



# Markedsrapport

## Privatpersoners bruk av posttjenester

## Sammendrag

De siste årene har postmarkedet endret seg drastisk, særlig i form av reduksjon i antall brevforsendelser og økning i pakkeforsendelser. I tillegg ses en økning i bruk av digitale løsninger. For å kartlegge om innholdet i dagens leveringspliktige posttjenester stemmer med markedets reelle bruk og behov, gjennomførte Nkom i slutten av 2022 en markedsundersøkelse blant virksomheter og private brukere av posttjenester i Norge. Denne rapporten omhandler resultatene fra *privatmarkedet*.

Resultatene fra undersøkelsen bekrefter, slik også tidligere undersøkelser<sup>1</sup> har vist, store endringer i volum for brev- og pakkeforsendelser. Undersøkelsen viser imidlertid også endringer i brukervaner mer generelt. For eksempel sender unge mindre brev enn eldre. Det er i større grad yngre og sentralt bosatte som benytter seg av nyere løsninger, som for eksempel digitale løsninger. Eldre og dem som bor i mindre sentrale strøk bruker i større grad Post i butikk/postkontor og de tradisjonelle posttjenestene enn andre grupper.

Undersøkelsen viser også at pakkeforsendelser blir stadig viktigere, og at dette er særlig viktig for den yngre delen av befolkningen. Brukernes behov dekkes her gjennom tjenester hos et økende antall tilbydere, i tillegg til leveringspliktige posttjenester. Behovet for Post i butikk/postkontor er videre fortsatt til stede, til tross for en økende grad av digitale alternativer og hjemlevering. Studien bekrefter dermed at det fremdeles er behov for tilgang til både tradisjonelle og «nye» posttjenester i Norge i dag.

---

<sup>1</sup> Se blant annet markedsundersøkelse foretatt av Econ Pöyry, ferdigstilt 30. november 2010, se <http://www.vista-analyse.no/no/publikasjoner/utredning-om-behov-for-leveringspliktige-posttjenester/>

## Innholdsliste

<b>Sammendrag .....</b>	<b>2</b>
<b>Definisjoner .....</b>	<b>5</b>
<b>1 Innledning .....</b>	<b>7</b>
1.1 Bakgrunn .....	7
1.2 Formål .....	8
<b>2 Metode .....</b>	<b>8</b>
2.1 Utforming og datainnsamling.....	8
2.2 Utvalg .....	9
2.3 Analysen .....	9
<b>3 Resultat.....</b>	<b>10</b>
3.1 Privatpersoners bruk av posttjenester .....	10
3.1.1 Alder .....	11
3.1.2 Bosted.....	12
3.2 Inn- og utleveringspunkt .....	14
3.2.1 Alder .....	15
3.2.2 Bosted.....	17
3.3 Tilbydere.....	19
3.3.1 Alder og bosted .....	20
3.4 Tjenestene hos leveringspliktig tilbyder.....	21
3.5 Digital postkasse.....	22
3.6 Privatmarkedets behov .....	24
3.6.1 Pris.....	24
3.6.2 Sporing.....	24
3.6.3 Menneskelig service .....	24
3.6.4 Post i butikk .....	24
3.6.5 Levering hjem .....	24
3.7 Betalingsvillighet .....	25
3.7.1 Alder .....	26
3.7.2 Bosted.....	26
3.8 Bærekraft.....	27
3.9 Tilfredshet .....	27
3.9.1 Kvantitative resultat .....	27
3.9.2 Kvalitative resultat.....	29
<b>4 Oppsummering av resultater .....</b>	<b>30</b>

<b>5 Konklusjon .....</b>	<b>31</b>
5.1 Tradisjonelle posttjenester .....	31
5.2 Menneskelig service og enkelhet/tilgjengelighet .....	32
5.3 Digitalisering.....	33
5.4 Endrede tider.....	33

---

## Figurer

Figur 1: Mengde mottatte og sendte brev og pakker .....	11
Figur 2: Mottak og sending av pakker fordelt på alder .....	12
Figur 3: Mengde brev og pakker som mottas fordelt på sentralitet.....	13
Figur 4: Mengde brev og pakker som sendes fordelt på sentralitet.....	14
Figur 5: Sted for mottak av pakker fordelt på aldersgrupper .....	15
Figur 6: Sted for forsendelse av pakker fordelt på aldersgrupper .....	16
Figur 7: Bestilling på internett fordelt på alder.....	17
Figur 8: Sted for mottak av pakker fordelt på sentralitet .....	18
Figur 9: Sted for forsendelse av pakker fordelt på sentralitet .....	18
Figur 10: Tilbydere for levering av brev og pakker i privatmarkedet.....	19
Figur 11: Tilbydere benyttet for levering av brev og pakker fordelt på aldersgrupper .....	20
Figur 12: Tjenester hos leveringspliktig tilbyder .....	21
Figur 13: Tjenester hos leveringspliktig tilbyder fordelt på alder .....	22
Figur 14: Tjenester hos leveringspliktig tilbyder fordelt på sentralitet.....	22
Figur 15: Bruk av digital postkasse fordelt på aldersgrupper.....	23
Figur 16: Bruk av digital postkasse fordelt på sentralitet.....	23
Figur 17: Viktige tjenester for sending av brev og pakker fordelt på alder.....	25
Figur 18: Viktige tjenester for sending av brev og pakker fordelt på sentralitet.....	25
<i>Figur 19: Villighet til å betale mer for hjemlevering av pakker fordelt på aldersgrupper og sentralitet .</i>	<i>26</i>
Figur 20: Private brukeres fokus på bærekraft hos tilbyderne .....	27
<i>Figur 21: Tilfredshet med dagens posttjenester .....</i>	<i>28</i>
Figur 22: Tilfredshet med leveringstid av post på 4 virkedager .....	29
Figur 23: «Hva gjør at du er fornøyd med dagens posttjenester?» .....	29
<i>Figur 24: «Hva gjør at du er misfornøyd med dagens posttjenester?».....</i>	<i>30</i>

## Tabeller

## Definisjoner

<b>Brev</b>	I all hovedsak skriftlig korrespondanse
<b>Bruker</b>	Fysisk eller juridisk person som benytter posttjeneste, enten som avsender eller som mottaker
<b>B2X</b>	«business to business/consumer», det vil si postsendinger der avsender er en bedrift. Bokstaven X innebærer at mottaker kan være både bedrift og forbruker
<b>C2X</b>	«consumer to business/consumer», det vil si postsendinger der avsender er en forbruker. Bokstaven X innebærer at mottaker kan være både bedrift og forbruker
<b>Inn- og utleveringspunkt</b>	For eksempel postkasse, Post i butikk, postkontor og pakkebokser (inne og ute)
<b>Lettgods</b>	Pakker
<b>Leveringspliktig tilbyder</b>	Tilbyder som skal sikre et landsdekkende tilbud av leveringspliktige posttjenester. Posten Norge AS er utpekt som leveringspliktig tilbyder for en tidsbegrenset periode
<b>Leveringspliktige posttjenester</b>	Formidling av brevpost inntil 2 kilo og lettgods inntil 20 kilo, som er blant posttjenestene som etter postloven skal tilbys av leveringspliktig tilbyder
<b>Nkom</b>	Nasjonal kommunikasjonsmyndighet
<b>Postsending</b>	Brevpost inntil 2 kg, aviser og blad i abonnement inntil 2 kg og lettgods inntil 20 kg som er påført mottakerens navn og adresse eller annen entydig identifikasjon, herunder som er adressert i henhold til liste
<b>Posttjeneste</b>	Tilbud til allmennheten om regelmessig innsamling, sortering, transport og utdeling av postsending mot vederlag

**Servicenivå**

Målbare kvaliteter ved posttjenestene, som for eksempel utleveringshyppighet, fremsendingstider, krav til utleveringssteder osv.

**Tilbyder**

Enhver som tilbyr posttjeneste

# 1 Innledning

## 1.1 Bakgrunn

Nkom skal legge til rette for at brukere over hele landet skal få tilgang til et grunnleggende og likeverdig tilbud av leveringspliktige posttjenester til overkommelig pris.<sup>2</sup> Posttjenestene skal være fremtidsrettede, slik at posttjenestene oppfyller det nasjonale behovet for posttjenester over tid, i tråd med brukernes endrede behov. De leveringspliktige tjenestene må videre være dynamiske, relevante og effektive. Postloven § 7 angir blant annet «brevpost inntil 2 kg» og «lettgoods inntil 20 kg» som leveringspliktige posttjenester.<sup>3</sup> For å sikre at leveringsplikten til enhver tid oppfyller disse kravene, bør sammensetningen av enkelttjenester og kvaliteten på tjenestene som tilbys evalueres regelmessig.

De siste årene har det skjedd en betydelig reduksjon i hvor ofte de leveringspliktige tjenestene deles ut. Det er i dag utlevering 2,5 dager i uken over hele Norge. Samtidig er antallet brevforsendelser som formidles betydelig redusert. Posten angir for eksempel at volumet for adressert brev i Norge ble redusert med 17,3 % i første kvartal 2021 sammenlignet med samme periode i 2020.<sup>4</sup> Brevvolumet antas å reduseres betydelig også fremover.

For pakkelevering er utviklingen imidlertid den motsatte, med økt konkurranse og flere tilbydere. Det har videre skjedd store endringer i brukernes kjøpevaner. Nye kundepreferanser har oppstått gjennom digitalisering og e-handel, kombinert med større forventninger til både hastighet og hyppighet på leveringene. Utviklingen er preget av nye leveringsmetoder, nye leveringskanaler og mer skreddersydde innsamlings- og utleveringsmetoder.

Utviklingen i postmarkedet bekreftes i EU-kommisjonens rapport fra 2022<sup>5</sup>. Rapporten viser at brevolumene i snitt sank 7 % per år mellom 2017 og 2021 i EU og EØS. Tidligere målinger (2013-2016) har vist en nedgang på 4,3 % per år. Nedgangen gjelder alle typer posttjenester, bortsett fra pakkelevering, hvor det har vært en årlig oppgang på 14,6 % siden 2017.

Rapporten peker på nødvendigheten av videre forskning på forbrukeres behov for å kunne forstå hvilke regulatoriske virkemidler som er hensiktsmessige. Formålet om gode og fremtidsrettede

---

<sup>2</sup> Se formålsbestemmelsen i § 1 i lov om posttjenester (postloven) av 4. september 2015

<sup>3</sup> Se postloven § 7 første ledd

<sup>4</sup> I brev av 29.10.2021 om «varsling om prisendring fra 1.1.2022 for leveringspliktige posttjenester»

<sup>5</sup> <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e8348d3f-79d0-11ed-9887-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF>

leveringspliktige posttjenester må videre ses i lys av den ulike utviklingen for brev og pakkeforsendelser. Det er viktig at innholdet i de leveringspliktige tjenestene utvikles i takt med brukernes og markedets reelle behov også fremover.

## 1.2 Formål

Målet med undersøkelsen er å gi Nkom bedre innsikt i det norske postmarkedet, ved å kartlegge samfunnets bruk av, og reelle behov for, leveringspliktige posttjenester. Markedsundersøkelsen fokuserte derfor på *brukere* av posttjenester i større grad enn på tilbydere. Videre ble det lagt vekt på *innholdet* av posttjenester fremfor servicenivå.

