

AKOS

Raziskava o nakupnih navadah uporabnikov pri kupovanju preko spleta

POROČILO

episcenter

Raziskava o nakupnih navadah uporabnikov pri kupovanju preko spleta

Naročnik

AKOS
Stegne 7
1000 Ljubljana

Izvajalec

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

Oktober 2023

Časovni okvir zbiranja podatkov

20. september–10. oktober 2023

Metoda zbiranja podatkov

CAWI
(spletno anketiranje)

Vzorec

n=1010
Vzorec je naknadno utežen glede na spol, starost, izobrazbo in regijo polnoletnih prebivalcev Slovenije

Namen

Namen je ugotoviti, kakšne so nakupne navade uporabnikov poštnih storitev pri kupovanju preko spleta (pogostost opravljanja nakupov, vrste nakupov ipd.), razlogi za opravljanje spletnih nakupov, kateri so dejavniki, ki vplivajo na izbiro načina dostave in izvajalca dostave, kakšno je zadovoljstvo uporabnikov s cenami in roki prenosa ter kakovostjo izvedenih poštnih storitev.

Metodološka pojasnila in napotki za branje poročila

Metoda zbiranja podatkov

Anketiranje je potekalo s CAWI metodo (spletno anketiranje). Podatki so bili zbrani s pomočjo [platforme EpisXperience](#).

Vzorčni okvir, vzorčenje, vzorec

Enote pri splošni javnosti so bile vzorčene iz spletnega panela izvajalca. Vzorec je bil naknadno utežen glede na spol, starost, izobrazbo ter regijo.

Ciljna skupina

Uporabniki poštnih storitev, ki opravljajo spletne nakupe fizičnih izdelkov.

Vprašalnik

Uporabljen je bil standardiziran vprašalnik. Vprašalnik je imel večino vprašanj zaprtega tipa. Povprečen čas izpolnjevanja vprašalnika je bil 16 minut.

Poročilo

V poročilu so prikazani rezultati glede na celotni vzorec uporabnikov ter glede na dva profila uporabnikov, z vidika pogostosti uporabe:



Pogosti uporabniki



Občasni uporabniki

Rezultati raziskave so predstavljeni po naslednjih vsebinskih sklopih:

- 1 **Profil uporabnikov:** Glede na pogostost nakupov
- 2 **Spletno nakupovanje:** Nakupne navade
- 3 **Dostava in vračilo:** Pričakovanja glede dostave in vračil
- 4 **Zadovoljstvo z dostavo:** Dejavniki izbire, zadovoljstvo in reklamacije

Legenda uporabljenih kratic in izrazov v poročilu

Odprto

Oznaka za odprto vprašanje. Anketiranci so prosto navedli odgovore, ki so bili pri analizi združeni v smiselne kategorije oz. vsebinsko analizirani. Pri analizi so upoštevani le vsebinsko in pomensko smiselni odgovori, neopredeljeni so iz analize izločeni.

Multi

Oznaka za vprašanje z več možnimi odgovori. Anketiranci so lahko izbrali oz. navedli več odgovorov, zato vsota deležev pri teh vprašanjih presega 100 %.

Filter

Oznaka za vprašanje na katerega niso odgovarjali vsi anketiranci, pač pa le tisti, ki jih vprašanje zadeva.

Osnova

Oznaka vsebuje informacijo, o tem, kdo je odgovarjal na vprašanje oz. opredeli del vzorca, ki je vključen v analizo. Pripisana je velikost vzorca oz. podvzorca.

n

Oznaka za velikost vzorca oziroma podvzorca. Označuje število anketirancev, ki so odgovarjali na vprašanje oz. so bili vključeni v analizo.

Oznake - srednje vrednosti:

M Oznaka za povprečje (aritmetično sredino). Označuje povprečno vrednost na lestvici 1-5.

SD Oznaka za standardni odklon, ki meri razpršenost podatkov okoli aritmetične sredine.

Mode Oznaka za modus, najpogosteje navedeno vrednost.

Median Označuje mediano, vrednost, od katere ima polovica podatkov manjše ali enake vrednosti, polovica pa večje ali enake vrednosti.

Pri izračunu srednjih vrednosti so v analizi upoštevani le opredeljeni anketiranci.

Oznake - značilna odstopanja:

Vrednosti, ki na podvzorcih statistično značilno (pri 95% stopnji zaupanja) odstopajo, so v tabelaričnih prikazih obarvane:

23,2%

Rdeče: označuje značilno nižjo vrednost glede na celotni vzorec.

30,1%

Zeleno: označuje značilno višjo vrednost glede na celotni vzorec.

Struktura vzorca

n=1010

		Vzorec	
	SKUPAJ	1010	100,0 %
Spol	moški	462	45,8 %
	ženski	548	54,2 %
Starost	18–24 let	76	7,5 %
	25–34 let	120	11,9 %
	35–44 let	212	21,0 %
	45–54 let	184	18,2 %
	55–64 let	176	17,4 %
	65 let in več	242	24,0 %
Izobrazba	Osnovna ali poklicna	207	20,5 %
	Srednja strokovna/splošna	430	42,6 %
	Višja ali visoka	362	35,8 %
	Brez odgovora	11	1,1 %
Zaposlitveni status	Študent	59	5,8 %
	Zaposlen	516	51,1 %
	Samozaposlen	53	5,2 %
	Upokojenec	322	31,9 %
	Nezaposlen, gospodinja, invalid, drugo	60	5,9 %
Osebni dohodek	Do 500 EUR	72	7,1 %
	501 do 1000 EUR	289	28,6 %
	1001 do 1500 EUR	268	26,5 %
	1501 do 2000 EUR	168	16,6 %
	2001 do 3000 EUR	79	7,8 %
	Nad 3000 EUR	23	2,3 %
	Brez dohodkov	9	0,9 %
Brez odgovora	102	10,1 %	

		Vzorec	
	SKUPAJ	1010	100,0 %
Regija	Pomurska	51	5,0 %
	Podravska	143	14,2 %
	Koroška	35	3,5 %
	Savinjska	127	12,6 %
	Zasavska	32	3,2 %
	Posavska	34	3,4 %
	Jugovzhodna Slovenija	63	6,2 %
	Osrednjeslovenska	276	27,3 %
Tip naselja	Gorenjska	93	9,2 %
	Primorsko-notranjska	35	3,5 %
	Goriška	61	6,0 %
	Obalno-kraška	60	5,9 %
	Podeželsko	439	43,5 %
Zadnji e-nakup fizičnega izdelka	Predmestje	156	15,4 %
	Mesto	415	41,1 %
	V zadnjih treh mesecih	883	87,4 %
Zanimanje za zaposlitveni status dostavljavca	Pred več kot tremi meseci	115	11,4 %
	Ne vem, se ne spomnim	12	1,2 %
	Da	57	5,7 %
Zanimanje za zaposlitveni status dostavljavca	Mogoče	180	17,8 %
	Ne	773	76,5 %

*Pri vsoti deležev lahko zaradi zaokroževanja pride do ± 1 -odstotnega odstopanja od 100 %

Raziskava o nakupnih navadah uporabnikov pri kupovanju preko spleta



Ciljna skupina: Uporabniki poštinskih storitev pri kupovanju preko spleta
Časovni okvir zbiranja podatkov: 20. september–10. oktober 2023
Velikost realiziranega vzorca: n=1010
Metoda zbiranja podatkov: Spletno anketiranje, spletni panel izvajalca
Naročnik: AKOS
Izvajalec: Episcenter, d.o.o.

PROFIL UPORABNIKOV

39 %

Pogosti uporabniki



V povprečju opravijo:
2-3 nakupe/mesec

V povprečju opravijo:
66 EUR /nakup

61 %

Občasni uporabniki



V povprečju opravijo:
1 nakup/mesec

V povprečju opravijo:
85 EUR/nakup

SPLETNO NAKUPOVANJE

Nakupi

1x mesečno ali pogosteje:

34 % e-trgovine **iz SLO**

20 % e-trgovine **iz EU**

7 % e-trgovine **izven EU**

Najpogostejše kategorije nakupa

47 % Oblačila in obutev

23 % Prehranska dopolnila

23 % Kozmetika

Naprava in plačilo nakupa

57 % Preko računalnika

52 % Preko telefona

48 % S plačilno kartico

DOSTAVA IN VRAČILO

96 %

Pričakuje **brezplačno dostavo** nad določeno vrednostjo nakupa. Večina za nakupe **nad 50 EUR**.

2/3 jih preferira **dostavo v eni pošiljki**.

72 %

Najpogosteje izbere **dostavo na dom**.

11 %

Najpogosteje izbere **dostavo v paketomat**.

66 % meni, da je **vračilo enostavno**.

ZADOVOLJSTVO Z DOSTAVO

82,9

Indeks zadovoljstva



Glavni elementi zadovoljstva

Prijaznost
Zanesljivost
Obveščanje & hitrost

Najboljši dostavljavci

Pošta Slovenije
GLS
DPD

7 %

je v zadnjem letu **vložilo reklamacijo/pritožbo** pri izvajalcu dostave.

52,2

Indeks zadovoljstva z obravnavo reklamacije



Okoliščine, ki najbolj odvrnejo od ponovnega nakupa

- Dodatni stroški dostave
- Poškodba izdelka
- Izguba naročila

1

Profil uporabnikov

Profil uporabnikov

Pogosti uporabniki



Pogosti uporabniki so uporabniki, ki **vsaj enkrat mesečno preko spleta opravijo nakup fizičnih izdelkov**, bodisi v domačih ali tujih spletnih trgovinah. Spodaj je predstavljen profil uporabnikov glede na osnovne sociodemografske značilnosti ter glede na ključne elemente spletnega nakupa in dostave.



39 %



Med pogostimi uporabniki prevladujejo mlajši in srednje izobraženi. Večina spletne nakupe opravi preko telefona, plačilo pa večinoma opravi s plačilno kartico. V zadnjih treh mesecih so v povprečju opravili 2 do 3 nakupe mesečno, pri čemer je bil povprečni znesek nakupa 66 EUR. Preko spleta največkrat kupujejo oblačila oz. obutev, kozmetiko oz. izdelke za osebno nego ter prehranska dopolnila. Cena je glavni razlog tako pri odločitvi za nakup preko spleta kot pri izbiri dostavljavca.

