VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA

MARIBOR

ZAZNANA KORIST, KOMPLEKSNOST IN TVEGANJE KOT DEJAVNIKI NAMERE UPORABE PRI DIGITALNEM NAKUPU POHIŠTVA PO MERI: RAZISKAVA NA PRIMERU HIPOTETIČNEGA SPLETNEGA KONFIGURATORJA

Kandidatka: Anja Rajšp

Vrsta študija: študentka izrednega študija

Študijski program: Ekonomist

Mentor predavatelj: mag. Dušan Vrban, univ. dipl. ekon.

Mentor v podjetju: mag. Beno Rožman, univ. dipl. inž.

Lektorica: Maja Špes, mag. prof. slov. j. in knj. (UN)

Maribor, 2026

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisana Anja Rajšp sem avtorica diplomskega dela z naslovom »*Zaznana korist, kompleksnost in tveganje kot dejavniki namere uporabe pri digitalnem nakupu pohištva po meri: raziskava na primeru hipotetičnega spletnega konfiguratorja«*, ki sem ga napisala pod mentorstvom mag. Dušana Vrbana, univ. dipl. ekon.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

– je predloženo delo izključno rezultat mojega dela;

– sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia Maribor;

– se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli kot moje lastne, kaznivo po Zakonu o avtorski in sorodnih pravicah (Uradni list RS, št. 16/07 – uradno prečiščeno besedilo, 68/08, 110/13, 56/15 in 63/16 – ZKUASP); prekršek pa podleže tudi ukrepom Višje strokovne šole Academia Maribor skladno z njenimi pravili;

– skladno z 32. a členom ZASP dovoljujem Višji strokovni šoli Academia Maribor objavo diplomskega dela na spletnem portalu šole.

Maribor, september 2026 Podpis študenta:

ZAHVALA

Iskrena hvala vsem in vsemu.

POVZETEK

Diplomsko delo obravnava dejavnike, povezane z namero uporabe spletnega konfiguratorja pri digitalnem nakupu pohištva po meri. V ospredju je proučevanje razmerja med zaznano koristjo personalizacije izdelka ter kompleksnostjo, naporom in negotovostjo, ki spremljajo proces samostojnega konfiguriranja. Namen raziskave je bil ugotoviti, kako zaznana korist personalizacije, kompleksnost konfiguriranja in zaznano tveganje vplivajo na namero uporabe spletnega konfiguratorja ter kako se navedeni dejavniki povezujejo s potrebo po človeški strokovni podpori. Raziskava je bila izvedena na primeru hipotetičnega spletnega konfiguratorja garderobne omare.

Empirični del raziskave temelji na kvantitativni spletni anketi, v kateri je sodelovalo 206 polnoletnih prebivalcev Slovenije. Na podlagi predstavljenega scenarija so bile analizirane povezave med zaznano koristjo personalizacije, kompleksnostjo konfiguriranja, zaznanim tveganjem, namero uporabe konfiguratorja in potrebo po strokovni podpori. Rezultati so potrdili vse štiri postavljene hipoteze. Najizrazitejša povezanost z namero uporabe je bila ugotovljena pri zaznani koristi personalizacije, medtem ko sta bili večja kompleksnost konfiguriranja in višje zaznano tveganje povezani z nižjo namero uporabe. Hkrati je bilo ugotovljeno, da se z naraščanjem kompleksnosti konfiguriranja in zaznanega tveganja povečuje tudi potreba uporabnikov po človeški strokovni podpori.

Ugotovitve raziskave kažejo, da je pri načrtovanju in implementaciji spletnih konfiguratorjev pomembno vzpostaviti ustrezno ravnotežje med možnostjo personalizacije, kompleksnostjo uporabniške izkušnje in razpoložljivostjo strokovne podpore. Uporabniku je treba omogočiti zadostno stopnjo prilagajanja izdelka njegovim potrebam, pri tem pa zmanjšati zaznano zahtevnost procesa ter negotovost pri sprejemanju odločitev. Rezultati obenem nakazujejo, da digitalizacija prodajnega procesa ne zmanjšuje pomena zaposlenih, temveč vpliva na spremembo njihove vloge. Ta se vse bolj usmerja v svetovanje, preverjanje izbranih rešitev ter podporo uporabnikom pri zahtevnejših odločitvah, kjer je njihovo strokovno znanje še posebej pomembno.

Ključne besede: *spletni konfigurator, personalizacija, pohištvo po meri, namera uporabe, kompleksnost, zaznano tveganje, človeška podpora.*

ABSTRACT

»Perceived Benefits, Complexity and Risk as Factors Associated with Intention to Use in the Digital Purchase of Custom-Made Furniture: A Study of a Hypothetical Online Configurator«

This thesis examines the factors related to the intention to use an online configurator when purchasing custom-made furniture online. The focus is on exploring the relationship between the perceived benefits of product personalization and the complexity, effort, and uncertainty associated with the self-configuration process. The purpose of the study was to determine how the perceived benefits of personalization, the complexity of configuration, and the perceived risk influence the intention to use an online configurator, and how these factors relate to the need for human expert support.

The empirical part of the study is based on a quantitative online survey in which 206 adult residents of Slovenia participated. Based on the presented scenario, the relationships between the perceived benefits of personalization, configuration complexity, perceived risk, intention to use the configurator, and the need for expert support were analyzed.

The strongest association with the intention to use was found for the perceived benefits of personalization, while greater configuration complexity and higher perceived risk were associated with a lower intention to use. At the same time, it was found that as configuration complexity and perceived risk increase, so does users' need for human expert support.

The study's findings indicate that when designing and implementing online configurators, it is important to strike an appropriate balance between personalization options, the complexity of the user experience, and the availability of expert support. Users must be allowed a sufficient degree of product customization to meet their needs, while reducing the perceived complexity of the process and uncertainty in decision-making. At the same time, the results suggest that the digitization of the sales process does not diminish the importance of employees but rather leads to a shift in their role. This role is increasingly focused on providing advice, verifying selected solutions, and supporting users in making more complex decisions, where their expertise is particularly important.

Keywords: *online configurator, customization, custom-made furniture, intention to use, configuration complexity, perceived risk, human expert support*

KAZALO VSEBIN

1 UVOD 8
1.1 Opis področja in opredelitev problema 8
1.2 Namen, cilji, raziskovalna vprašanja in hipoteze 9
1.3 Predpostavke in omejitve 10
1.4 Uporabljene raziskovalne metode 11
2 TEORETIČNA IZHODIŠČA 13
2.1 Spletni konfigurator in množično prilagajanje izdelkov 13
2.2 Zaznana korist personalizacije 14
2.3 Kompleksnost konfiguriranja 16
2.4 Zaznano tveganje pri spletnem nakupu izdelkov po meri 18
2.5 Človeška podpora in sprememba vloge zaposlenega v digitalnem prodajnem procesu 20
3 RAZISKAVA DEJAVNIKOV NAMERE UPORABE SPLETNEGA KONFIGURATORJA 23
3.1 Raziskovalni model in operacionalizacija spremenljivk 23
3.2 Anketni vprašalnik in vzorec 25
3.3 Obdelava in analiza podatkov 27
4 REZULTATI RAZISKAVE 28
4.1 Osnovni pregled podatkov in zanesljivost meritev 28
4.2 Zaznana korist personalizacije in namera uporabe – H1 29
4.3 Kompleksnost konfiguriranja in namera uporabe – H2 30
4.4 Zaznano tveganje in namera uporabe – H3 31
4.5 Kompleksnost, tveganje in potreba po človeški strokovni podpori – H4 32
4.5.1 Kompleksnost in potreba po človeški strokovni podpori 32
4.5.2 Tveganje in potreba po človeški strokovni podpori 33
4.6 Skupen pregled hipotez 34
5 PRIPOROČILA ZA OBLIKOVANJE SPLETNEGA KONFIGURACIJSKEGA PROCESA 36

5.1 Zmanjševanje kompleksnosti in zaznanega tveganja.....36
5.2 Podpora uporabniku v konfiguracijskem procesu.....38
5.3 Vloga zaposlenega v digitalno podprtem prodajnem procesu 40
6 SKLEP 43
LITERATURA IN VIRI 45
PRILOGE.....47

KAZALO SLIK

Slika 1: Raziskovalni model in hipoteze – predvidene smeri povezanosti.....10
Slika 2: Konceptualni prikaz spletnega konfiguratorja garderobne omare.....26
Slika 3: Starostna struktura respondentov.....29
Slika 4: Smer in moč povezanosti med analiziranimi konstrukti (Spearmanov ρ).....36
Slika 5: Primerjava obstoječe omare in konceptualne rešitve, prilagojene prostoru. 39
Slika 6: Predlagan potek konfiguriranja z možnostjo strokovne podpore 41

KAZALO PREGLEDNIC

Preglednica 1: Operacionalizacija spremenljivk raziskovalnega modela 23
Preglednica 2: Opisne statistike in notranja zanesljivost merjenih konstruktov.....29
Preglednica 3: Povezanost posameznih vrst zaznanega tveganja z namero uporabe.....31
Preglednica 4: Povezanost kompleksnosti in zaznanega tveganja s potrebo po človeški podpori 32
Preglednica 5: Povezanost posameznih vrst zaznanega tveganja s potrebo po človeški podpori 33
Preglednica 6: Rezultati preverjanja hipotez 34

1 UVOD

1.1 Opis področja in opredelitev problema

Spletni konfigurator uporabniku omogoča, da izdelek prilagodi svojim potrebam, vendar mu s tem preda tudi več odločanja. Namesto izbire med že oblikovanimi izdelki mora uporabnik sam določiti dimenzije, razporeditev, materiale in druge lastnosti ter iz ponujenih možnosti sestaviti rešitev, ki mu najbolj ustreza.

Pri pohištvu po meri je takšna možnost smiselna predvsem zato, ker standardna rešitev pogosto pomeni kompromis. Potrebe se razlikujejo glede na razpoložljiv prostor, želeno notranjo razporeditev, materiale in funkcionalne zahteve. Pri garderobni omari je korist personalizacije predvsem funkcionalna: prilagoditev dimenzij in notranje razporeditve lahko izboljša izrabo prostora in uporabnost končnega izdelka. Raziskave spletnega prilagajanja kažejo, da lahko sodelovanje uporabnika pri konfiguriranju poveča zaznano vrednost prilagojenega izdelka, med drugim njegovo utilitarno oziroma funkcionalno vrednost, ta pa je povezana tudi z nadaljnjimi vedenjskimi namerami (Yıldırım et al., 2026).

Možnost prilagoditve lahko zato uporabniku prinese zelo konkretno korist: izdelek se lahko bolj približa temu, kar dejansko potrebuje. Dodatna možnost izbire pa od uporabnika zahteva tudi več vložka, saj vsak atribut zahteva razumevanje ponujenih možnosti, primerjanje in presojo posledic izbire. Bambauer-Sachse (2026) je v več študijah pokazala, da lahko večje število prilagodljivih atributov poveča zaznani napor in zmedenost. Ko je bilo konfiguriranje edina možnost, so se pri večjem številu atributov poslabšali tudi vrednotenje izdelka in verjetnost nakupa. Korist dodatne izbire ima torej mejo: če mora uporabnik zanjo vložiti preveč časa in miselnega napora, lahko večja prilagodljivost začne delovati proti njemu.

Pri spletnem nakupu pohištva je prisotno še vprašanje tveganja. Uporabnik izdelka pred nakupom praviloma ne more fizično preveriti, zato mora del odločitve sprejeti na podlagi informacij na zaslonu. Alrawad et al. (2023) so med različnimi oblikami tveganja pri spletnem nakupovanju ugotovili negativno povezanost finančnega, informacijskega in zasebnostnega tveganja z nakupno namero. Pri pohištvu se temu doda zelo konkreten problem: ali bo končni izdelek dejansko ustrezal prostoru. Pfaff in Spann (2025) to opisujeta kot negotovost glede prostorskega ujemanja, ki je posebej izrazita pri večjih izdelkih za notranjo opremo, saj uporabnik težje presodi njihovo dejansko velikost ter umestitev v prostor.

Raziskovalni problem diplomske naloge izhaja iz razmerja med koristjo in zahtevami, ki jih konfiguriranje postavi pred uporabnika. Konfigurator lahko uporabniku omogoči boljšo rešitev od standardnega izdelka in tako poveča njegovo vrednost, vendar v zameno zahteva več njegovega časa, odločanja ter odgovornosti za končni rezultat. Osrednje vprašanje je, koliko dodatnega odločanja, napora in negotovosti je uporabnik pripravljen sprejeti zaradi boljše rešitve.

Takšen način nakupa spreminja tudi klasičen odnos med uporabnikom in prodajalcem. Pri samopostrežnih tehnologijah uporabnik prevzame del aktivnosti, ki jih je prej izvajal zaposleni, medtem ko se vloga zaposlenega pomika bolj proti usmerjanju, pomoči in reševanju težav. Audrin in Etemad-Sajadi (2026) zaposlene v takšnem okolju opisujeta kot facilitatorje, ki uporabniku pomagajo pri uporabi tehnologije ter posežejo predvsem takrat, ko se pojavijo težave. Tudi pri prodajnih konfiguratorjih lahko tehnologija prevzame del rutinskega dela in zmanjša potrebo po vključevanju tehnične podpore pri standardnih korakih prodajnega procesa (Netz et al., 2025).

