

Poročilo

Raziskava o zadovoljstvu s poštnimi storitvami med splošno javnostjo

Naročnik:

Agencija za komunikacijska
omrežja in storitve
Republike Slovenije
Stegne 7
1001 Ljubljana

Izvajalec:

Episcenter d.o.o.
Bravničarjeva ulica 13
1000 Ljubljana



episcenter

Metodologija

Metoda zbiranja podatkov:	Računalniško podprto telefonsko anketiranje (CATI)
Vzorčni okvir:	Telefonski imenik Slovenije (mobilne in stacionarne številke)
Ciljna oseba:	Polnoletni prebivalec RS
Vzorec:	Reprezentativen, naknadno utežen na demografskih spremenljivkah (spol, starost, izobrazba, regija, tip kraja)
Velikost realiziranega vzorca:	N=702
Obdobje zbiranja podatkov:	10. - 28. 11. 2014

Metodološko pojasnilo: izraza „v značilno večji meri“ ter „v značilno manjši meri“ pomenita, da za neko skupino v populaciji neka stvar velja nadpovprečno ali podpovprečno, in da to ni slučajno ampak velja s 95 % zanesljivostjo.

Opis vzorca (n=702)

		Frekvenca (n)	Vzorec (%)	Populacija (%)
Starost	18 do 24 let	45	6,4 %	8,9 %
	25 do 34 let	120	17,0 %	17,0 %
	35 do 44 let	127	18,0 %	17,8 %
	45 do 54 let	118	16,9 %	18,1 %
	55 do 64 let	129	18,4 %	17,1 %
	65 in več let	164	23,3 %	21,1 %
	Skupaj	702	100,0 %	100,0 %
Spol	moški	322	45,8 %	49,1 %
	ženski	380	54,2 %	50,9 %
	Skupaj	702	100,0 %	100,0 %
Izobrazba	Osnovnošolska ali manj	129	18,3 %	24,8 %
	Srednješolska	160	22,9 %	23,5 %
	Višješolska	245	34,9 %	31,6 %
	Univerzitetna ali visokošolska	167	23,9 %	20,1 %
	Skupaj	702	100,0 %	100,0 %

Opis vzorca (n=702)

		Frekvenca (n)	Vzorec (%)	Populacija (%)
Regija	Pomurska	37	5,2 %	5,8%
	Podravska	107	15,3 %	16,0%
	Koroška	29	4,1 %	3,5%
	Savinjska	80	11,4 %	12,5%
	Zasavska	18	2,5 %	2,1%
	Spodnje-posavska	25	3,6 %	3,4%
	Dolenjska	52	7,4 %	6,8%
	Osrednjeslovenska	176	25,1 %	26,3%
	Gorenjska	81	11,6 %	9,7%
	Notranjsko-kraška	18	2,5 %	2,5%
	Goriška	41	5,8 %	5,8%
	Obalno-kraška	38	5,4 %	5,6%
	Skupaj	702	100,0 %	100,0 %
Tip kraja	Podeželje	253	36,1 %	34,1%
	Kraj, mesto	221	31,5 %	31,0%
	Večje mesto	96	13,7 %	15,7%
	Ljubljana, Maribor	131	18,7 %	19,1%
	Skupaj	702	100,0 %	100,0 %

Povzetek I/IV

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami med splošno javnostjo predstavlja kontinuirano merjenje zadovoljstva od leta 2007 dalje. V nadaljevanju povzemamo ključne ugotovitve po posameznih vsebinskih sklopih.

Obisk pošte

-- MANJ OBISKOV, MANJ REDNIH STRANK ISTE POŠTNE ENOTE, MANJ OPRAVLJENIH STORITEV PLAČILNEGA PROMETA, MANJ UPORABE POŠTNIH NABIRALNIKOV--

Večina anketirancev (58 %) se na pošto odpravi enkrat mesečno ali redkeje. Glede na pretekla merjenja pada delež tedenskih obiskovalcev pošte (14 %, lani 20 %) ter tistih, ki se na pošto odpravijo večkrat mesečno (28 %, lani 31 %). Povečuje pa se delež občasnih obiskovalcev pošte- tistih, ki pošto obiščejo redkeje kot enkrat na mesec (24 %, lani 20 %), ter tistih, ki pošto obiščejo enkrat mesečno (34 %, lani 29 %).

Glede na pretekla merjenja postopoma narašča delež tistih, ki obiskujejo več različnih poštne enote, sicer pa večina tudi letos navaja, da obiskujejo vedno isto pošto enoto (65 %, 2010 74 %). Kot najpomembnejši razlog za obisk izbrane poštne enote tako kot pretekla leta tudi letos večina navaja lokacijo (64 %). Zadnja tri merjenja sicer vse manj anketirancev navaja lokacijo kot glavni razlog (2012 79 %), medtem ko se nekoliko povečuje delež teh, ki kot glavni razlog navajajo osebni dvig poštne pošiljke (15 %), usposobljenost in prijaznost poštne uslužbenice (12 %) ter delovni čas (5 %). Slednji se večini anketirancev (76 %) še vedno zdi ustrezen.

Najpogostejša opravljena storitev tudi letos ostaja plačilni promet, čeprav delež anketirancev, ki opravljajo to storitev na pošti, pada od prvega merjenja dalje (52 %, 2011 61 %, 2007 69 %). Pri drugih storitvah je težko govoriti o dolgoročnih trendih. Druga najpogostejše opravljena storitev sicer ostaja sprejem priporočene ali vrednostne pošiljke (40 %), sledi oddaja pisma (33 %) ter oddaja priporočene ali vrednostne pošiljke (29 %).

Glede na pretekla tri merjenja anketiranci vse redkeje uporabljajo poštne nabiralnike. Pošto preko poštne nabiralnike večina odda manj kot enkrat mesečno (54 %, lani 46 %).

Povzetek II/IV

Pogodbene pošte

-- VSE VEČ NAKLONJENIH--

Iz leta v leto narašča delež anketirancev, ki so naklonjeni prodaji storitev PS tudi preko pogodbenih partnerjev oz. franšiz. Letos je naklonjenost izrazilo že 68 % anketiranih (leta 2011 37 %). Vzpostavitev pogodbene pošte v svojem kraju je sicer opazilo 7 % anketirancev.

Oddaja in sprejem pošilk

--NEGATIVNI TREND ODDANIH IN PREJETIH PISEM, POZITIVEN TREND ODDANIH IN PREJETIH PAKETOV--

Kar zadeva oddajo in prejem pisem, se nadaljuje dolgoročno negativen trend. Narašča namreč delež anketirancev, ki oddajo manj kot eno ali nič pisem mesečno (34 %, leta 2007 23 %), pada pa delež tistih, ki oddajo več kot dve pismi mesečno (29 %, leta 2007 39 %). Po drugi strani se zmanjšuje delež tistih, ki prejmejo več kot deset pisem mesečno (42 %, leta 2007 60 %). Skladno s tem vse več anketirancev (55 %, leta 2007 43 %) priznava, da zaradi elektronske pošte manj uporabljajo klasične poštne storitve. Kar zadeva paketne pošiljke, dolgoročen trend kaže, da je med anketiranci vse manj tistih, ki letno ne oddajo nobenega paketa do 10 kg (47 %, leta 2010 62 %) oz. nad 10 kg (82 %, leta 2010 92 %). Prav tako se po drugi strani od leta 2010 dalje znižuje delež tistih, ki letno ne prejmejo nobenega paketa (18 %, leta 2010 31 %).

Cene in roki prenosa

--CENA PRENOSA STANDARDNEGA PISMA ZA VEČINO USTREZNA A NEPOZNANA, DOSTAVA PISEM NA DOM ZA VEČINO POTREBNA OB DELAVNIKI--

Cene za prenos standardnega pisma še vedno ne pozna večina anketirancev (85 % jih navaja, da je ne poznajo, 13 % jih navaja napačno ceno). V zadnjih treh letih je delež tistih, ki ceno poznajo, celo padel iz 5 % na 2 %. Glede na pretekla merjenja vse večji delež anketirancev meni, da je cena ustrezna (71 %, leta 2008 63 %), glede na lansko merjenje pa se je povečal delež tistih, ki menijo, da je draga (16 %, lani 9 %).

Povzetek III/IV

Glede rokov prenosa navadnega pisma približno polovica (54 %) anketiranih meni, da bi pismo moralo prispeti naslednji dan, 38 % jih meni, da naj bi pismo prišlo v dveh dneh. Kar 80 % meni, da je dostava navadnih pisem potrebna vseh pet delovnih dni, medtem ko po drugi strani glede na pretekla merjenja ponovno raste delež anketirancev, ki menijo, da dostava ob sobotah ni nujna (61 %, leta 2012 41 %). Skladno s tem dolgoročen trend kaže na upadanje dostave poštnih pošilk na dom ob sobotah (37 %, leta 2007 62 %).

Dejavniki kakovosti

--NAJPOMEMBNEJŠA LOKACIJA, VSE BOLJ POMEMBEN DELOVNI ČAS, VSE MANJ ODNOS USLUŽBENCEV, NAJMANJ IN VEDNO MANJ SOBOTNA DOSTAVA--

Med dejavniki, ki vplivajo na percepcijo kakovosti poštnih storitev, večina tudi letos navaja lokacijo (67 %). Glede na pretekla merjenja vse več anketirancev navaja pomembnost delovnega časa (58 %, leta 2012 46 %), vse manj anketirancev pa pomembnost odnosa uslužbencev do strank (50 %, leta 2011 64 %). Kot najmanj in vse manj pomemben dejavnik se je izkazala sobotna dostava (11 %, leta 2007 16 %).

Zadovoljstvo

-- VELIKA VEČINA ZADOVOLJNA S STORITVAMI IN ODDALJENOSTJO POŠTE IN NABIRALNIKA, IZRAČUNAN INDEKS ZADOVOLJSTVA --

Velika večina anketirancev izkazuje zadovoljstvo z oddaljenostjo pošte od njihovega doma (90 %), oddaljenostjo poštnega nabiralnika (86 %), poštnimi storitvami na splošno (84 %) ter hitrostjo opravljanja storitev na poštah (79 %). Glede na pretekla tri merjenja je delež zadovoljnih s slednjim razmeroma enak.

Indeks zadovoljstva s pošto storitvijo kaže, da so bolj zadovoljni starejši od 45 let, ženske, osnovnošolsko izobraženi, upokojenci, prebivalci Zasavske, Spodnje-posavske, Gorenjske in Goriške regije, manj zadovoljni pa so mlajši od 24 let, moški, srednješolsko izobraženi, dijaki, študenti, prebivalci Notranjsko-kraške in Obalno-kraške regije ter prebivalci podeželja.

Povzetek IV/IV

Pritožbe

--S POSTOPKOM SEZNANJENA ČETRRTINA, PRITOŽB MANJ KOT DESETINA, GLAVNI RAZLOG POŠKODOVANA POŠILJKA--

S pritožbenim postopkom je seznanjenih 24 % anketirancev, zadnja tri merjenja delež teh sicer narašča (leta 2012 17 %). Po drugi strani pa se v tem obdobju delež tistih, ki so pritožbo podali ni spremenil (5 % je podalo ustno, 2 % pa pisno pritožbo), dolgoročni trend pa nakazuje na vse manj podanih pritožb. Najpogostejši razlog za podano pritožbo je poškodovana pošiljka (30 %).

Reklamna sporočila in rumena nalepka

--PREJEMANJE NENASLOVLJENE REKLAMNE POŠTE VSE MANJ MOTEČE, UPORABA RUMENE NALEPKE UPADA--

Medtem ko ostaja delež tistih, ki jim je reklamna pošta všeč glede na zadnji dve merjenji konstanten (16 %), je opaziti negativni dolgoročni trend pri tistih, ki jih tovrstna pošta moti (20 %, leta 2007 40 %). Skladno s tem raste delež anketirancev, ki rumene nalepke ne uporabljajo (91 %, leta 2010 79 %).

Uporaba storitev drugih izvajalcev

--NARAŠČA DELEŽ UPORABNIKOV DRUGIH POŠTNIH PONUDNIKOV, PRVI MED NJIMI DHL, GLAVNA RAZLOGA HITROST IN CENA--

Opaziti je dolgoročno pozitiven trend uporabe storitev drugih izvajalcev poštних storitev, te uporablja 22 % anketirancev (2007 16 %). Glede na prekla merjenja med njimi najbolj narašča delež anketirancev, ki so uporabili storitve DHL Express (64 %, leta 2007 25 %). Med glavni mi razlogi za uporabo storitev drugih ponudnikov je tudi letos hitrost (45%, lani 40 %), sledijo nujnost (27 %, lani 28 %) in cena (lani 17 % 25 %). Slednja je tudi glavni razlog za morebitno zamenjavo ponudnika, kar glede na zadnja tri merjenja navaja vse več anketirancev (29 %, leta 2012 25 %).

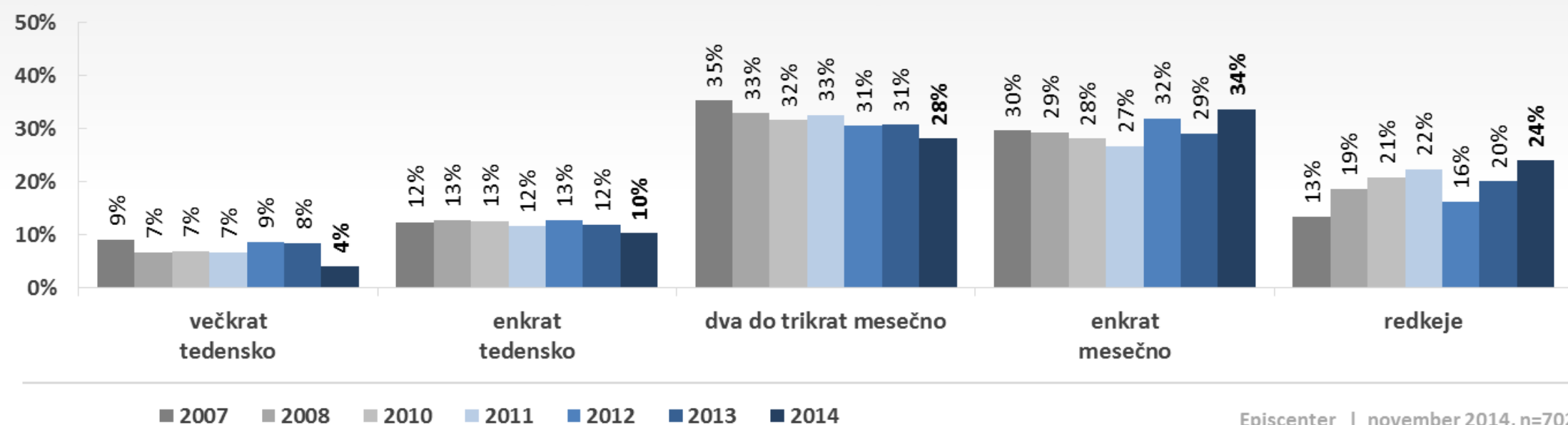
Kazalo vsebine

- 1. Obisk pošte**
2. Pogodbene pošte
3. Oddaja in sprejem pošilk
4. Cene in roki prenosa
5. Kakovost
6. Zadovoljstvo
7. Pritožbe
8. Reklamna sporočila in rumena nalepka
9. Uporaba storitev drugih izvajalcev

Pošto več kot enkrat mesečno obišče 42 % anketirancev, pogostost obiskov se zmanjšuje



Kako pogosto obiščete pošto? Je to...

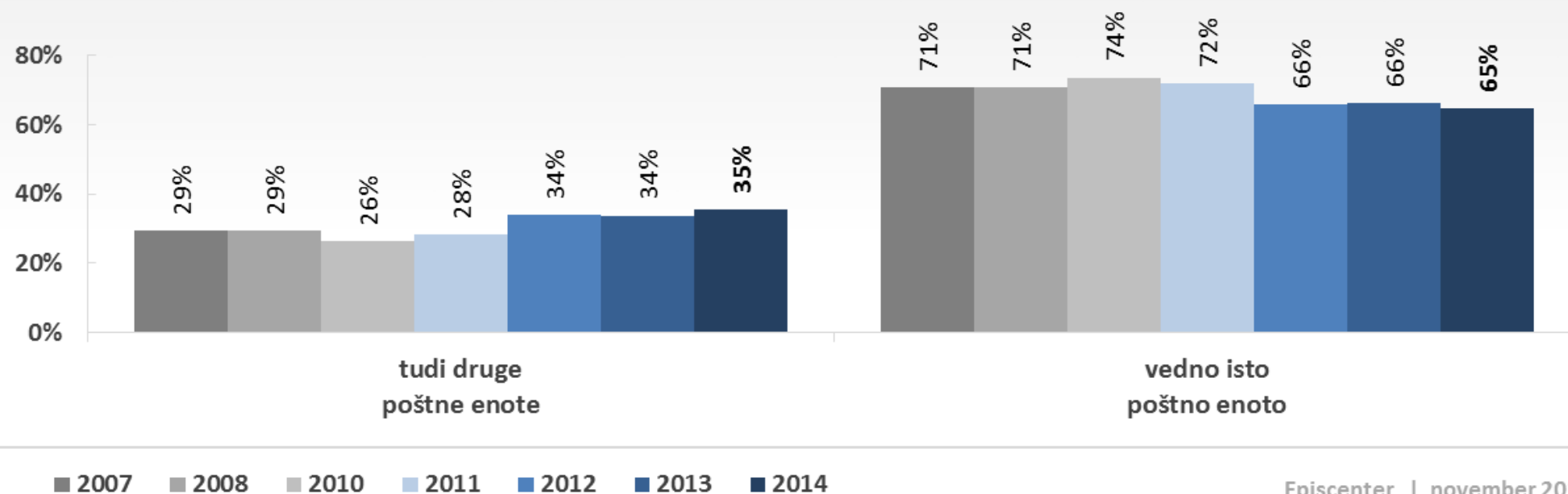


Delež anketirancev, ki večkrat tedensko, enkrat tedensko in dva do trikrat mesečno obiskuje pošto, se zmanjšuje, delež anketirancev, ki mesečno ali redkeje obiskuje pošto, pa se povečuje. Prebivalci Podravske in Goriške regije v značilno večji meri redkeje obiskujejo pošto.

