

AKOS

Raziskava o nakupnih navadah uporabnikov pri nakupovanju preko spleta

POROČILO | OKTOBER 2025

episcenter

Raziskava o nakupnih navadah uporabnikov pri nakupovanju preko spleta

Naročnik

AKOS

Stegne 7
1000 Ljubljana

Izvajalec

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

Oktober 2025

Časovni okvir zbiranja podatkov

23. september – 7. oktober 2025

Metoda zbiranja podatkov

CAWI
(spletno anketiranje)

Vzorec

n=1000
Vzorec je naknadno utežen glede na spol, starost, izobrazbo in regijo polnoletnih prebivalcev Slovenije.

Namen

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

Metodološka pojasnila in napotki za branje poročila

Metoda zbiranja podatkov

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

Vzorec

Vzorec je bil naknadno utežen glede na spol, starost, izobrazbo ter regijo.

Ciljna skupina

Uporabniki poštne storitve, ki opravljajo spletne nakupe fizičnih izdelkov.

Vprašalnik

Uporabljen je bil standardiziran vprašalnik. Vprašalnik je imel večino vprašanj zaprtega tipa. Povprečen čas izpolnjevanja vprašalnika je bil 13 minut.

Poročilo

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



Pogosti uporabniki



Občasni uporabniki

Rezultati raziskave so predstavljeni po naslednjih vsebinskih sklopih:

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

Primerjava s predhodnim merjenjem

Poročilo vključuje tudi primerjavo s predhodnimi merjenji na celem vzorcu ter na ravni obeh profilov uporabnikov, kjer podatki to omogočajo.

Legenda uporabljenih kratic in izrazov v poročilu

Odprto

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

Multi

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

Filter

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

Osnova

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

n

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

Oznake - srednje vrednosti:

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

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

Mode Oznaka za modus, najpogosteje navedeno vrednost.

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

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

Oznake - značilna odstopanja:

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

23,2%

Rdeče: označuje značilno nižjo vrednost glede na celotni vzorec.

30,1%

Zeleno: označuje značilno višjo vrednost glede na celotni vzorec.

Legenda uporabljenih kratic in izrazov v poročilu

Izvajalci poštnih storitev

- **Pošta Slovenije:** POŠTA SLOVENIJE d. o. o.
- **GLS:** GENERAL LOGISTICS SYSTEMS d. o. o.
- **DPD:** DPD d. o. o.
- **DHL:** DHL Ekspres (Slovenija) d. o. o.
- **UPS:** UPS Adria (S) Ekspres d. o. o.
- **Kurirček:** NP KURIRČEK d. o. o.

Struktura vzorca

n=1000

	SKUPAJ	Vzorec	
		1000	100 %
Spol	moški	472	47,2 %
	ženski	528	52,8 %
Starost	18–24 let	69	6,9 %
	25–34 let	116	11,6 %
	35–44 let	180	18,0 %
	45–54 let	181	18,1 %
	55–64 let	188	18,8 %
	65 let in več	266	26,6 %
Izobrazba	Osnovna ali poklicna	358	35,8 %
	Srednja strokovna/splošna	337	33,7 %
	Višja ali visoka	289	28,9 %
	Brez odgovora	16	1,6 %
Zaposlitveni status	Študent	66	6,6 %
	Zaposlen	433	43,3 %
	Samozaposlen	48	4,8 %
	Upokojenec	343	34,3 %
	Nezaposlen, gospodinja, invalid, drugo	110	11,0 %
Osebni dohodek	Do 500 €	50	5,0 %
	501 do 1000 €	277	27,7 %
	1001 do 1500 €	293	29,3 %
	1501 do 2000 €	135	13,5 %
	2001 do 3000 €	95	9,5 %
	Nad 3000 €	30	3,0 %
	Brez dohodkov Brez odgovora	30 90	3,0 % 9,0 %

	SKUPAJ	Vzorec	
		1000	100 %
Regija	Pomurska	56	5,6 %
	Podravska	147	14,7 %
	Koroška	32	3,2 %
	Savinjska	118	11,8 %
	Zasavska	31	3,1 %
	Posavska	35	3,5 %
	Jugovzhodna Slovenija	69	6,9 %
	Osrednjeslovenska	269	26,9 %
	Gorenjska	108	10,8 %
Tip naselja	Primorsko-notranjska	19	1,9 %
	Goriška	59	5,9 %
	Obalno-kraška	57	5,7 %
Zadnji e-nakup fizičnega izdelka	Podeželje	403	40,3 %
	Predmestje	171	17,1 %
	Mesto	426	42,6 %
Zadnji e-nakup fizičnega izdelka	V zadnjih treh mesecih	860	86,0 %
	Pred več kot tremi meseci	120	12,0 %
	Ne vem, se ne spomnim	20	2,0 %

Raziskava o nakupnih navadah uporabnikov pri nakupovanju preko spleta



Ciljna skupina: Uporabniki poštinih storitev, ki opravljajo spletne nakupe
Časovni okvir zbiranja podatkov: 23. september – 7. oktober 2025
Velikost realiziranega vzorca: 1000
Metoda zbiranja podatkov: Spletno anketiranje
Naročnik: AKOS
Izvajalec: Episcenter, d.o.o.

2025

PROFIL UPORABNIKOV

40 %

Pogosti uporabniki



Povprečno št. nakupov:
2 nakupa/mesec

Povprečen znesek nakupa:
52 €/nakup

60 %

Občasni uporabniki



Povprečno št. nakupov:
1 nakup/mesec

Povprečen znesek nakupa:
76 €/nakup

SPLETNO NAKUPOVANJE

Kje vsaj enkrat mesečno?

31 % e-trgovine **iz SLO**

20 % e-trgovine **iz EU**

16 % e-trgovine **izven EU**

Kaj kupujejo najpogosteje?

54 % **Oblačila in obutev**

26 % Izdelki za šport in prosti čas

25 % Kozmetika

Preko katere naprave?

61 % Preko telefona

46 % Preko računalnika

S kakšnim načinom plačila?

47 % S plačilno kartico

29 % Plačilo po povzetju

16 % Plačilne e-platforme (PayPal, ipd.)

DOSTAVA IN VRAČILO

Brezplačna dostava?

96 % pričakuje **brezplačno dostavo** nad določeno vrednostjo nakupa.

Večina **za nakupe nad 50 €**.

Raje ena ali več pošiljk?

73 % raje izbere dostavo **v eni pošiljki**.