SPOL, STAROST

53 %
Ženske

52 %
Mlajši od 45 let

IZOBRAZBA

45 %
Srednja strokovna ali splošna izobrazba

NAPRAVA IN PLAČILO NAKUPA

61 %
Preko pametnega telefona

59 %
S plačilno kartico

POVPREČNO ŠT. NAKUPOV v zadnjih 3 mesecih

2-3 / mesec
Nakup izdelka v domačih ali tujih e-trgovinah

POVPREČNI ZNESEK NAKUPA

66 EUR / nakup

Nakup izdelka v domačih ali tujih e-trgovinah

NAJPOGOSTŠE KATEGORIJE NAKUPA

1. Oblačila/obutev
2. Kozmetika
3. Preh. dopolnila
4. Šport/prosti čas
5. Hrana za živali

GLAVNI RAZLOGI ZA NAKUP v domačih/tujih e-trgovinah



1. Nižje cene, popusti
2. Hitra dostava
3. Večja ponudba in raznolikost izdelkov



1. Nižje cene, popusti
2. Večja ponudba in raznolikost izdelkov
3. Izdelki so na voljo le na spletu

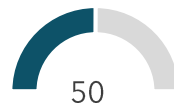
KRITERIJI IZBIRE DOSTAVE

1. Cena
2. Zanesljivost
3. Rok dostave

INDEKS ZADOVOLJSTVA - DOSTAVA



INDEKS ZADOVOLJSTVA - REKLAMACIJA



Profil uporabnikov

Občasni uporabniki



Občasni uporabniki so uporabniki, ki nakup fizičnih izdelkov **preko spleta opravijo manj kot enkrat na mesec**. Spodaj je predstavljen profil uporabnikov glede na osnovne sociodemografske značilnosti ter glede na ključne elemente spletnega nakupa in dostave.



61 %



Med občasnimi uporabniki prevladujejo starejši od 44 let in manj izobraženi. Večina spletne nakupe opravi preko računalnika, skoraj polovica jih plača po povzetju. V zadnjih treh mesecih so v povprečju opravili 1 nakup na mesec, pri čemer je bil povprečni znesek nakupa 85 EUR. Preko spleta največkrat kupujejo oblačila oz. obutev, izdelke za šport in prosti čas ter prehranska dopolnila. Cena je glavni razlog tako pri odločitvi za nakup preko spleta kot pri izbiri dostavljavca.

SPOL, STAROST

55 %
Ženske

67 %
Starejši od 44 let

NAPRAVA IN PLAČILO NAKUPA

57 %
Preko računalnika

45 %
Po povzetju

POVPREČNI ZNESEK NAKUPA

85 EUR / nakup

Nakup izdelka v domačih ali tujih e-trgovinah

GLAVNI RAZLOGI ZA NAKUP v domačih/tujih e-trgovinah



1. Nižje cene, popusti
2. Hitra dostava
3. Izogibanje množicam, gneči



1. Nižje cene, popusti
2. Izdelki so na voljo le na spletu
3. Večja ponudba in raznolikost izdelkov

INDEKS ZADOVOLJSTVA - DOSTAVA



IZOBRAZBA

25 %
Osnovna ali poklicna izobrazba

POVPREČNO ŠT. NAKUPOV v zadnjih 3 mesecih

1 / mesec

Nakup izdelka v domačih ali tujih e-trgovinah

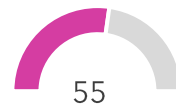
NAJPOGOSTEJŠE KATEGORIJE NAKUPA

1. Oblačila/obutev
2. Šport/prosti čas
3. Preh. dopolnila
4. Kozmetika
5. Bela tehnika

KRITERIJI IZBIRE DOSTAVE

1. Cena
2. Zanesljivost
3. Rok dostave

INDEKS ZADOVOLJSTVA - REKLAMACIJA



2

Spletno nakupovanje

Spletno nakupovanje

Pogostost nakupovanja



Kako pogosto vi osebno preko spleta kupujete fizične izdelke?

- Pri spletnih trgovcih iz Slovenije.
- Pri spletnih trgovcih iz držav EU.
- Pri spletnih trgovcih izven držav EU.



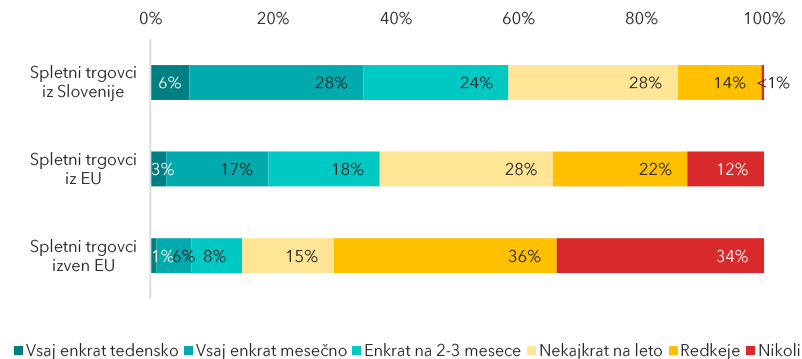
Na sliki desno je prikazana razlika v pogostosti nakupovanja fizičnih izdelkov preko spleta glede na profil uporabnikov.



Sodelujoči v anketi pogosteje nakupujejo v domačih spletnih trgovinah. Izkušnjo z nakupi pri spletnih trgovcih iz držav EU ima 88 % vprašanih, izkušnjo z nakupi pri spletnih trgovcih izven držav EU pa 66 % vprašanih. Večina pogostih uporabnikov pri slovenskih e-trgovcih nakupuje nekajkrat mesečno, večina občasnih uporabnikov pa nekajkrat letno.

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1010



Glede na profil uporabnikov

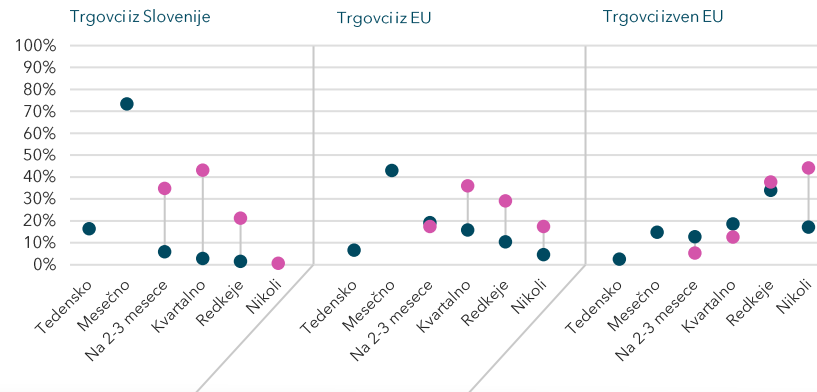
[Delež]



● Pogosti uporabniki



● Občasni uporabniki



Spletno nakupovanje

Kategorija nakupa



V katero kategorijo sodijo fizični izdelki, ki ste jih kupili preko spleta v zadnjih treh mesecih?



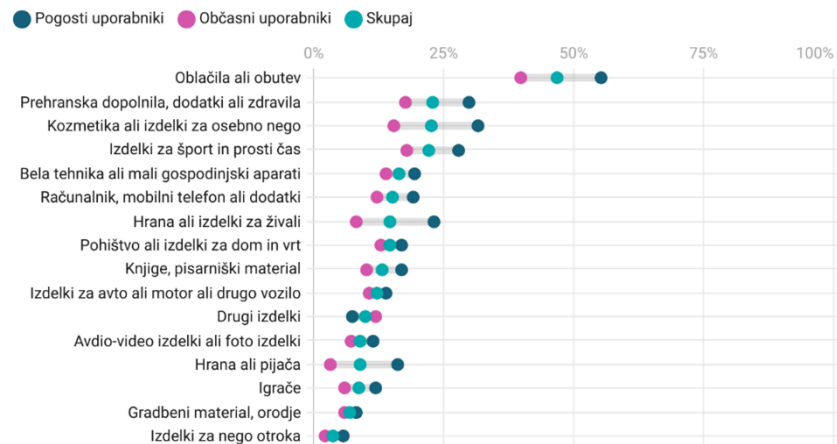
Anketiranci preko spleta najpogosteje kupujejo oblačila in/ali obutev, prehranska dopolnila, kozmetiko in izdelke za šport ali prosti čas. Slednje kategorije so v nekoliko večji meri značilne za pogoste uporabnike. Med pogostimi porabniki pa je značilno več tudi takšnih, ki preko spleta kupujejo hrano in pijačo ter hrano in izdelke za živali.

Skupaj

Multi | Filter | Osnova: Nakup v zadnji treh mesecih



	Vsi n=883	Pogosti uporabniki n=391	Občasni uporabniki n=492
Oblačila ali obutev	46,6%	55,1%	39,8%
Prehranska dopolnila, dodatki ali zdravila	22,9%	29,8%	17,5%
Kozmetika ali izdelki za osebno nego	22,5%	31,6%	15,3%
Izdelki za šport in prosti čas	22,1%	27,7%	17,7%
Bela tehnika ali mali gospodinjnski aparati	16,3%	19,4%	13,9%
Računalnik, mobilni telefon ali dodatki	15,2%	19,0%	12,1%
Hrana ali izdelki za živali	14,7%	23,1%	8,0%
Pohištvo ali izdelki za dom in vrt	14,6%	16,9%	12,8%
Knjige, pisarniški material	13,1%	16,9%	10,2%
Izdelki za avto ali motor ali drugo vozilo	12,1%	13,8%	10,7%
Drugi izdelki	9,9%	7,4%	11,9%
Audio-video izdelki ali foto izdelki	8,9%	11,3%	7,0%
Hrana ali pijača	8,9%	16,0%	3,2%
Igrače	8,5%	11,9%	5,8%
Gradbeni material, orodje	6,8%	8,0%	5,9%
Izdelki za nego otroka	3,7%	5,6%	2,2%



Spletno nakupovanje

Razlogi za nakup



Kakšni so običajno razlogi zaradi katerih nakupujete pri domačih spletnih trgovcih?
Kakšni so običajno razlogi zaradi katerih nakupujete pri tujih spletnih trgovcih?

Razloge razvrstite od 1 (najbolj pogost razlog) do 10 (najmanj pogost razlog).



