



Postens service 2007

- En rapport om Postens service på landsbygden



Innehållsförteckning

Förord.....	5
Sammanfattning	6
1. Posten i förändring.....	8
Stolt historia	8
Posten sedan avregleringen	8
Marknad i omvandling	9
2. Posten idag.....	11
Så regleras Posten.....	11
Så möter Posten kunder	12
Tillgänglighetsanpassade postombud	12
Generösa öppettider stödjer distanshandeln	13
Fördjupat samarbete med postombuden	13
3. Landsbygd i förändring.....	15
Kraftig befolkningsminskning.....	15
Konsekvenser för samhällsservicen	15
Tillgänglighet och en levande landsbygd	16
Färre livsmedelsbutiker på landsbygden.....	17
Statliga bolag anpassar verksamheten	18
Minskad offentlig service	19
Utvecklingen framåt.....	20
4. Postens service på landsbygden.....	22
Utveckling för bättre service.....	22
Särskilda utdelningslösningar	23
Utsträckt lantbrevbärarservice.....	23
Lantbrevbärare knyter ihop Sverige.....	24
Jämförelse med Norge och Finland	24
Intervjuer.....	26-31
5. Synen på Postens service.....	32
Postens kunder nöjda med postservicen på landsbygden.....	32
Postens serviceställen välkända.....	32
Brevbäraren viktig informationskanal.....	34
God tillgänglighet till serviceställen	35
Tillgänglighet till brevlådor.....	36
Landsbygdsborna nöjda med brevbäringen	37
Svenskarna blir mer positiva till Posten.....	38
6. Distanshandeln en möjlighet för landsbygden.....	40
Kraftig tillväxt för distanshandeln	40
Distanshandeln ökar utbudet på landsbygden	41
Nya möjligheter till företagande på landsbygden	41
Definitioner	43



Förord

För många på landsbygden är lantbrevbäraren en uppskattad och nödvändig länk till det övriga samhället. Postens lantbrevbäring gör det möjligt att utveckla landsbygden och upprätthålla en god service i delar av Sverige som annars ofta saknar andra delar av den samhällsinfrastrukturen.

Av denna rapport framgår att fyra av fem landsbygdsbor är nöjda med hur brevbäringen fungerar. I Sverige har nästan samtliga hushåll och företag på landsbygden mindre än 500 meter till sin postlåda. Endast 6 500 postmottagare har längre än en kilometer.

Postens servicenät för brev- och paketärenden hanteras idag via ombud, t.ex. i dagligvarubutiken. I kombination med den ökande distanshandeln har nya möjligheter skapats för både boende och företagare på landsbygden. En del av servicen på landsbygden som var på väg att försvinna kan nu lösas genom distanshandel och företag på landsbygden har genom internet fått en helt ny möjlighet att marknadsföra sig, för att sedan distribuera sina varor till nya målgrupper.

Vi har frågat våra privat- och företagskunder om deras syn på Postens service på landsbygden. Resultatet av deras synpunkter kan du läsa mer om i den här rapporten.

Trevlig läsning!

Andreas Falkenmark
VD Posten Meddelande AB

Sammanfattning

I denna rapport beskrivs Postens roll i samhället idag med särskilt fokus på den viktiga roll som Posten spelar för att hela Sverige ska leva. Syftet med rapporten är att berätta hur Posten aktivt arbetar för att skapa förutsättningar för en fortsatt god service på landsbygden. Det finns möjligheter till utveckling av en levande landsbygd som vi gemensamt bör ta till vara. Postens lantbrevbäring och servicenät i samarbete med handeln, i kombination med den ökande distanshandeln skapar nya möjligheter för både boende och företagare på landsbygden.

- **Kraftig befolkningsminskning** – Idag bor cirka 180 000 svenskar i glesbygd och cirka 2 miljoner i tätortsnära landsbygd. Sedan 1995 har befolkningen i glesbygd minskat med 10 procent och i tätortsnära landsbygd med cirka 1,5 procent. Enligt en prognos från SCB förväntas befolkningen fortsätta minska med ytterligare åtta respektive sex procent fram till år 2030.
- **Service på landsbygden anpassas till en ny verklighet** – Befolkningsminskning och lägre skatteunderlag i kombination med förändrade konsumentbeteenden och strukturomvandlingar har påverkat såväl privata som offentliga aktörer på landsbygden. Sedan 1995 har cirka 22 procent av livsmedelsbutikerna i glesbygd och 29 procent av butikerna i tätortsnära landsbygder försvunnit. Mindre orter har även successivt tappat offentlig service som skolor, förskolor och vårdcentraler.
- **Dagligvarubutiken i centrum** – För att få ett tillräckligt kundunderlag samordnas och samlokaliseras många servicefunktioner på landsbygden. Utöver livsmedelsförsörjning är dagligvarubutiken idag ofta även ombud för post, apotek, spel och systembolag. Dagligvarubutiken är den servicefunktion som boende på landsbygden värderar högst.
- **Bättre tillgänglighet till postservice** – Postens servicenät för brev- och paketärenden hanteras idag via ombud. Ombudens betydligt generösare öppettider har inneburit en kraftigt ökad tillgänglighet för postservice i Sverige. Antalet serviceställen på landsbygden har ökat sedan det nya servicenätet lanserades.
- **Postens serviceställen välkända** – Sju av tio landsbygdsbor vet vad de ska vända sig för att hämta paket eller aviserade brev. Tre av fem anser att de kan uträtta postärenden på tider som passar dem.





- **Lantbrevbäraren upprätthåller god service** – Störst andel nöjda med Postens tjänster finns bland de cirka 744 000 hushåll och företag som betjänas av lantbrevbärare. Det finns cirka 2 250 lantbrevbärlinjer som inte bara delar ut post utan även hanterar brev- och paketärenden och erbjuder kassaservice.
- **Närhet till egna postlådan** – I Sverige har nästan samtliga (97 procent) hushåll och företag på landsbygden mindre än 500 meter till sin postlåda. Endast en procent (6 500 postmottagare) av de som betjänas av lantbrevbärare har längre än en kilmoeter.
- **Landsbygdsborna är nöjda med sin brevbäring.** Svenskarna tycker att deras brev delas ut på ett sätt som passar dem. Fyra av fem privatpersoner på landsbygden är nöjda med brevbäringen. Mindre än en av tio är missnöjd. Även företagen på landsbygden ger bra betyg till brevbäringen. Tre av fyra är nöjda med hur företagets brev delas ut. Mindre än tio procent är missnöjda.
- **Distanshandelns utveckling stärker Postens roll** – Möjligheten att beställa varor via Internet och hämta ut dem hos ett postombud, via sin lantbrevbärare eller få det hemskickat direkt till postlådan leder till ett ökat utbud av varor och tjänster och att en del av servicebehoven på landsbygden nu kan lösas på andra sätt än tidigare. 56 procent av svenskarna anser att distanshandeln skapar bättre förutsättningar för företagande och sysselsättning på landsbygden.



1. Posten i förändring

Stolt historia

Den svenska Posten har i 371 år varit en symbol för trygghet och tradition genom att leverera posttjänster i hela landet. Även om mycket har hänt sedan 1636, då riksrådet på begäran av rikskanslern Axel Oxenstierna beslutade att inrätta ett postväsen i landet, är Posten fortfarande en viktig del av infrastrukturen i Sverige.

Genom Posten kan man nå alla företag och hushåll i Sverige med brev och paket. Uttrycket ”Säkert som ett brev på Posten” berättar både om kvalitetsnivån på postdistributionen i ett land som från norr till söder motsvarar avståndet Köpenhamn–Rom, och om de förväntningar som Posten ska leva upp till. Genom Postens starka infrastruktur skapas förutsättningar för ekonomisk tillväxt, såväl i storstäder som på landsbygden.

Posten sedan avregleringen

Sedan 1993 verkar Posten på en konkurrensutsatt marknad. Efter ett riksdagsbeslut ombildades också Posten 1994 från affärsverk till aktiebolag.

Genom en ny postlag och en ny fristående myndighet, Post- och telestyrelsen, förändrades under 1990-talet också ramverket och villkoren för postmarknaden. Inom loppet av drygt ett år gick Posten från att vara ett skyddat statligt affärsverk med monopol och myndighetsstämpel till att bli ett konkurrensutsatt bolag med krav på lönsamhet.

De första åren på 2000-talet blev tuffa för både Postens medarbetare och kunder. Förändringar i omvärlden och en obalans i ekonomin ställde krav på omstruktureringar. Detta innebar att många medarbetare lämnade sina jobb. Dessutom lyckades Posten inte kommunicera förändringarna tillräckligt tydligt gentemot kunder och allmänhet. Resultatet blev ett dramatiskt lägre förtroende för Posten som företag.



Genom ett systematiskt förändringsarbete under de senaste åren är Posten numera ett lönsamt företag. Grunden har lagts för att Posten även i framtiden ska vara en framgångsrik aktör på en konkurrensutsatt marknad.

Marknad i omvandling

Marknaden för Postens tjänster har under det senaste decenniet genomgått stora förändringar. Fyra drivkrafter påverkar i särskilt hög utsträckning Postens marknad och förutsättningar för framtida tillväxt och lönsamhet:

- Tillväxten i ekonomin bidrar till en hög aktivitet hos företag. I kombination med en mer aktiv marknadsbearbetning påverkas Postens volymer positivt inom främst direktreklam och logistik.
 - Internationaliseringen, särskilt i form av så kallad offshoring och outsourcing, bidrar till att öka efterfrågan på globala transporter.
 - Konkurrenten på både meddelande- och logistikmarknaderna tilltar. Avregleringen av den europeiska postmarknaden och ett större intresse från internationella aktörer att etablera tjänster anpassade för den svenska och nordiska marknaden bidrar.
 - Substitutionen av fysiska meddelanden mot elektroniska lösningar fortsätter.
- Kunderna efterfrågar i hög utsträckning tjänster som möjliggör anpassning av såväl budskap som kommunikationsformer efter målgrupp. Omvärldens förändringar har flera konsekvenser för Postens hållbarhetsarbete. Ökade volymer till följd av god efterfrågan påverkar bland annat medarbetarna och kundarbetet. Internationaliseringen innebär att en större del av företagets meddelande- och logistikflöden passerar gränserna, vilket framför allt ställer högre krav på Postens transporter.