Najpogostejša lokacija dostave?

77 % Dostava **na dom**

14 % Dostava **v paketomat**

Je vračilo enostavno?

70 % anketirancev, ki imajo izkušnjo z vračilom, meni, da je postopek **vračila enostaven**.

Povečal se je delež tistih, ki največkrat naročijo dostavo na dom. Rahlo se povečuje tudi delež tistih, ki najpogosteje izberejo dostavo v paketomat.

ZADOVOLJSTVO Z DOSTAVO

Indeks zadovoljstva z dostavo:

84,6



Glavni dejavniki zadovoljstva z dostavo:

Prijaznost
Zanesljivost
Obveščanje o dostavi

Najbolje ocenjeni dostavljavci:

Pošta Slovenije (indeks: 86,4)

GLS (indeks: 84,7)

DPD (indeks: 79,7)

Indeks zadovoljstva z dostavo je višji kot ob preteklih merjenjih. Uporabniki so bolj zadovoljni predvsem z zanesljivostjo, hitrostjo, fleksibilnostjo.

Vložena reklamacija

10 % je v zadnjem letu **vložilo reklamacijo/pritožbo** pri izvajalcu dostave.

Indeks zadovoljstva z obravnavano reklamacijo:

45,7



Okoliščine, ki najbolj odvrnejo od ponovnega nakupa:

Dodatni stroški dostave
Poškodba izdelka
Izguba naročila

Indeks zadovoljstva z obravnavo reklamacije je nižji kot lansko leto, še posebej med občasnimi uporabniki. Najmanj zadovoljni so z rešitvijo reklamacije.

Primerjava
2024/2025

Delež pogostih uporabnikov se je zmanjšal za 4 odstotne točke. Med pogostimi uporabniki se je znižal povprečen znesek nakupa, med občasnimi uporabniki pa zvišal.

Zmanjšal se je delež tistih, ki vsaj enkrat mesečno nakupujejo v slovenskih in evropskih e-trgovinah. Povečuje se delež nakupov oblačil in obutve.

1

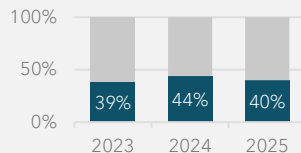
Profil uporabnikov

Profil uporabnikov

Pogosti uporabniki



Pogosti uporabniki so uporabniki, ki **vsaj enkrat mesečno preko spleta opravijo nakup fizičnih izdelkov**, bodisi v domačih ali tujih spletnih trgovinah. Na desnem grafikonu je razviden delež pogostih uporabnikov v letih 2023–2025. Spodaj je predstavljen profil uporabnikov glede na osnovne sociodemografske značilnosti ter glede na ključne elemente spletnega nakupa in dostave za leto 2025.



Pogosti uporabniki



Med pogostimi uporabniki je **54 % žensk** in **53 % zaposlenih**. Večina spletne nakupe opravi preko telefona, plačilo pa večinoma opravijo s plačilno kartico. V povprečju opravijo **2 nakupe** na mesec, pri čemer je povprečni znesek nakupa **52 €**. Preko spleta največkrat kupujejo oblačila oz. obutev, kozmetiko oz. izdelke za osebno nego ter izdelke za šport in prosti čas. Cena je glavni razlog tako pri odločitvi za nakup preko spleta kot pri izbiri dostavljavca.

SPOL, STAROST

54 %
Ženske

56 %
Starejši od 44 let

ZAPOSILTVENI STATUS

53 %
Zaposleni

NAPRAVA IN PLAČILO NAKUPA

65 %
Preko pametnega telefona

54 %
S plačilno kartico

POVPREČNO ŠT. NAKUPOV v zadnjih 3 mesecih

2 nakupa / mesec

Nakup izdelka v domačih ali tujih e-trgovinah

ZNESEK NAKUPOV

52 € / nakup

Povprečna vrednost nakupa izdelka v domačih ali tujih e-trgovinah

Skupni znesek za obdobje zadnjih treh mesecev - povprečje: **323 €**

NAJPOGOSTŠE KATEGORIJE NAKUPA

1. Oblačila/obutev (67 %)
2. Kozmetika (34 %)
3. Šport/prosti čas (33 %)
4. Prehranska dopolnila (24 %)
5. Pohištvo/dom/vrt (23 %)

GLAVNI RAZLOGI ZA NAKUP v domačih/izven EU e-trgovinah



1. Nizke cene, popusti
2. Na voljo le na spletu
3. Široka ponudba / raznolikost



1. Nizke cene, popusti
2. Široka ponudba / raznolikost
3. Na voljo le na spletu

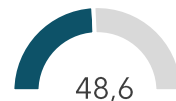
NAJPOMEMBNEJŠI KRITERIJI IZBIRE DOSTAVE

1. Cena dostave (53 %)
2. Obveščanje o dostavi (45 %)
3. Zanesljivost (39 %)
4. Rok dostave (31 %)
5. Kakovost dostave (22 %)

INDEKS ZADOVOLJSTVA - DOSTAVA



INDEKS ZADOVOLJSTVA - REKLAMACIJA

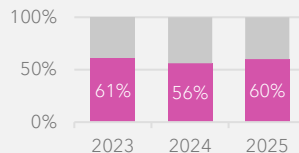


Profil uporabnikov

Občasni uporabniki



Občasni uporabniki so uporabniki, ki nakup fizičnih izdelkov **preko spleta opravijo manj kot enkrat na mesec**. Na desnem grafikonu je razviden delež pogostih uporabnikov v letu 2023–2025. Spodaj je predstavljen profil uporabnikov glede na osnovne sociodemografske značilnosti ter glede na ključne elemente spletnega nakupa in dostave za leto 2025.



Občasni uporabniki



Med občasnimi uporabniki prevladujejo starejši od 44 let, 40 % je upokojencev. 57 % spletne nakupe opravi preko telefona. Vse več občasnih uporabnikov naročene izdelke plačuje s plačilno kartico (42 %). V povprečju opravijo 1 nakup na mesec, pri čemer je povprečni znesek nakupa 76 €. Preko spleta največkrat kupujejo oblačila oz. obutev. Cena je glavni razlog tako pri odločitvi za nakup prek spleta kot pri izbiri dostavljavca. V primerjavi s pogostimi uporabniki so manj zadovoljni, tako z dostavo kot tudi s postopkom reklamacije.