Za izračun ranga je bila uprabljena metoda Garrettove ocene [Garrett score], ki se uporablja za iskanje najpomembnejšega dejavnika vpliva, glede na vse razvrščene elemente. Višje ocene kažejo na pogostejše razloge za nakup v e-trgovini, nižje ocene pa na manj pogoste razloge. Na podlagi Garrettove ocene je pripisan rang. Rang 1 označuje najpogostejši razlog nakupa v spletni trgovini.



Glavni razlogi za nakup pri domačih spletnih trgovcih so nižje cene, hitra dostava in izogibanje gneči, slednje je pogosteje razlog za občasne uporabnike, medtem ko se pogosti uporabniki prej obrnejo na splet zaradi večje ponudbe. Glavni razlog za nakup pri tujih spletnih trgovcih je prav tako cena, sledijo pa večja ponudba, ponudba izdelkov, ki je na voljo samo na spletu ter izbira določene blagovne znamke.

Skupaj

Filter | Osnova: Kupujejo pri domačih/tujih trgovcih

Rang Vsi		Delež izbire med prve tri (1-3) in zadnje tri (8-10) razloge po pogostosti		Garrettova povp. ocena - Vsi-	Rang n=391	Rang n=614
		■ % 1-3	■ % 8-10			
1	Nižje cene, popusti	53%	15%	62,7	1	1
2	Hitra dostava	35%	22%	57,0	2	2
3	Izogibanje množicam, gneči	35%	28%	55,3	▼ 4	3
4	Večja ponudba in raznolikost izdelkov	34%	25%	55,2	▲ 3	4
5	Brezplačna dostava	32%	26%	54,5	5	5
6	Izdelki so na voljo le na spletu	36%	30%	53,5	▼ 7	6
7	Izbira določene blagovne znamke	23%	30%	52,7	▲ 6	▼ 8
8	Možna primerjava cen	24%	32%	51,5	8	▲ 7
9	Prepoznavnost, zaupanje	18%	43%	47,4	9	9
10	Ocene in priporočila drugih kupcev	12%	49%	44,8	10	10

Rang Vsi		Delež izbire med prve tri (1-3) in zadnje tri (8-10) razloge po pogostosti		Garrettova povp. ocena - Vsi-	Rang n=375	Rang n=518
		■ % 1-3	■ % 8-10			
1	Nižje cene, popusti	52%	14%	63,6	1	1
2	Večja ponudba in raznolikost izdelkov	40%	15%	59,6	2	▼ 3
3	Izdelki so na voljo le na spletu	39%	18%	59,0	3	▲ 2
4	Izbira določene blagovne znamke	28%	22%	55,0	4	4
5	Brezplačna dostava	27%	27%	52,1	5	▼ 6
6	Možna primerjava cen	17%	27%	51,0	6	▲ 5
7	Izogibanje množicam, gneči	18%	34%	48,9	▼ 8	7
8	Hitra dostava	19%	35%	48,6	▲ 7	▼ 9
9	Prepoznavnost, zaupanje	13%	35%	48,2	9	▲ 8
10	Ocene in priporočila drugih kupcev	13%	38%	47,1	10	10

Spletno nakupovanje

Nakup preko naprave



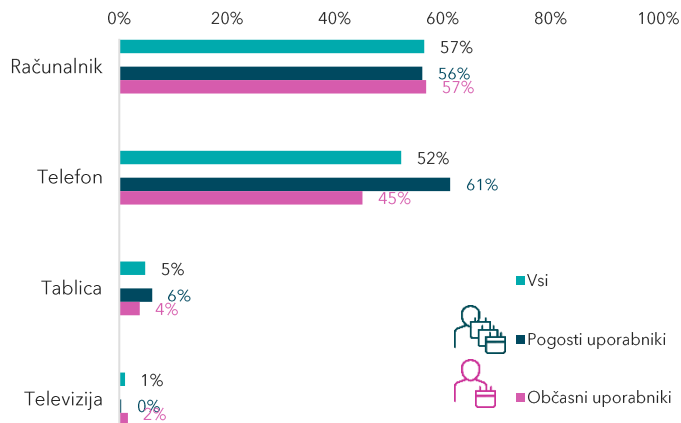
Preko katere naprave ste v zadnjih treh mesecih opravili spletni nakup fizičnih izdelkov?



Za nakup v e-trgovinah se anketiranci poslužujejo tako računalnika kot pametnega telefona. Medtem ko nekoliko večji delež občasnih uporabnikov nakupe opravlja prek računalnika, pa dobršen del pogostih uporabnikov e-nakup raje opravi preko pametnega telefona. Preko telefona sicer v značilno večji meri nakupujejo ženske in mlajši uporabniki, preko računalnika pa moški in starejši uporabniki.

Skupaj

Multi | Filter | Osnova: Nakup v zadnji treh mesecih | n=883



Glede na spol in starostno skupino

[Delež]

		Telefon	Računalnik	Tablica	Televizija
Spol	Moški	40,6%	70,3%	6,5%	1,6%
	Ženske	62,1%	45,2%	3,5%	0,7%
Starost	18 - 44 let	71,7%	45,1%	4,6%	0,7%
	45 let in več	38,0%	65,1%	5,0%	1,4%
Skupaj		56,6%	52,3%	4,8%	1,1%

Spletno nakupovanje

Način plačila



Kakšen način plačila najpogosteje uporabljate pri plačilu naročenih izdelkov preko spleta?

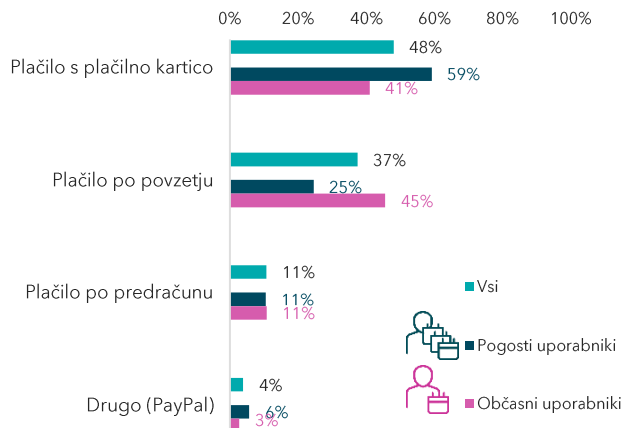
Kakšen je razlog da se najpogosteje odločite za ta načina plačila?



Uporabniki e-trgovin najpogosteje izberejo plačilo s plačilno kartico (48 %) ali plačilo po povzetju (37 %). Med pogostimi uporabniki se jih več odloči za plačilo s plačilno kartico, med občasnimi uporabniki pa za plačilo po povzetju. S kartico v večji meri plačujejo moški in mlajši uporabniki. Varnost je za večino anketiranih glavni razlog za izbran način plačila.

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1010



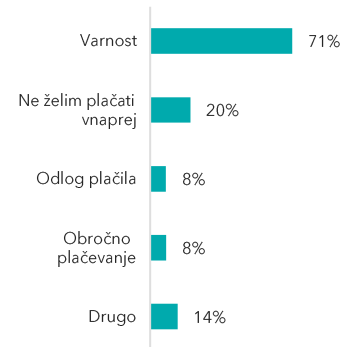
Glede na spol in starostno skupino

[Delež]

	S kartico	Po povzetju	Po predračunu	Drugo (PayPal)	Skupaj	
Spol	Moški	53,9%	33,5%	8,7%	3,9%	100%
	Ženske	43,1%	40,8%	12,2%	3,8%	100%
Starost	18 – 44 let	59,1%	25,4%	10,6%	4,9%	100%
	45 let in več	40,6%	45,5%	10,8%	3,1%	100%
Skupaj	48,0%	37,4%	10,7%	3,9%	100%	

Razlog izbire načina plačila

Multi | Osnova: Vsi | n=1010



Spletno nakupovanje

Število nakupov v zadnjih treh mesecih



Koliko spletnih nakupov fizičnih izdelkov ste opravili v zadnjih treh mesecih?

- Pri spletnih trgovcih iz Slovenije
- Pri spletnih trgovcih iz drugih držav EU
- Pri spletnih trgovcih iz držav zunaj EU



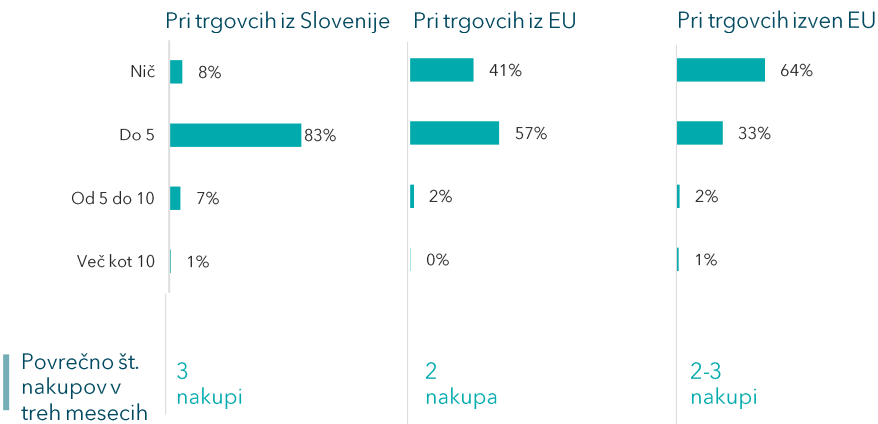
Povprečno skupno število nakupov v obdobju treh mesecev je izračunano med uporabniki, ki so navedli, da so opravili vsaj en nakup v zadnjih treh mesecih pri e-trgovcih iz Slovenije, EU ali iz držav izven EU.



Večina anketiranih je v zadnjih treh mesecih opravila nakup pri domačih spletnih trgovcih, dobra tretjina pa tudi pri trgovcih izven EU. Med tistimi, ki so opravili nakup, je v zadnjih treh mesecih večina opravila manj kot 5 nakupov. Pogosti uporabniki so v povprečju (ne glede na to, pri katerem trgovcu) opravili 7 nakupov v zadnjih treh mesecih, občasni porabniki pa 3 nakupe.

