

STARSUP

IZVJEŠTAJ

STEPEN ZADOVOLJSTVA POSLOVNIH KORISNIKA POŠTANSKIH USLUGA U CRNOJ GORI



CRNA GORA
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE
I POŠTANSKU DJELATNOST





Sadržaj

Metodologija.....	6
Nalazi istraživanja	8
1. Poštanske usluge	8
2. Top of mind, ukupna spontana i potpomognuta prepoznatljivost	11
3. Korišćenje poštanskih usluga	13
4. Unapređenje usluga	19
5. Paketomati	21
6. Prigovori na poštanske usluge	24
7. Internet kupovina	26
8. PDV	30
9. Ekološki prihvatljiva rješenja	31
Zaključci i preporuke	33
Zaključci	33
Preporuke	34
Appendix: Struktura analiziranog uzorka	37

Rezime istraživanja

Istraživanje stepena zadovoljstva poslovnih korisnika poštanskih usluga u Crnoj Gori pokazuje da poštanske usluge i dalje imaju važnu ulogu u poslovanju firmi i organizacija, ali i da se način njihovog korišćenja postepeno mijenja. Poštanske usluge više nisu samo tradicionalni servis slanja i prijema pisama i paketa, već dio šireg sistema poslovne komunikacije, dostave, e-commerce logistike, novčanih transakcija, korisničke podrške i digitalno podržanih rješenja. U 2026. godini **72,8% ispitanih firmi/organizacija** navodi da je u posljednjih godinu dana koristilo usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka. U odnosu na 2025. godinu bilježi se blagi pad, **sa 74,5% na 72,8%**, ali ovaj pad nije izražen i ne dovodi u pitanje činjenicu da poštanske usluge i dalje koristi jasna većina poslovnih subjekata. Posmatrano u dužem periodu, najviši nivo korišćenja zabilježen je 2022. godine (**77,1%**), nakon čega dolazi do blagog smanjenja i stabilizacije korisničke baze.

Kod firmi i organizacija koje ne koriste poštanske usluge, dominantan razlog nije nezadovoljstvo, već izostanak potrebe. **67,1% nekorisnika** navodi da nema potrebu za korišćenjem poštanskih usluga, dok se znatno rjeđe navode bezbjednost (**17,6%**) i sigurnost/pouzdanost isporuke pošiljke (**14,1%**). To ukazuje da se nekorisćenje u najvećoj mjeri vezuje za prirodu poslovanja i operativne potrebe firme, a ne za izraženo negativno iskustvo sa operatorima.

Poštanske usluge zadržavaju visok funkcionalni značaj za poslovne korisnike. Ukupno **80,2% korisnika** ocjenjuje da su im usluge prijema i slanja poštanskih pošiljaka veoma ili uglavnom važne, pri čemu **53,9%** navodi da su im veoma važne, a **26,3%** da su uglavnom važne. U odnosu na prethodni talas, povećava se udio onih koji ove usluge ocjenjuju kao veoma važne (**sa 44,3% u 2025. na 53,9% u 2026. godini**), što pokazuje da, za firme koje ih koriste, poštanske usluge ostaju značajan dio svakodnevnog poslovanja.

Najčešće korišćene usluge u 2026. godini su kurirske usluge, slanje i prijem paketa, slanje i prijem pisama i novčane poštanske usluge. Kada se posmatraju usluge koje firme najčešće koriste, izdvajaju se **kurirske usluge (17,1%)**, **slanje i prijem paketa (15,7%)**, **slanje i prijem pisama (13,5%)** i **novčane poštanske usluge (12,7%)**. Tradicionalne usluge, poput slanja pisama i paketa, i dalje su relevantne, ali više nemaju apsolutno dominantnu poziciju kao ranije. Istovremeno, novčane poštanske usluge bilježe rast (**sa 8,6% u 2025. na 12,7% u 2026. godini**) i približavaju se grupi najčešće korišćenih usluga, što ukazuje da pošta za dio poslovnih korisnika ima i finansijsko-transakcionu funkciju.

Važan nalaz je da **25,2% korisnika** u 2026. godini ne može jasno da procijeni koje poštanske usluge njihova firma/organizacija najčešće koristi. Ovaj podatak ukazuje da dio poslovnih korisnika ne pravi jasnu razliku između pojedinačnih vrsta poštanskih i dostavnih usluga, odnosno da se korišćenje usluga odvija operativno, bez precizne svijesti o njihovoj formalnoj kategorizaciji. To je važno i za komunikaciju operatora, jer korisnicima treba jednostavnije objasniti vrste usluga, namjenu i koristi svake od njih.

Pošta Crne Gore zadržava najjaču pojedinačnu tržišnu poziciju. Ona je najčešće prvi pomenuti operator među poslovnim korisnicima (**31,6% prvi spontani pomen**) i najčešće korišćeni operator poštanskih usluga (**56,6%**). Kao operatora kojeg najčešće koriste, Poštu Crne Gore navodi **56,6% korisnika**, što je gotovo identično rezultatu iz 2025. godine (**56,2%**). To pokazuje da se pozicija Pošte Crne Gore, nakon pada u odnosu na ranije talase, u periodu 2025–2026. stabilizuje.

Ipak, tržište je sve fragmentisanije. Ukupna spontana prepoznatljivost pokazuje da se u svijesti poslovnih korisnika pojavljuje veći broj operatora, uključujući Express One Montenegro (**68,0%**), Express Courier / UPS (**55,7%**), Nelt MNE / Montenomaks (**53,9%**), DHL (**47,8%**) i Poštu Crne Gore (**46,5%**). Pošta Crne Gore i dalje ima najjaču top-of-mind poziciju (**31,6%**), ali kod ukupne prepoznatljivosti tržište izgleda znatno razuđenije nego ranije. To znači da je tržišna vidljivost konkurencije veća, iako se ona ne pretvara uvijek u najčešće korišćenje.

Kada se posmatraju pojedinačne usluge, Pošta Crne Gore ima izrazito snažnu poziciju u tradicionalnim i specifičnim poštanskim uslugama. Dominantna je kod direktne pošte (**100,0%**), neadresiranih pošiljki (**100,0%**), novčanih poštanskih usluga (**100,0%**), telegramske usluga (**100,0%**), distribucije novina, knjiga i časopisa (**100,0%**), kao i kod ekspres poštanskih usluga (**100,0%**). Kod slanja i prijema pisama takođe ima vodeću poziciju (**65,2%**), dok je kod paketa, kurirskih usluga i e-trgovine tržište znatno konkurentnije.

Najveća disperzija operatora vidljiva je kod kurirskih usluga, paketa i e-commerce segmenta. Kod slanja i prijema paketa Pošta Crne Gore ima najveće učešće (**43,4%**), ali su vidljivi i Nelt MNE (**12,3%**), Express One Montenegro (**7,4%**), Mišped Montenegro (**6,6%**), NTC Logistics (**5,7%**), Halo Dostava (**5,7%**) i Pasaž Montenegro (**5,7%**). Kod kurirskih usluga Pošta Crne Gore ima najveće pojedinačno učešće (**19,6%**), ali se odmah zatim izdvajaju Nelt MNE (**13,8%**), Express One Montenegro (**12,3%**), Exclusive Mobile (**9,4%**) i Pasaž Montenegro (**8,0%**). Kod e-trgovine Pošta Crne Gore takođe ima najveći pojedinačni udio (**29,5%**), ali je segment izrazito razuđen, uz prisustvo DTS-a (**8,6%**), NTC Logistics (**7,6%**), Fast Express (**6,7%**) i drugih operatora.

Ukupno zadovoljstvo poslovnih korisnika uslugama operatora kojeg najčešće koriste u 2026. godini iznosi **65,4%**. Iako je većina korisnika zadovoljna, zadovoljstvo je slabije nego u prethodnom talasu, kada je ukupno zadovoljstvo iznosilo **76,5%**. Pad se prije svega vidi kroz smanjenje udjela veoma zadovoljnih korisnika (**sa 14,1% u 2025. na 7,5% u 2026. godini**) i rast udjela uglavnom nezadovoljnih (**sa 4,7% na 11,4%**). To ne znači da dominira nezadovoljstvo, već da je zadovoljstvo više funkcionalno nego snažno: korisnici uglavnom prihvataju uslugu, ali ona rjeđe proizvodi izrazito pozitivno iskustvo.

Razlozi nezadovoljstva u 2026. godini više se vezuju za servisno iskustvo nego za cijenu. Među korisnicima kod kojih je registrovano nezadovoljstvo najčešće se izdvajaju odnos zaposlenih ili korisničke podrške (**28,6%**), način isporuke (**21,4%**), udaljenost poslovnice ili dostupnost lokacije (**19,0%**), brzina isporuke (**11,9%**) i oštećenje pošiljki (**11,9%**). Cijena, iako se u drugim pitanjima prepoznaje kao važna i osjetljiva tema, nije među dominantnim razlozima konkretnog nezadovoljstva (**4,8%**). To znači da korisnici ne ocjenjuju uslugu samo kroz trošak, već i kroz pouzdanost, komunikaciju, odnos i operativnu efikasnost.

Percepcija cijena je značajno nepovoljnija nego ranije. Ukupno **67,1% poslovnih korisnika** ocjenjuje cijene poštanskih usluga kao visoke ili veoma visoke (**27,6% veoma visoke; 39,5% visoke**), dok **25,4%** smatra da su cijene „taman koliko treba“. U odnosu na 2025. godinu posebno raste udio onih koji cijene vide kao veoma visoke (**sa 8,7% na 27,6%**). Ipak, Pošta Crne Gore se i dalje najčešće navodi kao operator sa najpovoljnijim cijenama (**31,1%**), iako je njen udio u ovoj percepciji niži nego u prethodnom talasu (**39,8% u 2025. godini**).

Pošta Crne Gore se najčešće navodi i kao operator koji pruža najkvalitetnije usluge, ali je njen udio niži nego 2025. godine. U 2026. godini **28,1% korisnika** navodi Poštu Crne Gore kao operatora koji pruža najkvalitetnije usluge, dok je taj udio u 2025. godini iznosio **41,4%**. Nakon Pošte Crne Gore izdvajaju se Nelt MNE / Montenomaks (**12,7%**) i Express One Montenegro (**12,3%**), dok **17,5% korisnika** ne može da procijeni koji operator pruža najkvalitetnije usluge. Ovaj nalaz ukazuje na slabiju diferencijaciju kvaliteta u percepciji dijela poslovnih korisnika: korisnici prepoznaju operatore, ali ne prave uvijek jasnu razliku u kvalitetu njihove usluge.

Izbor operatora u 2026. godini najčešće se zasniva na ranijoj saradnji i navici (**27,6%**), kao i na kvalitetu i brzini usluge (**24,1%**). Ovi razlozi imaju veću težinu od cijene (**10,5%**), reklame/promocije (**7,9%**), preporuke (**2,6%**) ili tendera/javne nabavke (**2,2%**). To pokazuje da je tržište poslovnih korisnika u velikoj mjeri iskustveno: kada se jednom uspostavi saradnja koja funkcioniše, firme imaju tendenciju da ostanu pri istom operatoru. Povjerenje i pouzdanost zato postaju ključni elementi lojalnosti.

Većina korisnika vidi prostor za unapređenje poštanskih usluga. Ukupno **59,2%** smatra da operator treba da uvede nove usluge, unaprijedi postojeće ili uradi oboje, pri čemu **48,2%** smatra da treba i uvesti nove i unaprijediti postojeće usluge. **12,7%** korisnika smatra da nema potrebe za promjenama, dok **28,1%** ne može da procijeni. Najčešće očekivana unapređenja odnose se na bržu dostavu i obradu pošiljki (**20,0%**), bolje praćenje i informisanost o pošiljkama (**15,6%**), umanjeње cijena (**13,3%**), smanjenje čekanja (**8,1%**) i efikasniju organizaciju rada (**7,4%**). Drugim riječima, korisnici ne traže samo nove usluge, već bolju operativnu izvedbu postojećih.

Informisanost o novim i unaprijeđenim poštanskim uslugama ostaje jedna od slabijih tačaka. Samo **6,1% korisnika** navodi da je u potpunosti informisano, a **32,0%** da je djelimično informisano. Sa druge strane, ukupno **56,1% korisnika** navodi da nije dovoljno ili uopšte nije informisano (**24,1% nije dovoljno informisano; 32,0% uopšte nije informisano**). Ovo je posebno važno jer se tržište razvija upravo kroz nove usluge: digitalna rješenja, e-commerce dostavu, praćenje pošiljki, paketomate i slične servise. Bez jasne komunikacije, potencijal novih usluga ostaje ograničen.

Paketomati su u 2026. godini znatno prepoznatljiviji nego ranije. Više od polovine ispitanika zna šta su paketomati i kako funkcionišu (**56,2%**), dok je **32,3%** čulo za njih, ali ne zna tačno kako funkcionišu. Udio onih koji nikada nijesu čuli za paketomate smanjen je **sa 27,0% u 2025. na 11,5% u 2026. godini**. Istovremeno, **47,0% ispitanika** navodi da je već koristilo paketomat (**16,0% više puta; 31,0% jednom ili dva puta**). Najvažniji uslov za korišćenje je jednostavnost (**24,3%**), a zatim dostupnost 24h (**16,6%**), povoljna cijena (**16,3%**) i blizina lokacije (**15,3%**). Najčešći razlog korišćenja je izbjegavanje čekanja u pošti ili kurirskoj službi (**32,5%**), što paketomate pozicionira kao praktično rješenje za korisnike koji žele brže, fleksibilnije i jednostavnije preuzimanje pošiljki.

Prigovori na poštanske usluge se podnose rijetko, ali to ne znači nužno da problemi ne postoje. U 2026. godini samo **0,8% korisnika** navodi da je u posljednjih godinu dana podnijelo žalbu ili pritužbu, dok **93,2%** navodi da nije. Istovremeno, samo **22,8% korisnika** navodi da im je potpuno ili djelimično poznato kako se prigovor može podnijeti (**4,4% potpuno poznato; 18,4% djelimično poznato**), dok **39,5%** kaže da im postupak nije poznat, a **37,7%** ne može da procijeni. Ovaj nalaz ukazuje da nizak nivo formalnih prigovora može biti povezan i sa slabom informisanošću o proceduri, kao i sa time da se problemi rješavaju neformalno, direktnim kontaktom sa operatorom.

Internet trgovina dodatno mijenja značaj poštanskih i dostavnih usluga. U 2026. godini **67,1% poslovnih korisnika** kupuje robu ili proizvode putem internet trgovine makar povremeno, što je više nego 2025. godine (**53,5%**). Posebno raste učestalija online kupovina: **9,3%** kupuje jednom sedmično ili češće, **24,0%** dva do tri puta mjesečno, a **15,0%** jednom mjesečno. Udio onih koji nikada ne kupuju putem interneta smanjen je **sa 46,5% u 2025. na 32,9% u 2026. godini**, što dodatno povećava značaj dostavnih i poštanskih usluga povezanih sa e-commerce segmentom.

E-commerce dostava se pokazuje kao jedan od ključnih prostora konkurencije. Pošta Crne Gore je u 2026. godini najčešće korišćeni operator za dostavu robe kupljene putem internet trgovine (**60,0%**), što je značajan rast u odnosu na 2025. godinu (**29,2%**). Snažan rast bilježe i Nelt MNE / Montenomaks (**sa 18,3% na 35,2%**) i Express One Montenegro (**sa 3,2% na 34,8%**). Kada se 2026. godina svede na proporcionalnu strukturu svih navedenih operatora, Pošta Crne Gore i dalje ima najveće učešće (**24,6% svih pomena**), zatim Nelt MNE / Montenomaks (**14,4%**) i Express One Montenegro (**14,3%**). To pokazuje da je Pošta Crne Gore pojedinačno najzastupljeniji operator, ali i da se značajan dio tržišta raspoređuje na privatne operatore.

Istovremeno, korisnici su veoma osjetljivi na cijene dostave u okviru internet kupovine. Ukupno **72,2% korisnika** cijene dostavnih usluga ocjenjuje kao visoke ili veoma visoke (**20,1% veoma visoke; 52,1% visoke**), dok samo

10,5% smatra da su cijene „taman koliko treba“. Zadovoljstvo brzinom dostave je niže nego u prethodnom talasu: u 2026. godini **41,5% korisnika** navodi da je veoma ili uglavnom zadovoljno brzinom dostave robe kupljene putem interneta, dok je u 2025. godini taj udio bio viši. To ukazuje da online kupovina pojačava očekivanja korisnika u pogledu brzine, predvidljivosti i informisanja.

Uprepoznatljivost sa propisima o naplati PDV-a na uvozne pošiljke je niža nego u prethodnom talasu. U 2026. godini **57,2% ispitanika** navodi da je u velikoj mjeri ili djelimično upoznato sa propisima, dok **38,3%** nije upoznato, a **4,5%** ne zna ili ne može da procijeni. Među onima koji su upoznati sa propisima, većina navodi da propisi nijesu imali uticaja na njih (**58,7%**), dok **26,3%** navodi da je smanjilo kupovinu proizvoda iz inostranstva. To može ukazivati na djelimičnu adaptaciju poslovnih korisnika na nova pravila.

Ekološki prihvatljiva rješenja u dostavi imaju načelnu podršku poslovnih korisnika, ali uz jasnu cjenovnu granicu. Više od polovine ispitanika (**53,0%**) smatra da je važno uvoditi rješenja kao što su električna vozila, pri čemu **29,7%** navodi da je to veoma važno, a **23,3%** da je uglavnom važno. Međutim, kada se ta rješenja povežu sa mogućim povećanjem cijene, podrška postaje opreznija: manje povećanje cijena bilo bi u potpunosti ili uglavnom prihvatljivo za **44,0% ispitanika**, dok za **16,9%** prihvatljivost zavisi od visine povećanja. Među ispitanicima kod kojih je evidentiran odgovor, dominantno prihvatljiv nivo povećanja cijene je **do 3% (84,1%)**, dok veća povećanja gotovo da nijesu prihvatljiva.

Ukupno posmatrano, istraživanje pokazuje da je tržište poštanskih usluga za poslovne korisnike stabilno, ali sve složenije. Pošta Crne Gore zadržava najjaču institucionalnu i tržišnu poziciju, posebno u tradicionalnim i specifičnim poštanskim uslugama, dok se konkurencija najviše razvija u segmentima paketa, kurirskih usluga i e-commerce dostave. Ključni izazovi u narednom periodu odnose se na kvalitet korisničkog iskustva, brzinu i predvidljivost usluge, informisanost korisnika, transparentnost cijena i razvoj novih rješenja koja su jednostavna za korišćenje.

Ključna poruka istraživanja je da poslovni korisnici ne traže nužno potpuno drugačiji sistem poštanskih usluga, već sistem koji je brži, jasniji, pouzdaniji i bolje prilagođen njihovim svakodnevnim operativnim potrebama. Najveći prostor za unapređenje nalazi se u boljoj organizaciji usluge, jasnijoj komunikaciji, jednostavnijem korišćenju novih servisa i jačanju povjerenja da će svaka pošiljka, informacija ili prigovor biti obrađeni brzo, transparentno i profesionalno.