SPOL, STAROST

52 %
Ženske

69 %
Starejši od 44 let

NAPRAVA IN PLAČILO NAKUPA

57 %
Preko telefona

42 %
S plačilno kartico

ZNESEK NAKUPOV

76 € / nakup

Povprečna vrednost nakupa izdelka v domačih ali tujih e-trgovinah

Skupni znesek za obdobje zadnjih treh mesecev - povprečje: **179 €**

GLAVNI RAZLOGI ZA NAKUP v domačih/izven EU e-trgovinah



1. Nizke cene, popusti
2. Na voljo le na spletu
3. Široka ponudba / raznolikost



1. Nizke cene, popusti
2. Široka ponudba / raznolikost
3. Na voljo le na spletu

INDEKS ZADOVOLJSTVA - DOSTAVA



ZAPOSPLITVENI STATUS

40 %
Upokojeni

POVPREČNO ŠT. NAKUPOV v zadnjih 3 mesecih

1 nakup / mesec

Nakup izdelka v domačih ali tujih e-trgovinah

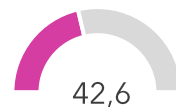
NAJPOGOSTEJŠE KATEGORIJE NAKUPA

1. Oblačila/obutev (42 %)
2. Šport/prosti čas (18 %)
3. Kozmetika (18 %)
4. Prehranska dopolnila (17 %)
5. Izdelki za avto/motor (15 %)

NAJPOMEMBNEJŠI KRITERIJI IZBIRE DOSTAVE

1. Cena (53 %)
2. Obveščanje o dostavi (47 %)
3. Zanesljivost (36 %)
4. Rok dostave (31 %)
5. Izbira lokacije dostave (17 %)

INDEKS ZADOVOLJSTVA - REKLAMACIJA



2

Spletno nakupovanje

Spletno nakupovanje

Pogostost nakupovanja



Kako pogosto vi osebno preko spleta kupujete fizične izdelke?

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



Na sliki levo so prikazani rezultati za zadnja tri merjenja. Na sliki desno je prikazana razlika v pogostosti nakupovanja fizičnih izdelkov preko spleta glede na profil uporabnikov za leto 2025.

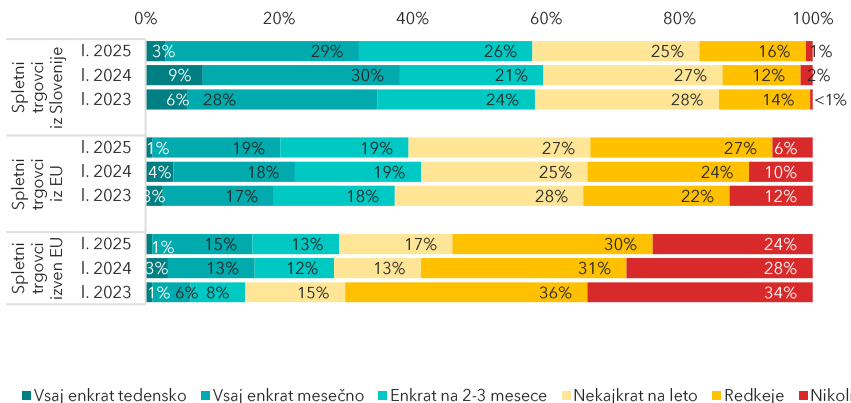


Sodelujoči v anketi pogosteje nakupujejo v domačih spletnih trgovinah. Glede na pretekla leta se zmanjšuje delež tistih, ki nikoli ne kupujejo pri spletnih trgovcih iz EU ter pri spletnih trgovcih izven EU (delež teh je od leta 2023 nižji za 10 odstotnih točk). Izkušnje z nakupi pri trgovcih izven EU ima že približno tri četrtine vprašanih.

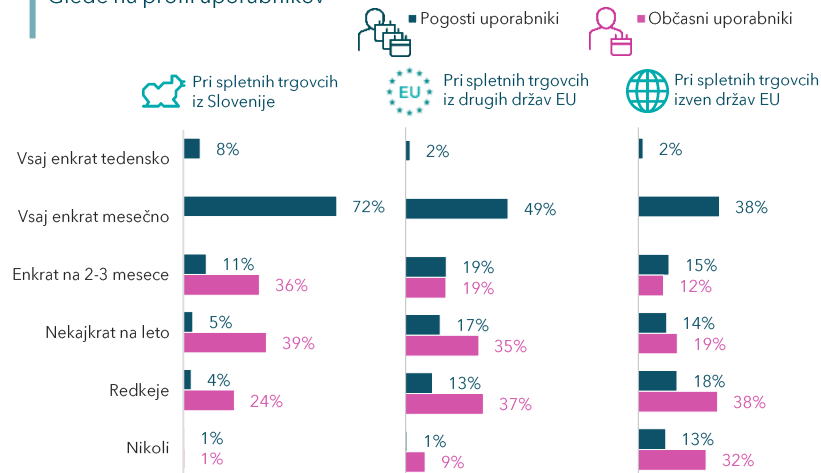
Med pogostimi uporabniki izkušnje z nakupi izven EU nima le 13 % sodelujočih, med občasnimi uporabniki pa 32 %. Med pogostimi uporabniki jih sicer 72 % v slovenskih spletnih trgovinah nakupuje vsaj enkrat mesečno.

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1000



Glede na profil uporabnikov



Spletno nakupovanje

Kategorija nakupa



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



V tabeli so prikazani rezultati za zadnja tri merjenja glede na profil uporabnika ter celotni vzorec.



Anketiranci preko spleta najpogosteje kupujejo oblačila ali obutev (54 %), kar ostaja daleč najpogostejša kategorija spletnih nakupov. Delež teh nakupov se še naprej povečuje, zlasti med pogostimi uporabniki (67 %). Sledijo izdelki za šport in prosti čas (26 %) ter kozmetika in izdelki za osebno nego (25 %), obe kategoriji z opazno rastjo glede na leto 2023.

V primerjavi z lanskim merjenjem se je v večini kategorij delež spletnih nakupov povečal, kar potrjuje nadaljnjo rast spletnega nakupovanja. Kljub temu pa se v posameznih segmentih kaže rahlo ohlajanje trenda - predvsem pri nakupih bele tehnike, hrane za živali in gradbenega materiala.