V diplomski nalogi je raziskano, kako so zaznana korist personalizacije, kompleksnost konfiguriranja in zaznano tveganje povezani z namero uporabe ter kako sta kompleksnost in tveganje povezana s potrebo po človeški strokovni podpori.

1.2 Namen, cilji, raziskovalna vprašanja in hipoteze

Namen diplomske naloge je raziskati dejavnike, povezane z namero uporabe spletnega konfiguratorja pri nakupu pohištva po meri. Poudarek je na razmerju med koristjo, ki jo prinaša prilagoditev izdelka, in zahtevnostjo ter negotovostjo, ki spremljata samostojno konfiguriranje.

Cilji diplomske naloge so:

- opredeliti spletno konfiguriranje in pomen personalizacije z vidika uporabnika;
- ugotoviti povezanost med zaznano koristjo personalizacije in namero uporabe konfiguratorja;
- ugotoviti povezanost med zaznano kompleksnostjo konfiguriranja in namero uporabe;
- ugotoviti povezanost med zaznanim tveganjem in namero uporabe;
- preveriti, ali sta večja kompleksnost in zaznano tveganje povezana z večjo potrebo po človeški strokovni podpori;

– na podlagi teoretičnih in empiričnih ugotovitev oblikovati priporočila za digitalno podprt konfiguracijski proces.

Iz raziskovalnega problema izhajajo naslednja raziskovalna vprašanja:

RV1: Kakšna je povezanost med zaznano koristjo personalizacije in namero uporabe spletnega konfiguratorja pohištva po meri?

RV2: Kakšna je povezanost med zaznano kompleksnostjo konfiguriranja in namero uporabe spletnega konfiguratorja?

RV3: Kakšna je povezanost med zaznanim tveganjem pri konfiguriranju in spletnem nakupu ter namero uporabe spletnega konfiguratorja?

RV4: Ali sta višja zaznana kompleksnost konfiguriranja in višje zaznano tveganje povezana z večjo potrebo po človeški strokovni podpori?

Na tej osnovi so bile oblikovane naslednje hipoteze:

H1: Višja zaznana korist personalizacije je povezana z višjo namero uporabe spletnega konfiguratorja.

H2: Višja zaznana kompleksnost konfiguriranja je povezana z nižjo namero uporabe spletnega konfiguratorja.

H3: Višje zaznano tveganje pri konfiguriranju in spletnem nakupu je povezano z nižjo namero uporabe spletnega konfiguratorja.

H4: Višja zaznana kompleksnost konfiguriranja in višje zaznano tveganje sta povezana z večjo potrebo po človeški strokovni podpori v digitalno podprtem prodajnem procesu.

Hipoteza H4 nalogo neposredno povezuje s krovno temo *Transformation in the workplace*. Spletni konfigurator del prodajnega procesa prenese na uporabnika in tehnologijo, kar spreminja tudi vlogo zaposlenega. Ta se lahko od izvajanja rutinskih korakov premakne k svetovanju, preverjanju konfiguracije in podpori pri zahtevnejših odločitvah.

1.3 Predpostavke in omejitve

Raziskava izhaja iz predpostavke, da so si respondenti na podlagi predstavljenega scenarija lahko dovolj jasno predstavljali uporabo spletnega konfiguratorja garderobne omare in ocenili svoje zaznave ter namero uporabe. Scenarij je bil dopolnjen z osnovnim grafičnim prikazom

konfiguratorja, namenjenim lažji predstavi o načinu uporabe in ponujenih možnostih prilagajanja.

Glavna omejitev je uporaba hipotetičnega konfiguratorja. Grafični prikaz predstavlja le ponazoritev in ne omogoča dejanske interakcije, zato respondenti niso izvedli celotnega konfiguracijskega ter nakupnega procesa. Raziskava je tako merila namero uporabe in ne dejanskega vedenja, odgovori pa so temeljili na predstavljeni situaciji ter lastni presoji.

Podatki so bili zbrani v enem časovnem obdobju, zato raziskava prikazuje stanje v času izvedbe ankete, ne pa sprememb vedenja skozi čas. Ker je raziskava korelacijska, je bilo mogoče ugotoviti, ali so posamezne spremenljivke med seboj povezane in kakšna je moč teh povezav, ne pa tudi dokazati, da ena spremenljivka neposredno povzroča drugo.

Možnost posploševanja rezultatov je omejena z dejansko doseženim vzorcem polnoletnih prebivalcev Slovenije in s konkretnim scenarijem konfiguriranja garderobne omare. Ugotovitev zato ni mogoče neposredno prenesti na vse vrste konfiguratorjev ali druge kategorije izdelkov.

1.4 Uporabljene raziskovalne metode

Diplomska naloga je sestavljena iz teoretičnega in empiričnega dela. Teoretični del temelji na pregledu in analizi strokovne ter znanstvene literature s področja spletnega konfiguriranja in množičnega prilagajanja izdelkov, zaznane koristi personalizacije, kompleksnosti konfiguriranja, zaznanega tveganja pri spletnem nakupovanju ter človeške podpore in spreminjanja vloge zaposlenega v digitalno podprtem prodajnem procesu.

Empirični del temelji na kvantitativni anketni raziskavi med polnoletnimi prebivalci Slovenije. Respondentom je bil predstavljen enoten scenarij hipotetičnega spletnega konfiguratorja garderobne omare z osnovnim grafičnim prikazom. V predstavljenem scenariju je konfigurator omogočal izbiro dimenzij, notranje razporeditve, materialov in osnovnih funkcionalnosti. Respondenti so nato na petstopenjski lestvici ocenjevali namero uporabe, zaznano korist personalizacije, kompleksnost konfiguriranja, zaznano tveganje in potrebo po človeški strokovni podpori.

Pri konstruktih, sestavljenih iz več postavk, je bila preverjena notranja zanesljivost s Cronbachovim koeficientom alfa. Iz pripadajočih postavk so bili izračunani povprečni indeksi posameznih konstruktov.

Hipoteze so bile preverjene s Spearmanovim koeficientom korelacije (ρ). Pri H1 je bila analizirana povezanost med zaznano koristjo personalizacije in namero uporabe, pri H2 med zaznano kompleksnostjo ter namero uporabe in pri H3 med zaznanim tveganjem ter namero uporabe. Pri H4 sta bili ločeno preverjeni povezavi med kompleksnostjo in potrebo po človeški strokovni podpori ter med tveganjem in potrebo po človeški strokovni podpori.

2 TEORETIČNA IZHODIŠČA

Več možnosti prilagoditve pomeni tudi več odločanja. Uporabnik lahko izdelek natančneje prilagodi svojim potrebam, za to pa mora vložiti čas in napor ter sprejeti določeno negotovost glede končnega rezultata. Teoretični del obravnava spletno konfiguriranje in množično prilagajanje izdelkov, zaznano korist personalizacije, kompleksnost konfiguriranja, zaznano tveganje ter vlogo človeške podpore v digitalnem prodajnem procesu.

2.1 Spletni konfigurator in množično prilagajanje izdelkov

Produktna konfiguracija pomeni oblikovanje konkretne različice izdelka na podlagi potreb posameznega kupca. Konfiguriranje temelji na vnaprej opredeljeni strukturi izdelka z možnimi lastnostmi, s komponentami in pravili njihovega kombiniranja. Prodajni konfigurator uporabniku omogoča, da znotraj tega sistema izbira lastnosti izdelka in postopoma oblikuje rešitev, ki ustreza njegovim zahtevam (Comploi-Taupe & Falkner, 2026).

Tak način prilagajanja je povezan s konceptom množičnega prilagajanja oziroma *mass customization*, ki združuje prilagajanje potrebam posameznega kupca z določeno stopnjo standardizacije. Izdelek je lahko v veliki meri prilagojen posamezniku, vendar njegovo oblikovanje temelji na vnaprej razviti produktni družini, skupnih komponentah in pravilih. S tem se razlikuje od popolnoma individualnega razvoja, pri katerem se rešitev za vsakega kupca oblikuje skoraj od začetka. Netz et al. (2025) podobno poudarjajo, da konfigurator ponuja ožji prostor rešitev kot popolnoma individualno projektiranje, vendar lahko znotraj tega prostora za velik del kupcev oblikuje dovolj prilagojeno rešitev.

Ta razlika je pomembna tudi za raziskovalni primer garderobne omare po meri. Uporabnik v predstavljenem scenariju omare ne projektira brez omejitev, ampak določa njene značilnosti z izbiro dimenzij, notranje razporeditve, materialov in osnovnih funkcionalnosti. Pri tem mora sistem upoštevati, katere kombinacije so dejansko izvedljive. Če določena širina omare na primer ne dopušča izbranega notranjega elementa ali če dve možnosti med seboj nista združljivi, lahko takšno omejitev obravnava že konfiguracijski model. Comploi-Taupe in Falkner (2026) pojasnjujeta, da so v modelu poleg strukture ter možnih različic izdelka zajete tudi omejitve med posameznimi možnostmi. Del strokovnega znanja o izdelku je tako mogoče vključiti neposredno v logiko konfiguratorja.

To spremeni tudi naravo uporabnikovega odločanja. Uporabniku ni treba poznati vseh tehničnih pravil, ki določajo izvedljivost izdelka, saj lahko sistem neustrezne kombinacije izloči, omeji

razpoložljive možnosti ali na problem opozori med konfiguriranjem. Odločanje se zato lahko bolj osredotoči na lastnosti, ki so za uporabnika dejansko pomembne, medtem ko del tehnične kompleksnosti ostane v ozadju sistema. Pri pohištvu po meri je takšna razdelitev posebej relevantna, saj je lahko končna rešitev sestavljena iz več medsebojno odvisnih odločitev.

Konfigurator ima pomembno vlogo tudi v nadaljnjih procesih podjetja, saj se podatki, ki nastanejo pri konfiguriranju, lahko uporabijo tudi v nadaljnjih procesih podjetja. Comploi-Taupe in Falkner (2026) med tipičnimi izhodi konfiguracijskega procesa navajata pripravo ponudbe ter podatke, potrebne za nadaljnje proizvodne procese. Informacije, ki jih uporabnik vnese med konfiguriranjem, lahko postanejo del toka podatkov med prodajo, tehnično pripravo in izvedbo naročila.

Organizacijski pomen takšnega sistema ponazarjajo tudi Netz et al. (2025). Na primeru prodajnega konfiguratorja za tehnično kompleksne izdelke ugotavljajo, da lahko konfigurator skrajša postopek priprave ponudbe in zmanjša potrebo po neposrednem vključevanju tehničnih strokovnjakov pri standardiziranih primerih. Uvedba konfiguratorja lahko spremeni tudi razdelitev znanja in nalog znotraj prodajnega procesa. Del pravil, ki jih je moral prej pri vsakem primeru preverjati zaposleni, je mogoče prenesti v sistem. Ta vidik je za diplomsko nalogo pomemben predvsem pri nadaljnji obravnavi spremembe vloge zaposlenega in potrebe po človeški strokovni podpori.

V tej diplomski nalogi se izraz personalizacija uporablja za prilagoditev izdelka potrebam posameznega uporabnika, medtem ko konfiguriranje označuje sam proces, v katerem uporabnik aktivno izbira lastnosti izdelka. Takšna uporaba izraza personalizacija se razlikuje od avtomatizirane personalizacije v digitalnem okolju, pri kateri sistem na podlagi podatkov o uporabniku sam prilagaja priporočila, vsebine ali ponudbo. V obravnavanem primeru je uporabnik tisti, ki oblikuje lastnosti končnega izdelka, konfigurator pa mu predstavlja razpoložljive možnosti in upošteva pravila, ki določajo izvedljive kombinacije.

2.2 Zaznana korist personalizacije

Osnovna korist personalizacije je možnost, da se izdelek bolj približa konkretnim potrebam posameznega uporabnika. Pri standardnem izdelku uporabnik izbira med že oblikovanimi rešitvami, pri konfiguriranju pa lahko vpliva na lastnosti končnega izdelka. V primeru garderobne omare je razlika precej praktična: uporabnik lahko dimenzije prilagodi

razpoložljivemu prostoru, notranjo razporeditev pa količini in vrsti stvari, ki jih želi shranjevati. Personalizacija ima zato vrednost predvsem takrat, ko te izbire vodijo do uporabnejše rešitve.

Yıldırım et al. (2026) vrednost prilagojenega izdelka obravnavajo skozi tri razsežnosti: utilitarno vrednost, vrednost edinstvenosti in vrednost samoizražanja. Utilitarna vrednost se nanaša na funkcionalno korist prilagojenega izdelka oziroma na njegovo boljše ujemanje s preferencami uporabnika. Vrednost edinstvenosti izhaja iz možnosti, da uporabnik pridobi izdelek, ki se razlikuje od standardne ponudbe, vrednost samoizražanja pa iz možnosti, da z izbiro lastnosti izdelka izrazi lastne preference oziroma identiteto. Raziskava med 312 uporabniki z izkušnjami s spletnim prilagajanjem je pokazala, da je bila večja udeležba v procesu prilagajanja pozitivno povezana z vsemi tremi dimenzijami vrednosti, te pa so bile povezane tudi z namero ponovnega nakupa prilagojenih izdelkov (Yıldırım et al., 2026).

