalje koristi usluge pošte, s tim da je uočljiv najveći obuhvat u 2022, poslije čega dolazi do blagog pada. Takođe, procenat onih koji nisu koristili poštanske usluge kreće se od 29,3% (2020) prema 22,9% (2022), a zatim raste na 25,5% (2025).

2. Nabrojaćemo Vam neke poštanske usluge, pa Vas molimo da nam kažete da li ste čuli za njih i da li ste ih koristili?

Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljane populacije), N=149

	Da, čuo sam i koristio	Da, čuo sam ali nisam koristio	Nisam čuo
Slanje i prijem pisama	63.8	35.6	0.7
Usluge hibridne pošte	6.0	54.4	39.6
Slanje i prijem paketa	71.1	28.9	0.0
Expres poštanske usluge	59.7	36.2	4.0
Kurirske usluge	68.5	31.5	0.0
Direktna pošta	38.3	48.3	13.4
Neadresirane pošiljke	7.4	45.6	47.0
Novčane poštanske usluge	40.3	59.7	0.0
Novine, knjige časopisi...	12.8	77.2	10.1
Telegramske usluge	54.4	45.6	0.0
E-commerce	46.3	32.2	21.5

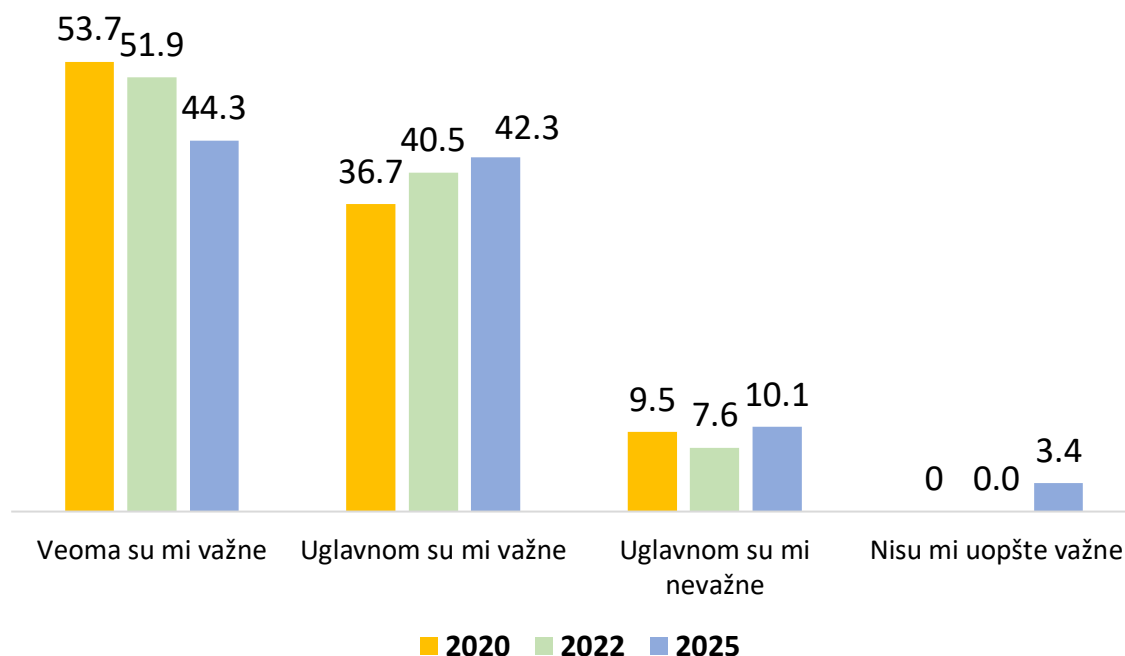
U 2025. godini najveći procenat poslovnih subjekata, koji su čuli i koristili poštanske usluge opredjelio se za slanje i prijem paketa (71,1%), zatim kurirske usluge (68,5%), slanje i prijem pisama (63,8%), ekspres poštanske usluge (59,7%) i telegramske usluge (54,4%).

U poređenju sa prethodnim istraživanjima, može se zaključiti da je za većinu navedenih usluga zabilježen porast korišćenja od 2020. do 2022, a zatim pad u 2025. godini, koji ih ponegdje vraća ispod nivoa iz 2020. Najveći skok, ali i najizraženiji pad, bilježe telegramske usluge.

S druge strane, usluge poput hibridne pošte ili neadresiranih pošiljki ostaju slabije poznate i rijetko korišćene, dok e-commerce usluge imaju nagli rast korišćenja i prepoznatljivosti između 2020. i 2022, a zatim se u 2025. biljeleži blago smanjenje. Generalno, podaci sugerišu da su tradicionalne poštanske usluge i dalje dominantne, iako se u 2025. nazire lagani pad njihovog korišćenja, dok neke novije ili specifičnije usluge (poput e-commerce ili hibridne pošte) rastu ili osciluju u skladu sa promjenama na tržištu i navikama korisnika.

3. Možete li nam reći u kojoj mjeri su za vas važne usluge prijema i slanja poštanskih pošiljaka?

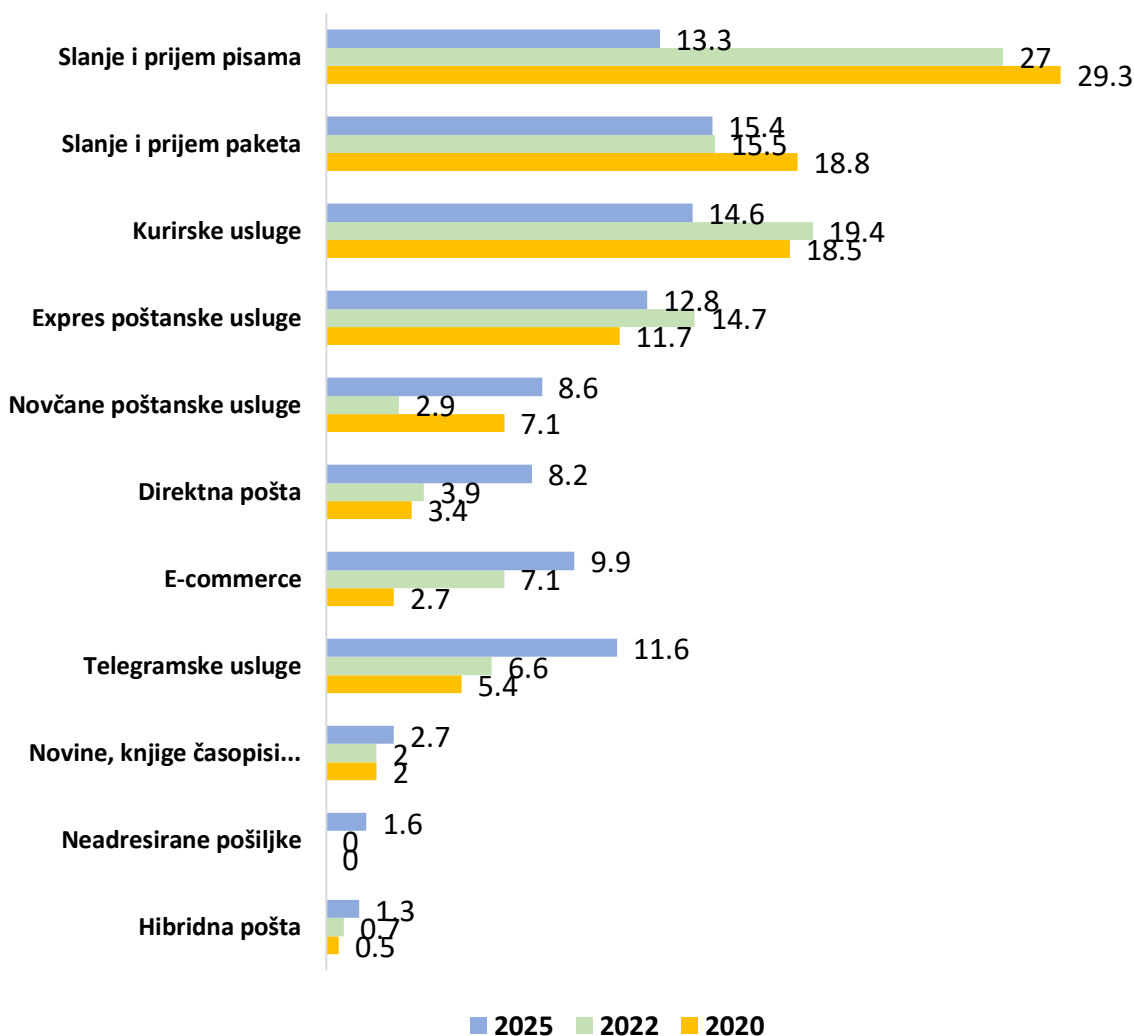
Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljane populacije), N=149



Rezultati pokazuju da je većini ispitanika u svim godinama istraživanja važno slanje i prijem poštanskih pošiljaka, ali da se u 2025. bilježi nešto manji udio onih kojima su „veoma važne“, uz istovremeni blagi rast kategorije „uglavnom važne“ i porast onih kojima su nevažne. Konkretno, procenat „veoma važnih“ opada sa 53,7% u 2020. na 44,3% u 2025, dok se istovremeno „uglavnom važne“ kreću od 36,7% do 42,3%. Udio onih kojima su „uglavnom nevažne“ ili „uopšte nisu važne“ ostaje relativno mali, ali raste s 9,5% (2020) na 13,5% (2025).

4. Da li možete reći koje poštanske usluge **NAJČEŠĆE** koristiti vaša firma/organ?

Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljne populacije), N=149



Najveći pad učešća bilježi slanje i prijem pisama, koje je sa 29,3% (2020) spustilo na 13,3% (2025), dok su slanje i prijem paketa ostali relativno stabilni i 2025. predstavljaju najčešće korišćenu uslugu (15,4%). Kurirske i ekspres usluge imaju porast do 2022, a zatim blago opadaju, ali i dalje drže značajan udio. Istovremeno, bilježi se rast zanimanja za e-commerce, telegramske usluge, direktnu i neadresiranu poštu, koje se u 2020. praktično nisu koristile ili su bile na minimalnom nivou. Novčane poštanske usluge takođe pokazuju pad između 2020. i 2022, a zatim snažan rast u 2025.

Poslovni subjekti najrjeđe koriste usluge hibridne pošte, neadresirane pošiljke i prijem novina, knjiga, časopisa.