Skupaj in glede na profil uporabnikov

Multi | Filter | Osnova: Nakup v zadnjih treh mesecih



Kategorija nakupa	Vsi			Pogosti uporabniki			Občasni uporabniki		
	2023 n=883	2024 n=857	2025 n=860	2023 n=391	2024 n=427	2025 n=391	2023 n=492	2024 n=430	2025 n=469
▲ Oblačila ali obutev	46,6 %	48,3 %	53,7 %	55,1 %	56,3 %	67,3 %	39,8 %	40,3 %	42,3 %
Izdelki za šport in prosti čas	22,1 %	26,0 %	26,2 %	27,7 %	29,0 %	33,0 %	17,7 %	22,9 %	20,5 %
▲ Kozmetika ali izdelki za osebno nego	22,5 %	22,4 %	25,0 %	31,6 %	30,9 %	34,0 %	15,3 %	13,9 %	17,5 %
Prehranska dopolnila, dodatki ali zdravila	22,9 %	19,8 %	20,5 %	29,8 %	22,7 %	24,4 %	17,5 %	16,8 %	17,3 %
▲ Pohištvo ali izdelki za dom in vrt	14,6 %	16,6 %	18,2 %	16,9 %	21,2 %	23,4 %	12,8 %	12,1 %	13,9 %
▲ Izdelki za avto ali motor ali drugo vozilo	12,1 %	15,0 %	18,0 %	13,8 %	16,8 %	21,5 %	10,7 %	13,2 %	15,1 %
▲ Računalnik, mobilni telefon ali dodatki	15,2 %	12,4 %	15,3 %	19,0 %	16,4 %	17,5 %	12,1 %	8,4 %	13,4 %
▲ Knjige, pisarniški material	13,1 %	10,9 %	15,2 %	16,9 %	14,3 %	18,8 %	10,2 %	7,5 %	12,2 %
▼ Bela tehnika ali mali gospodinjinski aparati	16,3 %	13,2 %	12,7 %	19,4 %	16,1 %	12,6 %	13,9 %	10,2 %	12,7 %
▲ Igrače	8,5 %	7,7 %	11,0 %	11,9 %	9,1 %	14,3 %	5,8 %	6,3 %	8,2 %
▼ Hrana ali izdelki za živali	14,7 %	11,6 %	9,6 %	23,1 %	15,8 %	13,7 %	8,0 %	7,5 %	6,2 %
Audio-video izdelki ali foto izdelki	8,9 %	8,0 %	8,9 %	11,3 %	11,8 %	10,8 %	7,0 %	4,2 %	7,3 %
Hrana ali pijača	8,9 %	7,8 %	7,6 %	16,0 %	11,0 %	10,2 %	3,2 %	4,7 %	5,4 %
▼ Gradbeni material, orodje	6,8 %	7,3 %	5,2 %	8,0 %	8,6 %	5,7 %	5,9 %	6,0 %	4,8 %
Izdelki za nego otroka	3,7 %	2,7 %	3,1 %	5,6 %	4,9 %	5,2 %	2,2 %	0,5 %	1,3 %
Drugo	9,9 %	10,2 %	10,5 %	7,4 %	10,6 %	11,5 %	11,9 %	9,8 %	9,7 %

Spletno nakupovanje

Razlogi za nakup



Kaj je najpogostejši razlog, da se odločite za nakup ...

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



Anketiranci, ki kupujejo pri posamezni skupini trgovcev (Slo., EU, izven EU) so izbrali en, najpogostejši razlog za nakup. Rezultati so podani za celotni vzorec ter glede na profil uporabnikov.



Najpogostejši razlog za nakup pri spletnih trgovcih ostajajo nizke cene in popusti, tako pri domačih (23 %) kot pri tujih spletnih trgovcih, kjer ta motiv izstopa še izraziteje (EU: 28 %, izven EU: 46 %). Pri domačih trgovcih je na drugem mestu izbira izdelkov, ki so na voljo le na spletu (17 %), medtem ko pri tuji ponudbi pomembno vlogo prevzema široka raznolikost izdelkov (EU: 23 %, izven EU: 20 %).

Pri slovenskih spletnih trgovinah občasni kupci pogosteje izpostavljajo tudi prepoznavnost in zaupanje (11 %), kar kaže, da pri redkejših kupcih na vlogo odločitve nekoliko močnejše vpliva tudi občutek varnosti in bližina domačih ponudnikov.

Skupaj in glede na profil uporabnikov

Filter | Osnova: Kupujejo pri domačih/tujih trgovcih iz držav EU/izven držav EU

Spletni trgovci iz Slovenije	Vsi n=997	Spletni trgovci iz Slovenije	
		Pogosti n=398	Občasni n=599
Nizke cene, popusti	23%	23,6%	22,7%
Izdelki, ki so na voljo le na spletu	17%	14,8%	17,9%
Široka ponudba/raznolikost izdelkov	11%	11,3%	10,7%
Hitra dostava	10%	13,1%	8,2%
Izogibanje množicam, gneči	10%	11,1%	9,3%
Prepoznavnost, zaupanje	7%	2,8%	10,5%
Brezplačna dostava	7%	6,0%	7,2%
Izbira določenih blagovnih znamk	6%	7,8%	5,5%
Možna primerjava cen	5%	5,0%	4,7%
Ocene in priporočila drugih kupcev	2%	1,8%	1,3%
Drugo	2%	2,8%	2,0%

Spletni trgovci iz drugih držav EU	Vsi n=943	Spletni trgovci iz drugih držav EU	
		Pogosti n=398	Občasni n=545
Nizke cene, popusti	28%	31,2%	25,7%
Široka ponudba/raznolikost izdelkov	23%	22,1%	24,2%
Izdelki, ki so na voljo le na spletu	18%	18,3%	17,4%
Izbira določenih blagovnih znamk	10%	9,3%	11,0%
Možna primerjava cen	5%	4,0%	5,3%
Brezplačna dostava	4%	2,0%	5,7%
Prepoznavnost, zaupanje	4%	4,0%	3,7%
Izogibanje množicam, gneči	2%	3,3%	1,7%
Hitra dostava	2%	2,8%	1,7%
Ocene in priporočila drugih kupcev	2%	2,5%	1,7%
Drugo	1%	0,5%	2,0%