2. Posten idag

Posten är ett av Nordens största företag inom kommunikations- och logistiktjänster. Med drygt 30 000 medarbetare och en omsättning på nära 30 miljarder kronor är Posten också en av Sveriges större koncerner.

Posten har en kvalitet och service i världsklass. Genom Posten är det möjligt att nå hela Sverige snabbt, säkert och kostnadseffektivt. Via ett väl fungerande nätverk av dotterbolag och samarbetspartners förmedlas brev och paket till övriga Norden och resten av världen. Posten ger hela Sverige tillgång till posttjänster och ger daglig service till 4,5 miljoner hushåll och 900 000 företag. Varje dag hanterar Posten 20 miljoner försändelser. Postens kunder är såväl stora som små företag, organisationer, offentlig förvaltning, kommuner, landsting och privatpersoner. Företagskunderna står för nio av tio intäktskronor.

Posten har även statens uppdrag att erbjuda en rikstäckande kassaservice, vilket tillgodoses genom dotterbolaget Svensk Kassaservice. Riksdagen har beslutat att lagen om grundläggande kassaservice ska upphöra från den 1 januari 2009. Det innebär att Svensk Kassaservice kommer att avvecklas och samhällets behov av grundläggande betaltjänster att upphandlas i de områden där alternativ saknas.

Posten kommer från och med den 1 juli 2008 att genom lantbrevbäringen, gentemot kund, utföra grundläggande betaltjänster på begäran av den som tillhandahåller tjänsterna på uppdrag av staten.

Så regleras Posten

Riksdagen stiftar lagar och drar upp ramar och riktlinjer för Postens verksamhet i Sverige. Dessa baserar bland annat på det EU-direktiv som reglerar grundnivån för postservice i Europa och Världspostfördraget, som reglerar internationell postbefordran.

Enligt postlagen ska det finnas en posttjänst i hela landet som möjliggör att alla kan ta emot brev och andra adresserade försändelser som väger högst 20 kilo. Posttjänsten ska bland annat vara av god kvalitet, den ska gälla alla och den ska erbjudas till rimliga priser. Posten har tillstånd av Post- och telestyrelsen (PTS) att bedriva postverksamhet. Tillståndet är förenat med villkoret att Posten tillhandahåller den samhällsomfattande posttjänsten. Tillståndsvillkoren innehåller bland annat bestämmelser om infrastruktur, insamlingsställen och en omfattande uppgiftsskyldighet gentemot PTS.

De krav som staten ställer på Posten – utöver kraven på effektivitet och lönsamhet – utgör Postens samhällsåtagande. Detta åtagande är något som Postens anställda känner stor stolthet över, men framför allt är det en central del av Postens affärsidé. Många av kunderna väljer Posten som partner på grund av den unika leveranssäkerhet och räckvidd som följer av samhällsåtagandet.

Så möter Posten kunder

Postens ombudsnät



1 600 Postombud

Privat- och småföretagskunder

Frimärken och förfrankerat sortiment

Skicka brev, hämta och lämna paket



2 200 Frimärksombud

Privat- och småföretagskunder

Frimärken och förfrankerat sortiment

Skicka brev, hämta och lämna paket



380 Företagscenter

Privat- och småföretagskunder

Frimärken och förfrankerat sortiment

Skicka brev, hämta och lämna paket

Postservicetjänster, postboxar, gruppreklam

Posten bedriver ett målmedvetet arbete med att förbättra sina långsiktiga relationer med privatpersoner. Fokus ligger på ökad tillgänglighet i Postens ombudsnät. Tillgängligheten har ökat genom närhet och bättre öppettider. Posten har tecknat långsiktiga avtal med fyra centrala samarbetspartners; ICA, Axfood, OKQ8, Pressbyrå/7-eleven, där postärenden idag kan uträttas. Under 2005 inleddes arbetet för att förenkla för kunderna.

Omprofileringen av postombuden som synliggjordes i början av 2006 har förtydligat vilka postärenden som går att uträtta på respektive ställe. För att vägleda kunderna renodlades kanalerna där privatkunder och företag kan uträtta olika posttjänster. Privatpersoner kan utföra alla posttjänster hos drygt 1600 postombud och köpa frimärken hos 2200 frimärksombud. Samtidigt infördes ett förenklat sortiment för privatkunderna. Postens 380 företagscenter riktar sig mot mindre företag. För att säkerställa servicenivån har varje ombud utsett en person med särskilt ansvar för Postens tjänster.

Posten har tillsammans med sina postombud ökat tillgängligheten i servicenätet. Genom samarbetet med starka varumärken som har rikstäckande butiksnät kan Postens kunder uträtta postärenden samtidigt som de storhandlar eller köper kvällstidning. Därtill kommer företagscenter som Posten driver i egen regi som är den främsta lokala kontaktpunkten för företagskunder.

Tillgänglighetsanpassade postombud

Utöver fler platser och längre öppettider ska det vara enkelt att både ta sig till och in hos ombuden. Under 2006 har Posten därför vidtagit ytterligare åtgärder för att tillgänglighetsanpassa de ställen där hinder identifierats. För den minoritet av ombud som ännu inte möter Postens kriterier finns en handlingsplan som ska vara genomförd senast 2010.

Generösa öppettider stödjer distanshandeln

Omprofileringen av Postens ombudsnät skapar tydliga vinster för alla inblandade. För ombudet är ett samarbetsavtal med Posten en attraktiv möjlighet att stärka sin egen affär. Kundunderlaget ökar då privatkunderna kan sköta flera ärenden på en och samma plats. Tillgängligheten i servicenätet är samtidigt en viktig del i Postens infrastruktur som stödjer tjänsteerbjudandet inom exempelvis den växande distanshandeln.

Postens egna undersökningar visar att bekvämligheten i att kunna hämta ut beställda varor hos närmaste ombud, med generösa öppettider såväl vardagar som helger, är viktiga skäl till att distanshandla.

Fördjupat samarbete med postombuden

Ombuden får ekonomisk ersättning för att tillhandahålla Postens sortiment och ta hand om kundernas postärenden. I gengäld ska ombuden leva upp till tydliga krav såsom tillgänglighet, god affärsetik och framför allt ett professionellt kundbemötande. För att försäkra sig om att ombuden uppfyller Postens krav och är delaktiga i Postens affärsutveckling förs en kontinuerlig dialog parterna emellan.

Posten genomför även utbildningar som syftar till att fördjupa och utveckla samarbetet. Under 2006 beslutade Posten att införa ett certifieringsprogram för att säkerställa postombudens kundbemötande. All butikspersonal ska ha genomgått programmet för att bli certifierade som postombud.





3. Landsbygd i förändring

Kraftig befolkningsminskning

I början av 1950-talet bodde fortfarande cirka 40 procent av Sveriges befolkning på landsbygden¹. Sedan dess har andelen nästan halverats. I Sverige bor idag cirka två procent av befolkningen i glesbygd och 22 procent i det som Glesbygdsverket definierar som tätortsnära landsbygd (tabell 1)².

Befolkningsutvecklingen har det senaste decenniet fortsatt att vara negativ – framförallt i glesbygd. Sedan 1995 har befolkningen i glesbygd minskat med nästan tio procent (20 000 personer). Under samma tidsperiod har befolkningen i de tätortsnära landsbygderna totalt minskat med en och en halv procent (29 000 personer)³.

Tabell 1: Befolkning år 2005 per region och områdestyp

	Glesbygd		Tätortsnära landsbygd		Tätort	
	Antal	%	Antal	%	Antal	%
Skogslänens inland	102 544	30	83 347	24	159 591	46
Skogslänen övrigt	32 991	2	410 986	29	970 409	69
Storstadsregioner	27 437	1	327 118	9	3 173 738	90
Övriga Sverige	17 852	0	1 147 786	31	2 593 953	69
Riket	180 824	2	1 969 237	22	6 897 691	76

Konsekvenser för samhällsservicen

Det minskade befolkningsunderlaget innebär att tillgången till en god och trygg service på landsbygden försämrats. Befolkningsminskningen har oundvikligen medfört en minskad aktivitet – färre som bor kvar medför minskad efterfrågan på varor och tjänster vilket i sin tur minskar antalet arbetstillfällen. Förändrade köpvanor och preferenser hos konsumenter har också i hög grad påverkat den försämrade tillgången till service. Strukturomvandlingar, rationaliseringar och besparingskrav för såväl privata som offentliga aktörer är andra faktorer som bidragit till ett sämre serviceutbud.

¹ Äventyret Sverige – en social och ekonomisk historia, Bra Böcker 1993

² Glesbygdsverkets årsbok 2006

³ Ibid

Tillgänglighet och en levande landsbygd

För att enskilda personer och företag på landsbygden ska få vardagen/verksamheten att fungera är tillgänglighet till service såsom dagligvarubutiker, utbildning, post- och kassatjänster och vård och omsorg viktig. Tillgänglighet påverkar även ett samhälles attraktivitet.

En trend de senaste åren är att olika servicefunktioner på landsbygden samordnats och samlokaliseras för att få ett tillräckligt kundunderlag. Ofta fyller dagligvarubutiken idag fler funktioner än just livsmedelsförsörjning. Butikerna är även ombud för post, apotek, spel, systembolag med mera och fyller dessutom som samlingsplats ofta en social funktion.

Glesbygdverket lät våren 2004 genomföra en undersökning där 4 000 personer tillfrågades om vikten av närhet till olika servicefunktioner⁴. I undersökningen visades sig dagligvarubutiken vara den servicefunktion som man värderar högst, följt av närhet till vårdcentral (tabell 2).

Tabell 2: Hur viktigt är det för dig att följande serviceställen finns på eller intill din bostadsort?