Kartleggingen hadde samme form som markedsundersøkelsen som ble gjennomført i 2010 (*Utredning om behov for leveringspliktige posttjenester*)<sup>6</sup>, for i størst mulig grad å kunne sammenligne resultatene. Innspill og dataene skal blant annet brukes inn i arbeidet med vurderinger av behovet for og innholdet i de leveringspliktige posttjenestene, herunder om det er grunnlag for å endre dagens leveringsplikt.

Undersøkelsen bestod av to spørsmålssett; ett rettet mot privatpersoner og ett rettet mot virksomheter. Denne del-rapporten tar for seg dagens bruk av leveringspliktige posttjenester blant *privatpersoner*.

## 2 Metode

### 2.1 Utforming og datainnsamling

Spørreskjemaet tilpasset privatmarkedet ble utformet av Nkom høsten 2022. Dette inneholdt 25 spørsmål som gjaldt volum og hyppighet av mottak og forsendelse av postsendinger, inn- og utleveringspunkt og hvilke tilbydere respondentene anvender. Spørreskjemaet inneholdt videre spørsmål om de ulike posttjenestene som blir benyttet, om privatmarkedets behov og betalingsvillighet, samt deres tilfredshet med dagens posttjenester.

På oppdrag fra Nkom gjennomførte Kantar Public datainnsamlingen i løpet av perioden 30. november 2022 til 9. desember 2022. Datainnsamlingen bestod av web-intervjuer i Kantar Publics aksesspanel,

---

<sup>6</sup> Markedsundersøkelse foretatt av Econ Pöyry ble ferdigstilt 30. november 2010, se <http://www.vista-analyse.no/no/publikasjoner/utredning-om-behov-for-leveringspliktige-posttjenester/>



Gallup-panelet og over telefon. For privatmarkedet var det også særlig ønskelig å nå den eldre delen av befolkningen (75+). Det ble derfor gjennomført over 200 intervjuer per telefon blant denne gruppen.

## 2.2 Utvalg

Tilgjengelig utvalg for panelundersøkelsen var på 2 650 personer, og for telefonundersøkelsen 1 222. Med responsrate på henholdsvis 39 % og 16 %, endte man på totalt 1 241 respondenter (1 040 panel + 201 telefon). Utvalget er representativt i forhold til geografisk spredning i Norge. Utvalgsfordelingen er beskrevet i tabell 1.

Tabell 1: Utvalgsfordeling (uvektet)

Respondenter		Antall	%
Sentralitet	Sentral	636	51,2
	Mellomsentral	473	38,1
	Lite sentral	132	10,6
Alder	Under 30 år	105	8,5
	30-44 år	240	19,3
	45-59 år	235	18,9
	60-74 år	303	24,4
	75 år+	358	28,8
Kjønn	Mann	678	54,7
	Kvinne	562	45,3
Landsdel	Oslo og omegn	348	28,0
	Rest Østlandet	315	25,4
	Sør-/Vestlandet	358	28,8
	Tr.lag/Nord-Norge	220	17,7
Totalt		1 241	100

## 2.3 Analysen

Dataene er vektet på bakgrunn av sentralitet, alder, kjønn og landsdel. Andelen savnede verdier er svært liten og har ikke innvirkning på funnene. Savnede verdier er derfor utelatt. Kun signifikante resultat kommenteres, og funnene er hovedsakelig fordelt på alder, sentralitet og landsdel. Små eller ingen forskjeller ble funnet basert på kjønn eller utdanningsnivå.

Spørsmålene om volum tok utgangspunkt i mengde postsendinger respondenten mottar/sender per måned: «Ingen», «Færre enn 1 per måned», «1-5 per måned», «6-10 per måned», «Flere enn 10 per måned», og «vet ikke». Flere av spørsmålene rundt bruk av posttjenester og hvilke tilbydere som brukes hadde flervalg av svaralternativer, mens spørsmålene om betalingsvillighet hadde alternativene «ja», «nei» og «kanskje». Spørsmålene om tilfredshet ble bedt besvart på en skala fra «svært fornøyd» til «svært misfornøyd».

Resultatene er brutt ned basert på bakgrunnsvariabler med signifikante forskjeller. For alder benyttes kategoriene: «under 30 år», «30-44 år», «45-59 år», «60-74 år» og «75+». Landsdeler i denne undersøkelsen er: «Oslo og omegn», «Rest Østlandet», «Sørlandet/Vestlandet», og «Trøndelag/Nord-Norge». Sentralitet har kategoriene: «Sentralt», «Mellomsentralt», og «Lite sentralt». Sentralitetsvariabelen tar utgangspunkt i hvilken kommune respondenten er bosatt, og er basert på SSBs inndeling av kommuner.

## 3 Resultat

### 3.1 Privatpersoners bruk av posttjenester

Kapittel 3.1 omhandler privatpersoner både som avsender og mottaker av postsendinger. Det ble stilt flere spørsmål angående mengde brev og pakker som mottas og sendes av den enkelte husstand per måned. Resultatene er videre brutt ned på bakgrunnsvariablene alder og bosted (sentralitet og landsdel). Det bor flere eldre i mindre sentrale strøk, og deler av forskjellene funnet i sentralitet kan tilskrives alder. Kontrolleres det for dette, ser man likevel at det er forskjeller i bruk av posttjenester på bakgrunn av sentralitetsvariabelen.

Av 1 235 spurte personer svarte rundt 97 % at de mottar ett eller flere brev eller postkort til sin husstand per måned. Flertallet (52,4 %) mottar 1-5 brev eller postkort i måneden (Figur 1). I overkant av 24 % mottar 6 eller flere brev i måneden. Langt færre personer (69 %) sender ett eller flere brev eller postkort per måned. I overkant av 4 % sender 6 eller flere brev per måned. Det er over 48 % som svarte at de sender færre enn ett brev per måned, og hele 29 % sender *ingen* brev. Til sammenligning viste undersøkelsen fra 2010 at nesten 70 % av husstandene i Norge mottok brev eller postkort 1-2 dager i uken eller oftere, og at i underkant av 10 % sendte brev 1-2 ganger i uken.

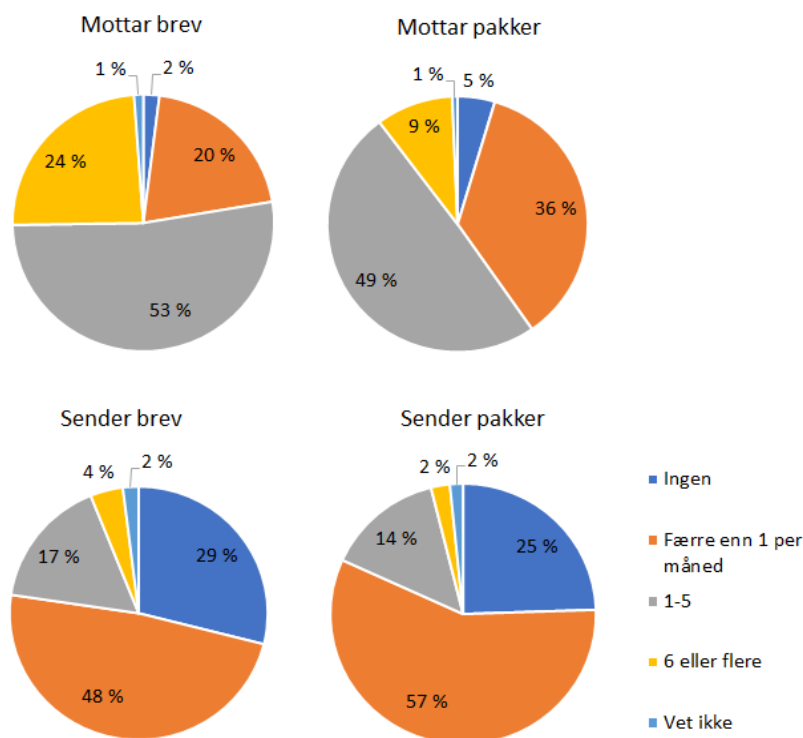
Nærmere 95 % av de spurte svarte at de mottar en eller flere pakker til deres husstand per måned. Flertallet (over 49 %) mottar 1-5 pakker i måneden. 73 % av de spurte sender en eller flere pakker per

måned. Kun 2,3 % av husstandene sender flere enn 6 pakker i måneden. Pöyrys undersøkelse fra 2010 viste at ca. 40 % av husstander i Norge mottok pakker 1-3 ganger per måned den gang, og under 10 % av husstandene sendte pakker 1-3 ganger i måneden.

Den totale mengden brev som mottas og sendes fra husstandene har med andre ord gått ned.

Mengden pakker som sendes er også redusert, mens mengden pakker som mottas har økt siden 2010. Det er likevel vanligere å motta *store mengder* brev (6 eller flere brev per måned) enn å motta store mengder pakker (6 eller flere pakker per måned), og det er vanligere å *aldri* motta pakker (4,6 %) enn aldri å motta brev (2 %). Det er også mer vanlig å aldri sende brev (29 %) enn aldri å sende pakker (25 %).

Figur 1: Mengde mottatte og sendte brev og pakker

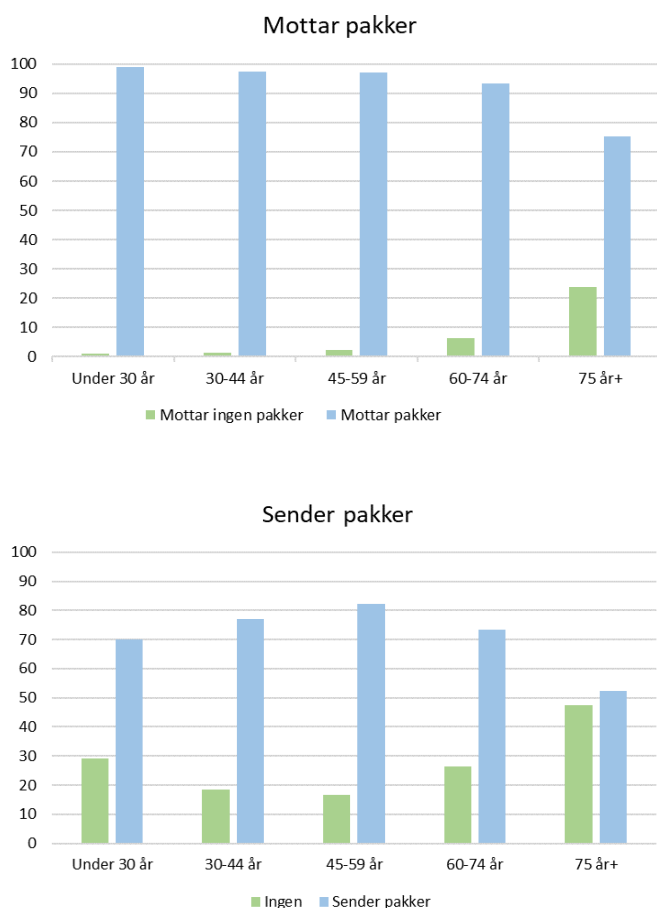


### 3.1.1 Alder

Undersøkelsen viser ingen klare kjønnsforskjeller ved bruk av posttjenester. Derimot viser resultatene visse aldersmessige forskjeller. De yngste sender i minst grad brev. Det er blant annet en større andel (49 %) av de under 30 år som *aldri* sender brev, sammenlignet med resten av befolkningen (19-30 %). De yngre mottar også sjeldnere brev enn andre aldersgrupper (men de eldste oppga oftere å *aldri* motta brev).