Metodologija

Istraživanje stepena zadovoljstva poslovnih korisnika poštanskih usluga u Crnoj Gori sprovedeno je tokom maja 2026. godine, na uzorku firmi i organizacija koje posluju na teritoriji Crne Gore.

Cilj istraživanja bio je da se ispita nivo korišćenja poštanskih i dostavnih usluga među poslovnim korisnicima, značaj ovih usluga za svakodnevno poslovanje, poznavanje i korišćenje pojedinačnih vrsta poštanskih usluga, poznavanje i izbor operatora, zadovoljstvo uslugama, percepcija cijena, iskustvo sa prigovorima i korisničkom podrškom, kao i odnos poslovnih korisnika prema novim i unaprijeđenim rješenjima, uključujući paketomate, e-commerce dostavu, informisanost o PDV pravilima i ekološki prihvatljivija rješenja u dostavi.

Osnovni parametri istraživanja

Parametar	Opis
Ciljna populacija	Firme i organizacije koje posluju na teritoriji Crne Gore
Metod prikupljanja podataka	TAPI — anketiranje licem u lice uz upotrebu tableta
Trajanje intervju	≈ 20 minuta
Tip intervju	Strukturisani intervju sa predstavnikom firme/organizacije
Veličina uzorka	N = 313 firmi/organizacija
Korisnici poštanskih usluga	N = 228 firmi/organizacija koje su koristile poštanske usluge u posljednjih godinu dana
Nekorisnici poštanskih usluga	N = 85 firmi/organizacija koje nijesu koristile poštanske usluge u posljednjih godinu dana
Teritorijalni obuhvat	Crna Gora
Tip ispitanika	Donosioci odluka, vlasnici/suvlasnici i osobe zadužene za poštanske i dostavne usluge u firmi/organizaciji
Instrument istraživanja	Strukturisani upitnik programiran u elektronskoj formi
Prikaz rezultata	Procenti na ukupnoj bazi ili relevantnim podbazama
Post stratifikacija	Region, veličina preduzeća
Poređenje kroz vrijeme	2020, 2022, 2025 i 2026, gdje je metodološki uporedivo

Prikupljanje podataka realizovano je metodom **TAPI intervju**, odnosno anketiranjem **licem u lice uz upotrebu tableta**.

Intervjui su sprovedeni sa osobama koje u okviru firme/organizacije imaju relevantan uvid u korišćenje poštanskih i dostavnih usluga. To su bili donosioci odluka, vlasnici ili suvlasnici, kao i osobe koje su operativno zadužene za slanje i prijem pošiljaka, izbor operatora, komunikaciju sa dostavnim službama, internet kupovinu, korisničku podršku ili eventualne prigovore.

Upitnik je bio programiran u elektronskoj formi, a pitanja su postavljana u skladu sa definisanom logikom upitnika. Pojedina pitanja bila su namijenjena ukupnom uzorku, dok su druga postavljana samo relevantnim podgrupama ispitanika, u zavisnosti od prethodno datih odgovora.

Terenski rad sprovodi su obučeni anketari, prema unaprijed definisanim instrukcijama za pristup firmama/organizacijama, izbor relevantnog sagovornika i evidentiranje odgovora.

Ukupna veličina realizovanog uzorka iznosi **N = 313 firmi/organizacija**. Uzorak je obuhvatio poslovne subjekte različite veličine, djelatnosti i regionalne pripadnosti, sa ciljem da se sagleda iskustvo poslovnih korisnika poštanskih i dostavnih usluga na teritoriji Crne Gore.

Od ukupnog broja ispitanih firmi/organizacija, **N = 228** je u posljednjih godinu dana koristilo usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, dok **N = 85** nije koristilo ove usluge.

Maksimalna teorijska margina greške za uzorak od **N = 313** iznosi približno **±5,5 procentnih poena**, pri nivou pouzdanosti od 95%. Navedena margina greške odnosi se na procjene na nivou ukupnog uzorka, dok je kod rezultata prikazanih na poduzorcima margina greške veća i zavisi od veličine konkretne baze ispitanika.

Istraživački instrument obuhvatio je više tematskih cjelina koje omogućavaju sagledavanje odnosa poslovnih korisnika prema poštanskim i dostavnim uslugama.

Upitnikom su ispitani: korišćenje poštanskih usluga u posljednjih godinu dana, razlozi nekorisćenja, poznavanje i korišćenje pojedinačnih vrsta poštanskih usluga, značaj poštanskih usluga za poslovanje, najčešće korišćene usluge, spontano i potpomognuto poznavanje operatora, najčešće korišćeni operator, korišćenje operatora po vrsti usluge, zadovoljstvo uslugama, razlozi nezadovoljstva, percepcija cijena, izbor operatora, potreba za uvođenjem



novih i unapređenjem postojećih usluga, informisanost o novim uslugama, poznavanje i korišćenje paketomata, iskustva sa prigovorima i korisničkom podrškom, internet kupovina, dostava robe kupljene online, uprepoznatljivost sa PDV pravilima za uvozne pošiljke i stavovi prema ekološki prihvatljivijim rješenjima u dostavi.

Rezultati su prikazani u procentima, na nivou ukupne ciljane populacije ili relevantnih podgrupa, u skladu sa logikom pojedinačnih pitanja. Kod svakog pitanja naznačena je baza na koju se rezultati odnose.

Kod pitanja koja su postavljena samo određenim grupama ispitanika, rezultati su prikazani na odgovarajućoj podbazi, na primjer među korisnicima poštanskih usluga, nekorisnicima, korisnicima internet kupovine ili korisnicima paketomata. Zbog toga se baze razlikuju od pitanja do pitanja i treba ih uzeti u obzir prilikom interpretacije nalaza.

Kod pitanja sa mogućnošću višestrukog odgovora, zbir procenata može biti veći od 100%. Kod takvih pitanja u tekstu je posebno naznačeno da se radi o višestrukim odgovorima. U slučajevima gdje su pojedini odgovori objedinjeni u kategoriju „ostali operatori“ ili „ostali odgovori“, to je urađeno radi preglednosti prikaza i lakše interpretacije rezultata.

Poređenja sa prethodnim talasima istraživanja prikazana su za pitanja kod kojih postoji sadržinska i metodološka uporedivost. U slučajevima kada je došlo do promjene formulacije pitanja, proširenja liste odgovora, promjene baze ili drugačijeg načina evidentiranja odgovora, poređenja su interpretirana uz odgovarajuću metodološku napomenu.

Svi podaci obrađeni su i prikazani u agregiranom obliku, uz poštovanje principa anonimnosti ispitanika i korišćenja nalaza isključivo u statističke i analitičke svrhe.

Nalazi istraživanja

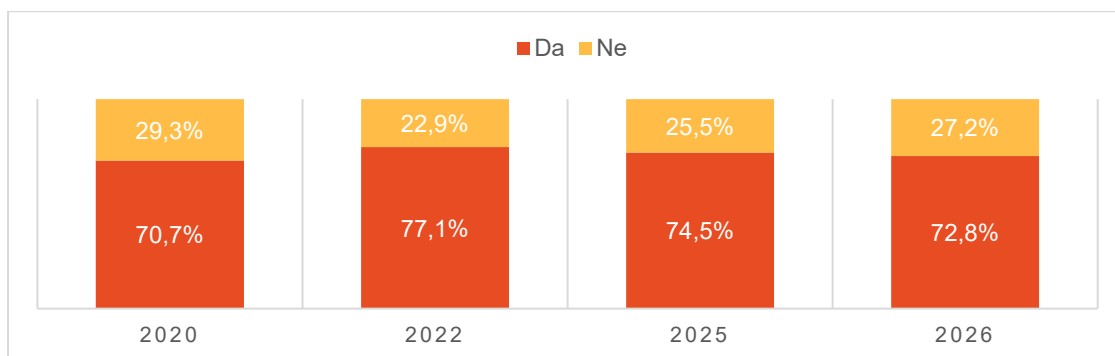
1. Poštanske usluge

U 2026. godini 72,8% ispitanih firmi/organizacija navodi da je u posljednjih godinu dana koristilo usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljki, dok 27,2% nije koristilo ove usluge. U odnosu na 2025. godinu, bilježi se blagi pad korišćenja poštanskih usluga među poslovnim korisnicima, sa 74,5% na 72,8%.

Q1. Molim Vas da mi kažete da li je Vaša firma/organizacija, u posljednjih godinu dana, koristila usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljki/pšiljaka?
(pisma, paketi, razglednice, prijem računa i sl.)

Baza 2025: Ukupna ciljna populacija, N=200

Baza 2026: Ukupna ciljna populacija, N=313

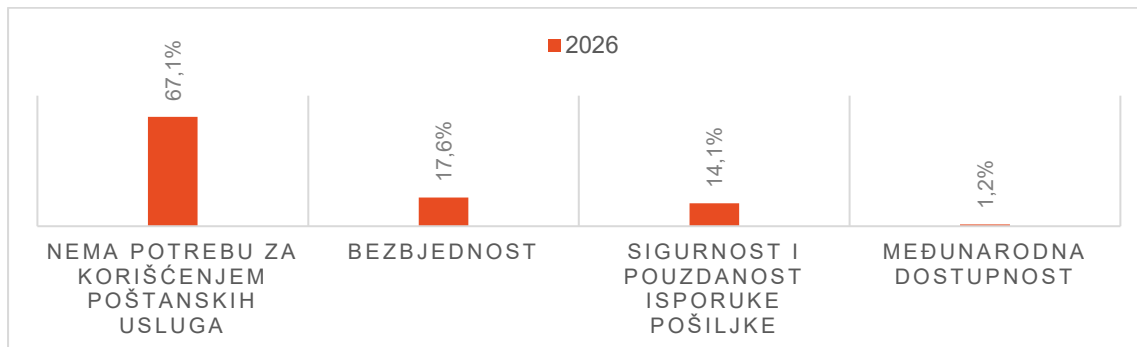


Posmatrano u dužem periodu, najveći obuhvat korišćenja zabilježen je 2022. godine, kada je 77,1% poslovnih subjekata koristilo ove usluge, nakon čega dolazi do postepenog, ali ne izrazito velikog pada u 2025. i 2026. godini. Uprkos tome, podaci pokazuju da poštanske usluge i dalje koristi jasna većina poslovnih subjekata u Crnoj Gori.

Q1a. Koji je osnovni razlog što Vaša firma/organizacija ne koristi poštanske usluge?

Baza 2026: Oni koji u posljednjih godinu dana nijesu koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=85

Napomena: Pitanje je postavljeno samo firmama/organizacijama koje nijesu koristile poštanske usluge.



Najčešći razlog zbog kojeg firme/organizacije ne koriste poštanske usluge jeste nepostojanje potrebe za njihovim korišćenjem. Ovaj razlog navodi 67,1% poslovnih subjekata koji u posljednjih godinu dana nijesu koristili poštanske usluge.

Znatno manji dio ispitanika kao razlog navodi bezbjednost, odnosno sigurnost i pouzdanost isporuke pošiljke. Ovi podaci ukazuju da nekorišćenje poštanskih usluga kod poslovnih korisnika dominantno nije posljedica izraženog nezadovoljstva ili negativnog iskustva, već prije svega odsustva konkretne poslovne potrebe za ovom vrstom usluge.

U 2026. godini poslovni korisnici najčešće navode da su čuli i koristili kurirske usluge (59,6%), slanje i prijem pisama (57,0%), slanje i prijem paketa (53,5%), novčane poštanske usluge (46,1%) i e-commerce usluge (46,1%). Direktna pošta je korišćena od strane 40,8% korisnika, dok su telegramske usluge zastupljene kod 32,9% poslovnih subjekata koji koriste poštanske usluge.

Q2. Nabrojaćemo Vam neke poštanske usluge, pa Vas molimo da nam kažete da li ste čuli za njih i da li ste ih koristili?

Baza 2025: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=149

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228

2026.

Poštanska usluga	Da, čuo/la sam i koristio/la	Da, čuo/la sam, ali nijesam koristio/la	Nijesam čuo/la
Slanje i prijem pisama	57,0%	42,1%	0,0%
Usluge hibridne pošte	3,1%	64,0%	32,5%
Slanje i prijem paketa	53,5%	46,5%	0,0%
Expres poštanske usluge	15,4%	60,5%	24,1%
Kurirske usluge	59,6%	37,3%	2,2%
Direktna pošta	40,8%	57,9%	1,3%
Neadresirane pošiljke	8,8%	71,1%	20,2%
Novčane poštanske usluge	46,1%	53,1%	0,9%
Novine, knjige, časopisi...	3,1%	89,0%	7,9%
Telegramske usluge	32,9%	65,8%	1,3%
E-commerce	46,1%	47,4%	6,6%

Uporedni prikaz korišćenja usluga: 2025–2026.

Poštanska usluga	2025: čuo/la i koristio/la	2026: čuo/la i koristio/la	Promjena
Slanje i prijem pisama	63,8%	57,0%	-6,8 p.p.
Usluge hibridne pošte	6,0%	3,1%	-2,9 p.p.
Slanje i prijem paketa	71,1%	53,5%	-17,6 p.p.
Expres poštanske usluge	59,7%	15,4%	-44,3 p.p.
Kurirske usluge	68,5%	59,6%	-8,9 p.p.
Direktna pošta	38,3%	40,8%	+2,5 p.p.
Neadresirane pošiljke	7,4%	8,8%	+1,4 p.p.
Novčane poštanske usluge	40,3%	46,1%	+5,8 p.p.
Novine, knjige, časopisi...	12,8%	3,1%	-9,7 p.p.
Telegramske usluge	54,4%	32,9%	-21,5 p.p.
E-commerce	46,3%	46,1%	-0,2 p.p.

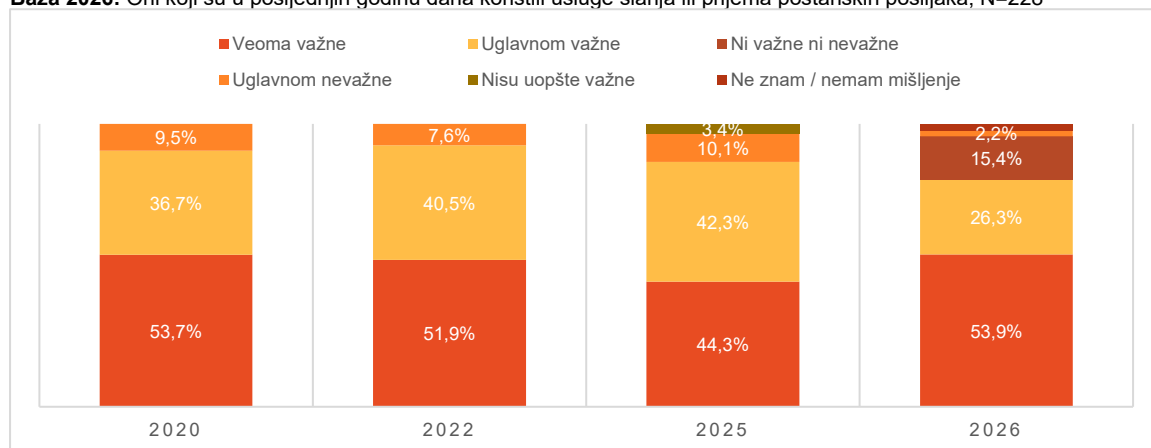
U odnosu na 2025. godinu, najveći pad korišćenja bilježe expres poštanske usluge, slanje i prijem paketa i telegramske usluge. Pad je vidljiv i kod slanja i prijema pisama, kurirskih usluga i distribucije novina, knjiga i časopisa. S druge strane, rast se bilježi kod novčanih poštanskih usluga, direktne pošte i neadresiranih pošiljki, dok e-commerce ostaje praktično na istom nivou kao 2025. godine.

Iako je korišćenje pojedinih usluga u 2026. niže nego godinu ranije, podaci pokazuju da je ukupna informisanost o većini usluga relativno visoka. To je posebno vidljivo kod slanja i prijema paketa, slanja i prijema pisama, novčanih poštanskih usluga, direktne pošte, telegramske usluga i e-commerce usluga, gdje je udio onih koji su makar čuli za uslugu izrazito visok. S druge strane, hibridna pošta i neadresirane pošiljke i dalje ostaju specifične usluge sa nižim nivoom stvarnog korišćenja.

Q3. Možete li nam reći u kojoj mjeri su za Vas važne usluge prijema i slanja poštanskih pošiljaka?

Baza 2025: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=149

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228



Napomena: U 2026. godini uvedene su/registrovane dodatne kategorije „Ni važne ni nevažne“ i „Ne znam / nemam mišljenje“.

U 2026. godini većina poslovnih korisnika poštanskih usluga ocjenjuje da su im **usluge prijema i slanja poštanskih pošiljaka važne**. Ukupno **80,2% ispitanika navodi da su im ove usluge veoma ili uglavnom važne**, pri čemu više od polovine korisnika, odnosno 53,9%, smatra da su im veoma važne.

U odnosu na 2025. godinu, bilježi se rast udjela onih koji usluge ocjenjuju kao veoma važne, sa 44,3% na 53,9%. Istovremeno, smanjuje se udio onih koji ih smatraju uglavnom važnim, što ukazuje na pomjeranje dijela korisnika ka izraženijoj ocjeni važnosti. U 2026. godini pojavljuje se i značajniji udio neutralnih odgovora, odnosno onih koji navode da im ove usluge nijesu ni važne ni nevažne.

Ukupno gledano, podaci pokazuju da poštanske usluge zadržavaju visok funkcionalni značaj za poslovne korisnike, iako se intenzitet važnosti razlikuje među segmentima korisnika.

Q4. Koje poštanske usluge najčešće koristi Vaša firma/organizacija?

Molimo Vas da navedete najviše dvije usluge koje koristite najčešće.

Baza 2025: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=149

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228

Poštanska usluga	2020	2022	2025	2026
Slanje i prijem pisama	29,3%	27,0%	13,3%	13,5%
Slanje i prijem paketa	18,8%	15,5%	15,4%	15,7%
Kurirske usluge	18,5%	19,4%	14,6%	17,1%
Ekspres poštanske usluge	11,7%	14,7%	12,8%	4,4%
Novčane poštanske usluge	7,1%	2,9%	8,6%	12,7%
Direktna pošta	3,4%	3,9%	8,2%	3,9%
E-commerce	2,7%	7,1%	9,9%	3,2%
Telegramske usluge	5,4%	6,6%	11,6%	4,3%
Novine, knjige, časopisi...	2,0%	2,0%	2,7%	-
Neadresirane pošiljke	0,0%	0,0%	1,6%	-
Hibridna pošta	0,5%	0,7%	1,3%	-
Ne znam / ne mogu da procijenim	-	-	-	25,2%

U 2026. godini među najčešće korišćenim poštanskim uslugama izdvajaju se kurirske usluge (17,1%), slanje i prijem paketa (15,7%), slanje i prijem pisama (13,5%) i novčane poštanske usluge (12,7%). Ove usluge čine osnovu poslovnog korišćenja poštanskih usluga, pri čemu se vidi da su tradicionalne usluge slanja pisama i paketa i dalje relevantne, ali više nemaju dominantnu poziciju kakvu su imale u ranijim talasima istraživanja.