Skupaj

Filter | Osnova: Nakup v zadnji treh mesecih | n=795



Skupno št. nakupov glede na profil uporabnika

[Srednje vrednosti, med tistimi, ki so opravili nakup]

Skupno št. nakupov v obdobju zadnjih 3 mesecev

	Vsi		
n	795	341	454
M	4,8	7,1	3,1
Median	3	5	3

Spletno nakupovanje Znesek nakupov



Približno kolikšen je bil skupni znesek vseh spletnih nakupov fizičnih izdelkov, ki ste jih opravili v zadnjih 3 mesecih?



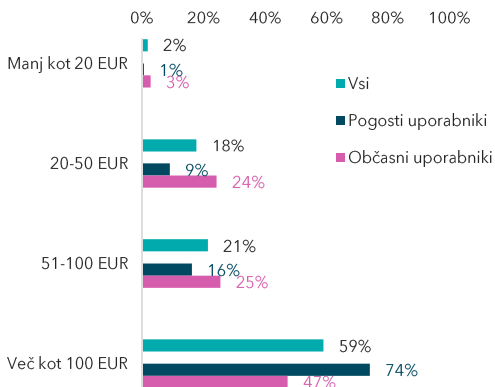
Povprečni znesek enega nakupa je izračuna glede na skupni znesek nakupov v zadnjih treh mesecih in skupno število vseh nakupov v zadnjih treh mesecih, ne glede na državo nakupa.



V zadnjih treh mesecih je večina anketiranih opravila nakupe v skupni vrednosti več kot 100 EUR. Med občasnimi uporabniki je nekoliko višji delež teh, ki so za spletne nakupe namenili manj kot 100 EUR. Med tistimi, ki so namenili več kot 100 € je značilno manj študentov in upokojevcev, več pa moških, mlajših od 45 let in samozaposlenih. Povprečni znesek posameznega nakupa je nekoliko višji med občasnimi uporabniki, vendar pa preko spleta kupujejo redkeje.

Skupaj v zadnjih 3 mesecih

Filter | Osnova: Nakup v zadnji treh mesecih, opredeljeni | n=766



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Delež - znesek v zadnjih 3 mesecih]

		<20 EUR	20-50 EUR	51-100 EUR	>100 EUR	Skupaj
Spol	Moški	2,6%	15,1%	19,3%	63,1%	100%
	Ženske	1,4%	19,8%	23,2%	55,6%	100%
Starost	18 - 44 let	1,3%	14,9%	16,8%	67,1%	100%
	45 let in več	2,4%	19,5%	24,6%	53,4%	100%
Zap. status	Študent		36,8%	21,1%	42,1%	100%
	Zaposlen	1,0%	14,0%	23,0%	62,0%	100%
	Samozaposlen	2,4%	7,1%	11,9%	78,6%	100%
	Upokojenec	3,5%	21,5%	23,2%	51,8%	100%
	Drugo	2,8%	27,8%	2,8%	66,7%	100%
Skupaj		2,0%	17,6%	21,4%	59,1%	100%

Glede na profil uporabnika

[Srednje vrednosti]

Skupni znesek za obdobje zadnjih 3 mesecev

	Vsi		
n	766	333	433
M	311 EUR	387 EUR	252 EUR
Median	160 EUR	300 EUR	100 EUR

Povprečni znesek enega nakupa

	Vsi		
n	684	288	396
M	77 EUR	66 EUR	85 EUR

3

Dostava in vračilo

Dostava

Strošek dostave



Kako pogosto vas strošek dostave odvrne od spletnega nakupa?



Lestvica je bila za namen izračuna povprečne ocene revidirana na način: 5 - vedno in 1 - nikoli.

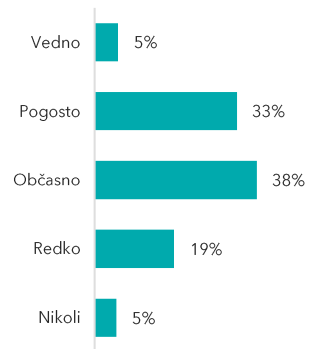
Na desni sliki je prikazana razlika v odgovorih glede na profil uporabnikov.



Strošek dostave od spletnega nakupa pogosto odvrne tretjino vprašanih. Med pogostimi in občasnimi uporabniki ni značilnih razlik v odgovorih. Prav tako se ne kažejo značilne razlike glede na sociodemografske značilnosti anketirancev.

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1010



Glede na profil uporabnikov

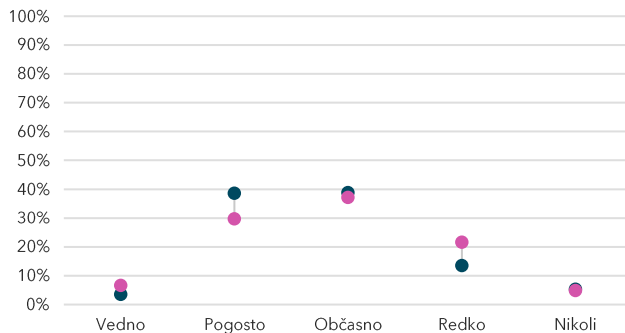
[Delež navedb]



● Pogosti uporabniki
M = 3,2



● Občasni uporabniki
M = 3,1



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Povprečje (5: Vedno - 1: Nikoli)]

		M
Spol	Moški	3,1
	Ženske	3,2
Starost	18 - 44 let	3,3
	45 let in več	3,1
Zap. status	Študent	3,2
	Zaposlen	3,2
	Samozaposlen	2,9
	Upokojenec	3,0
	Drugo	3,5
Skupaj		3,2

Dostava

Cena dostave



Koliko ste pripravljeni plačati za dostavo v primeru navedenih vrednosti spletnega nakupa v slovenskih spletnih trgovinah?

Koliko ste pripravljeni plačati za dostavo v primeru navedenih vrednosti spletnega nakupa v tujih spletnih trgovinah?



Tako pogosti kot tudi občasni uporabniki so za dostavo v povprečju pripravljeni plačati nekoliko več, ko gre za dostavo iz tujih spletnih trgovin. Prav tako so v povprečju pripravljeni plačati več v primeru višjih zneskov naročil. Vendar pa modus, kaže na to, da večina sicer pričakuje brezplačno dostavo v primeru naročila v vrednosti 100 in 500 EUR, tako pri domačih kot tujih trgovcih.

Primeren strošek dostave paketa iz Slovenije

Filter | Osnova: Kupujejo pri domačih trgovcih | n=1006

	Za naročilo v vrednosti 10 EUR	Za naročilo v vrednosti 50 EUR	Za naročilo v vrednosti 100 EUR	Za naročilo v vrednosti 500 EUR
n	1006	1006	1006	1006
M	2,21 €	3,22 €	4,24 €	7,70 €
Median	2,00 €	3,00 €	4,00 €	5,00 €
Mode	2 €	3 €	0 €	0 €

M - gledena profil uporabnika

	Pogosti	Občasni
	1,99 €	2,35 €
	2,96 €	3,39 €
	3,83 €	4,50 €
	6,54 €	8,44 €

Primeren strošek dostave paketa iz tujine

Filter | Osnova: Kupujejo pri tujih trgovcih | n=889

	Za naročilo v vrednosti 10 EUR	Za naročilo v vrednosti 50 EUR	Za naročilo v vrednosti 100 EUR	Za naročilo v vrednosti 500 EUR
n	889	889	889	889
M	2,61 €	3,95 €	5,40 €	9,41 €
Median	2,00 €	3,00 €	5,00 €	5,00 €
Mode	0 €	5 €	0 €	0 €

M - gledena profil uporabnika

	Pogosti	Občasni
	2,36 €	2,80 €
	3,87 €	4,00 €
	4,98 €	5,69 €
	9,03 €	9,68 €

Dostava

Brezplačna dostava



Velika večina uporabnikov e-trgovin pričakuje brezplačno dostavo nad določeno vrednostjo naročila. In sicer ob vrednosti okrog 50 EUR. Med pogostimi in občasnimi uporabniki v percepciji minimalnega zneska naročila, ki prinaša brezplačno dostavo ni značilnih razlik.

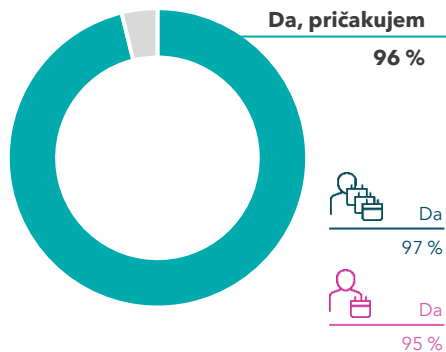


Ali od spletnih trgovcev pričakujete, da vam za naročilo izdelkov nad določeno vrednostjo ponudijo brezplačno dostavo?

Kolikšen je minimalni znesek naročila, pri katerem pričakujete brezplačno dostavo?

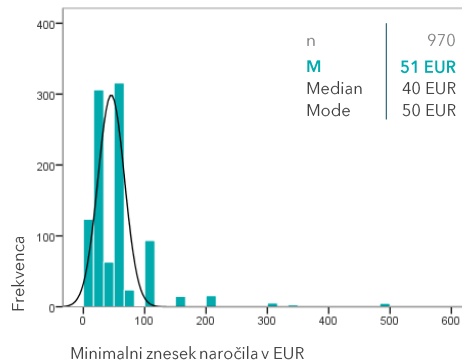
Pričakovana brezplačna dostava nad določeno vrednostjo nakupa

Osnova: Vsi | n=1010



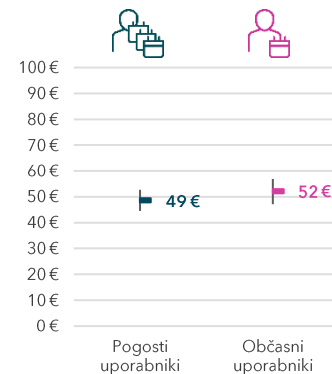
Minimalni znesek za brezplačno dostavo

Osnova: Tisti, ki pričakujejo brezplačno dostavo | n=970
[Histogram | srednje vrednosti]



Glede na profil uporabnikov

[Povprečje v EUR s 95% intervalom zaupanja]



Dostava

Način pošiljanja - število pošiljk



Kateri način pošiljanja običajno izberete v primeru nakupa različnih izdelkov, za katere vam spletni trgovec ponudi izbiro dostave v več pošiljkah ali pa v eni skupni pošiljki?