De yngre mottar imidlertid helt klart oftere *pakker* enn de eldre. Om lag 99 % av de under 30 år mottar pakker (uavhengig av mengde) (Figur 2). Andelen som mottar pakker synker deretter jevnt i forhold til alder, og ender på om lag 75 % for alderskategorien 75 år+. Også i mengde ser man en generell reduksjon når alderen øker. Slår man for eksempel sammen kategoriene «6-10» og «flere enn 10» ser man at 15,5 % av de under 30 år hører til her, noe som er en betraktelig høyere andel enn i resten av aldersgruppene (1,3-13 %). De eldste oppga i større grad å ikke motta pakker i det hele tatt. Andelen som sender pakker øker med alderen, før den synker igjen blant de eldste. Blant den eldste aldersgruppen sender 48 % ingen pakker, og for de yngste er denne andelen 29 %. En større andel blant folk i alderen 30-74 oppga å sende færre enn én pakke i måneden.

Figur 2: Mottak og sending av pakker fordelt på alder



### 3.1.2 Bosted

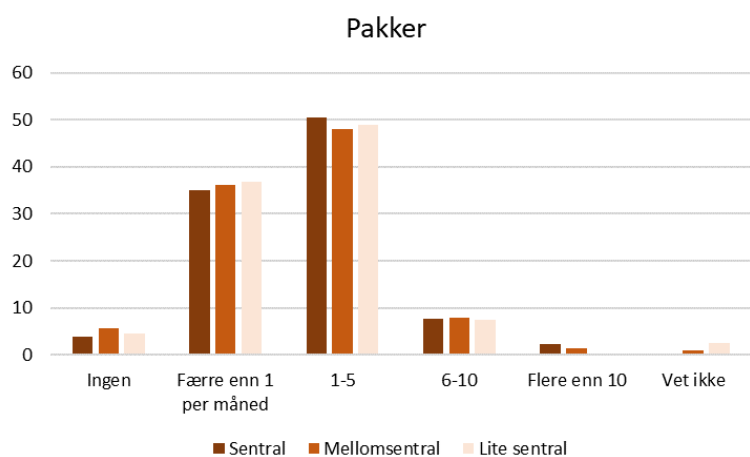
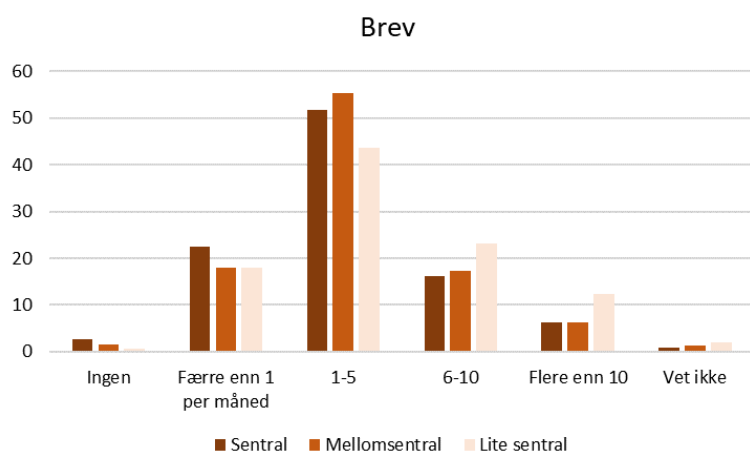
Det er små variasjoner når det gjelder landsdel og mengde post per husstand. Trøndelag/Nord-Norge har høyest andel husstander som mottar 1-5 brev i måneden, med nærmere 57 %. Resten av landet ligger på 49-54 %. Ser man på et større volum av brev, så er det Sør-/Vestlandet som peker seg noe ut. Over 27 % av husstandene i Sør-/Vestlandet mottar mer enn 6 brev per måned. De resterende landsdelene ligger på 22-23 %. Andelen som aldri sender brev, er størst i Oslo og omegn med 35 %. Til

sammenligning ligger resten av landet på 27 %. Når det gjelder pakker, har Oslo og omegn høyest andel husstander som mottar 1-5 pakker i måneden, med 53 %. Resten av landet ligger på 46-50 %.

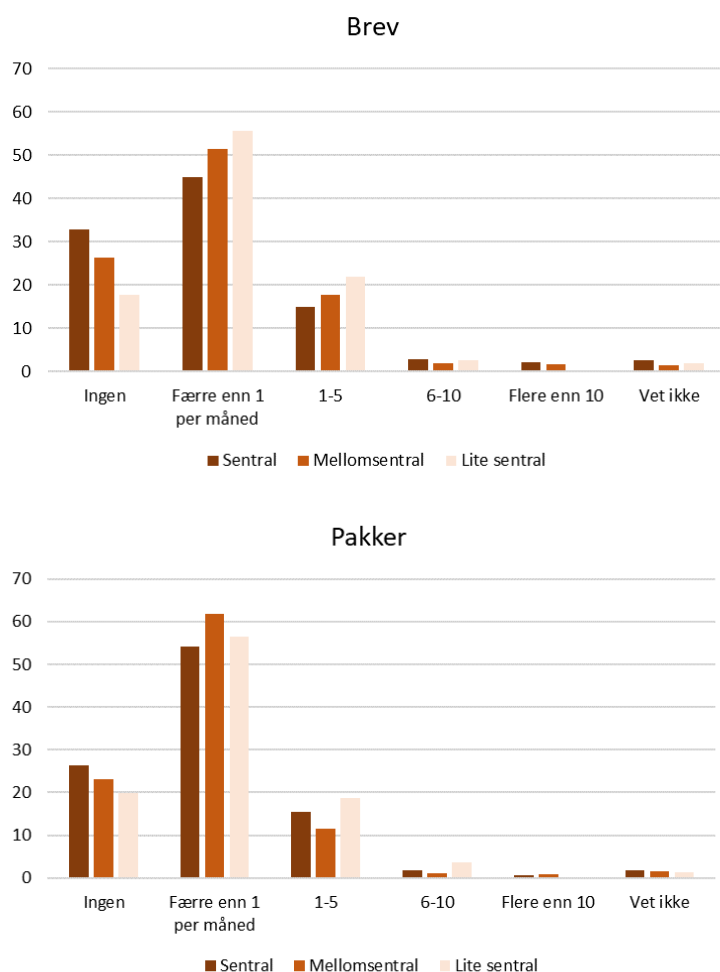
Blant mottakere av *større mengder pakker* (6 eller flere pakker per måned) er det færre husstander i Trøndelag/Nord-Norge (5,4 %) enn i resten av landet (10-12 %). En større andel av de som bor lite sentralt (nærmere 36 %) mottar *større mengder* brev (6 eller flere brev per måned) sammenlignet med de som bor i mer sentrale strøk (rundt 23 %) (Figur 3). Det *sendes* også mer brev jo mindre sentralt man bor (Figur 4). De som bor sentralt oppga i større grad at de ikke sender noen brev i måneden, enn de som bor mellomsentralt og lite sentralt. Det er ikke et tydelig mønster når det kommer til sentralitet og mottak eller sending av pakker.

Funnene er i tråd med Pöyrys undersøkelse fra 2010, og med EU-kommisjonens rapport fra 2022, som begge fant at brev volumet er større per innbygger i mindre sentrale strøk enn i mer sentrale strøk.

Figur 3: Mengde brev og pakker som mottas fordelt på sentralitet



Figur 4: Mengde brev og pakker som sendes fordelt på sentralitet



### 3.2 Inn- og utleveringspunkt

Kapittel 3.2 omhandler spørsmål rundt inn- og utleveringspunkter for privatpersoner.

Svaralternativene i spørreskjemaet var følgende: 1) Postkasse, 2) Postboks (Plassert på Post i butikk el.), 3) Pakkeboks/skap (Selvbetjent henteløsning for pakker), 4) På døren/hjemadresse, 5) Henter på postkontor eller Post i butikk, 6) Annet. Det var mulig med flervalg. Resultatene presenteres totalt og fordelt på bakgrunnsvariablene alder og bosted (sentralitet og landsdel).

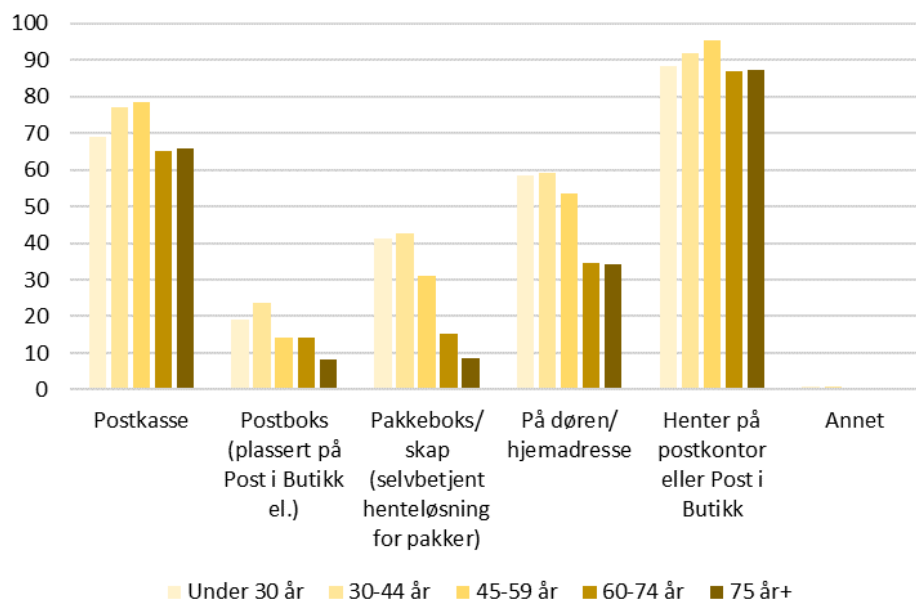
Det er mest vanlig å bruke Post i butikk/postkontor, både for å hente pakker (90,6 %) og sende pakker (90 %) (Figur 5 og Figur 6)<sup>7</sup>. Det er også vanlig å motta pakker i egen postkasse (72,6 %) og på døren/hjemadresse (51 %), mens det er mindre vanlig å benytte egen postkasse (19,6 %) eller innleveringspostkasse (16,5 %) for å sende pakker.