Delež ljudi, ki obiskuje vedno isto poštno enoto, se postopoma zmanjšuje in je dosegel 65 %



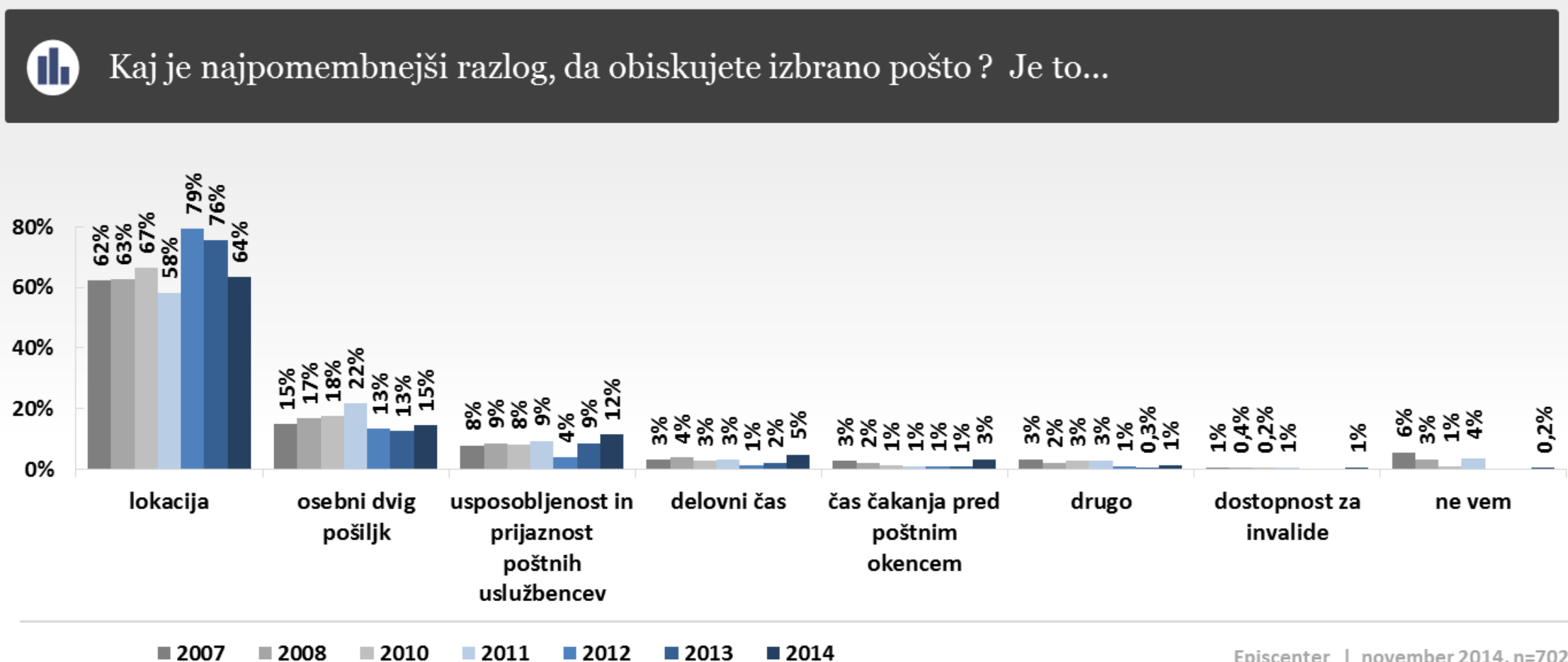
Ali obiskujete vedno isto pošto ali več različnih poštних enot?



Episcenter | november 2014, n=702

Vedno isto pošto obiskuje 65 % anketirancev, tudi druge poštne enote pa 35%. Vedno isto pošto v značilno večji meri obiskujejo upokojenci, stari nad 65 let, osnovnošolsko in poklicno izobraženi ter prebivalci krajev in mest. Več različnih poštних enot v značilno večji meri obiskujejo samozaposleni, študenti in dijaki, mladi do 34 let ter srednje in visoko izobraženi.

Kot najpomembnejši razlog za obiskovanje izbrane pošte ostaja vendar pada lokacija (64 %), rastejo pa osebni dvig pošiljke (15 %), usposobljenost in prijaznost uslužbencev (12 %), delovni čas (5 %) ter čas čakanja pred okencem (3 %)

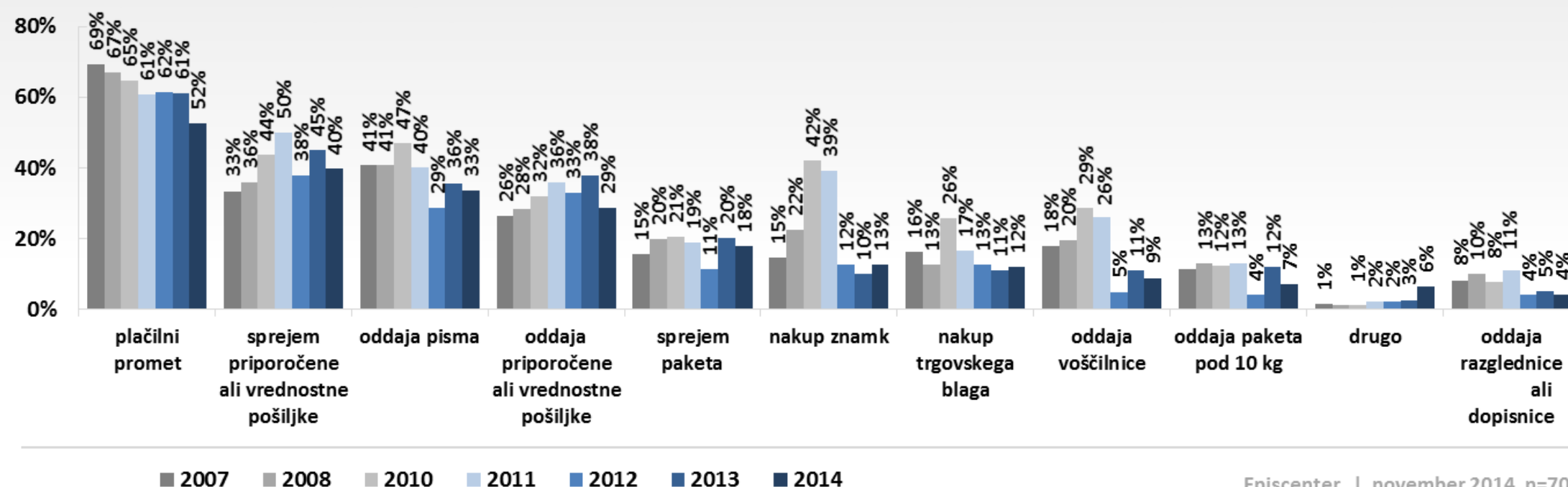


Lokacija se v značilno večji meri zdi pomembna prebivalcem Osrednjeslovenske regije. Osebni dvig pošiljke se v značilno večji meri zdi pomemben zaposlenim ter starim od 25 do 34 let in od 45 do 54 let, v značilno manjši meri pa upokojencem, starim nad 65 let in poklicno izobraženim. Usposobljenost in prijaznost poštних uslužbencev se v značilno večji meri zdi pomembna upokojencem, starim nad 65 let in prebivalcem Gorenjske, v značilno manjši meri pa prebivalcem Dolenjske. Delovni čas se v značilno večji meri zdi pomemben zaposlenim, v značilno manjši meri pa upokojencem in osnovnošolsko izobraženim.

Ob obisku pošte najpogostejša storitev ostaja plačilni promet (52 %), nato sprejem priporočene ali vrednostne pošiljke (40 %)



Katere storitve običajno opravite ob obisku pošte?



Episcenter | november 2014, n=702

Plačilni promet v značilno večji meri uporabljajo upokoenci, stari do 24 let in nad 55 let, poklicno izobraženi, prebivalci Dolenjske in podeželja, v značilno manjši meri pa zaposleni in samozaposleni, visoko izobraženi, prebivalci Obalno-kraške regije ter mest in krajev.

Priporočene ali vrednostne pošiljke v značilno večji meri sprejemajo zaposleni, stari od 25 do 34 ter od 45 do 54 let, moški, visoko izobraženi, v značilno manjši meri pa stari nad 65 let, ženske, osnovnošolsko izobraženi in prebivalci Pomurske.

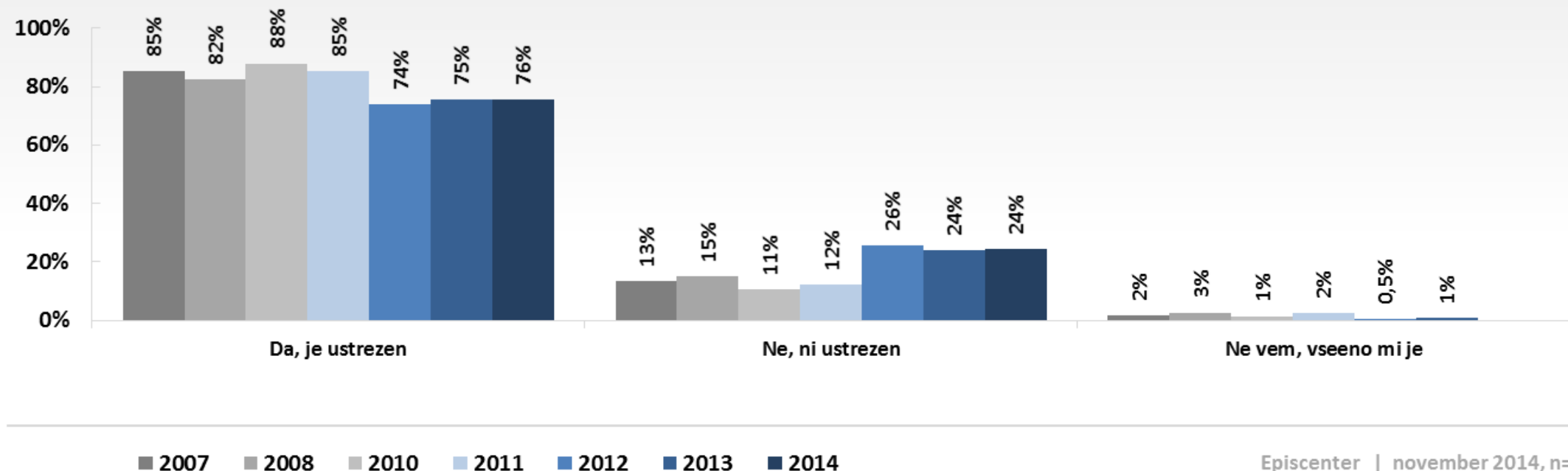
Pismo v značilno večji meri oddajajo ženske, v značilno manjši meri pa moški in prebivalci Dolenjske.

Priporočene ali vrednostne pošiljke v značilno večji meri oddajajo samozaposleni, moški, srednješolsko in visokošolsko izobraženi, v značilno manjši meri pa upokoenci, starejši od 55 let, ženske, osnovnošolsko in poklicno izobraženi.

Mnenje o obratovalnem času pošt ostaja enako, 76 % anketirancem se zdi ustrezen, 24 % pa neustrezen



Ali se vam zdi obratovalni čas pošt (poštnih enot), ki jih obiskujete, ustrezen?



Episcenter | november 2014, n=702

Mnenje o obratovalnem času je v zadnjih treh letih enako, trem četrtinam se zdi ustrezen, eni četrtini pa neustrezen. Obratovalni čas se v značilno večji meri zdi ustrezen upokojujencem, starim nad 65 let, osnovnošolsko izobraženim, prebivalcem Goriške regije, prebivalcem večjih mest, Ljubljane in Maribora, v značilno manjši meri pa prebivalcem Podravske, Koroške, Zasavske in Dolenjske regije ter prebivalcem podeželja.

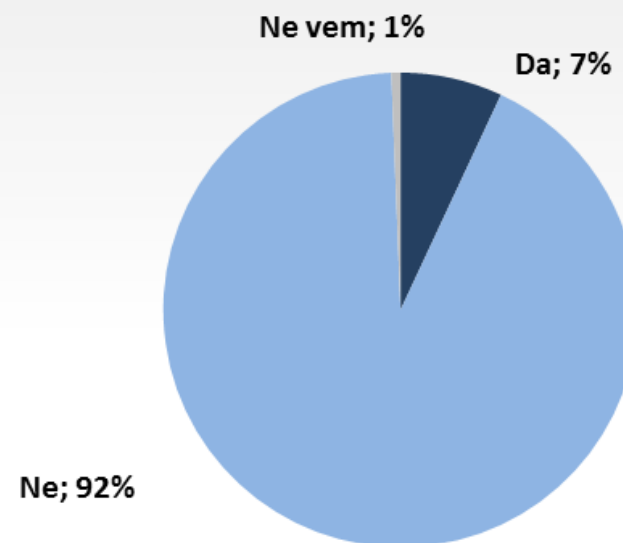
Kazalo vsebine

1. Obisk pošte
2. **Pogodbene pošte**
3. Oddaja in sprejem pošilk
4. Cene in roki prenosa
5. Kakovost
6. Zadovoljstvo
7. Pritožbe
8. Reklamna sporočila in rumena nalepka
9. Uporaba storitev drugih izvajalcev

Vzpostavitev pogodbene pošte v svojem kraju opaža 7 % anketirancev



Ali je morda v vašem kraju prišlo do tega, da so zaprli pošto ter jo prestavili v zasebno trgovino, lokal, trafiko ali bencinsko črpalko?



Episcenter | november 2014, n=702

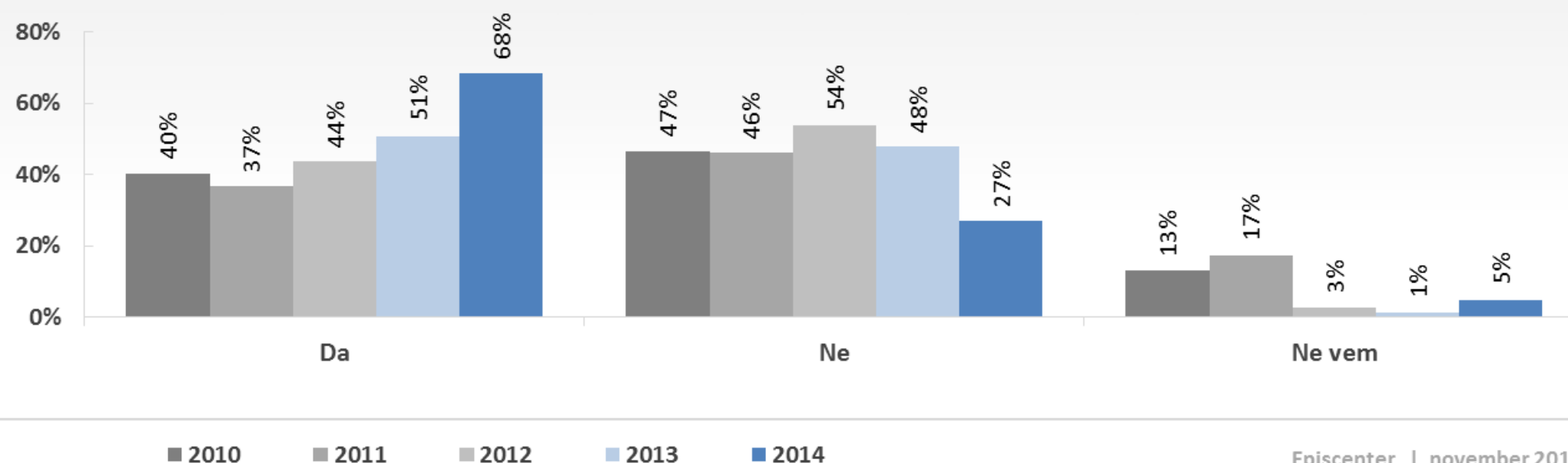
V značilno večji meri anketiranci vzpostavitev pogodbene pošte navajajo za Dolenjsko regijo ter podeželje, v značilno manjši meri pa za Osrednjeslovensko regijo, večja mesta ter Ljubljano in Maribor.