Za raziskovalni scenarij te diplomske naloge je med temi dimenzijami najbolj relevantna utilitarna vrednost. Garderobna omara je predvsem funkcionalen izdelek, pri katerem lahko prilagoditev neposredno vpliva na izrabo razpoložljivega prostora in način uporabe. Možnost izbire notranje razporeditve ima na primer drugačen pomen za uporabnika, ki potrebuje več prostora za obešanje oblačil, kot za uporabnika, ki potrebuje predvsem police ali predale. Enaka zunanja velikost omare lahko tako z drugačno notranjo razporeditvijo uporabniku predstavlja različno uporabno vrednost. Zaznana korist personalizacije je zato v tej raziskavi vezana predvsem na vprašanje, ali uporabnik v možnosti prilagajanja prepozna izboljšanje končne rešitve glede na svoje dejanske potrebe.

Pomembno je razlikovati med obsegom prilagodljivosti in koristjo, ki jo uporabnik v prilagodljivosti prepozna. Veliko število možnosti samo po sebi še ne pomeni visoke zaznane koristi. Možnost prilagoditve ima vrednost predvsem takrat, ko uporabniku omogoči odločitev, ki pomembno vpliva na ustreznost izdelka. Če dodatna izbira ne izboljša končne rešitve ali se uporabniku zdi nepomembna, predstavlja predvsem dodatno odločitev. Prav ta razlika je pomembna za širši raziskovalni problem naloge, saj kaže, da je pri presoji personalizacije pomembno, kaj uporabnik s ponujenimi možnostmi dejansko pridobi; samo število možnosti ne pove dovolj.

Povezavo med zaznano vrednostjo prilagojenega izdelka in vedenjskim odzivom potrjujejo tudi Canarslan in Barış (2022). Udeleženci njune raziskave so na spletnem mestu dejansko oblikovali prilagojen par čevljev, nato pa ocenjevali izkušnjo, vrednost izdelka, pripravljenost plačati zanj in verjetnost nakupa. Zaznana vrednost prilagojenega izdelka je bila pomembno povezana z verjetnostjo nakupa. Raziskava je bila izvedena v drugi kategoriji izdelkov in meri

nakupno verjetnost po dejanski izkušnji s konfiguriranjem, zato njen rezultat ni neposredno primerljiv z namero uporabe hipotetičnega konfiguratorja v tej nalogi. Kljub temu podpira širše izhodišče, da je zaznana vrednost prilagojenega izdelka povezana tudi z nadaljnjim vedenjskim odzivom uporabnika.

Podobno velja za ugotovitve Yıldırım et al. (2026), kjer je bila posledična spremenljivka namera ponovnega nakupa, ne namera prve uporabe konfiguratorja. Njihovih rezultatov zato ni mogoče obravnavati kot neposrednega preverjanja H1 in so za to diplomsko nalogo pomembni predvsem kot teoretična podlaga za pričakovanje, da uporabnik, ki v možnosti prilagajanja vidi večjo vrednost, izraža tudi ugodnejšo vedenjsko namero.

V raziskavi je zaznana korist personalizacije zato operacionalizirana skozi tri praktične vidike: boljšo izrabo razpoložljivega prostora, boljše prilagajanje izdelka lastnim potrebam in splošno dodatno vrednost možnosti prilagoditve. Takšna opredelitev se osredotoča na korist končnega rezultata, ne na samo količino ponujenih možnosti. Bolj prilagojena rešitev od uporabnika hkrati zahteva več časa, razmišljanja in odločanja, zato je naslednje poglavje namenjeno kompleksnosti procesa.

Na tej podlagi je oblikovana hipoteza H1:

H1: Višja zaznana korist personalizacije je povezana z višjo namero uporabe spletnega konfiguratorja.

2.3 Kompleksnost konfiguriranja

Več možnosti prilagoditve pomeni tudi več odločitev, ki jih mora uporabnik med konfiguriranjem razumeti in povezati v končno rešitev. Pri posameznem atributu mora presoditi razlike med možnostmi, njihove posledice in ustreznost glede na svoje potrebe. Kompleksnost konfiguriranja se zato nanaša na uporabnikovo izkušnjo zahtevnosti procesa: koliko časa, truda in razmišljanja mu vzame ter kako težko se odloča med ponujenimi možnostmi.

Bambauer-Sachse (2026) pri spletnem prilagajanju posebej obravnava zaznani napor in zmedenost. Napor zajema čas in delo, ki ju uporabnik povezuje s konfiguriranjem, zmedenost pa težavnost obvladovanja možnosti ter sprejemanja odločitev med njimi. Uporabnik lahko posamezne možnosti razume, vendar se mu celoten postopek zdi dolgotrajen. Količina dela je lahko sprejemljiva, uporabnik pa kljub temu težko presodi, katera izbira je zanj najprimernejša. Oba vidika povečujeta zahtevnost procesa, vendar na nekoliko drugačen način.

Bambauer-Sachse (2026) je vpliv števila prilagodljivih atributov preverjala v več zaporednih študijah. Že začetna raziskava je pokazala, da uporabniki večje število atributov dejansko zaznajo kot višjo raven prilagodljivosti. Povečanje s štirih na osem atributov je zaznano stopnjo prilagodljivosti opazno povečalo, nadaljnje povečevanje števila atributov pa ni prineslo primerljivega povečanja te zaznave. Rezultat kaže, da dodatne možnosti uporabniku po določeni točki ne prinesejo nujno enako velikega občutka večje prilagodljivosti.

V nadaljnjih študijah so se pokazale tudi posledice večjega števila odločitev. Pri primerjavi nižje in višje ravni prilagodljivosti je večje število atributov povečalo zaznani napor ter zmedenost, ta pa sta bila povezana z manj ugodnim vrednotenjem izdelka in nižjo verjetnostjo nakupa. V študiji, v kateri so udeleženci izdelek dejansko konfigurirali na spletni strani, je več možnosti hkrati povečalo tudi ujemanje izdelka s preferencami in občutek ponosa ob lastnem oblikovanju. Negativni učinki napora in zmedenosti so bili kljub temu dovolj izraziti, da je bil skupni odziv pri večjem številu atributov manj ugoden.

Za razumevanje kompleksnosti je zanimiva tudi ugotovitev, da se odziv uporabnikov spremeni, ko imajo poleg konfiguriranja na voljo še standardno možnost. V takem primeru se pri uporabnikih, ki so se sami odločili za konfiguriranje večjega števila atributov, negativni učinek zaznanega napora in zmedenosti ni več pokazal na enak način. Večja prilagodljivost je bila takrat povezana z boljšim ujemanjem s preferencami in z večjim ponosom ob oblikovanju izdelka, kar je spremljalo ugodnejše vrednotenje izdelka ter višjo verjetnost nakupa (Bambauer-Sachse, 2026).

Rezultati so pomembni za zasnovo spletnega konfiguratorja, ker pokažejo, da sama količina izbire še ne pove dovolj o tem, kako bo uporabnik proces doživel. Na zaznano zahtevnost vplivata tudi način predstavitve možnosti in širši kontekst odločanja. Enako število odločitev je lahko lažje obvladljivo, kadar so možnosti razporejene v jasne korake in uporabnik razume njihove posledice. Pri slabo strukturiranem procesu lahko že manjše število odločitev zahteva precej razmišljanja.

Pri garderobni omari so posamezne odločitve pogosto medsebojno povezane. Izbrane mere določajo, kateri notranji elementi so izvedljivi, notranja razporeditev vpliva na funkcionalnost omare, izbira materialov in dodatkov pa lahko spremeni ceno ter končni videz. Uporabnik zato ne sprejema povsem ločenih odločitev. Pri vsaki naslednji izbiri mora upoštevati vsaj del predhodnih odločitev in njihov vpliv na celotno konfiguracijo. Takšna odvisnost med možnostmi lahko poveča količino informacij, ki jih mora uporabnik med postopkom obdelati.

V tej raziskavi je kompleksnost obravnavana kot zaznana kompleksnost konfiguriranja. Meri uporabnikovo presojo časa in truda, zahtevnosti izbire ter oteženega odločanja zaradi količine odločitev. Predmet merjenja zato ni objektivno število ponujenih atributov. Raziskovalni scenarij je bil za vse respondente enak, razlikovala se je njihova ocena zahtevnosti istega procesa. Takšna zasnova omogoča preverjanje, ali respondenti, ki predstavljen proces doživljajo kot zahtevnejši, izražajo tudi nižjo namero uporabe spletnega konfiguratorja.

Ugotovitve Bambauer-Sachse (2026) dajejo podlago za takšno pričakovanje. Zaznani napor in zmedenost sta se v njenih študijah pokazala kot pomembna mehanizma manj ugodnih odzivov na zahtevnejše konfiguriranje. Za raziskovalni model te diplomske naloge je zato pričakovana negativna povezanost med zaznano kompleksnostjo in namero uporabe.

Na tej podlagi je oblikovana hipoteza H2:

H2: Višja zaznana kompleksnost konfiguriranja je povezana z nižjo namero uporabe spletnega konfiguratorja.

2.4 Zaznano tveganje pri spletnem nakupu izdelkov po meri

Pri spletnem nakupu uporabnik izdelka pred odločitvijo praviloma ne more neposredno preveriti v fizičnem okolju. Odločitev zato temelji na informacijah, prikazih in podatkih, ki jih zagotovi spletni ponudnik. Negotovost se lahko nanaša na sam izdelek, ustreznost informacij, finančne posledice napačne odločitve ali ravnanje z osebnimi podatki. Pri izdelku po meri je presoja dodatno zahtevna, ker uporabnik del končne rešitve določi sam in mora oceniti tudi posledice svojih izbir.

Alrawad et al. (2023) zaznano tveganje obravnavajo kot večdimenzionalen pojav. V raziskavi med 558 respondenti iz Jordanije, Savdske Arabije in Kuvajta so preverjali več vrst tveganja pri spletnem nakupovanju. Statistično značilen vpliv na nakupno namero so ugotovili pri finančnem, informacijskem in zasebnostnem tveganju. Pri vseh treh je bilo višje zaznano tveganje povezano z manj ugodno nakupno namero. Avtorji obenem opozarjajo, da je bila raziskava izvedena v treh državah arabskega prostora in je treba rezultate previdno prenašati v druga kulturna okolja.

Finančno tveganje zajema možnost denarne izgube, previsoke cene ali drugih neugodnih finančnih posledic nakupa. Pri pohištvu po meri ima ta vidik posebno težo zaradi narave izdelka. Napačno izbrana mera, notranja razporeditev ali druga lastnost se pokaže šele pri končnem izdelku, popravljanje takšne odločitve pa je lahko povezano z dodatnimi stroški.

Uporabnik zato pri konfiguriranju ne presoja samo, ali mu je določena možnost všeč, temveč tudi, koliko zaupa lastni odločitvi in informacijam, na katerih temelji.

Informacijsko tveganje izhaja iz položaja, v katerem uporabnik nima dovolj jasnih ali uporabnih informacij za zanesljivo odločitev. Pri konfiguratorju je lahko ta problem povezan z razlago dimenzij, lastnostmi materialov, omejitvami posameznih elementov ali s posledicami določene izbire. Velika količina podatkov sama po sebi uporabniku ne zagotovi boljše presoje. Pomembno je predvsem, ali iz prikazanih informacij razume, kaj njegova izbira pomeni za končni izdelek.

Zasebnostno tveganje je vezano na uporabo osebnih podatkov v digitalnem nakupnem procesu. Uporabnik lahko pri pripravi ponudbe ali naročila posreduje kontaktne, naslovne in druge podatke, potrebne za izvedbo nakupa. Če ni prepričan o njihovem varovanju ali načinu uporabe, lahko to vpliva na njegovo pripravljenost za nadaljevanje spletnega nakupa. Alrawad et al. (2023) so tudi pri zasebnostnem tveganju ugotovili statistično značilno povezavo z nakupno namero.

Pri večjih izdelkih za dom se pojavi še prostorska negotovost. Pfaff in Spann (2025) uporabljata pojem *spatial fit uncertainty* za negotovost glede tega, kako se bo izdelek po velikosti ter prostorskih lastnostih ujemal z okoljem, v katerem bo uporabljen. Sam podatek o merah uporabniku pri tem pogosto ne zadošča. Prenos številčnih dimenzij v predstavo o dejanski velikosti predmeta v prostoru zahteva dodatno presojo in je lahko tudi vir napak.

To vprašanje je pri garderobni omari neposredno povezano z razlogom za nakup izdelka po meri. Uporabnik želi izkoristiti konkreten prostor, zato mora pravilno oceniti razmerje med izbranimi dimenzijami, razpoložljivim prostorom in končnim videzom izdelka. Tudi ob pravilno vnesenih merah lahko ostane negotovost glede proporcev in dejanske umestitve omare. Pri večjih izdelkih so lahko praktične posledice napačne presoje večje, saj sta vračilo ali zamenjava zahtevnejša kot pri manjših izdelkih.

Pfaff in Spann (2025) sta preverjala, ali lahko razširjena resničnost (AR) takšno negotovost zmanjša. Njuna analiza spletnih nakupov izdelkov za notranjo opremo je pokazala, da je bila uporaba AR posebej učinkovita pri večjih izdelkih, pri katerih je prostorska presoja pomembnejša, saj uporabniku omogoči prikaz izdelka v njegovem dejanskem okolju in s tem lažjo presojo velikosti ter umestitve pred nakupom.

Prostorska negotovost v raziskovalnem modelu te diplomske naloge ni vključena kot samostojen konstrukt. Uporabljena je kot dodatna razlaga tveganja, značilnega za kategorijo

pohištva po meri. Empirični del se osredotoča na finančno, informacijsko in zasebnostno tveganje, saj so prav te tri vrste pri Alrawad et al. (2023) pokazale statistično značilno povezavo z nakupno namero. Pri skupnem indeksu tveganja so zato zajeti različni viri negotovosti, posamezne postavke pa so v rezultatih pregledane tudi ločeno.