<sup>7</sup> Flervalg: Den enkelte respondent kan krysse av for flere alternativ

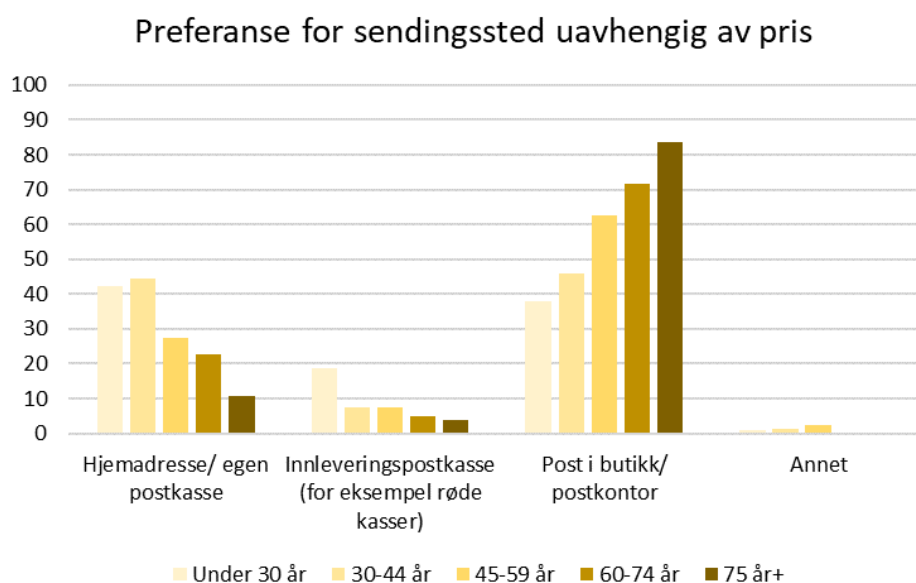
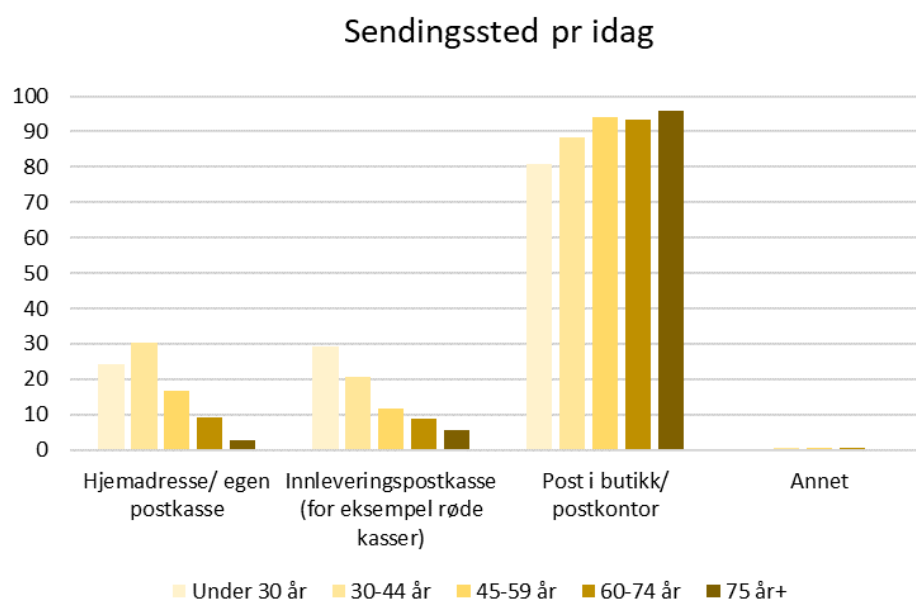
### 3.2.1 Alder

Aldersforskjellene knyttet til hvor man mottar og sender pakker, er tydeligst for hjemadresse. 57 % av respondentene under 60 år oppga for eksempel å motta pakker på døren/hjemadresse, mens bare 34 % i aldersgruppen over 60 år benytter seg av denne tjenesten (Figur 5). Det er også de eldste som i mindre grad benytter pakkeboks/skap for å motta pakker.

Figur 5: Sted for mottak av pakker fordelt på aldersgrupper



Figur 6: Sted for forsendelse av pakker fordelt på aldersgrupper



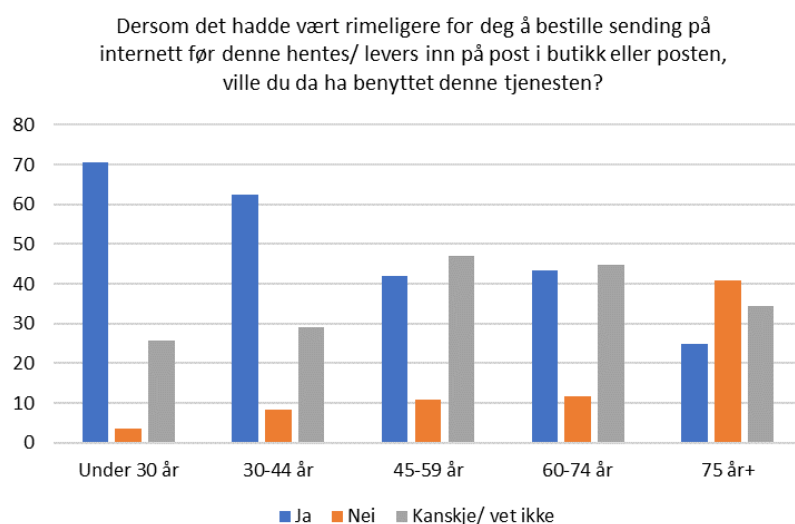
For å sende pakker er også situasjonen slik at de aller fleste benytter seg av Post i butikk/postkontor (Figur 6). Det er de yngre som i større grad sender hjemmefra eller gjennom innleveringspostkasse. Dersom pris ikke hadde hatt betydning ville flere foretrukket hjemadresse som sendingssted (Figur 6, panel 2). For de under 30 år er nedgangen i preferanse for Post i butikk/postkontor på 40 % dersom pris ikke hadde hatt betydning. Jo eldre man er, jo større sannsynlighet for å holde på preferansen for Post i butikk/postkontor, uavhengig av pris.

Preferanse for Post i butikk/postkontor blant de eldre kan ha sammenheng med bruk av internett, og underbygges av spørsmålet: «Dersom det hadde vært rimeligere for deg å bestille sending på internett



før denne hentes/ leveres inn på Post i butikk eller posten, ville du da ha benyttet denne tjenesten?». Her svarte 51 % «ja», 12 % «nei» og 37 % «kanskje/vet ikke». Svarfordelingen endres klart med alder. Andelen som svarte «nei» ligger for eksempel på 41 % blant de over 75 år (Figur 7).

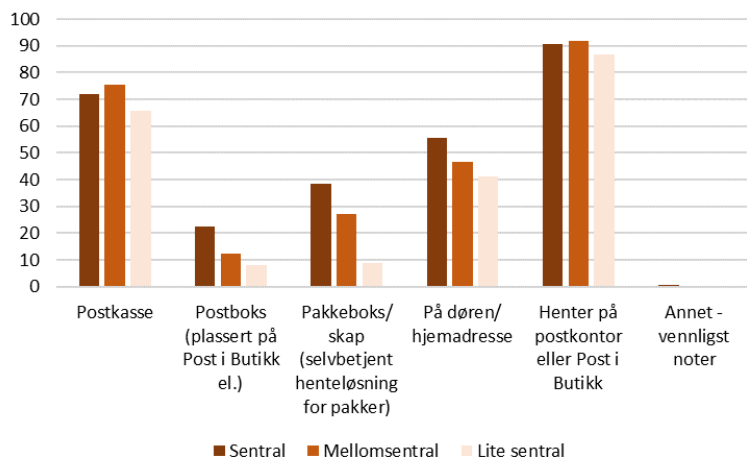
Figur 7: Bestilling på internett fordelt på alder



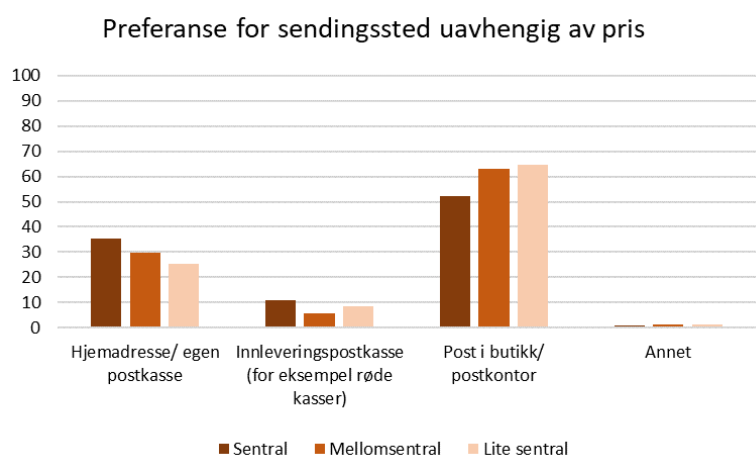
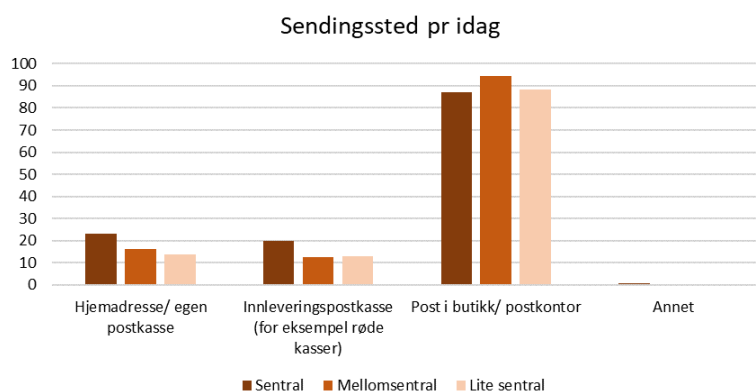
### 3.2.2 Bosted

Sted for mottak og forsendelse av pakker varierer basert på hvor sentralt man bor. Det er i større grad de som bor i sentrale strøk som benytter postboks, pakkeboks eller mottak på døren/hjemadresse (Figur 8). Det er også i noe større grad innbyggere i Oslo og omegn som benytter pakkeboks (39,1 %) enn i resten av landet (28,9 %), og som i større grad benytter seg av hjemlevering av pakker (59,3 %) enn i resten av landet (48,1 %). Det er i noe større grad de som bor i sentrale strøk (Figur 9), og de som bor i Oslo og omegn, som benytter hjemmeadresse for å sende pakker i dag. Disse vil også foretrekke dette fremfor Post i butikk/postkontor dersom pris ikke hadde vært av betydning.

Figur 8: Sted for mottak av pakker fordelt på sentralitet



Figur 9: Sted for forsendelse av pakker fordelt på sentralitet

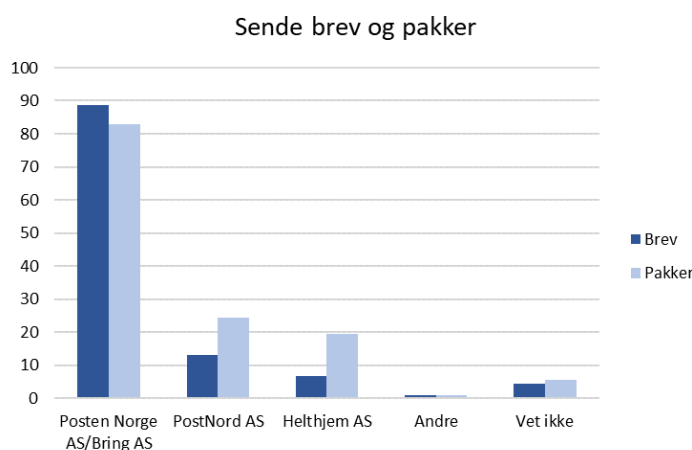
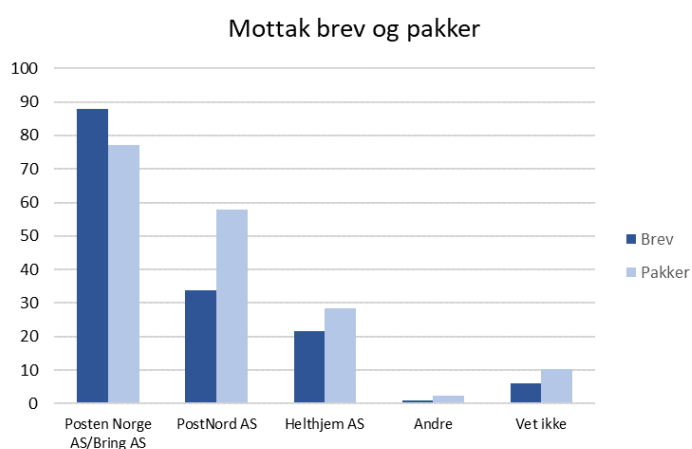


### 3.3 Tilbydere

Respondentene fikk videre spørsmål om hvilke tilbydere som ble benyttet for henting og levering av brev og pakker. Opplistingen inneholdt tre større tilbydere i Norge, i tillegg til alternativene «andre» og «vet ikke». Under «andre» ble respondenten bedt om å notere hvilke andre tilbydere de benyttet. Resultatene presenteres totalt og fordelt på bakgrunnsvariablene alder og bosted.