U odnosu na 2025. godinu, slanje i prijem pisama i slanje i prijem paketa ostaju gotovo na istom nivou, dok kurirske usluge bilježe blagi rast. Najizraženiji rast u 2026. godini bilježe novčane poštanske usluge, koje su porasle sa 8,6% u 2025. na 12,7% u 2026. godini, čime se približavaju najčešće korišćenim uslugama.

Sa druge strane, najveći pad bilježe ekspres poštanske usluge, koje su sa 12,8% u 2025. pale na 4,4% u 2026. godini. Pad je vidljiv i kod e-commerce usluga i telegramske usluge, dok se direktna pošta vraća na nivo sličan onom iz 2020. i 2022. godine.

Važno je istaći da u 2026. godini čak 25,2% ispitanika ne može da procijeni koje poštanske usluge njihova firma/organizacija najčešće koristi. Ovaj podatak ukazuje da dio poslovnih korisnika ne pravi jasnu razliku između pojedinačnih vrsta poštanskih i dostavnih usluga, ili da se korišćenje usluga odvija operativno, bez jasne svijesti o njihovoj formalnoj kategorizaciji.

2. Top of mind, ukupna spontana i potpomognuta prepoznatljivost

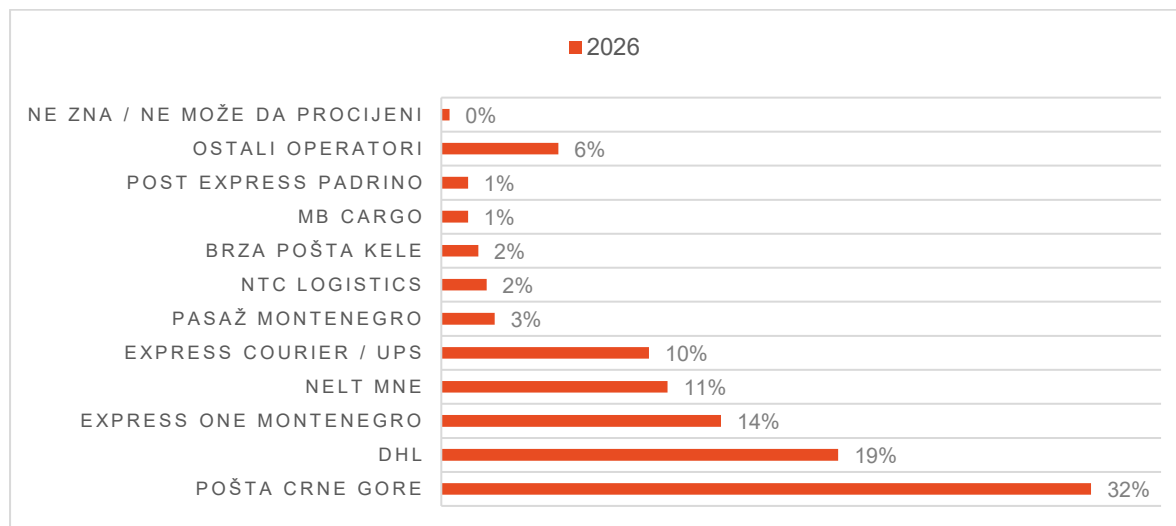
Pošta Crne Gore je najčešće prvi pomenuti operator poštanskih usluga među poslovnim korisnicima. Kao prvi operator spontano je navodi 31,6% ispitanika. Na drugom mjestu je DHL sa 19,3%, zatim Express One Montenegro sa 13,6%, Nelt MNE sa 11,0% i Express Courier / UPS sa 10,1%.

Q5. Molim Vas da mi kažete koje sve operatore poštanskih usluga poznajete makar po imenu, bez obzira na to da li ste koristili njihove usluge.

Baza 2025: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=149

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228

Prvi pomenuti operator / top of mind, 2026.



Ovaj rezultat pokazuje da Pošta Crne Gore i dalje ima najsnažniju poziciju na nivou prve asocijacije, ali da je u kategoriji poslovnih korisnika izražena vidljivost i drugih operatora, prije svega DHL-a, Express One Montenegro, Nelt MNE i Express Courier / UPS-a.

Ukupna spontana prepoznatljivost operatora¹

Operator	2020	2022	2025	2026
Pošta Crne Gore	95,9%	98,1%	75,8%	46,5%
DHL	78,2%	57,0%	22,1%	47,8%
Express Courier / UPS	17,0%	15,2%	12,1%	55,7%
Express One Montenegro	-	13,9%	7,7%	68,0%
Nelt MNE / Montenomaks	58,5%	65,2%	26,7%	53,9%
NTC Logistics	36,1%	39,2%	27,2%	31,6%
Fast Express	4,1%	5,7%	0,4%	29,8%
GO Express - Braća Kastratović	-	7,6%	5,0%	36,8%
Naš Express	-	21,5%	2,1%	32,5%
Exclusive Mobile	-	-	1,5%	28,9%
Pro Express	-	-	1,3%	24,6%
Ananas	-	-	4,4%	24,6%
Brza pošta Kele	-	-	1,7%	24,1%
Target Express	-	-	-	23,7%
Halo dostava	-	17,1%	1,8%	20,6%

U 2026. godini najveću ukupnu spontanu prepoznatljivost među poslovnim korisnicima bilježi Express One Montenegro, koji je navelo 68,0% ispitanika. Slijede Express Courier / UPS sa 55,7%, Nelt MNE sa 53,9%, DHL sa 47,8% i Pošta Crne Gore sa 46,5%.

¹ **Napomena:** U 2026. godini prikazana je ukupna spontana poznatost, odnosno zbir svih spontanih pomena operatora kroz više pozicija odgovora. Zbog promjena na tržištu, različitog obuhvata operatora i mogućih razlika u načinu evidentiranja odgovora kroz talase istraživanja, poređenja sa prethodnim godinama treba tumačiti uz metodološki oprez.

U odnosu na prethodni talas, vidljiva je značajna promjena strukture spontanog poznavanja operatora. Dok je Pošta Crne Gore u ranijim talasima imala dominantnu poziciju na nivou ukupne prepoznatljivosti, u 2026. godini tržište izgleda znatno disperzovanije, sa većim brojem operatora koji ostvaruju relevantan nivo prepoznatljivosti među poslovnim korisnicima. Posebno se izdvajaju Express One Montenegro, Express Courier / UPS, Nelt MNE i DHL.

Ipak, važno je razlikovati ukupnu spontanu prepoznatljivost od prvog spontanog pomena. Pošta Crne Gore i dalje zadržava najjaču poziciju kao prvi pomenuti operator, dok drugi operatori ostvaruju veće učešće kada se uzmu u obzir svi spontani pomeni.

Q5.b A za koje od sljedećih operatora poštanskih usluga ste čuli, bez obzira na to da li ste koristili njihove usluge?

Baza 2026: Ukupna ciljna populacija, N=313

Operator	2026
Pošta Crne Gore	22,8%
Nelt MNE	18,3%
Express One Montenegro	16,1%
Milšped Montenegro	15,1%
Fast Express	11,6%
12 Maj – NS	11,3%
Exclusive Mobile	10,6%
Naš Express	10,6%
Pro Express	9,0%
NTC Logistics	8,4%
DHL	7,4%
Express Courier / UPS	7,4%
GO Express - Braća Kastratović	7,4%
Brza pošta Kele	5,5%
Brajić Fast Express	4,8%
Ananas	4,5%
Lancer	4,2%
Decerto	3,9%
Pigeon	3,9%
Delta transportni sistem – DTS	3,9%
DAS Group	3,5%
Grand Express	3,2%
MB Cargo	3,2%
Speedaf Logistics Montenegro	3,2%
Pasaž Montenegro	3,2%

Potpomognuto poznavanje operatora poštanskih usluga u 2026. godini pokazuje da je Pošta Crne Gore najprepoznatljiviji operator sa ponuđene liste, sa 22,8% ispitanika koji navode da su čuli za ovog operatora. Nakon Pošte Crne Gore slijede Nelt MNE (18,3%), Express One Montenegro (16,1%) i Milšped Montenegro (15,1%).

Nešto niži, ali i dalje relevantan nivo prepoznatljivosti bilježe Fast Express, 12 Maj – NS, Exclusive Mobile i Naš Express, dok se među operatorima sa prepoznatljivošću između 7% i 10% izdvajaju Pro Express, NTC Logistics, DHL, Express Courier / UPS i GO Express - Braća Kastratović.

Rezultati ukazuju na relativno fragmentisanu prepoznatljivost operatora poštanskih usluga. Iako Pošta Crne Gore ima najviši nivo potpomognutog poznavanja, razlika u odnosu na nekoliko narednih operatora nije izrazito velika. To sugerise da su poslovni korisnici izloženi većem broju pružalaca poštanskih i dostavnih usluga, pri čemu se prepoznatljivost raspoređuje na više tržišnih aktera.

Ove rezultate treba posmatrati odvojeno od spontanog poznavanja operatora. Spontano poznavanje pokazuje koji operatori se samostalno javljaju u svijesti korisnika, dok potpomognuto poznavanje mjeri prepoznavanje operatora kada su njihovi nazivi ponuđeni ispitanicima.

3. Korišćenje poštanskih usluga

Pošta Crne Gore i u 2026. godini ostaje najčešće korišćeni operator poštanskih usluga među poslovnim korisnicima. Ovaj operator kao najčešće korišćen navodi 56,6% firmi/organizacija koje su u posljednjih godinu dana koristile poštanske usluge, što je gotovo identično rezultatu iz 2025. godine.

Nakon Pošte Crne Gore slijede Nelt MNE i Express One Montenegro, sa po 7,9%, zatim DHL sa 7,5%. NTC Logistics zadržava isti nivo kao u prethodnom talasu, sa 4,8%, dok se u 2026. godini među relevantnijim operatorima pojavljuju i Naš Express i Target Express, sa po 4,4%.

Q6. Za kog operatora poštanskih usluga biste rekli da ga Vaša firma/organizacija najčešće koristi?

Baza 2025: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=149

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228

Operator	2020	2022	2025	2026
Pošta Crne Gore	65,3%	63,9%	56,2%	56,6%
Nelt MNE / Montenomaks	9,5%	20,9%	15,6%	7,9%
DHL	9,5%	7,6%	7,9%	7,5%
Express One Montenegro	-	-	-	7,9%
NTC Logistics	3,4%	2,5%	4,8%	4,8%
Naš Express	-	-	-	4,4%
Target Express	-	-	-	4,4%
Milšped Montenegro	-	-	0,9%	2,6%
GO Express - Braća Kastratović	-	-	1,2%	1,8%
Halo Dostava	-	3,2%	3,9%	0,9%
DR Cargo Logistics	-	-	-	0,9%
MB Cargo	-	-	-	0,4%

Napomena: Zbog promjena na tržištu operatora i različitog obuhvata operatora kroz talase istraživanja, poređenja treba tumačiti uz određeni metodološki oprez.

Posmatrano kroz vrijeme, Pošta Crne Gore bilježi pad u odnosu na 2020. i 2022. godinu, ali se u periodu 2025–2026. njena pozicija stabilizuje. S druge strane, Nelt MNE/Montenomaks, nakon izraženijeg učešća u 2022. i 2025. godini, u 2026. bilježi niži udio najčešćeg korišćenja. Ukupno gledano, tržište ostaje dominantno vezano za Poštu Crne Gore, ali je među ostalim operatorima vidljiva veća fragmentacija.

Kada posmatramo **pojedinačne usluge, podaci pokazuju da Pošta Crne Gore ima najizraženiju poziciju u gotovo svim analiziranim uslugama**. Posebno dominantna pozicija vidljiva je kod ekspres poštanskih usluga, direktne pošte, neadresiranih pošiljki, novčanih poštanskih usluga, distribucije novina, knjiga i časopisa, kao i telegramskih usluga, gdje je Pošta Crne Gore jedini ili praktično dominantni operator među korisnicima ovih usluga.

Q7. Rekli ste da je Vaša firma/organizacija koristila sljedeće poštanske usluge. Molim Vas da za svaku od njih navedete preko kog operatora ste tu uslugu najčešće koristili.

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228

Napomena: Procenti su računati na bazi korisnika konkretne usluge. Kod pojedinih usluga bilo je moguće navesti više operatora, pa zbir procenata može biti veći od 100%. Za usluge sa malom bazom rezultate treba tumačiti indikativno. Visok udio kategorije „Ostali operatori“ ukazuje na disperziju većeg broja manjih operatora, a ne na jednog dominantnog tržišnog aktera.

Usluga	Najzastupljeniji operatori u 2026.
Slanje i prijem pisama	Pošta Crne Gore 65,2%; Express One Montenegro 11,4%; Nelt MNE 9,8%; NTC Logistics 6,1%; Fast Express 5,3%
Usluge hibridne pošte	Pošta Crne Gore 87,5%; Delta transportni sistem – DTS 25,0%; Exclusive Mobile 12,5%
Slanje i prijem paketa	Pošta Crne Gore 43,4%; Nelt MNE 12,3%; Express One Montenegro 7,4%; Milšped 6,6%; NTC Logistics 5,7%; Halo Dostava 5,7%; Pasaž Montenegro 5,7%
Ekspres poštanske usluge	Pošta Crne Gore 100,0%
Kurirske usluge	Pošta Crne Gore 19,6%; Nelt MNE 13,8%; Express One Montenegro 12,3%; Exclusive Mobile 9,4%; Pasaž Montenegro 8,0%; Kurirska služba AS 6,5%
Direktna pošta	Pošta Crne Gore 100,0%
Neadresirane pošiljke	Pošta Crne Gore 100,0%
Novčane poštanske usluge	Pošta Crne Gore 100,0%



Novine, knjige, časopisi	Pošta Crne Gore 100,0%
Telegramske usluge	Pošta Crne Gore 100,0%
E-trgovina	Pošta Crne Gore 29,5%; Delta transportni sistem – DTS 8,6%; NTC Logistics 7,6%; Fast Express 6,7%; Express One Montenegro 5,7%; 12 Maj – NS 5,7%; Pavi Express 5,7%

Kod slanja i prijema pisama Pošta Crne Gore takođe ima vodeću poziciju, dok su u manjoj mjeri zastupljeni Express One Montenegro, Nelt MNE, NTC Logistics i Fast Express. Kod slanja i prijema paketa tržište je nešto razuđenije: iako Pošta Crne Gore ostaje vodeći operator, relevantno učešće imaju i Nelt MNE, Express One Montenegro, Milšped, NTC Logistics, Halo Dostava i Pasaž Montenegro.

Najveća disperzija operatora vidljiva je kod kurirskih usluga i e-trgovine. Kod kurirskih usluga, pored Pošte Crne Gore, izdvajaju se Nelt MNE, Express One Montenegro, Exclusive Mobile, Pasaž Montenegro i Kurirska služba AS. Kod e-trgovine Pošta Crne Gore ima najveće učešće, ali je istovremeno vidljivo prisustvo većeg broja drugih operatora, što ukazuje na konkurentniju i fragmentisaniju strukturu ovog segmenta.

Pošta Crne Gore u 2026. godini zadržava vodeću poziciju u najvećem broju analiziranih poštanskih usluga. Najizraženija dominacija vidljiva je kod direktne pošte, neadresiranih pošiljki, novčanih poštanskih usluga, distribucije novina, knjiga i časopisa, kao i telegramske usluge, gdje su korisnici ovih usluga navodili isključivo Poštu Crne Gore. Pošta Crne Gore je takođe dominantna kod ekspres poštanskih usluga, dok kod slanja i prijema pisama ima najviši udio, ali uz prisustvo drugih operatora.

Q7. Rekli ste da je Vaša firma/organizacija koristila sljedeće poštanske usluge. Molim Vas da za svaku od njih navedete preko kog operatora ste tu uslugu najčešće koristili.

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228

Operator	Pisma	Hibridna pošta	Paketi	Ekspres usluge	Kurirske usluge	Direktna pošta	Neadresirane pošiljke	Novčane usluge	Novine/knjige/časopisi	Telegrami	E-trgovina
Pošta Crne Gore	65,2%	87,5%	43,4%	100,0%	19,6%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	29,5%
Nelt MNE	9,8%	0,0%	12,3%	0,0%	13,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%
Express One Montenegro	11,4%	0,0%	7,4%	0,0%	12,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,7%
NTC Logistics	6,1%	0,0%	5,7%	0,0%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,6%
Fast Express	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%	4,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%
Exclusive Mobile	0,8%	12,5%	1,6%	0,0%	9,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%
Pasaž Montenegro	0,0%	0,0%	5,7%	0,0%	8,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%
Delta transportni sistem – DTS	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	4,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	8,6%
Milšped Montenegro	0,0%	0,0%	6,6%	0,0%	3,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
DHL	0,8%	0,0%	3,3%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%
Ostali operatori	5,3%	0,0%	40,0%	0,0%	62,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	57,5%
Ne zna / ne sjeća se	12,1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

U odnosu na 2025. godinu, pozicija Pošte Crne Gore je stabilna ili jača u većem broju usluga. Kod slanja i prijema paketa Pošta Crne Gore bilježi blagi rast učešća, dok kod slanja i prijema pisama ostaje dominantna, iako je njen udio niži nego u prethodnom talasu. Posebno se izdvaja rast uloge Pošte Crne Gore kod direktne pošte, neadresiranih pošiljki, distribucije novina, knjiga i časopisa, gdje je u 2025. godini bilo prisutno više operatora, dok se u 2026. ovi segmenti u potpunosti vezuju za Poštu Crne Gore.

Kod slanja i prijema paketa tržište je u 2026. godini razuđenije nego kod tradicionalnih poštanskih usluga. Iako Pošta Crne Gore ima najveće učešće, relevantno prisustvo imaju i Nelt MNE, Express One Montenegro, Milšped Montenegro, NTC Logistics, Pasaž Montenegro i drugi operatori objedinjeni u kategoriji „Ostali operatori“.

Kod kurirskih usluga struktura je najviše fragmentisana. Pošta Crne Gore ima najveće pojedinačno učešće, ali bez dominantne pozicije kakvu ima kod tradicionalnih usluga. Značajnije učešće imaju i Nelt MNE, Express One Montenegro, Exclusive Mobile i Pasaž Montenegro, dok veliki udio „ostalih operatora“ pokazuje da je ovaj segment tržišta izrazito razuđen.

Segment e-trgovine ostaje najkonkurentniji i najfragmentisaniji. Pošta Crne Gore je pojedinačno najzastupljeniji operator, ali sa znatno manjim učešćem nego u tradicionalnim uslugama. Pored nje, izdvajaju se Delta transportni sistem – DTS, NTC Logistics, Fast Express i Express One Montenegro, dok visoko učešće „ostalih operatora“ ukazuje da se dostava povezana sa e-trgovinom realizuje kroz veliki broj različitih pružalaca usluga.

Ukupno posmatrano, rezultati za 2026. godinu ukazuju na dvije paralelne tržišne slike: kod tradicionalnih i specifičnih poštanskih usluga Pošta Crne Gore ima veoma snažnu, često i dominantnu poziciju, dok su paketske, kurirske i e-commerce usluge znatno konkurentnije i uključuju veći broj operatora. U poređenju sa 2025. godinom, tržište se u pojedinim segmentima dodatno koncentriše oko Pošte Crne Gore, dok se u segmentima dostave, paketa i e-trgovine zadržava izraženija fragmentacija.