Na podlagi navedenih izhodišč je oblikovana hipoteza H3:

H3: Višje zaznano tveganje pri konfiguriranju in spletnem nakupu je povezano z nižjo namero uporabe spletnega konfiguratorja.

2.5 Človeška podpora in sprememba vloge zaposlenega v digitalnem prodajnem procesu

Digitalni konfigurator spremeni razdelitev nalog v prodajnem procesu. Pri klasičnem svetovalnem procesu zaposleni ugotavlja potrebe kupca, predstavlja možnosti, preverja njihove kombinacije in pomaga oblikovati končno rešitev. Pri samostojnem konfiguriranju del teh aktivnosti prevzameta uporabnik in sistem. Uporabnik sam vnaša zahteve, izbira med možnostmi in sestavlja rešitev, konfigurator pa ga vodi skozi postopek ter preverja pravila, ki so vključena v sistem.

Audrin in Etemad-Sajadi (2026) takšen prenos aktivnosti obravnavata skozi koncept uporabnika kot »delnega zaposlenega« oziroma *partial employee*. Pri samopostrežnih tehnologijah uporabnik opravi del storitvenega procesa, ki je bil tradicionalno povezan z delom zaposlenih, pri tem pa prispeva svoj čas, trud in aktivno sodelovanje. Njuna raziskava temelji na samopostrežnih tehnologijah v maloprodaji, zato njenega konteksta ni mogoče neposredno enačiti s spletnim konfiguriranjem pohištva. Koncept je za to nalogo relevanten zaradi podobne spremembe v razdelitvi aktivnosti: uporabnik prevzame večji del postopka, ki bi ga v drugačni obliki prodaje vodil zaposleni.

Pri konfiguriranju garderobne omare je ta prenos precej konkreten. Uporabnik sam določa dimenzije, izbira notranjo razporeditev, materiale in funkcionalnosti ter presoja, katera rešitev mu ustreza. S tem prevzame del odločanja, ki bi ga pri osebnem svetovanju opravljal skupaj s prodajalcem ali strokovnjakom. Sistem lahko ob tem preverja dovoljene kombinacije in tehnične omejitve. Količina dela, ki ostane zaposlenemu, je zato odvisna tudi od tega, koliko znanja in preverjanja je mogoče vključiti neposredno v konfigurator.

Primer takšne spremembe opisujejo Netz et al. (2025) pri uvedbi prodajnega konfiguratorja za tehnično kompleksne izdelke. V njihovem primeru je tradicionalna priprava ponudbe zahtevala

sodelovanje prodajnega osebja in tehničnih strokovnjakov ter je lahko trajala več tednov ali mesecev. Pri standardiziranih konfiguriranih rešitvah je bil del strokovnega znanja vgrajen v sistem, zato je lahko prodajalec ponudbo pripravil z bistveno manj neposrednega vključevanja tehničnega strokovnjaka. Avtorji konfigurator opisujejo kot novo tehnično podporo prodajalcu, saj sistem na podlagi vnesenih parametrov izvede del tehničnega sklepanja, ki je bil prej vezan na strokovnjaka.

Takšna uvedba vpliva tudi na ustaljene delovne postopke. Netz et al. (2025) ugotavljajo, da je bila ena od težav pri uvajanju konfiguratorja opuščanje prejšnjih načinov dela in prilagajanje novim rutinam. Standardizirani primeri so se lahko obravnavali hitreje, medtem ko so individualne rešitve zunaj meja konfiguratorja še vedno zahtevale drugačen pristop. Uvedba konfiguratorja zato posega v razporeditev nalog med sistemom, prodajnim osebjem in tehničnimi strokovnjaki ter zahteva odločitev, katere primere je smiselno obravnavati skozi standardiziran konfiguracijski proces.

Spreminjajo se tudi zahteve do zaposlenih. Audrin in Etemad-Sajadi (2026) pri samopostrežnih tehnologijah izpostavljata potrebo po širšem naboru znanj, med drugim po večji digitalni usposobljenosti ter razvitih kompetencah za delo z uporabniki. Pri konfiguratorju pohištva bi to pomenilo, da mora zaposleni poznati izdelek in hkrati razumeti delovanje sistema, znati pregledati že izdelano konfiguracijo ter hitro ugotoviti, pri kateri odločitvi uporabnik potrebuje pomoč. Njegovo delo se lahko tako bolj usmeri v razlago, preverjanje in reševanje primerov, ki jih uporabnik ali konfigurator ne razrešita dovolj zanesljivo.

Potreba po takšni podpori se med uporabniki razlikuje. Aslan in Keating (2025) sta pri tehnološko podprtih storitvah primerjala različne oblike socialne podpore pri preprostih ter kompleksnejših nalogah. Rezultati kažejo, da sta za odziv uporabnikov pomembna zahtevnost naloge in njihova potreba po človeški interakciji. Pri uporabnikih z izrazitejšo potrebo po človeškem stiku se je pri kompleksnih nalogah pokazala relativna prednost človeške podpore pred virtualno. Avtorja zato priporočata prilagajanje oblike podpore značilnostim naloge in uporabnika.

Za raziskovalni model te diplomske naloge je to posebej pomembno pri zaznani kompleksnosti. Uporabnik, ki konfiguriranje dojema kot zahtevnejše, lahko pogosteje potrebuje razlago, preverjanje ali pomoč pri nadaljnji odločitvi. Raziskava Aslan in Keating (2025) sicer neposredno ne meri potrebe po strokovni podpori pri konfiguriranju pohištva, zato služi kot teoretično izhodišče za pričakovano povezavo, ne kot neposreden dokaz H4.

Pri zaznanem tveganju je teoretična povezava s potrebo po človeški podpori manj neposredno raziskana. Med uporabljenimi viri ni raziskave, ki bi preverjala, ali je večje zaznano tveganje pri spletnem konfiguriranju povezano z večjo potrebo po strokovni osebi. V scenariju te naloge lahko strokovna pomoč uporabniku omogoči dodatno preverjanje informacij, izbrane konfiguracije ali posledic posamezne odločitve. Povezava med zaznanim tveganjem in potrebo po podpori je zato v H4 preverjena empirično kot razširitev obstoječih teoretičnih izhodišč.

Ta razdelitev dela nalogo neposredno povezuje s krovno temo *Transformation in the workplace*. Konfigurator lahko prevzame standardizirane korake in del strokovnega znanja, uporabnik pa aktivnejši del oblikovanja svoje rešitve. Zaposleni se posledično lahko pogosteje vključuje pri zahtevnejših primerih, preverjanju konfiguracije in situacijah, kjer uporabnik potrebuje dodatno razlago ali strokovno presojo. Sprememba se tako kaže v vsebini dela, trenutku vključevanja zaposlenega in znanjih, ki jih potrebuje za podporo digitalno podprtemu prodajnemu procesu.

Na tej podlagi je oblikovana hipoteza H4:

H4: Višja zaznana kompleksnost konfiguriranja in višje zaznano tveganje sta povezana z večjo potrebo po človeški strokovni podpori v digitalno podprtem prodajnem procesu.

3 RAZISKAVA DEJAVNIKOV NAMERE UPORABE SPLETNEGA KONFIGURATORJA

Empirični del preverja povezave, oblikovane v teoretičnem delu. Pri H1–H3 je osrednja spremenljivka namera uporabe spletnega konfiguratorja, H4 pa preverja povezanost kompleksnosti in tveganja s potrebo po človeški strokovni podpori. Raziskava je bila zasnovana kot kvantitativna in korelacijska, zato omogoča presojo smeri ter moči povezav med merjenimi spremenljivkami.

3.1 Raziskovalni model in operacionalizacija spremenljivk

Raziskovalni model vključuje pet glavnih spremenljivk. Predvideva povezave zaznane koristi personalizacije, zaznane kompleksnosti konfiguriranja in zaznanega tveganja z namero uporabe. Pri H4 predvideva še dve povezavi: kompleksnosti s potrebo po človeški strokovni podpori in tveganja s potrebo po človeški strokovni podpori.

Posamezni konstrukti so bili merjeni z več trditvami na petstopenjski Likertovi lestvici, kjer je vrednost 1 pomenila *sploh se ne strinjam*, vrednost 5 pa *popolnoma se strinjam*.

Preglednica 1: Operacionalizacija spremenljivk raziskovalnega modela

Spremenljivka	**Kaj se meri**	**Teoretično izhodišče**
Namera uporabe	– verjetnost uporabe konfiguratorja; – vključitev konfiguratorja v dejansko nakupno odločitev; – pripravljenost za uporabo ob potrebi.	Vedenjska namera kot pokazatelj pripravljenosti za uporabo.
Zaznana korist personalizacije	– boljša izraba prostora; – boljše ujemanje izdelka z uporabnikovimi potrebami; – zaznana dodatna vrednost možnosti prilagoditve.	(Yıldırım et al., 2026)

Spremenljivka	Kaj se meri	Teoretično izhodišče
Zaznana kompleksnost	– zaznani čas in trud; – zahtevnost izbire; – zmedenost oziroma oteženo odločanje zaradi količine izbire.	(Bambauer-Sachse, 2026)
Zaznano tveganje	– zaznana negotovost pri konfiguriranju in spletnem nakupu, z vidika finančnega, informacijskega ter zasebnostnega tveganja.	(Alrawad et al., 2023)
Potreba po človeški strokovni podpori	– želja po strokovni pomoči, svetovanju ali preverjanju odločitve med konfiguriranjem.	(Aslan & Keating, 2025; Audrin & Etemad-Sajadi, 2026)

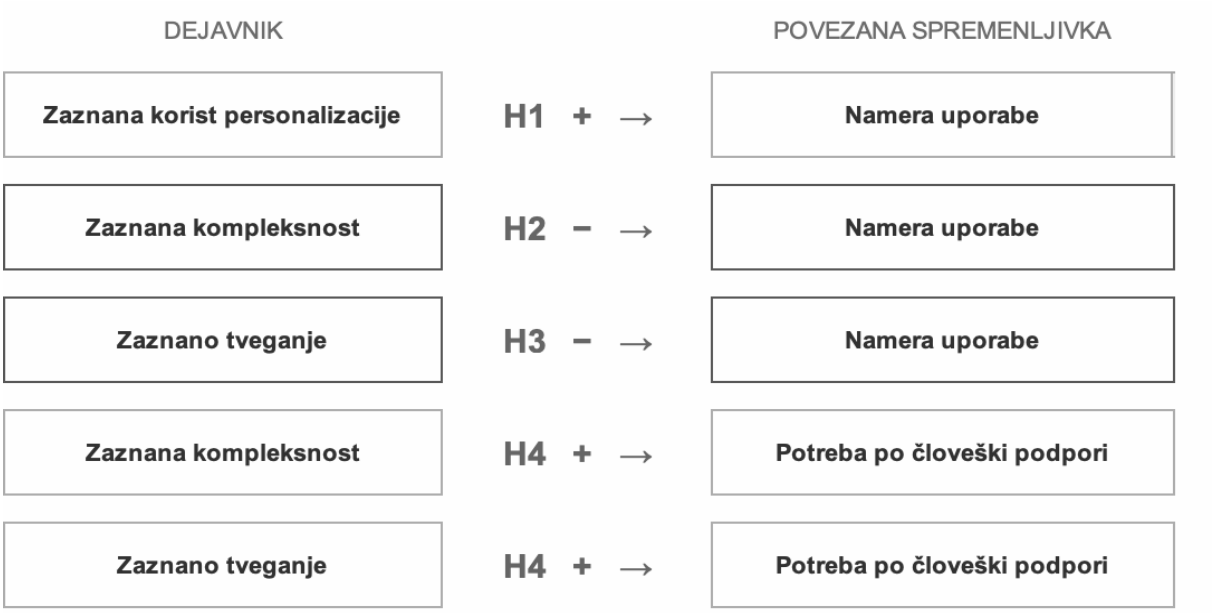
Vir: lastna raziskava.

Pri zaznani koristi je bil poudarek na praktični koristi prilagoditve. Yıldırım et al. (2026) utilitarno vrednost povezujejo z možnostjo oblikovanja izdelka, ki se bolj približa željam uporabnika. V scenariju garderobne omare je bila ta korist zajeta skozi boljšo izrabo prostora, ustreznost potrebam in splošno dodatno vrednost konfiguriranja.

Kompleksnost je bila merjena kot subjektivna izkušnja procesa in ne kot objektivno število ponujenih možnosti. Bambauer-Sachse (2026) pokaže, da sta zaznani napor in zmedenost pomembna mehanizma negativnih odzivov na zahtevnejše konfiguriranje, zato sta oba vidika relevantna za operacionalizacijo H2.

Pri tveganju so bili uporabljeni trije vidiki, ki so se pri Alrawad et al. (2023) pokazali kot pomembni za nakupno namero: finančno, informacijsko in zasebnostno tveganje. Ker gre za različne dimenzije tveganja, so bile pri analizi poleg skupnega indeksa pregledane tudi posamezne postavke.

Potreba po človeški podpori je bila merjena z oceno, v kolikšni meri bi si uporabnik med konfiguriranjem želel pomoč, svetovanje ali dodatno preverjanje s strani strokovne osebe. Aslan in Keating (2025) kažeta, da je pomen človeške podpore odvisen od zahtevnosti naloge ter značilnosti uporabnika, Audrin in Etemad-Sajadi (2026) pa vlogo zaposlenega v samopostrežnem okolju povežeta predvsem z usmerjanjem ter reševanjem težav.