5. Molim Vas da mi kažete koje sve operatore poštanskih usluga poznajete makar po imenu, bez obzira da li ste koristili njihove usluge

Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljne populacije), N=149

	2020	2022	2025
POŠTA CRNE GORE	95.9	98.1	75.8
DHL	78.2	57	22.1
EXPRESS COURIER (UPS)	17	15.2	12.1
EXPRESS ONE MONTENEGRO	-	13.9	7.7
NELT MNE/MONTENOMAKS	58.5	65.2	26.7
NTC LOGISTICS	36.1	39.2	27.2
FAST EXPRESS	4.1	5.7	0.4
PURIĆ TRADE	1.4	-	-
ARDE COM	-	3.2	0.3
EXCLUSIVE MOBILE	-	-	1.5
GO EXPRESS - BRAĆA KASTRATOVIĆ	-	7.6	5
POST EXPRESS PADRINO	-	-	4.4
PRO EXPRESS	-	-	1.3
NAŠ EXPRESS	-	21.5	2.1
HALO DOSTAVA	-	17.1	1.8
12 MAJ – NS	-	-	0.9
ANANAS EXPRESS CRNA GORA	-	-	4.4
BRZA POŠTA KELE	-	-	1.7
DAS GROUP	-	-	0.6
DECERTO	-	-	0.5
DM EXPRESS DELIVERY	-	-	1.7
MILŠPED	-	-	4.5
ROYAL EXPRESS	-	-	2.3
VDV EXPRESS	-	-	0.7
Delta transportni sistem - DTS	-	-	3.9
Send	-	-	7.8
Delivery King	-	-	3.7

Za protekih pet godina došlo je do formiranja novih ili gašenja starih operatora. Ova činjenica donekle onemogućava praćenje trendova poznavanja operatora poštanskih usluga, kao i praćenja trendova korišćenja usluga ovih operatora, a koji se nalaze u nastavku ovog izvještaja. Najprepoznatljiviji operator poštanskih usluga u Crnoj Gori je,

i dalje, Pošta CG (75.8%), a zatim slijede NTC Logistics (27.2%), NELT/Montenomaks (26.7%) i DHL (22.1%).¹

¹ Važno je napomenuti da je Montenomaks Control & Logistics d.o.o. Danilovgrad poslovao pod ovim imenom do 31.12.2024.godine. Od 01.01.2025. godine, došlo je do spajanja, putem pripajanja privrednog društva Montenomaks Control & Logistics privrednom društvu NELT MNE, i od tada ovo društvo posluje pod nazivom NELT MNE. Dodatno, za razliku od prethodnih talasa istraživanja, u ovom je pitanje bilo u formi otvorenog pitanja, što je podrazumijevalo da nisu unaprijed ponuđeni odgovori ispitanicima, već su oni navodili operatore.

6. Rekli ste nam da je vaša firma/organizacija koristila neke poštanske usluge, zamolio bih Vas da mi kažete za svaku od tih usluga preko kojeg operatora ste ih koristili?

Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljane populacije), N=149

Zbog velikog broja operatora uključenih u istraživanje, a statistički malih frekvencija odgovora za većinu njih, u izvještaju su detaljno prikazani samo operatori s većim učešćem u korišćenju poštanskih usluga (iznad ~5% u barem jednoj kategoriji). Time se obezbjeđuje jasnija preglednost rezultata i izbjegava donošenje zaključaka na osnovu malih frekvencija, koje mogu biti nepouzdanе.

Operator	Slanje i prijem pisama	Hibridna pošta	Slanje i prijem paketa	Expres poštanske usluge	Kurirske usluge	Direktna pošta	Neadresirane pošiljke	Novčane poštanske usluge	Novine, knjige časopisi	Telegramske usluge	E-commerce
Pošta Crne Gore	77.9%	100.0%	40.7%	29.4%	20.6%	63.2%	63.6%	100.0%	63.2%	100.0%	35.7%
DHL	5.1%	—	12.4%	14.8%	14.7%	19.3%	36.4%	—	36.8%	—	20.5%
Express Courier (UPS)	2.2%	—	7.8%	9.5%	11.8%	2.6%	—	—	—	—	14.9%
Express One Montenegro	—	—	—	8.1%	7.9%	1.1%	—	—	—	—	—
Nelt MNE/Montenomaks	12.1%	—	20.2%	10%	16.9%	10.7%	—	—	—	—	31.2%
NTC Logistics	2.3%	—	15.4%	16.2%	15.7%	8.8%	—	—	—	—	17.4%
Exclusive Mobile	—	—	—	—	1.1%	—	—	—	—	—	5.8%
GO EXPRESS - Kastratović	—	—	0.9%	2.4%	1.5%	—	—	—	—	—	—
Post Express Padrino	—	—	2.6%	2.2%	1.9%	—	—	—	—	—	—
Decerto	—	—	—	1.4%	0.9%	—	—	—	—	—	—

Pošta Crne Gore ostvaruje najviši procenat korišćenja u gotovo svim uslugama, posebno u uslugama hibridne pošte, novčanih poštanskih usluga i telegramskih usluga (po 100%), zatim kod slanja i prijema pisama (77,9%), neadresiranih pošiljki (63,6%), direktne pošte (63,2%) i distribucije novina, knjiga i časopisa (63,2%). DHL je zastupljen u manjoj mjeri, sa najvećim procentom u uslugama neadresiranih pošiljki (36,4%) i distribuciji novina, knjiga i časopisa (36,8%). Nelt MNE (Montenomaks) posebno se ističe u uslugama e-commerce (31,2%), dok su Express Courier (UPS) i NTC Logistics prisutni umjereno, naročito u uslugama e-

commerce (14,9% i 17,4%) i ekspresnih pošiljki (9,5% i 16,2%). Ostali operatori, kao što su Express One Montenegro (do 8,1%), Exclusive Mobile (5,8%), GO EXPRESS - Kastratović (do 2,4%), Post Express Padrino (do 2,6%) i Decerto (do 1,4%), imaju ograničeno prisustvo u analiziranim kategorijama usluga.

7. Za kog operatora/pružaoca poštanskih usluga biste rekli da ga najčešće koristite?

Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljne populacije), N=149

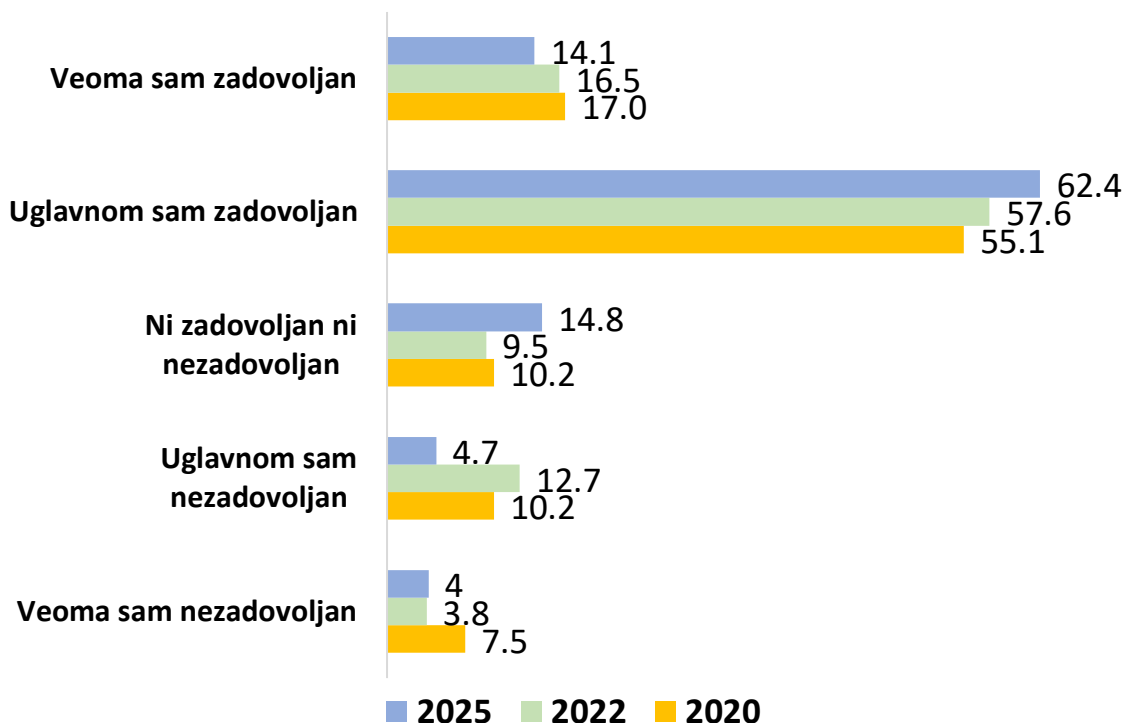
U 2020. i 2022. godini korišćen je zatvoren tip pitanja, s ponuđenim nazivima 12 operatora, dok je 2025. pitanje bilo otvoreno i obuhvaćen je mnogo veći broj poštanskih operatora na tržištu. Zbog toga su poređenja s ranijim periodima otežana, jer šira ponuda i drugačiji način ispitivanja dovode do rasipanja odgovora i drugačije strukture rezultata.

	2020	2022	2025
POŠTA CRNE GORE	65.3	63.9	56.2
KINGSCLIFFE DISTRIBUTION MONTENEGRO (DHL)	9.5	7.6	7.9
EXPRESS COURIER (UPS)	-	1.9	2.3
NELT MNE/MONTENOMAKS	9.5	20.9	15.6
NTC LOGISTICS	3.4	2.5	4.8
GO EXPRESS - BRAĆA KASTRATOVIĆ	-	-	1.2
POST EXPRESS PADRINO	-	-	2.9
HALO DOSTAVA	-	3.2	3.9
12 MAJ – NS	-	-	0.5
MILŠPED	-	-	0.9
Delta transportni sistem - DTS	-	-	0.7
Send	-	-	1.7
Delivery King	-	-	1.5

Pošta Crne Gore bilježi najviši procenat izbora u sve tri godine, mada uz primjetan pad od 65,3% u 2020, preko 63,9% u 2022, do 56,2% u 2025. godini. Operator Montenomaks/Nelt MNE pokazao je značajan rast korišćenja sa 9,5% u 2020. na 20,9% u 2022, da bi se 2025. godine taj procenat smanjio na 15,6%. DHL bilježi umjeren pad sa 9,5% (2020) na 7,6% (2022), uz blagi rast na 7,9% (2025). Ostali operatori bilježe manje učešće, s tim što NTC Logistics raste sa 3,4% (2020) na 4,8% (2025), dok su operatori poput Halo dostave (3,9% u 2025), Post Express Padrino (2,9%), Express Courier (UPS) (2,3%), Send (1,7%), Delivery King (1,5%) i drugi bilježili relativno niske procenat zastupljenosti ili su se pojavili tek u posljednjem periodu istraživanja.

8. U kojoj mjeri ste generalno zadovoljni uslugama koje vašoj firmi/organu pružaju poštanski operatori koje koristite najčešće?

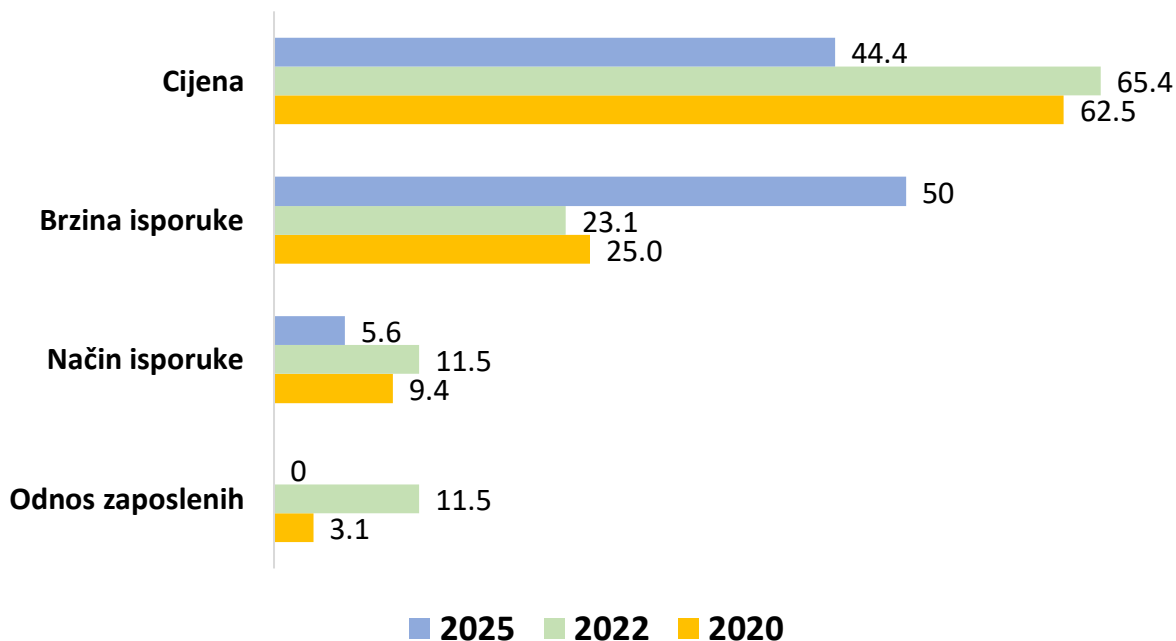
Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljne populacije), N=149



Najveća promjena, u odnosu na prethodne godine, jeste rast učešća onih koji su „uglavnom zadovoljni“ (sa 55,1% u 2020. na 62,4% u 2025), uz istovremeno opadanje kategorija „veoma nezadovoljan“ i „uglavnom nezadovoljan“. Primjetno je, međutim, i lagano smanjenje onih koji su „veoma zadovoljni“ (sa 17,0% na 14,1%). Dodatno, kategorija „ni zadovoljan ni nezadovoljan“ porasla je do 14,8% u 2025, što ukazuje na donekle povećanu neutralnost ili neodlučnost. Sveukupno gledano, trend pokazuje da je ukupan nivo zadovoljstva uslugama u porastu, prije svega zahvaljujući većem broju ispitanika koji su „uglavnom zadovoljni“.