Servicefunktion	Medelbetyg
Dagligvarubutik	4,6
Vårdcentral	4,5
Apotek/apoteksombud	4,3
Sjukhus (medicinklinik, kirurgi, akut e.t.c)	4,3
Serviceställe för postärenden (brev, paket)	4,2
Bankomat	4,1
Brandstation	4,1
Ambulansstation	4,0
Polisstation	3,9
Bank- eller kassaservicekontor	3,9
Bensinstation	3,6
Grundskola t.o.m. åk 6	3,5
Barnomsorg (daghem, dagmamma, förskola)	3,3
Grundskola åk 7-9	3,3
Gymnasieskola	3,0
Systembolag/ombud	2,8

⁴ En god servicenivå i alla delar av landet, Glesbygdverket, juni 2004

Färre dagligvarubutiker på landsbygden

Sedan 1996 har cirka 29 procent av butikerna i tätortsnära landsbygder försvunnit. I glesbygd har minskningen varit nästan 22 procent.⁵

Orsaken är inte bara det minskade befolkningsunderlaget utan även strukturomvandlingar i branschen. Sedan 1996 har det totala antalet butiker i landet minskat med drygt 16 procent. Framförallt är det butiker med en yta på mindre än 400 kvadratmeter som fått slå igen. Totalt har 62 procent av dessa butiker tvingats lägga ner verksamheten den senaste tioårsperioden. Under samma period har andelen stormarknader ökat med cirka 40 procent och service- och trafikbutiker med 33,5 procent (tabell 3).

Handeln har anpassat butikstrukturen efter kundernas krav och önskemål. Kundernas mobilitet innebär att fler äter snabblagad färdigmat mellan jobb, skola och hem och att uteätandet ökar. Det innebär att antalet service- och trafikbutiker ökar. Samtidigt som tidsbrist och stress gör att man vill äta snabbt och enkelt på vardagarna lägger man gärna extra tid på att planera måltiderna vid helg och särskilda helger. Därför ökar antalet stormarknader. De mindre dagligvarubutikerna har haft svårt att konkurrera med stormarknader som lockar med större utbud och lägre priser.⁶

Tabell 3: Antalet dagligvarubutiker per butiksform 1996-2006

Butiksform	1996	2005	2006	Förändr. antal	Förändr. %
Butiker minst 400 m ²	1 994	1 968	1 976	18	-0,9
Stormarknad minst 2 500 m ²	76	104	106	30	39,5
Butiker minst 800 m ²					
ej stormarknad	847	839	824	-23	-2,7
Butiker minst 400 – 799 m ²	1 075	1 025	1 046	-25	-2,3
Övriga dagligvarubutiker	3 051	1 182	1 152	-1 899	-62,2
Service- och trafikbutiker	2 124	2 992	2 836	712	33,5
Servicebutiker	1 084	1 503	1 402	318	29,3
Trafikbutiker	1 040	1 489	1 434	394	37,9
Övriga	0	11	11	11	0
Totalt	7 169	6 153	5 975	-1 194	-16

⁵ Glesbygdswerkets årsbok 2006

⁶ Livsmedelhandel på landsbygden, ICA augusti 2005

Statliga bolag anpassar verksamheten

De statliga bolagen har också anpassat sin verksamhet efter kundernas geografiska förflyttning.

Då post, apotek, spel och systembolag i allt större utsträckning ger service åt boende på landsbygden via ombud är de beroende av att till exempel dagligvarubutiker finns kvar.

En nedlagd dagligvarubutik får därför ofta förödande konsekvenser för ett samhälle.

Det försvårar inte bara livsmedelsförsörjningen för de boende i samhället, utan det medför även risk för att apotek, post, spel och andra som bedriver ombudsverksamhet i butiken försvinner från orten.

Apotek

Antalet apoteksombud har under de senaste åren minskat i hela landet, och utvecklingen är ännu tydligare på landsbygden. Under det senaste året har apoteket lanserat hemleverans av mediciner via Posten, något som påtagligt förbättrat den upplevda servicen⁷.

Systembolaget

Systembolaget har drygt 410 butiker runt om i landet. På landsbygden där det inte finns någon butik är Systembolaget istället representerat genom ombud. Totalt finns det idag cirka 560 systemombud i hela Sverige. Till skillnad från andra servicefunktioner har det totala antalet systembolag och systemombud ökat under de senaste tio åren⁸.

Postservice

Glesbygdsverket fastslår i sin årsbok 2006 att tillgängligheten till postservice är relativt god för de flesta i Sverige. 95 procent av befolkningen har kortare än 10 minuter till närmaste serviceställe för postservice. Inom 20 minuter når cirka 99,5 procent av befolkningen närmaste serviceställe.

År 2002 införde Posten ett nytt servicenät för brev- och paketbefordran. Sedan införandet har det totala antalet serviceställen i landet ökat med över 40 procent. Dessutom har betydligt generösare öppettider inneburit en kraftig ökad tillgänglighet för postservice i landet. Även på landsbygden har antalet serviceställen (postombud och frimärksombud) ökat sedan det nya servicenätet lanserades.



⁷ www.apoteket.se

⁸ www.systembolaget.se



Kassaservice

Efterfrågan på kassaservicetjänster har minskat kraftigt de senaste åren, främst på grund av användning av ny teknik. Som en konsekvens har också antalet serviceställen för kassaservice minskat kraftigt i hela landet. Mellan år 2001 och 2006 var minskningen i hela landet 59 procent, från 1 349 kontor till 547. I glesbygd är minskningen 49 procent och i tätortsnära landsbygder 73 procent.

Läs mer om post- och kassaservice på landsbygden, inklusive lantbrevbäringen, i kapitel fyra och fem.

Minskad offentlig service

Även den offentliga servicen har sedan mitten av 1990-talet anpassats efter de nya förutsättningar som urbaniseringen medfört. Kommuner med minskande befolkning uppvisar dessutom ett skatteunderlag per invånare som är 15 procent lägre än motsvarande siffra i kommuner med ökande befolkning⁹. Mindre orter har successivt tappat bibliotek, vårdcentral, skolor och daghem. Kommuner med minskande befolkning har idag inte längre möjlighet att upprätthålla den offentliga service som vi svenskar har vant oss vid.

Grundskolor

En god tillgång till grundskolor med bra kvalitet är av stor betydelse för människors val av boendemiljö. Barnfamiljer väljer därför i högre utsträckning än andra att flytta till tätortsnära landsbygder.

Sedan 2001 har antalet skolor i glesbygd minskat med 13 procent. I tätortsnära landsbygder har minskningen relativt sett inte varit lika kraftig, knappt sex procent¹⁰. Nedläggningarna får stora konsekvenser för berörda elever. Närmare 800 elever i årskurs 1-6 hade år 2005 mellan två och tre mil till närmaste skola.

⁹ www.glesbygdsverket.se

¹⁰ Glesbygdsverkets årsbok 2006

Hälso- och sjukvård

Tillgängligheten till en hälso- och sjukvård är av stor betydelse för att människor ska kunna bo och verka i alla delar av Sverige. Men det är inte bara det geografiska avståndet till en vårdcentral som skapar eller begränsar tillgänglighet, problem med rekrytering kan också innebära att patienter med speciella problem måste uppsöka en annan, mer avlägsen, vårdcentral.

Förra året hade knappt 115 000 personer minst 20-30 minuters bilfärd till närmaste vårdcentral¹¹. Lite mer än 28 500 personer hade längre än 30 minuter, och drygt 8 200 personer hade mer än 40 minuters bilresa till närmaste vårdcentral. Antalet personer med längre än 30 minuter har sedan 2002 ökat med drygt 5 000 personer, eller cirka 18 procent. Sedan 2002 har antalet vårdcentraler i glesbygd och i tätortsnära landsbygder minskat i hela landet med 26, vilket till stor del förklarar den försämrade tillgängligheten.

Utvecklingen framåt

Mycket talar för att befolkningsutvecklingen kommer att fortsätta vara negativ i glesbygd och tätortsnära glesbygder i skogslänen. Landsbygdskommittén¹² har låtit SCB ta fram en befolkningsprognos för åren 2005-2030. I prognosen uppskattas glesbygden förlora åtta procent (14 000 invånare) fram till år 2030. I tätortsnära landsbygder i skogslänens inland beräknas befolkningen minska med ungefär sex procent under samma period (tabell 4).

Tabell 4: Prognos för befolkningsutvecklingen, femårsintervall 2005-2030

Områdestyp	Region	År 2005	År 2010	År 2015	År 2020	År 2025	År 2030
Glesbygder	Skogsl. inland	102 672	97 470	93 927	92 056	90 890	89 951
	Skogsl. övrigt	32 690	30 615	29 229	28 522	28 161	27 826
	Storstadsregion	27 647	28 631	29 374	30 134	30 780	31 210
	Östra Sverige	17 956	17 589	17 416	17 499	17 578	17 656
Tätortsnära landsbygder	Skogsl. inland	83 295	80 641	79 168	78 799	78 666	78 520
	Skogsl. övrigt	410 411	404 568	401 652	403 008	404 459	404 820
	Storstadsregion	327 094	341 740	352 943	363 562	371 445	377 061
	Östra Sverige	1 149 705	1 148 459	1 151 275	1 164 192	1 175 360	1 181 822
Tätorter	Skogsl. inland	159 204	156 372	154 077	153 441	153 302	152 951
	Skogsl. övrigt	970 486	973 279	974 608	980 381	987 013	991 106
	Storstadsregion	3 171 333	3 290 870	3 401 285	3 510 885	3 610 699	3 692 335
	Östra Sverige	2 592 633	2 635 630	2 672 374	2 715 060	2 756 130	2 787 140

¹¹ Ibid

¹² Landsbygdskommitténs slutbetänkande, SOU 2006:101

Glesbygdsverket skriver i sin årsbok 2006 att det är svårt att fastslå en nedre gräns för hur stort befolkningsunderlag som behövs för att kunna upprätthålla en bra service på landsbygden. En förlorad eller nedsatt servicefunktion kan i bästa fall leda till andra möjligheter att tillgodose behovet, ofta genom att man hittar nya vägar och sätt att organisera servicen på.