Križanje je pri tem vprašanju primerno samo za regijo in tip kraja, saj gre za teritorialno dejstvo in ne za mnenje.

Raste delež tistih, ki menijo, da je primerno, da Pošta Slovenije svoje storitve prodaja v pogodbenih poštah



Ali se vam zdi primerno, da Pošta Slovenije svoje storitve prodaja ne samo v svojih poslovnih prostorih in s svojimi uslužbenci, ampak tudi preko pogodbenih partnerjev oz. franšiz, npr. znotraj zasebnih trgovin, lokalov, trafik, bencinskih črpalk...)?



Delež ljudi, ki se jim prodaja poštne storitve v pogodbenih poštah zdi primerna, je narastel na 68 %. V značilno večji meri se to zdi primerno zaposlenim, samozaposlenim, starim od 25 do 44 let, moškim in visoko izobraženim ter prebivalcem večjih mest. Delež tistih, ki se jim zdi to neprimerno, pa je padel na 27 %. V značilno večji meri se to zdi neprimerno upokojujencem, starejšim od 55 let, ženskam in osnovnošolsko izobraženim ter prebivalcem Goriške regije.

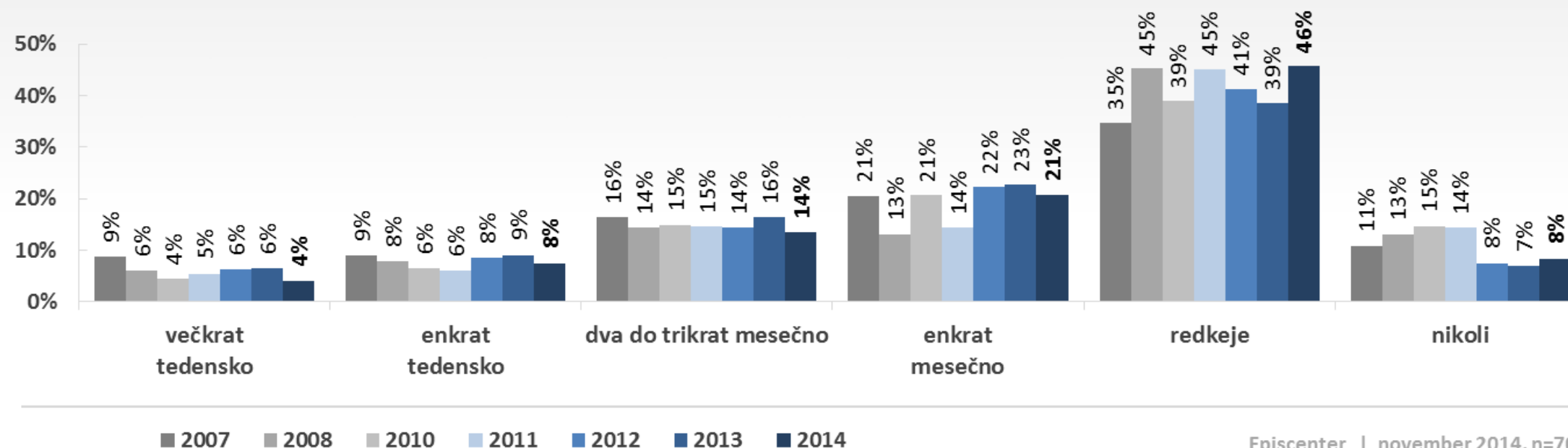
Kazalo vsebine

1. Obisk pošte
2. Pogodbene pošte
- 3. Oddaja in sprejem pošilk**
4. Cene in roki prenosa
5. Kakovost
6. Zadovoljstvo
7. Pritožbe
8. Reklamna sporočila in rumena nalepka
9. Uporaba storitev drugih izvajalcev

Zmanjšuje se pogostost oddajanja pošte preko poštних nabiralnikov vsaj enkrat mesečno, narašča pa redkeje



Kako pogosto oddajate pošto preko poštних nabiralnikov?



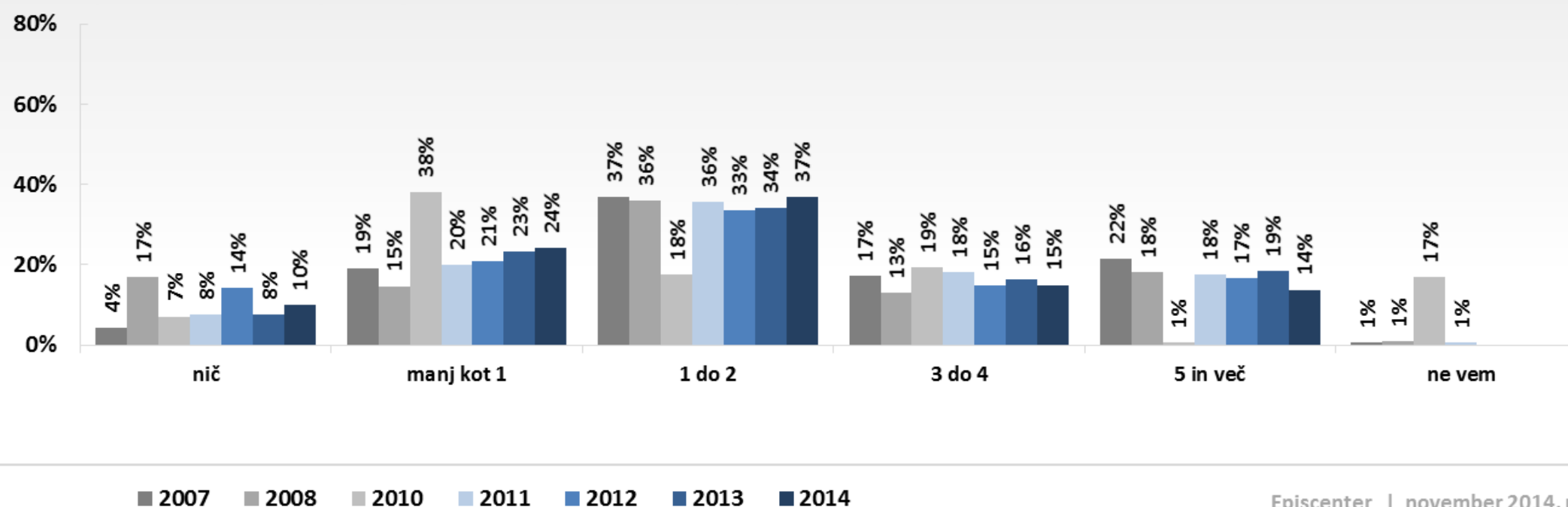
Episcenter | november 2014, n=702

Raste delež anketirancev, ki redkeje ali nikoli ne oddajajo pošte preko poštних nabiralnikov, delež vseh ostalih pa pada. Enkrat tedensko in dva do trikrat mesečno pošto v značilno večji meri oddajajo samozaposleni. Redkeje v značilno večji meri pošto oddajajo dijaki in študenti ter osnovnošolsko izobraženi. Nikoli v značilno večji meri pošte ne oddajajo moški in poklicno izobraženi.

Raste delež tistih, ki oddajo do dve pismi mesečno, pada pa delež tistih, ki oddajo nad tri pisma mesečno



Koliko pisem v povprečju oddate mesečno (tudi razglednice in dopisnice)?



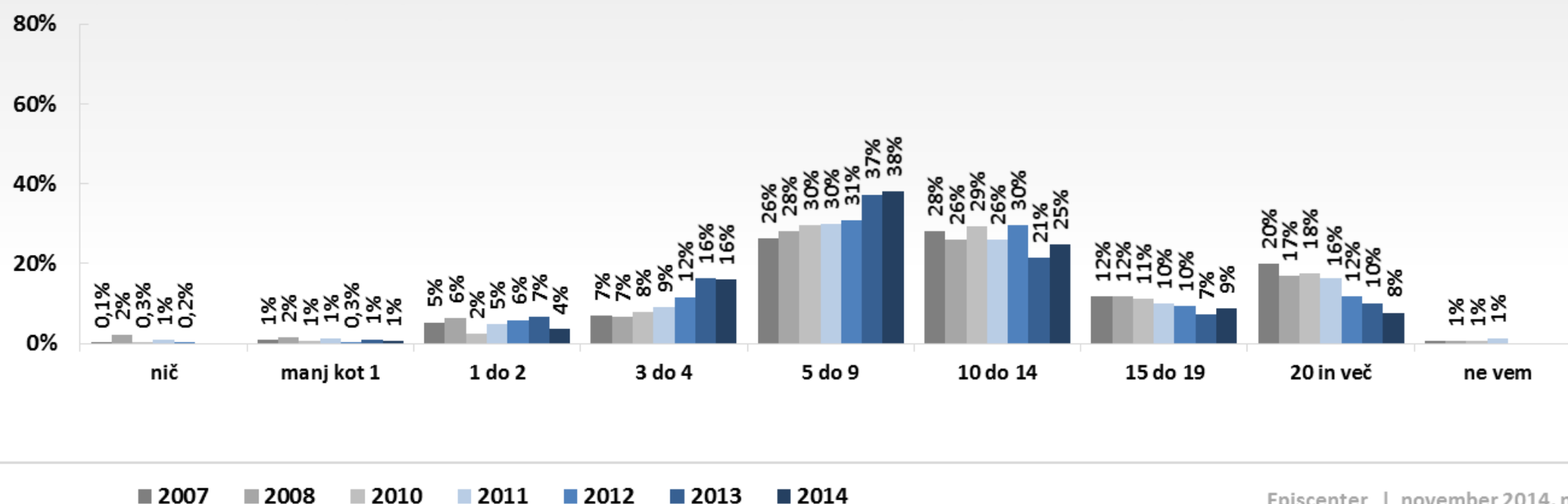
Episcenter | november 2014, n=702

Več kot 5 pisem v značilno večji meri oddajo samozaposleni,
3 do 4 pisma v značilno večji meri oddajo visokošolsko izobraženi,
nobenega pisma pa v značilno večji meri ne oddajo upokoјenci, osnovnošolsko izobraženi in prebivalci podeželja.

Delež tistih, ki prejmejo od 3 do 9 pisem, dolgoročno raste, delež tistih, ki prejmejo nad 20 pisem, pa pada



In koliko pisem v povprečju prejmete mesečno? Gre za naslovljena pisma osebno na vaše ime (tudi računi, položnice, razglednice, dopisnice..).



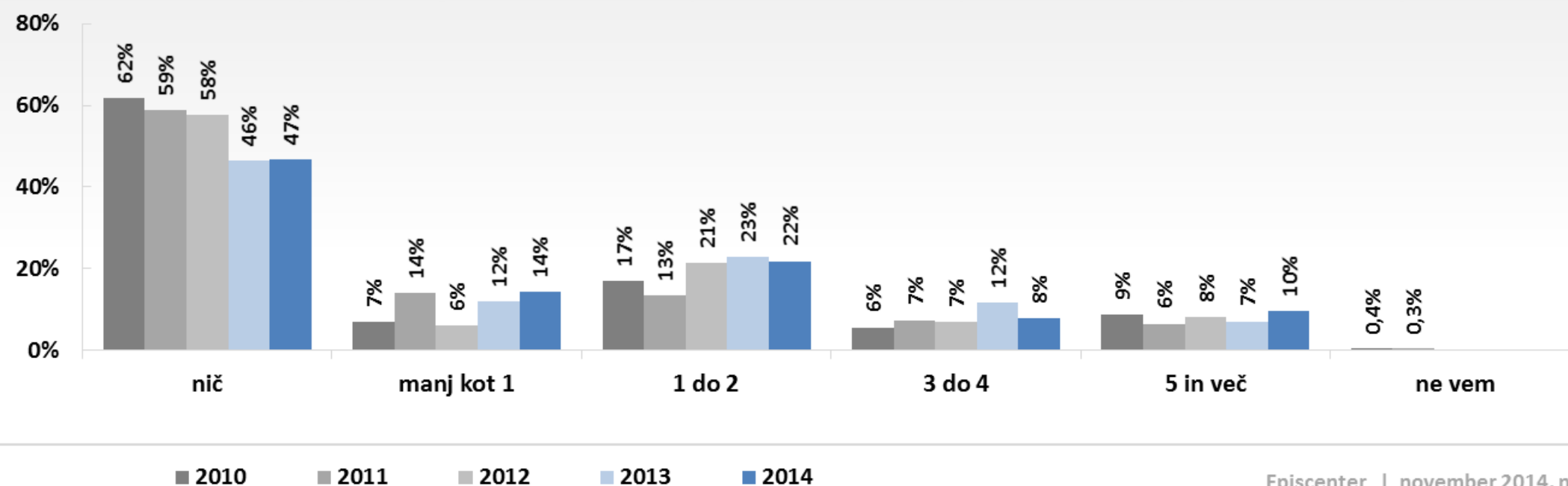
Episcenter | november 2014, n=702

V značilno večji meri 20 in več pisem prejmejo prebivalci Ljubljane in Maribora, med 10 in 14 pisem v značilno večji meri prejmejo samozaposleni, visoko izobraženi ter prebivalci krajev in mest, med 5 in 9 pisem prebivalci podeželja in brezposelni, med 3 in 4 pisma ženske, med 1 in 4 pisma osnovnošolsko izobraženi, med 1 do 2 pisma upokojenci, manj kot 1 pismo mesečno pa dijaki in študenti ter mlajši od 24 let.

Delež oddanih paketov pod 10 kg ostaja podoben, 47 % anketirancev ne odda nobenega



Koliko paketov pod 10 kg v povprečju oddate letno?



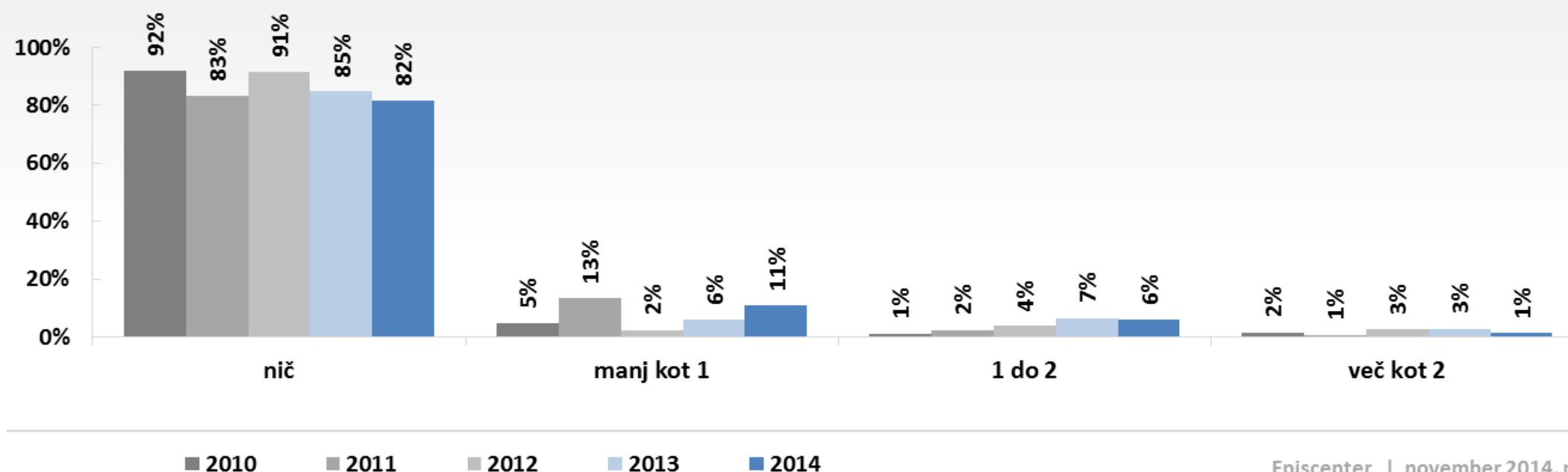
Episcenter | november 2014, n=702

Več kot 5 paketov letno v značilno večji meri oddajo dijaki in študenti, stari od 18 do 24 let ter od 35 do 44 let, moški in srednješolsko izobraženi, do štiri pakete visoko izobraženi, več kot tri pakete samozaposleni in stari od 25 do 34 let, 1 do 2 paketa zaposleni in moški, nobenega pa upokoјenci, stari nad 55 let, osnovnošolsko in poklicno izobraženi ter prebivalci podeželja.

Delež oddanih paketov nad 10 kg podoben ostaja, 82 % anketirancev ne odda nobenega



In koliko paketov nad 10 kg v povprečju oddate letno?