9. Ukoliko ste nezadovoljni, koji je razlog, Vašeg nezadovoljstva?

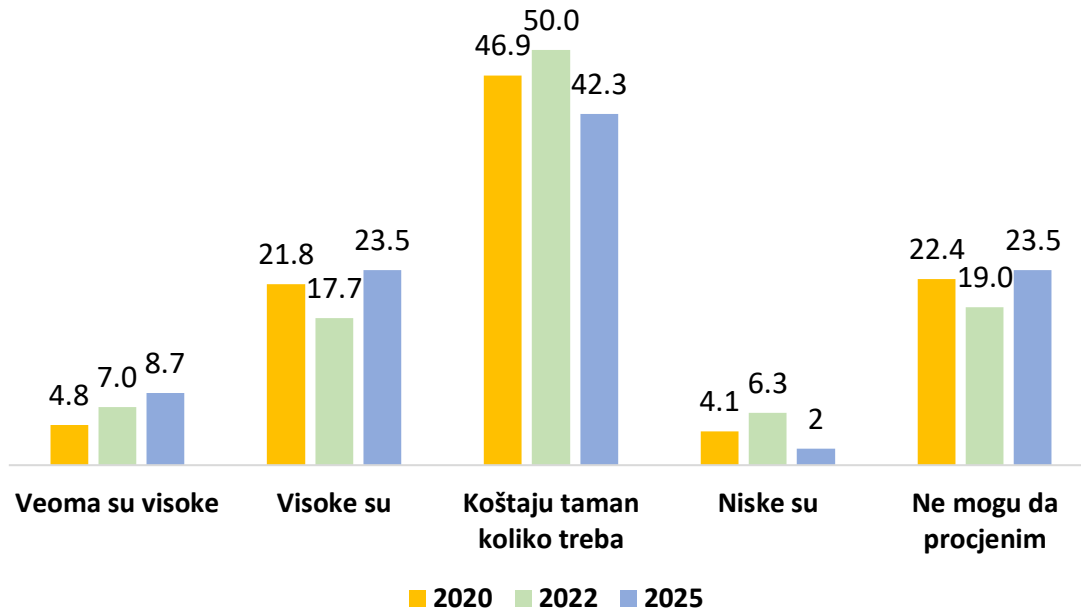
Baza: Oni koji su nezadovoljni uslugama operatora čije usluge najčešće koriste (6,5% od ciljane populacije), N=13



Među nezadovoljnim ispitanicima, cijena je bila glavni razlog nezadovoljstva u 2020. i 2022. (preko 60%), ali 2025. dolazi do značajnog pada tog razloga (44,4%) i snažnog porasta nezadovoljstva brzinom isporuke (sa 23,1% na 50%). Istovremeno, odnos zaposlenih više uopšte nije naveden kao razlog nezadovoljstva (0% u 2025), dok se i način isporuke nešto manje pominje nego ranije. Ovo sugerije da su u 2025. glavni izvori nezadovoljstva povezani s vremenom isporuke, dok su problemi s cijenom i kadrovima donekle ublaženi.

10. Koliko ste zadovoljni cijenom poštanskih usluga koje koristi vaša firma/organ?

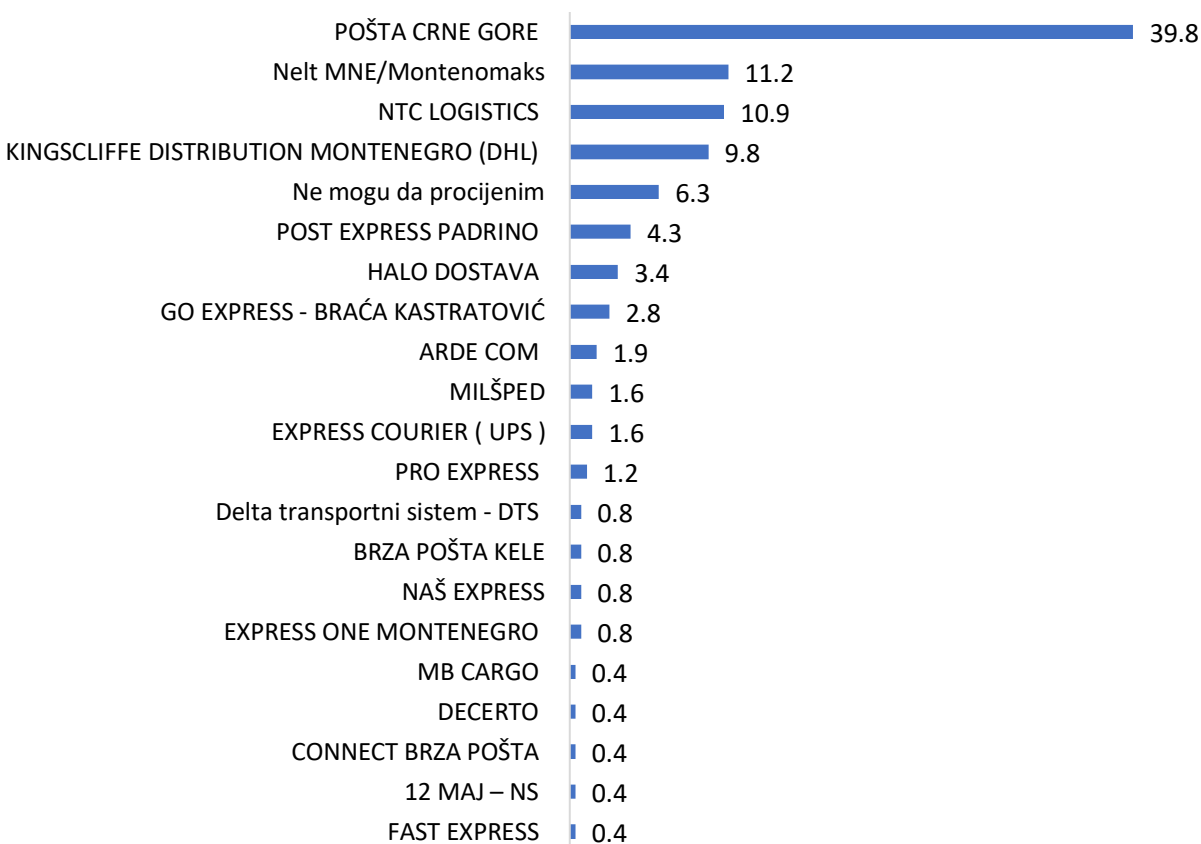
Baza: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljne populacije), N=149



Većina ispitanika u 2020. i 2022. smatrala je da su cijene poštanskih usluga „taman koliko treba“, ali se 2025. taj procenat smanjuje (sa 50% na 42,3%), uz vidljiv rast onih koji ih doživljavaju kao (veoma) visoke (ukupno 32,2% u 2025, naspram 24,7% u 2022). Ujedno je manje njih koji cijene poštanskih usluga smatraju niskim (padaju sa 6,3% na 2%), dok raste i udio onih koji „ne mogu da procjene“ (sa 19,0% na 23,5%). Sve to ukazuje na to da se 2025. bilježi veća neizvjesnost i blagi porast percepcije o višoj cijeni poštanskih usluga.

11. Za kog pružaoca poštanskih usluga smatrate da pruža najpovoljnije cijene svojih usluga?

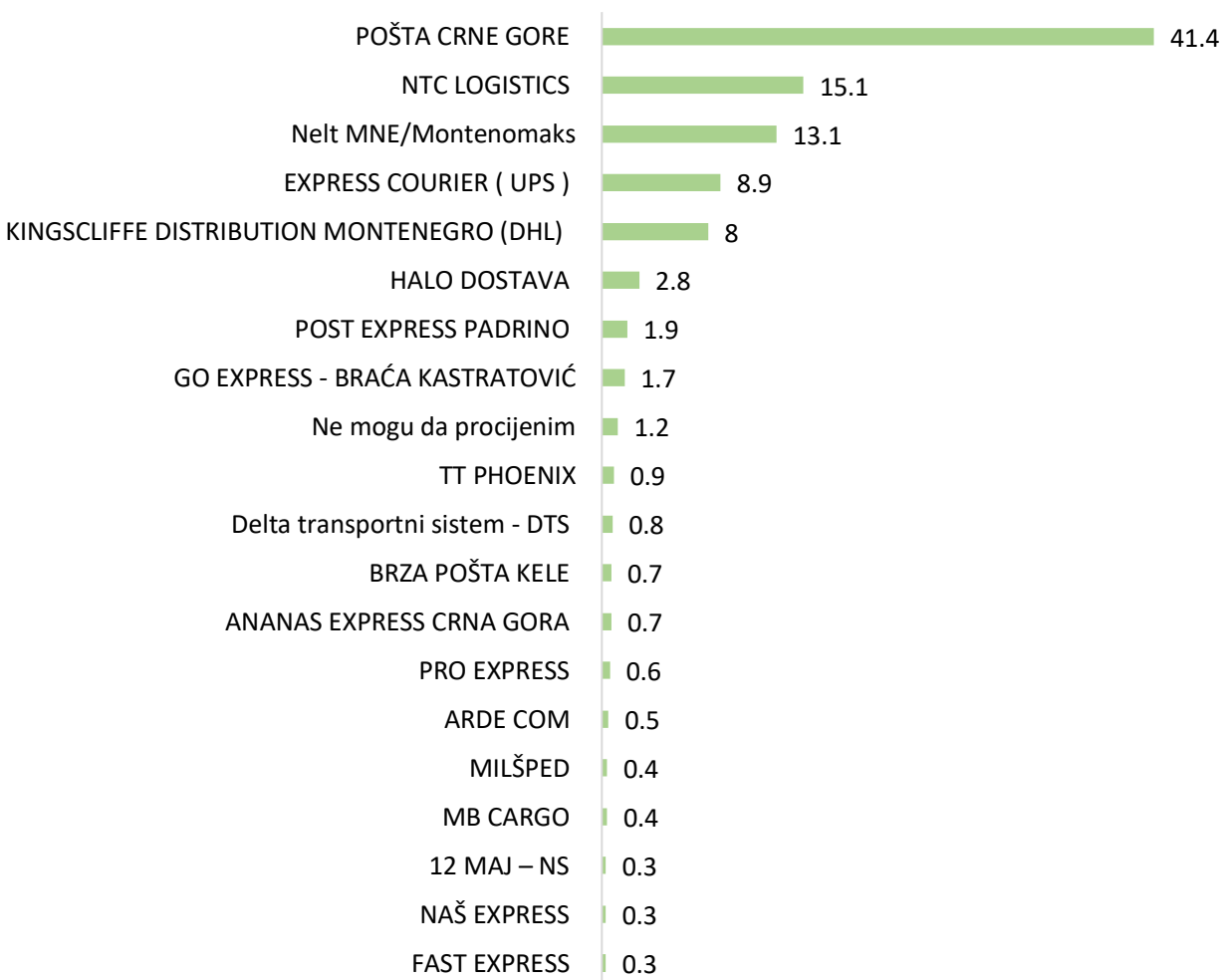
Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljane populacije), N=149



Najveći procenat ispitanika smatra da Pošta Crne Gore pruža najpovoljnije cijene poštanskih usluga (39,8%). Slijede operatori Nelt MNE/Montenomaks (11,2%), NTC Logistics (10,9%) i DHL (9,8%), koji bilježe značajno manji, ali ipak relevantan procenat percepcije povoljnosti cijena.