- Dostavo v eni pošiljki*
- Dostavo v več pošiljkah**



* Dostavo v eni pošiljki (z nižjimi stroški, čeprav to lahko pomeni daljši čas dostave)

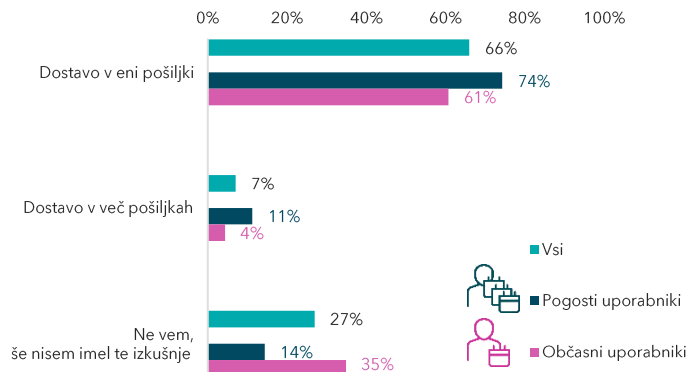
**Dostavo v več pošiljkah (s hitrejšim rokom dostave vsaj enega izmed naročenih izdelkov, čeprav to lahko pomeni višje stroške dostave)



Tako pogosti kot tudi občasni uporabniki preferirajo dostavo v eni pošiljki, četudi to ob nižjih stroških lahko pomeni daljši čas dostave. Za dostavo v več pošiljkah se sicer v značilno večji meri odločajo mlajši uporabniki (pod 45 let) ter študentje, v značilno manjši meri pa upokojenici.

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1010



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Delež]

		V eni pošiljki	V več pošiljkah	Ne vem, brez izkušnje	Skupaj
Spol	Moški	68,4%	8,4%	23,2%	100%
	Ženske	63,9%	6,0%	30,1%	100%
Starost	18 - 44 let	69,3%	11,1%	19,7%	100%
	45 let in več	63,7%	4,3%	31,9%	100%
Zap. status	Študent	60,0%	16,7%	23,3%	100%
	Zaposlen	72,5%	7,0%	20,5%	100%
	Samozapolsen	63,0%	9,3%	27,8%	100%
	Upokojenec	55,6%	4,3%	40,1%	100%
	Drugo	72,9%	11,9%	15,3%	100%
Skupaj		65,9%	7,1%	26,9%	100%

Dostava Izbira ponudnikov



Ali je za vas pomembno, da pri dostavi naročenih izdelkov lahko izbirate med različnimi ponudniki?

Kateri od navedenih kriterijev so za vas najpomembnejši pri dostavi izdelkov? Kriterije razvrstite od 1 (najbolj pomemben) do 9 (najmanj pomemben).



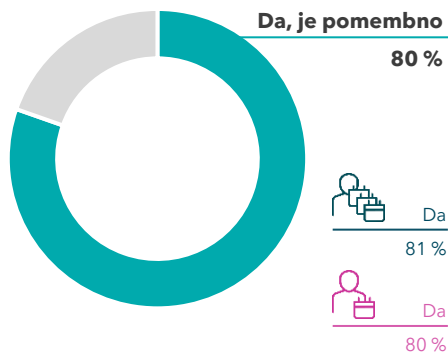
Za izračun ranga je bila uprabljena metoda Garrettove ocene [Garrett score], ki se uporablja za iskanje najpomembnejšega dejavnika vpliva, glede na vse razvrščene elemente. Višje ocene kažejo na pomembnejši kriterij izbire, nižje ocene pa na manj pomemben kriterij izbire. Na podlagi Garrettove ocene je pripisan rang. Rang 1 označuje najpomembnejši kriterij izbire ponudnika dostave.



Da je možnost izbire ponudnika dostave pri spletnih nakupih izdelkov pomembna, meni velika večina anketirancev. Med najpomembnejšimi kriteriji izbire ponudnika dostave so cena, zanesljivost in rok dostave. Med navedenimi se anketirancem najmanj pomemben zdi okoljski faktor. Občasnim uporabnikom je bolj kot pogostim uporabnikom pomembna lokacija, pogostim uporabnikom pa možna izbira termina dostave.

Možnost izbire ponudnikov

Osnova: Vsi | n=1010



Pomembnost kriterijev pri dostavi

Osnova: Vsi | n=1010

Rang Vsi		Delež izbire med prve tri (1-3) in zadnje tri (7-9) kriterije po pomembnosti ■ % 1-3 ■ % 7-9	Garrettova povp. ocena - Vsi-	Rang n=391	Rang n=614
1	Cena dostave	62% 14%	62,6	1	1
2	Zanesljivost dostavljavca	44% 19%	56,3	2	2
3	Rok dostave	45% 21%	55,1	3	3
4	Obveščanje o dostavi	38% 23%	53,0	4	4
5	Kakovost dostave	32% 28%	51,0	5	5
6	Pretekle izkušnje s ponudnikom	26% 42%	46,5	6	7
7	Izbira lokacija dostave	22% 43%	45,1	8	6
8	Izbira termina dostave	19% 45%	44,5	7	8
9	Okolju prijazna dostava	11% 65%	35,7	9	9

Dostava Carinsko posredovanje



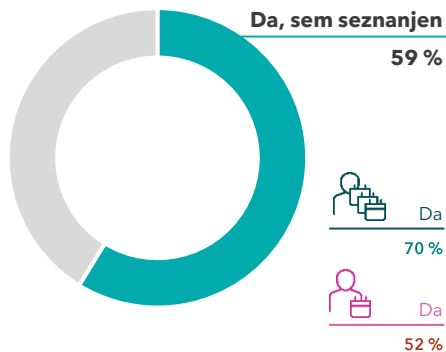
Ali ste seznanjeni s stroškom carinskega posredovanja pri prejemu pošiljk iz tujine?



Med pogostimi uporabniki je značilno večji delež seznanjenih s stroškom carinskega posredovanja. S tem stroškom so sicer v večji meri seznanjeni moški, mlajši uporabniki, študentje in zaposleni. V značilno manjši meri, glede na celotni vzorec, pa je ta strošek poznan ženskam, starejšim od 44 let ter upokojemcem.

Seznanjenost s stroškom carinskega posredovanja

Osnova: Vsi | n=1010



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Delež]

		Da	Ne	Skupaj
Spol	Moški	62,1%	37,9%	100%
	Ženske	55,9%	44,1%	100%
Starost	18 - 44 let	65,1%	34,9%	100%
	45 let in več	54,6%	45,4%	100%
Zap. status	Študent	71,2%	28,8%	100%
	Zaposlen	64,0%	36,0%	100%
	Samozapolsen	64,2%	35,8%	100%
	Upokojenec	50,0%	50,0%	100%
	Drugo	44,1%	55,9%	100%
Skupaj		58,8%	41,2%	100%

Dostava

Vpliv carinskega postopka



Kako pogosto vas obveznost opravljanja carinskega postopka za blago, ki prispe izven EU, odvrne od spletnega nakupa pri tujih trgovcih?



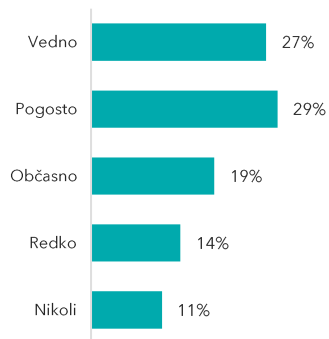
Za namen izračuna povprečne ocene je bila uporabljena obrnjena lestvica: 5 - vedno in 1 - nikoli.



V primerjavi s pogostimi uporabniki, je med občasnimi uporabniki višji delež tistih, ki jih obveznost opravljanja carinskega postopka za blago, ki prispe izven EU vedno odvrne od spletnega nakupa pri tujih trgovcih.

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1010



Glede na profil uporabnikov

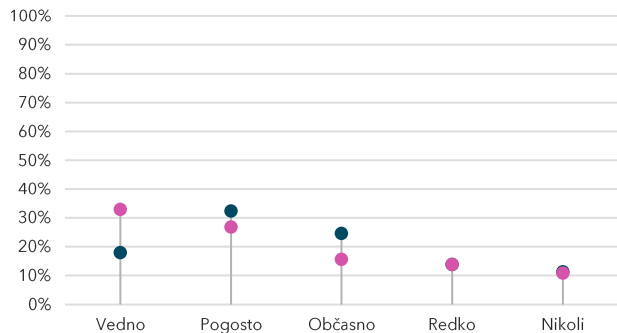
[Delež navedb]



● Pogosti uporabniki
M = 3,3



● Občasni uporabniki
M = 3,6



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Povprečje (5: Vedno - 1: Nikoli)]

		M
Spol	Moški	3,4
	Ženske	3,6
Starost	18 - 44 let	3,4
	45 let in več	3,5
Zap. status	Študent	3,1
	Zaposlen	3,6
	Samozaposlen	3,1
	Upokojenec	3,4
	Drugo	3,7
Skupaj		3,5

Dostava

Izogibanje carinskemu posredovanju



Kako pogosto pri naročilih blaga manjše vrednosti v tujih spletnih trgovinah (npr. Aliexpress) izberete dostavo preko drugih evropskih držav, z namenom, da se izognete carinskemu posredovanju?



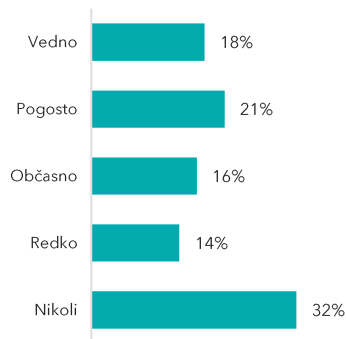
Za namen izračuna povprečne ocene je bila uporabljena obrnjena lestvica: 5 - vedno in 1 - nikoli.



V izogib carinskemu posredovanju se za dostavo preko drugih evropskih držav le približno tretjina uporabnikov ne odloči nikoli, med njimi v večji meri občasni uporabniki. Tovrstnih preusmeritev se vedno poslužuje slaba petina uporabnikov, približno petina se jih poslužuje pogosto. V manjši meri se za dostavo preko drugih evropskih držav odločijo starejši uporabniki.

