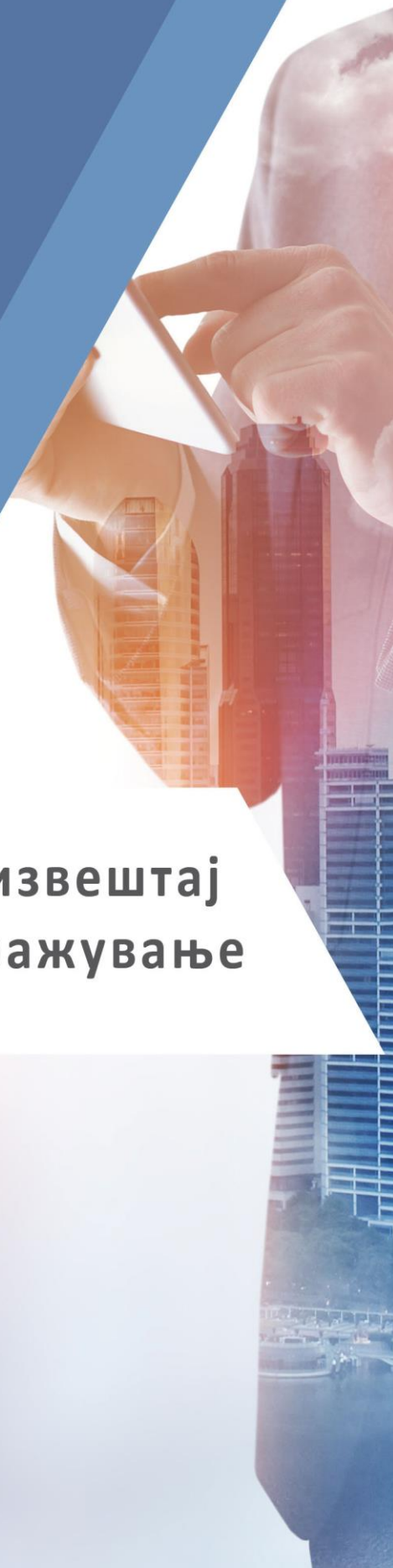


BSC ESTEK

Business Research Center

**Извадоци од извештај
од Online Истражување**



ВОВЕД

Корисниците на интернетот имаат сè повеќе можности за електронско тргување на веб-страниците како на нови трговски простори. Денес, освен класичниот начин на купување - одење во продавницата, односно со физичко присуство на продажното место каде што може да се набави производот или услугата, потрошувачите имаат можност да купуваат и по електронски пат.

Постои софтвер и сајтови кои нудат можности за истражување на огромен број на електронски продавници кои нè информираат и за деталите во врска со купувањето и производите. Освен ова, постојат и веб-страници кои нудат купони за попуст на производи и услуги кои подоцна се искористуваат за целосно остварување на чинот на купопродажба.

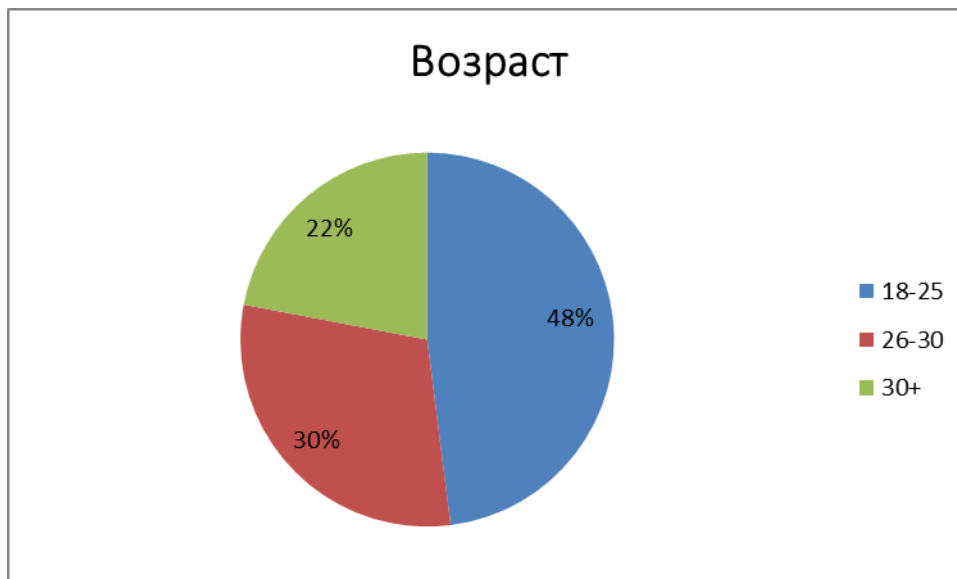
Целиот овој проект, кој ги истражуваше токму тие неколку веб-страници во Македонија кои се занимаваат со продажба на купони со попусти, се реализираше во период од еден месец во 2017 година.