Landsbygdskommittén pekar i sin rapport på olika möjligheter att bevara och utveckla servicen på landsbygden¹³. De lyfter fram nya samverkans- och samordningslösningar över sektorgränser, anpassade efter lokala förhållanden. De framhåller att ny teknik gör att en del av servicebehoven kan lösas på andra sätt än tidigare och att staten kan påverka förutsättningarna genom metodutvecklare och genom sin roll som ägare av statliga bolag. Dessutom framhåller de att kommunerna har en nyckelroll.

¹³ Landsbygdskommitténs slutbetänkande, SOU 2006:101

4. Postens service på landsbygden

- Liggtiden på paket har minskat från 10 till 3 dagar sedan ombudsnätet infördes 2002. Det betyder mycket för internethandeln och postorderföretag, varav många är placerade utanför våra storstäder
- 99 procent av alla postmottagare i Sverige på landsbygden har mindre än en kilometer till sin postlåda
- Det finns cirka 2 300 lantbrevbärrarlinjer
- 1 127 saknade daglig postutdelning. De flesta återfinns i fjällvärlden och skärgårdar
- I Sverige betjänas cirka 744 000 hushåll och företag av lantbrevbärare

Utveckling för bättre service

Det finns ingen motsättning mellan en god samhällsservice och ett modernt Posten som utvecklas med sin tid. Tvärtom så har Posten kunnat klara sitt samhällsuppdrag i över trehundra år just genom att ständigt utvecklas och möta de skiftande krav som olika tider har ställt på Posten. Under 2000-talet har Posten fortsatt att utvecklas. Det som rönt den största uppmärksamheten är övergången från ett kontorsnät i egen regi till att erbjuda posttjänster via ett ombudsnät över hela landet.

Postens servicenät har fått ett bra mottagande. Närheten och bra öppettider har ökat tillgängligheten. Idag är det fullt naturligt att hämta brev och paket hos sitt postombud även om det är lördag. Inte minst betyder detta mycket för internethandeln och postorderföretagen, varav många är baserade utanför våra storstäder.

Ett mått på postombudens framgång är att den genomsnittliga liggtiden på paket minskat från 10 dagar till mindre än 3 dagar sedan ombudsnätet infördes 2002.

Utanför tätort tillhandahåller Posten sedan många år en service som är mer långtgående än den som brevbärarna tillhandahåller inom tätort.¹⁴ Orsaken till detta är delvis historisk. Postservicen har under lång tid tillhandahållits på detta sätt, samt att avstånden till Postens

¹⁴ Ur Post- och telestyrelsens Allmänna råd om utdelning av post

"Utanför tätort delas post ut i postlåda, som vanligtvis placeras i lådsamling, utmed brevbärrarens färdväg. Postoperatören får anvisa var lådsamlingen ska placeras. Avståndet mellan lådsamlingar bör som huvudregel vara minst 200 meter. När koncentrationen av postmottagare längs huvudvägen uppgår till minst 50 i en by eller ett samhälle bör lådsamlingarna placeras tätare. Postoperatören planerar och bestämmer brevbärrarens färdväg. Postoperatören bör söka den naturliga huvudväg som sammanbinder byar eller samhälle så att största möjliga antal postmottagare kan nås i direkt anslutning till brevbärrarens huvudväg. Huvudvägens sträckning bör dras så att samhällen med 20 avlämningsställen eller fler ligger längs huvudvägen. Postoperatören bör dela ut försändelser till postmottagare som bor mindre än 200 meter in på en sidoväg från brevbärrarens huvudväg i en lådsamling vid huvudvägen. Postoperatören bör dela ut försändelser längs sidoväg om det finns minst två postmottagare som är stadigvarande bosatta eller verksamma per kilometer sidoväg. Med en huvud- eller sidoväg avses en väg som är öppen och farbar året om. En väg där det inte finns möjlighet att vända med bil anses inte utgöra sidoväg. Postoperatören får avvika från det som anges ovan då det gäller utdelning till säsonsboende. Postoperatören bör offentliggöra sådana avvikelser."

fasta serviceställen utanför tätort är längre eller att det saknas fasta serviceställen på rimligt avstånd från postmottagarna.¹⁵

Förutom att distribuera brev tillhandahåller lantbrevbärarna även värdeförmedling. Totalt i Sverige betjänas cirka 744 000 hushåll och företag av lantbrevbärare, fördelade på cirka 2 300 lantbrevbärlinjer. Post- och telestyrelsens kartläggning Postservice i Sverige 2007 visar att 97 procent av samtliga hushåll och företag utanför tätort har 0-500 meter till postlådan. Detta motsvarar cirka 720 000 av totalt 744 000 postmottagare. Ytterligare 2 procent (cirka 17 000 postmottagare) har mellan 500 meter och 1 kilometer till postlådan, vilket innebär att 99 procent av alla postmottagare utanför tätort har mindre än en kilometer till sin postlåda.

En majoritet av de hushåll som saknar daglig postutdelning finns i skärgårdsmiljöer och i fjällområden där avstånden och bristfälliga kommunikationer väsentligt försvårar daglig service.

Antal hushåll utan daglig postutdelning

År	Antal hushåll
2000	1 154
2002	1 187
2004	1 119
2006	1 127

Källa: PTS

Särskilda utdelningslösningar

Förutom den etablerade utdelningsservice som sker via lantbrevbärare ordnar Posten på vissa håll servicen på annat sätt, exempelvis utdelning med postväska eller utdelning till samhällsbox. Sådan utdelning förekommer framför allt i områden som är mycket glest befolkade, där det är ovanligt lång färdväg till enskilda hushåll, till avlägset belägna småbyar och samhällen eller på sträckor som Posten kan ha svårt att trafikera, till exempel på grund av att det inte finns färjetrafik eller buss i linjetrafik. I juni 2006 hade 4 100 hushåll postväska och 15 000 hushåll samhällsbox.

Utsträckt lantbrevbärarservice

Äldre och funktionshindrade kan via PTS upphandling av vissa posttjänster få posten utdelad vid bostaden även om de bor långt från lantbrevbärarens ordinarie färdväg. Totalt omfattar denna upphandling 1 721 hushåll år 2006, därutöver betalar omkring 1 000 kunder själva för så kallad utsträckt lantbrevbärarservice och får därigenom service vid bostaden.

¹⁵ Post- och telestyrelsens Allmänna råd om utdelning av Post

Lantbrevbärare knyter ihop Sverige

En ofta underskattad del av Posten är lantbrevbärarna. Det var 1878 som man började med att ersätta vissa olönsamma poststationer med lantbrevbäring. Lantbrevbäraren var då inte anställd av postverket utan arbetet bjöds ut genom anbud. Idag är lantbrevbäraren ett mobilt postombud som inte bara delar ut posten utan också hanterar brev- och paket-ärenden samt erbjuder kassaservice.

För många i glesbygd är lantbrevbäraren en uppskattad och nödvändig livslinje till det övriga samhället. Lantbrevbäringen gör det möjligt att utveckla glesbygden och upprätthålla en god service i delar av Sverige som annars ofta saknar andra delar av den samhälleliga infrastrukturen.

Jämförelse med Norge och Finland¹⁶

Posten Norge

Den norska postmarknaden domineras av det statliga företaget Posten Norge AS (Posten Norge). Posten Norge har monopol på befordran av adresserade inrikes försändelser med en vikt upp till 50 gram. Den samhällsomfattande posttjänsten som omfattar brev och paket upp till 20 kg fastställs i postlagen, föreskriften om förmedling av rikstäckande postsändningar och i koncessionen till Posten Norge. Kraven på den samhällsomfattande posttjänsten innebär bl.a. att följande skall förekomma:

- minst ett permanent postkontor i varje kommun med lokalt anpassade öppettider alla vardagar
- god åtkomst till brevlådor för alla
- insamling och utdelning av post sex dagar i veckan

Posten Norge är enligt sina tillståndsvillkor ålagd att säkra att postkunder har en posttjänst som är av god och likvärdig kvalitet i hela landet. I särskilda geografiska områden där det anses vara orimligt dyrt att dela ut post alla arbetsdagar kan servicen begränsas till utdelning tre dagar i veckan. Under förutsättning att mottagaren har satt upp postlåda eller motsvarande anordning skall Posten avlämnas till varje postmottagares postadress.

Under år 2000 utfärdade tillsynsmyndigheten Post- og teletilsynet (PT) riktlinjer för placering av postlådor. Riktlinjerna anger att postmottagare i tätort normalt inte skall ha längre än 100 meter till postlådan. Utanför tätort är grundregeln 250 meter om inte särskilda omständigheter föreligger. Undantag utanför tätort kan göras:

¹⁶ Service och Konkurrens 2007, Post- och Telestyrelsen



- där det inte finns minst 3 hushåll i genomsnitt per kilometer väg
- när offentlig reglering gör det nödvändigt att avvika från huvudregeln
- då vägen icke är farbar
- där det finns isolerade bostäder till vilka det är oskäligt att dela ut post
- med hänsyn tagen till hur de boende normalt färdas

Posten Finland

Brevförsändelser skall enligt postlagen delas ut till småhus till en anordning eller konstruktion som är belägen på ett med hänsyn till lokala förhållanden rimligt avstånd från den adress som mottagaren angivit. Vad som är att anse som ett rimligt avstånd var fram till 2006 inte specificerat. Kommunikationsverkets riksomfattande anvisningar och rekommendationer om arrangemangen vid postutdelning kan utläsas att postlådan i regel skall placeras på högst 300–500 meters avstånd från mottagarens bostad.

Med ”i regel” avses minst 70 procent av samtliga postmottagare utanför tätort.