12. Za kog pružaoca poštanskih usluga smatrate da pruža najkvalitetnije usluge?

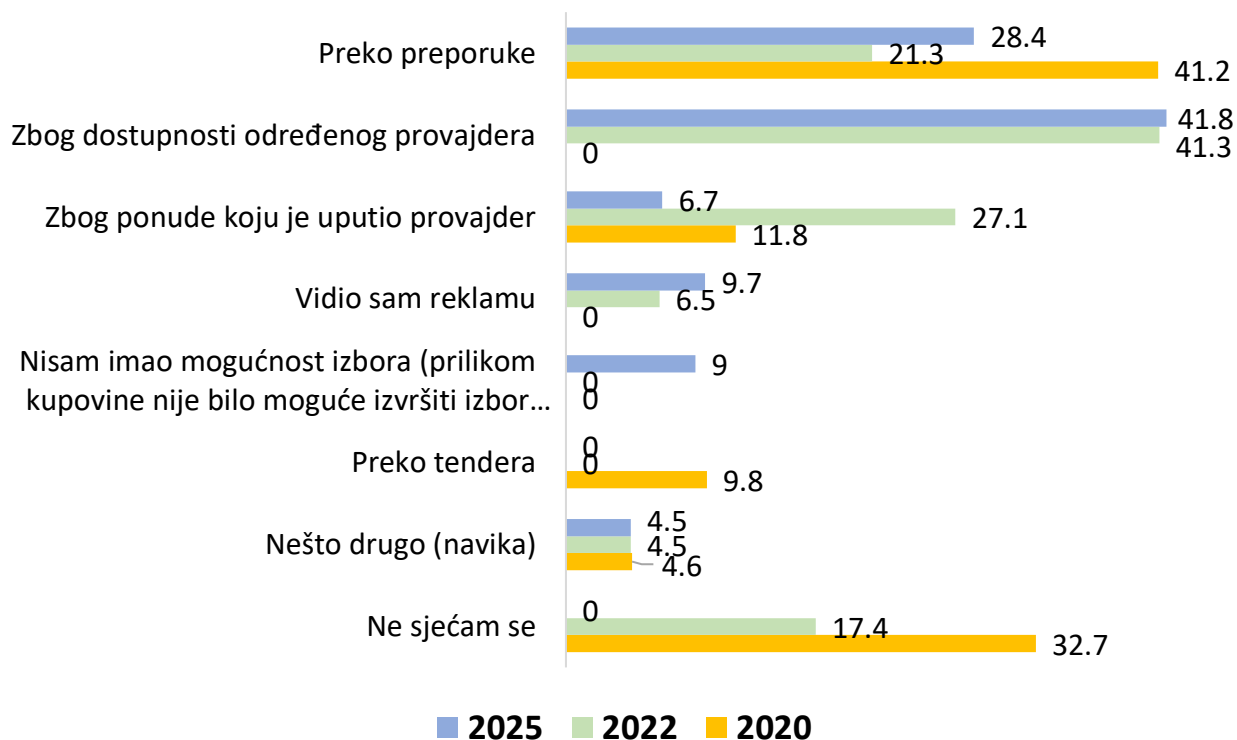
Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljane populacije), N=149



Najveći procenat ispitanika smatra da Pošta Crne Gore pruža najkvalitetnije usluge (41,4%), što je znatno više od ostalih operatora. Zatim slijede operatori NTC Logistics (15,1%) i Nelt MNE/Montenomaks (13,1%), koji su takođe prepoznati po kvalitetu svojih usluga. Express Courier (UPS) sa 8,9% i DHL sa 8% zauzimaju umjereno mjesto u percepciji kvaliteta.

13. Na koji način ste izabrali operatore poštanskih usluga koje koristi vaša firma/organ? (moguće više odgovora)

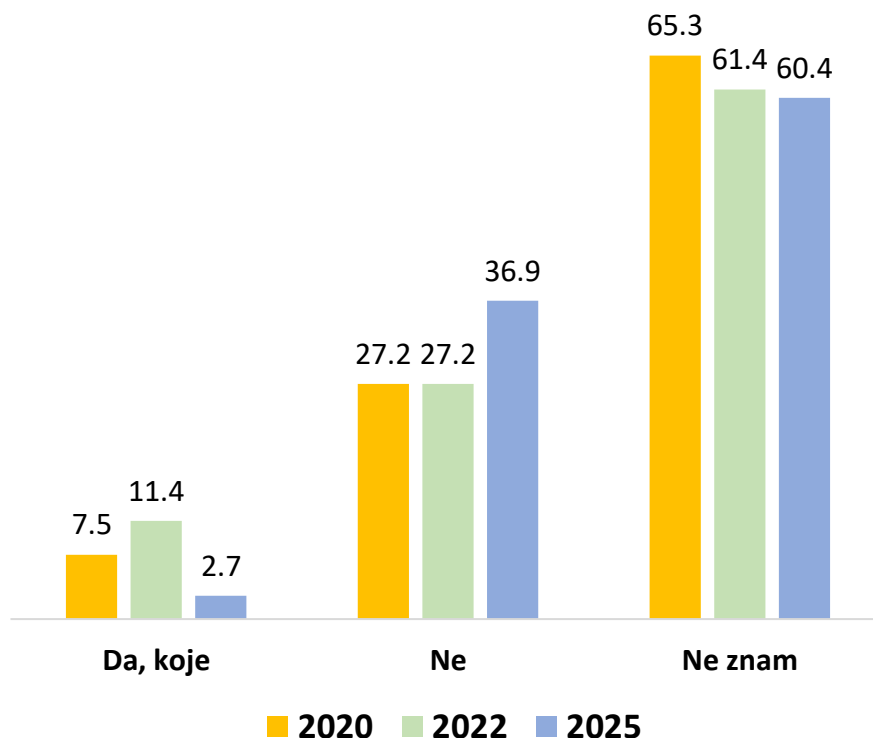
Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljne populacije), N=149



Ovogodišnji rezultati istraživanja pokazuju da je najveći procenat korisnika koji su izjavili da su izabrali operatora poštanskih usluga zbog dostupnosti određenog operator (41.8%), a zatim preko preporuke (28.4%). Do određenog disbalansa distribucije odgovora, u odnosu na prethodna istraživanja, došlo je zbog toga što su u istraživanju iz 2022. dodata dva nova modaliteta odgovora (zbog dostupnosti određenog operator i vidio sam reklamu), a u ovogodišnjem istraživanju dodat jedan novi modaliteta odgovora (nijesam imao mogućnost izbora), pa nije validno primjeniti komparativnu metodu upoređivanja rezultata.

14. Da li smatrate da operator čije usluge najčešće koristite treba da uvede nove poštanske usluge, ili poboljša pružanje postojeće kako bi se unaprijedilo tržište?

Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljne populacije), N=149

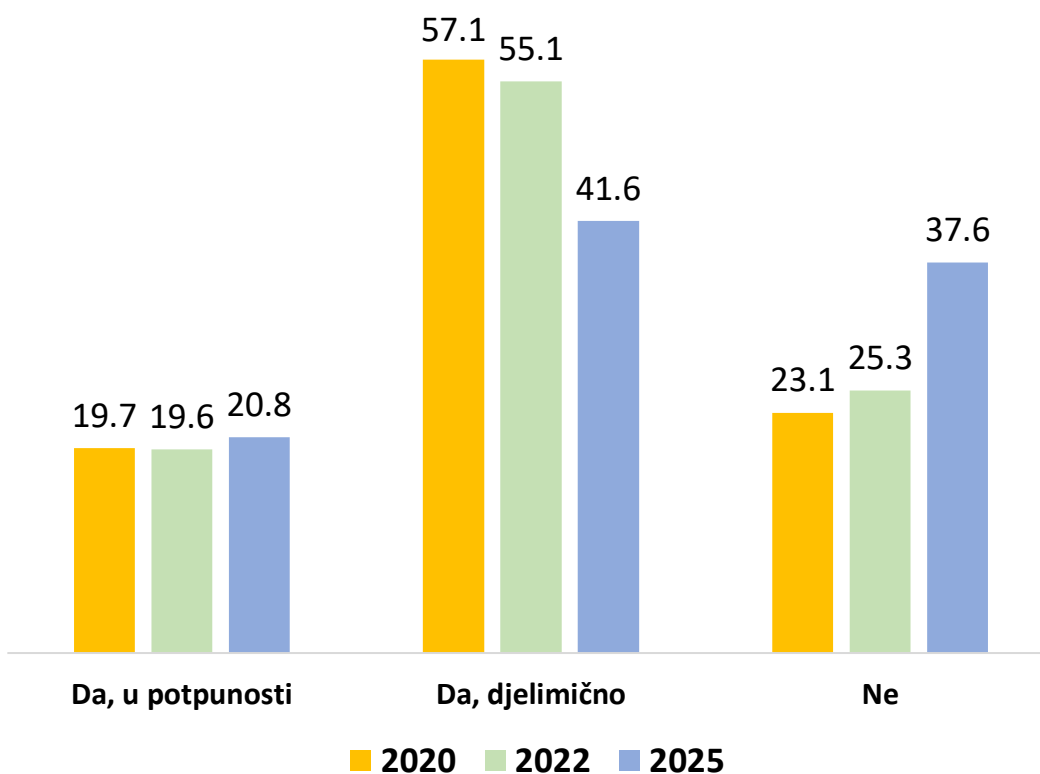


Kao i u prethodnom istraživanju, najveći procenat ispitanika (60.4%) nije mogao da procijeni da li operatori poštanskih usluga treba da uvedu nove usluge ili da, u narednom periodu, iste poboljšaju. Oko 37% ispitanika je odgovorio da ne treba uvoditi nove poštanske usluge, dok je 2.7% anketiranih (N=4) mišljenja da operatori treba da poboljšaju pružanje postojećih usluga.

Da bi se poboljšalo pružanje poštanskih usluga predlažu: manje cijene usluga i akcijski paket za korisnike koji često koriste usluge.