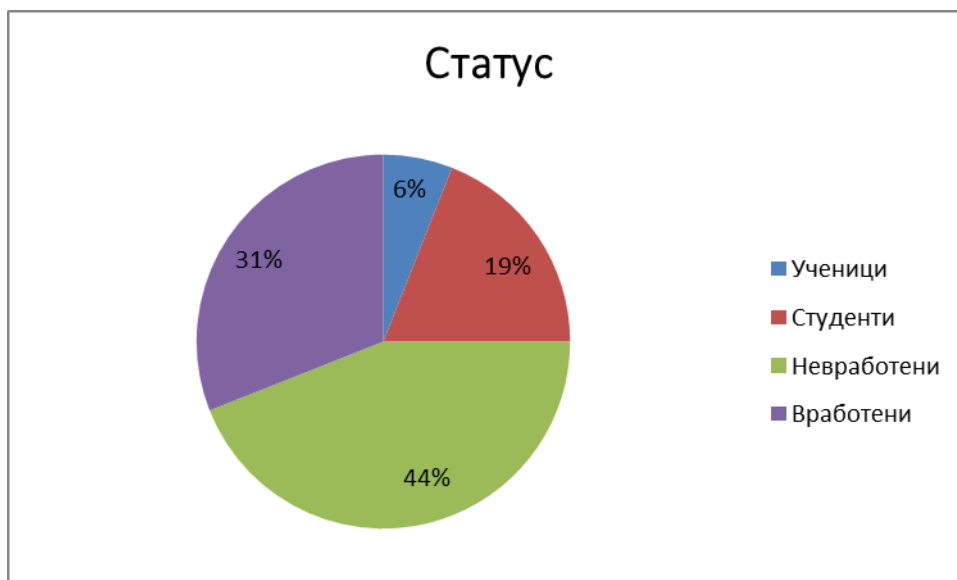
Анализа на податоци

Анализа на податоци добиени од онлајн истражување

Анкетата која беше направена во рамките на онлајн истражувањето беше поставена на соодветниот веб сајт SurveyMonkey преку постојниот профил на БСЦ ЕСТЕК. Линкот беше испратен на контактите на БСЦ ЕСТЕК и споделен преку социјалните мрежи на консултантот. Самата анкета беше достапна за одговарање 2 недели на истата дадоа одговор 100 испитаници.

Собраните демографски податоци се однесуваат на полот, возраста и статусот на испитаниците. Од испитаниците, 30% се машки, а 70% женски. Од аспект на возраста, 48% од испитаниците се на возраст од 18 до 25 години; 30% на возраст од 26 до 30 години и 22% се на возраст над 30 години. Како студенти се произнеле 19% од испитаниците; како ученици 6%; како невработени 44% и како вработени 31%.





Едно од прашањата се однесува на податокот дали самите испитаници активно купуваат купони за попуст. Од нив, 45% никогаш не купиле ваков купон, 45% купуваат вакви купони два до три пати годишно, а 10% купуваат купони два или повеќе пати месечно.

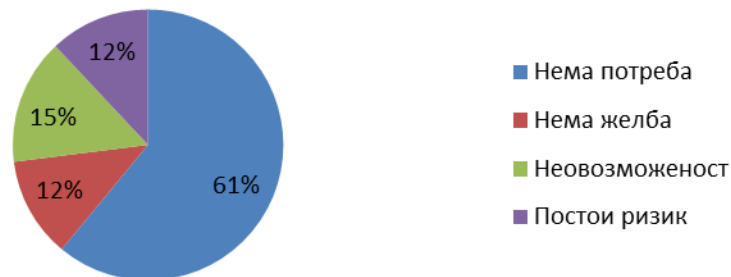


Услуги и производи за кои испитаниците најчесто купуваат купони се козметика и третмани за убавина, автомобилски услуги, патувања, едукација, облека, културни манифестации,

здравствени услуги, компјутерска галантерија и купони за попуст за храна или угостителски објекти.

Друго прашање се заинтересира за испитаниците кои не купуваат купони за производи и услуги онлајн, и тоа 61% од нив велат дека тоа е така бидејќи не им било потребно, 12% едноставно не сакале, 15% не можеле да си дозволат и 12% сметаат дека постои одреден ризик при купување на ваков тип на купон.

Причини поради кои испитаниците не купуваат производи со купони преку Интернет:



Услуги и производи за кои испитаниците би сакале да располагаат со купони, а за кои сметаат дека недостасуваат купони се: храна, облека, накит, чевли, културни манифестации и патувања, но додаваат и козметика, спортски активности и авионски билети.

Информации за веб-страниците кои нудат купони за попуст, испитаниците добиваат претежно преку реклама на социјалните медиуми, а мал дел дознале и преку промотивен материјал во вид на флаери. Половина од испитаниците добиле информација за ваквите веб страници по препорака од некоја друга личност.

Според податоците во однос на факторите кои влијаат на потрошувачите за купување на ваквите купони за попуст, на 35% од испитаниците приоритет им е цената на производот/услугата што се нуди, 29% се водат според препораките кои ги добиле, за 23% значајна е препознатливоста на веб страницата, а 13% ги сметаат својствата на понудениот производ/ услуга за најзначајни. Инаку, испитаниците признаваат дека она што е пресудно при купувањето, онлајн или не, е прозиводителот односно марката.



Понатаму, се обидовме за дознаеме дали испитаниците гледаат полза од овие зделки или не. Само 9% сметаат дека нема полза од ваквите зделки или дека истата не е многу значајна. 26% не се сигурни дали има полза од ваквите зделки, но 65% сметаат дека има голема полза од нив.

Дали гледате полза во ваквите онлајн зделки?