Postlådan kan dock ligga på högst 1 kilometers avstånd från mottagarens bostad om:

- man annars avviker från utdelningsrutten för att dela ut post till endast ett mottagarhushåll eller –samfund
- fastigheten inte ligger vid väg med allmän eller året om pågående trafik
- vägen inte plogas eller sandas under vintern så att posten kan delas ut
- enligt tidtabell
- det är omöjligt för brevbäraren att vända fordonet på vägen

Då anvisningen skulle utfärdas upprättade Posten Finland statistik över postmottagarnas avstånd till postlådorna. Denna visade att 108 500 av de totalt 471 645 postmottagare som finns utanför tätort hade ett avstånd mellan 500 och 1 000 meter till postlådan, vilket motsvarar 23 procent av postmottagarna utanför tätort. Därmed har 77 procent ett avstånd till postlådan som är kortare än 500 meter. Kommunikationsverket har ålagt Posten Finland att årligen ge information om antal hushåll som ligger mellan 900–1 000 meter samt antal hushåll som har 500–900 meter för att Kommunikationsverket skall kunna följa servicen utanför tätort och övervaka att riktlinjerna följs.



”Bra att Posten finns i glesbygden”

Matte Hedelin driver Svartsjö lanthandel i Skälvik i Stockholms skärgård sedan många år. Hans erfarenheter från Posten är också mångåriga, eftersom hans affär var med under nästan hela 90-talet som Post-i-butik. För honom var det naturligt att fortsätta som postombud. Postadressen är Skälvik och här är det glesbygd och tätt med folk bara under ett par korta sommarmånader.

Vad tycker du om att vara postombud?

– Vi tycker att det fungerar bra, och vi har ju hållit på med det här länge, alltså före postombudens tid.

Vad betyder det för dina affärer?

– Rent konkret betyder det att vi får merförsäljning.

Vad tycker dina kunder om Posten i din butik?

– De tycker naturligtvis att det är bra. Det är ju positivt att Posten finns i glesbygden.

”Att driva företag i glesbygd fungerar utmärkt”

Sedan år 2000 har GetOut i Bodafors anlitat Posten för att ta hand om distribution av sina varor. GetOut erbjuder ett brett sortiment av produkter för friluftslivet från tändstickor till tält, enligt företagets slogan.

Kontor, lager och ”flagship store” finns i Bodafors, ett samhälle med 1 900 invånare som ligger i Nässjö kommun. Huvuddelen av beställning och försäljning sköts via internet och kunderna finns över hela Sverige. GetOut skickar drygt 25 000 försändelser per år, allt från vanliga brev till paket innehållandes kajaker. Den största omsättningen står tältförsäljningen för.

– Första kontakten med Posten tog vi redan ett halvår innan vi startade. Det gjorde vi här lokalt. Nässjö är ju en relativt stor postort, berättar VD:n Jocke Sundberg som menar att driva företag i glesbygd fungerar utmärkt. Den tekniska utvecklingen sköts från Stockholm, där man även har en liten spetsbutik.

Get Out använder mest traditionell marknadsföring, men även webbaserad i olika former för att locka till sig kunder. Tillväxttakten inom näthandeln har gått något långsammare än det förutspåddes i slutet på 90-talet, men volymerna ökar. Nästa steg är att säkra distributionskanalerna för att attrahera kunder i hela Norden.

Infrastruktur i form av internet och postservice är avgörande för GetOut i Bodafors. Företaget hade inte startats om inte internet funnits. Det är via internet som de flesta inköpen görs, men det är möjligt att beställa varor via brev eller telefon.

– Butiken kom in senare, Stockholmsbutiken långt senare, dessa var inte med i planerna från början. Att starta det här företaget var en gammal pojkdrom och nätet gjorde det möjligt. Det var spännande att kunna satsa på min tro på friluftsprylar, säger Jocke Sundberg.

Posten hämtar leveranserna på eftermiddagar, en gång om dagen.

– Det finns en brevsorteringsterminal inte långt härifrån och en paketsorteringsterminal sex mil härifrån. Vi ligger inte alls så illa till logistiskt sett. Jönköpingsregionen där Nässjö och även Bodafors finns med är ju ett logistikcentrum. Det är inte alls besvärligt tycker vi. Vi har mycket bra hämtningstider och utkörningstider.



”Folk handlar när de ändå gör postärenden”

ICA Almö Livs i Myggenäs på Tjörn har varit postombud i tre år. Postansvariga Marie Nestorsson arbetade tidigare på Posten har bara bytt arbetsgivare när hon följde med verksamheten till postombudet.

Vad tycker du om att vara postombud?

– Jag tycker att det här är kul. Vi har ett stort område som vi täcker här på Tjörn och postombudet måste ju folk besöka.

Vad betyder det för dina affärer?

– Det betyder absolut en hel del. Vi får ju hit kunder som kanske skulle handlat någon annanstans, och så passar de på och löper när de ändå är här. Dessutom får vi ersättning från Posten.

Vad tycker dina kunder om Posten i din butik?

– Jättebra. Många, särskilt äldre, var tveksamma i början och förstod inte att vi skulle blir post när vi höll på med livsmedel. Men vi hade fördel av att vi hade haft Svensk kassa-service här innan. Folk förstod först inte var vi hade paketen. Nu är de flesta nöjda med öppettiderna. Förr kunde bara hämta ut paket ett par timmar på förmiddagen och ett par timmar på eftermiddagen, och inte alls på lördagar och söndagar.



” Distanshandeln är en utvecklingsväg”

– Landsbygdens folk är inte desamma som förr. I dag flyttar folk ut från städerna och människor pendlar till sina jobb i tätorterna, säger Staffan Nordlund, lanthandlare, frimärksombud och ordförande för byalaget i Önebo.

På dagarna är de omgivna av service, men väl hemma i glesbygden finns inte några naturliga mötesplatser, utom just Staffan Nordlunds lanthandel för dem som bor i Önebo.

I Önebo finns 20 hushåll, ett sågverk, en verkstad och bussbolag, förutom Nordlunds

lanthandel. Byn är en del av den gamla socknen Västra Harg med totalt 500 invånare utspridda över området som är två mil långt och en mil brett. Ofta är det vägrågor som hastighetsbegränsningar på vissa sträckor som engagerar människor i glesbygden.

Lanthandeln centralpunkt

– Som frimärksombud utför vi många tjänster. Jag kommer överens med lantbrevbäraren och tar till exempel emot inlämnade paket som brevbäraren sedan hämtar. Jag har skämt bort folk som nu litar på att de kan lösa sina problem i lanthandeln.

Varje bygd behöver en central punkt, även när tekniken utvecklas. I Nordlunds lanthandel hämtas till exempel apoteksvaror och vinflaskor från Systembolaget.

– Jag har haft affären i 17 år. När jag kom hit var den på väg att dala, men min idé har varit att skapa ett eget nätverk kring butiken och allmän samhällsservice, säger Staffan Nordlund.

Distanshandel och egen hemsida

Han har deltagit i grupper som länsstyrelsen organiserat för att hitta servicepunkter på landsbygden, och han tror att det går att skapa sådan bland annat med hjälp av ny teknik. Distanshandeln är en utvecklingsväg, tror han.

– Jag har en egen hemsida och jag har ett tjugotal kunder som lägger sin beställning där och som jag sedan kör ut varorna till. De behöver också frimärken och mediciner. Jag tror att det går att utveckla lanthandeln på det här sättet, säger Staffan Nordlund.

”Det behövs nya lösningar för att fortsätta utveckla glesbygden”

– Posten är en av de allra viktigaste servicefunktionerna. Den avgör om hela Sverige ska vara ett levande land, säger Karl-Erik Nilsson, ordförande i Hela Sverige ska leva,

Att det behövs nya lösningar, kunskap och en annan attityd för att fortsätta utveckla glesbygden, håller Karl-Erik Nilsson med om. Under två år var han även ordförande i Landsbygdskommittén som nu till regeringen levererat förslag till en långsiktigt hållbar landsbygdsstrategi.

Lantbrevbäringen är en ”fantastiskt fin service”, som han hoppas kan vidareutvecklas.

– Det är en pusselbit i det territoriella perspektivet. Jag tror att Posten kan bredda uppgifterna på landsbygden och skapa en mångfacetterad verksamhet genom att sätta sig ner med andra aktörer, säger Karl-Erik Nilsson.

Efter ny teknik och ändrade kundbeteenden måste förändringar följa när det gäller den samhälleliga organisationen, anser han. Stora delar av landsbygden har inga stabila nät eller bredband. Det är viktigt att de fysiska servicepunkterna fungerar före de tekniska, och här spelar bland andra Posten en stor roll.

– Vi behöver synsätt som inte enbart tar hänsyn till de befolkningstäta strukturerna, säger Karl-Erik Nilsson.



5. Synen på Postens service

Postens kunder nöjda med postservicen på landsbygden

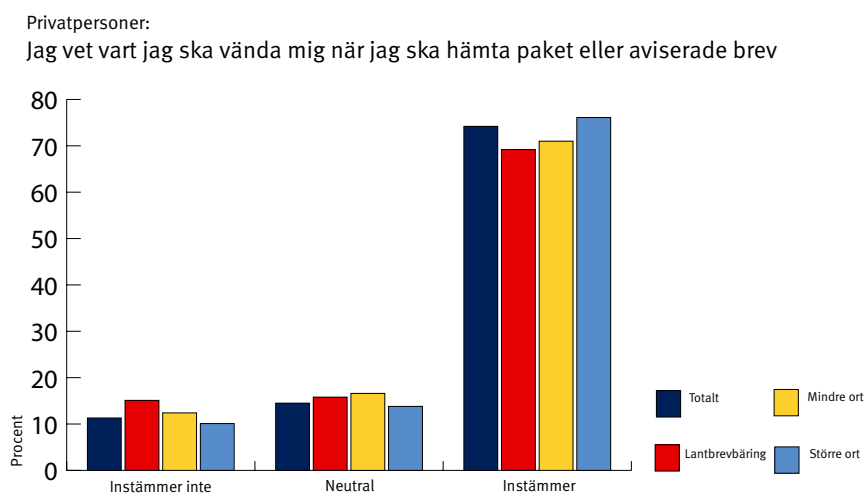
Brevbäringen fungerar mycket bra på landsbygden för både privatpersoner och företag. Befolkningen på landsbygden¹⁷ är mycket nöjda med brevbararen och med det sätt de får sin post. Det framgår av de mätningar (Nöjd Kund index, NKI) som Posten regelbundet gör bland cirka 13 000 småföretag och 13 000 privatpersoner¹⁸.