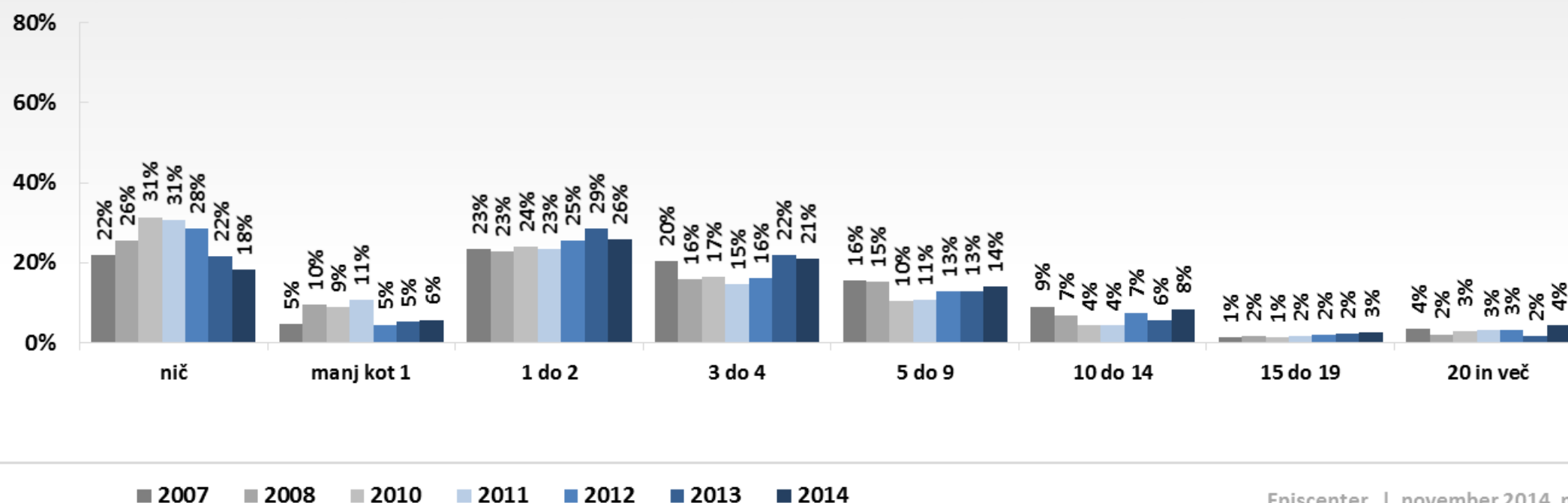
Episcenter | november 2014, n=702

Več kot dva paketa nad 10 kg letno v značilno večji meri oddajo prebivalci Notranjsko-kraške in Goriške regije ter krajev in mest, 1 do 2 paketa brezposelni, manj kot enega zaposleni, stari od 25 do 34 let in prebivalci Pomurske in Podravske regije, nobenega pa upokoenci, starejši nad 55 let in osnovnošolsko izobraženi.

Počasi raste delež tistih, ki prejemajo pakete, zmanjšuje pa se delež tistih, ki ne prejmejo nobenega



Koliko paketov v povprečju prejmete letno, osebno vi? Gre za naslovljene pakete osebno na vaše ime (ne glede na težo...)



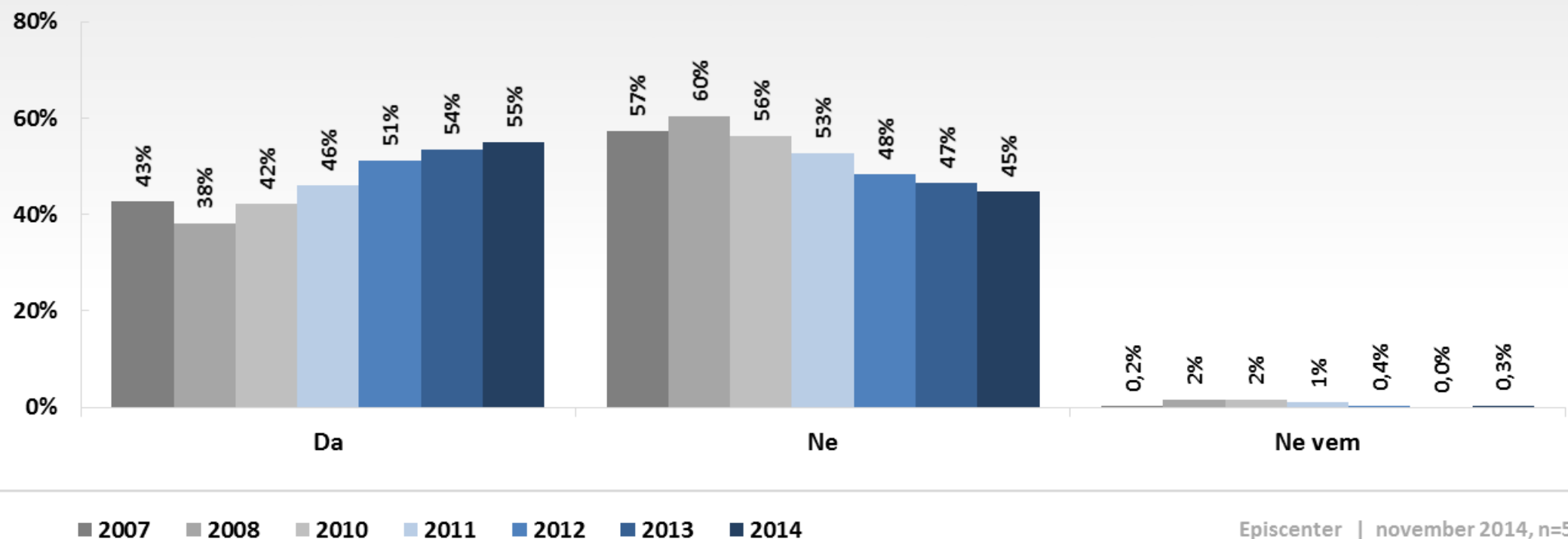
Episcenter | november 2014, n=702

Samozaposleni v značilno večji meri prejmejo 5-9 in 15-19 paketov, zaposleni 10-14 in 20 in več paketov, brezposelni 5-9 paketov, dijaki in študenti ter stari do 24 let 3-4 ter nad 20 paketov, moški 3-4 pakete, srednješolsko izobraženi 5-9 ter nad 20 paketov, visoko izobraženi 10-14 paketov, upokojenci, ženske in osnovnošolsko izobraženi pa v značilno višji meri ne prejmejo nobenega paketa letno.

Povečuje se delež tistih, ki zaradi elektronske pošte manj uporabljajo poštne storitve, in je dosegel 55 %



Ali zaradi elektronske pošte manj uporabljate poštne storitve?



Episcenter | november 2014, n=585

Klasično pošto zaradi elektronske pošte v značilno večji meri manj uporabljajo zaposleni, samozaposleni, dijaki in študenti, mlajši od 34 let, srednješolsko in visokošolsko izobraženi, več pa jo uporabljajo upokojenci, starejši od 55 let, osnovnošolsko in poklicno izobraženi.

Osnova so uporabniki interneta.

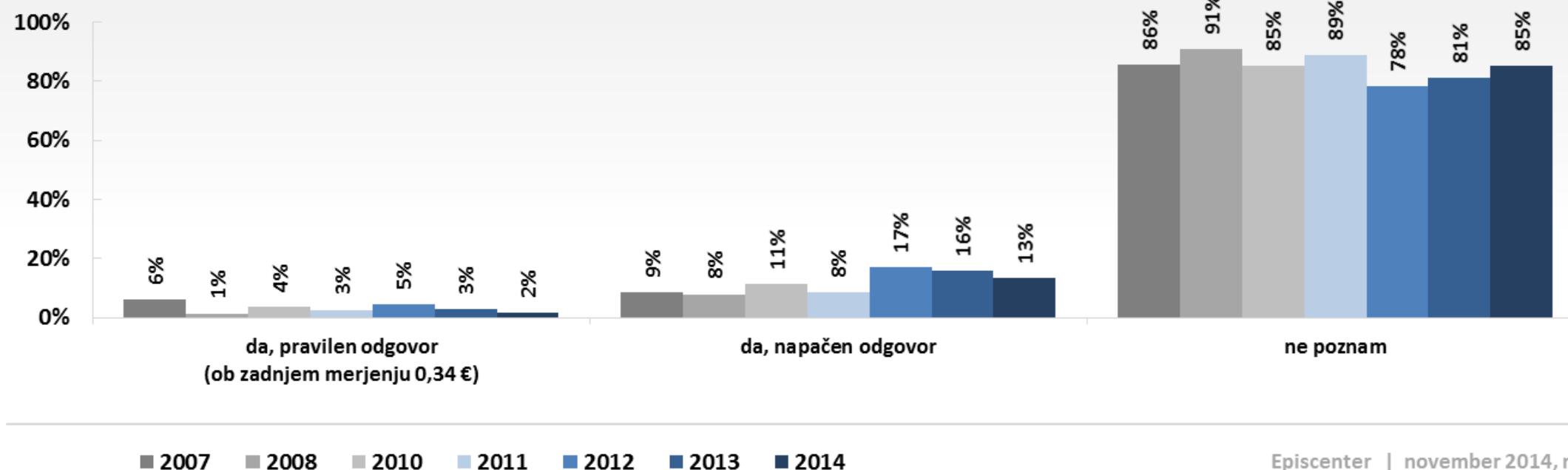
Kazalo vsebine

1. Obisk pošte
2. Pogodbene pošte
3. Oddaja in sprejem pošilk
- 4. Cene in roki prenosa**
5. Kakovost
6. Zadovoljstvo
7. Pritožbe
8. Reklamna sporočila in rumena nalepka
9. Uporaba storitev drugih izvajalcev

V zadnjih treh letih pada delež tistih, ki poznajo pravilno ceno prenosa standardnega pisma, in jih je 2 %



Ali poznate ceno prenosa standardnega pisma- znamka A? - Kakšna je cena?



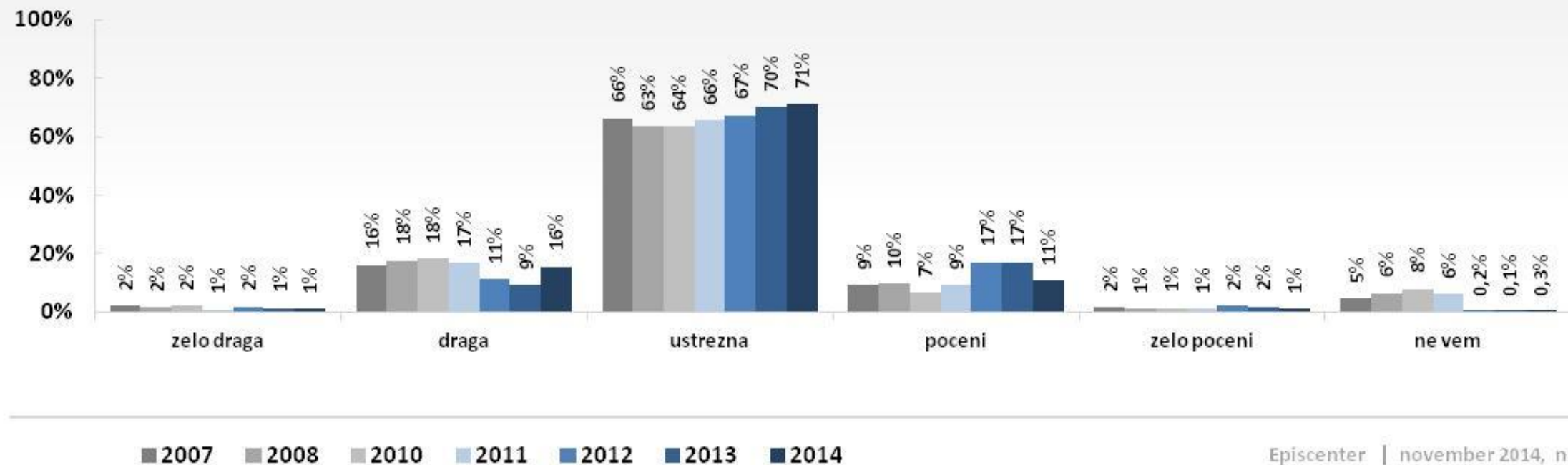
Episcenter | november 2014, n=702

Delež tistih, ki poznajo ceno, je padel na 2 %. Padel je tudi delež tistih, ki navajajo napačno ceno, narastel pa je delež tistih, ki ne poznajo cene. Ceno v značilno večji meri poznajo zaposleni, visoko izobraženi ter prebivalci Savinjske in Gorenjske regije.

Narasla sta deleža tistih, ki se jim cena 0,34 € za prenos pisma zdi ustrezna (71 %) ali draga (16 %)



Kakšna se vam zdi cena 0,34 EUR za prenos standardnega pisma – znamka A? Se vam zdi...

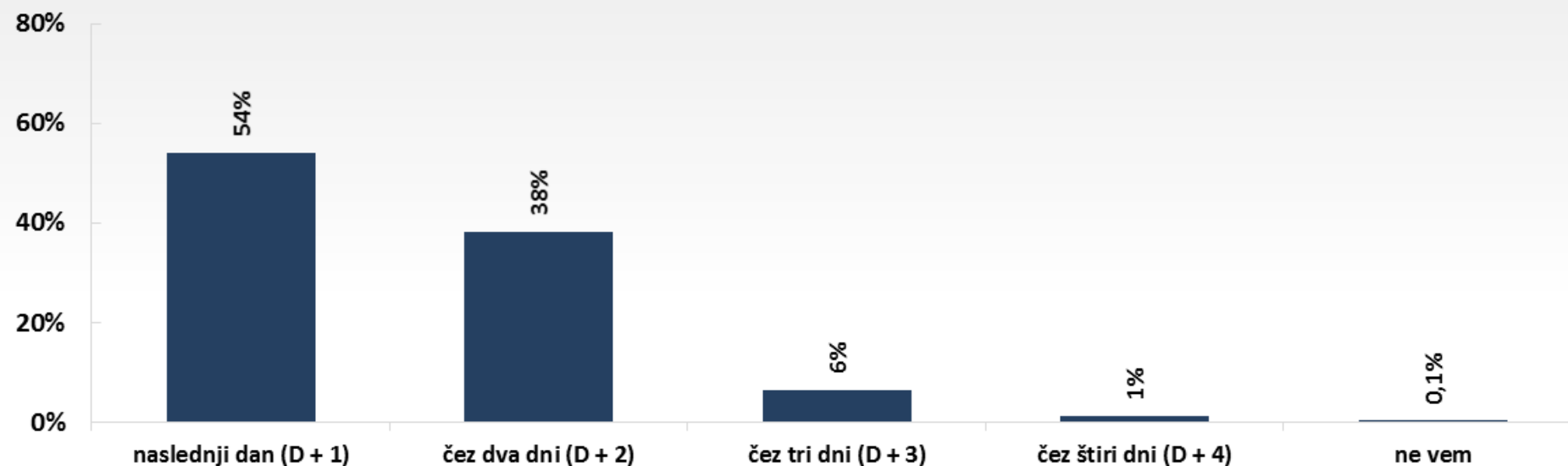


Cena se v značilno večji meri zdi zelo poceni starim od 35 do 44 let ter srednješolsko izobraženim, poceni se zdi prebivalcem večjih mest, ustrezna visokošolsko izobraženim, draga pa študentom in dijakom ter osnovnošolsko izobraženim.

54 % anketirancev meni, da bi moralo pismo dospeti naslednji dan po oddaji, 38 % pa meni, da čez dva dni



Kaj menite, v koliko dneh po oddaji bi moralo dospeti na naslov navadno pismo?



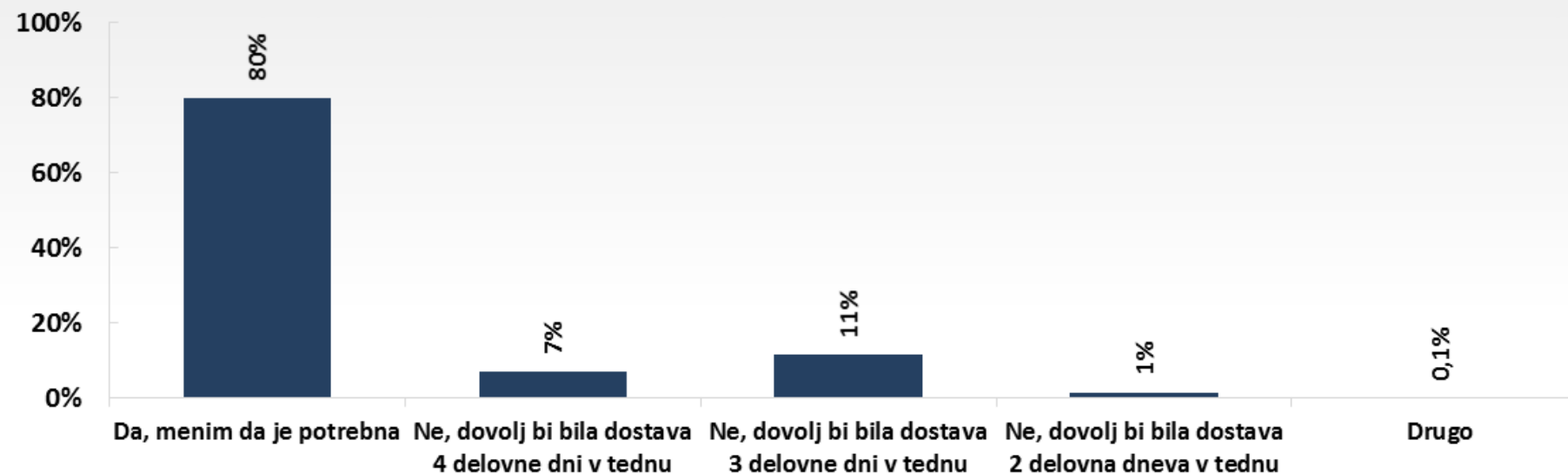
Episcenter | november 2014, n=702

Prebivalci krajev, mest in večjih mest v značilno večji meri menijo, da bi pismo moralo prispeti naslednji dan po oddaji, stari od 18 do 24 let in osnovnošolsko izobraženi čez dva dni, samozaposleni, moški in srednješolsko izobraženi čez tri dni, poklicno izobraženi ter prebivalci Savinjske in Spodnje-posavske regije čez 4 dni, stari od 35 do 44 let čez tri ali čez 4 dni, prebivalci podeželja pa čez dva ali tri dni.