Spletni trgovci izven držav EU	Vsi n=756	Spletni trgovci izven držav EU	
		Pogosti n=347	Občasni n=409
Nizke cene, popusti	46%	53,3%	40,6%
Široka ponudba/raznolikost izdelkov	20%	20,2%	20,5%
Izdelki, ki so na voljo le na spletu	14%	12,4%	15,9%
Izbira določenih blagovnih znamk	6%	5,5%	5,9%
Brezplačna dostava	5%	3,5%	6,4%
Izogibanje množicam, gneči	2%	0,3%	3,7%
Prepoznavnost, zaupanje	1%	1,2%	1,7%
Ocene in priporočila drugih kupcev	1%	1,4%	1,5%
Možna primerjava cen	1%	0,9%	1,7%
Hitra dostava	1%	1,2%	0,2%
Drugo	1%	0,3%	2,0%

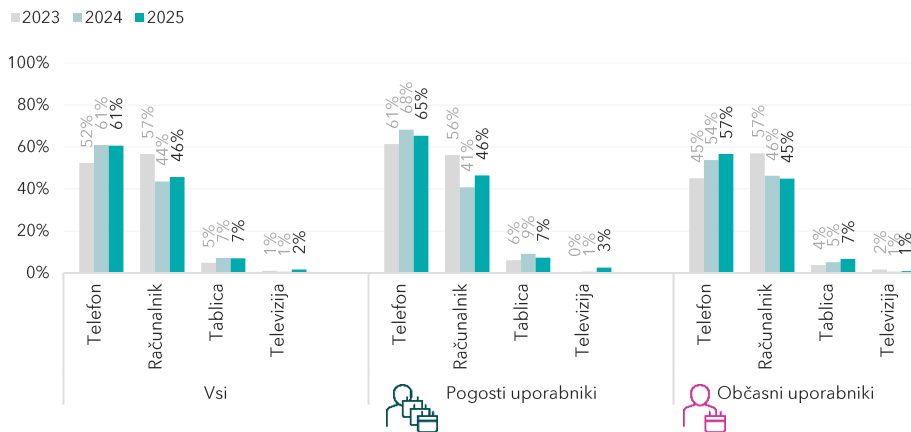
Spletno nakupovanje Nakup preko naprave



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

Skupaj in glede na profil uporabnikov

Multi | Filter | Osnova: Nakup v zadnjih treh mesecih | n=860



Spletne nakupe fizičnih izdelkov večina opravlja preko telefona (61 %), pri čemer se je delež v zadnjih treh letih povečal skoraj za 10 odstotnih točk. Rast je izrazitejša med občasnimi uporabniki, kar nakazuje, da telefon postaja njihov glavni nakupni kanal, saj upada tudi delež občasnih uporabnikov, ki najpogosteje nakupujejo prek računalnika.

Starostno gledano nakup prek telefon močno prevladuje med mlajšimi kupci (18-44 let: 84 %), medtem ko starejši (45 let in več) za nakup pogosteje uporabljajo računalnik (54 %). Opazne so tudi razlike po spolu; ženske v precej večji meri nakupujejo prek telefona (68 %), medtem ko moški v nekoliko večji meri za spletne nakupe uporabljajo računalnik (58 %).

Glede na spol in starostno skupino

[Delež]

		Telefon	Računalnik	Tablica	Televizija
Spol	Moški	52,2%	58,0%	6,0%	1,5%
	Ženske	68,4%	34,3%	7,9%	1,8%
Starost	18 - 44 let	84,3%	32,3%	6,5%	3,3%
	45 let in več	46,2%	53,7%	7,3%	0,7%
Skupaj		60,7%	45,6%	7,0%	1,7%

Spletno nakupovanje

Način plačila



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

- Plačilo po predračunu
- Plačilo s plačilno kartico (debetna ali kreditna)
- Plačilo po povzetju
- Plačilo z elektronskimi plačilnimi platformami (npr. PayPal, Google Pay, Apple Pay...)
- Drugo



*Anketiranci so v prvem merjenju (2023) pod drugo navajali predvsem plačila preko plačilnih platform, kot je npr. PayPal. Zaradi pogostosti tovrstnih navedb je bila z letom 2024 na seznam odgovorov dodana kategorija „Plačilne e-platforme“.

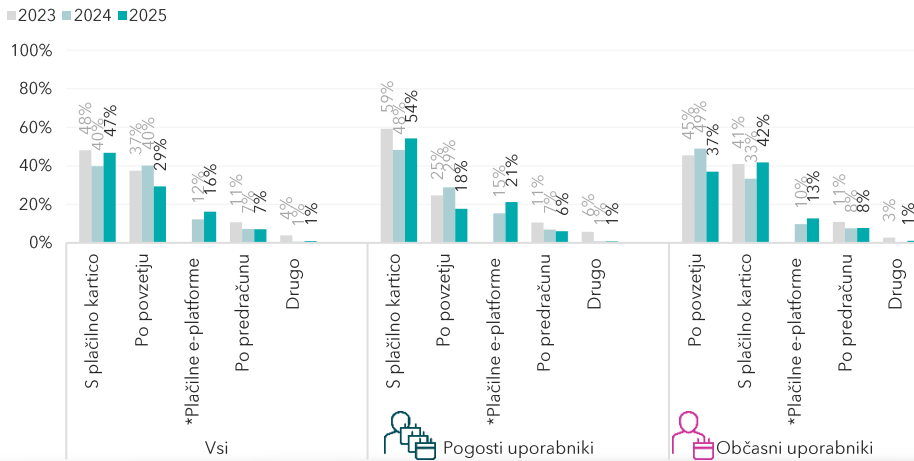


Uporabniki e-trgovin najpogosteje plačujejo s plačilno kartico (47 %) ali po povzetju (29 %). Glede na pretekla merjenja je opaziti negativni trend plačil po povzetju, tako med pogostimi kot tudi med občasnimi uporabniki, kar nakazuje prehod k digitalnim in brezgotovinskim oblikam plačevanja. Raste namreč tudi uporaba elektronskih plačilnih platform (PayPal, Google Pay ipd.), ki jih uporablja že 16 % uporabnikov, med mlajšimi kupci je delež uporabnikov še višji (18-44 let: 20 %).

Po povzetju v nekoliko večji meri plačujejo ženske (32 %) in starejši (45 let in več: 38 %).

Skupaj in glede na profil uporabnikov

Osnova: Vsi | n=1000



Glede na spol in starostno skupino

[Delež]

		S plačilno kartico	Po povzetju	Plačilne e-platforme	Po predračunu	Drugo	Skupaj
Spol	Moški	47,1%	26,2%	18,4%	7,4%	0,8%	100%
	Ženske	46,4%	32,0%	14,0%	6,6%	0,9%	100%
Starost	18 - 44 let	61,6%	14,8%	20,0%	3,6%	0,0%	100%
	45 let in več	38,2%	37,5%	14,0%	9,0%	1,3%	100%
Skupaj		46,8%	29,3%	16,1%	7,0%	0,9%	100%

Spletno nakupovanje

Razlogi za izbran način plačila



Kakšni so razlogi, da se najpogosteje odločite za ta načina plačila?