Skupaj

Filter | Osnova: Tisti, ki nakupujejo v spletnih trgovinah izven EU | n=669



Glede na profil uporabnikov

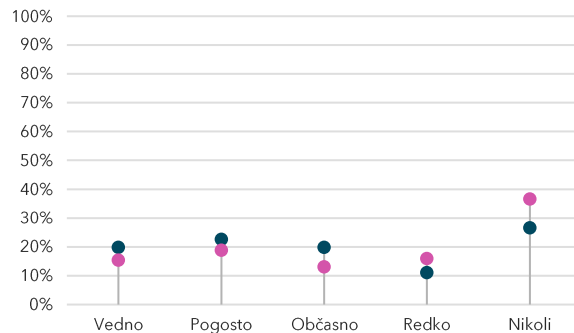
[Deležnavedb]



● Pogosti uporabniki M = 3,0



● Občasni uporabniki M = 2,6



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Povprečje (5: Vedno - 1: Nikoli)]

		M
Spol	Moški	2,9
	Ženske	2,7
Starost	18 - 44 let	2,9
	45 let in več	2,6
Zap. status	Študent	2,6
	Zaposlen	3,1
	Samozaposlen	2,4
	Upokojenec	2,3
	Drugo	2,7
Skupaj		2,8

Vračilo

Možnost brezplačnega vračila



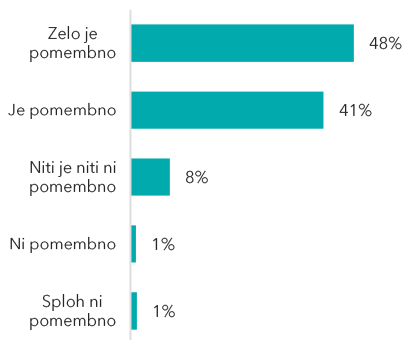
Večini uporabnikov se zdi pomembno, da spletni trgovec omogoča brezplačno vračilo izdelkov. To se zdi pomembno tako pogostim kot tudi občasnim uporabnikom, ne glede na spol, starost in zaposlitveni status.



Kako pomembno je za vas, da vam spletni trgovec omogoča brezplačno vračilo izdelkov?

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1010



Glede na profil uporabnikov

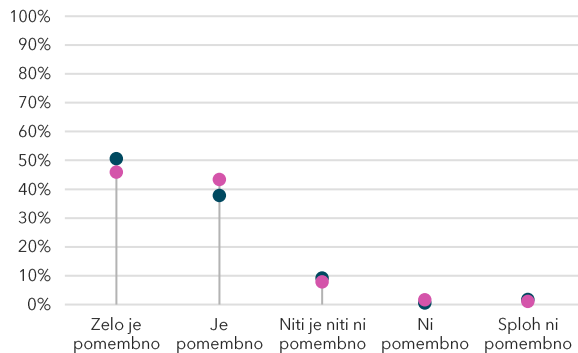
[Delež navedb]



● Pogosti uporabniki
M = 4,4



● Občasni uporabniki
M = 4,3



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Povprečje (5: Zelo pomembno - 1: Sploh ni pomembno)]

		M
Spol	Moški	4,3
	Ženske	4,4
Starost	18 - 44 let	4,3
	45 let in več	4,4
Zap. status	Študent	4,1
	Zaposlen	4,4
	Samozaposlen	4,4
	Upokojenec	4,3
	Drugo	4,3
Skupaj		4,3

Vračilo Izkušnja z vračilom



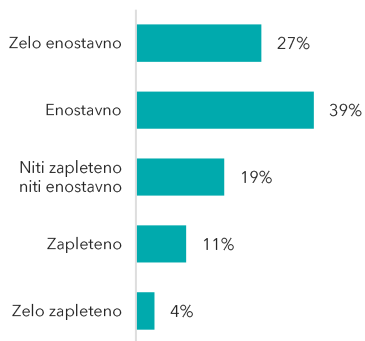
Kako bi ocenili vašo zadnjo izkušnjo z vračilom izdelka glede na postopek vračila?



Večini pogostih in občasnih uporabnikov, ki so imeli izkušnjo z vračilom izdelka, se postopek ne zdi zapleten. Da je postopek vračila enostaven, sicer v značilno večji meri poročajo ženske uporabnice.

Skupaj

Osnova: Tisti, ki imajo izkušnjo z vračilom | n=669



Glede na profil uporabnikov

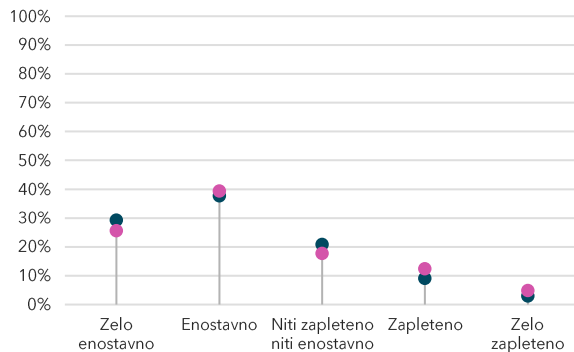
[Delež navedb]



● Pogosti uporabniki
M = 3,8



● Občasni uporabniki
M = 3,7



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Povprečje (5: Zelo enostavno - 1: Zelo zapleteno)]

		M
Spol	Moški	3,5
	Ženske	4,1
Starost	18 - 44 let	3,8
	45 let in več	3,7
Zap. status	Študent	3,5
	Zaposlen	3,9
	Samozaposlen	3,6
	Upokojenec	3,6
	Drugo	3,8
Skupaj		3,7

4

Zadovoljstvo z dostavo

Zadovoljstvo z dostavo

Pogostost uporabe storitev



Kako pogosto prejimate preko spleta naročene izdelke preko naslednjih ponudnikov dostave?



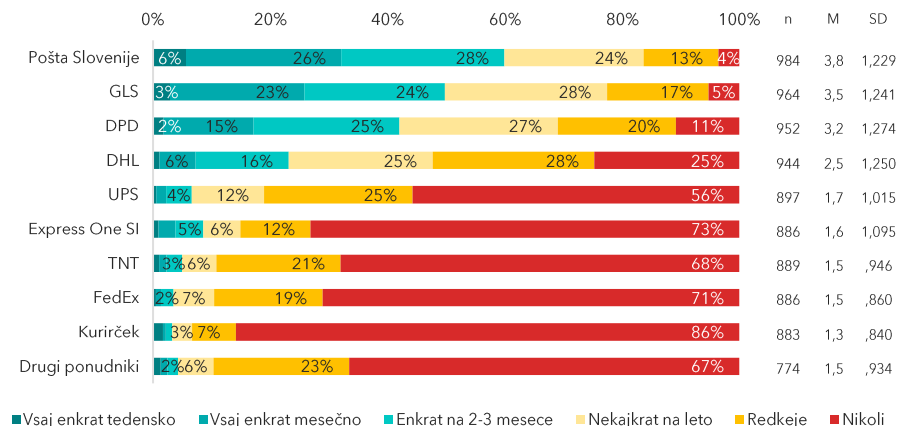
Za namen prikaza odstopanj med pogostostjo uporabe posameznih ponudnikov glede na profil uporabnikov smo uporabili lestvico pogostosti, pri čemer višja ocena pomeni pogostejšo uporabo nižja ocena pa redkejšo. Ocena 1 pomeni, da storitev ponudnika ne uporablja.



Pogosti uporabniki pričakovano pogosteje prejemajo izdelke preko navedenih ponudnikov, še posebej preko GLS, DPD in Pošte Slovenije. Med navedenimi so anketiranci najmanjkrat v stiku s Kurirčkom, največkrat pa s Pošto Slovenije.

Skupaj

Osnova: Opredeljeni



Glede na profil uporabnikov

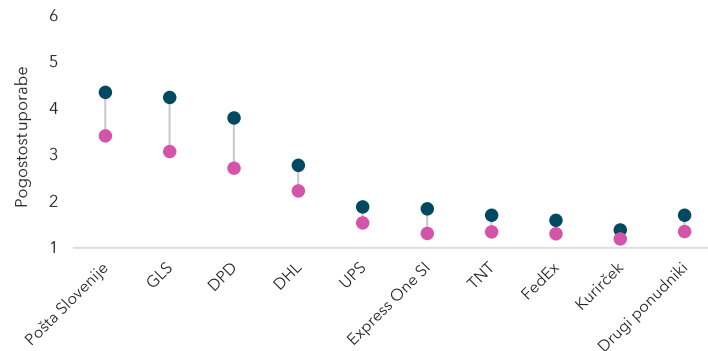
[Povprečje (6: Tedensko - 1: Nikoli)]



● Pogosti uporabniki



● Občasni uporabniki



Zadovoljstvo z dostavo

Zadnja izkušnja



Kako bi ocenili svojo zadnjo izkušnjo z dostavljavcem?



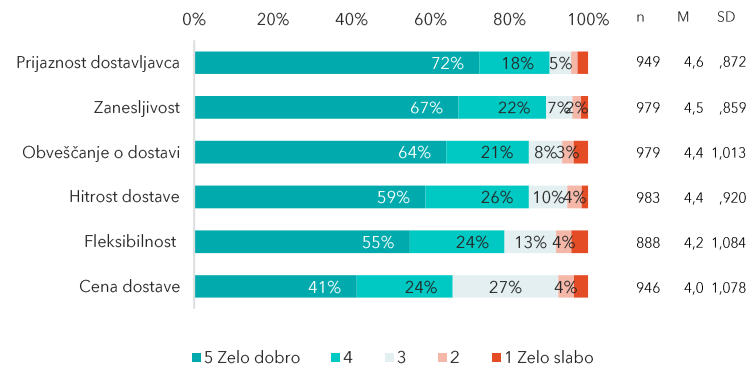
Anketiranci so ocenjevali izkušnjo z dostavljavcem, ki jim je nazadnje dostavil paket. Pri analizi zadovoljstva po ponudnikih so upoštevani le ponudniki, ki jih je ocenjevalo vsaj 30 anketirancev (n≥30).



Anketiranci so najbolj zadovoljni s prijaznostjo dostavljavcev, zanesljivostjo in obveščanjem o dostavi, najmanj pa s ceno dostave. Največ razlik med ponudniki, ki so bili zajeti v analizo, se kaže pri zanesljivosti in prijaznosti. Pošta Slovenije in DPD sta v povprečju najbolje ocenjena ko gre za zanesljivost in prijaznost, Express One SI pa ko gre za ceno dostave.