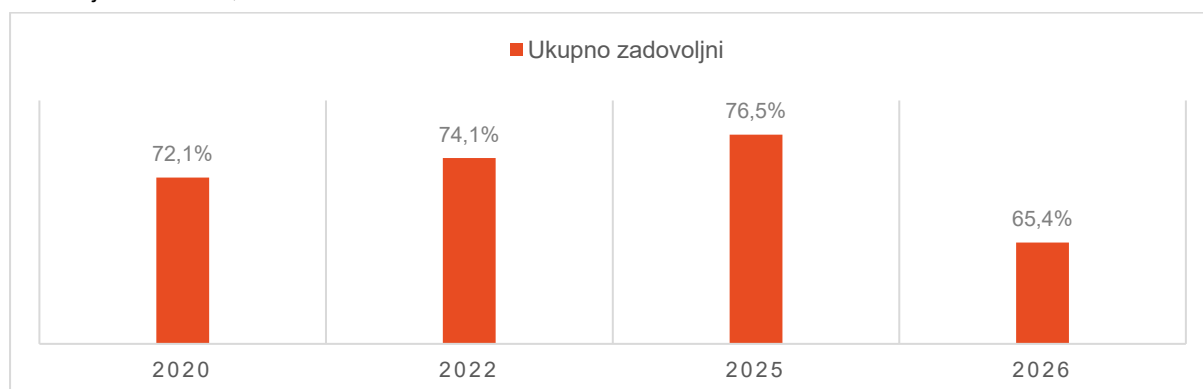
Q8. U kojoj mjeri ste generalno zadovoljni uslugama koje pruža operator poštanskih usluga kojeg najčešće koristite?

Baza 2025: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=149

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228

Stepen zadovoljstva	2020	2022	2025	2026
Veoma zadovoljan/na	17,0%	16,5%	14,1%	7,5%
Uglavnom zadovoljan/na	55,1%	57,6%	62,4%	57,9%
Ni zadovoljan/na ni nezadovoljan/na	10,2%	9,5%	14,8%	16,2%
Uglavnom nezadovoljan/na	10,2%	12,7%	4,7%	11,4%
Veoma nezadovoljan/na	7,5%	3,8%	4,0%	2,2%
Ne zna / ne može da procijeni	-	-	-	4,8%

U 2026. godini većina poslovnih korisnika izražava zadovoljstvo uslugama operatora kojeg najčešće koristi. Ukupno 65,4% korisnika navodi da je veoma ili uglavnom zadovoljno, pri čemu je dominantna kategorija „uglavnom zadovoljan/na“ sa 57,9%.



U odnosu na 2025. godinu, ukupno zadovoljstvo je niže, prvenstveno zbog pada udjela veoma zadovoljnih korisnika i rasta udjela uglavnom nezadovoljnih. Istovremeno, 16,2% korisnika zauzima neutralan stav, dok 4,8% ne može da procijeni.

Q9. Koji su glavni razlozi Vašeg nezadovoljstva uslugama operatora kojeg najčešće koristite?

Baza 2025: Nezadovoljni korisnici, N=13

Baza 2026: Korisnici kod kojih je registrovan razlog nezadovoljstva, N=42

Napomena: Rezultate treba tumačiti indikativno zbog male baze nezadovoljnih korisnika. U 2026. godini lista razloga nezadovoljstva je proširena, pa poređenja sa prethodnim talasima treba posmatrati uz metodološki oprez.

Razlog nezadovoljstva	2020	2022	2025	2026
Cijena usluga	62,5%	65,4%	44,4%	4,8%
Brzina isporuke	25,0%	23,1%	50,0%	11,9%
Način isporuke	9,4%	11,5%	5,6%	21,4%
Odnos zaposlenih / korisničke podrške	3,1%	11,5%	0,0%	28,6%
Udaljenost poslovnice / dostupnost lokacije	-	-	-	19,0%
Oštećenje pošiljki	-	-	-	11,9%
Nedovoljno jasne informacije o statusu pošiljke	-	-	-	9,5%
Izgubljene pošiljke	-	-	-	4,8%
Ne zna / ne može da procijeni	-	-	-	31,0%

Među korisnicima kod kojih je registrovano nezadovoljstvo, najčešće se izdvajaju odnos zaposlenih, odnosno korisničke podrške, način isporuke i udaljenost poslovnice ili dostupnost lokacije. Za razliku od prethodnih talasa, cijena usluga nije među dominantnim razlozima nezadovoljstva, što ukazuje da se nezadovoljstvo u 2026. godini više vezuje za servisno iskustvo, komunikaciju i dostupnost nego za samu cijenu.

Q10. Kako biste ocijenili cijene poštanskih usluga koje koristite?

Baza 2025: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=149

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228

Ocjena cijena	2020	2022	2025	2026
Veoma visoke	4,8%	7,0%	8,7%	27,6%
Visoke	21,8%	17,7%	23,5%	39,5%
Taman koliko treba	46,9%	50,0%	42,3%	25,4%
Niske	4,1%	6,3%	2,0%	2,6%
Ne zna / ne može da procijeni	22,4%	19,0%	23,5%	4,8%

U 2026. godini percepcija cijena poštanskih usluga značajno je nepovoljnija nego u prethodnim talasima. Ukupno 67,1% poslovnih korisnika ocjenjuje cijene kao visoke ili veoma visoke, dok 25,4% smatra da su cijene „taman koliko treba“.

U odnosu na 2025. godinu, posebno je izražen rast udjela korisnika koji cijene ocjenjuju kao veoma visoke, sa 8,7% na 27,6%. Istovremeno, smanjuje se udio onih koji cijene vide kao odgovarajuće.

Q11. Za kog operatora poštanskih usluga smatrate da pruža najpovoljnije cijene?

Baza 2025: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=149

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228

Operator	2025	2026
Pošta Crne Gore	39,8%	31,1%
Nelt MNE / Montenomaks	11,2%	15,4%
Express One Montenegro	0,8%	11,4%
DHL	9,8%	11,0%
NTC Logistics	10,9%	1,3%
Express Courier / UPS	1,6%	-
Halo Dostava	3,4%	0,9%
GO Express - Braća Kastratović	2,8%	-
Post Express Padrino	4,3%	-
Pro Express	1,2%	1,8%
Milšped Montenegro	1,6%	-
Exclusive Mobile	-	2,2%
Naš Express	0,8%	1,8%
Ostali operatori	6,1%	2,6%
Ne zna / ne može da procijeni	6,3%	20,2%

Pošta Crne Gore se i u 2026. godini najčešće prepoznaje kao operator sa najpovoljnijim cijenama, ali je njen udio niži nego u prethodnom talasu. Nakon Pošte Crne Gore izdvajaju se Nelt MNE, Express One Montenegro i DHL.

U odnosu na 2025. godinu, raste percepcija cjenovne povoljnosti kod Nelt MNE, Express One Montenegro i DHL-a, dok Pošta Crne Gore i NTC Logistics bilježe pad. Istovremeno, značajno raste udio korisnika koji ne mogu da procijene koji operator pruža najpovoljnije cijene.

Pošta Crne Gore se i dalje najčešće navodi kao operator koji pruža najkvalitetnije usluge, ali je njena pozicija slabija nego u prethodnom talasu. U 2026. godini Poštu Crne Gore kao najkvalitetnijeg operatora navodi 28,1% korisnika, dok su Nelt MNE i Express One Montenegro na drugom nivou, sa približno jednakim udjelima.

Q12. Za kog operatora poštanskih usluga smatrate da pruža najkvalitetnije usluge?

Baza 2025: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=149

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228

Operator	2025	2026
Pošta Crne Gore	41,4%	28,1%
NTC Logistics	15,1%	3,1%
Nelt MNE / Montenomaks	13,1%	12,7%
Express One Montenegro	-	12,3%
Express Courier / UPS	8,9%	-
DHL	8,0%	2,6%
Halo Dostava	2,8%	3,1%
GO Express - Braća Kastratović	1,7%	3,5%
Post Express Padrino	1,9%	-
Pro Express	0,6%	2,6%
Ananas	0,7%	1,8%
Exclusive Mobile	-	3,5%
Naš Express	0,3%	3,1%
Ostali operatori	5,0%	8,8%
Ne zna / ne može da procijeni	1,2%	17,5%

U odnosu na 2025. godinu, vidljiv je pad udjela Pošte Crne Gore, ali i pad udjela nekih ranije izraženijih konkurenata, posebno NTC Logistics i DHL-a. Istovremeno, značajno veći udio korisnika ne može da procijeni koji operator pruža najkvalitetnije usluge.

Q13. Na koji način ste izabrali operatora/e poštanskih usluga koje koristite?

Baza 2025: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=149

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228

Napomena: Pitanje je višestrukog odgovora, pa zbir procenata može biti veći od 100%.

Razlog izbora operatora	2020	2022	2025	2026
Preko preporuke	41,2%	21,3%	28,4%	2,6%
Zbog dostupnosti određenog operatora	-	41,3%	41,8%	16,7%
Zbog ponude koju je operator uputio firmi/organizaciji	11,8%	27,1%	6,7%	0,4%
Na osnovu reklame/promocije	-	6,5%	9,7%	7,9%
Nijesmo imali mogućnost izbora	-	-	9,0%	14,0%
Preko tendera/javne nabavke	9,8%	-	-	2,2%
Zbog cijene usluga	-	-	-	10,5%
Zbog kvaliteta/brzine usluge	-	-	-	24,1%
Zbog ranije saradnje/navike	4,6%	4,5%	4,5%	27,6%
Ne sjećam se / ne znam	32,7%	17,4%	-	23,2%

U 2026. godini izbor operatora najčešće se vezuje za raniju saradnju i naviku, kao i za kvalitet i brzinu usluge. Ovi razlozi imaju veću težinu od cijene, reklame ili preporuke, što ukazuje da poslovni korisnici izbor operatora najčešće zasnivaju na prethodnom iskustvu i funkcionalnosti usluge.

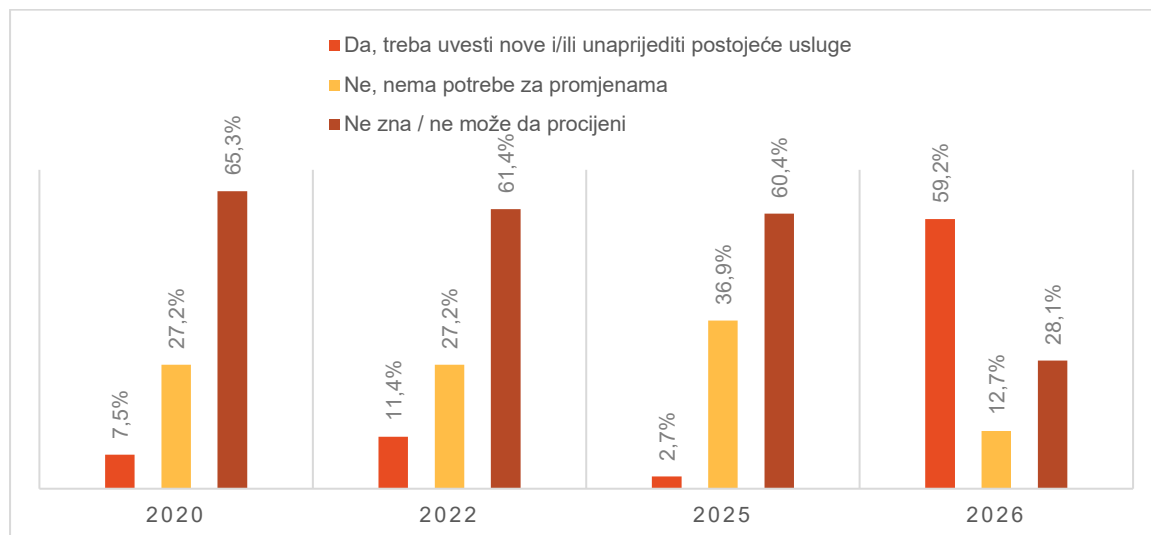
U odnosu na 2025. godinu, smanjuje se značaj dostupnosti i preporuke, dok se u 2026. jasnije izdvajaju ranija saradnja/navika i kvalitet/brzina usluge. Ipak, zbog promjena u ponuđenim kategorijama, trend treba posmatrati indikativno.

4. Unapređenje usluga

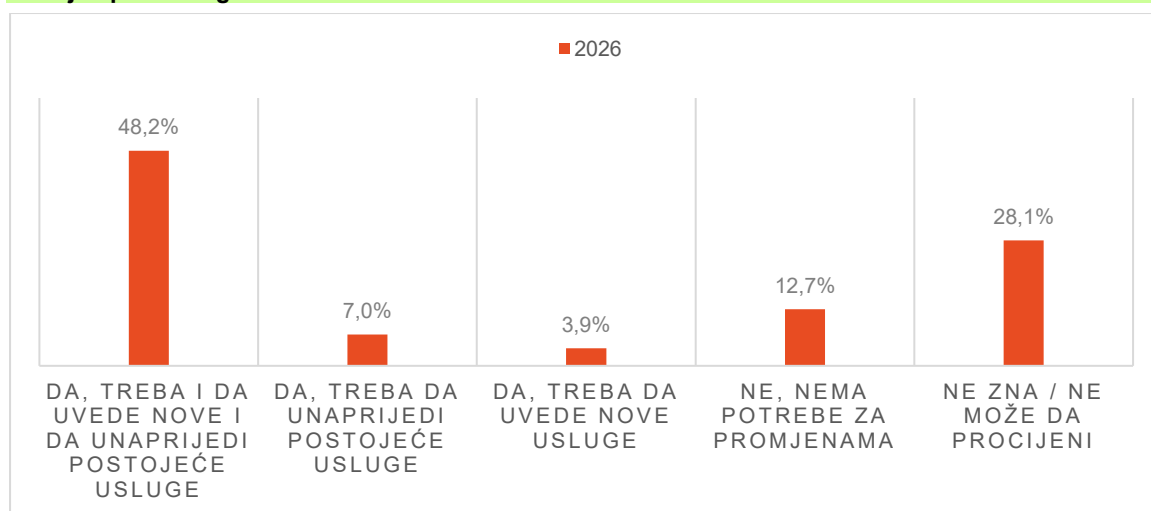
Q14. Da li smatrate da operator čije usluge najčešće koristite treba da uvede nove poštanske usluge ili unaprijedi postojeće?

Baza 2025: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=149

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228



Detaljan prikaz odgovora za 2026:

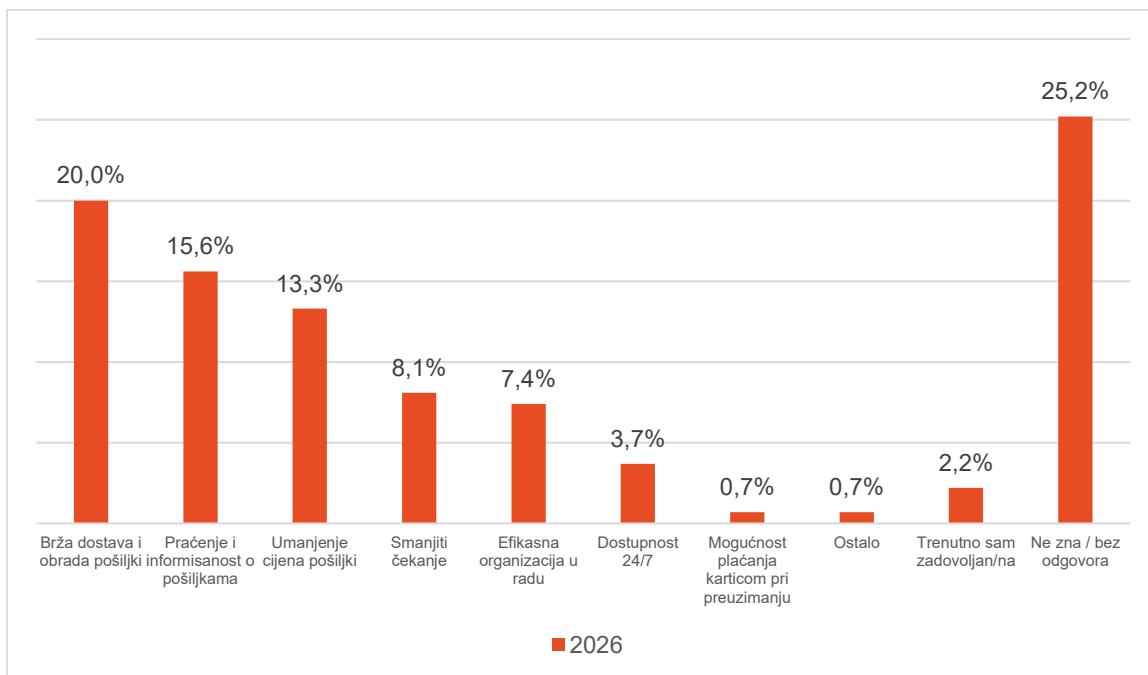


U 2026. godini većina korisnika vidi prostor za razvoj ili unapređenje poštanskih usluga. Ukupno 59,2% korisnika smatra da operator treba da uvede nove usluge, unaprijedi postojeće ili uradi oboje. Najveći dio ove grupe, 48,2%, smatra da su potrebna oba pravca djelovanja.

U poređenju sa 2025. godinom, znatno je manji udio korisnika koji ne mogu da procijene, dok je znatno izraženija potreba za promjenama. To ukazuje da su poslovni korisnici u 2026. konkretniji u očekivanjima prema operatorima.

Q14a. Šta bi, po Vašem mišljenju, trebalo uvesti ili unaprijediti?

Baza 2026: Korisnici koji smatraju da je potrebno uvesti nove ili unaprijediti postojeće usluge, N=135

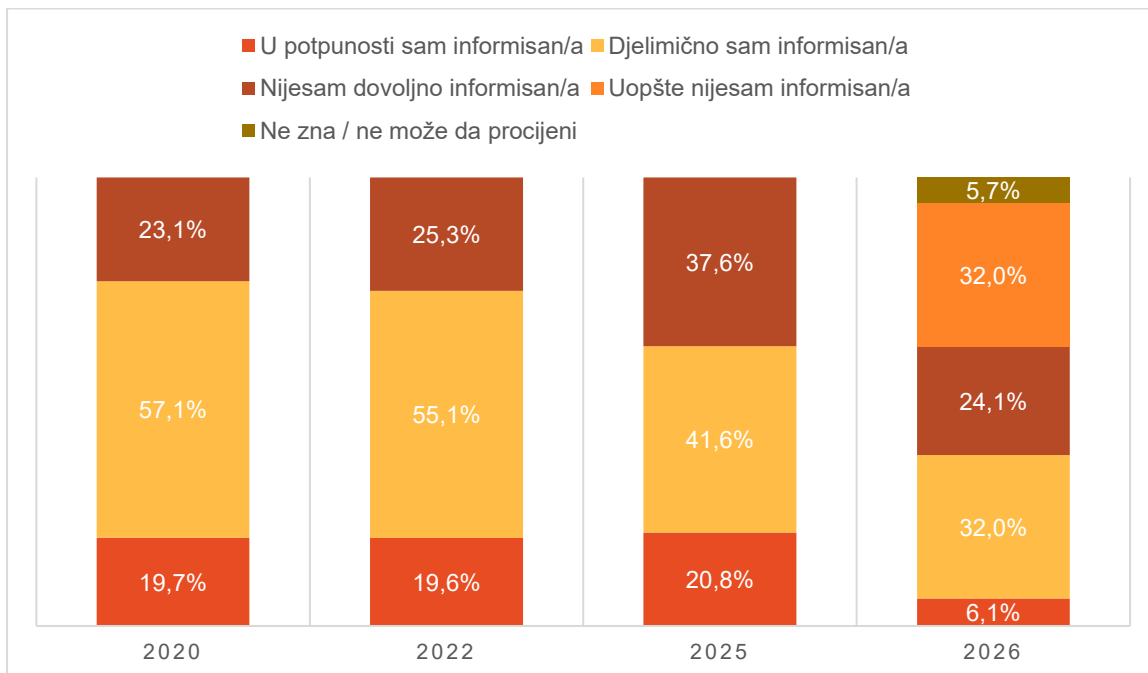


Kada je riječ o konkretnim očekivanjima, najčešće se izdvajaju brža dostava i obrada pošiljki, bolje praćenje i informisanost o pošiljkama, kao i umanjeње cijena. Ovi nalazi pokazuju da korisnici unapređenje poštanskih usluga dominantno povezuju sa brzinom, transparentnošću i troškovima korišćenja.