Boende och företagare på landsbygden upplever att tillgängligheten till Postens service-ställen som god. En majoritet av privat- och företagskunder på landsbygden anser att de kan uträtta postärenden på tider som passar dem och att lokalerna för postärenden ligger bra till. Relativt få är direkt missnöjda.

Postens serviceställen välkända

De boende och företagare på landsbygden känner väl till vad de ska uträtta sina post-ärenden. Ungefär sju av tio vet vart de ska vända sig för att hämta paket eller aviserade brev. Nästan lika många vet vart de kan köpa frimärken. Kunskapen är något högre bland personer och företag på större orter (tabell 5a och 5b).

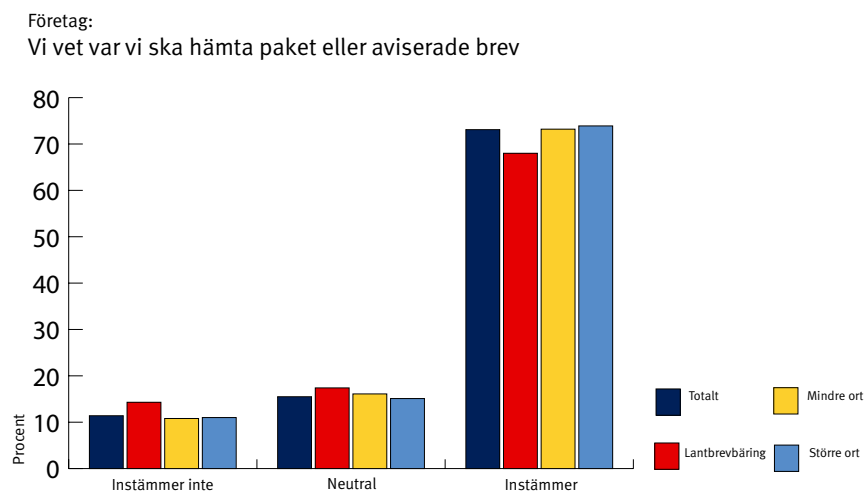
Tabell 5a: Privatpersoners kunskap om vart postärenden ska uträttas



¹⁷ Boende på landsbygd definieras i detta kapital som dels hushåll och företag med Lantbrevbäring; identifieras genom en 9:a i 4:e positionen i postnumret, dels boende och företag i mindre ort (ort som oftast har mindre än 3 000 hushåll); identifieras genom en 0:a i 3:e positionen i postnumret.

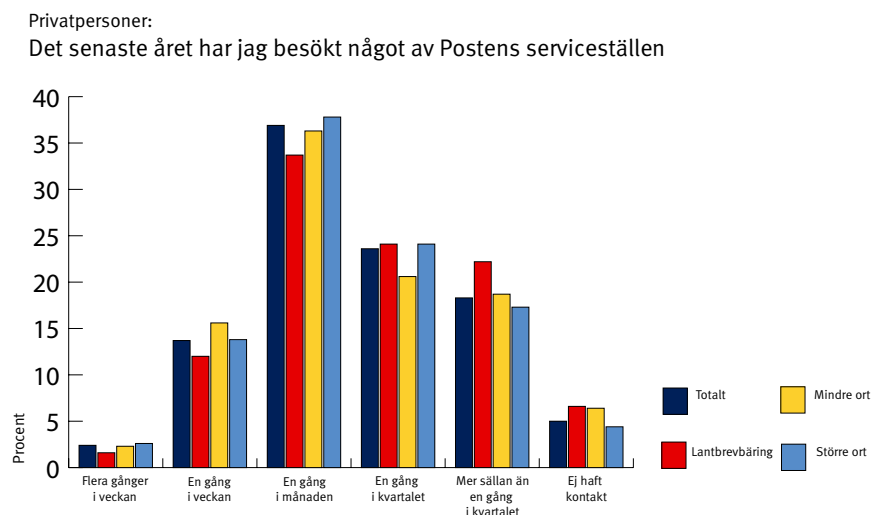
¹⁸ Postens mätning NKI Småföretag och Privatpersoner görs löpande under hela året. Utifrån ett helhetsperspektiv fångar Posten in vad kunderna tycker om Postens tjänster och hur de upplever den service de erbjuds i olika kundkanaler. Resultatet tas fram varje kvartal och bygger på de 4 senaste kvartalens insamlade data. För privatpersoner innehåller de ett representativt urval av Sveriges befolkning 18-75 år. För företag innehåller de ett representativt urval av kontaktbetalande företag, små avtalskunder och lokala arbetsställen.

Tabell 5b: Företags kunskap om var postärenden ska uträttas



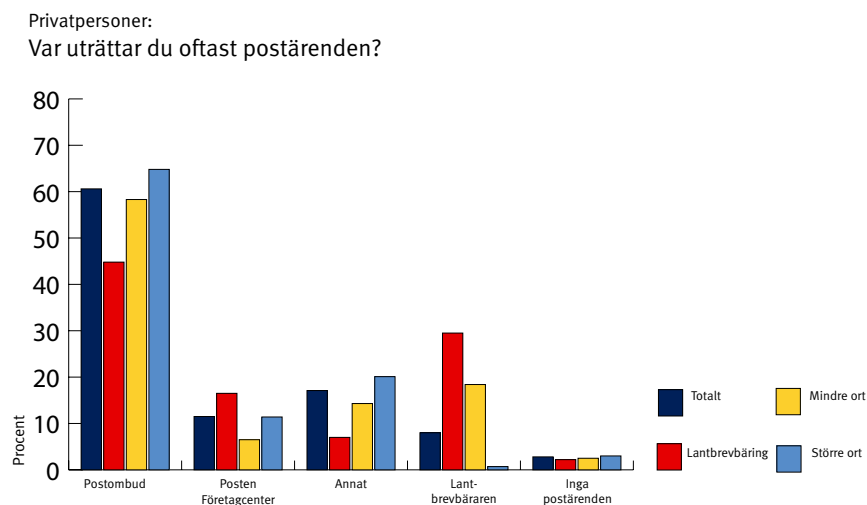
Ungefär hälften av de boende på landsbygden, dvs 47,3 procent av dem som har lantbrevbäring och 54,2 procent av dem som bor på mindre ort, har besökt något av Postens serviceställen minst en gång den senaste månaden (tabell 6).

Tabell 6: Antal besök privatpersoner gjort vid något av Postens serviceställen



Av dem som har lantbrevbäring uträttar 44,8 procent oftast sina postärenden hos ett postombud. Motsvarande andel bland boende i mindre ort är 58,3 procent och i större ort 64,8 procent. Av befolkningen på landsbygden uträttar en stor andel oftast sina postärenden hos lantbrevbäraren (tabell 7).

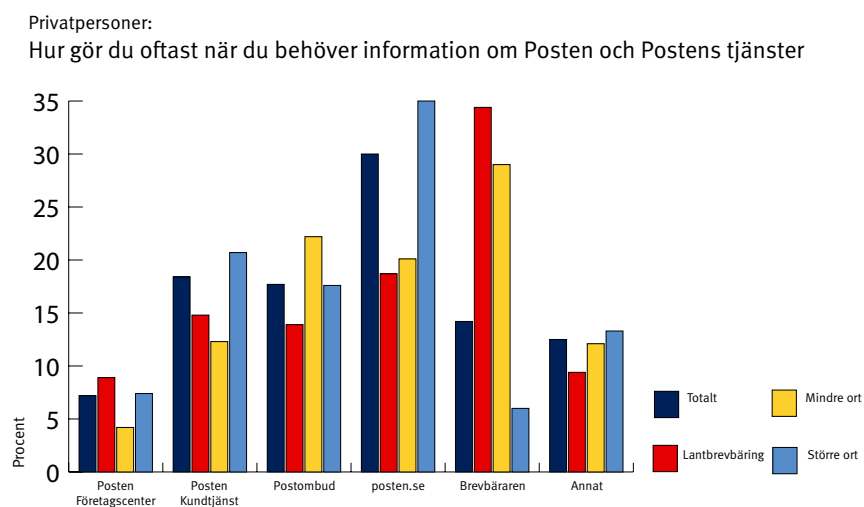
Tabell 7: Var privatpersoner oftast uträttar sina postärenden



Brevbäraren viktig informationskanal

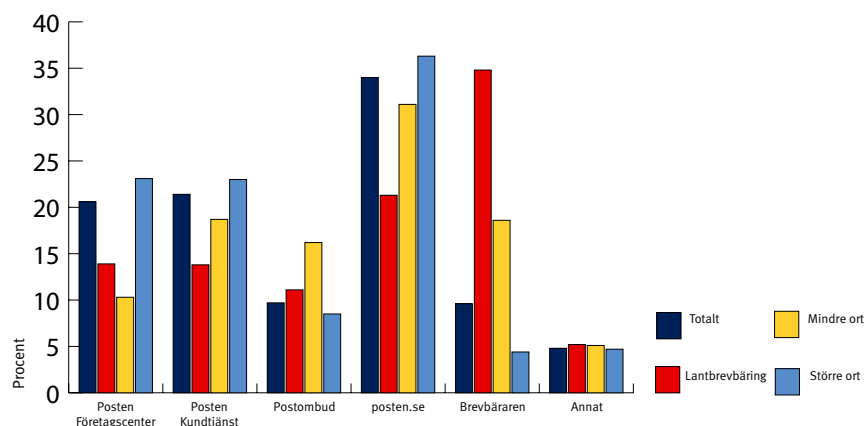
Brevbäraren fungerar också som en viktig informationskanal på landsbygden. Många vänder sig till dem när de söker information, det gäller även personer och företag som inte har lantbrevbärare. Var tredje (34,4 procent) privatperson och företag med lantbrevbäring vänder sig oftast till brevbäraren när de behöver information om Posten och Postens tjänster. Bland privatpersoner på mindre ort är det ungefär lika stor andel som i första hand vänder sig till brevbäraren (29 procent). I större orter väljer såväl privatpersoner som företag i första hand att gå in på posten.se om de vill ha information om posten. Endast sex procent av privatpersonerna i större städer och drygt fyra procent av företagen söker upp brevbäraren när de vill veta mer om Posten (tabell 8a och 8b).