Slika 1: Raziskovalni model in hipoteze – predvidene smeri povezanosti

Vir: lastna raziskava.

Raziskovalni model predvideva pozitivno povezanost zaznane koristi z namero uporabe, negativni povezanosti kompleksnosti in tveganja z namero uporabe ter pozitivni povezanosti kompleksnosti in tveganja s potrebo po človeški strokovni podpori.

3.2 Anketni vprašalnik in vzorec

Podatki so bili zbrani s spletnim anketnim vprašalnikom, ki je bil razširjen preko družbenih omrežij med polnoletnimi prebivalci Slovenije. Uporabljen je bil priložnostni vzorec, saj je bil vprašalnik odprto deljen prek družbenih omrežij brez načrtnega reprezentativnega izbora. Podatki so bili zbrani med 12. 9. 2026 in 16. 9. 2026. Anketa je bila izvedena prek Google Forms, sodelovanje je bilo anonimno.

Vsem respondentom je bil pred ocenjevanjem trditev predstavljen enak hipotetični scenarij spletnega konfiguratorja garderobne omare po meri, dopolnjen z osnovnim grafičnim prikazom. Pojasnjeno je bilo, da konfigurator omogoča prilagajanje dimenzij, notranje razporeditve, materialov in osnovnih funkcionalnosti. Predhodna izkušnja s podobnim konfiguratorjem ni bila pogoj za sodelovanje, saj so respondenti odgovarjali glede na predstavljeni scenarij.



Slika 2: Konceptualni prikaz spletnega konfiguratorja garderobne omare

Vir: lastna vizualizacija.[1]

Slika 2 ponazarja možnosti prilagajanja garderobne omare v hipotetičnem spletnem konfiguratorju, uporabljenem kot raziskovalni scenarij.

Vprašalnik je zajemal pet merjenih konstruktov. Namera uporabe je vključevala verjetnost uporabe konfiguratorja, njegovo vključitev v dejansko nakupno odločanje in pripravljenost za uporabo ob potrebi po garderobni omari po meri. Zaznana korist personalizacije je bila merjena skozi boljšo izrabo prostora, prilagojenost potrebam in dodatno vrednost možnosti prilagoditve. Kompleksnost je zajemala čas in trud, zahtevnost izbire ter oteženo odločanje zaradi količine odločitev. Pri zaznanem tveganju so bili vključeni informacijski, finančni in zasebnostni vidik, potreba po človeški podpori pa je zajemala željo po strokovni pomoči, svetovanju ter dodatnem preverjanju odločitve.

Vprašalnik je vseboval tudi osnovne demografske podatke o spolu in starosti, namenjene opisu vzorca. Demografski del je bil namenoma omejen, saj cilj raziskave ni bil oblikovanje podrobnih segmentov porabnikov. Velikost in struktura analiziranega vzorca sta predstavljeni v poglavju 4.1. Pri interpretaciji rezultatov je upoštevano, da so ugotovitve vezane na uporabljen vzorec in konkreten raziskovalni scenarij ter jih zato ni mogoče brez omejitev posplošiti na vse polnoletne prebivalce Slovenije.

[1] Prikaz je vizualna ponazoritev raziskovalnega scenarija. Izvirni prikaz, uporabljen v anketi, je v prilogi z vprašalnikom.

3.3 Obdelava in analiza podatkov

Po zaključku zbiranja so bili podatki pregledani in pripravljeni za statistično analizo. Najprej so bile izračunane opisne statistike vzorca in merjenih konstruktov.

Pri konstruktih, merjenih z več postavkami, je bila preverjena notranja zanesljivost s Cronbachovim koeficientom alfa. Iz pripadajočih postavk so bili izračunani povprečni indeksi posameznih konstruktov. Višja vrednost indeksa pomeni višjo izraženost merjenega konstrukta. Pri zaznanem tveganju so bile zaradi različnih vsebinskih vidikov poleg skupnega indeksa dodatno pregledane tudi posamezne postavke finančnega, informacijskega in zasebnostnega tveganja.

Za preverjanje hipotez je bil uporabljen Spearmanov koeficient korelacije (ρ), s katerim sta bili ocenjeni smer in moč povezanosti med spremenljivkami.

Pri **H1** je bila preverjena povezanost med zaznano koristjo personalizacije in namero uporabe. Hipotezo podpira statistično značilna pozitivna povezava.

Pri **H2** je bila preverjena povezanost med zaznano kompleksnostjo konfiguriranja in namero uporabe. Hipotezo podpira statistično značilna negativna povezava.

Pri **H3** je bila preverjena povezanost med zaznanim tveganjem in namero uporabe. Hipotezo podpira statistično značilna negativna povezava.

Pri **H4** sta bili preverjeni dve povezavi: med zaznano kompleksnostjo in potrebo po človeški podpori ter med zaznanim tveganjem in potrebo po človeški podpori. H4 se šteje za v celoti podprto, če sta obe povezavi pozitivni in statistično značilni. Če pričakovano povezavo pokaže samo eden od obeh dejavnikov, je hipoteza ocenjena kot delno podprta.

Statistična značilnost je bila presojana pri ravni $p < 0,05$. Pri interpretaciji so bile poleg statistične značilnosti upoštevane tudi smer in velikost Spearmanovega koeficienta.

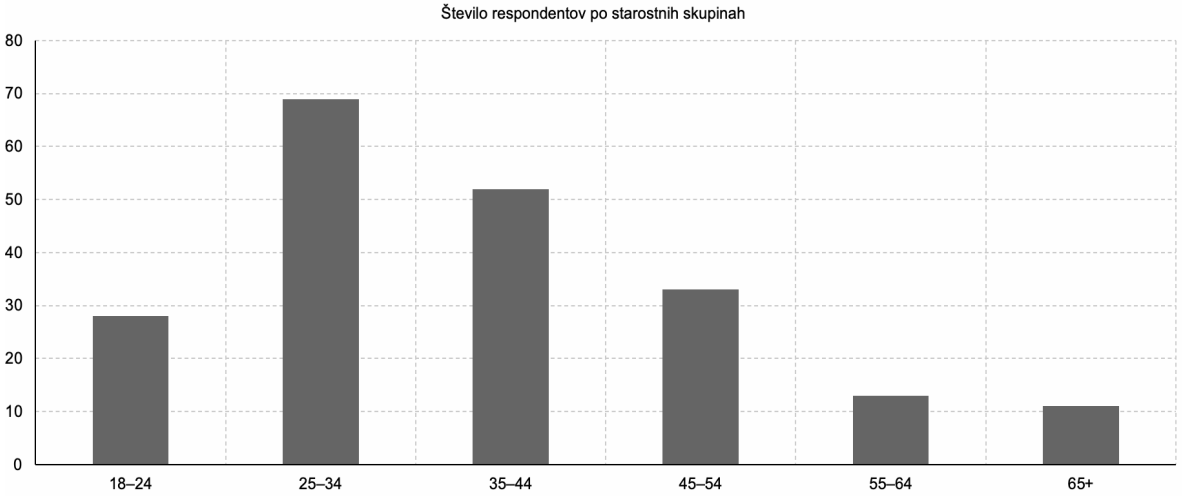
Cohenove (1988) meje, prvotno opredeljene za Pearsonov korelacijski koeficient *r*, so bile pri opisni razlagi Spearmanovega koeficienta ρ uporabljene orientacijsko: absolutna vrednost $|\rho|$ od 0,10 do manj kot 0,30 je bila obravnavana kot šibka, od 0,30 do manj kot 0,50 kot zmerna, vrednost 0,50 ali več pa kot močna povezanost.

4 REZULTATI RAZISKAVE

V poglavju so najprej predstavljeni vzorec, osnovne opisne statistike in zanesljivost uporabljenih lestvic, nato pa rezultati preverjanja H1–H4. Pri vsaki hipotezi so navedeni Spearmanov koeficient, statistična značilnost in vsebinska interpretacija ugotovljene povezave.

4.1 Osnovni pregled podatkov in zanesljivost meritev

V raziskavi je sodelovalo 206 respondentov, pri vseh so bili zabeleženi odgovori na vse postavke vprašalnika. Med respondenti je bilo 111 žensk (53,9 %) in 95 moških (46,1 %), starostna struktura respondentov je prikazana na sliki 3.



Slika 3: Starostna struktura respondentov. (N = 206)

Vir: lastna raziskava.

Največ respondentov je bilo starih med 25 in 34 let (33,5 %), sledila je skupina med 35 ter 44 let (25,2 %). Skupaj je bilo tako 58,7 % respondentov, starih med 25 in 44 let. V vzorcu so bile zastopane vse starostne skupine, pri čemer sta bili skupini 55–64 let (6,3 %) in 65 let ali več (5,3 %) najmanj zastopani.

Za pet konstruktov, od katerih je bil vsak merjen s tremi postavkami, je bila preverjena notranja zanesljivost s Cronbachovim koeficientom alfa. Iz pripadajočih postavk so bili izračunani povprečni indeksi, njihove opisne statistike in rezultati preverjanja zanesljivosti pa so prikazani v preglednici 2.

Preglednica 2: Opisne statistike in notranja zanesljivost merjenih konstruktov

Konstrukt	Število postavk	M	Mediana	SD	Cronbachov α
Namera uporabe	3	3,76	4,00	1,14	0,933
Zaznana korist personalizacije	3	4,61	4,67	0,46	0,741
Zaznana kompleksnost	3	2,85	3,00	0,91	0,867
Zaznano tveganje	3	2,96	3,00	0,98	0,677
Potreba po človeški strokovni podpori	3	4,19	4,33	0,69	0,842

N = 206; M = aritmetična sredina; SD = standardni odklon; α = Cronbachov koeficient alfa.

Vir: lastna raziskava.

Najvišje povprečje je bilo ugotovljeno pri zaznani koristi personalizacije (M = 4,61), visoka pa je bila tudi potreba po človeški podpori (M = 4,19). Zaznana kompleksnost (M = 2,85) in tveganje (M = 2,96) sta bila ocenjena nižje. Cronbachov α je pri štirih konstruktih presegel 0,70, nižji pa je bil pri zaznanem tveganju (α = 0,677), zato so bile pri nadaljnji analizi dodatno pregledane tudi posamezne vrste tveganja.

4.2 Zaznana korist personalizacije in namera uporabe – H1

H1: Višja zaznana korist personalizacije je povezana z višjo namero uporabe spletnega konfiguratorja.

Med zaznano koristjo personalizacije in namero uporabe spletnega konfiguratorja je bila ugotovljena močna pozitivna ter statistično značilna povezanost ($\rho = 0{,}641$; $p < 0{,}001$). Respondenti, ki so možnost prilagajanja ocenili kot bolj koristno, so torej praviloma izražali tudi višjo namero uporabe konfiguratorja.

Med dejavniki, ki so bili v raziskavi povezani z namero uporabe, je bila prav povezava z zaznano koristjo najmočnejša. Rezultat kaže, da je pri spletnem konfiguriranju pomembno predvsem to, ali uporabnik v prilagajanju prepozna dovolj konkretne koristi. V primeru garderobne omare to pomeni predvsem boljšo izrabo prostora, večjo prilagojenost lastnim

potrebam in občutek, da možnost konfiguriranja v primerjavi s standardnim izdelkom prinaša dejansko dodatno korist.

Ugotovitev je skladna s teoretičnimi izhodišči Yıldırım et al. (2026), ki višjo zaznano vrednost prilagojenega izdelka povezujejo z višjo namero ponovnega nakupa prilagojenih izdelkov, ter z rezultati Canarslan in Barış (2022), kjer je bila zaznana vrednost prilagojenega izdelka povezana z večjo verjetnostjo nakupa.

Sklep glede H1: hipoteza je podprta.

Rezultat potrjuje pozitivno povezanost med zaznano koristjo personalizacije in namero uporabe. Zaradi korelacijske zasnove raziskave iz njega ni mogoče sklepati, da višja zaznana korist sama po sebi povzroča večjo namero uporabe konfiguratorja.

4.3 Kompleksnost konfiguriranja in namera uporabe – H2

H2: Višja zaznana kompleksnost konfiguriranja je povezana z nižjo namero uporabe spletnega konfiguratorja.

Med zaznano kompleksnostjo konfiguriranja in namero uporabe je bila ugotovljena zmerna negativna in statistično značilna povezanost ($\rho = –0{,}429$; $p < 0{,}001$). Respondenti, ki so konfiguriranje zaznavali kot bolj zahtevno, so torej praviloma izražali nižjo namero uporabe spletnega konfiguratorja.

Rezultat pokaže, da kompleksnost predstavlja pomembno oviro predvsem takrat, ko uporabnik proces začne doživljati kot časovno zahtevnega, težko razumljivega ali obremenjenega s prevelikim številom odločitev. Pri tem je pomembno, da zaznana kompleksnost v celotnem vzorcu ni bila posebej visoka ($M = 2{,}85$), vendar je bila kljub temu jasno povezana z nižjo namero uporabe. Ključno je, kako zahtevne se uporabniku zdijo ponujene možnosti in kako jih obvladuje; sama količina možnosti ne pojasni celotne zaznane kompleksnosti.