Q15. Poštanski operatori uvode ili razvijaju različite nove i unaprijeđene usluge, kao što su digitalne usluge, e-commerce dostava, mogućnosti praćenja pošiljki, paketomati i slična rješenja. U kojoj mjeri smatrate da ste informisani o takvim uslugama?

Baza 2025: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=149

Baza 2026: Oni koji su u posljednjih godinu dana koristili usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka, N=228



Informisanost poslovnih korisnika o novim i unaprijeđenim poštanskim uslugama u 2026. godini je relativno niska. Samo 6,1% korisnika navodi da je u potpunosti informisano, dok je 32,0% djelimično informisano. S druge strane, ukupno 56,1% korisnika navodi da nije dovoljno ili uopšte nije informisano.

U odnosu na 2025. godinu, vidljiv je pad pune informisanosti i rast udjela korisnika koji nijesu adekvatno informisani. To ukazuje na potrebu za jasnijom i aktivnijom komunikacijom operatora prema poslovnim korisnicima, posebno u vezi sa novim uslugama kao što su e-commerce dostava, praćenje pošiljki, digitalne usluge i paketomati.

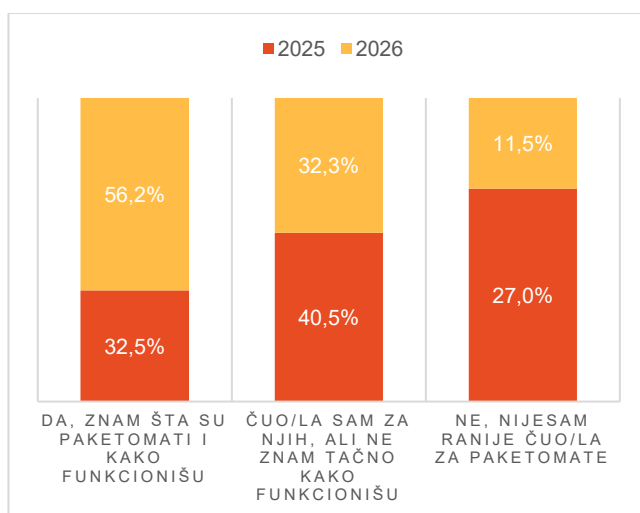
5. Paketomati

Poznavanje paketomata je u 2026. godini znatno veće nego u prethodnom talasu. Više od polovine ispitanika, odnosno 56,2%, navodi da zna šta su paketomati i kako funkcionišu, dok je 32,3% čulo za njih, ali ne zna tačno kako funkcionišu. Udio onih koji nikada nijesu čuli za paketomate smanjen je sa 27,0% u 2025. na 11,5% u 2026. godini.

Q16. Da li ste prije ovog razgovora čuli za paketomate, odnosno automatizovane uređaje za preuzimanje i slanje pošiljki?

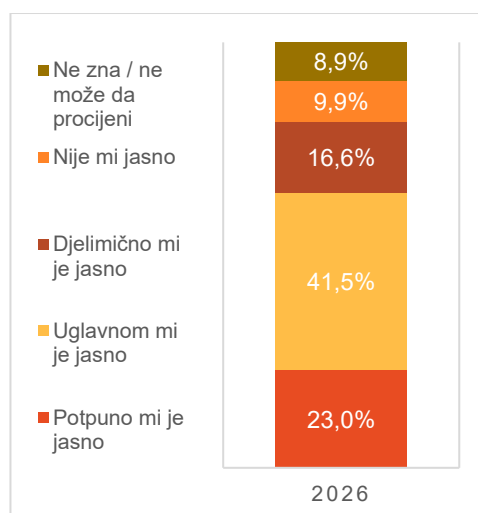
Baza 2025: Ukupna ciljna populacija, N=200

Baza 2026: Ukupna ciljna populacija, N=313



Q17. Nakon kratkog objašnjenja, koliko Vam je jasno kako bi paketomati funkcionisali u praksi?

Baza 2026: Ukupna ciljna populacija, N=313



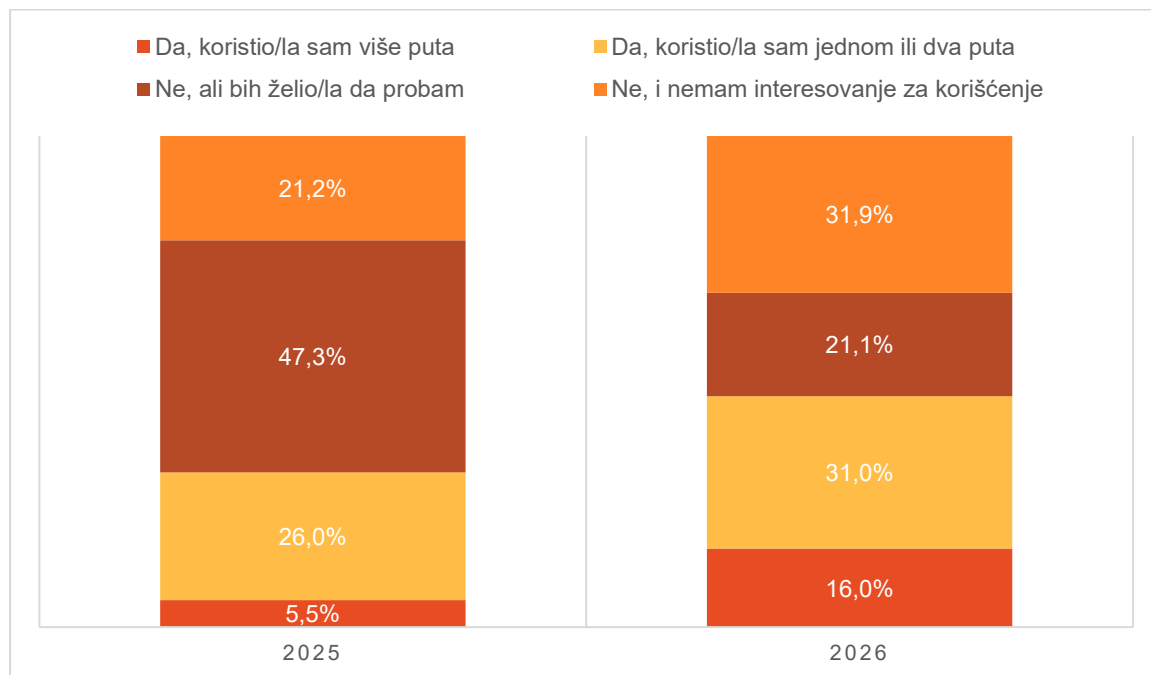
Ovaj nalaz pokazuje da su paketomati za relativno kratak period postali znatno prepoznatljivije rješenje među poslovnim korisnicima.

Nakon kratkog objašnjenja, većini ispitanika je jasno kako bi paketomati funkcionisali u praksi. Ukupno 64,5% navodi da im je potpuno ili uglavnom jasno, dok 16,6% kaže da im je djelimično jasno. Manji dio ispitanika, 9,9%, navodi da im nije jasno kako bi paketomati funkcionisali.

Q18. Da li ste do sada koristili paketomat za preuzimanje ili slanje pošiljki?

Baza 2025: Ispitanici koji su čuli za paketomate, N=146

Baza 2026: Ukupna ciljna populacija, N=313



U 2026. godini 47,0% ispitanika navodi da je već koristilo paketomat, bilo jednom ili dva puta, bilo više puta. Dodatnih 21,1% nije koristilo paketomat, ali bi željelo da proba, dok 31,9% nema interesovanje za korišćenje.

U poređenju sa 2025. godinom, vidljiv je rast stvarnog korišćenja paketomata. Istovremeno, smanjuje se udio onih koji još nijesu koristili paketomat, ali bi željeli da probaju, što sugerise da se dio ranijeg potencijalnog interesa već pretvorio u stvarno korišćenje.

Q19. Šta bi bio najvažniji uslov da koristite paketomat?

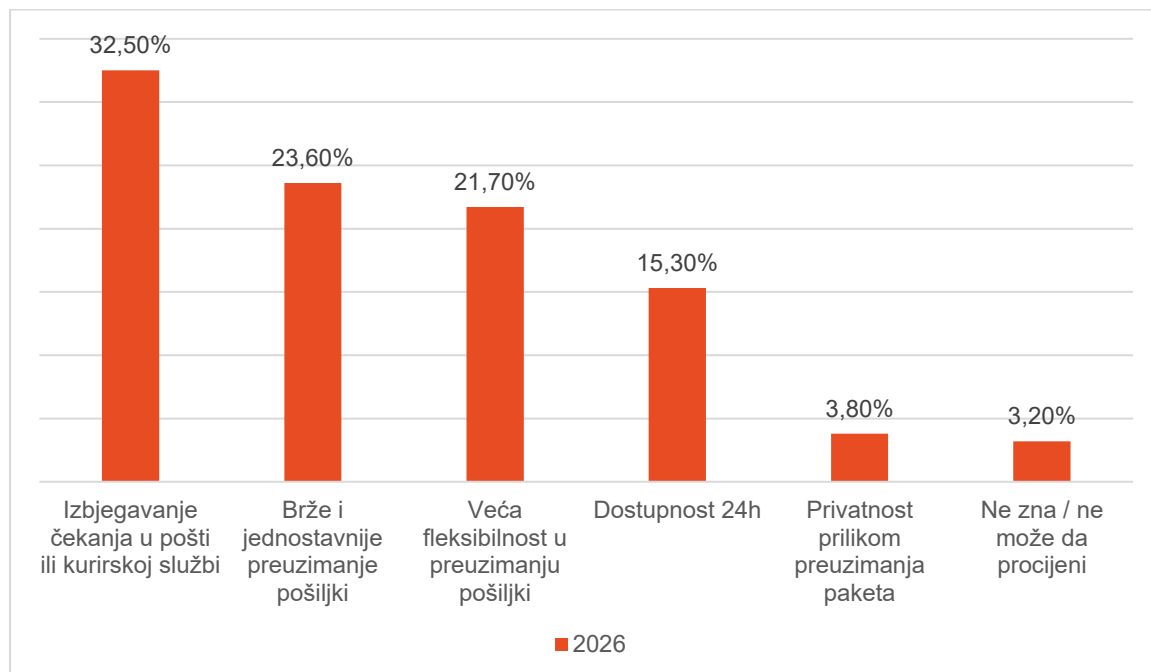
Baza 2026: Ukupna ciljna populacija, N=313

Najvažniji uslov za korišćenje paketomata	2026
Da bude jednostavan za korišćenje	24,3%
Ne zna / ne može da procijeni	19,2%
Da bude dostupan 24h	16,6%
Da cijena usluge bude povoljna	16,3%
Da se nalazi blizu mjesta stanovanja	15,3%
Da omogućava i slanje, a ne samo preuzimanje pošiljki	3,8%
Da postoje jasne instrukcije za korišćenje	3,8%
Da postoji korisnička podrška u slučaju problema	0,6%

Najvažniji uslov za korišćenje paketomata je jednostavnost korišćenja, koju navodi 24,3% ispitanika. Nakon toga se izdvajaju dostupnost 24h, povoljna cijena i blizina lokacije. Ovi nalazi ukazuju da korisnici paketomate posmatraju prije svega kroz praktičnost, jednostavnost i dostupnost.

Q20. Koji je glavni razlog zbog kojeg ste koristili paketomat?

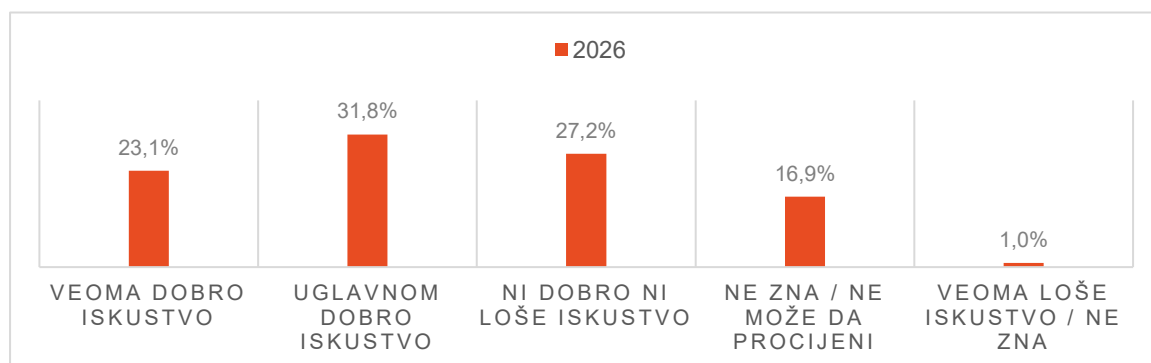
Baza 2026: Korisnici kod kojih je evidentiran odgovor „Koristili jednom ili više puta“, N=147



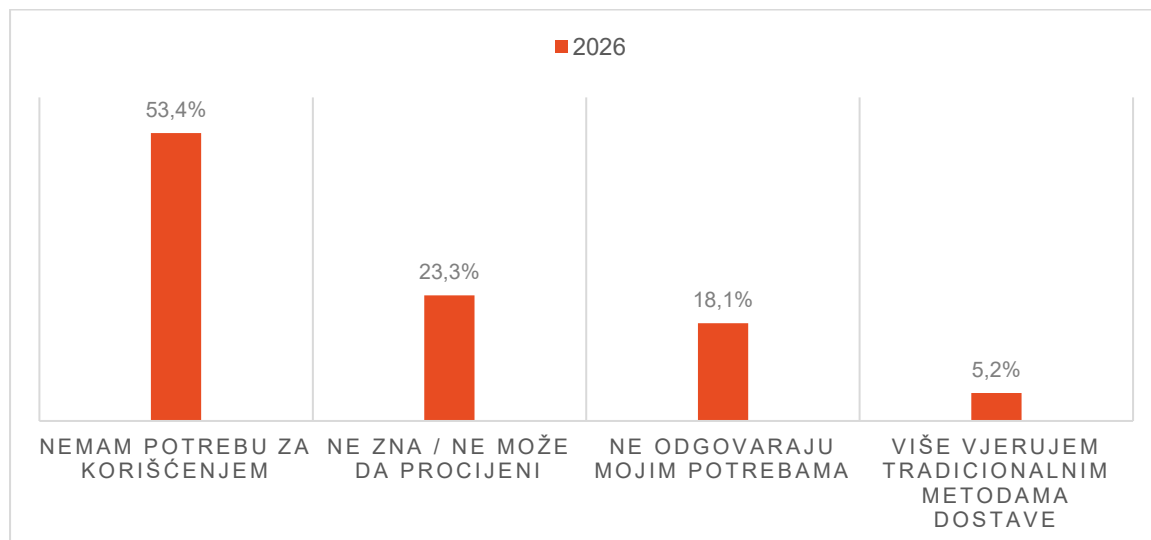
Korisnici koji su koristili paketomate najčešće kao razlog navode izbjegavanje čekanja u pošti ili kurirskoj službi. Važni motivi su i brže i jednostavnije preuzimanje, veća fleksibilnost i dostupnost 24h. To potvrđuje da se vrijednost paketomata najviše vidi u uštedi vremena i većoj kontroli korisnika nad preuzimanjem pošiljki.

Q21. Molimo Vas da ocijenite svoje ukupno iskustvo u korišćenju paketomata.

Baza 2026: Korisnici kod kojih je evidentiran odgovor, N=147

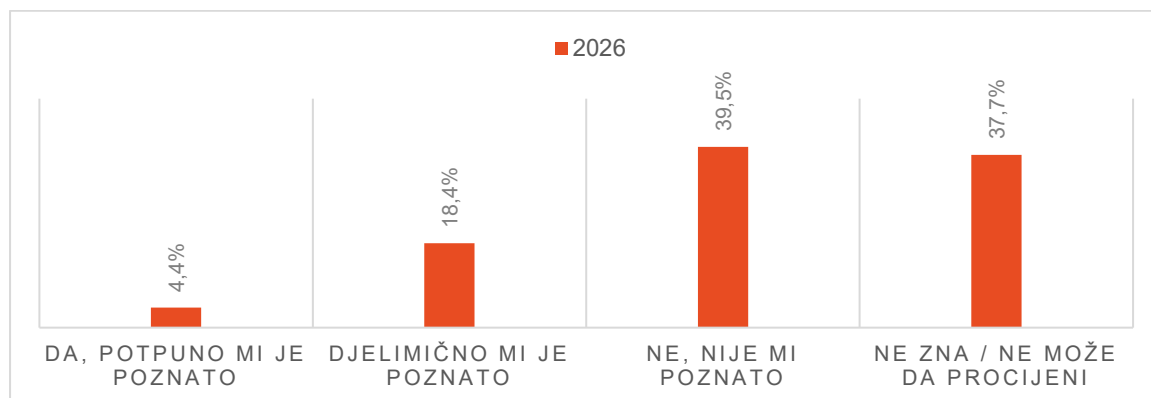


Među ispitanicima kod kojih je evidentirana ocjena iskustva, ukupno 54,9% ocjenjuje iskustvo korišćenja paketomata kao veoma ili uglavnom dobro. Neutralno iskustvo navodi 27,2%, dok je negativno iskustvo marginalno zastupljeno. Ipak, zbog odstupanja u filteru, ovaj nalaz treba dodatno provjeriti prije finalnog zaključka.