Da je potrebna dostava navadnih pisem vseh pet delovnih dni v tednu, meni 80 % anketirancev



Ali je po vašem mnenju potrebna dostava navadnih pisem vseh 5 delovnih dni v tednu, torej od ponedeljka do petka?



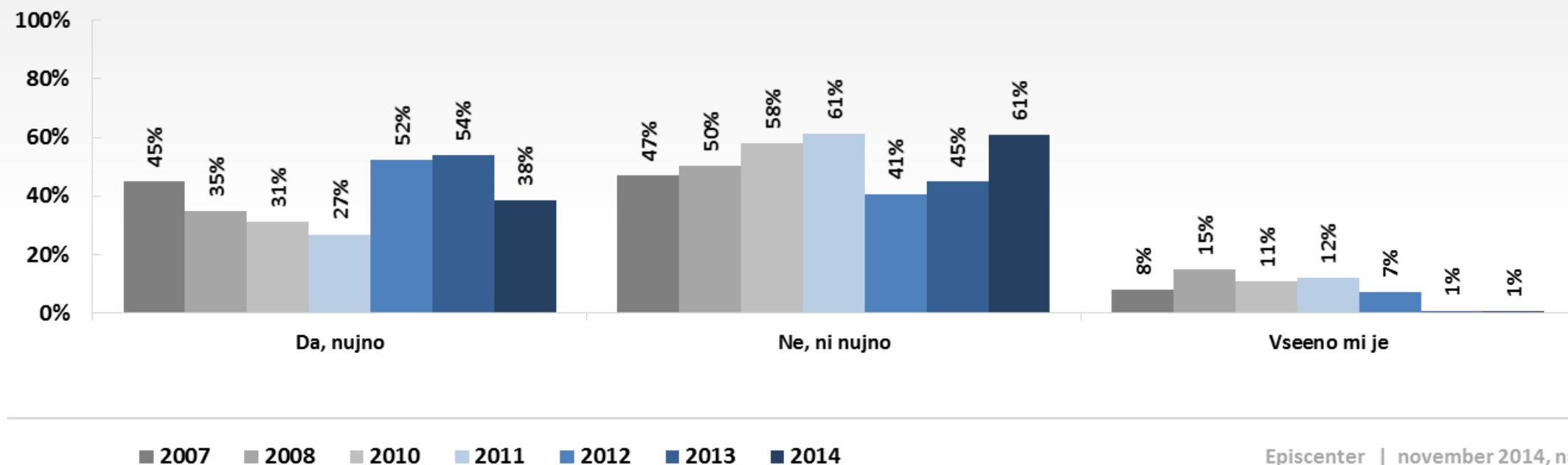
Episcenter | november 2014, n=702

Prebivalci Pomurske regije v značilno večji meri menijo, da je potrebna dostava navadnih pisem vsak delovni dan v tednu, starim med 55 in 64 let v značilno večji meri zadoščajo štirje dnevi v tednu, prebivalcem Spodnje-posavske in Goriške regije zadoščajo trije dnevi v tednu, brezposelnim in prebivalcem Obalno-kraške regije ter podeželja pa v značilno večji meri zadoščata dva delovna dneva v tednu.

Raste delež tistih, ki menijo, da dostava pošilk na dom ob sobotah ni nujna, in je dosegel 61 %



Ali se vam zdi smiselna dostava poštnih pošilk na dom ob sobotah ?



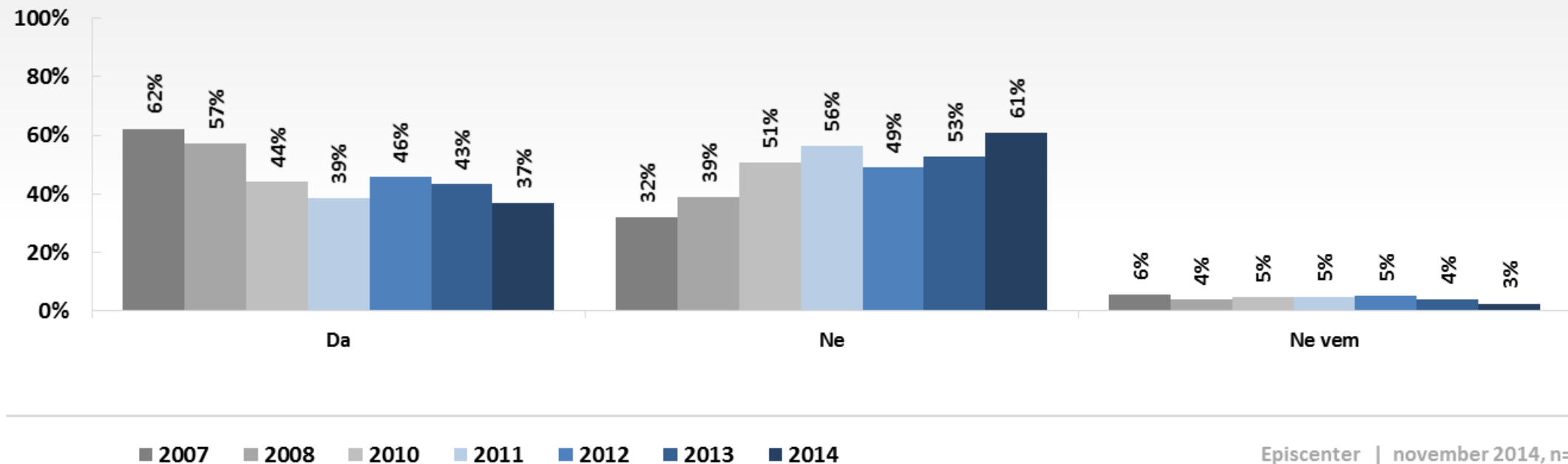
Episcenter | november 2014, n=702

Delež tistih, ki se jim dostava na dom ob sobotah zdi nujna, je padel na 38 %, delež tistih, ki jim je vseeno, pa je praktično izginil. Dostava poštnih pošilk na dom ob sobotah se v značilno večji meri zdi nujna zaposlenim, starim od 25 do 34 let, visoko izobraženim, prebivalcem Spodnje-posavske, Osrednjeslovenske in Obalno-kraške regije ter prebivalcem večjih mest. Dostava ob sobotah se v značilno manjši meri zdi nujna upokojencem, starim nad 55 let, poklicno izobraženim, prebivalcem Podravske in Savinjske regije in prebivalcem podeželja.

Pada delež tistih, ki imajo dostavo poštnih pošilk na dom ob sobotah, in je padel na 37 %



Ali imate pri vas dostavo poštnih pošilk na dom ob sobotah?



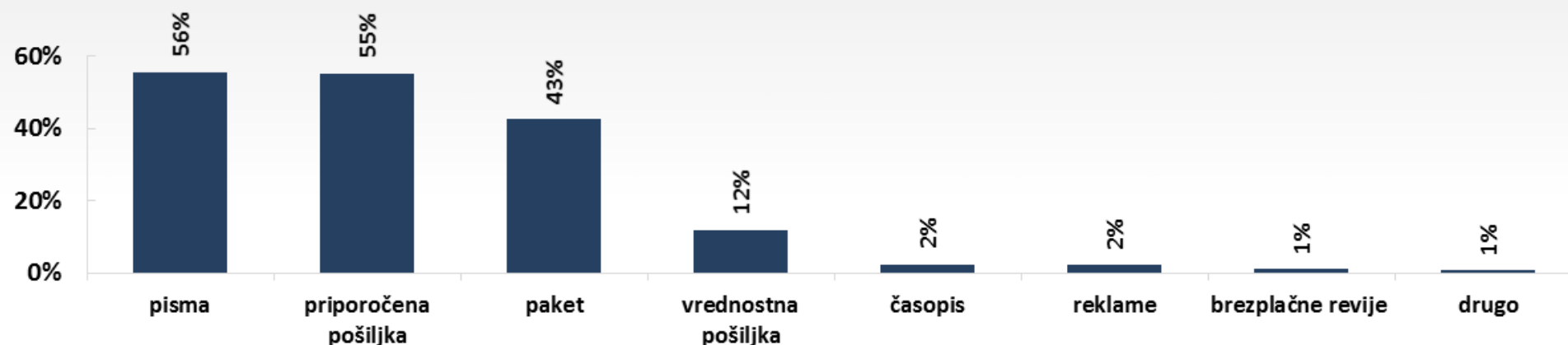
Episcenter | november 2014, n=702

Delež tistih, ki imajo dostavo poštnih pošilk na dom ob sobotah, je padel na 37 %, delež tistih, ki nimajo dostave poštnih pošilk na dom ob sobotah, pa je narastel na 61 %. Dostavo na dom ob sobotah imajo v značilno večji meri samozaposleni, prebivalci mest, krajev, večjih mest, Ljubljane ter Maribora. Dostavo na dom imajo v značilno manjši meri brezposelni, prebivalci Pomurske in Dolenjske regije ter prebivalci podeželja.

Ob sobotah so najpogostejše pošiljke pisma (56 %), priporočene pošiljke (55 %) in paketi (43 %)



Dostavo katerih pošilk pa imate ob sobotah ?



Episcenter | november 2014, n=259

Dostavo pisem imajo v značilno večji meri zaposleni, prebivalci Osrednjeslovenske regije, večjih mest, Ljubljane in Maribora, v značilno manjši meri pa brezposelni, prebivalci Savinjske regije in podeželja.

Dostavo paketov imajo v značilno večji meri zaposleni in samozaposleni, stari med 35 in 44 let, prebivalci Spodnje-posavske regije ter krajev in mest, v značilno manjši meri pa upokojenci, stari nad 55 let ter prebivalci podeželja.

Priporočene pošiljke v značilno večji meri prejemajo zaposleni, prebivalci Osrednjeslovenske regije ter prebivalci krajev, mest in večjih mest, v značilno manjši meri pa brezposelni in prebivalci podeželja.

Vrednostne pošiljke v značilno večji meri prejemajo zaposleni, stari med 35 in 44 let, prebivalci Dolenjske, Osrednjeslovenske in Notranjsko-kraške regije ter prebivalci Ljubljane in Maribora, v značilno manjši meri pa upokojenci, poklicno izobraženi ter prebivalci podeželja.

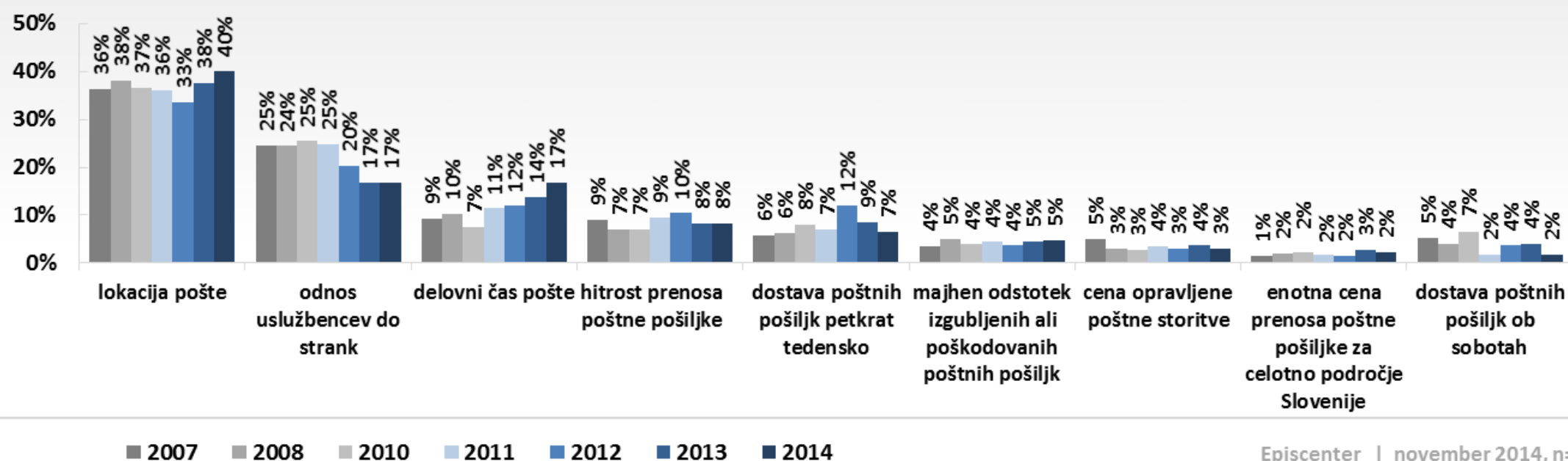
Kazalo vsebine

1. Obisk pošte
2. Pogodbene pošte
3. Oddaja in sprejem pošilk
4. Cene in roki prenosa
- 5. Kakovost**
6. Zadovoljstvo
7. Pritožbe
8. Reklamna sporočila in rumena nalepka
9. Uporaba storitev drugih izvajalcev

Najpomembnejši prvi dejavnik kakovosti poštne storitve ostaja lokacija pošte, ki jo navaja 40 % anketirancev



Najpomembnejši dejavnik kakovosti poštne storitve - prvi izbor



Episcenter | november 2014, n=702

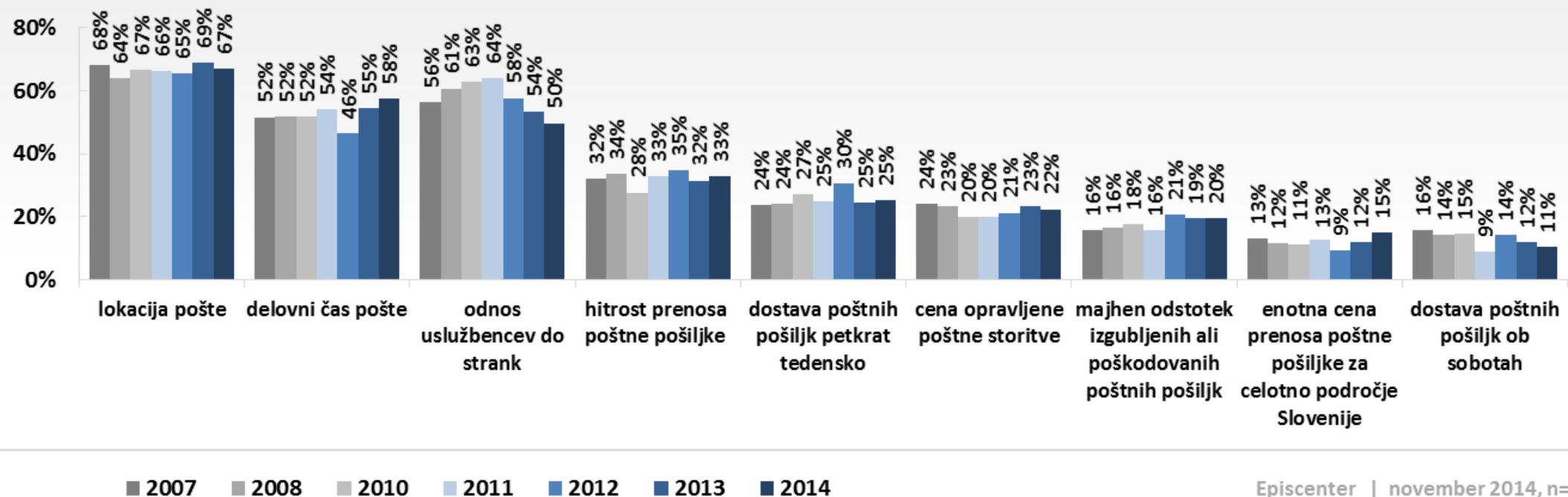
Pomen lokacije in delovnega časa pošte raste, rahlo pa pada pomen odnosa uslužbencev do strank in dostave poštne pošiljke petkrat tedensko. Pomembnost ostalih dejavnikov ostaja enaka.

Lokacija se v značilno večji meri zdi pomembna prebivalcem večjih mest, Ljubljane in Maribora, v značilno manjši meri pa dijakom in študentom. Odnos uslužbencev do strank se v značilno večji meri zdi pomemben prebivalcem Koroške, v značilno manjši meri pa starim od 25 do 34 let. Delovni čas pošte se v značilno večji meri zdi pomemben prebivalcem podeželja in Savinjske regije, v značilno manjši meri pa upokojujencem, prebivalcem Osrednjeslovenske regije ter krajev in mest.

Najpomembnejši skupni dejavniki kakovosti poštne storitve so lokacija, delovni čas in odnos uslužbencev



Najpomembnejši dejavnik kakovosti poštne storitve - skupno



Skupen pregled je seštevek vseh treh izborov, zato so odstotki višji. Na prvem mestu ostaja lokacija s približno enakim deležem, pomembnost delovnega časa je v zadnjih treh letih nekoliko narasla, pomembnost odnosa uslužbencev do strank pa je padla. Sledijo hitrost prenosa, dostava pošiljk petkrat tedensko, cena opravljene storitve in majhen odstotek izgubljenih ali poškodovanih poštnih pošiljk. Pomembnost enotne cene je nekoliko narasla, pomembnost dostave pošiljk ob sobotah pa je nekoliko padla.