Posten Norge/Bring anvendes hyppigst både for brev og pakker. Nærmere 88-89 % av de spurte svarte at Posten Norge benyttes både ved mottak og sending av brev. Over 77 % svarte at Posten Norge leverer pakkene de mottar og nærmere 83 % oppga at Posten Norge benyttes for å sende pakker (Figur 10). PostNord er tilbyderen som anvendes mest etter Posten Norge/Bring, med nærmere 34 % av brev og nærmere 58 % av pakkene som mottas, og 13 % av brev og 24 % av pakker som sendes. Tilbyderen Helthjem utgjør også en relativt stor andel av pakkelevering spesielt. Et fåtall andre tilbydere ble nevnt under svaralternativet «andre». De som ble nevnt for brev, og for å sende pakker, er Porterbuddy, DHL og UPS. For mottak av pakker ble i tillegg FedEx nevnt. Av 2% som svarte «andre» for mottak av pakker er DHL størst (Figur 10).

Figur 10: Tilbydere for levering av brev og pakker i privatmarkedet



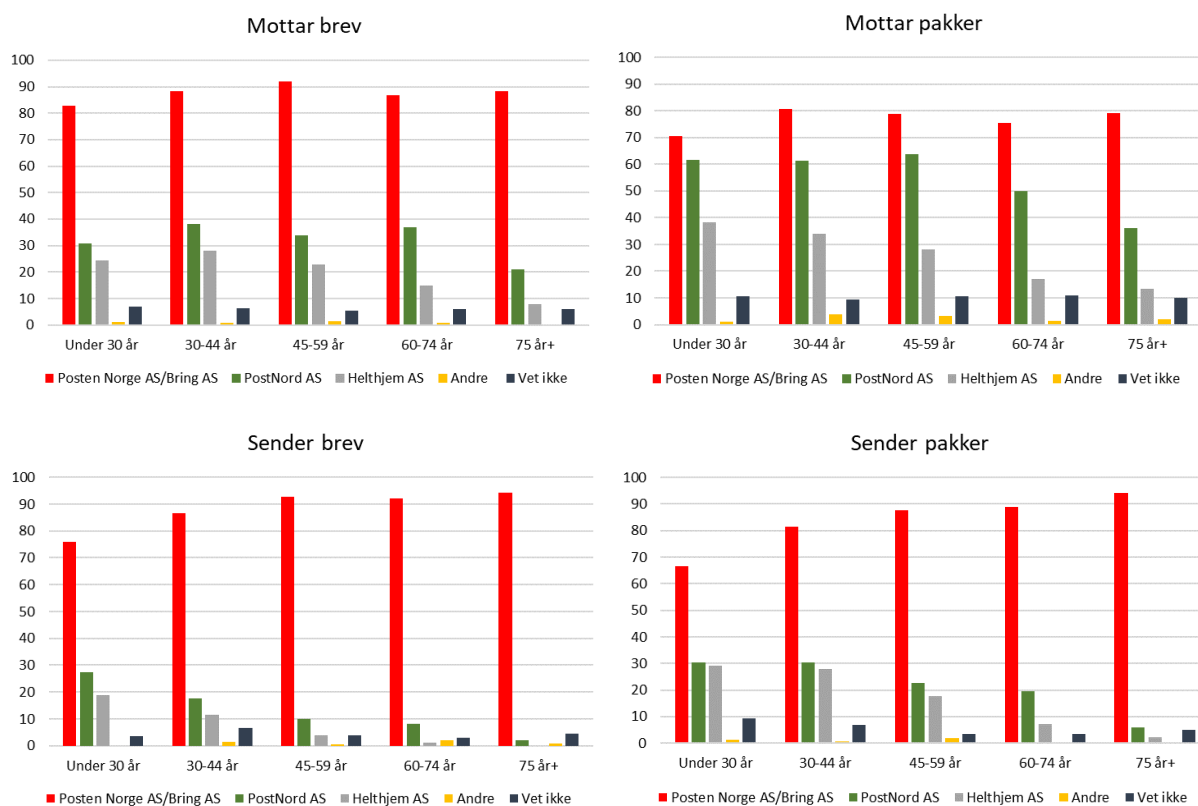
Til sammenligning er også Posten Norge/Bring mest benyttet av virksomheter, både for brev og pakker. PostNord benyttes også mye, men i større grad for pakker enn for brev.

### 3.3.1 Alder og bosted

I privatmarkedet er det en tydelig aldersforskjell knyttet til hvem som bruker hvilke tilbydere. Det er i større grad de yngre aldersgruppene som benytter andre tilbydere enn Posten Norge/Bring (Figur 11). Det dreier seg hovedsakelig om PostNord og Helthjem som brukes for å sende pakker. Helthjem benyttes også i større grad av de som bor sentralt sammenlignet med de som bor mindre sentralt.

Det er små forskjeller mellom landsdeler, bortsett fra at Nord-Norge/Trøndelag i noe større grad bruker Posten Norge/Bring for både brev og pakker. Oslo og omegn benytter Helthjem i større grad både for å sende brev (11,5 %) og pakker (27,9 %) enn de andre landsdelene (brev: 4,8 %, pakker: 16,3 %). Vestlandet/Sørlandet benytter PostNord i litt større grad for å sende pakker (29 %) enn de andre landsdelene (16-25 %).

Figur 11: Tilbydere benyttet for levering av brev og pakker fordelt på aldersgrupper

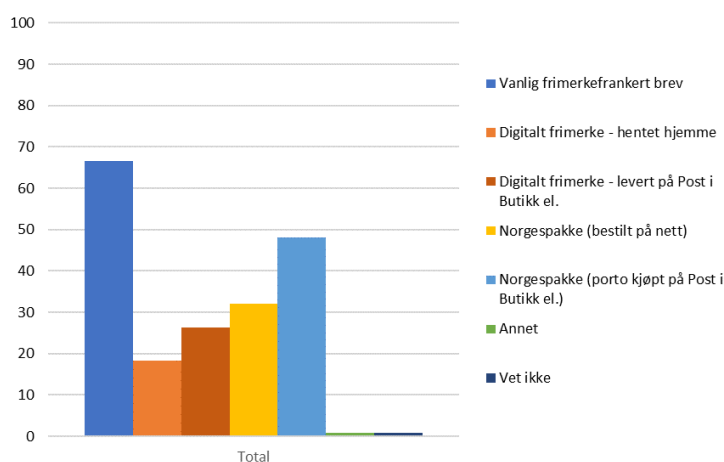


### 3.4 Tjenestene hos leveringspliktig tilbyder

Respondentene som oppga å benytte Posten Norge (leveringspliktig tilbyder) ble videre spurt om hvilke tjenester fra Posten Norge de bruker. 930 respondenter svarte. Mulige svaralternativ var: 1) Vanlig frimerkefrankert brev, 2) Digitalt frimerke – hentet hjemme, 3) Digitalt frimerke – levert på Post i butikk el., 4) Norgespakke (bestilt på nett), 5) Norgespakke (post kjøpt på Post i butikk el.), 6) Annet. Det var mulig med flervalg. Resultatene presenteres totalt (Figur 12), og brutt ned på bakgrunnsvariablene alder (Figur 13) og sentralitet (Figur 14).

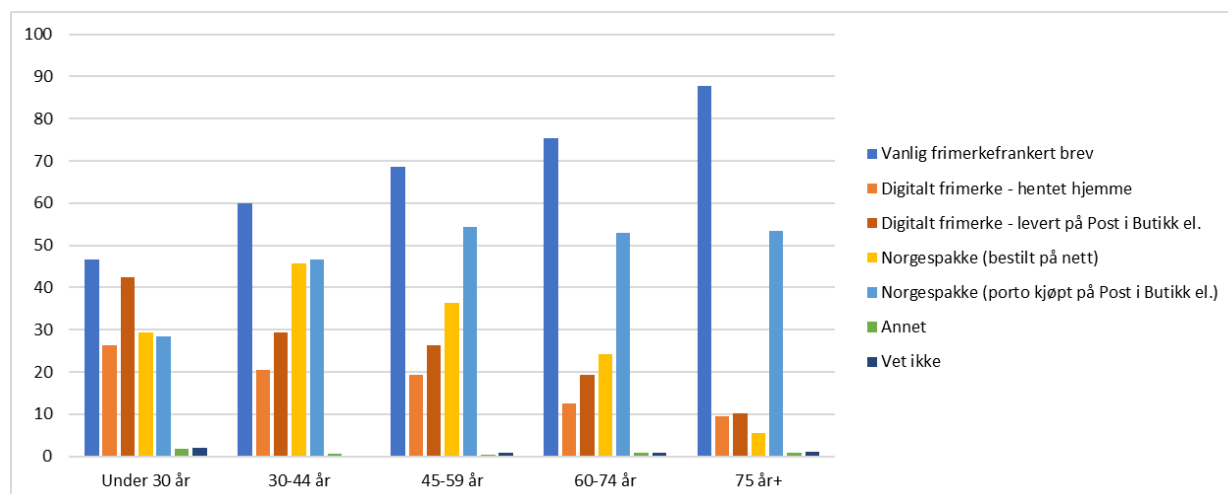
Vanlig frimerkefrankert brev er den tjenesten som i størst grad benyttes (66,5 %). Deretter kommer Norgespakken hvor porto er kjøpt på Post i butikk el. (48,2 %).