Q22. Koji je glavni razlog zbog kojeg nemate interesovanje za korišćenje paketomata?**Baza 2026:** Nemaju interesovanje, N=106

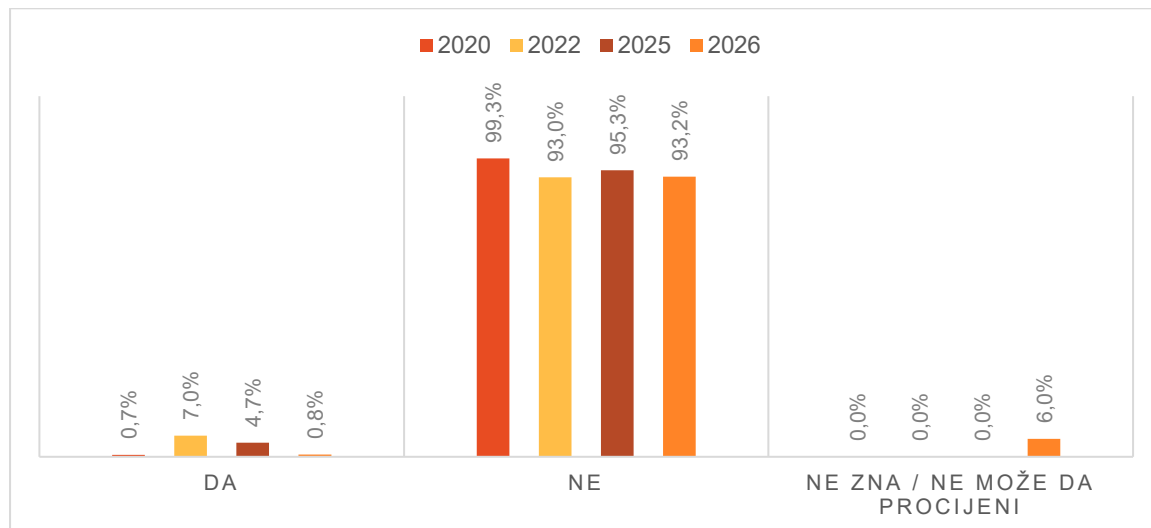
Među ispitanicima koji nemaju interesovanje za korišćenje paketomata, dominantan razlog je izostanak potrebe. Manji dio navodi da paketomati ne odgovaraju njihovim potrebama, dok je nepovjerenje u odnosu na tradicionalne metode dostave zastupljeno u relativno malom procentu.

6. Prigovori na poštanske usluge

Q23. Da li Vam je poznato na koji način možete podnijeti prigovor operatoru poštanskih usluga?**Baza 2026:** Korisnici poštanskih usluga u posljednjih godinu dana, N=228**Napomena:** Iz baze su isključeni ispitanici koji nijesu koristili poštanske usluge u posljednjih godinu dana.

Samo 22,8% korisnika navodi da im je potpuno ili djelimično poznato na koji način mogu podnijeti prigovor operatoru poštanskih usluga. Sa druge strane, 39,5% navodi da im to nije poznato, dok 37,7% ne može da procijeni. Ovaj nalaz ukazuje na veoma nizak nivo informisanosti korisnika o proceduri podnošenja prigovora.

Q24. Da li ste u posljednjih godinu dana podnijeli bilo kakvu žalbu ili pritužbu na obavljanje poštanskih usluga?



U 2026. godini veoma mali udio poslovnih korisnika navodi da je u posljednjih godinu dana podnio žalbu ili pritužbu na obavljanje poštanskih usluga. Takvih korisnika je 0,8%, dok 93,2% navodi da nije podnosilo žalbu ili pritužbu. Dodatnih 6,0% korisnika ne zna ili ne može da se sjeti da li je u posmatranom periodu podnijelo prigovor.

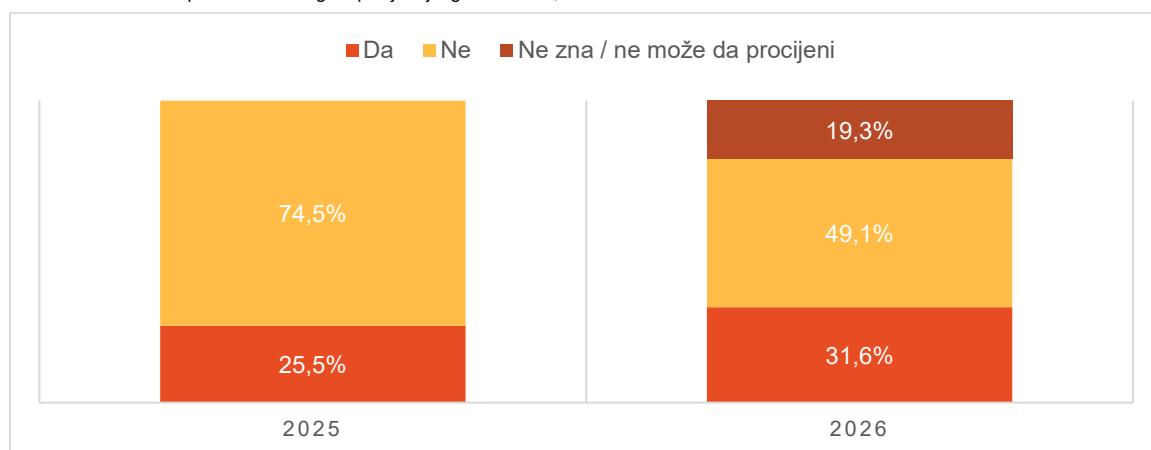
U odnosu na prethodne talase, udio korisnika koji su podnijeli žalbu ili pritužbu je najniži u 2026. godini. Nakon rasta sa 0,7% u 2020. na 7,0% u 2022. godini, ovaj udio se u 2025. smanjuje na 4,7%, a u 2026. dodatno pada na 0,8%.

Ovaj rezultat ukazuje da formalno podnošenje žalbi ili pritužbi među poslovnim korisnicima nije učestala praksa. Ipak, nizak udio podnijetih prigovora ne mora nužno značiti da problemi ne postoje, već može ukazivati i na to da korisnici eventualne probleme rješavaju neformalno, direktnim kontaktom sa operatorom, ili da nijesu dovoljno upoznati sa procedurom podnošenja prigovora. Ovaj nalaz treba posmatrati zajedno sa podatkom da je relativno mali dio korisnika upoznat sa načinom podnošenja prigovora.

Q25. Da li ste u posljednjih godinu dana kontaktirali korisničku službu nekog od operatora poštanskih usluga radi dobijanja informacija, prijave problema ili drugih pitanja u vezi sa poštanskim uslugama?

Baza 2025: Korisnici poštanskih usluga u posljednjih godinu dana, N=149

Baza 2026: Korisnici poštanskih usluga u posljednjih godinu dana, N=228



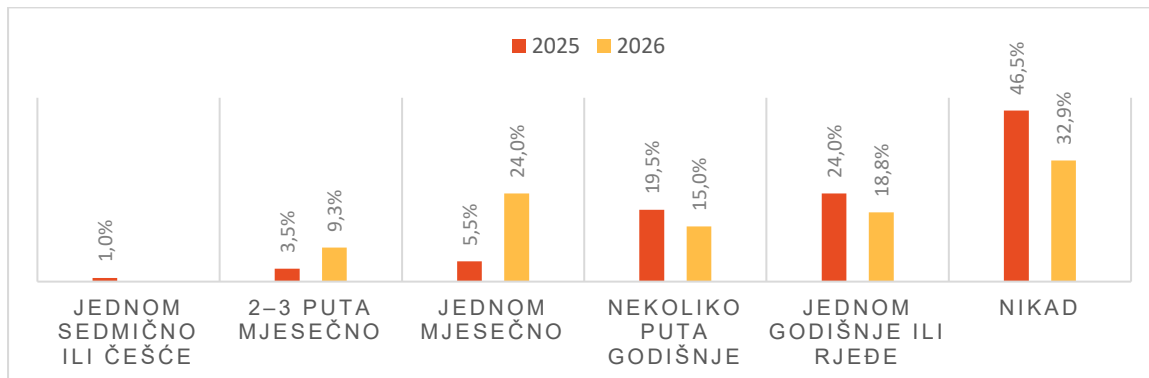
U 2026. godini 31,6% korisnika poštanskih usluga navodi da je u posljednjih godinu dana kontaktiralo korisničku službu nekog od operatora, dok 49,1% to nije uradilo. U odnosu na 2025. godinu, udio korisnika koji su kontaktirali korisničku službu je veći, što može ukazivati na veću potrebu za informacijama, rješavanjem problema ili dodatnom komunikacijom sa operatorima.

7. Internet kupovina

Q26. Koliko često kupujete robu ili proizvode putem internet trgovine?

Baza 2025: Ukupna ciljna populacija, N=200

Baza 2026: Ukupna ciljna populacija, N=313



U 2026. godini kupovina putem internet trgovine znatno je zastupljenija nego u 2025. godini. Udio ispitanika koji nikada ne kupuju putem interneta smanjen je sa 46,5% na 32,9%, dok je posebno porastao udio onih koji kupuju jednom mjesečno ili 2–3 puta mjesečno.

Ovaj nalaz ukazuje na snažniju prisutnost internet trgovine među poslovnim korisnicima, što dodatno povećava značaj dostavnih i poštanskih usluga povezanih sa e-commerce segmentom.

Q27. Koje dostavne službe / poštanske operatore ste najčešće koristili za dostavu robe ili proizvoda kupljenih putem interneta?

Baza 2025: Poslovni korisnici koji kupuju putem interneta, N=107

Baza 2026: Poslovni korisnici koji kupuju putem interneta, N=210

Napomena: Kolona „2026“ prikazuje višestruke odgovore, pa zbir procenata prelazi 100%. Kolona „2026 svedeno na 100%“ prikazuje proporcionalnu strukturu svih navedenih operatera u 2026. godini.

Operator	2020	2022	2025	2026	2026 svedeno na 100%
Pošta Crne Gore	33,1%	43,0%	29,2%	60,0%	24,6%
Nelt MNE / Montenomaks	16,2%	25,2%	18,3%	35,2%	14,4%
Express One Montenegro	8,8%	5,6%	3,2%	34,8%	14,3%
DHL	27,9%	31,8%	7,9%	15,7%	6,4%
Naš Express	-	-	3,1%	11,4%	4,7%
GO Express - Braća Kastratović	-	-	2,1%	11,4%	4,7%
Exclusive Mobile	-	-	1,3%	10,5%	4,3%
Milšped Montenegro	-	-	5,7%	10,0%	4,1%
NTC Logistics	8,1%	9,3%	19,4%	9,5%	3,9%
Ananas	-	-	-	8,6%	3,5%
Pro Express	-	-	-	8,1%	3,3%
Halo Dostava	-	-	-	6,2%	2,5%
Ostali operatori	-	-	-	22,4%	9,3%

Pošta Crne Gore je u 2026. godini najčešće korišćeni operator za dostavu robe i proizvoda kupljenih putem internet trgovine. Kada se posmatra originalni višestruki odgovor, Poštu Crne Gore navodi 60,0% poslovnih korisnika koji kupuju putem interneta, što predstavlja značajan rast u odnosu na 2025. godinu, kada je ovaj udio iznosio 29,2%. Pošta Crne Gore time u 2026. godini ponovo zauzima izrazito snažnu poziciju u segmentu e-commerce dostave, čak i u odnosu na ranije talase, kada je njeno učešće iznosilo 33,1% u 2020. i 43,0% u 2022. godini.

Snažan rast bilježe i Nelt MNE / Montenomaks i Express One Montenegro. Nelt MNE / Montenomaks raste sa 18,3% u 2025. na 35,2% u 2026. godini, čime se vraća na znatno viši nivo u odnosu na prethodni talas, ali i premašuje rezultate iz 2020. i 2022. godine. Još izraženiji rast bilježi Express One Montenegro, koji je sa 3,2% u 2025. porastao na 34,8% u 2026. godini. Ovaj podatak ukazuje na značajno jačanje pozicije Express One Montenegro u segmentu dostave robe kupljene putem interneta.

DHL takođe bilježi rast u odnosu na 2025. godinu, sa 7,9% na 15,7%, ali je njegovo učešće i dalje niže nego u ranijim talasima, naročito u odnosu na 2020. i 2022. godinu, kada je DHL bio jedan od vodećih operatora u ovom segmentu. S druge strane, NTC Logistics, koji je u 2025. godini imao relativno visoko učešće od 19,4%, u 2026. pada na 9,5%, što ukazuje na slabljenje njegove pozicije u odnosu na prethodni talas.

U 2026. godini vidljivo je i širenje kruga operatora koji učestvuju u e-commerce dostavi. Pored vodećih operatora, značajnije učešće bilježe Naš Express i GO Express - Braća Kastratović, sa po 11,4%, zatim Exclusive Mobile sa 10,5%, Milšped Montenegro sa 10,0%, Ananas sa 8,6%, Pro Express sa 8,1% i Halo Dostava sa 6,2%. Dio ovih operatora nije bio registrovan u ranijim talasima ili je imao znatno niže učešće, što ukazuje na veću razućenost tržišta dostave povezane sa internet trgovinom.

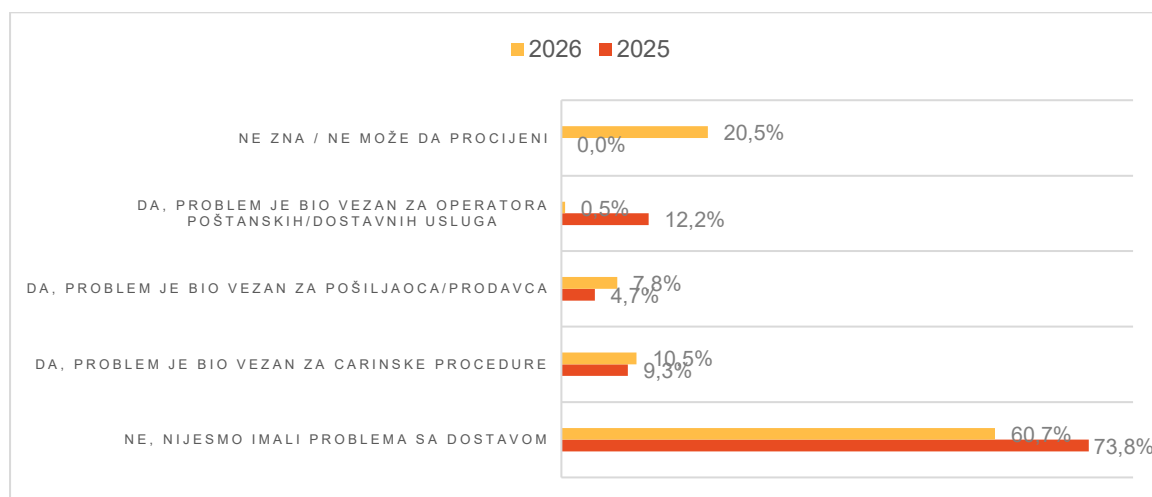
Kada se 2026. godina svede na proporcionalnu strukturu svih navedenih operatora, Pošta Crne Gore i dalje ima najveće učešće, sa 24,6% svih pomena. Nakon nje slijede Nelt MNE / Montenomaks sa 14,4% i Express One Montenegro sa 14,3%, dok DHL učestvuje sa 6,4%. Ovakav prikaz potvrđuje da Pošta Crne Gore ostaje pojedinačno najzastupljeniji operator, ali i da se značajan dio tržišta raspoređuje na veći broj drugih dostavnih službi.

Ukupno posmatrano, e-commerce dostava u 2026. godini pokazuje dva paralelna trenda: s jedne strane, dolazi do jačanja pozicije Pošte Crne Gore kao najčešće korišćenog operatora, dok se s druge strane tržište dodatno širi i fragmentiše kroz rast učešća više privatnih dostavnih operatora. U odnosu na 2025. godinu, najizraženiji rast bilježe Pošta Crne Gore, Express One Montenegro i Nelt MNE / Montenomaks, dok NTC Logistics bilježi pad. Ovi nalazi ukazuju da segment dostave robe kupljene putem interneta postaje sve važniji i konkurentniji dio tržišta poštanskih i dostavnih usluga.

Q28. Prilikom kupovine robe ili proizvoda putem internet trgovine, da li ste imali problema vezanih za dostavu naručene robe ili proizvoda?

Baza 2025: Poslovni korisnici koji kupuju putem interneta, N=107

Baza 2026: Poslovni korisnici koji kupuju putem interneta, N=210

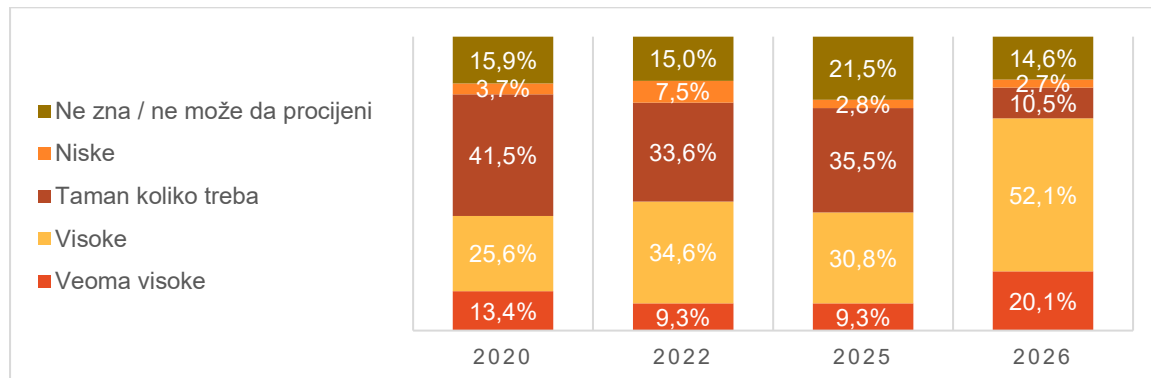


Većina korisnika koji kupuju putem interneta i dalje navodi da nije imala probleme sa dostavom, ali je taj udio niži nego u 2025. godini. Najčešće navedeni problemi odnose se na carinske procedure i pošiljaoca/prodavca. Istovremeno, relativno visok udio korisnika koji ne mogu da procijene ukazuje da dio ispitanika nema jasnu sliku o tome gdje je nastao problem u procesu dostave.

Q29. Kako biste ocijenili cijene usluga dostavnih službi kada je riječ o robi ili proizvodima kupljenim putem interneta?

Baza 2025: Poslovni korisnici koji kupuju putem interneta, N=107

Baza 2026: Poslovni korisnici koji kupuju putem interneta, N=210



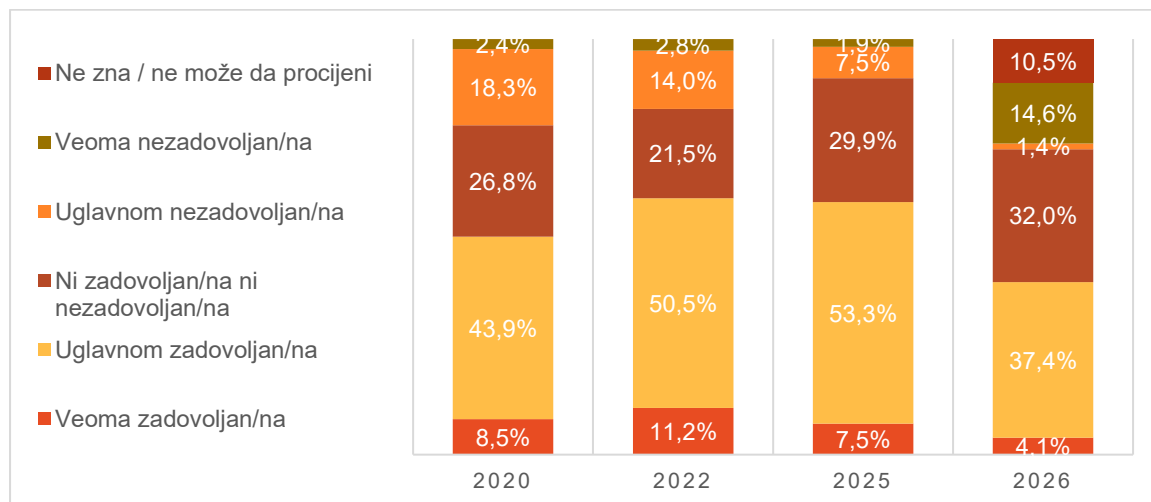
Percepcija cijena dostave u okviru internet kupovine značajno je nepovoljnija u 2026. godini. Ukupno 72,2% korisnika ocjenjuje cijene kao visoke ili veoma visoke, dok samo 10,5% smatra da su cijene „taman koliko treba“.