15. Da li smatrate da ste dovoljno informisani o novim uslugama koje nude poštanski operatori?

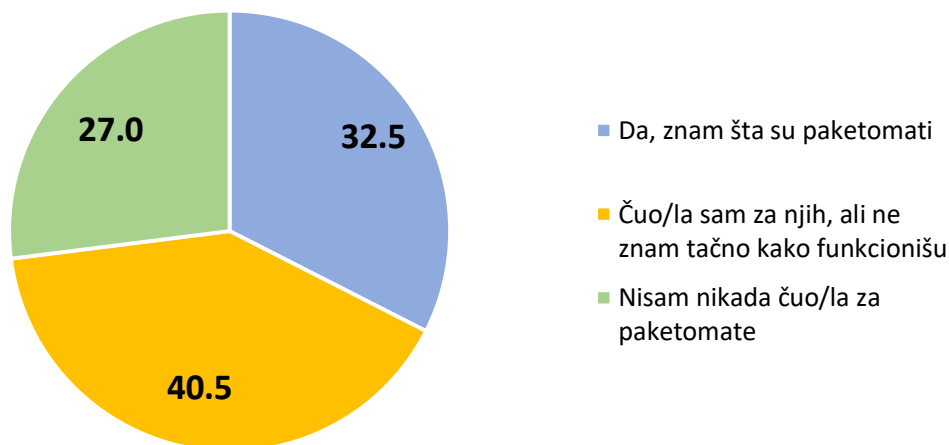
Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljne populacije), N=149



Podaci ukazuju da se broj onih koji smatraju da su potpuno informisani o novim uslugama zadržava na približno istom nivou (oko 20%), ali istovremeno dolazi do značajnog porasta onih koji kažu da **nisu** dovoljno informisani (sa 23,1% u 2020. na 37,6% u 2025.). Istovremeno, udio onih koji se osjećaju „djelimično“ informisani opada sa 57,1% na 41,6%. To može ukazivati na potrebu za intenzivnijom komunikacijom i edukacijom korisnika o novim uslugama koje operatori nude.

16. Da li ste čuli za paketomate- automatizovane uređaje za preuzimanje i slanje pošiljki?²

Baza: Ukupna ciljna populacija, N=200

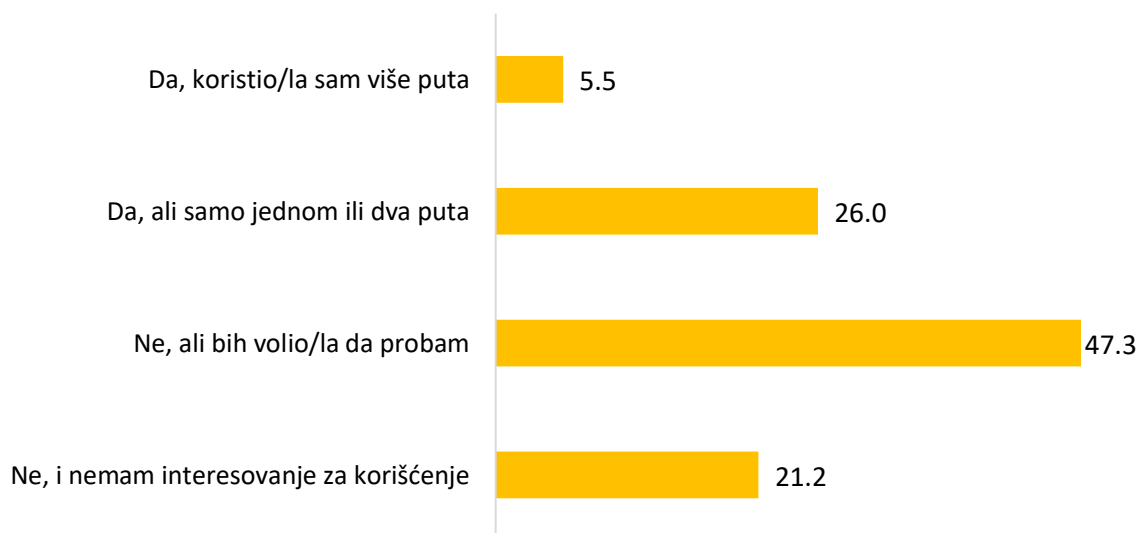


Oko trećine ispitanika (32,5%) jasno zna šta su paketomati, dok ih dodatnih 40,5% jeste čulo za njih, ali nisu upoznati sa njihovim tačnim funkcionisanjem. Preostalih 27% uopšte ne poznaje ovaj koncept, što ukazuje na to da je, i pored određenog nivoa svijesti o paketomatima, potrebna dodatna edukacija i promocija ovakvih usluga.

² Ovo i naredna tri pitanja o paketomatima su, po prvi put, postavljena u ovogodišnjem istraživanju, pa iz tih razloga nije moguće vršiti analizu uporednih podataka.

17. Da li ste ikada koristili paketomat za preuzimanje ili slanje pošiljki?

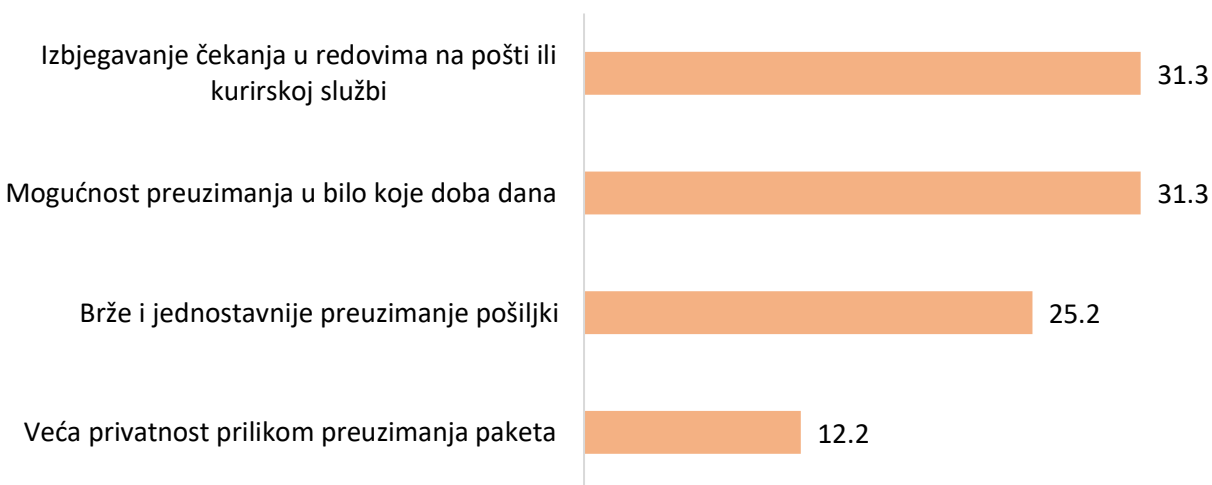
Baza: Oni koji znaju ili su čuli za paketomate: 73,0% od ciljne populacije, N=146



Među onima koji znaju ili su čuli za paketomate (73% ukupne ciljne populacije), tek trećina (oko 31,5%) ih je zapravo koristila, pri čemu je samo 5,5% to činilo više puta. Ipak, gotovo polovina (47,3%) kaže da ih nije koristila, ali bi željela da proba, što ukazuje na solidan potencijal rasta. Istovremeno, 21,2% ispitanih ne pokazuje interesovanje za korišćenje, pa ostaje prostor za dodatnu motivaciju i upoznavanje korisnika s pogodnostima koje paketomati pružaju.

18. Koji bi Vam bio glavni razlog za korišćenje paketomata?

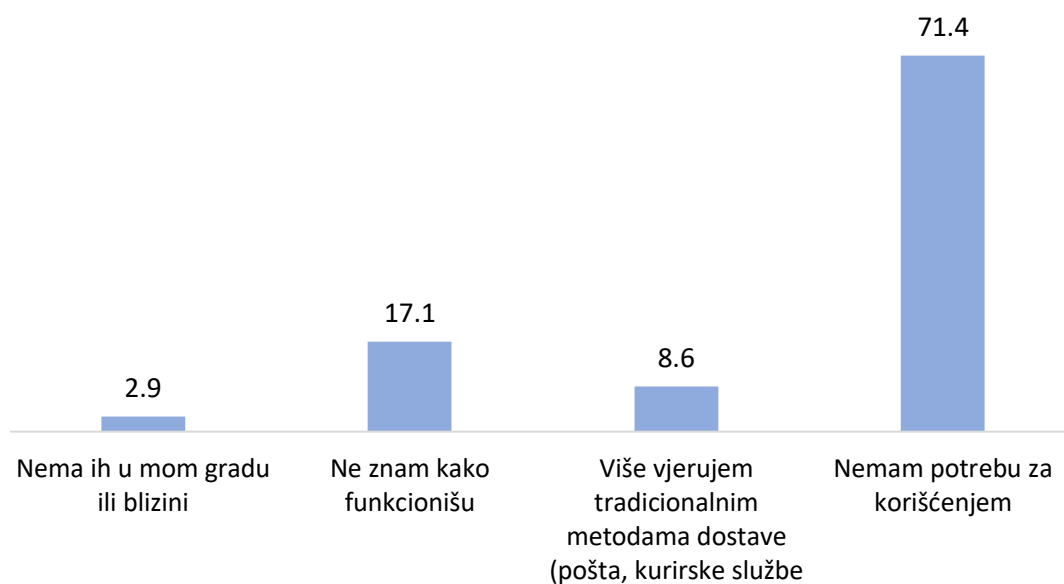
Baza: Oni koji nijesu koristili paketomate, a voljeli bi da probaju: 34.5% od ciljne populacije, N=69



Glavni motivi za eventualno korišćenje paketomata među onima koji ih još nisu probali, a željeli bi, uglavnom su praktičnost i ušteda vremena: mogućnost preuzimanja pošiljki u bilo koje doba dana (31,3%), izbjegavanje čekanja u redovima (31,3%) i brže, jednostavnije preuzimanje (25,2%). Manji, ali ne zanemarljiv procenat (12,2%) ističe i veću privatnost kao važan razlog. Ovi rezultati sugerišu da fleksibilnost i efikasnost predstavljaju glavne prednosti koje bi podstakle ispitanike da isprobaju paketomate.

19. Ako niste koristili paketomat, šta vas sprječava da ga isprobate?

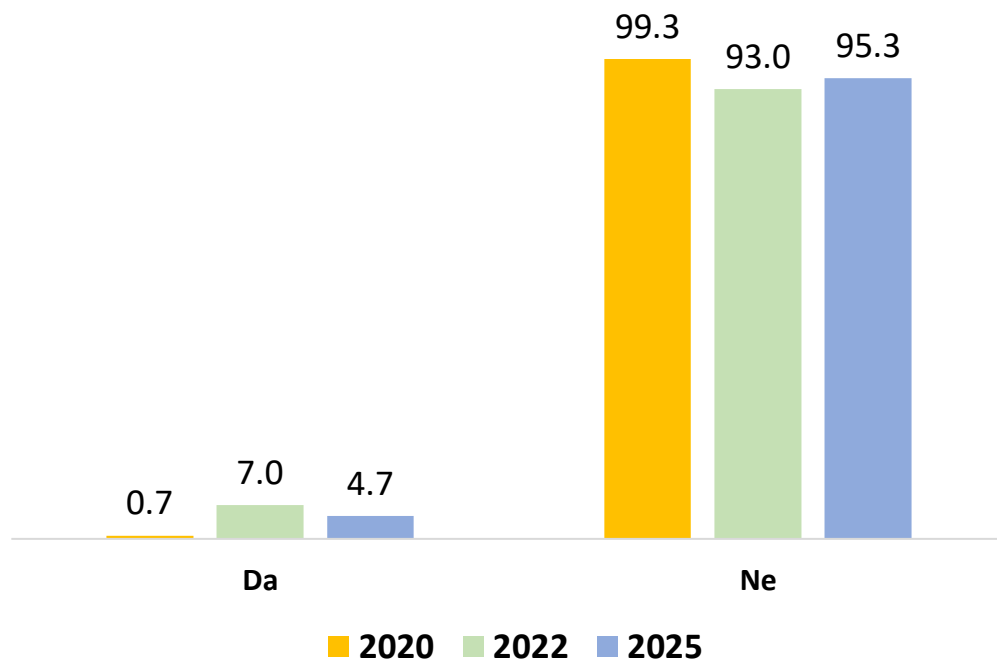
Baza: Oni koji nijesu koristili paketomate i nemaju interesovanje da probaju njegovo korišćenje:
15,5% od ciljane populacije, N=31



Među onima koji nisu koristili paketomat i nemaju interesovanje, glavni razlog je nepostojanje potrebe (71,4%), dok manji dio (17,1%) navodi da ne zna kako funkcionišu, a 8,6% više vjeruje tradicionalnim metodama. Tek 2,9% kaže da u njihovoj blizini nema paketomata, što znači da, kod većine nezainteresovanih, problem nije u dostupnosti, već u uvjerenju da im takva usluga trenutno nije potrebna ili nedovoljno poznata.