Figur 12: Tjenester hos leveringspliktig tilbyder

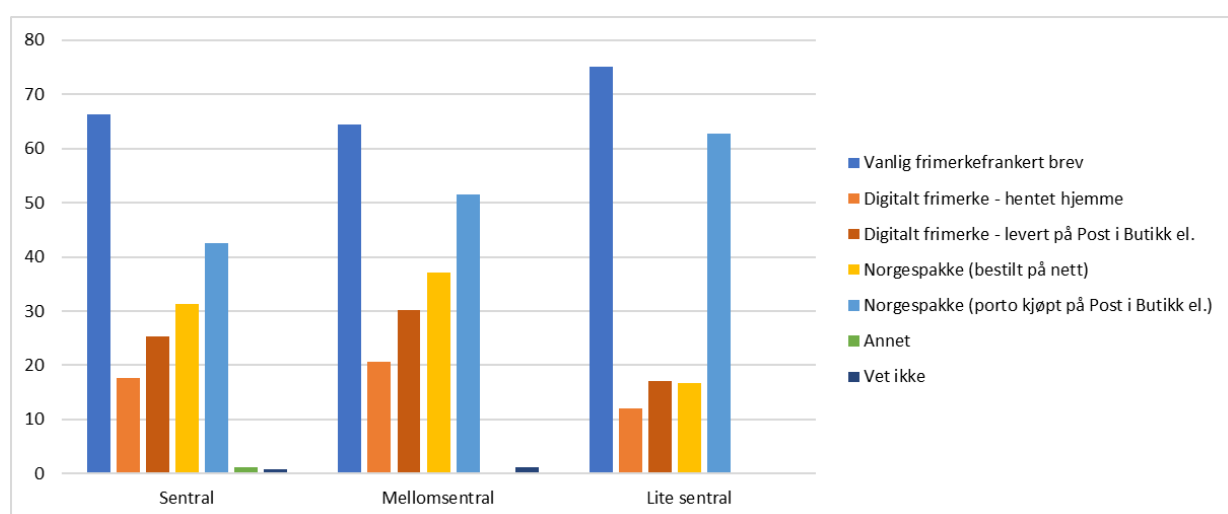


Igjen er det tydelige aldersmessige forskjeller. Andelen som bruker vanlig frimerkefrankerte brev øker med alderen, og de tjenestene som innebærer digitale løsninger (digitale frimerker, Norgespakke bestilt på nett o.l.) synker betydelig med alderen (Figur 13). Det er ingen signifikante landsdelsforskjeller, men bruk av digitale tjenester er lavere i lite sentrale strøk. For eksempel benyttes Norgespakke bestilt på nett i større grad av de som bor sentralt og mellomsentralt. Det er også en større andel av de som bor i lite sentrale strøk som oppga å benytte Norgespakke med porto kjøpt på Post i butikk, sammenlignet med de som bor mer sentralt (Figur 14).

Figur 13: Tjenester hos leveringspliktig tilbyder fordelt på alder



Figur 14: Tjenester hos leveringspliktig tilbyder fordelt på sentralitet



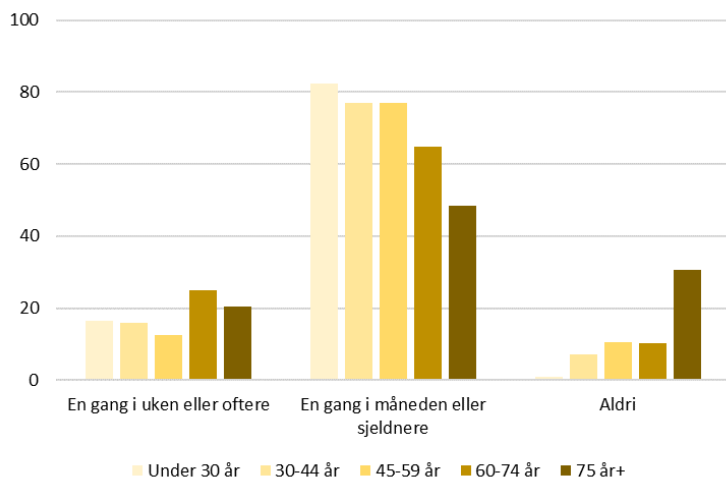
### 3.5 Digital postkasse

Respondentene fikk ett spørsmål om digital postkasse: «Omtrent hvor ofte benytter du deg av digital postkasse (for eksempel Digipost, e-boks, og lignende)?». 1 240 av respondentene besvarte spørsmålet. Resultatene presenteres totalt og fordelt på alder og sentralitet.

Et flertall benytter seg av digital postkasse, men bruken er sparsom. Av 1 240 personer svarte om lag 17 % at de benytter digital postkasse én gang i uken eller oftere. Nærmere 73 % svarte at de bruker det én gang i måneden eller sjeldnere, og nesten 10 % bruker aldri noen form for digital postkasse. Alder,

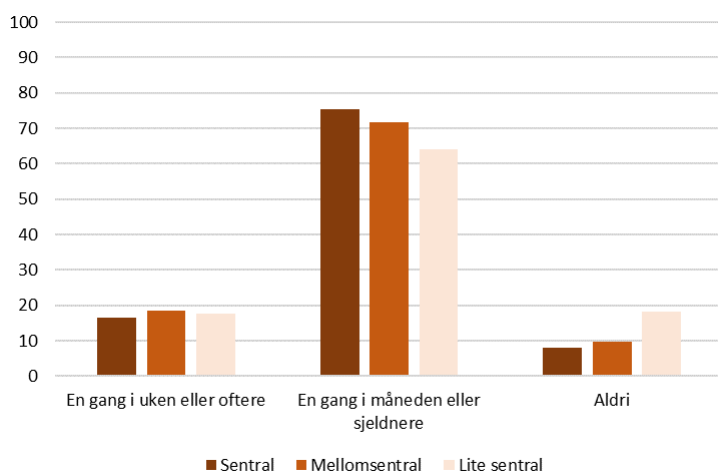
men ikke kjønn, ser ut til å være en signifikant indikator på hvorvidt man benytter digital postkasse. I aldersgruppen 75 år + svarte over 30 % at de aldri benytter digital postkasse (Figur 15). Til sammenligning svarte kun 1 % av de under 30 år at de aldri bruker digital postkasse.

Figur 15: Bruk av digital postkasse fordelt på aldersgrupper



Når det gjelder landsdeler, så har det ingen betydning om man bor på Østlandet, Vestlandet/Sørlandet, eller i Trøndelag/Nord-Norge, men det er en forskjell i bruk av digital postkasse etter hvor sentralt man bor. Det var en større andel av de spurte bosatt i lite sentrale strøk som svarte at de aldri bruker digital postkasse, enn de bosatt i sentrale strøk (18 % vs. 8 %) (Figur 16).

Figur 16: Bruk av digital postkasse fordelt på sentralitet



### 3.6 Privatmarkedets behov

I motsetning til foregående spørsmål, som tar for seg privatmarkedets *faktiske bruk* av posttjenester, omhandler kapittel 3.6 deres *behov* knyttet til posttjenester. Det skilles fortsatt mellom privatpersoner som avsender og privatpersoner som mottaker av post, mellom brevforsendelse og pakkeforsendelse, og resultatene presenteres fordelt på alder og sentralitet.

#### 3.6.1 Pris

Tilnærmet en tredjedel oppga at pris er svært eller ganske viktig ved sending av brev (Figur 17, Figur 18). Pris er mindre viktig for de over 75 år.

#### 3.6.2 Sporing

Sporing av pakker er en viktig tjeneste for alle respondenter uavhengig av alder, landsdel og sentralitet. Nærmere 67 % svarte at sporing av pakker er ganske viktig eller svært viktig. Sporing av brev er mindre viktig for den private bruker enn hva sporing av pakker er. 32 % svarte «ganske viktig» eller «svært viktig». Sporing av brev er også mindre viktig for den eldste gruppen (28 %) enn for de øvrige aldersgruppene (30-37 %), men viktigere for de som bor mindre sentralt (42 %) enn de som bor mer sentralt (31 %).

#### 3.6.3 Menneskelig service

Også den menneskelige servicen er viktigere ved sending av pakker enn ved sending av brev, og viktigere jo eldre respondenten er (Figur 17) og jo mindre sentralt personen bor (Figur 18). For pakker, viser resultatene også at personer i Oslo og omegn ikke er like opptatt av menneskelig service som personer i øvrige landsdeler. Halvparten (49 %) av respondentene svarte at menneskelig service er «ganske viktig» eller «svært viktig» når de skal sende pakker, mens bare 37 % svarte det samme når det gjelder brev.

#### 3.6.4 Post i butikk

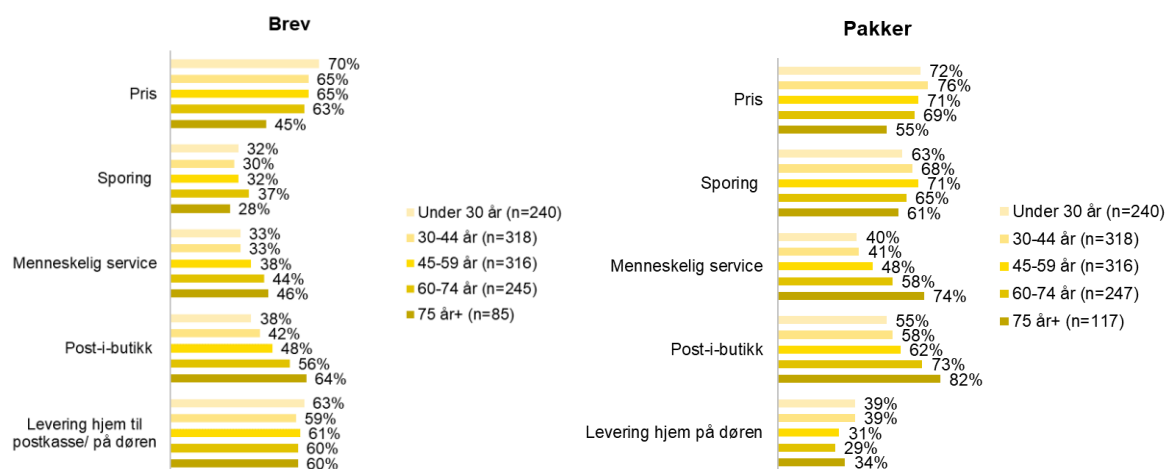
Svarfordelingen på viktigheten av Post i butikk er lik som for menneskelig service. Viktigheten av Post i butikk øker jevnt med høyere alder, og den øker jo mindre sentralt man bor. Dette gjelder for både brev og pakker (imidlertid i litt svakere grad for brev).

#### 3.6.5 Levering hjem

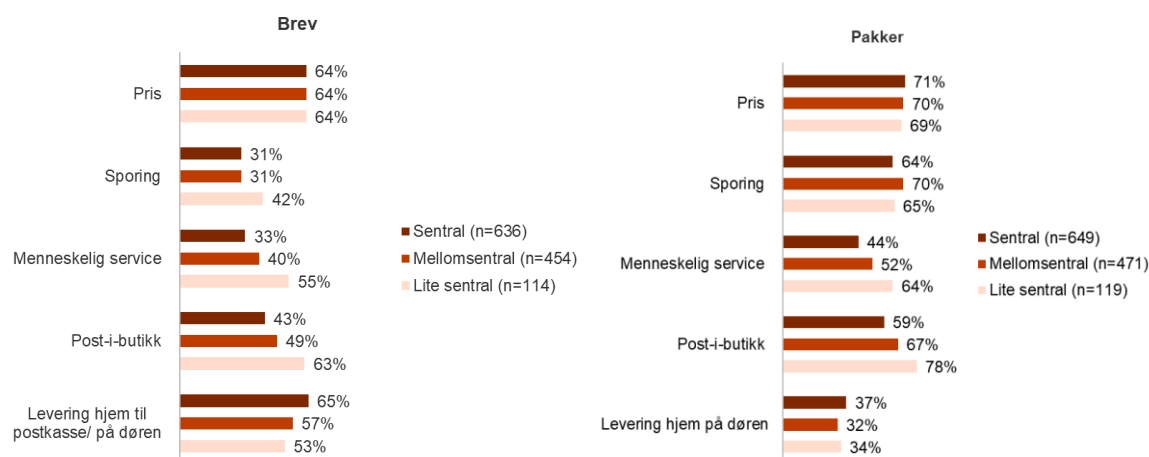
Tilnærmet en tredjedel oppga at hjemlevering er svært eller ganske viktig ved sending av brev (Figur 17, Figur 18). Det er de yngste som synes det er viktigst å få pakker levert hjem. Også for brev synes de yngste det er viktigere enn de øvrige aldersgruppene med hjemlevering. Blant de under 30 år svarte 39,3 % «ganske viktig» eller «svært viktig» på hjemlevering av pakker. De eldste ligger likevel ikke så langt bak; 34,2 % svarte «ganske viktig» eller «svært viktig».