U odnosu na 2025. godinu, posebno je izražen rast udjela korisnika koji cijene dostave ocjenjuju kao visoke ili veoma visoke, što pokazuje da cijena postaje jedan od ključnih izazova u e-commerce dostavi.

Q30. U kojoj mjeri ste zadovoljni brzinom dostave robe ili proizvoda kupljenih putem internet trgovine?

Baza 2025: Poslovni korisnici koji kupuju putem interneta, N=107

Baza 2026: Poslovni korisnici koji kupuju putem interneta, N=210

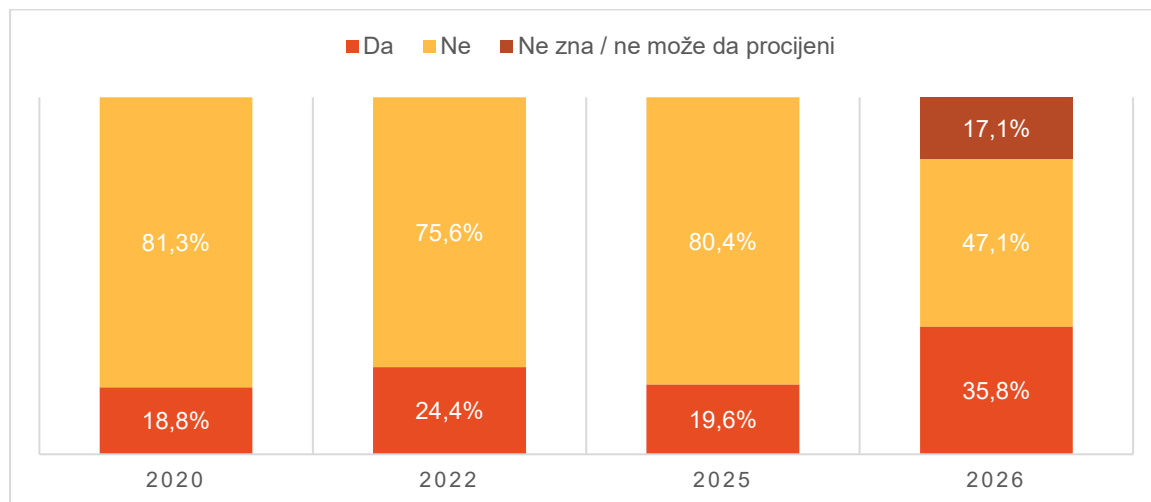


U 2026. godini 41,5% korisnika navodi da je veoma ili uglavnom zadovoljno brzinom dostave robe kupljene putem interneta. U odnosu na 2025. godinu, ukupno zadovoljstvo je niže, a posebno je vidljiv rast udjela veoma nezadovoljnih korisnika.

Q31. Da li ste u posljednja tri mjeseca posjetili sajt neke institucije ili poštanskog/dostavnog operatora radi informisanja o mogućnostima, uslovima ili načinu dostave robe kupljene putem interneta?

Baza 2025: Poslovni korisnici koji kupuju putem interneta, N=107

Baza 2026: Poslovni korisnici koji kupuju putem interneta, N=210



U 2026. godini 35,8% korisnika kod kojih je evidentiran odgovor navodi da je u posljednja tri mjeseca posjetilo sajt neke institucije ili poštanskog/dostavnog operatora radi informisanja o dostavi robe kupljene putem interneta. U odnosu na prethodne talase, vidljiv je rast aktivnog traženja informacija putem online kanala.

Q31a. Sajt koje institucije ili poštanskog/dostavnog operatora ste posjetili?

Baza 2026: Korisnici kod kojih je evidentiran odgovor, N=135

Napomena: Pitanje je višestrukog odgovora, pa zbir procenata može biti veći od 100%.

Institucija / operator	2026
Pošta Crne Gore	52,5%
Express One Montenegro	13,9%
Nelt MNE	13,9%
Milšped Montenegro	5,9%
Pro Express	3,0%
DHL	2,0%
NTC Logistics	2,0%
Exclusive Mobile	2,0%
GO Express - Braća Kastratović	1,0%
Ne zna / ne sjeća se	17,8%

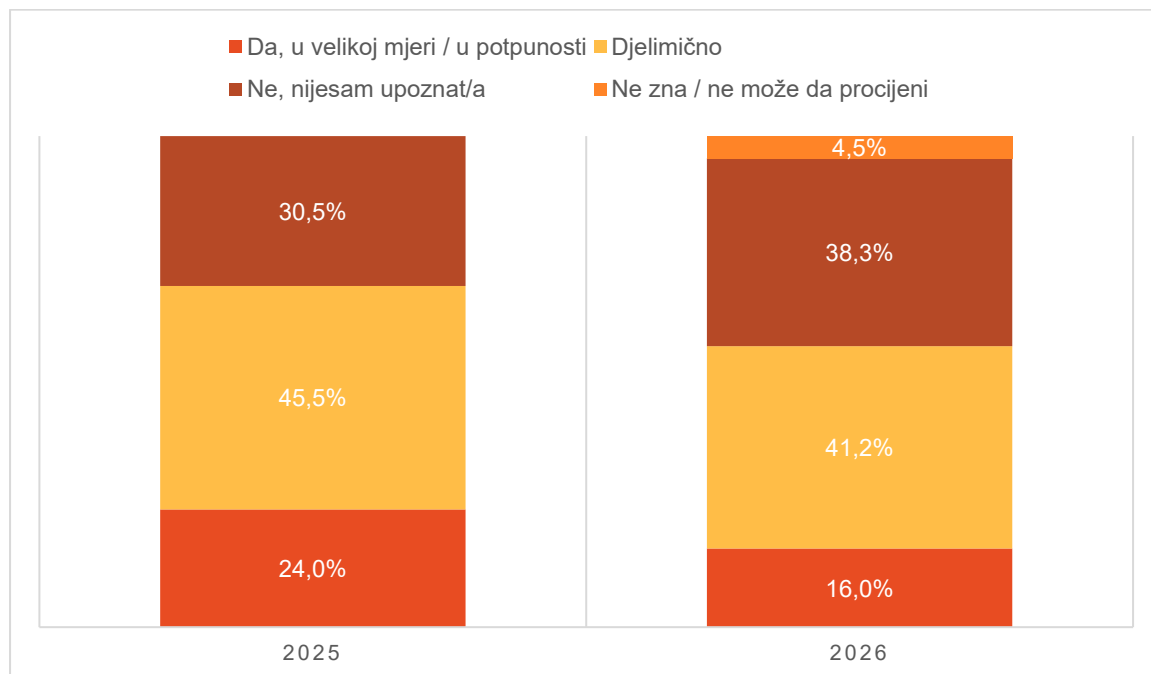
Među korisnicima koji su tražili informacije putem sajtova, najčešće je posjećivan sajt Pošte Crne Gore. Znatno niže učešće bilježe Express One Montenegro i Nelt MNE. Ovaj rezultat potvrđuje da Pošta Crne Gore ima najvažniju ulogu kao online izvor informacija u vezi sa dostavom i poštanskim uslugama.

8. PDV

Q32. Da li ste upoznati sa novim propisima u Crnoj Gori prema kojima se PDV naplaćuje na sve uvozne pošiljke, bez obzira na njihovu vrijednost?

Baza 2025: Ukupna ciljna populacija, N=200

Baza 2026: Ukupna ciljna populacija, N=313



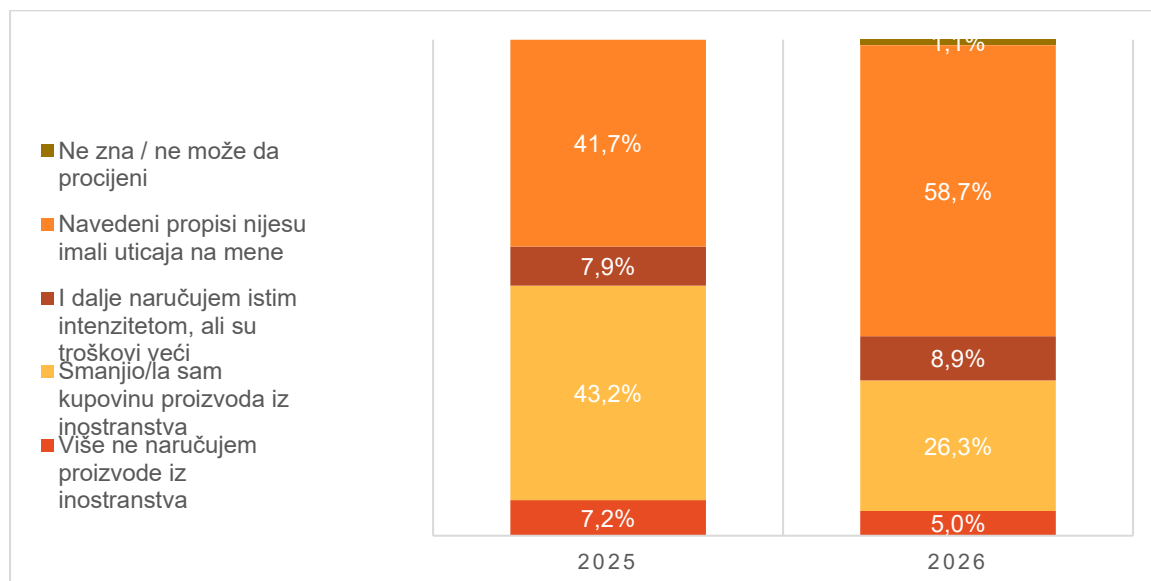
U 2026. godini 57,2% ispitanika navodi da je u velikoj mjeri ili djelimično upoznato sa propisima prema kojima se PDV naplaćuje na sve uvozne pošiljke. Ipak, 38,3% nije upoznato sa ovim propisima.

U odnosu na 2025. godinu, ukupna uprepoznatljivost je niža, dok raste udio onih koji nijesu upoznati sa pravilima. To ukazuje da je i dalje potreban dodatni komunikacioni napor prema poslovnim korisnicima.

Q33. Kako su propisi o naplati PDV-a na uvozne pošiljke uticali na Vas?

Baza 2025: Ispitanici koji su upoznati sa propisima, N=139

Baza 2026: Ispitanici koji su u velikoj mjeri ili djelimično upoznati sa propisima, N=179



U 2026. godini većina ispitanika upoznatih sa pravilima navodi da propisi o naplati PDV-a na uvozne pošiljke nijesu imali uticaja na njih. U odnosu na 2025. godinu, smanjen je udio onih koji su redukovali kupovinu iz inostranstva, dok je povećan udio onih na koje propisi nijesu imali uticaja.

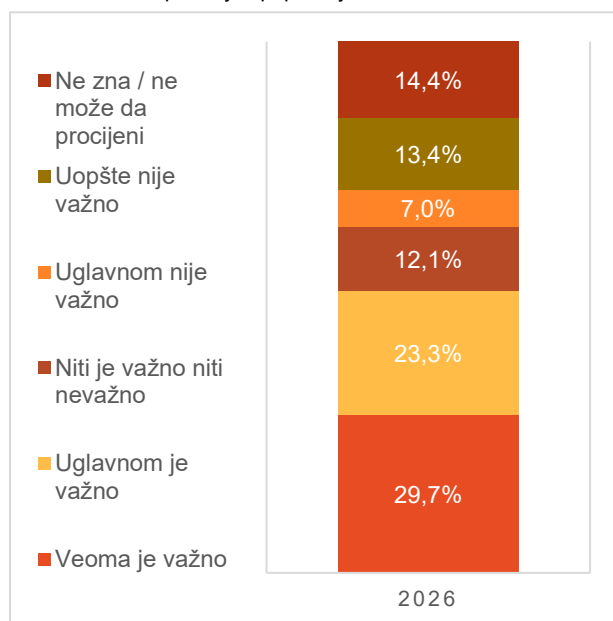
Ovaj nalaz može ukazivati na djelimičnu adaptaciju poslovnih korisnika na nova pravila, odnosno na to da se efekat propisa vremenom normalizuje.

9. Ekološki prihvatljiva rješenja

Za **ekološka rješenja** i **strukturu uzorka** bih dala poseban završni blok, jer su tematski drugačiji i ne treba ih miješati sa internet trgovinom.

Q34. Poštanski operatori sve češće razmatraju korišćenje ekološki prihvatljivijih rješenja u dostavi, kao što su električna vozila, kako bi se smanjilo zagađenje i štetni izduvni gasovi. Koliko smatrate da je važno da se ovakva rješenja uvode u poštanske usluge?

Baza 2026: Ukupna ciljna populacija, N=313

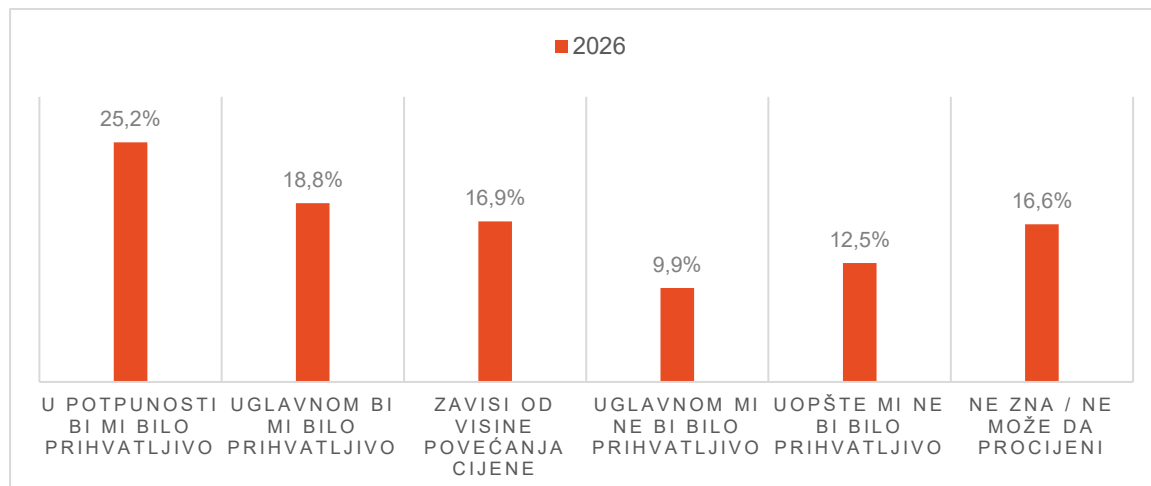


Više od polovine ispitanika, odnosno 53,0%, smatra da je uvođenje ekološki prihvatljivijih rješenja u poštanske usluge veoma ili uglavnom važno. Sa druge strane, 20,4% ispitanika smatra da ovakva rješenja uglavnom nijesu ili uopšte nijesu važna, dok 12,1% zauzima neutralan stav.

Ovaj nalaz pokazuje da postoji relativno izražena načelna podrška ekološki prihvatljivijim rješenjima u dostavi, ali i da dio poslovnih korisnika ovu temu ne vidi kao prioritet ili nema jasno formiran stav.

Q35. Uvođenje ekološki prihvatljivijih rješenja, poput električnih vozila za dostavu, može zahtijevati dodatna ulaganja operatora. Ukoliko bi ta ulaganja dovela do manjeg povećanja cijene poštanskih usluga, koliko bi Vam to bilo prihvatljivo?

Baza 2026: Ukupna ciljna populacija, N=313

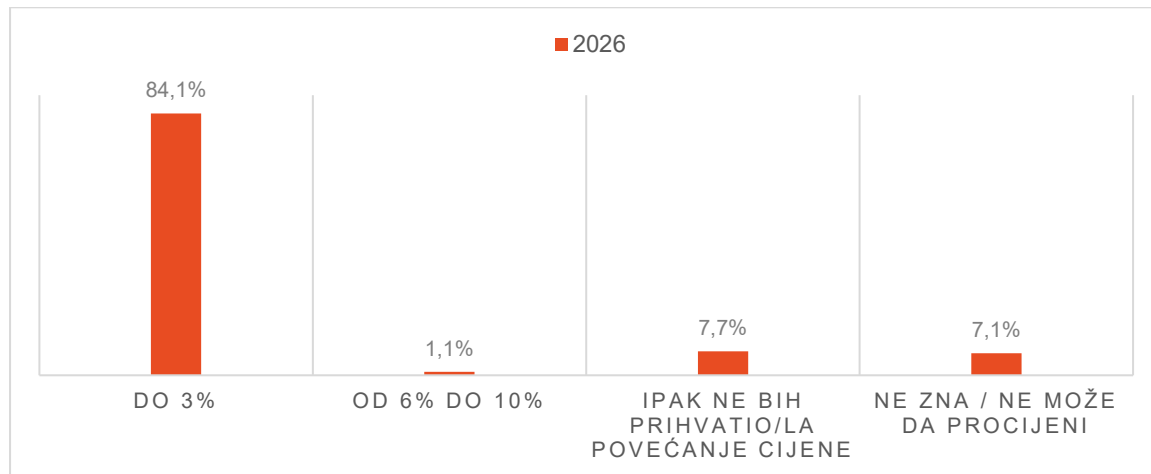


Manje povećanje cijena usluga, ukoliko bi bilo povezano sa uvođenjem ekološki prihvatljivijih rješenja, bilo bi u potpunosti ili uglavnom prihvatljivo za 44,0% ispitanika. Za dodatnih 16,9% prihvatljivost zavisi od visine povećanja cijene.

Istovremeno, 22,4% ispitanika navodi da im takvo povećanje uglavnom ili uopšte ne bi bilo prihvatljivo. To znači da postoji prostor za podršku ovakvim rješenjima, ali pod uslovom da eventualno povećanje cijene bude jasno objašnjeno, ograničeno i povezano sa konkretnim unapređenjem usluge.

Q36. Koji bi bio najveći nivo povećanja cijene poštanskih usluga koji biste smatrali prihvatljivim, ukoliko bi bilo jasno da je povećanje direktno povezano sa uvođenjem ekološki prihvatljivijih rješenja u dostavi?

Baza 2026: Ispitanici kod kojih je evidentiran odgovor/saglasnost, N=182.