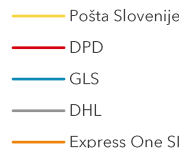
Skupaj

Osnova: Opredeljeni

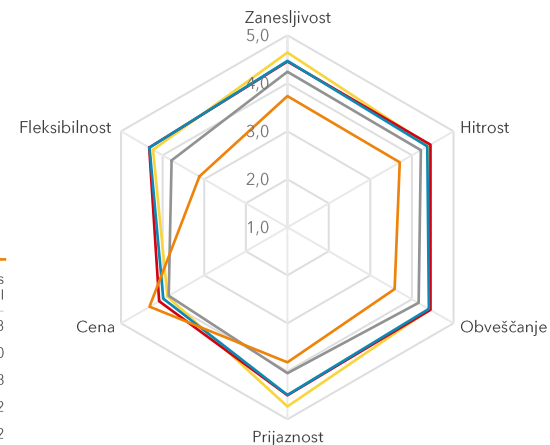


Glede na izvajalca storitve

[Povprečje(5 : Zelo dobro - 1: Zelo slabo)]



	Pošta Slo.	DPD	GLS	DHL	Express One SI
Zanesljivost	4,64	4,45	4,46	4,24	3,73
Hitrost	4,41	4,44	4,37	4,21	3,70
Obveščanje	4,43	4,44	4,41	4,16	3,58
Prijaznost	4,74	4,51	4,50	4,04	3,82
Cena	3,89	4,09	3,98	3,85	4,32
Fleksibilnost	4,23	4,32	4,31	3,78	3,11



Zadovoljstvo z dostavo

Indeks zadovoljstva



Indeks zadovoljstva je izračunan kot skupno povprečje ocen zadnje izkušnje z dostavo na lestvici od 1 do 5 ter preračunan na lestvico od 0 do 100. Pri čemer vrednost 0 pomeni absolutno nezadovoljstvo in vrednost 100 absolutno zadovoljstvo.

Poleg skupnega indeksa je izračunan tudi indeks glede na izvajalca storitve, pri čemer so bili upoštevani le ponudniki, ki jih je ocenjevalo vsaj 30 anketirancev (n≥30) ter indeks glede na profil uporabnikov.



Vrednost indeksa zadovoljstva s ponudnika dostave iz spletnih trgovin znaša 82,9, kar kaže, da so uporabniki v splošnem zadovoljni z dostavo. Indeks zadovoljstva je nekoliko višji med občasnimi uporabniki, a razlike niso značilne. Najvišji indeks glede na ponudnika oz. izvajalca storitve dostave imajo Pošta Slovenije, DPD in GLS.

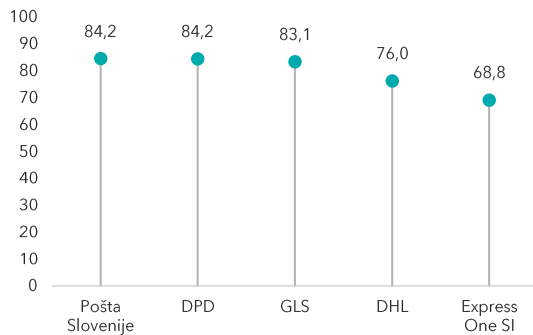
Skupaj

Osnova: Opredeljeni



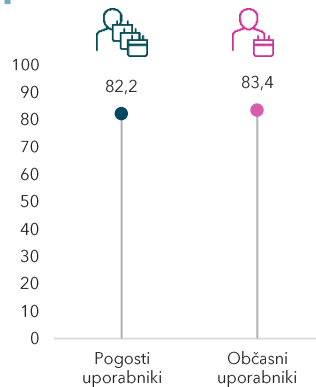
Glede na izvajalca storitve

[Indeks]



Glede na profil uporabnikov

[Indeks]



Zadovoljstvo z dostavo Izbira lokacije



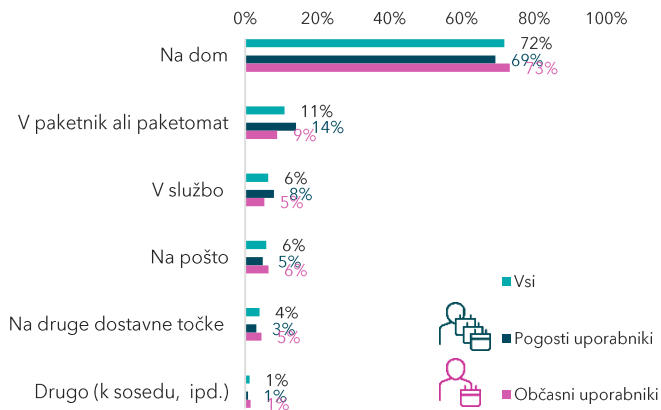
Katero lokacijo dostave najpogosteje izberete, če imate možnost izbire?



Večina uporabnikov se najpogosteje odloči za dostavo na dom, ne glede na to, ali gre za občasne ali pogoste uporabnike. Za dostavo na dom se v večji meri sicer odločijo starejši uporabniki ter tisti, ki živijo na podeželju, v manjši meri pa uporabniki, ki živijo v mestih. Slednji se v značilno večji meri kot ostali odločijo za dostavo na delovno mesto. Za dostavo v paketomat se običajno odloči desetina vprašanih, v večji meri mlajši in prebivalci mest.

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1010



Glede na spol, starostno skupino in tip kraja bivanja

[Delež]

		Na dom	V službo	Na pošto	V paketnik	Druge točke	Drugo	Skupaj
Spol	Moški	70,0%	5,6%	6,5%	11,0%	4,8%	2,2%	100%
	Ženske	73,2%	7,1%	5,1%	10,8%	3,3%	0,5%	100%
Starost	18 - 44 let	67,8%	8,4%	4,9%	15,5%	2,9%	0,5%	100%
	45 let in več	74,5%	5,1%	6,3%	7,8%	4,6%	1,7%	100%
Tip kraja	Podeželje	80,8%	4,8%	2,3%	8,4%	3,2%	0,5%	100%
	Predmestje	78,1%	5,8%	6,5%	6,5%	3,2%	0,0%	100%
	Mesto	60,1%	8,2%	9,1%	15,1%	5,0%	2,4%	100%
Skupaj		71,7%	6,4%	5,7%	10,9%	4,0%	1,3%	100%

Zadovoljstvo z dostavo

Razlog za izbiro dostave na dom



Med tistimi, ki najpogosteje izberejo dostavo na dom se glavni razlogi za to nanašajo na dejstvo, da je v času dostave nekdo doma za prevzem paketa, na enostavnost ter to, da se na ta način izognejo nepotrebnim potem.



Navedite glavni razlogi, da se običajno odločite za dostavo na to lokacijo?

Skupaj

Odperto | Filter | Osnova: Tisti, ki izberejo dostavo na dom | n=730



Zadovoljstvo z dostavo Zakaj ne paketomat



Zakaj se pogosteje ne odločite za dostavo v paketomat?



Glavni razlog, da anketiranci pogosteje ne izberejo dostave v paketomat je predvsem neustrezna lokacija oz. samo oddaljenost. Na drugem mestu med razlogi, da paketomata ne uporabljajo pogosteje, je zapletenost uporabe, na tretjem pa nepoznavanje možnosti in odsotnost potrebe.

Skupaj

Filter | Osnova: Tisti, ki najpogosteje ne izberejo paketomata | n=900



Glede na profil uporabnikov

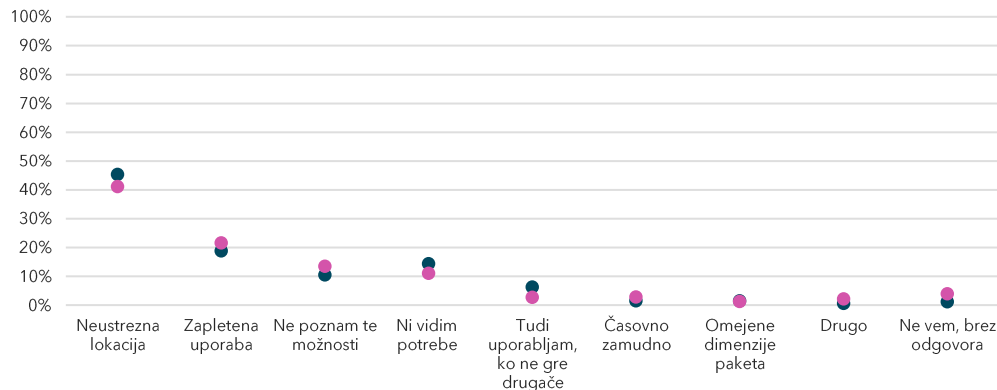
[Delež navedb]



● Pogosti uporabniki



● Občasni uporabniki



Zadovoljstvo z dostavo

Okoliščine, ki odvrnejo od ponovnega nakupa



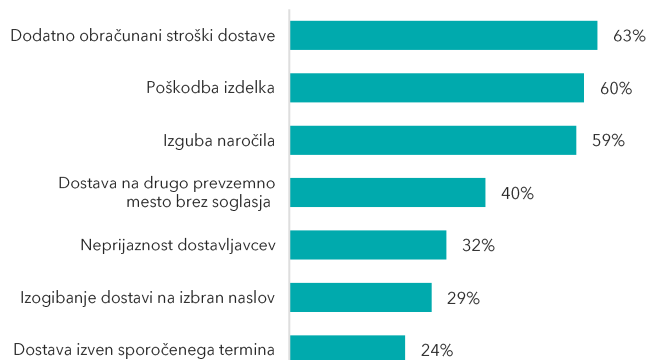
Kaj za vas predstavlja takšno okoliščino, zaradi katere nakupa izdelka na spletu ne bi želeli več opraviti?



Dodatno obračunani stroški dostave, poškodba izdelka ter izguba naročila so najpogosteje prepoznane okoliščine, zaradi katerih anketiranci nakupa izdelka na spletu morda ne bi želeli več opraviti. V odgovorih pogostih in občasnih uporabnikov ni značilnih razlik.