20. Da li je vaša firma/organizacija u poslednjih godinu dana podnijela bilo kakvu žalbu ili pritužbu na obavljanje poštanskih usluga?

Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljne populacije), N=149



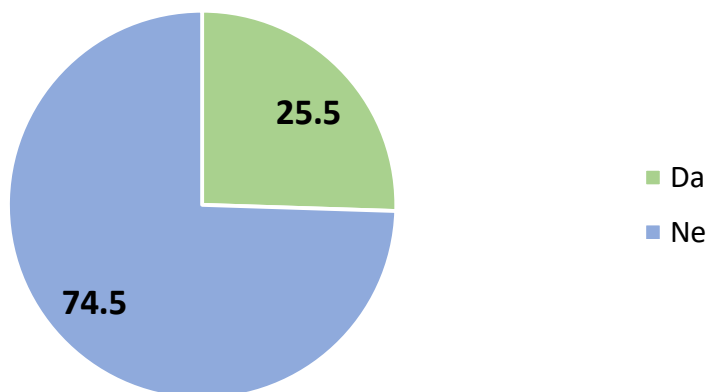
Primjetno je da je u 2020. gotovo niko nije podnosio žalbe (samo 0,7%), dok je 2022. taj udio značajno skočio na 7%, da bi se 2025. smanjio na 4,7%. Ipak, u svim posmatranim godinama ogromna većina ispitanika (preko 90%) navodi da nije podnijela nikakve pritužbe, što ukazuje na relativno stabilno zadovoljavajuće funkcionisanje usluga ili nizak nivo formalnog žalbenog postupka.

Oni koji su podnosili žalbu ili pritužbu (4.7%) to su najčešće činili zbog:

- Brzina isporuke/kašnjenje isporuke
- Izgubljene pošiljke

21. Da li ste u poslednjih godinu dana kontaktirali korisničku službu nekog od operatora poštanskih usluga kako bi dobili informacije vezane za poštanske usluge?

Baza: Oni koji su u poslednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka (74.5% od ciljne populacije), N=149

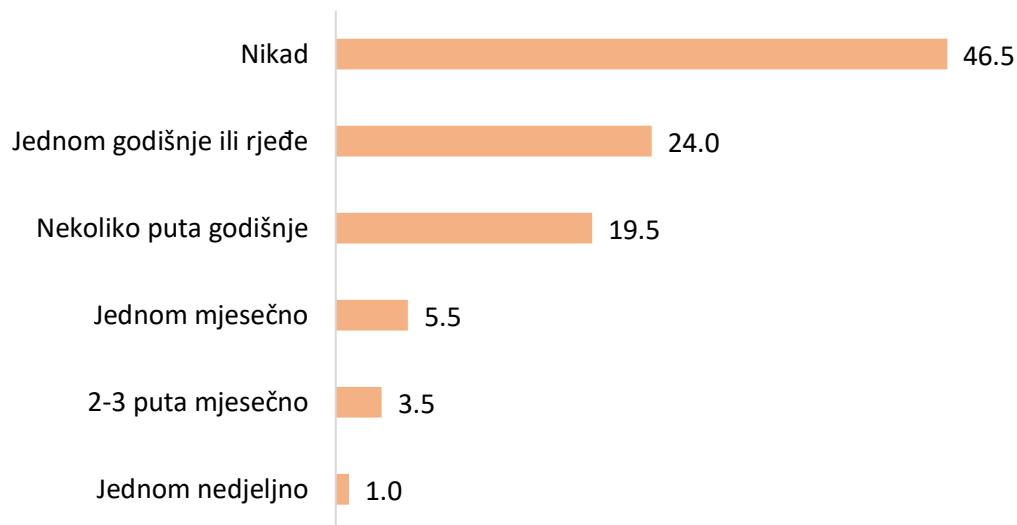


Oko jedne četvrtine ispitanika (25,5%) navodi da su u poslednjih godinu dana kontaktirali korisničku službu poštanskih operatora radi informacija o uslugama, dok je većina (74,5%) odgovorila da nije imala potrebu ili nije kontaktirala podršku. Ovaj podatak pokazuje da je potražnja za direktnom komunikacijom s operatorima relativno ograničena, iako nije zanemarljiva.

INTERNET TRGOVINA

22. Koliko često kupujete robu ili proizvode putem Internet trgovine?

Baza: Ukupna ciljna populacija, N=200



Skoro polovina ispitanika (46,5%) nikada ne kupuje online, a dodatnih 24,0% to čini jednom godišnje ili rjeđe. Samo manji dio (oko 10% ukupno) obavlja kupovinu na mjesečnom nivou ili češće (1,0% nedjeljno, 3,5% dva-tri puta mjesečno, 5,5% jednom mjesečno). Ovo ukazuje da je e-trgovina još uvek nedovoljno zastupljena za veći dio firmi/organa, pri čemu se najčešće pojavljuju povremeni ili rijetki kupci.

		Koliko često kupujete robu ili proizvode putem Internet trgovine?						
		Više puta nedjeljno	Jednom nedjeljno	2-3 puta mjesečno	Jednom mjesečno	Nekoliko puta godišnje	Jednom godišnje ili rjeđe	Nikad
Djelatnost	Proizvodnja	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%	18.8%	40.6%	37.5%
	Trgovina	0.0%	0.0%	4.3%	7.2%	26.1%	27.5%	34.8%
	Usluge	0.0%	2.5%	5.0%	6.3%	18.8%	20.0%	47.5%
	Državna i lokalna uprava	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0 %

Ukoliko ste kupovali preko interneta, koju ste dostavnu službu (poštanskog operatora) koristili?

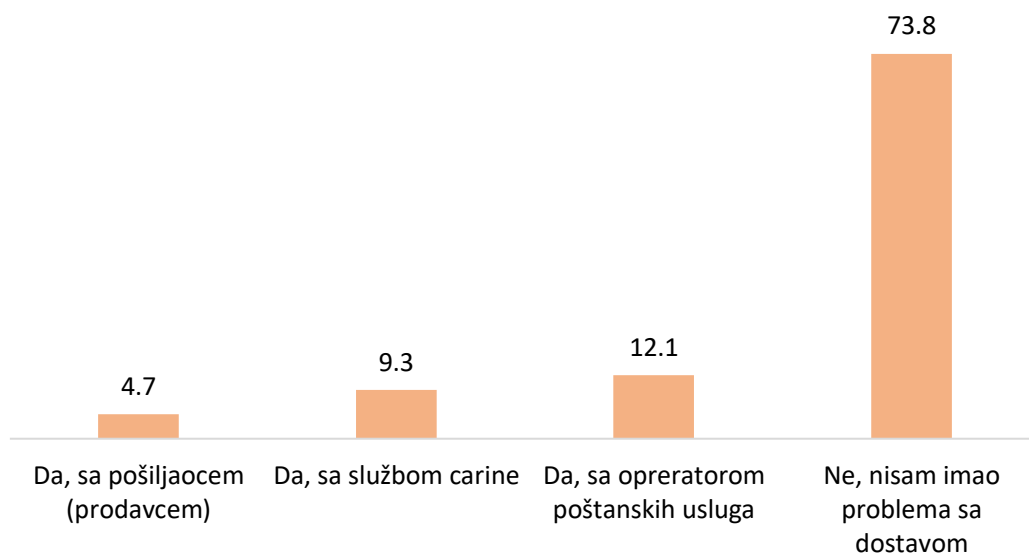
Baza: Oni koji kupuju robu ili proizvode putem Internet trgovine: 53,5% od ciljne populacije, N=107

	2020	2022	2025
POŠTA CRNE GORE	33.1	43	29.2
KINGSCLIFFE DISTRIBUTION MONTENEGRO (DHL)	27.9	31.8	7.9
EXPRESS ONE MONTENEGRO	8.8	5.6	3.2
NELT MNE/MONTENOMAKS	16.2	25.2	18.3
NTC LOGISTICS	8.1	9.3	19.4
ARDE COM		0.9	0.3
EXCLUSIVE MOBILE			1.3
GO EXPRESS - BRAĆA KASTRATOVIĆ			2.1
POST EXPRESS PADRINO			3.6
NAŠ EXPRESS			3.1
TT PHOENIX			1.2
12 MAJ – NS			0.4
BRZA POŠTA KELE			0.3
DM EXPRESS DELIVERY			0.2
GRAND EXPRESS			0.4
MILŠPED			5.7
ROYAL EXPRESS			1.1
Delta transportni sistem - DTS			1.1
Ne znam/Ne sjećam se			6.2

Pošta Crne Gore bilježi najveći udio tokom svih godina, sa rastom između 2020. (33,1%) i 2022. (43%), ali uz primjetan pad 2025. godine na 29,2%. DHL je takođe imao visoke procenete u prvim godinama (27,9% u 2020. i 31,8% u 2022.), dok je 2025. došlo do značajnog pada na 7,9%. Operator Nelt MNE (Montenomaks) ostvario je rast učešća od 16,2% u 2020. na 25,2% u 2022., uz blagi pad na 18,3% 2025. godine. NTC Logistics bilježi kontinuirani rast tokom svih godina, sa 8,1% (2020) na 19,4% (2025). Ostali operatori imaju manje zastupljenosti, pri čemu se 2025. godine ističu Milšped (5,7%), Post Express Padrino (3,6%), Naš Express (3,1%) i GO Express - Braća Kastratović (2,1%). Značajan je i udio ispitanika koji nisu mogli da se sjete ili nisu znali koju su službu koristili (6,2%).

23. Prilikom kupovine robe ili proizvoda putem internet trgovine, jeste li imali problema vezanih za dostavu naručene robe ili proizvoda?