Među ispitanicima kod kojih je evidentiran odgovor, dominantno prihvatljiv nivo povećanja cijene je do 3%. Veća povećanja gotovo da nijesu prihvatljiva, dok 7,7% ispitanika ipak ne bi prihvatilo povećanje cijene, čak ni ukoliko bi ono bilo povezano sa ekološki prihvatljivijim rješenjima.

Ovaj nalaz je važan za interpretaciju prethodnog pitanja: poslovni korisnici načelno podržavaju ekološka unapređenja, ali je njihova spremnost da ih dodatno plate ograničena i uglavnom se vezuje za vrlo nisko povećanje cijene.

Zaključci i preporuke

Zaključci

Rezultati istraživanja pokazuju da **poštanske i dostavne usluge zadržavaju važnu ulogu u poslovanju firmi i organizacija u Crnoj Gori**. U 2026. godini 72,8% ispitanih firmi/organizacija koristilo je usluge slanja ili prijema poštanskih pošiljaka u posljednjih godinu dana. U odnosu na 2025. godinu bilježi se blagi pad, ali se korisnička baza može ocijeniti kao stabilna, jer poštanske usluge i dalje koristi jasna većina poslovnih subjekata.

Kod firmi i organizacija koje ne koriste poštanske usluge, dominantan razlog je **izostanak potrebe**, a ne izraženo nezadovoljstvo ili negativno iskustvo. To ukazuje da nekorišćenje poštanskih usluga u najvećoj mjeri zavisi od prirode poslovanja i operativnih potreba firme/organizacije.

Poštanske usluge imaju **visok funkcionalni značaj** za one poslovne korisnike koji ih koriste. Ukupno 80,2% korisnika navodi da su im usluge prijema i slanja poštanskih pošiljaka veoma ili uglavnom važne. To potvrđuje da su poštanske i dostavne usluge za značajan dio poslovnog sektora i dalje dio redovnog poslovanja.

Najčešće korišćene usluge u 2026. godini su **kurirske usluge, slanje i prijem paketa, slanje i prijem pisama i novčane poštanske usluge**. Tradicionalne usluge i dalje imaju važnu ulogu, ali tržište se sve više pomjera ka dostavi, paketima, kurirskim servisima, e-commerce logistici i uslugama koje traže veću brzinu i fleksibilnost.

Važan nalaz je da **25,2% korisnika ne može da procijeni koje poštanske usluge njihova firma/organizacija najčešće koristi**. Ovaj podatak ukazuje da dio poslovnih korisnika ne pravi jasnu razliku između pojedinačnih vrsta poštanskih i dostavnih usluga. To može otežati korišćenje novih usluga i smanjiti efekat komunikacije operatora ukoliko usluge nijesu objašnjene jednostavno, jasno i praktično.

Pošta Crne Gore zadržava najjaču pojedinačnu tržišnu poziciju među poslovnim korisnicima. Ona je najčešće prvi spontano pomenuti operator, najčešće korišćeni operator i operator koji se najčešće povezuje sa najpovoljnijim cijenama i najkvalitetnijom uslugom. Kao operatora kojeg najčešće koriste, Poštu Crne Gore navodi 56,6% korisnika poštanskih usluga.

Ipak, tržište poslovnih korisnika je **sve fragmentisanije**. Ukupna spontana prepoznatljivost pokazuje da se u svijesti korisnika pojavljuje veći broj operatora. Vidljivost konkurencije je posebno izražena kod operatora kao što su Express One Montenegro, Express Courier / UPS, Nelt MNE, DHL, GO Express, Naš Express i drugi. To pokazuje da poslovni korisnici sve češće prepoznaju više tržišnih aktera, iako se ta prepoznatljivost ne pretvara uvijek u najčešće korišćenje.

Pošta Crne Gore ima najjaču poziciju kod tradicionalnih i specifičnih poštanskih usluga, posebno kod direktne pošte, neadresiranih pošiljki, novčanih poštanskih usluga, telegramskih usluga i distribucije novina, knjiga i časopisa. Sa druge strane, **paketi, kurirske usluge i e-commerce dostava predstavljaju najkonkurentnije i najfragmentisanije segmente tržišta**.

Ukupno zadovoljstvo poslovnih korisnika u 2026. godini iznosi **65,4%**, što je niže nego 2025. godine. Iako većina korisnika ostaje zadovoljna operatorom kojeg najčešće koristi, zadovoljstvo je više funkcionalno nego snažno. Dominira kategorija „uglavnom zadovoljnih“, dok je udio „veoma zadovoljnih“ relativno nizak. To ukazuje da usluga uglavnom ispunjava osnovnu funkciju, ali ne proizvodi dovoljno snažno pozitivno korisničko iskustvo.

Nezadovoljstvo se u 2026. godini dominantno vezuje za **servisno iskustvo**, odnosno odnos zaposlenih ili korisničke podrške, način isporuke, dostupnost lokacije, brzinu isporuke, oštećenje pošiljki i informisanost o statusu pošiljke. Cijena jeste važna i osjetljiva tema, ali se konkretno nezadovoljstvo češće formira kroz operativne i komunikacione aspekte usluge.

Percepcija cijena je značajno nepovoljnija nego ranije. Ukupno **67,1% poslovnih korisnika ocjenjuje cijene poštanskih usluga kao visoke ili veoma visoke**. Ipak, Pošta Crne Gore se i dalje najčešće navodi kao operator sa najpovoljnijim cijenama. To znači da cijena jeste izazov, ali Pošta Crne Gore i dalje ima relativnu prednost u percepciji cjenovne prihvatljivosti.

Izbor operatora najčešće se zasniva na **ranijoj saradnji, navici, kvalitetu i brzini usluge**. To pokazuje da poslovni korisnici u izboru operatora najviše vrednuju iskustvo i pouzdanost. Kada se uspostavi saradnja koja funkcioniše, firme imaju tendenciju da ostanu pri istom operatoru.

Većina poslovnih korisnika vidi prostor za razvoj i unapređenje usluga. Ukupno **59,2% korisnika smatra da operator treba da uvede nove usluge, unaprijedi postojeće ili uradi oboje**. Najčešće očekivana unapređenja odnose se na bržu dostavu i obradu pošiljki, bolje praćenje i informisanost, umanjenje cijena, smanjenje čekanja i efikasniju organizaciju rada.

Informisanost o novim i unaprijeđenim poštanskim uslugama ostaje slaba tačka. Samo 6,1% korisnika navodi da je u potpunosti informisano, dok više od polovine korisnika nije dovoljno ili uopšte nije informisano. Ovaj nalaz je posebno važan jer se tržište razvija upravo kroz nove usluge: digitalna rješenja, praćenje pošiljki, e-commerce dostavu, paketomate i druge praktične servise.

Paketomati se izdvajaju kao rješenje koje je znatno prepoznatljivije nego ranije. Više od polovine ispitanika zna šta su paketomati i kako funkcionišu, a 47,0% navodi da ih je već koristilo. Glavna vrijednost paketomata za korisnike je praktičnost: izbjegavanje čekanja, jednostavnije preuzimanje, fleksibilnost i dostupnost 24h.

Formalni prigovori se podnose rijetko, ali to ne treba tumačiti kao dokaz odsustva problema. U 2026. godini samo 0,8% korisnika navodi da je podnijelo žalbu ili pritužbu, dok je istovremeno samo 22,8% korisnika potpuno ili djelimično upoznato sa načinom podnošenja prigovora. To ukazuje da nizak nivo formalnih žalbi može biti povezan sa slabom informisanošću o proceduri, ali i sa praksom neformalnog rješavanja problema.

Internet kupovina dodatno povećava značaj dostavnih i poštanskih usluga. U odnosu na 2025. godinu raste učestalost online kupovine među poslovnim korisnicima, a Pošta Crne Gore se u 2026. godini izdvaja kao najčešće korišćeni operator za dostavu robe kupljene putem interneta. Istovremeno, snažan rast bilježe Nelt MNE / Montenomaks i Express One Montenegro, što potvrđuje da je e-commerce dostava jedan od najkonkurentnijih segmenata tržišta.

Cijene dostave robe kupljene putem interneta predstavljaju posebno osjetljivu tačku. Ukupno **72,2% korisnika ocjenjuje cijene dostavnih usluga u okviru internet kupovine kao visoke ili veoma visoke**. Zadovoljstvo brzinom dostave je niže nego u prethodnom talasu, što pokazuje da e-commerce segment podiže očekivanja korisnika u pogledu brzine, predvidljivosti, praćenja i komunikacije.

Ekološki prihvatljiva rješenja imaju načelnu podršku poslovnih korisnika, ali uz ograničenu spremnost na dodatni trošak. Većina korisnika smatra da je važno uvoditi ekološki prihvatljivija rješenja, ali prihvatljivo povećanje cijene uglavnom se ograničava na do 3%. To znači da zelena rješenja mogu imati podršku, ali samo ako su jasno objašnjena, cjenovno ograničena i povezana sa konkretnom vrijednošću za korisnike.

Ukupno posmatrano, tržište poštanskih i dostavnih usluga za poslovne korisnike u Crnoj Gori može se opisati kao **stabilno, ali sve konkurentnije i zahtjevnije**. Pošta Crne Gore zadržava najjaču poziciju, ali se konkurencija razvija u segmentima koji su najviše povezani sa savremenim poslovnim potrebama: paketima, kurirskom dostavom, internet kupovinom, brzinom i fleksibilnošću usluge.

Preporuke

Rezultati istraživanja pokazuju da poštanske i dostavne usluge zadržavaju značajnu ulogu za poslovne korisnike u Crnoj Gori, ali i da se očekivanja firmi i organizacija mijenjaju. Poslovni korisnici sve više očekuju bržu, jasniju, predvidljiviju i bolje komuniciranu uslugu, posebno u segmentima paketa, kurirske dostave, e-commerce usluga, praćenja pošiljki i korisničke podrške.

Imajući u vidu ulogu Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, preporuke se ne odnose samo na operativno unapređenje rada pojedinačnih operatora, već prije svega na oblasti koje je potrebno dodatno pratiti, analizirati, komunicirati i razvijati kroz regulatorni, nadzorni i tržišno-razvojni okvir.

Korak 1: Nastaviti praćenje kvaliteta poštanskih i dostavnih usluga

Nalazi ukazuju da većina poslovnih korisnika jeste zadovoljna uslugama operatora kojeg najčešće koristi, ali je zadovoljstvo više funkcionalno nego izrazito snažno. Pad ukupnog zadovoljstva u odnosu na prethodni talas, kao i rast udjela korisnika koji cijene ocjenjuju kao visoke, ukazuju na potrebu za kontinuiranim praćenjem kvaliteta usluge.

Mogući mehanizmi:

- redovno praćenje zadovoljstva poslovnih korisnika;
- analiza ključnih tačaka nezadovoljstva, uključujući način isporuke, odnos zaposlenih, brzinu, dostupnost i informisanost;
- praćenje razlika između operatora i segmenata usluga;
- korišćenje nalaza istraživanja kao osnove za dijalog sa operatorima o unapređenju kvaliteta usluga.

Korak 2: Unaprijediti transparentnost informacija o cijenama i uslovima korišćenja

Percepcija cijena je jedna od najosjetljivijih tačaka. Većina poslovnih korisnika cijene poštanskih usluga ocjenjuje kao visoke ili veoma visoke. Zbog toga je važno da informacije o cijenama, rokovima, uslovima isporuke i dodatnim troškovima budu jasne, lako dostupne i uporedive.

Mogući mehanizmi:

- praćenje dostupnosti i jasnoće cjenovnika operatora;
- podsticanje operatora da jednostavnije predstave razlike između usluga;
- unapređenje javno dostupnih informacija o cijenama, rokovima i uslovima korišćenja;
- analiza da li su poslovnim korisnicima dovoljno jasni troškovi povezani sa pojedinim vrstama usluga.

Korak 3: Ojačati informisanost poslovnih korisnika o pravima i postupku prigovora

Formalne žalbe i pritužbe podnose se rijetko, ali istovremeno značajan dio korisnika nije upoznat sa načinom podnošenja prigovora. Zbog toga nizak udio podnijetih prigovora ne treba automatski tumačiti kao odsustvo problema.

Mogući mehanizmi:

- jasnije informisanje korisnika o pravu na prigovor;
- pregledniji prikaz postupka podnošenja prigovora;
- podsticanje operatora da procedure prigovora učine vidljivijim i jednostavnijim;
- praćenje učestalosti, razloga i ishoda prigovora;
- korišćenje prigovora kao dodatnog indikatora kvaliteta usluge.

Korak 4: Pratiti razvoj konkurencije u paketnoj, kurirskoj i e-commerce dostavi

Tržište je najfragmentisanije u segmentima paketa, kurirskih usluga i e-commerce dostave. U ovim oblastima poslovni korisnici imaju veći izbor operatora, a konkurencija se sve više zasniva na brzini, pouzdanosti, fleksibilnosti i mogućnosti praćenja pošiljki.

Mogući mehanizmi:

- praćenje tržišne dinamike po segmentima usluga;
- analiza pozicije vodećih i manjih operatora u e-commerce i paketnoj dostavi;
- praćenje korisničkog iskustva u segmentima sa izraženijom konkurencijom;
- identifikovanje oblasti u kojima postoji prostor za unapređenje tržišne transparentnosti.

Korak 5: Podsticati jasniju komunikaciju operatora prema poslovnim korisnicima

Dio poslovnih korisnika ne pravi jasnu razliku između pojedinačnih vrsta poštanskih i dostavnih usluga. To može smanjiti korišćenje pojedinih usluga, posebno novih i unaprijeđenih rješenja.

Mogući mehanizmi:

- podsticanje operatora da usluge predstavljaju jednostavnijim i razumljivijim jezikom;
- promovisanje jasnijih informacija o namjeni, rokovima i uslovima korišćenja usluga;
- preporuka da se komunikacija prema poslovnim korisnicima zasniva na konkretnim poslovnim potrebama;
- praćenje informisanosti korisnika o novim i unaprijeđenim uslugama.

Korak 6: Pratiti razvoj i prihvatanje novih usluga, uključujući paketomate

Paketomati su u 2026. godini znatno prepoznatljiviji među poslovnim korisnicima, a značajan dio ispitanika ih je već koristio. Ipak, njihovo dalje prihvatanje zavisi od jednostavnosti korišćenja, dostupnosti lokacija, cijene i jasnih instrukcija.

Mogući mehanizmi:

- praćenje poznavanja, korišćenja i zadovoljstva paketomatima;
- analiza najvažnijih uslova za korišćenje paketomata;
- podsticanje operatora da jasno komuniciraju lokacije, način korišćenja i koristi paketomata;
- praćenje uloge paketomata u smanjenju čekanja i unapređenju dostupnosti usluge.

Korak 7: Koristiti istraživanja kao osnov za kontinuirani dijalog sa operatorima

Nalazi istraživanja mogu biti važan alat za razgovor sa operatorima o kvalitetu, informisanosti, cijenama, korisničkoj podršci i razvoju novih usluga. Posebno je važno da se nalazi ne posmatraju samo kao jednokratna slika tržišta, već kao osnova za praćenje promjena kroz vrijeme.

Mogući mehanizmi:

- redovno sprovođenje istraživanja među poslovnim i individualnim korisnicima;
- poređenje rezultata kroz talase istraživanja;
- predstavljanje ključnih nalaza operatorima;
- korišćenje nalaza za definisanje prioriteta u praćenju tržišta;
- povezivanje rezultata istraživanja sa drugim podacima, uključujući prigovore, tržišne indikatore i podatke o kvalitetu usluga.

Korak 8: Ekološka rješenja posmatrati kroz odnos koristi i cjenovne prihvatljivosti

Poslovni korisnici načelno podržavaju ekološki prihvatljivija rješenja, ali je njihova spremnost da prihvate veće cijene ograničena. Zbog toga razvoj zelenijih modela dostave treba pratiti uz razumijevanje cjenovne osjetljivosti korisnika.

Mogući mehanizmi:

- praćenje stavova korisnika prema ekološki prihvatljivijim rješenjima;
- analiza spremnosti korisnika da prihvate eventualne dodatne troškove;
- podsticanje transparentne komunikacije o koristima ekoloških rješenja;
- sagledavanje zelenih rješenja kao dijela šire modernizacije poštanskih i dostavnih usluga.

Preporuke ukazuju da dalji razvoj poštanskog tržišta treba usmjeriti ka većoj transparentnosti, boljoj informisanosti korisnika, kontinuiranom praćenju kvaliteta usluga i razumijevanju promjena u segmentima paketne, kurirske i e-commerce dostave. Uloga Agencije je posebno važna u praćenju tržišnih trendova, zaštiti interesa korisnika, podsticanju transparentnosti i stvaranju osnova za kvalitetniji dijalog sa operatorima.

Appendix: Struktura analiziranog uzorka

Varijabla	Struktura analiziranog uzorka
Region	Centar 45,4%; Jug 39,7%; Sjever 14,9%
Opština	Centar: Podgorica 28,5%; Nikšić 9,6%; Danilovgrad 3,2%; Tuzi 2,2%; Cetinje 1,9%. Jug: Bar 13,2%; Herceg Novi 10,7%; Ulcinj 6,4%; Budva 4,7%; Kotor 2,9%; Tivat 1,8%. Sjever: Bijelo Polje 5,6%; Berane 2,7%; Pljevlja 2,3%; Plav 1,9%; Rožaje 1,7%; Mojkovac 0,4%; Andrijevica 0,2%; Kolašin 0,2%.
Tip poslovnog subjekta / organizacije	Privredna društva 85,0%; Preduzetnici 8,3%; Javne ustanove 4,2%; Državna ili lokalna uprava 2,2%; Nevladine organizacije 0,3%
Djelatnost	Trgovina 37,7%; Usluge 34,5%; Ugostiteljstvo i turizam 15,0%; Javni sektor 6,4%; Poljoprivreda i prehrambena proizvodnja 1,9%; Proizvodnja 1,3%; Finansije i osiguranje 1,3%; Građevinarstvo 0,6%; IT i telekomunikacije 0,6%; Obrazovanje 0,6%
Veličina firme/organizacije	Mikro i mala preduzeća / organizacije, do 49 zaposlenih 95,2%; Srednja preduzeća / organizacije, 50–249 zaposlenih 4,5%; Velika preduzeća / organizacije, 250 i više zaposlenih 0,3%
Pozicija ispitanika u firmi/organizaciji	Vlasnik/suvlasnik 37,7%; Finansije/računovodstvo 21,4%; Administracija/kancelarijsko poslovanje 19,8%; Logistika/nabavka/otprema 8,6%; Direktor/menadžer 4,2%; Zaposleni koji koristi ili organizuje poštanske usluge 3,8%; Bez odgovora 4,5%
Pol ispitanika	Muškarci 49,8%; Žene 50,2%
Starost ispitanika	25–34 godine 26,8%; 35–44 godine 33,9%; 45–54 godine 24,0%; 55–64 godine 15,3%

**Stepen zadovoljstva poslovnih
korisnika poštanskih usluga u Crnoj
Gori 2026.**

*Korisničko iskustvo se ne završava
isporukom pošiljke, već povjerenjem
da će svaka naredna usluga biti
brža, jasnija i pouzdanija.*

Stars Up d.o.o.
Podgorica, 2026