Skupaj

Multi | Osnova: Vsi | n=1010



Glede na profil uporabnikov

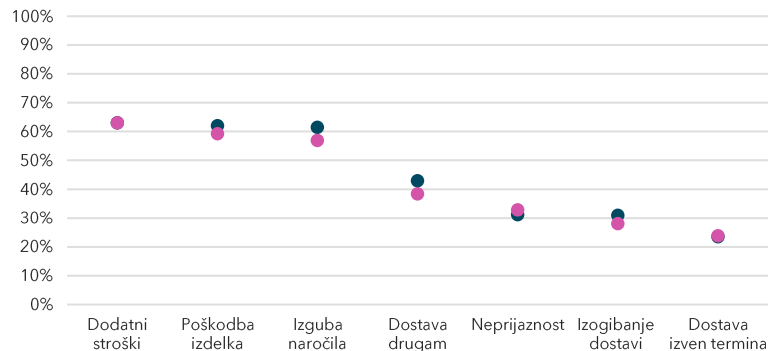
[Deležnavedb]



● Pogosti uporabniki



● Občasni uporabniki



Zadovoljstvo z dostavo

Negativne izkušnje z dostavo



Ali ste imeli v zadnjih treh mesecih izkušnjo z naslednjimi okoliščinami pri dostavi izdelkov naročenih preko spleta.



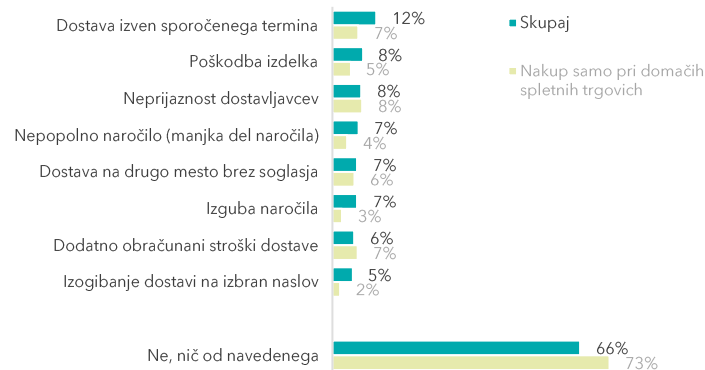
Na levem grafikonu je so poleg rezultatov na skupnem vzorcu prikazani tudi rezultati med tistimi sodelujočimi, ki so imeli v zadnjih treh mesecih izkušnjo s spletnim nakupom samo pri slovenskih trgovcih. Na desni sliki je prikazana razlika v odgovorih glede na profil uporabnikov.



Večina anketirancev v zadnjih treh mesecih ni imela navedenih negativnih izkušenj pri dostavi izdelkov preko spleta. Nekoliko manj izkušenj z neljubimi okoliščinami imajo uporabniki, ki so naročali le v domačih spletnih trgovinah ter občasni uporabniki. Med tistimi, ki so izkušnjo imeli, pa jih največ navaja dostavo izven sporočenega termina.

Skupaj

Multi | Osnova: Tisti, ki so kupovali v zadnjih treh mesecih | n=882



Glede na profil uporabnikov

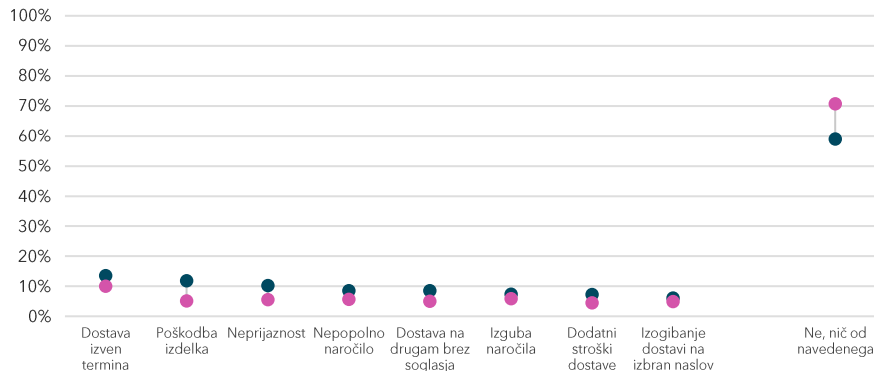
[Delež navedb]



● Pogosti uporabniki



● Občasni uporabniki



Zadovoljstvo z dostavo

Vložena reklamacija oz. pritožba



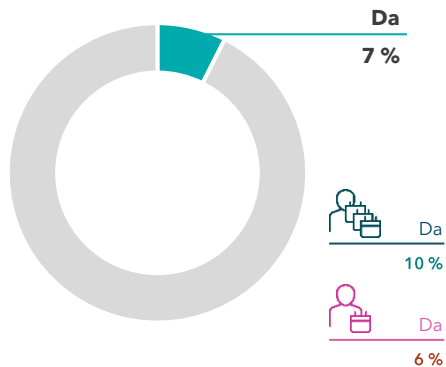
Ali ste v zadnjem letu vložili kakšno reklamacijo ali pritožbo pri izvajalcu dostave?



Reklamacijo oz. pritožbo pri izvajalcu dostave je v zadnjem letu vložilo 7 % uporabnikov. Značilno več pritožb je zaznati med pogostimi uporabniki, med mlajšimi od 45 let ter med študenti.

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1010



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Delež]

		Da	Ne	Skupaj
Spol	Moški	7,8%	92,2%	100%
	Ženske	7,1%	92,9%	100%
Starost	18 - 44 let	10,1%	89,9%	100%
	45 let in več	5,6%	94,4%	100%
Zap. status	Študent	15,3%	84,7%	100%
	Zaposlen	7,9%	92,1%	100%
	Samozapolsen	13,2%	86,8%	100%
	Upokojenec	4,6%	95,4%	100%
Skupaj		7,4%	92,6%	100%

Zadovoljstvo z dostavo

Zadnja izkušnja z reklamacijo



Pri katerem izvajalcu ste nazadnje vložili reklamacijo oz. pritožbo?



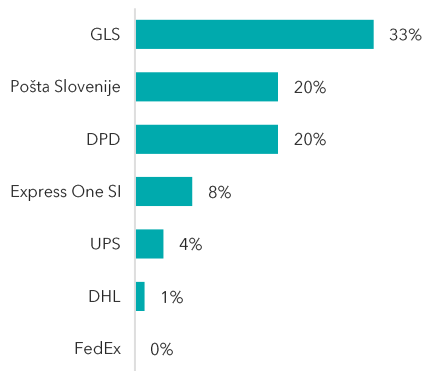
Na desni sliki je prikazana razlika v odgovorih glede na profil uporabnikov.



Največ uporabnikov je pritožbo oz. reklamacijo vložilo na GLS. K slednjemu in tudi k DPD se je pritožilo več občasnih uporabnikov. Medtem ko je večji delež pogostih uporabnikov pritožbo vložilo na Pošto Slovenije.

Skupaj

Filter | Osnova: Tisti, ki so podali reklamacijo v zadnjem letu | n=75



Glede na profil uporabnikov

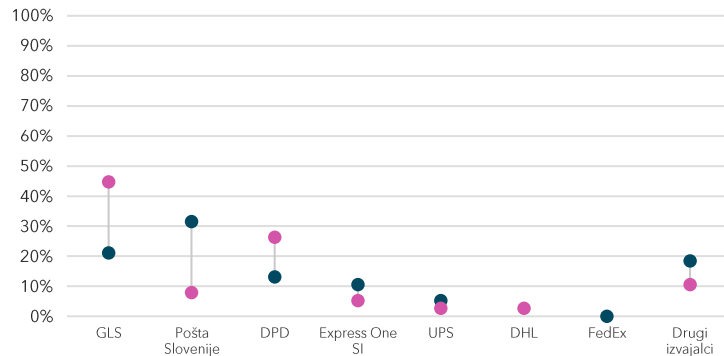
[Delež navedb]



● Pogosti uporabniki



● Občasni uporabniki



Zadovoljstvo z dostavo

Zadnja izkušnja z reklamacijo



Indeks zadovoljstva z obravnavo reklamacije znaša 52,2, kar kaže na to, da uporabniki, ki imajo izkušnjo z reklamacijo, obravnavo le te ne ocenjujejo niti dobro niti slabo. Najbolje je sicer ocenjena prijaznost. Indeks zadovoljstva je nekoliko višji med občasnimi uporabniki.



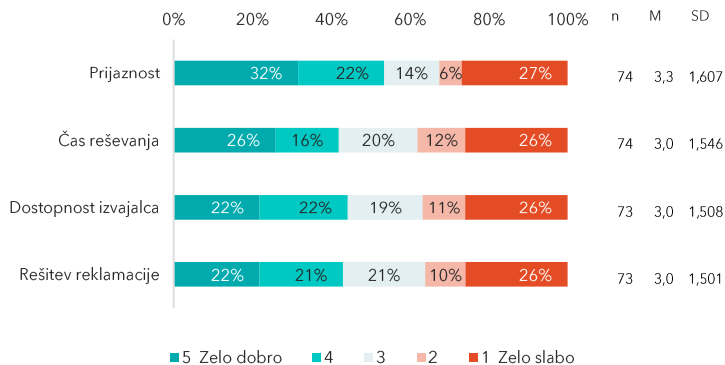
Kako bi ocenili obravnavanje vaše zadnje reklamacije oz. pritožbe?



Indeks zadovoljstva je izračunan kot skupno povprečje ocen zadnje izkušnje z dostavo na lestvici od 1 do 5 ter preračunan na lestvico od 0 do 100. Pri čemer vrednost 0 pomeni absolutno nezadovoljstvo in vrednost 100 absolutno zadovoljstvo.

Skupaj

Filter | Osnova: Tisti, ki so podali reklamacijo v zadnjem letu | opredeljeni



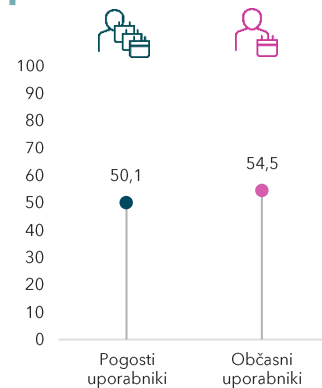
Skupni indeks zadovoljstva

[Indeks]



Glede na profil uporabnikov

[Indeks]



Episcenter d.o.o.

Bravničarjeva ulica 13
1000 Ljubljana

E info@episcenter.si

T +386 1 470 26 00

www.episcenter.si

episcenter