Ugotovitev je skladna z rezultati Bambauer-Sachse (2026), ki kažejo, da lahko večje število prilagodljivih atributov prek večjega zaznanega napora in zmedenosti vodi do manj ugodnih odzivov uporabnikov. Pri primerjavi je treba upoštevati razliko v zasnovi raziskav: Bambauer-Sachse (2026) je spreminjala raven prilagodljivosti oziroma število atributov, v tej raziskavi pa je bila merjena subjektivno zaznana kompleksnost istega hipotetičnega konfiguracijskega procesa.

Sklep glede H2: hipoteza je podprta.

Rezultat potrjuje negativno povezanost med zaznano kompleksnostjo in namero uporabe, vendar zaradi korelacijske zasnove raziskave ne omogoča sklepanja, da večja kompleksnost sama po sebi povzroča nižjo namero uporabe konfiguratorja.

4.4 Zaznano tveganje in namera uporabe – H3

H3: Višje zaznano tveganje pri konfiguriranju in spletnem nakupu je povezano z nižjo namero uporabe spletnega konfiguratorja.

Med zaznanim tveganjem in namero uporabe spletnega konfiguratorja je bila ugotovljena zmerna negativna ter statistično značilna povezanost ($\rho = –0{,}338$; $p < 0{,}001$). Respondenti, ki so pri spletnem konfiguriranju zaznavali več tveganja, so torej praviloma izražali nižjo namero uporabe konfiguratorja.

Ker je bila notranja zanesljivost skupnega indeksa tveganja nižja kot pri drugih konstruktih ($\alpha = 0{,}677$), so bile dodatno pregledane tudi posamezne vrste tveganja. Vse tri so bile z namero uporabe povezane v pričakovani negativni smeri, vendar z različno močjo.

Preglednica 3: Povezanost posameznih vrst zaznanega tveganja z namero uporabe

Vrsta tveganja	**Spearmanov ρ z namero uporabe**	**p**
Informacijsko tveganje	–0,305	< 0,001
Finančno tveganje	–0,382	< 0,001
Zasebnostno tveganje	–0,276	< 0,001

N = 206; ρ = Spearmanov koeficient korelacije; p = stopnja statistične značilnosti.

Vir: lastna raziskava.

Najmočnejša negativna povezava se je pokazala pri finančnem tveganju. Respondenti, ki jih je bolj skrbela možnost finančne izgube zaradi napačne izbire, so praviloma izražali nižjo namero uporabe spletnega konfiguratorja. Informacijsko in zasebnostno tveganje sta bila prav tako statistično značilno povezana z nižjo namero uporabe, vendar nekoliko šibkeje.

Rezultat je skladen z ugotovitvami Alrawad et al. (2023), ki zaznano tveganje obravnavajo kot večdimenzionalen pojav in med pomembnimi dejavniki spletne nakupne namere izpostavljajo prav finančno, informacijsko in zasebnostno tveganje. Njihova raziskava je bila izvedena v

širšem kontekstu spletnega nakupovanja in ne pri konfiguriranju pohištva po meri, zato rezultatov ni smiselno neposredno enačiti. V obeh raziskavah pa se kaže ista smer povezave: višje zaznano tveganje spremlja nižja vedenjska namera.

Pri interpretaciji H3 je zato pomembno, da tveganja ne obravnavamo kot popolnoma enotne ovire. V tej raziskavi je bila povezanost skupnega indeksa tveganja z namero uporabe negativna, med posameznimi vrstami tveganja pa se je najmočnejša negativna povezava pokazala pri finančnem tveganju.

Sklep glede H3: hipoteza je podprta.

4.5 Kompleksnost, tveganje in potreba po človeški strokovni podpori – H4

H4: Višja zaznana kompleksnost konfiguriranja in višje zaznano tveganje sta povezana z večjo potrebo po človeški strokovni podpori v digitalno podprtem prodajnem procesu.

Ker hipoteza vključuje dva dejavnika, sta bili povezanosti zaznane kompleksnosti in zaznanega tveganja s potrebo po človeški strokovni podpori preverjeni ločeno. Preglednica 4 prikazuje oba osrednja rezultata, ki sta podrobneje obravnavana v nadaljevanju.

Preglednica 4: Povezanost kompleksnosti in zaznanega tveganja s potrebo po človeški podpori

Povezava	**Spearmanov ρ**	**p**
Kompleksnost – potreba po človeški podpori	0,372	< 0,001
Zaznano tveganje – potreba po človeški podpori	0,414	< 0,001

N = 206. ρ = Spearmanov koeficient korelacije. Statistična značilnost je presojana pri $p < 0,05$.

Vir: lastna raziskava.

4.5.1 Kompleksnost in potreba po človeški strokovni podpori

Med zaznano kompleksnostjo konfiguriranja in potrebo po človeški strokovni podpori je bila ugotovljena zmerna pozitivna ter statistično značilna povezanost ($\rho = 0,372$; $p < 0,001$). Respondenti, ki so konfiguriranje zaznavali kot zahtevnejše, so praviloma izražali tudi večjo potrebo po možnosti posveta, strokovnem preverjanju ali neposredni pomoči.

Pri tem je zanimivo, da je bila zaznana kompleksnost v povprečju razmeroma nizka (M = 2,85), potreba po podpori pa visoka (M = 4,19). Povprečna potreba po podpori je bila visoka že na ravni celotnega vzorca, pri višji zaznani kompleksnosti pa je bila še izrazitejša.

Aslan in Keating (2025) sta pri zahtevnejših tehnološko podprtih nalogah ugotovila relativno prednost človeške pred virtualno podporo pri uporabnikih z večjo potrebo po človeški interakciji. Njuna raziskava sicer ne meri neposredno potrebe po strokovni pomoči, zato rezultatov ni mogoče enačiti, vendar vsebinsko podpira ugotovitev, da sta pri presoji vloge človeške podpore pomembni tako zahtevnost naloge kot značilnosti uporabnika.

4.5.2 Tveganje in potreba po človeški strokovni podpori

Med zaznanim tveganjem in potrebo po človeški podpori je bila prav tako ugotovljena zmerna pozitivna ter statistično značilna povezanost ($\rho = 0{,}414$; $p < 0{,}001$). Višje zaznano tveganje je bilo torej povezano z večjo željo po strokovni podpori. Osrednja rezultata H4 sta prikazana v preglednici 4.

Ker je skupen konstrukt tveganja sestavljen iz treh različnih vrst pomislekov, so bile dodatno preverjene tudi njihove posamezne povezave s potrebo po podpori.

Preglednica 5: Povezanost posameznih vrst zaznanega tveganja s potrebo po človeški podpori

Vrsta tveganja	**Spearmanov ρ s potrebo po podpori**	**p**
Informacijsko tveganje	0,480	< 0,001
Finančno tveganje	0,331	< 0,001
Zasebnostno tveganje	0,154	0,027

N = 206. ρ = Spearmanov koeficient korelacije. Statistična značilnost je presojana pri $p < 0{,}05$.

Vir: lastna raziskava.

Najmočnejša povezava se je pokazala pri informacijskem tveganju ($\rho = 0{,}480$). Respondenti, ki jih je bolj skrbelo, da pri spletnem konfiguriranju ne bi imeli dovolj jasnih informacij za dobro odločitev, so izraziteje izražali tudi potrebo po strokovni pomoči. Finančno tveganje je bilo s podporo povezano šibkeje, vendar še vedno statistično značilno, povezava pri zasebnostnem tveganju pa je bila šibka.

Ta razlika je vsebinsko pomembna. Pri H3 se je najmočnejša negativna povezava z namero uporabe pokazala pri finančnem tveganju, pri H4 pa je bila najmočnejša povezava s potrebo po človeški podpori ugotovljena pri informacijskem tveganju. Rezultati tako kažejo, da je strokovna pomoč posebej relevantna takrat, ko uporabnik ni prepričan, ali ima dovolj informacij za dobro odločitev.

Sklep glede H4: hipoteza je podprta. Tako višja zaznana kompleksnost kot višje zaznano tveganje sta bila statistično značilno povezana z večjo potrebo po človeški strokovni podpori.

Rezultat je pomemben tudi za povezavo s krovno temo *Transformation in the workplace*. Spletni konfigurator lahko uporabniku omogoči, da velik del postopka izvede samostojno, vendar večja digitalna samostojnost ne pomeni nujno manjše potrebe po podpori zaposlenega. Rezultati kažejo, da potreba po strokovni podpori kljub temu ostaja izrazita in je večja pri respondentih, ki zaznavajo več kompleksnosti ali tveganja. V povezavi s teoretičnimi izhodišči rezultat podpira premik vloge zaposlenega od rutinskega vodenja procesa proti svetovanju, preverjanju in reševanju zahtevnejših primerov, kar je skladno tudi z izhodišči Audrin in Etemad-Sajadi (2026).

4.6 Skupen pregled hipotez

Vse štiri hipoteze so bile podprte. Najmočnejša povezava je bila ugotovljena med zaznano koristjo personalizacije in namero uporabe. Kompleksnost in tveganje sta bila z namero uporabe povezana negativno, pri H4 pa sta bili obe preverjeni povezavi s potrebo po človeški podpori pozitivni ter statistično značilni.

Preglednica 6: Rezultati preverjanja hipotez

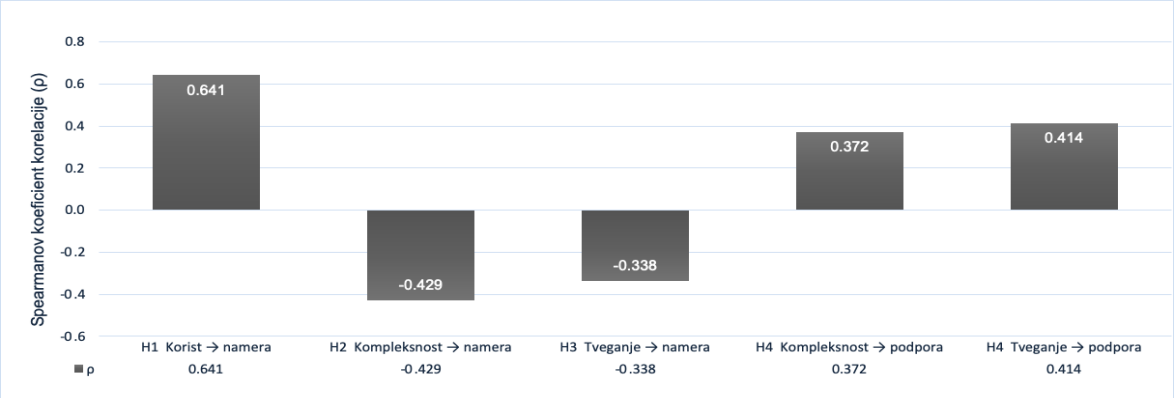
Hipoteza	**Predvidena smer povezanosti**	**Rezultat**	**Sklep**
H1	višja zaznana korist – višja namera uporabe	$\rho = 0{,}641$; $p < 0{,}001$	podprta
H2	višja zaznana kompleksnost – nižja namera uporabe	$\rho = -0{,}429$; $p < 0{,}001$	podprta
H3	višje zaznano tveganje – nižja namera uporabe	$\rho = -0{,}338$; $p < 0{,}001$	podprta

Hipoteza	Predvidena smer povezanosti	Rezultat	Sklep
H4	višja zaznana kompleksnost konfiguriranja in višje zaznano tveganje – večja potreba po človeški podpori	kompleksnost: ρ = 0,372; p < 0,001; tveganje: ρ = 0,414; p < 0,001	podprta

N = 206; ρ = Spearmanov koeficient korelacije; p = stopnja statistične značilnosti.

Vir: lastna raziskava.

Za primerjavo smeri in moči ugotovljenih povezav so rezultati prikazani še na sliki 4.



Slika 4: Smer in moč povezanosti med analiziranimi konstrukti (Spearmanov ρ).

N = 206; ρ = Spearmanov koeficient korelacije. Pri vseh prikazanih povezavah je p < 0,001. Hipoteza H4 je prikazana z dvema ločenima povezavama.

Vir: lastna raziskava.

5 PRIPOROČILA ZA OBLIKOVANJE SPLETNEGA KONFIGURACIJSKEGA PROCESA

Rezultati raziskave kažejo, da je bila najmočnejša povezava z namero uporabe ugotovljena pri zaznani koristi personalizacije, medtem ko sta bili večja zaznana kompleksnost in večje zaznano tveganje povezani z nižjo namero uporabe. Hkrati se je pokazalo, da sta večja kompleksnost in tveganje povezana tudi z večjo potrebo po človeški podpori. Smiselna zasnova konfiguratorja mora zato hkrati ohraniti korist personalizacije, omejiti nepotreben napor in uporabniku omogočiti strokovno pomoč tam, kjer jo potrebuje.

5.1 Zmanjševanje kompleksnosti in zaznanega tveganja

Najmočnejša povezava z namero uporabe se je pokazala pri zaznani koristi personalizacije ($\rho = 0{,}641$). Pri zasnovi konfiguratorja mora biti zato uporabniku jasno, kaj z možnostjo prilagajanja dejansko pridobi. Pri garderobni omari se ta korist kaže predvsem v boljši izrabi prostora, prilagoditvi notranje razporeditve konkretnim potrebam in večjem nadzoru nad končno rešitvijo. Posamezna izbira mora imeti razumljivo posledico, ki jo uporabnik med konfiguriranjem tudi vidi. Pri spremembi dimenzij, razporeditve ali materiala je zato smiselno sproti prikazovati, kako se spremeni končna rešitev.