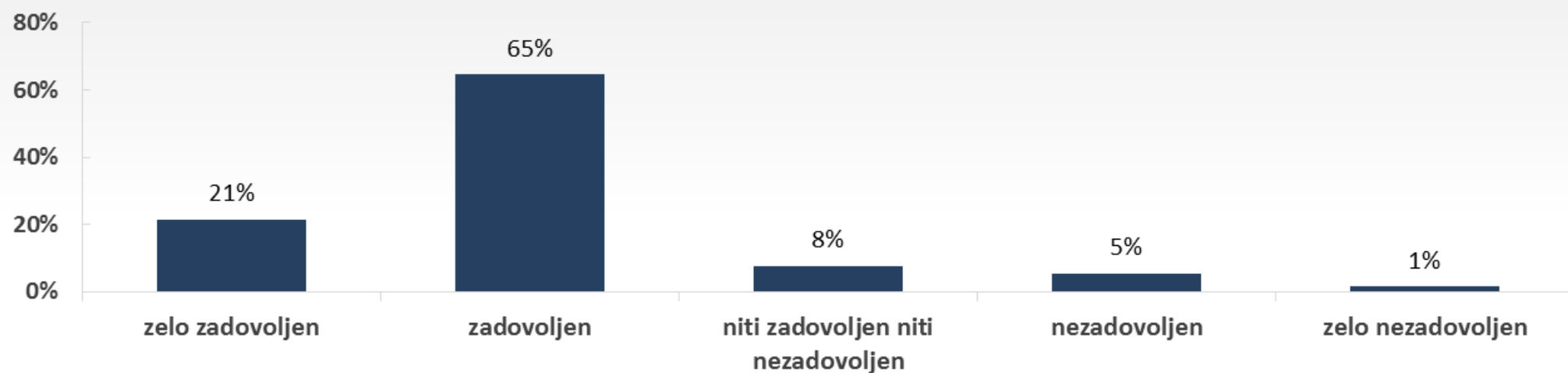
Kazalo vsebine

1. Obisk pošte
2. Pogodbene pošte
3. Oddaja in sprejem pošilk
4. Cene in roki prenosa
5. Kakovost
- 6. Zadovoljstvo**
7. Pritožbe
8. Reklamna sporočila in rumena nalepka
9. Uporaba storitev drugih izvajalcev

Z oddaljenostjo poštne nabiralnika od doma je zadovoljnih ali zelo zadovoljnih 86 % anketirancev



Kako zadovoljni ste z oddaljenostjo vašega najbližjega poštne nabiralnika od vašega doma?



Episcenter | november 2014, n=568

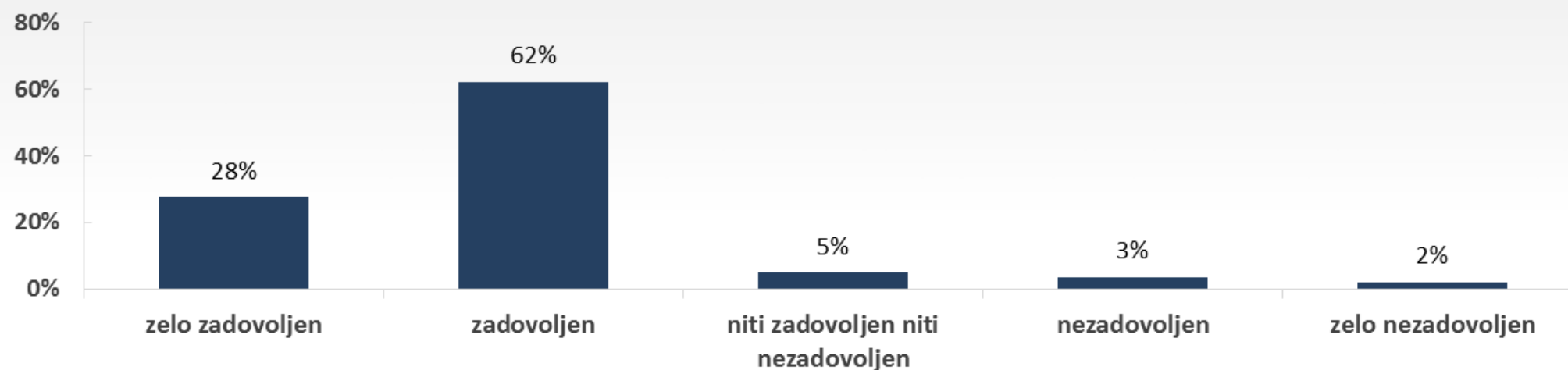
Največ anketirancev je zadovoljnih (65 %), sledijo zelo zadovoljni (21 %) in niti zadovoljni niti nezadovoljni (8 %). Nezadovoljnih je 5 %, zelo nezadovoljnih pa 1 %. Ženske, visoko izobraženi in prebivalci Gorenjske so v značilno večji meri zelo zadovoljni, moški pa so v značilno manjši meri zelo zadovoljni. Poklicno izobraženi so v značilno večji meri zadovoljni. Prebivalci Notranjsko-kraške regije so v značilno večji meri nezadovoljni. Prebivalci podeželja so v značilno večji meri nezadovoljni. Prebivalci večjih mest ter Ljubljane in Maribora so v značilno večji meri zelo zadovoljni.

To vprašanje je letos prvič in je del indeksa zadovoljstva z univerzalno storitvijo.

Z oddaljenostjo pošte od doma je zadovoljnih ali zelo zadovoljnih 90 % anketirancev



Kako zadovoljni ste z oddaljenostjo vaše najbližje pošte od vašega doma?



Episcenter | november 2014, n=568

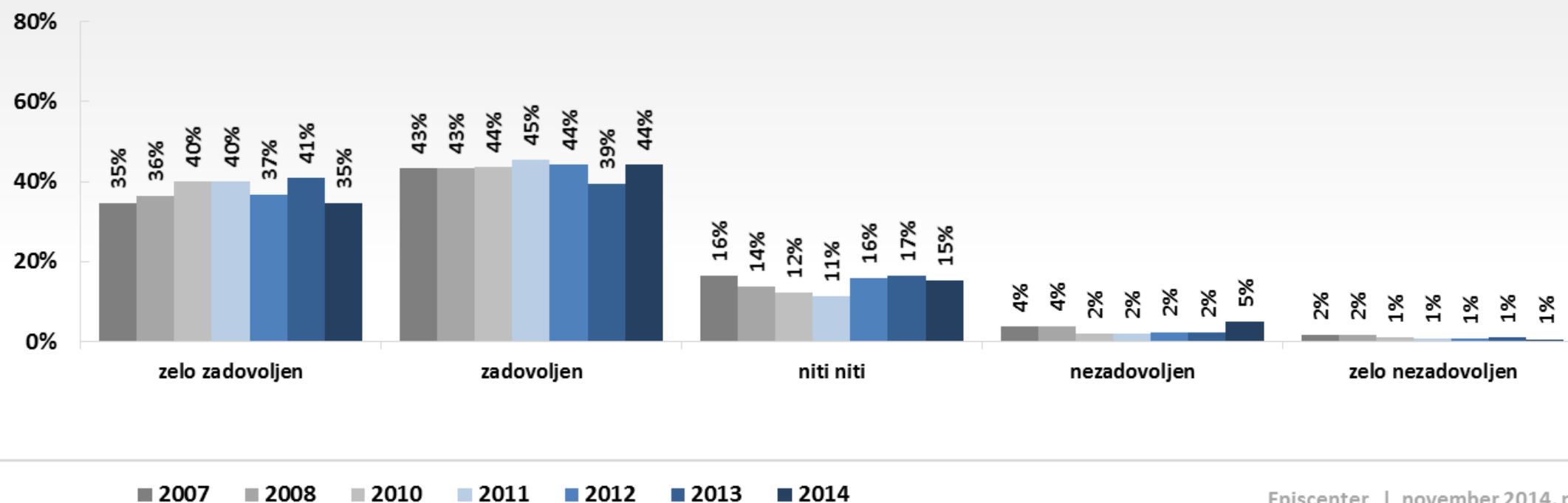
Z oddaljenostjo najbližje pošte od doma je zelo zadovoljnih 28 % anketirancev, zadovoljnih pa 62 % anketirancev. V značilno večji meri so zelo zadovoljni brezposelni, stari med 25 in 34 let, prebivalci Spodnje-posavske regije in Osrednjeslovenske regije ter prebivalci večjih mest ter Ljubljane in Maribora. V značilno večji meri so zadovoljni osnovnošolsko izobraženi ter prebivalci krajev in mest. V značilno večji meri so nezadovoljni prebivalci Savinjske regije. V značilno večji meri so zelo nezadovoljni prebivalci Podravske regije ter podeželja.

To vprašanje je letos prvič in je del indeksa zadovoljstva z univerzalno storitvijo.

Približno enak (79 %) ostaja delež zadovoljnih in zelo zadovoljnih s hitrostjo opravljanja storitev



Ocenite vaše zadovoljstvo s hitrostjo opravljanja storitev na poštah?



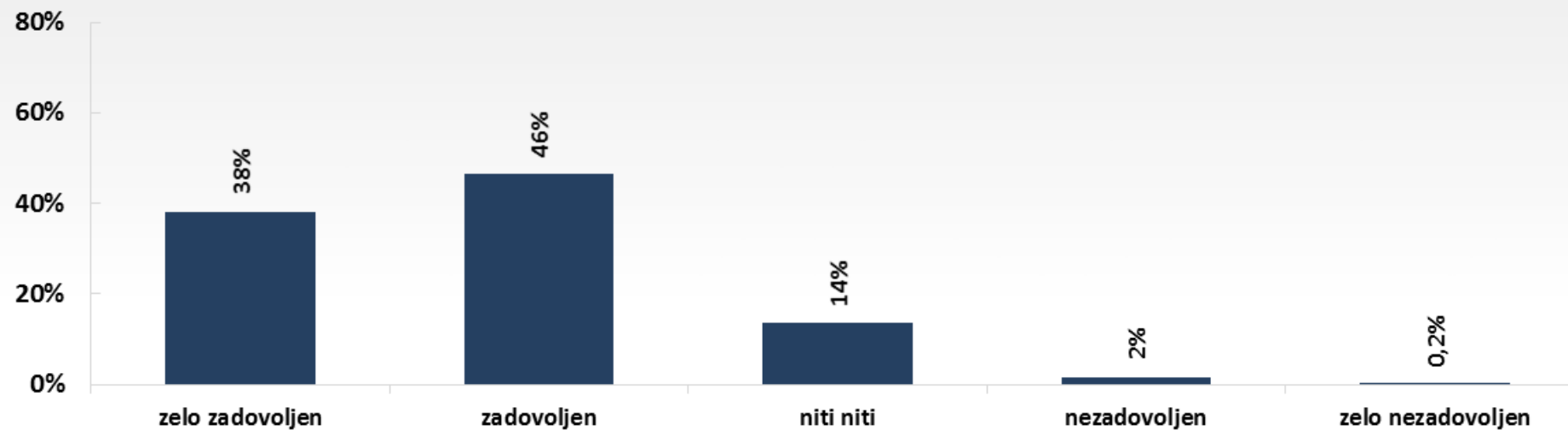
Episcenter | november 2014, n=702

Med zaposlenimi, mlajšimi od 35 let, moškimi, srednješolsko izobraženimi, prebivalci Savinjske regije in večjih mest je značilno nižji delež zelo zadovoljnih, med upokojenci, starejšimi od 65 let, ženskami, osnovnošolsko izobraženimi, prebivalci Koroške regije pa značilno višji delež zelo zadovoljnih.

Zadovoljnih in zelo zadovoljnih v splošnem s poštnimi storitvami je 84 % anketirancev



Kako pa bi ocenili vaše splošno zadovoljstvo s poštnimi storitvami?



Episcenter | november 2014, n=702

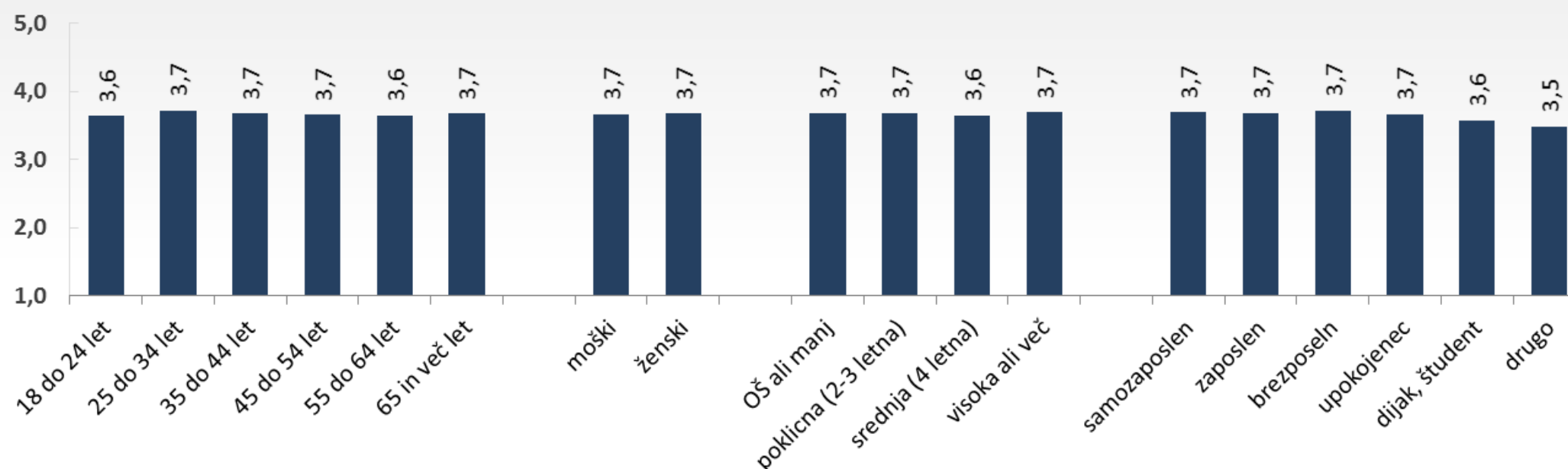
Med zaposlenimi, dijaki, študenti, mlajšimi od 35 let, moškimi ter srednješolsko in visokošolsko izobraženimi je značilno nižji delež zelo zadovoljnih v splošnem, med upokojenci, starejšimi od 55 let, ženskami, osnovnošolsko izobraženimi ter prebivalci Zasavske in Goriške regije pa značilno višji delež zelo zadovoljnih v splošnem s poštnimi storitvami.

Kot razloge za splošno nezadovoljstvo anketiranci navajajo: delovni čas pošte, počasnost in neprijaznost uslužbencev, postopanje poštarjev in ukinjanje manjših pošt.

Indeks zadovoljstva s pošto storitvijo po starosti, spolu, izobrazbi in zaposlitvenem statusu



Indeks zadovoljstva z univerzalno pošto storitvijo po starosti, spolu, izobrazbi in zaposlitvi



Episcenter | november 2014, n=702

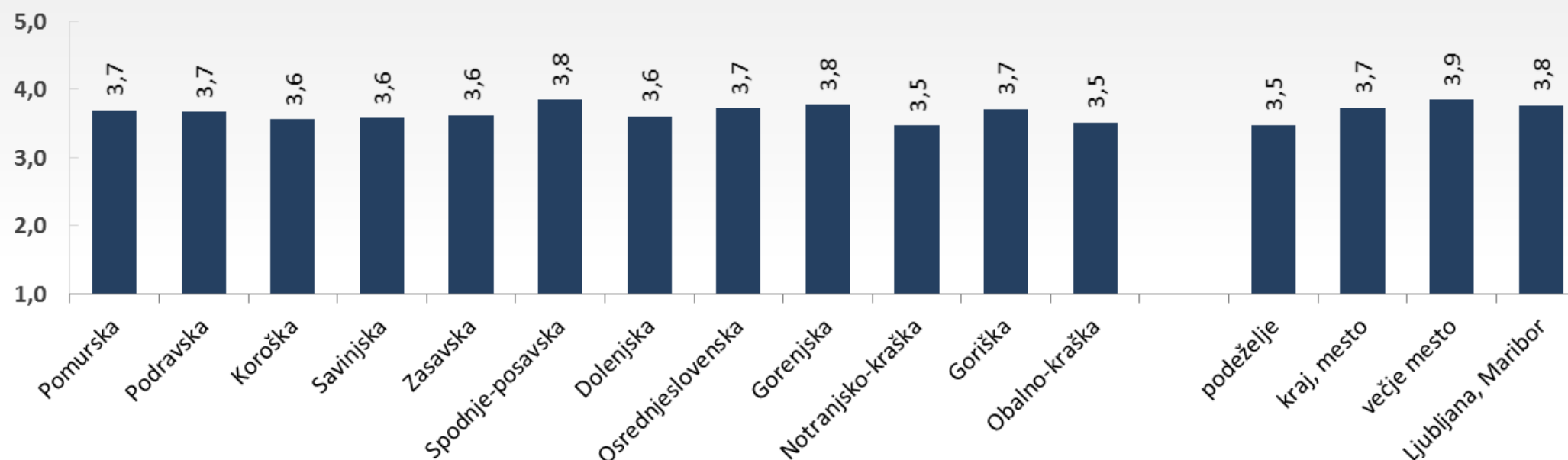
Indeks zadovoljstva s pošto storitvijo je uveden na novo in izračunan kot povprečje zadovoljstva z oddaljenostjo poštnega nabiralnika, oddaljenostjo pošte in mnenja o ceni navadnega pisma. Povprečen indeks je 3,7.