Figur 17: Viktige tjenester for sending av brev og pakker fordelt på alder



Figur 18: Viktige tjenester for sending av brev og pakker fordelt på sentralitet



### 3.7 Betalingsvillighet

Respondentene fikk flere spørsmål om pris og betalingsvillighet for henting og levering hjem, og for raskere levering. Resultatene i kapittel 3.7 presenteres totalt og fordelt på alder og bosted (landsdel og sentralitet).

De aller fleste respondenter svarte at prisen for posttjenester er for høy. For å sende brev svarte nærmere 24 % at prisen er «altfor høy», og 36 % svarte «for høy». Nærmere 28 % svarte at prisen for å sende brev er «passende», og 12,3 % svarte «for lav» eller «vet ikke». For å sende pakker svarte nærmere 22 % at prisen er «altfor høy» og over 37 % at prisen er «for høy».

Blant dem som oppga at de ønsker å *sende* fra egen hjemadresse, svarte 57 % at de *ikke* er villig til å betale mer for denne tjenesten. På spørsmål om villighet til å betale mer for å få *levert* pakker hjem, svarte 12,6 % «ja», 65,3 % «nei» og 22,1 % svarte «vet ikke» (Figur 19). Betalingsvilligheten er heller ikke stor for *raskere* levering. Nærmere 60 % svarte at de ikke er villige til å betale mer for raskere levering.

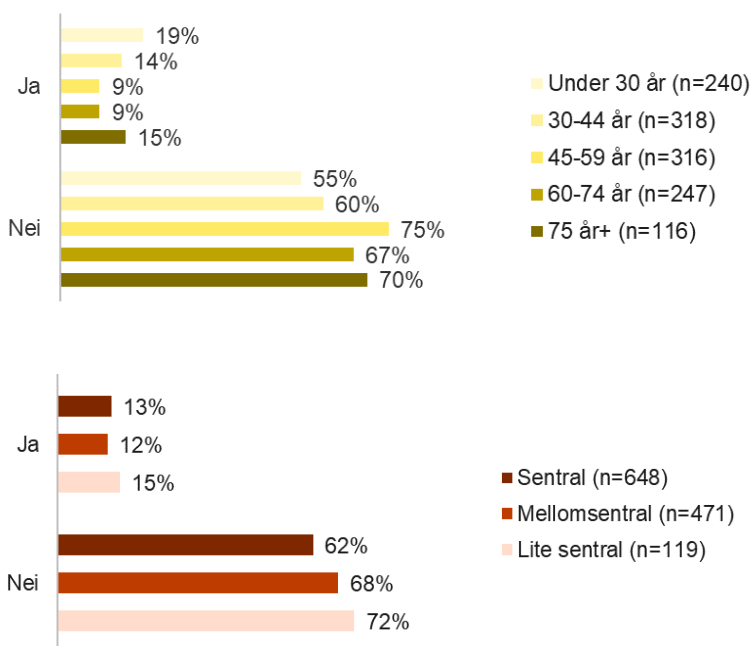
### 3.7.1 Alder

Det er en større andel av de under 30 år som synes prisen for å sende brev (37 %) og pakker (33 %) er passende sammenlignet med de eldre gruppene (19 %-31 %). De under 30 år og de over 75 år er i større grad villige til å betale ekstra for å sende pakker fra egen hjemadresse (henholdsvis 27 % og 26 %) sammenlignet med andre aldersgrupper (10-15 %). Det samme mønsteret ser man når det gjelder betalingsvillighet for hjemlevering av pakker (Figur 19). De yngste er også i større grad villige til å betale mer for *raskere* levering av postsendinger (29 %) sammenlignet med de andre aldersgruppene (12-19 %).

### 3.7.2 Bosted

Det er små forskjeller på villighet til å betale mer for hjemlevering i forhold til bosted. Likevel er de som bor på Østlandet i litt større grad villige til å betale mer for hjemlevering enn ellers i landet, og de som bor mellomsentralt eller lite sentralt er i *mindre* grad villige til å betale mer for hjemlevering sammenlignet med de som bor sentralt (Figur 19).

Figur 19: Villighet til å betale mer for hjemlevering av pakker fordelt på aldersgrupper og sentralitet

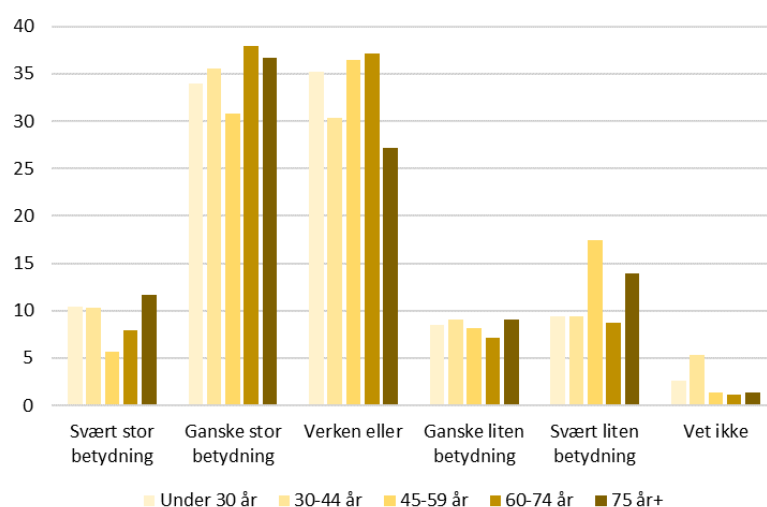


### 3.8 Bærekraft

Ett spørsmål omhandlet bærekraft: «Hvilken betydning har det for deg at posttilbyderen leverer bærekraftige løsninger?». 1 238 besvarte dette spørsmålet.

En stor andel oppga å være opptatt av at posttilbyderen leverer bærekraftige løsninger (Figur 20). Over 43 % svarte at dette har ganske stor eller svært stor betydning. Det er imidlertid også en god del som svarte «vet ikke» eller «verken eller» (33,9 %). Aldersgruppene 45-59 år peker seg noe ut ved å svare relativt lavt i kategoriene «Svært stor betydning» og «Ganske stor betydning».

Figur 20: Private brukeres fokus på bærekraft hos tilbyderne



### 3.9 Tilfredshet

Kapittel 3.9 omhandler privatpersoners tilfredshet med dagens posttjenester. Respondentene ble spurt om grad av tilfredshet på en skala fra svært fornøyd til svært misfornøyd, og resultatene presenteres som prosentvise andeler av totalen, og fordelt på bakgrunnsvariablene alder og bosted (sentralitet og landsdel). Respondentene fikk også åpne spørsmål om tilfredshet. Disse kvalitative resultatene er kategorisert og står under delkapittel 3.9.2.

#### 3.9.1 Kvantitative resultat

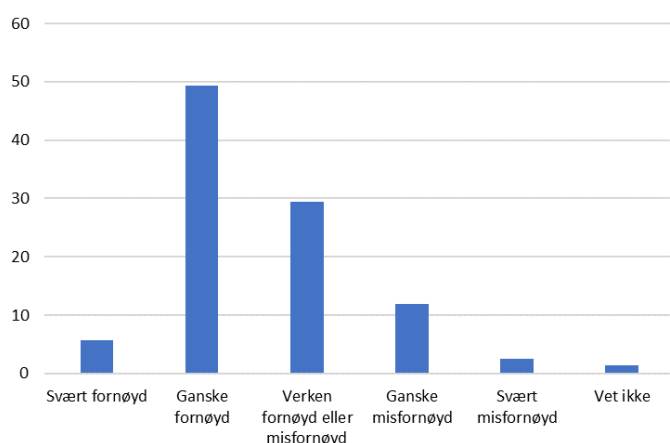
Over halvparten oppga at de er svært eller ganske fornøyd med dagens posttjenester, og kun 14 % er misfornøyd (Figur 21). Nærmere 42 % ønsker ingen endring.

De yngste er mest fornøyd, og de eldre i større grad misfornøyd. De som bor lite sentralt er også i større grad misfornøyd enn de som bor mer sentralt.

I tillegg er det landsdelsforskjeller i tilfredshet med dagens posttjenester. Blant de som er bosatt i Rogaland, Nordland og Troms og Finnmark, er det en større andel som er *misfornøyd* med dagens posttjenester, sammenlignet med øvrige landsdeler.

De som benytter posttjenestene mer enn én gang i måneden er i større grad misfornøyd med dagens posttjenester, sammenlignet med de som bruker posttjenestene mindre enn én gang i måneden eller aldri.

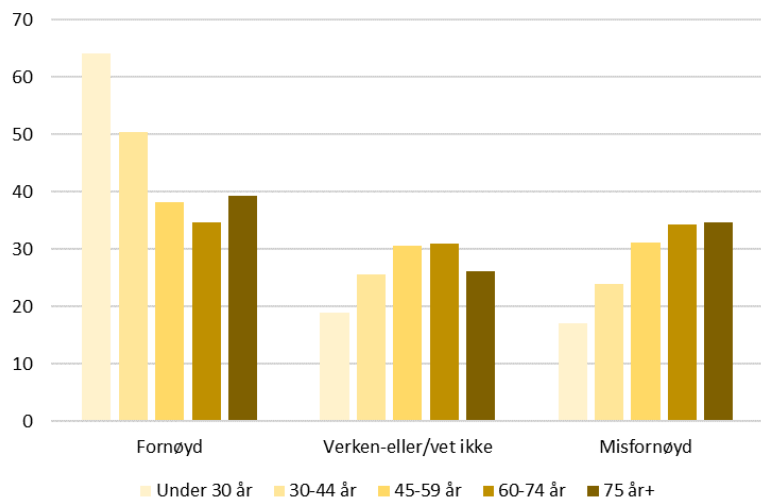
Figur 21: Tilfredshet med dagens posttjenester



Når spørsmålet om tilfredshet knyttes til leveringstid, er svarene noe mer jevnt fordelt fra svært fornøyd til svært misfornøyd. Nærmere 46 % oppga å være fornøyd med leveringstid på 4 virkedager for postsendinger. De yngre er i større grad fornøyd enn de eldre (Figur 22).

Om lag en tredjedel blant de over 45 er misfornøyd med leveringstiden, og andelen blant de som bor lite sentralt og de som benytter posttjenester mye er mindre fornøyd enn de som bor mer sentralt og de som benytter posttjenester sjeldnere. Det er ellers ubetydelige landsdelsvariasjoner.