Rezultati H2 hkrati kažejo, da je bila večja zaznana kompleksnost povezana z nižjo namero uporabe ($\rho = –0{,}429$). Konfigurator bi zato moral odločitve razporediti v jasen vrstni red. Pri garderobni omari bi lahko uporabnik najprej določil osnovne mere in prostorske omejitve, nato osnovno zasnovo ter notranjo razporeditev, zatem materiale in na koncu dodatne funkcionalnosti. Takšen potek zmanjša količino informacij, ki jih mora uporabnik obravnavati hkrati, in omogoča, da se pri posameznem koraku osredotoči na omejen sklop odločitev. Logičen potek, združevanje sorodnih možnosti, vizualni prikazi in razlage pri zasnovi konfiguratorjev poudarjata tudi Comploi-Taupe in Falkner (2026).

Pomemben del zahtevnosti lahko prevzame sam sistem. Če izbrana širina omare dopušča samo določene notranje elemente, konfigurator uporabniku drugih možnosti ne prikazuje oziroma ga ob nezdružljivi izbiri jasno opozori. Enako velja za tehnične omejitve, ki jih lahko sistem preveri samodejno. Uporabniku tako ni treba poznati vseh pravil, po katerih je omara konstrukcijsko izvedljiva. Njegova pozornost ostane usmerjena v odločitve, ki vplivajo na uporabnost in videz končnega izdelka.

Smiselna je tudi možnost vračanja med posameznimi koraki brez izgube že opravljenega dela. Pri konfiguriranju več medsebojno povezanih lastnosti uporabnik pogosto šele pozneje ugotovi, da želi eno od predhodnih odločitev spremeniti. Če lahko spremembo izvede neposredno in takoj vidi njen vpliv na preostalo konfiguracijo, je postopek preglednejši. Končen pregled bi moral na enem mestu prikazati izbrane mere, notranjo razporeditev, materiale, dodatne funkcionalnosti in vizualen prikaz celotne rešitve.

Pri zaznanem tveganju se je najmočnejša negativna povezava z namero uporabe pokazala pri finančnem tveganju ($\rho = –0{,}382$). Pri izdelku po meri je zato pomembna sprotna preglednost cene. Vsaka izbira, ki vpliva na končni znesek, bi morala biti finančno ovrednotena že v trenutku spremembe. Uporabnik bi tako ves čas vedel, koliko stane trenutna konfiguracija in kateri element je povzročil spremembo cene. Pred oddajo naročila je smiselna še jasna potrditev končnega zneska skupaj s povzetkom vseh izbranih lastnosti.

Finančno tveganje je povezano tudi z možnostjo napačne konfiguracije. Pri omari po meri je lahko napaka pri merah ali izbiri elementov draga in težko popravljiva. Konfigurator lahko del tega tveganja zmanjša z opozorili pri neobičajnih merah, s preverjanjem medsebojne združljivosti elementov in z dodatno potrditvijo odločitev, ki pomembneje vplivajo na končni rezultat. Pri občutljivejših korakih bi lahko uporabniku ponudil tudi kratko pojasnilo, na kaj mora biti pred potrditvijo posebej pozoren.

Informacijsko tveganje je bilo prav tako negativno povezano z namero uporabe ($\rho = –0{,}305$), v H4 pa se je med posameznimi vrstami tveganja pokazalo kot najmočneje povezano s potrebo po človeški podpori ($\rho = 0{,}480$). To kaže na pomen informacij, ki so dovolj konkretne za odločanje. Pri posamezni izbiri bi moral uporabnik razumeti, kaj možnost pomeni za uporabo omare, njeno prostorsko umestitev in druge povezane izbire. Dolgi splošni opisi pri tem niso posebej uporabni. Bolj smiselne so kratke razlage ob mestu odločitve, prikaz dimenzij, primerjava možnosti in jasna opozorila, kadar izbira vpliva na druge dele konfiguracije.

Pri pohištvu ostaja pomembna tudi prostorska predstava. Pfaff in Spann (2025) ugotavljata, da je negotovost glede prostorskega ujemanja posebej relevantna pri večjih izdelkih za dom. Že kakovosten tridimenzionalni prikaz lahko uporabniku pomaga pri presoji proporcev in razporeditve, pri naprednejšem konfiguratorju pa bi bila možna tudi umestitev izdelka v fotografijo ali digitalni prikaz prostora. Takšna funkcija je posebej smiselna pri izdelku, pri katerem je ustrezno prileganje prostoru eden glavnih razlogov za izbiro rešitve po meri.



Slika 5: Primerjava obstoječe omare in konceptualne rešitve, prilagojene prostoru.

Vir: lastna vizualizacija.

Rezultati raziskave tako usmerjajo zasnovo konfiguratorja v tri praktične zahteve: uporabnik mora jasno videti korist svojih odločitev, postopek mora biti obvladljiv, posledice izbire pa dovolj predvidljive. Pri tem lahko sistem prevzame tehnična preverjanja, omejevanje neizvedljivih kombinacij, sprotno računanje cene in del razlage posledic posameznih odločitev. Uporabnik ohrani nadzor nad značilnostmi svoje končne rešitve, pri samem procesu pa mu ni treba samostojno obvladovati vseh tehničnih informacij, ki so potrebne za njeno izvedljivost.

5.2 Podpora uporabniku v konfiguracijskem procesu

Potreba po človeški podpori je bila v raziskavi visoka že na opisni ravni (M = 4,19). H4 je dodatno pokazala, da je bila večja zaznana kompleksnost povezana z večjo potrebo po podpori ($\rho = 0{,}372$), enako je veljalo za zaznano tveganje ($\rho = 0{,}414$). Strokovna pomoč je bila torej pomembna tudi pri sicer samostojnem digitalnem procesu, njena relevantnost pa se je povečala pri uporabnikih, ki so konfiguriranje doživljali kot zahtevnejše ali bolj negotovo.

Pri zasnovi konfiguratorja je zato smiselna podpora, ki je uporabniku dosegljiva med procesom in ne zahteva prekinitve konfiguriranja. Pri preprostih odločitvah lahko uporabnik nadaljuje samostojno, pri zahtevnejših pa mora biti jasno, kje in kako lahko pridobi dodatno pojasnilo ali preverjanje. Takšna pomoč je lahko posebej koristna pri vnosu mer, razumevanju tehničnih omejitev, izbiri notranje razporeditve in končnem preverjanju konfiguracije pred naročilom.

Med posameznimi vrstami tveganja se je najmočnejša povezava s potrebo po človeški podpori pokazala pri informacijskem tveganju ($\rho = 0{,}480$). To podpira predlog, da lahko uporabnik med

konfiguriranjem zahteva pojasnilo ali preverjanje konkretne odločitve. Uporabnik lahko razume osnovni potek konfiguriranja, vendar pri posamezni odločitvi ni prepričan, ali ima dovolj informacij za zanesljivo presojo. V takem primeru strokovna pomoč dopolni informacije, ki jih ponuja vmesnik, in omogoči preverjanje konkretne odločitve.

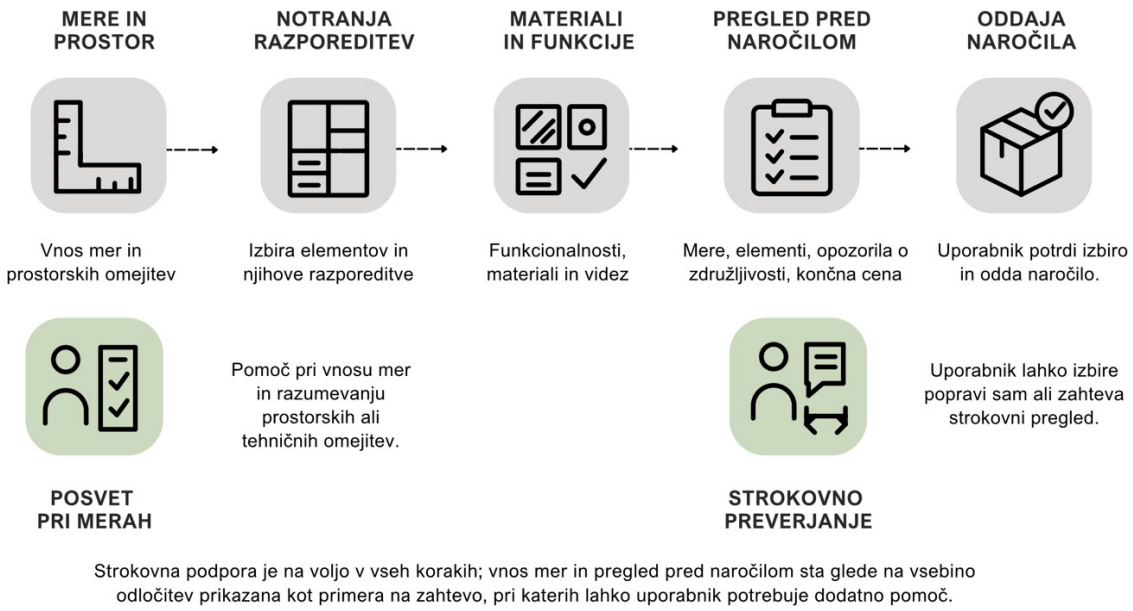
Podpora mora biti povezana z že izdelano konfiguracijo. Svetovalec bi moral videti uporabnikove izbrane mere, notranjo razporeditev, materiale, funkcionalnosti in morebitna opozorila sistema. Tako lahko hitro ugotovi, pri kateri odločitvi je nastala nejasnost in nadaljuje na podlagi že izdelane konfiguracije. Ponovno razlaganje celotnega postopka bi uporabniku nalagalo dodatno delo in zmanjšalo smisel digitalnega procesa.

Pomembna je tudi izbira načina komunikacije. Za kratka vprašanja je lahko dovolj klepet ali sporočilo, pri zahtevnejših odločitvah pa je lahko primernejši telefonski ali video posvet. Konfigurator lahko uporabniku omogoči tudi pošiljanje trenutne konfiguracije svetovalcu in prejem povratne informacije brez neposrednega pogovora. Oblika podpore se tako lahko prilagodi zahtevnosti konkretnega problema in količini strokovne presoje, ki jo ta zahteva.

Aslan in Keating (2025) sta pri tehnološko podprtih storitvah pokazala, da se pomen človeške podpore spreminja glede na zahtevnost naloge ter potrebo posameznika po človeški interakciji. Njune ugotovitve so za konfiguracijski proces uporabne predvsem kot opozorilo, da enaka stopnja podpore ne ustreza vsem uporabnikom. Nekateri uporabniki bodo celotno konfiguracijo izvedli samostojno, drugi bodo želeli potrditev že pri osnovnih odločitvah. Sistem mora zato omogočiti različne stopnje samostojnosti brez obveznega vključevanja svetovalca v vsak primer.

Posebno mesto ima preverjanje pred oddajo naročila. Pri izdelku po meri lahko napaka v konfiguraciji povzroči večje praktične in finančne posledice, zato lahko možnost strokovnega pregleda zmanjša negotovost tik pred dokončno odločitvijo. Takšen pregled lahko zajema ključne parametre: mere, medsebojno združljivost izbranih elementov, morebitne prostorske omejitve in končni povzetek konfiguracije. Uporabniku s tem ostane možnost samostojne priprave rešitve, pred oddajo naročila pa lahko zaprosi za strokovni pregled.

Rezultati zato podpirajo predlog, da lahko uporabnik konfiguriranje opravi samostojno, strokovna podpora pa mu je dostopna, kadar potrebuje dodatno razlago ali preverjanje. Slika 6 prikazuje možen potek konfiguriranja in dva primera vključitve podpore na zahtevo: posvet pri vnosu mer ter strokovno preverjanje pred oddajo naročila. Umestitev teh možnosti izhaja iz vsebine posameznih korakov; raziskava ni preverjala, ali sta ti mesti primernejši od drugih.



Slika 6: Predlagan potek konfiguriranja z možnostjo strokovne podpore.

Vir: lastna vizualizacija.

5.3 Vloga zaposlenega v digitalno podprtem prodajnem procesu

Rezultati H4 kažejo, da človeška podpora ostaja pomembna tudi takrat, ko uporabnik velik del konfiguracijskega procesa izvede samostojno. Večja zaznana kompleksnost je bila povezana z večjo potrebo po podpori ($\rho = 0{,}372$), enako pa je veljalo za zaznano tveganje ($\rho = 0{,}414$). Vloga zaposlenega se zato pri uporabi konfiguratorja spremeni predvsem glede na vrsto nalog, ki jih prevzame sistem, in trenutek, ko uporabnik potrebuje strokovno presojo.

Pri klasičnem prodajnem procesu zaposleni pogosto vodi kupca skozi celotno izbiro: ugotavlja njegove potrebe, predstavlja možnosti, opozarja na omejitve in pomaga oblikovati končno rešitev. Pri konfiguratorju lahko velik del tega postopka poteka neposredno med uporabnikom in sistemom. Uporabnik vnese osnovne zahteve in sestavlja svojo rešitev, konfigurator pa prikazuje dovoljene možnosti, preverja nekatere omejitve ter vodi standardne korake. Zaposleni se lahko zato vključuje predvsem pri vprašanjih, ki zahtevajo razlago, preverjanje ali strokovno presojo.