Tabell 8a: Hur privatpersoner söker information om Posten



Tabell 8b: Hur företag söker information om Posten

Företag:
Hur gör ni oftast när ni behöver information om Posten och Postens tjänster

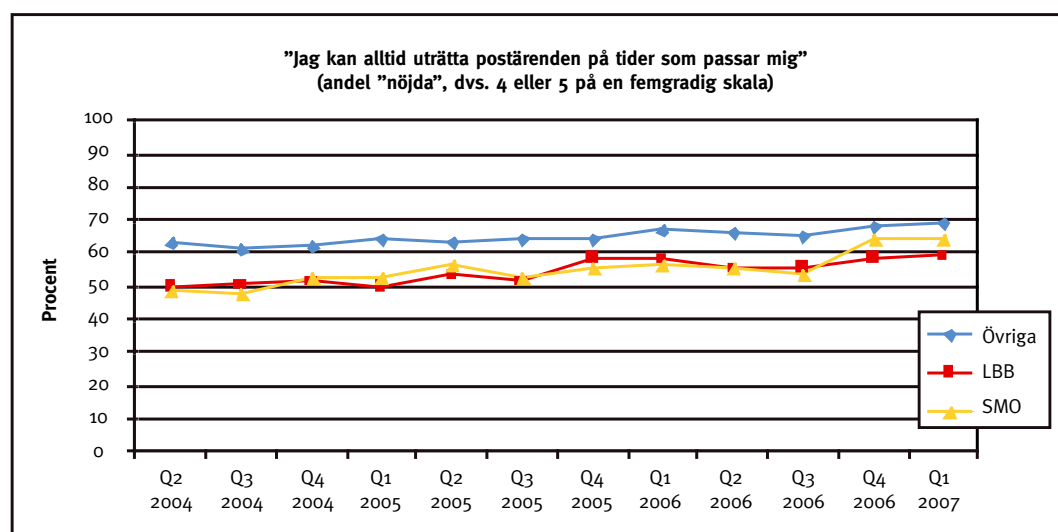


God tillgänglighet till serviceställen

En klar majoritet hos privatpersoner anser att de kan uträtta postärenden på tider som passar dem. Av befolkningen på landsbygden instämmer knappt 60 procent i påståendet. Lika stor andel av företagen på mindre orter instämmer, medan hälften av företagen med lantbrevbäring tycker att de kan uträtta ärenden på tider som passar dem.

Nöjdheten bland samtliga privatpersoner vad avser att kunna uträtta postärenden på tider som passar dem har ökat kontinuerligt sedan år 2004. Ökning är mest markant hos privatpersoner med lantbrevbäring och boende i mindre orter (tabell 9).

Tabell 9: Utveckling av hur privatpersoner upplever tillgänglighet för postärenden, tid

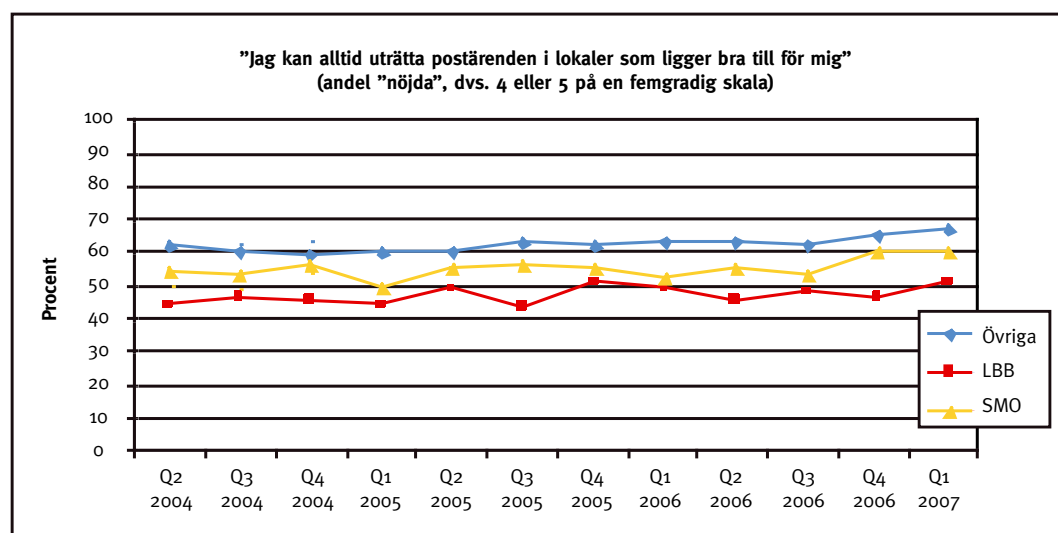


En klar majoritet (61,1 procent) av svenska folket tycker även att platsen för att uträtta postärenden ligger bra till. Bland boende på mindre orter delar 56,6 procent av svenska folket denna åsikt, medan knappt hälften (48,2 procent) av de som har lantbrevbäring håller med. Missnöjda är 25 procent av privatpersoner med lantbrevbäring, 21,5 procent i mindre ort och 15 procent av boende i större orter.

Sett över tiden, syns en svag positiv utveckling för samtliga tre grupper vad gäller nöjdheten med placeringen av lokaler för postärenden (tabell 10).

Bland företagen ligger andelen något lägre. 54,3 procent av alla Sveriges företag tycker att lokalerna ligger bra till. Bland företag med lantbrevbäring instämmer 42 procent i påståendet, medan knappt 29 procent inte håller med.

Tabell 10: Utveckling av hur privatpersoner upplever tillgänglighet för postärenden, plats



Tillgänglighet till brevlådor

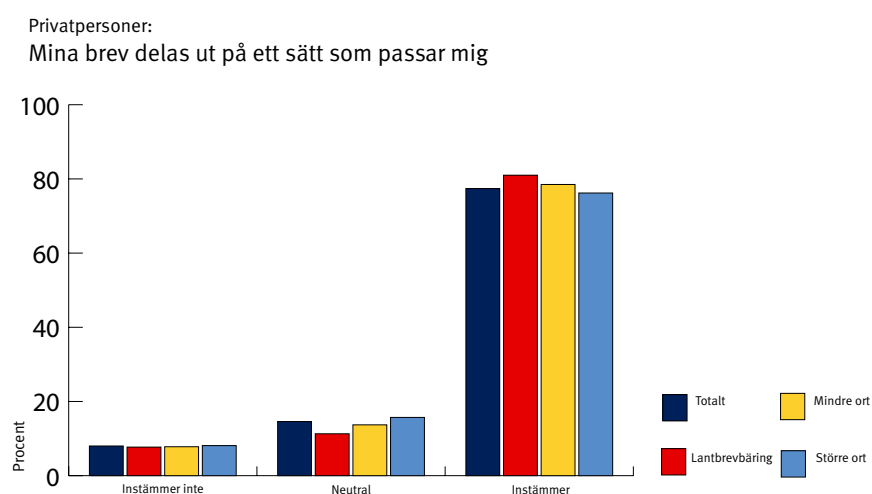
Privatpersoner är i allmänhet mycket nöjda med tillgängligheten till brevlådor. Nästan tre av fyra svenskar tycker att brevlådorna ligger bra till, medan drygt en av tio är missnöjda. Av boende med lantbrevbäring är cirka 66 procent nöjda, medan 17 procent är missnöjda. Bland boende i mindre ort är cirka 70 procent nöjda, medan 14 procent är missnöjda.

Även en klar majoritet (drygt 65 procent) av företagen i Sverige är nöjda med brevlådornas placering. Drygt 15 procent är missnöjda. Bland företag med lantbrevbäring är knappt 57 procent nöjda, medan knappt 24 procent är missnöjda.

Landsbygdsborna nöjda med brevbäringen

Svenskarna anser i allmänhet att deras brev delas ut på ett sätt som passar dem. På landsbygden är fyra av fem privatpersoner (81 procent av dem som har lantbrevbäring, 78,5 procent av boende i mindre ort) nöjda med brevbäringen. Mindre än en av tio är missnöjda (tabell 11). Vad gäller leveranskvaliteten ger såväl boende i tätorter som boende på landsbygden bra betyg åt främst Postens förmåga att leverera brev i oskadat skick (75 procent nöjda), men även i rätt postlåda (67 procent nöjda) och på utlovad dag (68 procent nöjda).

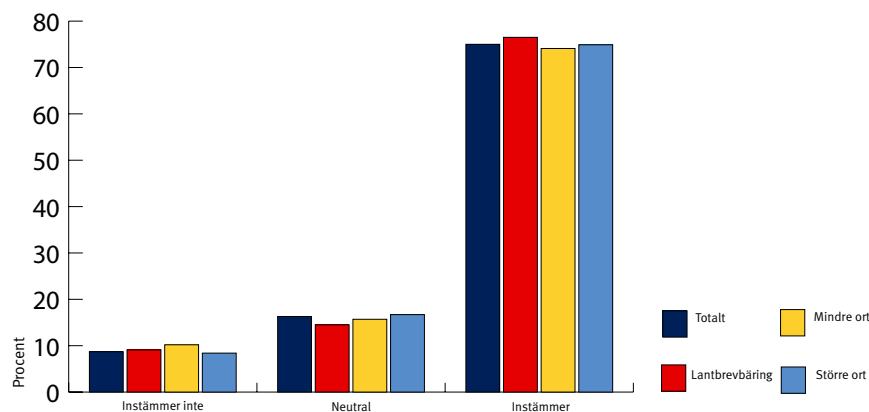
Tabell 11: Privatpersoners syn på brevbäringen



Även företagen ger bra betyg åt brevbäringen. Tre av fyra är nöjda med hur företagens brev delas ut. Mindre än tio procent är missnöjda (tabell 12). Även företagen ger bra betyg till Posten när det gäller leveranskvaliteten. Merparten anser att breven delas ut i oskadat skick (68,5 procent), till rätt brevlåda (62,3 procent) och på utlovad dag (61,1 procent). En större andel av företag med lantbrevbäring är nöjda med leveranskvaliteten.