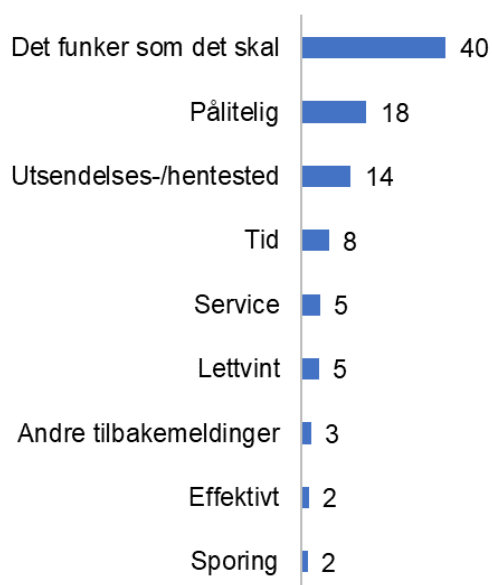
Figur 22: Tilfredshet med leveringstid av post på 4 virkedager



### 3.9.2 Kvalitative resultat

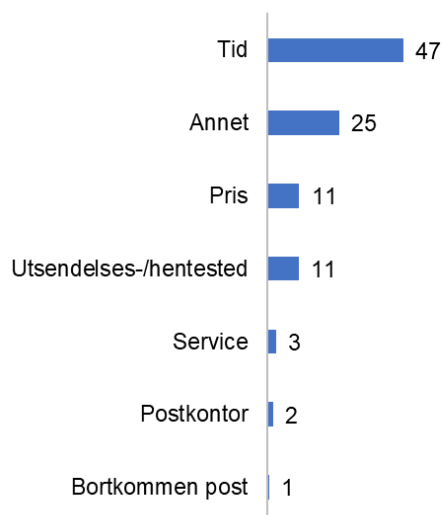
De 55 % som oppga å være svært eller ganske fornøyd med dagens posttjenester, ble spurt om hvorfor de er det. 40 % svarte at tjenestene «funger som de skal», 18 % svarte at posttjenestene (ofte nevnes «Posten») er pålitelige, og 14 % er fornøyd med utsendelse- og hentested (Figur 23).

Figur 23: «Hva gjør at du er fornøyd med dagens posttjenester?»



Av de som oppga å være misfornøyde, svarte 47 % at leveringstiden er for lang eller at det leveres for sjeldent, 25 % faller innunder kategorien «Annet» og 11 % peker på pris og på utsendelses- og hentested (Figur 24).

Figur 24: «Hva gjør at du er misfornøyd med dagens posttjenester?»



## 4 Oppsummering av resultater

Resultatene viser at den totale mengden brev som mottas og mengde brev og pakker som sendes fra husstandene har gått ned siden 2010<sup>8</sup>, mens mengden pakker som mottas har økt siden 2010. Dette er i tråd med EU-kommisjonens rapport på brev- og pakkemarkedet fra 2022, og kan ses også generelt i EU/EØS.

Husstander i spredtbygde strøk mottar flest brev. Unge sender minst brev og pakker. Unge, og de bosatt i sentrale strøk, mottar flest pakker. De eldste oppga i større grad å aldri motta eller sende verken brev eller pakker.

Det er mest vanlig å bruke Post i butikk/postkontor både for å sende og motta pakker.

<sup>8</sup> Pöyry, *Utredning om behovet for leveringspliktige posttjenester, 2010*

<sup>8</sup> <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e8348d3f-79d0-11ed-9887-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF>

Det er de unge, og de bosatt i sentrale strøk, som mener hjemlevering er viktigst. Det er også de unge og de bosatt i sentrale strøk som i hovedsak benytter seg av denne tjenesten, og som er villige til å betale mer for dette.

Det er først og fremst de unge som bruker nyere løsninger for å levere og sende postsendinger. De eldste forholder seg hovedsakelig til Post i butikk/postkontor. Menneskelig service og Post i butikk er viktigst for de eldste og for de som bor lite sentralt.

Av de spurte, opplyste de fleste å anvende Posten Norge/Bring for posttjenester i Norge. Andre tilbydere, som PostNord og Helthjem med flere, benyttes også i stor grad for pakker, og da spesielt blant unge og de bosatt i sentrale strøk.

Når det gjelder tjenester hos leveringspliktig tilbyder, så er vanlig frimerkefrankert brev den tjenesten som i størst grad benyttes. Tjenester som innebærer digitale løsninger synker med alder og jo mindre sentralt man bor. Det samme gjelder bruken av digital postkasse.

Pris og sporing er viktig for de fleste. Flesteparten er ikke villige til å betale for raskere levering, eller for å sende eller motta pakker på hjemadresse. Men de unge er, i noe større grad enn de eldre, villige til å betale ekstra for slike tjenester.

Over halvparten er fornøyde med dagens posttjenester. De unge og de bosatt i sentrale strøk, oppga i større grad tilfredshet enn de eldre og de som bor lite sentralt. En del av befolkningen er misfornøyd med leveringstiden for dagens posttjenester, spesielt de over 45 år og de som bor mer sentralt. Det er likevel liten villighet til å betale mer for raskere levering.

## 5 Konklusjon

### 5.1 Tradisjonelle posttjenester

Flere av resultatene i denne undersøkelsen kan tyde på at Post i butikk/postkontor og de tradisjonelle tjenestene er viktig for brukeren av flere grunner enn pris. Svært mange av respondentene svarer blant annet at de bruker Post i butikk/postkontor som inn- og utleveringspunkt, og vil foretrekke dette også dersom pris ikke har betydning. En forklaring kan være vane hos bruker, eller det kan handle om at man ønsker den personlige kontakten/servicen man oppnår ved å bruke Post i butikk. De eldste oppga for eksempel at hjemlevering av pakker er viktig (dog i litt lavere grad enn de yngre), likevel ser man at en svært liten andel av de over 75 år faktisk selv sender eller mottar pakker hjemme. Dette kan være

en indikasjon på at de eldste vil ha muligheten til hjemlevering av praktiske årsaker, men at de likevel foretrekker den menneskelige servicen i Post i butikk/postkontor så lenge det er mulig. Det at de eldre i større grad enn de yngre foretrekker Post i butikk/postkontor og at de i mindre grad benytter seg av hjemlevering, kan også ha sammenheng med bruk av digitale løsninger. Sammenhengen mellom alder og bruk av digitale løsninger støttes av øvrige resultat i undersøkelsen. Elektroniske løsninger gir fordeler for brukeren i form av enkelhet og tilgjengelighet, men for mange, spesielt eldre, kan elektroniske løsninger være en utfordring<sup>9</sup>.

Undersøkelsen viser videre en sammenheng mellom bosted og bruk av posttjenester. Personer bosatt i lite sentrale strøk benytter digitale løsninger i mindre grad, og benytter Post i butikk/postkontor i større grad, enn de som bor sentralt. Det bor flere eldre i mindre sentrale strøk, og deler av forskjellene funnet i sentralitet kan tilskrives alder. Kontrolleres det for dette, ser man likevel at det er forskjeller i bruk av posttjenester på bakgrunn av sentralitets-variabelen. Forskjellene kan ha samme forklaringen som for alder, for eksempel at man får personlig kontakten/servicen ved å bruke Post i butikk. I mindre sentrale strøk kan Post i butikk/postkontor fungere som et sosialt samlingspunkt. Dessuten kan tilgang til bil spille en rolle. Bor man mindre sentralt er man gjerne mer avhengig av bil i mange sammenhenger. Det kan derfor tenkes at bruk av Post i butikk/postkontor ikke oppleves som en større belastning enn å benytte elektroniske løsninger. Videre undersøkelser må gjennomføres for eventuelt å avdekke disse hypotesene.

## 5.2 Menneskelig service og enkelhet/tilgjengelighet

Resultatene fra undersøkelsen viser klare forskjeller knyttet til alder ved flere aspekter av bruk og behov for posttjenester. Man kan imidlertid ikke konkludere på om dette skyldes alder alene, eller endringer i samfunnet som helhet. For eksempel så kan man anta at unge i dag ikke slutter å bruke de digitale løsningene de allerede er kjent med, utelukkende fordi de blir eldre. Samtidig kan det tenkes at behovet for et sosialt møtested eller personlig hjelp på Post i butikk faktisk øker med *alder*.

Menneskelig kontakt er uansett viktig for flere, spesielt for de eldre og for de som bor i lite sentrale strøk.

De unge og de som bor sentralt oppga at pris er viktig, men de har også større betalingsvillighet enn de eldre for tjenester de ønsker å ha. Dette gjelder for eksempel for hjemlevering av pakker. Man kan på generelt grunnlag anta at aldersgruppen 45-59 år har større kjøpekraft enn andre aldersgrupper, og at

---

<sup>9</sup> SSBs: *Bruk av IKT i husholdningene*. <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/informasjons-og-kommunikasjonsteknologi-ikt/statistikk/bruk-av-ikt-i-husholdningene>.



de av den grunn er villige til å betale mer for hjemlevering. Resultatene viser imidlertid at det kun er 8,5 % av denne aldersgruppen som svarte «ja» på dette. Det kan tyde på at de yngre er mer opptatt av enkelhet og tilgjengelighet, og at betalingsvilligheten reflekterer «endrede tider» mer enn alder eller kjøpekraft. Brukere av posttjenester i dag kan se ut til å være bevisste forbrukere, som er opptatt av både pris og enkelhet/tilgjengelighet. Man kan videre anta at en større andel av befolkningen vil ha større betalingsvillighet for supplerende tjenester, som for eksempel hjemlevering, i fremtiden.

### **5.3 Digitalisering**

Som påpekt i EU-kommisjonens rapport, har nedgangen i brevvolum sammenheng med at brev i økende grad blir erstattet med elektronisk kommunikasjon. Bruken av digitale løsninger mellom for eksempel myndigheter og privatpersoner gir en rekke fordeler i form av tids- og kostnadsbesparelser, enkelhet, med videre. Samtidig kan økt digitalisering ha visse negative effekter. Digitale løsninger kan i seg selv være en utfordring for mange private brukere. I tillegg innebærer en nedgang i brevvolum et press på økte priser og/eller en reduksjon i kvalitet/servicenivå. Spesielt for personer i mindre sentrale strøk, og eldre og sårbare personer, kan endringer i kvaliteten på posttjenester, som redusert tilgang til postkontor eller overgang til elektroniske tjenester, ha negative konsekvenser i form av sosial eksklusjon eller digital eksklusjon.

### **5.4 Endrede tider**

Undersøkelsen viser at behovet for posttjenester har endret seg over tid. Som resultat av endringene i kjøpemønster og økt e-handel er pakketjenester mye viktigere for brukerne enn tidligere, og det økende behov for pakkeforsendelser dekkes av nye aktører. Tendensen er videre at bruk av Post i butikk/postkontor er synkende, men fortsatt viktig for mange. Resultatene viser langt på vei at privatpersoner ønsker å opprettholde de mer tradisjonelle posttjenestene. Vi ser at det fremdeles er behov for både menneskelig service, i tillegg til et økende behov for tilgjengelighet/enkelhet i form av for eksempel levering og sending fra hjemadresse. Endringene mot økt digitalisering samsvarer med brukeres behov for enkelhet/tilgjengelighet, men går på tvers av brukeres behov for menneskelig service.

Totalt sett kan det se ut som utviklingen som handler om kvaliteten på posttjenester, tilgang til postkontor, og elektroniske tjenester, drives av flere faktorer utover brukers behov. Som tilsynsmyndighet på både ekom- og postområdet, er det viktig for Nkom å sikre at innholdet i de leveringspliktige tjenestene utvikles i takt med brukernes og markedets reelle behov, og utviklingen i postmarkedet i Norge tilsier videre oppfølging.