Anketiranci so v prvem merjenju (2023) pod drugo navajali predvsem enostavnost oz. priročnost izbranega načina plačila. Zaradi pogostosti tovrstnih navedb je bila z letom 2024 na seznam odgovorov dodana kategorija „Enostavnost / priročnost“. Potrebna je pazljivost pri primerjavi rezultatov.

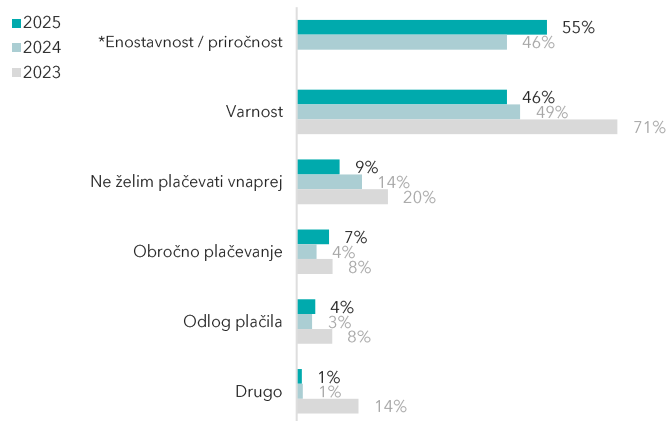


Največji delež anketirancev se za izbran način plačila vse pogosteje odloči zaradi enostavnosti oziroma priročnosti (55 %, l. 2024: 46 %), kar potrjuje trend večje vrednosti, ki jo uporabniki pripisujejo hitrim in preprostim načinom plačevanja. Varnost (46 %) ostaja pomembna, vendar njen pomen nekoliko upada, kar kaže na večje zaupanje v spletno plačevanje. Opaziti je namreč tudi, da se v zadnjih treh merjenjih konstanto zmanjšuje tudi delež tistih, ki ne želijo plačevati vnaprej.

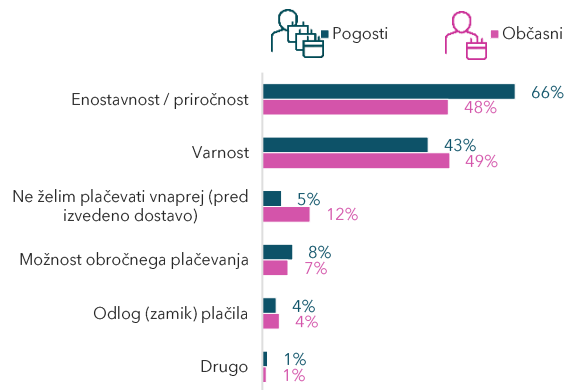
Pogosti uporabniki pogosteje poudarjajo enostavnost oziroma priročnost (66 %), medtem ko občasni uporabniki izpostavljajo varnost (49 %). Rezultati nakazujejo premik od previdnosti k udobju in hitrosti plačil.

Skupaj

Multi | Osnova: Vsi | n=1000



Glede na profil uporabnikov



Spletno nakupovanje

Število nakupov v zadnjih treh mesecih



Večina anketiranih je v zadnjih treh mesecih opravila do 5 nakupov pri domačih spletnih trgovcih. Pri spletnih trgovcih iz drugih EU držav je do 5 nakupov opravilo 60 % vprašanih. Glede na pretekla merjenja se zmanjšuje delež tistih, ki v obdobju zadnjih treh mesecev niso opravili nobenega spletnega nakupa izven EU.

Pogosti uporabniki so v povprečju opravili 6-7 nakupov v zadnjih treh mesecih, občasni uporabniki pa približno 3 nakupe.



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

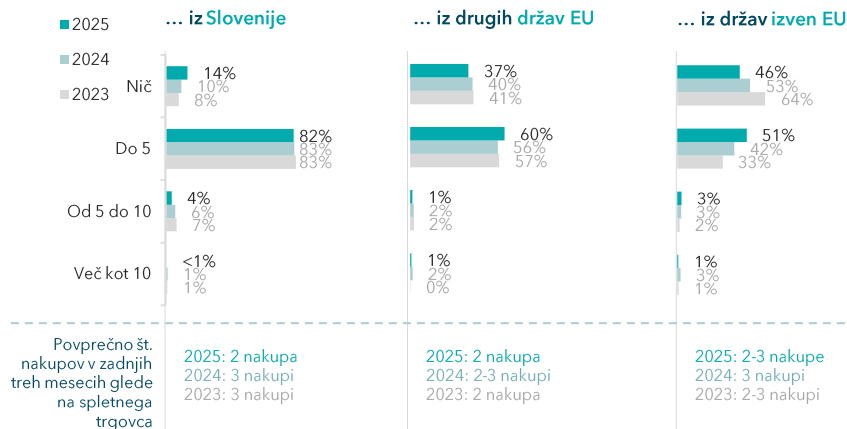
- Pri spletnih trgovcih iz Slovenije
- Pri spletnih trgovcih iz drugih držav EU
- Pri spletnih trgovcih iz držav izven EU



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

Skupaj

Filter | Osnova: Nakup v zadnjih treh mesecih | n=857



Skupno št. nakupov glede na profil uporabnika

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

Skupno št. nakupov v obdobju zadnjih 3 mesecev

	Vsi			Pogosti uporabniki			Občasni uporabniki		
	2023 n=795	2024 n=778	2025 n=855	2023 n=341	2024 n=367	2025 n=388	2023 n=454	2024 n=411	2025 n=466
M	4,8	5,5	4,6	7,1	8,1	6,5	3,1	3,1	3,1
Median	3	4	3	5	5	5	3	3	2