Pri pohištvu po meri so takšne situacije lahko povezane z meritvami prostora, zahtevnejšimi notranjimi razporeditvami, s posebnimi konstrukcijskimi omejitvami ali preverjanjem končne konfiguracije pred naročilom. Posebej relevanten je rezultat informacijskega tveganja, ki je bilo s potrebo po človeški podpori povezano močneje kot finančno in zasebnostno tveganje ($\rho =$

0,480). Zaposleni ima zato pomembno vlogo predvsem tam, kjer uporabnik potrebuje dodatno informacijo ali potrditev, da je svojo izbiro pravilno razumel.

Takšna razdelitev dela zahteva tudi drugačen način vključevanja zaposlenega v proces. Če uporabnik pomoč zahteva šele po več opravljenih korakih, mora zaposleni hitro razumeti trenutno stanje konfiguracije. Dostop do že izbranih mer, materialov, elementov in opozoril sistema mu omogoči, da se osredotoči na konkretno težavo. Pri tem postane pomembna sposobnost branja in preverjanja digitalno pripravljene konfiguracije ter razumevanje logike samega orodja.

Netz et al. (2025) na primeru prodajnega konfiguratorja za tehnično kompleksne izdelke opisujejo podoben premik v razdelitvi dela. Del strokovnega znanja je bil prenesen v sistem, zato prodajno osebje pri standardiziranih primerih ni potrebovalo enake ravni neposrednega vključevanja tehničnih strokovnjakov. Ti so se lahko bolj osredotočili na zahtevnejše projekte, ki jih konfigurator ni mogel obravnavati po vnaprej določenih pravilih. Za podjetje to pomeni drugačno uporabo strokovnega časa in jasnejšo ločitev med standardnimi ter zahtevnejšimi primeri.

Tudi Audrin in Etemad-Sajadi (2026) pri samopostrežnih tehnologijah opozarjata, da se z večjim vključevanjem uporabnika spreminjajo kompetence zaposlenih. Poleg poznavanja izdelka postanejo pomembni razumevanje digitalnega sistema, pomoč pri njegovi uporabi in sposobnost hitrega reševanja težav. Pri konfiguratorju pohištva bi zaposleni zato potreboval dovolj dobro poznavanje izdelka in samega konfiguracijskega procesa, da lahko presodi, ali je težava informacijska, tehnična ali povezana z uporabnikovo konkretno situacijo.

Takšna sprememba lahko vpliva tudi na organizacijo dela. Zaposlenemu ni treba enake količine časa nameniti vsakemu uporabniku, saj del kupcev konfiguracijo izvede brez pomoči. Več strokovnega časa ostane za primere, kjer so odločitve zahtevnejše, posledice napake večje ali podatki, ki jih zagotavlja sistem, ne zadoščajo za zanesljivo odločitev. Pri večjem številu uporabnikov lahko takšna razporeditev zmanjša količino rutinskega dela in poveča delež nalog, pri katerih je dejansko potrebna strokovna presoja.

Za podjetje je zato primeren hibridni model, v katerem konfigurator obravnava standardne korake, zaposleni pa ostane v procesu kot dostopna strokovna podpora. Vloga zaposlenega se pri takšni zasnovi premakne proti preverjanju, svetovanju in reševanju zahtevnejših primerov. Prav v tej spremembi se najbolj neposredno pokaže povezava raziskave s krovno temo *Transformation in the workplace*: digitalizacija spremeni razdelitev dela med uporabnika, sistem in zaposlenega ter s tem tudi vsebino dela v prodajnem procesu.

6 SKLEP

Diplomska naloga je obravnavala spletno konfiguriranje pohištva po meri skozi razmerje med koristjo, ki jo uporabniku omogoča personalizacija, in dodatno zahtevnostjo ter negotovostjo, ki ju prinaša samostojno konfiguriranje izdelka. Na primeru hipotetičnega spletnega konfiguratorja garderobne omare je bilo preverjeno, kako so zaznana korist personalizacije, kompleksnost konfiguriranja in zaznano tveganje povezani z namero uporabe ter ali se ob večji zaznani kompleksnosti in tveganju povečuje potreba po človeški strokovni podpori.

Rezultati so podprli vse štiri postavljene hipoteze. Najmočnejša povezava z namero uporabe se je pokazala pri zaznani koristi personalizacije ($\rho = 0{,}641$). Respondenti, ki so v možnosti prilagoditve prepoznali večjo korist, so praviloma izražali tudi višjo namero uporabe konfiguratorja. To poudarja pomen konkretne koristi, ki jo mora uporabnik dobiti v zameno za dodatno odločanje. Pri garderobni omari se ta korist kaže predvsem v boljši izrabi prostora, prilagoditvi lastnim potrebam in možnosti oblikovanja ustreznejše končne rešitve.

Kompleksnost konfiguriranja je bila z namero uporabe povezana negativno ($\rho = -0{,}429$). Čeprav povprečna zaznana kompleksnost ni bila visoka, so respondenti, ki so proces doživljali kot zahtevnejši, izražali nižjo namero uporabe. Ključno je, kako zahtevno uporabnik zaznava ponujene možnosti in kako dobro razume njihove posledice; samo število možnosti zato ni zadosten kriterij.

Negativna je bila tudi povezava med zaznanim tveganjem in namero uporabe ($\rho = -0{,}338$). Med posameznimi vrstami tveganja je bila z namero uporabe najmočneje povezana skrb zaradi možnih finančnih posledic napačne odločitve. Pri izdelku po meri je ta rezultat posebej pomemben, saj lahko napaka v konfiguraciji povzroči večji strošek in jo je težje odpraviti kot pri nakupu standardnega izdelka. Jasna cena, pregled končne konfiguracije in dovolj konkretne informacije so del zmanjševanja negotovosti pri odločitvi.

Rezultati H4 so pokazali, da se z večjo zaznano kompleksnostjo ($\rho = 0{,}372$) in večjim zaznanim tveganjem ($\rho = 0{,}414$) povečuje tudi potreba po človeški podpori. Pri posameznih vrstah tveganja je bila potreba po podpori najmočneje povezana z informacijskim tveganjem ($\rho = 0{,}480$). Potreba po strokovni pomoči je bila torej posebej izrazita pri respondentih, ki jih je bolj skrbelo, ali imajo dovolj informacij za dobro odločitev. To dopolnjuje ugotovitev pri H3: finančno tveganje je bilo najizraziteje povezano z nižjo namero uporabe, informacijska negotovost pa z večjo potrebo po strokovni pomoči.

Na tej podlagi je za spletno konfiguriranje smiselna zasnova, pri kateri uporabnik ohrani nadzor nad odločitvami, ki določajo njegovo končno rešitev, sistem pa prevzame standardna preverjanja in uporabnika vodi skozi proces v razumljivih korakih. Človeška podpora ima pri tem predvsem vlogo dodatnega preverjanja in strokovne pomoči pri zahtevnejših odločitvah. Takšna ureditev uporabniku omogoča samostojnost, ne da bi moral sam prevzeti tudi vse tehnične in informacijske zahteve procesa.

S tem se raziskava navezuje tudi na krovno temo *Transformation in the workplace*. S konfiguratorjem se del nalog prenese z zaposlenega na uporabnika in digitalni sistem, rezultati raziskave pa hkrati kažejo visoko izraženo potrebo po človeški podpori, ki je bila še večja pri višji zaznani kompleksnosti ter tveganju. V povezavi s teoretičnimi izhodišči to podpira hibridni model, pri katerem se lahko vloga zaposlenega bolj usmeri v preverjanje, svetovanje in zahtevnejše primere, medtem ko standardne korake prevzameta uporabnik ter sistem.

Rezultate je treba razlagati ob upoštevanju omejitev raziskave. Respondenti so presojali hipotetični scenarij in izražali namero uporabe, zato ugotovitev ni mogoče neposredno enačiti z dejanskim vedenjem pri nakupu pohištva po meri. Korelacijska zasnova prav tako omogoča ugotavljanje povezanosti med spremenljivkami, ne pa dokazovanja vzročnih odnosov. Kljub temu rezultati pokažejo jasno razmerje med obravnavanimi dejavniki: višja zaznana korist personalizacije je povezana z višjo namero uporabe konfiguratorja, večja kompleksnost in tveganje z nižjo namero uporabe, ob višji kompleksnosti ter tveganju pa je izrazitejša tudi potreba po strokovni podpori. To predstavlja osrednjo ugotovitev raziskave in izhodišče za zasnovo digitalnega konfiguracijskega procesa pri pohištvu po meri.

LITERATURA IN VIRI

Alrawad, M., Lutfi, A., Alyatama, S., Al Khattab, A., Alsoboa, S. S., Almaiah, M. A., Ramadan, M. H., Arafa, H. M., Ahmed, N. A., Alsyouf, A., & Al-Khasawneh, A. L. (2023). Assessing customers perception of online shopping risks: A structural equation modeling–based multigroup analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services, 71*, 103188. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103188

Aslan, M., & Keating, B. W. (2025). Providing social support in technology-based service encounters: Activating intrinsic motivations to create better outcomes. *Journal of Retailing and Consumer Services, 84*, 104229. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104229

Audrin, B., & Etemad-Sajadi, R. (2026). The impact of self-service technologies on consumer-retailer relationships: Navigating trust, contribution, and the role of consumers as partial employees. *Journal of Business Research, 207*, 115992. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2026.115992

Bambauer-Sachse, S. (2026). Do consumers prefer lower or higher numbers of customizable product attributes in an e-commerce context? *Electronic Commerce Research, 26*, 3869–3894. https://doi.org/10.1007/s10660-025-10014-2

Canarslan, N. Ö., & Barış, G. (2022). Flow experience and consumer willingness to pay in online mass customization processes. *International Journal of Online Marketing, 12*(1), 1–21. https://doi.org/10.4018/IJOM.288423

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates. https://doi.org/10.4324/9780203771587

Comploi-Taupe, R., & Falkner, A. (2026). *Product configuration: An introduction for practitioners*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-032-17163-4

Netz, J., Padhi, P., Magnusson, P., Odhe, J., Skrinning, M., & Windfäll, Å. (2025). Configure to conquer: Implementing configurators to improve competitiveness. In L. Witell (Ed.), *Service innovation and management: Digitalization, service infusion and customer experience* (pp. 71–86). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-76560-5_6

Pfaff, A., & Spann, M. (2025). Augmented reality and spatial fit uncertainty in online retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services, 87*, 104442. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104442

Yıldırım, E., Nart, S., & Karatepe, O. M. (2026). Antecedents and consequences of customized product value. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 21(3)*, 76. https://doi.org/10.3390/jtaer21030076

PRILOGE

ANKETNI VPRAŠALNIK: Nakup pohištva po meri in uporaba spletnega orodja

Pozdravljeni,

ta anketa je del diplomske raziskave o odločanju pri nakupu pohištva po meri. Je anonimna in traja približno 5 minut.

Pravilnih ali napačnih odgovorov ni – pomembna je vaša osebna ocena.



<u>SCENARIJ</u>

Kupujete garderobno omaro po meri preko spleta.

Na spletni strani imate na voljo orodje, s katerim lahko sami prilagodite:

- *dimenzije omare,*
- *notranjo razporeditev,*
- *materiale,*
- *osnovne funkcionalnosti.*

Na zaslonu sproti izbirate med ponujenimi možnostmi in tako sestavljate svojo garderobno omaro.

Pri naslednjih vprašanjih in trditvah odgovorite glede na predstavljeni scenarij.

Lestvica:

1 – Sploh se ne strinjam

2 – Se ne strinjam

3 – Niti se ne strinjam niti se strinjam

4 – Se strinjam

5 – Popolnoma se strinjam

UPORABA SPLETNEGA ORODJA

1. *Verjetno bi tak spletni konfigurator uporabil/a.*

2. *Tak konfigurator bi bil zame realna možnost pri dejanskem nakupu garderobne omare po meri.*

3. *Če bi potreboval/a garderobno omaro po meri, bi bil/a pripravljen/a uporabiti tak konfigurator.*

PRILAGAJANJE OMARE

4. *Možnost prilagajanja bi mi omogočila boljšo izrabo razpoložljivega prostora.*

5. *S prilagajanjem bi lahko oblikoval/a omaro, ki bi bolje ustrezala mojim potrebam.*

6. *Možnost prilagajanja bi mi pri takšnem nakupu predstavljala pomembno dodatno vrednost.*

POTEK KONFIGURIRANJA

7. *Konfiguriranje bi od mene zahtevalo precej časa in truda.*

8. *Izbiranje med različnimi možnostmi bi bilo zame zahtevno.*

9. *Zaradi količine odločitev bi se lahko težko odločil/a, kako nadaljevati.*

POMISLEKI PRI SPLETNEM NAKUPU

10. *Skrbelo bi me, da pri spletnem konfiguriranju ne bi imel/a dovolj jasnih informacij za dobro odločitev.*

11. *Skrbelo bi me, da bi zaradi napačne izbire pri konfiguriranju lahko utrpel/a finančno izgubo.*

12. *Skrbelo bi me, kako varni so osebni podatki, ki bi jih moral/a posredovati pri spletnem nakupu.*

POMOČ PRI NAKUPU

13. *Pri konfiguriranju bi želel/a možnost pomoči strokovne osebe.*

14. *Pred oddajo naročila bi mi koristilo strokovno preverjanje izbrane konfiguracije.*

15. *Možnost neposrednega svetovanja strokovne osebe bi bila zame pomemben del takšnega nakupa.*

OSNOVNI PODATKI

Spol

- *Ženska*
- *Moški*
- *Drugo/ne želim odgovoriti*

Starost

- *18–24 let*
- *25–34 let*
- *35–44 let*
- *45–54 let*
- *55–64 let*
- *65 let ali več*