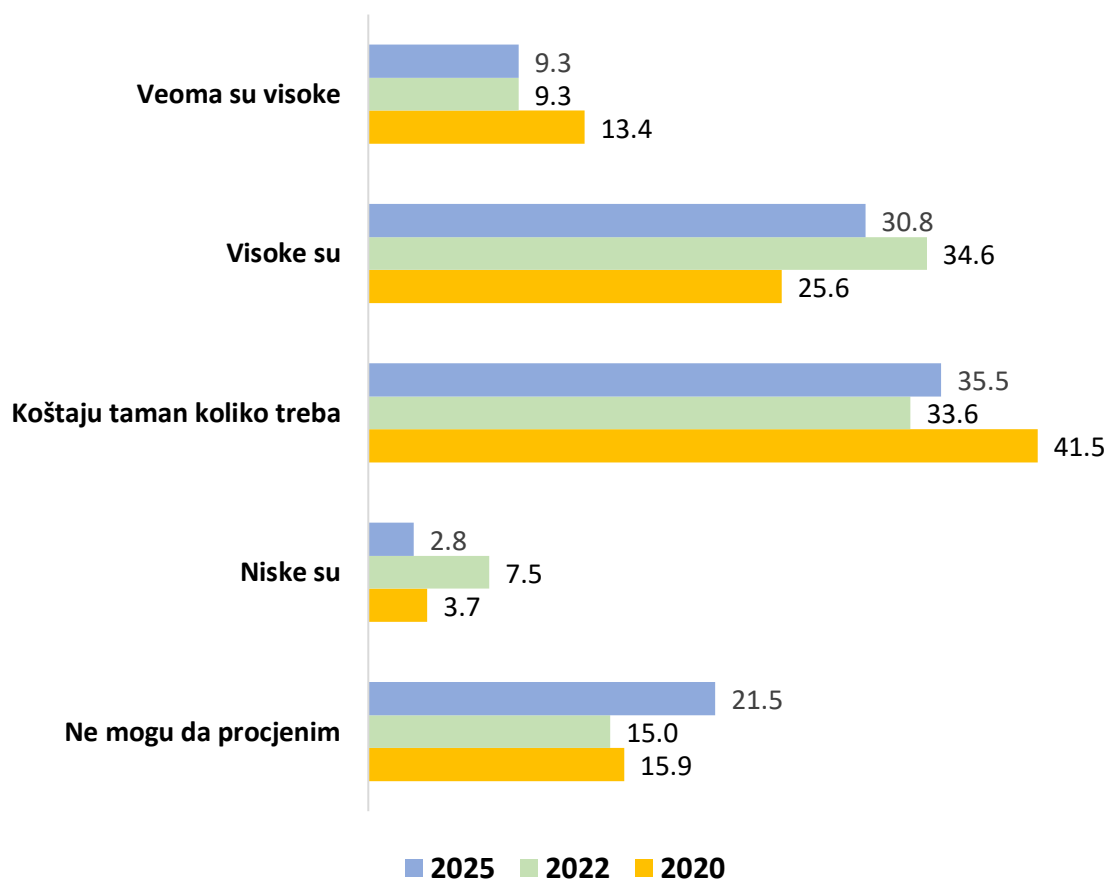
Baza: Oni koji kupuju robu ili proizvode putem Internet trgovine: 53,5% od ciljne populacije, N=107



Među onima koji kupuju online, većina (73,8%) nije imala nikakvih problema s dostavom, dok je oko 26% navelo neki tip poteškoća. Najviše poteškoća tiče se samih operatora poštanskih usluga (12,1%), zatim carine (9,3%), dok je znatno rjeđe problem bio vezan za pošiljaoca (4,7%). Ova raspodjela ukazuje da, iako je većina iskustava pozitivna, nekolicina korisnika ipak nailazi na prepreke u procesu dostave, najčešće povezane sa poštanskim operatorima ili carinskim procedurama.

24. Šta mislite kakve su cijene usluga dostavnih službi, vezano za internet trgovinu?

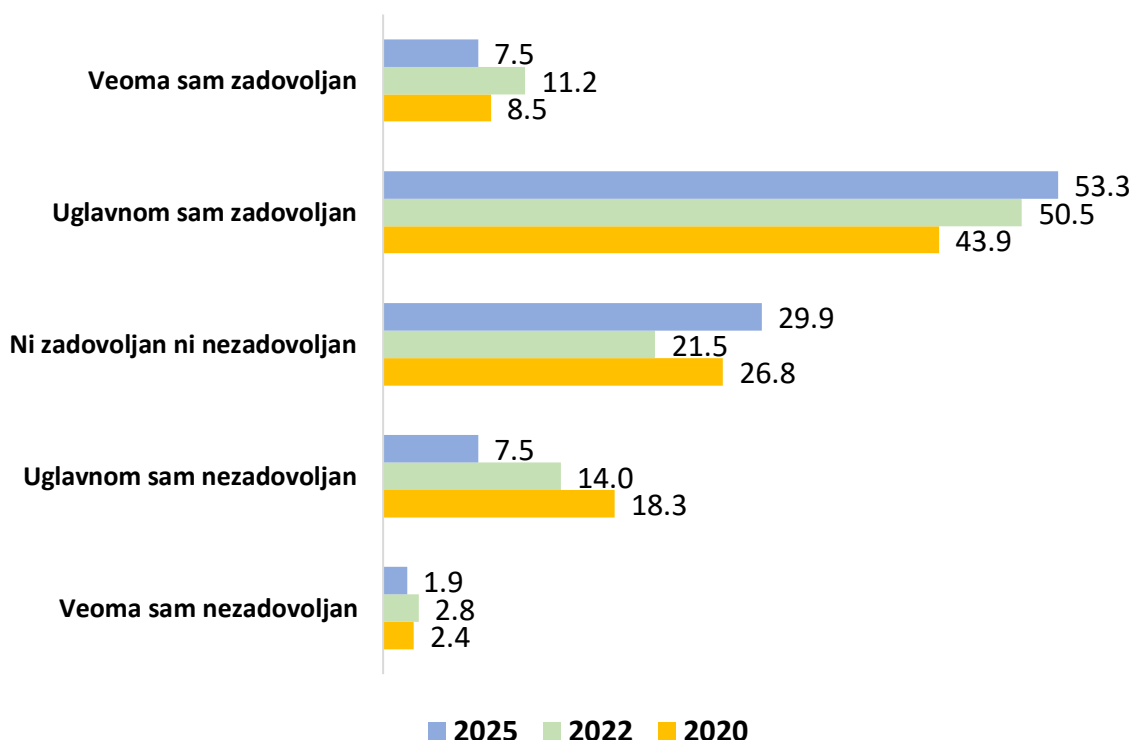
Baza: Oni koji kupuju robu ili proizvode putem Internet trgovine: 53,5% od ciljane populacije, N=107



Prema ovim podacima, u 2022. je više ljudi smatralo da su cijene poštanskih usluga niske (7,5%), ali se to 2025. smanjuje na 2,8%, dok se dio ispitanika koji kaže da “ne mogu da procjene” povećava s 15,0% na 21,5%. Udio onih koji smatraju da cijene poštanskih usluga “koštaju taman koliko treba” opada između 2020. (41,5%) i 2022. (33,6%), pa se u 2025. blago povećava na 35,5%. Istovremeno, kategorije “visoke” i “veoma visoke” su rasle do 2022. (dostižući 34,6% i 9,3%), a zatim se njihov zbirni udio do 2025. blago smanjio (na oko 40,1%). Sve to ukazuje na određenu neujednačenost percepcija, uz veći broj onih koji nisu sigurni u ocjenu i lagani povratak neutralne ocjene (taman koliko treba) u 2025.

25. Da li ste zadovoljni brzinom usluga dostavnih službi, vezano za internet trgovinu?

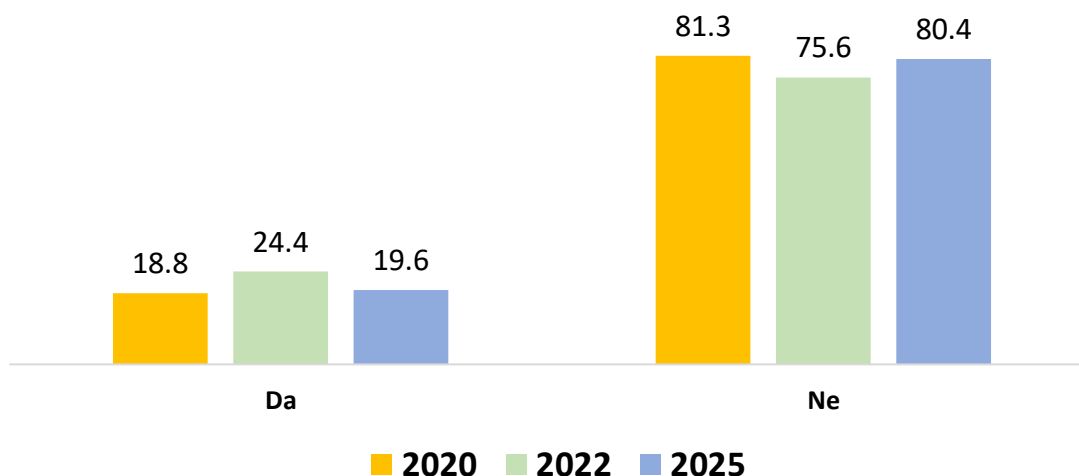
Baza: Oni koji kupuju robu ili proizvode putem Internet trgovine: 53,5% od ciljne populacije, N=107



U poređenju s 2020. i 2022, sve je manje onih koji su nezadovoljni brzinom dostave (kategorije „veoma“ i „uglavnom nezadovoljan“ padaju s 20,7% na 9,4% od 2020. do 2025). Istovremeno, raste udio „uglavnom zadovoljnih“ (sa 43,9% na 53,3%), što sugerise generalni trend poboljšanja. Međutim, smanjuje se kategorija „veoma zadovoljan“ (sa 11,2% 2022. na 7,5% u 2025), dok se „ni zadovoljan ni nezadovoljan“ povećava na 29,9%. To znači da, iako se ukupno nezadovoljstvo smanjilo, dio ispitanika više nije izrazito zadovoljan, već prelazi u umjereniju ili neutralnu ocjenu.

26. Da li ste, u posljednja tri mjeseca, posjetili sajt neke institucije ili nekog poštanskog operatora, u svrhu informisanja o mogućnostima i načinu dostave robe kupljene preko interneta?

Baza: Oni koji kupuju robu ili proizvode putem Internet trgovine: 53,5% od ciljane populacije, N=107



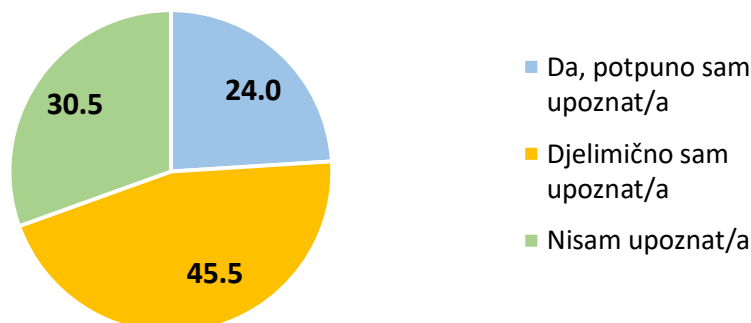
Iako je 2022. zabilježen rast onih koji su posjećivali zvanične sajtove (24,4%), 2025. broj takvih ispitanika opada na 19,6%, približavajući se vrijednosti iz 2020. (18,8%). Dakle, u sva tri posmatrana perioda velika većina ispitanika (između 75,6% i 81,3%) ipak nije imala potrebu da se o mogućnostima internet dostave informiše preko sajtova državnih institucija ili poštanskih operatora, što može ukazivati na nedovoljnu potrebu ili naviku korisnika da te informacije prikupe na ovaj način.

		Da	Ne
Djelatnost	Proizvodnja	25.0%	75.0%
	Trgovina	17.8%	82.2%
	Usluge	19.0%	81.0%
	Državna i lokalna uprava	0.0%	0.0%
Broj zaposlenih	Do 9 zaposlenih	22.6%	77.4%
	Od 10 do 49 zaposlenih	11.4%	88.6%
	Od 50 do 250 zaposlenih	25.0%	75.0%
	Više od 250 zaposlenih	50.0%	50.0%

Najveći procenat onih koji posjećuju sajt poštanskog operatora radi informisanja o načinu dostave robe kupljene preko interneta je iz reda poslovnih korisnika koji se bave proizvodnjom i onih koji imaju više od 250 zaposlenih.

27. Da li ste upoznati sa novim propisima u Crnoj Gori prema kojima se PDV sada naplaćuje na sve uvozne pošiljke, bez obzira na njihovu vrijednost?