Spletno nakupovanje Znesek nakupov



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



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



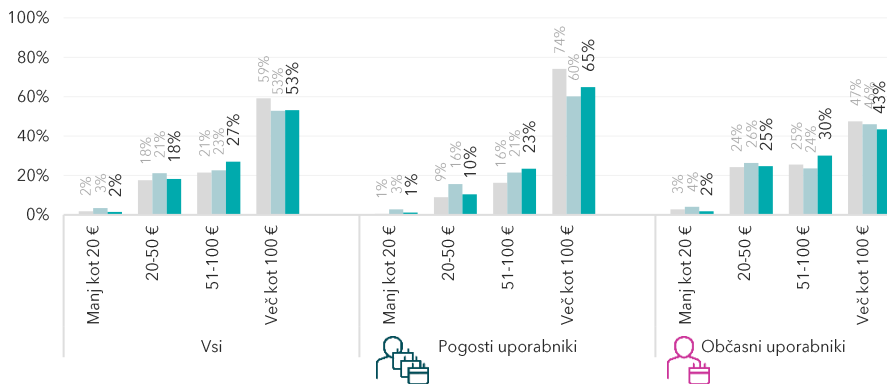
V zadnjih treh mesecih je dobra polovica anketiranih (53 %) opravila spletne nakupe v skupni vrednosti nad 100 €. Med pogostimi uporabniki je delež teh višji (65 %). Med občasnimi uporabniki pa je nekoliko višji delež anketirancev, ki so za spletne nakupe namenili manj kot 100 €. Skupno rezultati kažejo, da je vrednost spletnih nakupov višja kot leta 2024.

Povprečni skupni znesek nakupov v obdobju treh mesecev znaša 244 €, kar je nekoliko več kot leto prej. Pogosti uporabniki so za spletne nakupe v povprečju v treh mesecih porabili okoli 320 €, občasni pa približno 180 €. Tudi povprečni znesek enega nakupa se je nekoliko zvišal - znaša 65 €, pri pogostih uporabnikih je nižji (52 €), pri občasnih pa nekoliko višji (76 €).

Skupaj v zadnjih 3 mesecih

Filter | Osnova: Nakup v zadnjih treh mesecih, opredeljeni | n=721

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Glede na profil uporabnika

[Srednje vrednosti]

Skupni znesek za obdobje zadnjih 3 mesecev

	Vsi			Pogosti uporabniki			Občasni uporabniki		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
n	n=766	n=735	n=721	n=333	n=363	n=325	n=433	n=373	n=397
M	311 €	273 €	244 €	387 €	361 €	323 €	252 €	186 €	179 €
Median	160 €	120 €	150 €	300 €	150 €	200 €	100 €	100 €	100 €

Povprečni znesek enega nakupa

	Vsi			Pogosti uporabniki			Občasni uporabniki		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
n	n=684	n=664	n=716	n=288	n=310	n=322	n=396	n=354	n=394
M	77 €	61 €	65 €	66 €	56 €	52 €	85 €	67 €	76 €
Median	50 €	33 €	40 €	50 €	29 €	36 €	50 €	40 €	50 €

3

Dostava in vračilo

Dostava

Strošek dostave



Kako pogosto vas strošek dostave odvrne od spletnega nakupa?



Povprečna ocena (M) pogostosti odvrnitve od spletnega nakupa zaradi stroškov dostave je izračunana kot povprečje ocen 1-5, pri čemer velja naslednje: 5 = vedno in 1 = nikoli.

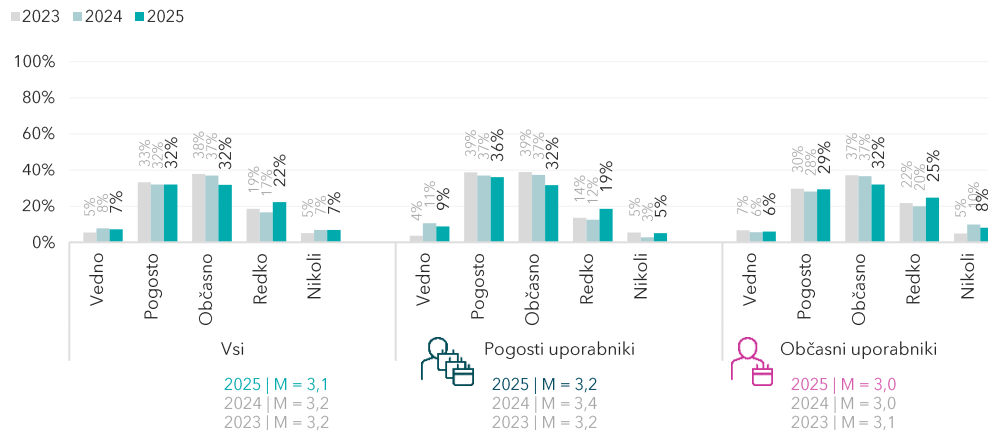


Strošek dostave ostaja pomemben dejavnik pri odločanju o spletnem nakupu. Približno dve tretjini uporabnikov navaja, da jih strošek dostave pogosto ali občasno odvrča od nakupa, 7 % vprašanih pa vedno odvrne od spletnega nakupa.

Pogosti uporabniki (M = 3,2) so nekoliko bolj občutljivi na stroške dostave kot občasni (M = 3,0), kar nakazuje, da so pri pogostem nakupovanju na spletu bolj pozorni na skupne stroške. Strošek dostave od spletnega nakupa nekoliko pogosteje odvrča ženske.

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1000



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Povprečje - M (5: Vedno - 1: Nikoli)]

		2023 M	2024 M	2025 M
Spol	Moški	3,1	3,1	2,9
	Ženske	3,2	3,3	3,2
Starost	18 - 44 let	3,3	3,3	3,1
	45 let in več	3,1	3,1	3,1
Zap. status	Študent	3,2	3,3	3,3
	Zaposlen	3,2	3,3	3,1
	Samozaposlen	2,9	3,2	3,1
	Upokojenec	3,0	3,0	3,1
	Drugo	3,5	3,2	3,1
Skupaj		3,2	3,2	3,1

Dostava

Cena dostave iz Slovenije / iz tujine



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

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



Tako pogosti kot tudi občasni uporabniki so za dostavo v povprečju pripravljeni plačati nekoliko več, kadar gre za dostavo iz tujih spletnih trgovin. V primerjavi z lanskim merjenjem pa so uporabniki na splošno v povprečju pripravljeni plačati nekoliko manj za dostavo - tako pri domačih kot tujih ponudnikih.

Najpogosteje navedena vrednost (modus) za strošek dostave je 0 €, kar pomeni, da večina kupcev pri spletnih nakupih - ne glede na vrednost naročila ali državo spletne trgovine - pričakuje brezplačno dostavo. Izjema so le naročila v vrednosti 50 € pri domačih trgovinah, kjer je najpogostejši odgovor 3 €.