Značilnih razlik pri teh demografskih skupinah ni.

Indeks zadovoljstva s pošto storitvijo po regiji in tipu kraja



Indeks zadovoljstva z univerzalno pošto storitvijo po regiji in tipu kraja



Episcenter | november 2014, n=702

Indeks zadovoljstva s pošto storitvijo je uveden na novo in izračunan kot povprečje zadovoljstva z oddaljenostjo poštnega nabiralnika, oddaljenostjo pošte in mnenja o ceni navadnega pisma. Povprečen indeks je 3,7.

Značilna razlika pri teh demografskih skupinah je samo pri tipu kraja, kjer je na podeželju indeks značilno nižji, kar pomeni, da so na podeželju ljudje manj zadovoljni z univerzalno pošto storitvijo.

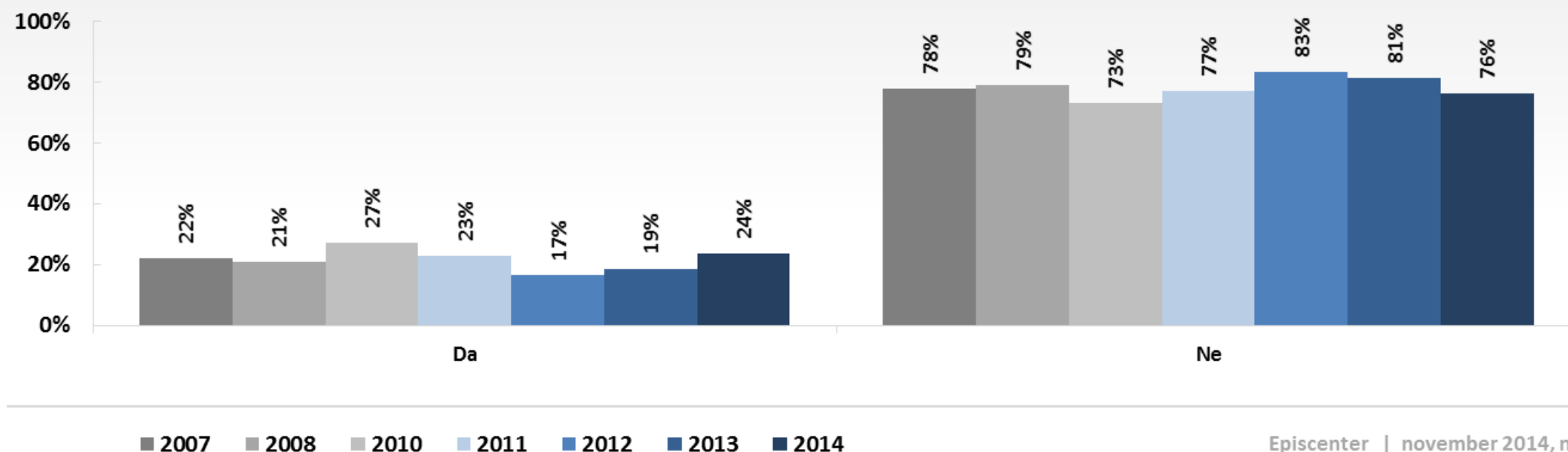
Kazalo vsebine

1. Obisk pošte
2. Pogodbene pošte
3. Oddaja in sprejem pošilk
4. Cene in roki prenosa
5. Kakovost
6. Zadovoljstvo
- 7. Pritožbe**
8. Reklamna sporočila in rumena nalepka
9. Uporaba storitev drugih izvajalcev

Delež tistih, ki so seznanjeni s pritožbenim postopkom v primeru poškodovanih pošilk, je zrasel na 24 %



Ali ste seznanjeni s pritožbenim postopkom in možnimi odškodninami v primeru poškodovanih pošilk, uničenja, prekoračitve roka prenosa ipd. ?



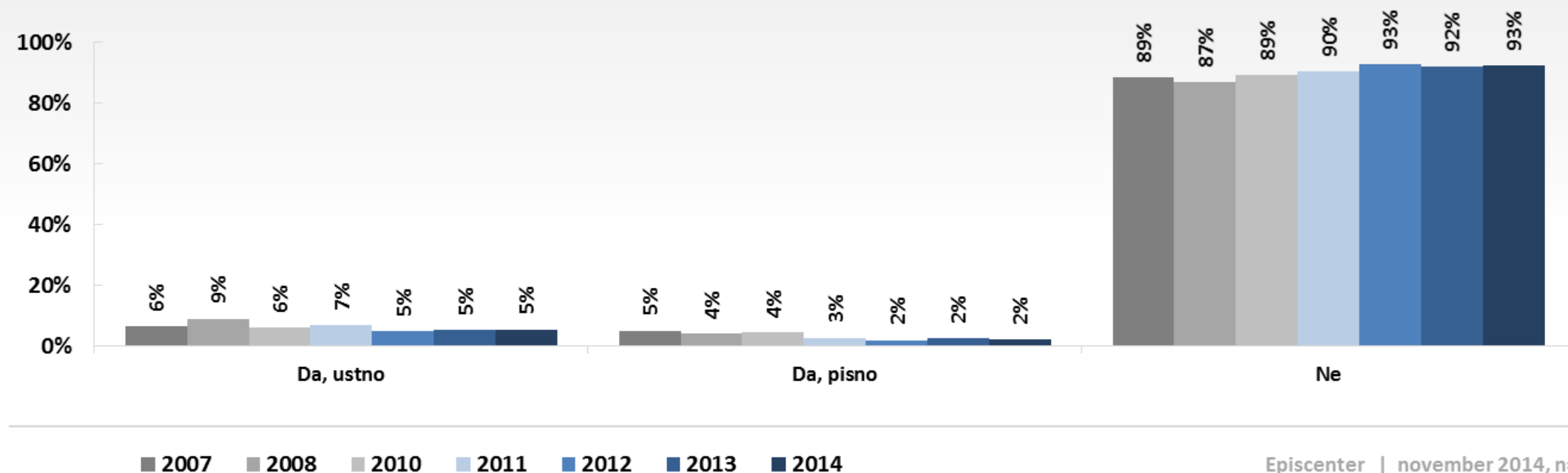
Delež tistih, ki niso seznanjeni s pritožbenim postopkom in možnimi odškodninami v primeru poškodovanih pošilk, uničenja in prekoračitve rokov prenosa, rahlo pada in je padel na 76 %.

V značilno večji meri so s pritožbenim postopkom seznanjeni brezposelni ter prebivalci Podravske regije, v značilno manjši meri pa prebivalci podeželja.

Enak ostaja delež anketirancev, ki so kdaj vložili pritožbo: 5 % je vložilo ustno in 2 % pisno pritožbo



Ali ste že kdaj vložili kakšno pritožbo zaradi nezadovoljstva z opravljeno pošto storitvijo?



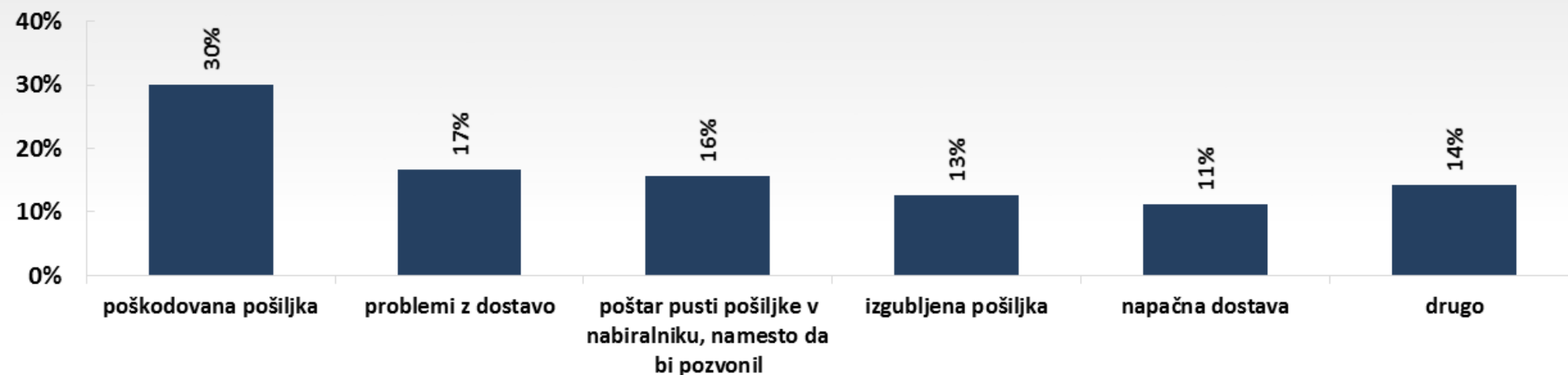
Episcenter | november 2014, n=702

Delež tistih, ki niso nikoli vložili pritožbe zaradi nezadovoljstva s pošto storitvijo, ostaja enak na 93 %. Ustno pritožbo so v značilno večji meri vložili osnovnošolsko izobraženi, prebivalci Savinjske in Obalno-kraške regije ter prebivalci podeželja. Pisno pritožbo so v značilno večji meri vložili nezaposleni ter prebivalci Obalno-kraške regije. Mladi do 24 let in moški niso v značilno večji meri vložili nobene pritožbe

Najpogostejši razlogi za pritožbo so poškodovana pošiljka, dostava in puščanje pošte v nabiralniku namesto zvonjenja



Kakšen je bil razlog za pritožbo?



Episcenter | november 2014, n=52

Razlogi za pritožbo so

- poškodovana pošiljka (30 %)
- problemi z dostavo (17 %): poštar pusti pošto na pokrovu nabiralnika in ne v nabiralniku; poštar je paket pustil na nabiralniku in odšel, paket pa je nato nekdo odnesel; poštar ne zapre nabiralnika; poštar prihaja na dva dni; poštar prinese pošiljko en mesec kasneje; reklame dobivajo zjutraj, pošto pa popoldan; niso upoštevali pooblastila in pooblaščenice osebi niso izročili pošiljke
- poštar pusti pošiljko v nabiralniku, namesto da bi pozvonil (16 %)
- izgubljena pošiljka (13 %)
- napačna dostava (11 %)
- drugo (14 %): na pošti niso upoštevali preusmeritve pošte ob preselitvi; uslužbenke zamenjujejo študenti in niso dobili svoje pošte; dostava reklam kljub rumeni nalepki; uslužbenka je na glas povedala stanje na računu; pošiljka ni bila dostavljena v pravem času

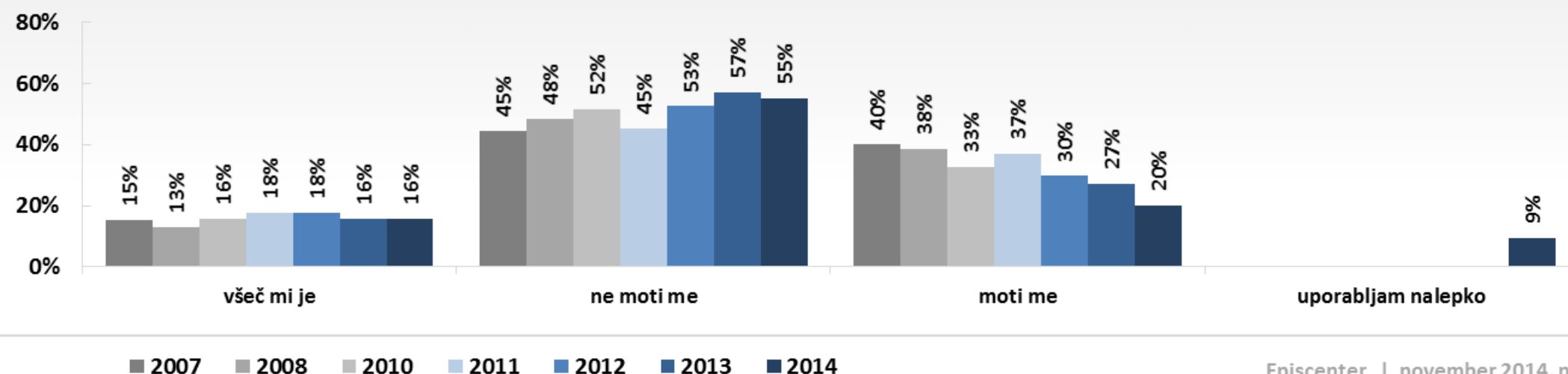
Kazalo vsebine

1. Obisk pošte
2. Pogodbene pošte
3. Oddaja in sprejem pošilk
4. Cene in roki prenosa
5. Kakovost
6. Zadovoljstvo
7. Pritožbe
- 8. Reklamna sporočila in rumena nalepka**
9. Uporaba storitev drugih izvajalcev

Pada delež anketirancev, ki jih nenaslovljena oglaševalska in marketinška sporočila na dom motijo



Kaj menite o prejemanju nenaslovljenih oglaševalskih, marketinških in drugih reklamnih sporočil na dom?



Episcenter | november 2014. n=702

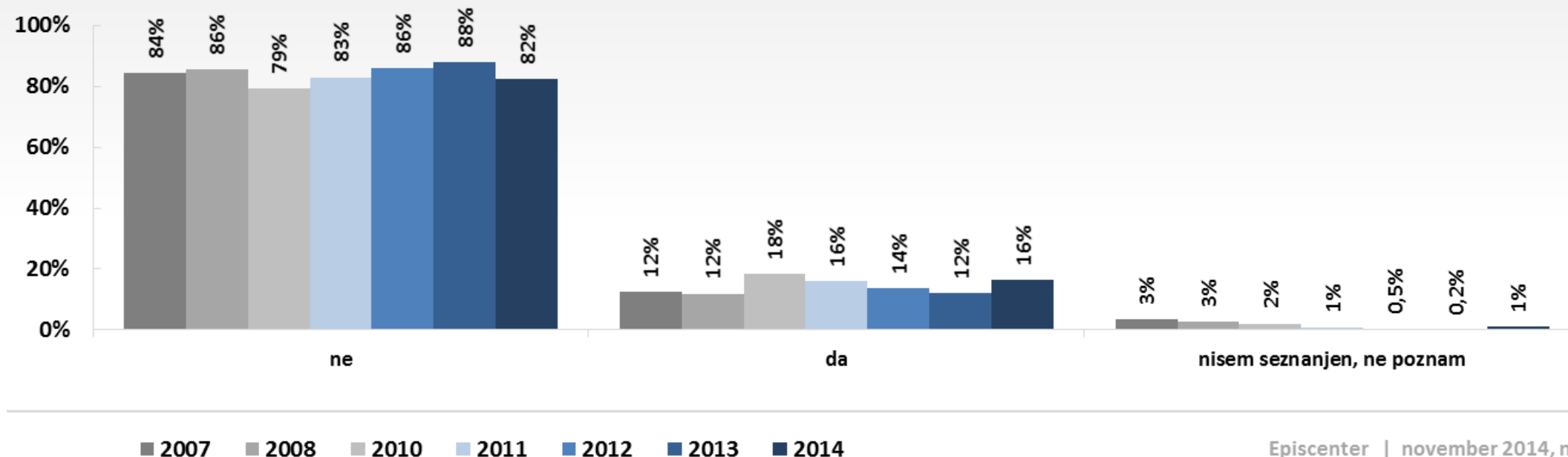
Delež tistih, ki jim je prejemanje nenaslovljenih oglaševalskih sporočil všeč, ostaja enak okrog 16 %, delež tistih, ki jih ne moti, ostaja približno enak okrog 55 %, delež tistih, ki jih moti, pa je padel na 20 %. Dodali smo novo kategorijo „uporabljam nalepko“, ki jo je spontano navedlo 9 % anketirancev.

Prejemanje sporočil je v značilno večji meri všeč brezposelnim, ženskam in osnovnošolsko izobraženim, v značilno manjši meri pa moškim. V značilno večji meri moti samozaposlene, starejše od 65 let in visoko izobražene, v značilno manjši meri pa študente in dijake ter mlajše od 24 let. Nalepko v značilno večji meri uporabljajo visoko izobraženi, prebivalci Osrednjeslovenske in Obalno-kraške regije ter prebivalci Ljubljane in Maribora, v značilno manjši meri pa osnovnošolsko in poklicno izobraženi, prebivalci Pomurske, Podravske in Goriške regije ter prebivalci podeželja.

Raste delež anketirancev (16 %), ki uporabljajo rumeno nalepko



Ali uporabljate rumeno nalepko, ki prepoveduje vstavljanje nenaslovljenih oglaševalskih, marketinških in drugih reklamnih sporočil v vaš hišni predalčnik?