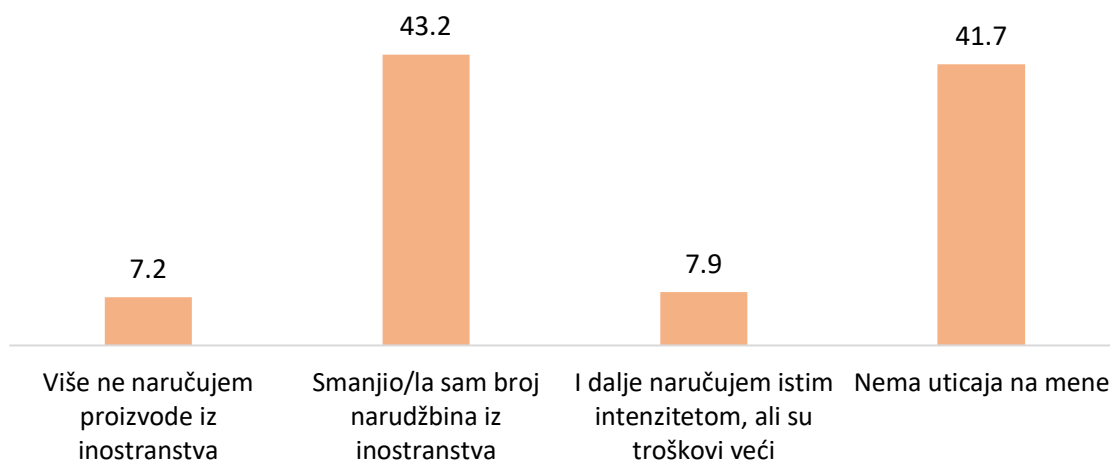
Baza: Ukupna ciljna populacija, N=200



Prema ovim rezultatima, ukupno oko 70% ispitanika (24% “potpuno” i 45,5% “djelimično”) donekle zna za nove propise o naplati PDV-a na sve uvozne pošiljke, dok je gotovo trećina (30,5%) u potpunosti neinformisana. To znači da značajan dio ispitanika još uvijek nije dovoljno upoznat s novim pravilima, što može dovesti do iznenađenja ili nejasnoća prilikom naručivanja robe iz inostranstva.

28. Kako su ovi novi propisi o naplati PDV-a na uvozne pošiljke uticali na vas?

Baza: Oni koji su upoznati sa novim propisima o naplati PDV: 69,5% od ciljne populacije, N=139



Među onima koji znaju za nove propise, najveći dio (43,2%) kaže da je smanjio broj narudžbina iz inostranstva, dok je 7,2% potpuno prestalo da ih naručuje. Daljih 7,9% nastavlja s istim obimom kupovine, ali primjećuje veće troškove, a 41,7% tvrdi da na njih ovi propisi nisu imali uticaja. Ovi podaci pokazuju da je gotovo polovina ispitanika promijenila svoje ponašanje usljed novih propisa, najčešće tako što je smanjila naručivanje iz inostranstva.

REZIME ISTRAŽIVANJA

- U 2025. godini najveći procenat poslovnih subjekata, koji su čuli i koristili poštanske usluge opredjelio se za slanje i prijem paketa (71,1%), zatim kurirske usluge (68,5%), slanje i prijem pisama (63,8%), ekspres poštanske usluge (59,7%) i telegramske usluge (54,4%).
- Rezultati pokazuju da je većini ispitanika u svim godinama istraživanja važno slanje i prijem poštanskih pošiljaka, ali da se u 2025. bilježi nešto manji udio onih kojima su „veoma važne“, uz istovremeni blagi rast kategorije „uglavnom važne“ i porast onih kojima su nevažne. Konkretno, procenat „veoma važnih“ opada sa 53,7% u 2020. na 44,3% u 2025, dok se istovremeno „uglavnom važne“ kreću od 36,7% do 42,3%.
- Najveći pad učešća bilježi slanje i prijem pisama, koje je sa 29,3% (2020) spustilo na 13,3% (2025), dok su slanje i prijem paketa ostali relativno stabilni i 2025. predstavljaju najčešće korišćenu uslugu (15,4%). Kurirske i ekspres usluge imaju porast do 2022, a zatim blago opadaju, ali i dalje drže značajan udio. Istovremeno, bilježi se rast zanimanja za e-commerce, telegramske usluge, direktnu i neadresiranu poštu, koje se u 2020. praktično nisu koristile ili su bile na minimalnom nivou. Novčane poštanske usluge takođe pokazuju pad između 2020. i 2022, a zatim snažan rast u 2025.
- Najveća promjena, u odnosu na prethodne godine, jeste rast učešća onih koji su „uglavnom zadovoljni“ (sa 55,1% u 2020. na 62,4% u 2025), uz istovremeno opadanje kategorija „veoma nezadovoljan“ i „uglavnom nezadovoljan“. Primjetno je, međutim, i lagano smanjenje onih koji su „veoma zadovoljni“ (sa 17,0% na 14,1%). Dodatno, kategorija „ni zadovoljan ni nezadovoljan“ porasla je do 14,8% u 2025.
- Među nezadovoljnim ispitanicima, cijena je bila glavni razlog nezadovoljstva u 2020. i 2022. (preko 60%), ali 2025. dolazi do značajnog pada tog razloga (44,4%) i snažnog porasta nezadovoljstva brzinom isporuke (sa 23,1% na 50%). Istovremeno, odnos zaposlenih više uopšte nije naveden kao razlog nezadovoljstva (0% u 2025), dok se i način isporuke nešto manje pominje nego ranije.
- Većina ispitanika u 2020. i 2022. smatrala je da su cijene poštanskih usluga „taman koliko treba“, ali se 2025. taj procenat smanjuje (sa 50% na 42,3%), uz vidljiv rast onih koji ih doživljavaju kao (veoma) visoke (ukupno 32,2% u 2025, naspram 24,7% u 2022). Ujedno je manje njih koji cijene poštanskih usluga smatraju niskim (padaju sa 6,3% na 2%), dok raste i udio onih koji „ne mogu da procjene“ (sa 19,0% na 23,5%).

- Ovogodišnji rezultati istraživanja pokazuju da je najveći procenat korisnika koji su izjavili da su izabrali operatora poštanskih usluga zbog dostupnosti određenog operator (41.8%), a zatim preko preporuke (28.4%).
- Najveći procenat ispitanika (60.4%) nije mogao da procijeni da li operatori poštanskih usluga treba da uvedu nove usluge ili da, u narednom periodu, iste poboljšaju. Oko 37% ispitanika je odgovorio da ne treba uvoditi nove poštanske usluge, dok je 2.7% anketiranih mišljenja da operatori treba da poboljšaju pružanje postojećih usluga.
- Podaci ukazuju da se broj onih koji smatraju da su potpuno informisani o novim uslugama zadržava na približno istom nivou (oko 20%), ali istovremeno dolazi do značajnog porasta onih koji kažu da nisu dovoljno informisani (sa 23,1% u 2020. na 37,6% u 2025.). Istovremeno, udio onih koji se osjećaju „djelimično“ informisani opada sa 57,1% na 41,6%.
- Oko trećine ispitanika (32,5%) jasno zna šta su paketomati, dok ih dodatnih 40,5% jeste čulo za njih, ali nisu upoznati sa njihovim tačnim funkcionisanjem. Preostalih 27% uopšte ne poznaje ovaj concept.
- Među onima koji znaju ili su čuli za paketomate (73% ukupne ciljane populacije), tek trećina (oko 31,5%) ih je zapravo koristila, pri čemu je samo 5,5% to činilo više puta. Ipak, gotovo polovina (47,3%) kaže da ih nije koristila, ali bi željela da proba, što ukazuje na solidan potencijal rasta. Istovremeno, 21,2% ispitanika ne pokazuje interesovanje za korišćenje.
- Glavni motivi za eventualno korišćenje paketomata među onima koji ih još nisu probali, a željeli bi, uglavnom su praktičnost i ušteda vremena: mogućnost preuzimanja pošiljki u bilo koje doba dana (31,3%), izbjegavanje čekanja u redovima (31,3%) i brže, jednostavnije preuzimanje (25,2%). Manji, ali ne zanemarljiv procenat (12,2%) ističe i veću privatnost kao važan razlog.
- Među onima koji nisu koristili paketomat i nemaju interesovanje, glavni razlog je nepostojanje potrebe (71,4%), dok manji dio (17,1%) navodi da ne zna kako funkcionišu, a 8,6% više vjeruje tradicionalnim metodama. Tek 2,9% kaže da u njihovoj blizini nema paketomata.
- Primjetno je da je u 2020. gotovo niko nije podnosio žalbe (samo 0,7%), dok je 2022. taj udio značajno skočio na 7%, da bi se 2025. smanjio na 4,7%.
- Oko jedne četvrtine ispitanika (25,5%) navodi da su u poslednjih godinu dana kontaktirali korisničku službu poštanskih operatora radi informacija o uslugama, dok je većina (74,5%) odgovorila da nije imala potrebu ili nije kontaktirala podršku.
- Skoro polovina ispitanika (46,5%) nikada ne kupuje online, a dodatnih 24,0% to čini jednom godišnje ili rjeđe. Samo manji dio (oko 10% ukupno) obavlja kupovinu na mjesečnom nivou ili češće (1,0% nedeljno, 3,5% dva-tri puta mjesečno, 5,5% jednom mjesečno).

- Među onima koji kupuju online, većina (73,8%) nije imala nikakvih problema s dostavom, dok je oko 26% navelo neki tip poteškoća. Najviše poteškoća tiče se samih operatera poštanskih usluga (12,1%), zatim carine (9,3%), dok je znatno rjeđe problem bio vezan za pošiljaoca (4,7%).
- Prema ovim podacima, u 2022. je više ljudi smatralo da su cijene poštanskih usluga niske (7,5%), ali se to 2025. smanjuje na 2,8%, dok se dio ispitanika koji kaže da “ne mogu da procjene” povećava s 15,0% na 21,5%. Udio onih koji smatraju da poštanske usluge “koštaju taman koliko treba” opada između 2020. (41,5%) i 2022. (33,6%), pa se u 2025. blago povećava na 35,5%. Istovremeno, kategorije “visoke” i “veoma visoke” su rasle do 2022. (dostižući 34,6% i 9,3%), a zatim se njihov zbirni udio do 2025. blago smanjio (na oko 40,1%).
- U poređenju s 2020. i 2022, sve je manje onih koji su nezadovoljni brzinom dostave (kategorije „veoma“ i „uglavnom nezadovoljan“ padaju s 20,7% na 9,4% od 2020. do 2025). Istovremeno, raste udio „uglavnom zadovoljnih“ (sa 43,9% na 53,3%), smanjuje se kategorija „veoma zadovoljan“ (sa 11,2% 2022. na 7,5% u 2025), dok se „ni zadovoljan ni nezadovoljan“ povećava na 29,9%
- Iako je 2022. zabilježen rast onih koji su posjećivali zvanične sajtove (24,4%), 2025. broj takvih ispitanika opada na 19,6%, približavajući se vrijednosti iz 2020. (18,8%).
- Prema ovim rezultatima, ukupno oko 70% ispitanika (24% “potpuno” i 45,5% “djelimično”) donekle zna za nove propise o naplati PDV-a na sve uvozne pošiljke, dok je gotovo trećina (30,5%) u potpunosti neinformisana.
- Među onima koji znaju za nove propise, najveći dio (43,2%) kaže da je smanjio broj narudžbina iz inostranstva, dok je 7,2% potpuno prestalo da ih naručuje. Daljih 7,9% nastavlja s istim obimom kupovine, ali primjećuje veće troškove, a 41,7% tvrdi da na njih ovi propisi nisu imali uticaja.