Tabell 12: Företags syn på brevbäringen

Företag:
Vårt företags brev delas ut (kan hämtas i postbox) på ett sätt som passar vårt företag

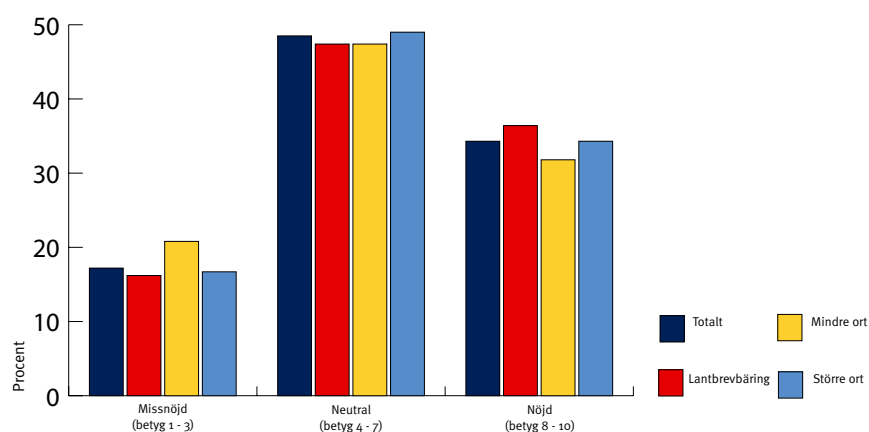


Svenskarna blir mer positiva till Posten

Drygt en av tre svenskar (34,3 procent) anger att de är nöjda med Posten, medan knappt två av fem (17,2 procent) är missnöjda (tabell 13). Sett ur ett längre perspektiv är utvecklingen svagt positiv. Andelen privatpersoner som är missnöjda minskar svagt men kontinuerligt sedan början av år 2004. Likaså syns en svag ökning av andelen nöjda under motsvarande period.

Tabell 13: Privatpersoner helhetssyn på Posten

Privatpersoner:
Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med Posten?



Bland privatpersoner med lantbrevbäring är andelen nöjda något högre än i övriga grupper (36,4 procent), medan bland boende på mindre ort är andelen nöjda något färre (31,8 procent).

Precis som för privatpersoner har företag med lantbrevbäringen en större andel nöjda än övriga grupper. Bland företag med lantbrevbäring är 38,2 procent nöjda med Posten medan 13,9 procent är missnöjda.



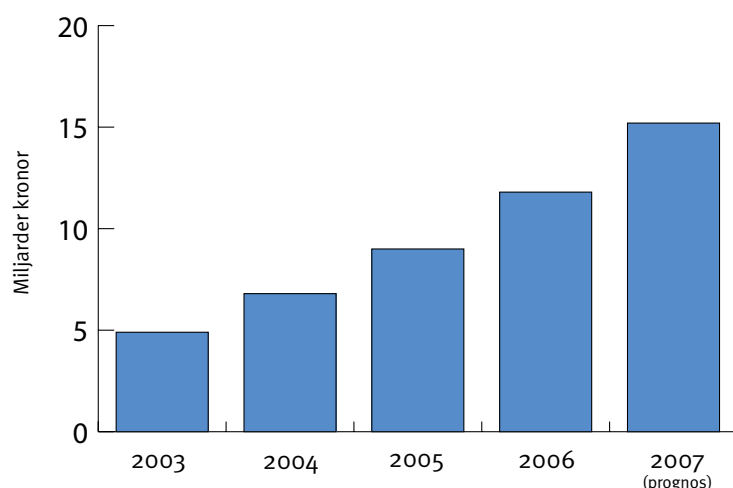
6. Distanshandeln en möjlighet för landsbygden

Kraftig tillväxt för distanshandeln

Allt fler svenskar väljer att göra sina inköp hemifrån med hjälp av internet, telefon eller beställningsformulär. I Postens studie Distanshandeln idag 2007 uppger 71 procent av svenskarna att de någon gång har distanshandlat. Enligt Handels Utredningsinstitut (HUI) omsatte distanshandeln 16,7 miljarder kronor under 2006.

Den del av distanshandeln som sker via internet (e-handeln) är störst och växer kraftigast. Enligt e-barometern, som publiceras av HUI, Posten och Svensk Distanshandel, steg omsättningen för företag med försäljning över internet under första kvartalet 2007 med 28 procent. Prognosen är att e-handeln kommer att omsätta 15,2 miljarder under 2007 (tabell 14).

Tabell 14: Utvecklingen för e-handels omsättning, miljarder kr

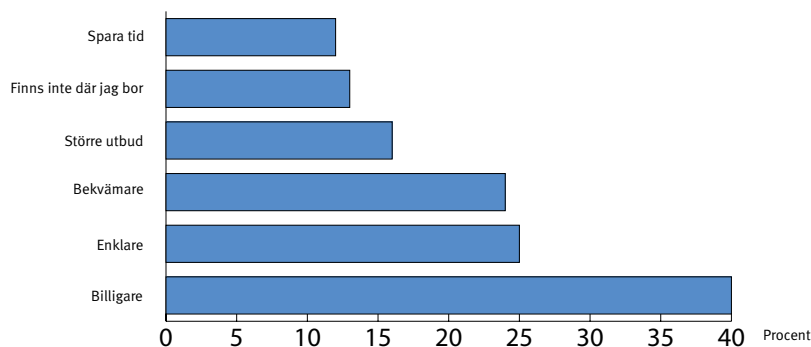


Enligt Postens studie Distanshandeln idag 2006 är de främsta skälen till varför svenskar väljer att köpa varor via distans istället för att köpa dem i butik att det är billigare, enklare och bekvämare (tabell 15).

Postombudens tillgänglighet och generösa öppettider samt övriga kringtjänster som exempelvis SMS-avisering och valfritt hämtställe är anpassade till dagens konsumentvanor, vilket gör att kunderna kan få sina beställda varor snabbt och enkelt.

Tabell 15: Anledning till varför svenskar köper varor via distans

Varför väljer du att köpa varor på distans istället för att köpa dem i butik?



Distanshandeln ökar utbudet på landsbygden

Att 13 procent av dem som distanshandlar anger att de distanshandlar eftersom varorna inte finns där de bor, visar också på distanshandelns betydelse för att bland annat öka utbudet av varor för dem som bor på landsbygden.

I studien Distanshandeln idag 2007 framgår att över 80 procent av svenskarna anser att distanshandel ger landsbygden tillgång till ett ökat varuutbud

Distanshandelns och då framförallt e-handelns framväxt innebär att boende på landsbygden får tillgång till varor och tjänster från hela världen. Det går att beställa varor från t ex USA via internet och någon vecka senare hämta ut den hos det lokala postombudet hos den lokala handlaren eller få det utkört av lantbrevbäraren.

Den ökade tillgänglighet till varor och tjänster som distanshandeln skapar kan till viss del väga upp det minskade utbudet av traditionell fysisk service som beskrivits ovan under rubriken Landsbygd i förändring.

Nya möjligheter till företagande på landsbygden

En annan fördel med distanshandelns kraftiga tillväxt är att de virtuella butiker som växer fram på internet inte behöver startas på orter där kunderna finns. I e-barometern september december 2006 svarade den slumpmässigt utvalda panelen om 1 500 e-handelsföretag på frågan om var de är lokaliserade. 23 procent av företagen svarade att de är lokaliserade på landsbygden, i glesbygd eller på en ort med mindre än 3 000 företag.

I Distanshandeln idag 2007 framgår att 56 procent av svenska folket instämmer i påståendet att distanshandeln skapar bättre förutsättningar för företagande och sysselsättning på landsbygden.



Definitioner

Det finns en rad olika definitioner av landsbygd och glesbygd. I denna skrift har vi, förutom i kapitel fem, valt Glesbygdsverkets definitioner. Glesbygdsverket utgår i sina definitioner av glesbygd och landsbygd från möjligheten att nå service och arbete¹⁹.

Områdestyper

- Glesbygder har mer än 45 minuters bilresa till närmaste tätort större än 3 000 invånare samt öar utan fast landförbindelse. Definitionen kan inkludera både landsbygd och tätorter med upp till 3 000 invånare.
- Tätortsnära landsbygder finns inom 5 till 45 minuters bilresa från tätorter större än 3 000 invånare.
- Tätorter har mer än 3 000 invånare. Till tätorter räknas även området inom 5 minuters bilresa från tätorten.

Definitionen har existerat sedan 1996. Indelningen syftar till att särskilja olika typer av bygder för att synliggöra deras skilda förutsättningar.

Fyra regioner

Många gemensamma drag finns mellan gles- och landsbygder i olika delar av landet, men också stora skillnader. Därför gör Glesbygdsverket en regionindelning:

- Skogslänens inland. Omfattar de olika arbetsmarknadsregioner som ingick i tidigare EU:s mål 6-område.
- Skogslänen övrigt. Omfattar de lokala arbetsmarknadsregioner i skogslänen som låg utanför mål 6-området.
- Storstadsregionerna. Omfattar Stockholms, Göteborgs och Malmös lokala arbetsmarknadsregioner
- Övriga Sverige. Omfattar lokala arbetsmarknader i resterande delar av landet.

¹⁹ www.glesbygdsverket.se



Posten AB

105 00 Stockholm

Huvudkontor / Terminalvägen 24, Solna / Telefon 08-781 10 00

Org.nr 556128-6559 / www.posten.se