Episcenter | november 2014, n=702

Na to vprašanje so odgovarjali anketiranci, ki pri prejšnjem vprašanju niso navedli, da uporabljajo rumeno nalepko (n=637). Tiste, ki pa so navedli, da uporabljajo rumeno nalepko, smo prišteli k odgovoru „da“. Na podlagi tega imamo podatek, da rumeno nalepko uporablja 16 %, kar pomeni, da je delež od lanskega leta zrasel.

Rumeno nalepko v značilno večji meri uporabljajo zaposleni, dijaki in študenti, visoko izobraženi, prebivalci Osrednjeslovenske regije, Ljubljane in Maribora, v značilno manjši meri pa brezposelni in upokoјenci, osnovnošolsko izobraženi ter prebivalci podeželja. Prebivalci podeželja so tudi v značilno manjši meri seznanjeni z rumeno nalepko.

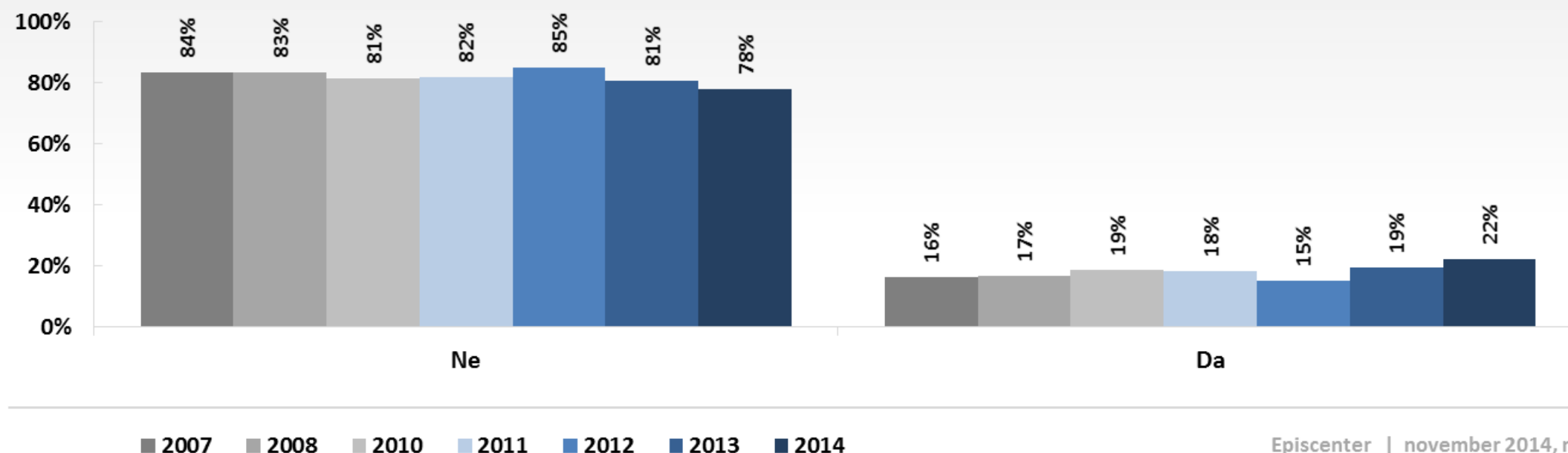
Kazalo vsebine

1. Obisk pošte
2. Pogodbene pošte
3. Oddaja in sprejem pošilk
4. Cene in roki prenosa
5. Kakovost
6. Zadovoljstvo
7. Pritožbe
8. Reklamna sporočila in rumena nalepka
- 9. Uporaba storitev drugih izvajalcev**

Raste delež anketirancev (22 %), ki so uporabili storitve drugih izvajalcev poleg Pošte Slovenije



Ali ste poleg Pošte Slovenije že uporabili storitve še kakšnega drugega izvajalca poštnih storitev?



Episcenter | november 2014, n=702

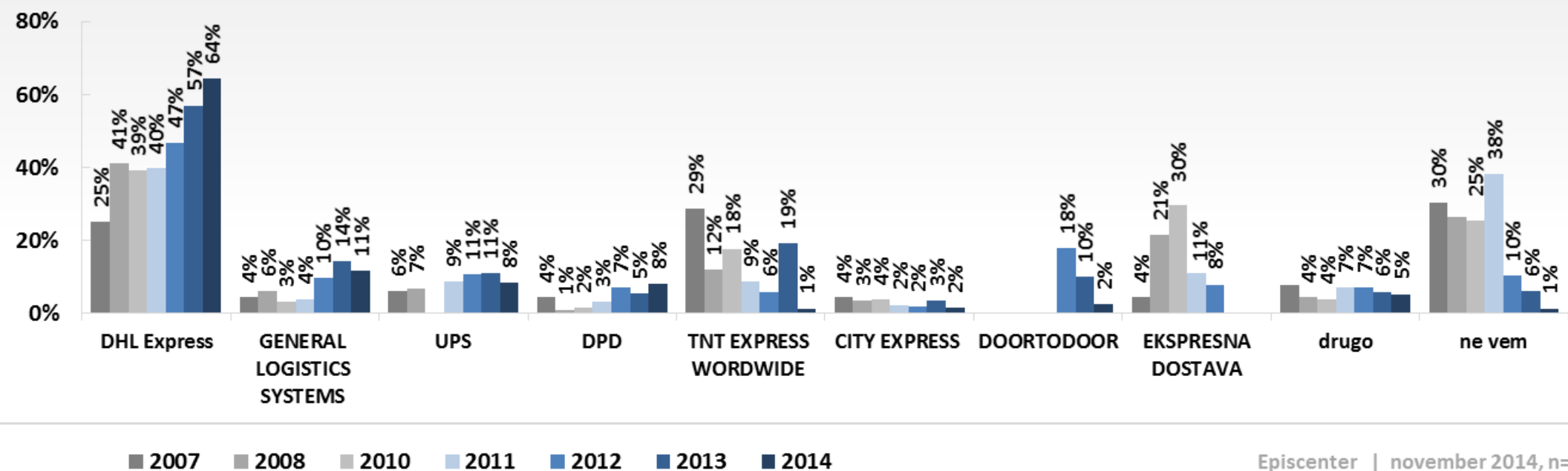
Storitve drugih izvajalcev poštnih storitev so v značilno večji meri uporabili samozaposleni in zaposleni, stari od 25 do 44 let, moški, srednješolsko in visokošolsko izobraženi ter prebivalci Osrednjeslovenske regije.

V značilno manjši meri pa so storitve drugih izvajalcev uporabili upokoјenci, starejši od 45 let, ženske, osnovnošolsko in poklicno izobraženi, prebivalci Pomurske in Goriške regije ter prebivalci podeželja.

Najbolj raste DHL, ki dosega 64 % med drugimi izvajalci, načeloma rastejo tudi GLS, UPS in DPD



Katere druge izvajalce poštnih storitev se še uporabli poleg Pošte Slovenija ?



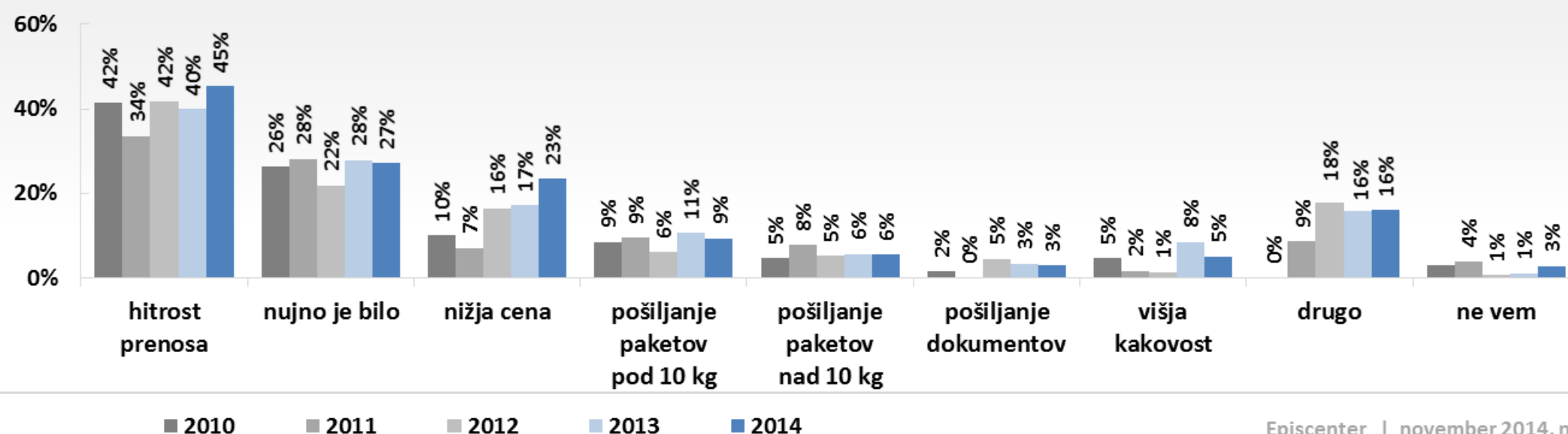
Episcenter | november 2014, n=155

V zadnjih letih vrtoglavo raste DHL, rahlo rastejo GLS, UPS in DPD, močno pa so padli TNT, Doortodoor in Ekspresna dostava. Pod drugo najdemo Kurirček, Fedex, Intereuropa in Slovenske železnice.

Pomen hitrosti in cene pri uporabi storitev drugih izvajalcev raste, pomen nujnosti ostaja enak



Zakaj ste uporabili storitve drugih izvajalcev poštних storitev?



Episcenter | november 2014, n=155

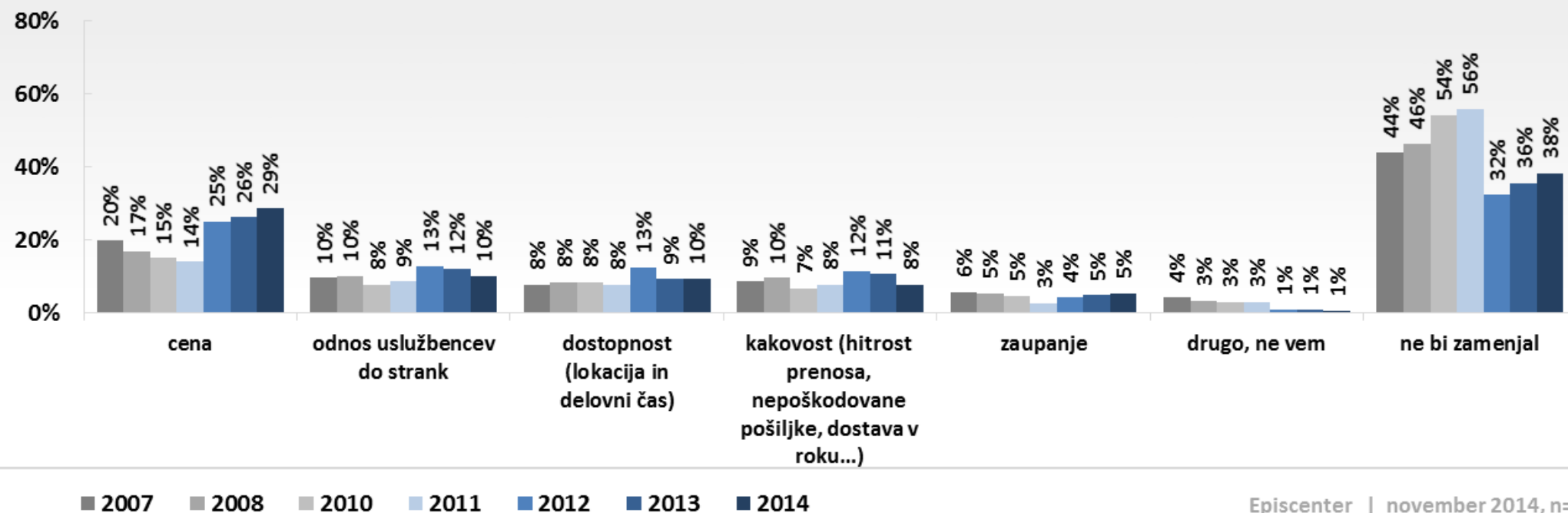
Kot razlog za uporabo drugih izvajalcev je narasla hitrost (45 %), enak delež ohranja nujnost (27 %), raste pa pomen cene (23 %). Med tistimi, ki so storitve drugih izvajalcev uporabili zaradi hitrosti, so v značilno večji meri brezposelni, prebivalci Savinjske regije, v značilno manjši meri pa prebivalci Gorenjske regije. Med tistimi, ki so storitve uporabili zaradi nujnosti, so v značilno večji meri brezposelni, stari 25 do 34 let in prebivalci Osrednjeslovenske regije. Med tistimi, ki so storitve uporabili zaradi nižje cene, ni značilnih odstopanj.

Možna sta bila dva odgovora (glavni razlog in ostali razlogi), ki sta tukaj sešteta v eno, tako kot lansko leto.

Cena dobiva večji vpliv na zamenjavo izvajalca poštних storitev, povečuje se zvestoba



Kaj je glavni razlog, ki bi lahko vplival na vas, da bi zamenjali izvajalca poštних storitev?



Episcenter | november 2014, n=547

Kot glavni razlog za morebitno zamenjavo ostaja in raste cena, raste tudi delež tistih, ki ne bi zamenjali ponudnika.

Cena in kakovost bi kot glavni razlog lahko v značilno večji meri vplivala na dijake in študente ter mlajše od 24 let, zaupanje na brezposelne in stare od 45 do 54 let, dostopnost pa na zaposlene. Upokojenci in starejši od 55 let v značilno večji meri ne bi zamenjali izvajalca.

Hvala lepa.

O Episcentru

Episcenter d.o.o.

Bravničarjeva ulica 13,

1000 Ljubljana

t: 1 470 26 05

e: info@episcenter.si

marko.limbek@episcenter.si

www.episcenter.si

Kot **tržno-raziskovalno podjetje z lastnim klicnim centrom** smo v slovenskem prostoru prisotni od leta 2000, z avgustom 2010 smo vpisani tudi v evidenco raziskovalnih zavodov in organizacij Javne agencije za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije (**ARRS**).

Na področju raziskav obvladujemo metodologijo **javnomnenjskega, trženjskega in medijskega raziskovanja**. Pri raziskovanju ob uporabi sodobne informacijske tehnologije sledimo standardom **kakovosti in strokovnosti**, ob zavedanju odgovornosti do svojih naročnikov. S celostnim pristopom in na podlagi opravljenih analiz ter izkušenj, naročnikom nudimo kvalitetno strokovno **svetovanje** za potrebe poslovanja in odločitev.

Celostni pristop k upravljanju odnosov s strankami je naša bistvena prednost, saj na podlagi rezultatov opravljenih raziskav in skladno z zastavljenimi cilji izdelamo strategijo direktnega nagovarjanja.

Pri svojem delu upoštevamo standarde in merila svetovnega združenja trženjskih in javnomnenjskih raziskovalcev ICC/ESOMAR (International Code on Market and Social Research).

Naši naročniki

Acenta d.o.o. | Adriatic Slovenia d.d. | Alianta d.o.o. | Časnik Finance d.d. | DARS d.d. | DCC Marketing d.o.o. | Dialog-si.net d.o.o. | Domina Grand Media Hotel&Casino | Državni svet RS | Electrolux Ljubljana d.o.o. | Energos d.o.o. | Engrotuš d.o.o. | Fakulteta za management Koper | Fakulteta za turistične študije Portorož - Turistica | Futura DDB d.o.o. | GM&M d.o.o. | Info TV | Infonet media d.d. | Inovatif d.o.o. | Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije | KD Group d.d. | KD Holding d.d. | KD Življenje d.d. | Kemofarmacija d.d. | Kliping d.o.o. | Kmetijsko gozdarska zbornica Slovenije | Kontrastika d.o.o. | Jagros d.o.o. | Javni zavod Lekarna Ljubljana | Luna TBWA | Mediamix d.o.o. | Mercator, d.d. | Ministrstvo za javno upravo RS | Ministrstvo za obrambo RS | Ministrstvo za promet RS | Občina Krško | Občina Medvode | Občina Ormož | Občina Pivka | Občina Sevnica | Občina Slovenj Gradec | Občina Sv. Jurij ob Ščavnici | Občina Videm | Oikos d.o.o. | Plan e d.o.o. | Poloplus d.o.o. | Pristop Consensus d.o.o. | Pristop d.o.o. | Propiar d.o.o. | Sava d.d. | Senca.net d.o.o. | Simbio d.o.o. | Sklad obrtnikov in podjetnikov | Slovenska turistična organizacija | Služba Vlade RS za lokalno samoupravo in regionalno politiko | Studio Meditas d.o.o. | Tedenski Žurnal d.o.o. | T-2 d.o.o. | T.F. Lovše d.o.o. | Trgovinska zbornica Slovenije | Urad Vlade RS za komuniciranje | Uspeh d.o.o. | Venetica d.o.o. | Venturia d.o.o. | Zavarovalnica Maribor d.d. | Zavarovalnica Tilia d.d. | Zavod iskreni.net ...