Primeren strošek dostave paketa iz Slovenije

Filter | Osnova: Kupujejo pri domačih trgovcih

M - glede na profil uporabnika

				Vsi			M - glede na profil uporabnika	
				M	Median	Mode	Pogosti	Občasni
							M	M
Za naročilo v vrednosti...	10 €	2025 n=994	1,98 €	2 €	0 €	1,73 €	2,03 €	
		2024 n=986	2,29 €	2 €	2 €	2,26 €	2,31 €	
		2023 n=1006	2,21 €	2 €	2 €	1,99 €	2,35 €	
	50 €	2025 n=994	3,20 €	3 €	3 €	2,73 €	2,90 €	
		2024 n=986	3,62 €	3 €	0 €	3,50 €	3,72 €	
		2023 n=1006	3,22 €	3 €	3 €	2,96 €	3,39 €	
	100 €	2025 n=991	3,56 €	3 €	0 €	3,17 €	3,77 €	
		2024 n=986	4,65 €	4 €	0 €	4,74 €	4,58 €	
		2023 n=1006	4,24 €	4 €	0 €	3,83 €	4,50 €	
500 €	2025 n=990	6,16 €	5 €	0 €	5,55 €	6,57 €		
	2024 n=986	7,42 €	5 €	0 €	7,47 €	7,38 €		
	2023 n=1006	7,70 €	5 €	0 €	6,54 €	8,44 €		

Primeren strošek dostave paketa iz tujine

Filter | Osnova: Kupujejo pri tujih trgovcih

M - gledena profil uporabnika

				Vsi			M - gledena profil uporabnika	
				M	Median	Mode	Pogosti	Občasni
							M	M
Za naročilo v vrednosti...	10 €	2025 n=949	2,19 €	2 €	0 €	2,26 €	2,14 €	
		2024 n=924	2,39 €	2 €	0 €	2,27 €	2,50 €	
		2023 n=889	2,61 €	2 €	0 €	2,36 €	2,80 €	
	50 €	2025 n=949	3,30 €	3 €	0 €	3,61 €	3,08 €	
		2024 n=924	3,87 €	3 €	0 €	3,80 €	3,93 €	
		2023 n=889	3,95 €	3 €	5 €	3,87 €	4,00 €	
	100 €	2025 n=949	4,16 €	3 €	0 €	4,11 €	4,19 €	
		2024 n=924	5,12 €	4 €	0 €	5,06 €	5,18 €	
		2023 n=889	5,40 €	5 €	0 €	4,98 €	5,69 €	
500 €	2025 n=949	6,54 €	4 €	0 €	6,24 €	6,76 €		
	2024 n=924	7,85 €	5 €	0 €	7,96 €	7,75 €		
	2023 n=889	9,41 €	5 €	0 €	9,03 €	9,68 €		

Dostava

Brezplačna dostava

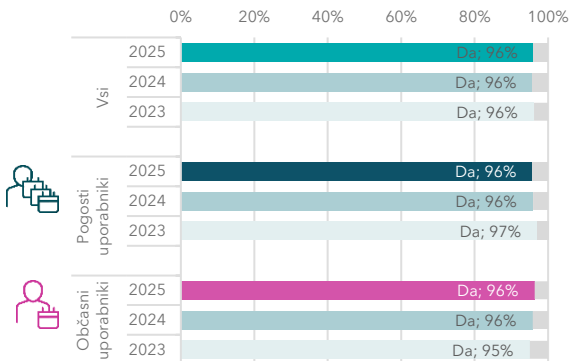


Ali od spletnih trgovcev pričakujete, da vam za naročilo izdelkov nad določeno vrednostjo ponudijo brezplačno dostavo?

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

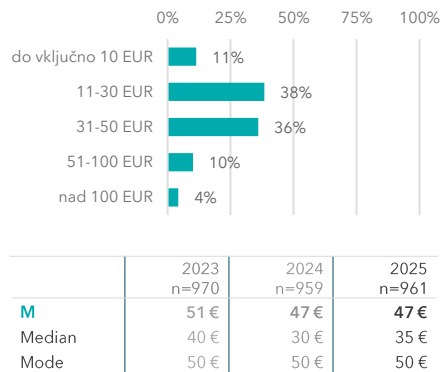
Pričakovana brezplačna dostava nad določeno vrednostjo nakupa

Osnova: Vsi | n=1000



Minimalni znesek naročila za pričakovano brezplačno dostavo

Osnova: Tisti, ki pričakujejo brezplačno dostavo [srednje vrednosti] n=961



Velika večina uporabnikov e-trgovin (96 %) pričakuje brezplačno dostavo nad določeno vrednostjo naročila.

Povprečna vrednost, pri kateri kupci pričakujejo brezplačno dostavo, znaša okoli 47 €, kar je enako kot leto prej. Najpogosteje navedena vrednost (modus) je sicer pri vrednosti nakupa 50 €. V povprečju pogosti uporabniki brezplačno dostavo pričakujejo pri nižjem znesku kot občasni uporabniki.

Le 14 % uporabnikov bi brezplačno dostavo pričakovalo šele pri naročilih nad 50 €, kar potrjuje, da se meja 50 € uveljavlja kot zgornja meja, pri kateri večina kupcev že pričakuje brezplačno dostavo.

Glede na profil uporabnikov

[Povprečje v € s 95% intervalom zaupanja (CI)]

	Pogosti uporabniki			Občasni uporabniki			
	2023 n=341	2024 n=416	2025 n=383	2023 n=454	2024 n=543	2025 n=578	
M	48,6 €	40,7 €	42,2 €	52,0 €	51,6 €	50,3 €	
95 CI	Spodnja meja	44,5 €	37,4 €	37,8 €	47,1 €	45,0 €	44,8 €
	Zgornja meja	52,7 €	43,8 €	46,6 €	57,0 €	58,1 €	55,9 €

Dostava

Način pošiljanja - število pošiljk



Večina uporabnikov (73 %) raje izbere dostavo v eni pošiljki, četudi to ob nižjih stroških lahko pomeni daljši čas dostave.

Glede na pretekla merjenja se, predvsem med občasnimi uporabniki, povečuje delež uporabnikov, ki raje izberejo dostavo v eni pošiljki, zmanjšuje pa delež pogostih uporabnikov, ki raje izberejo dostavo v več pošiljkah.

Moški (77 %) v večji meri kot ženske (69 %) izbirajo dostavo v eni pošiljki, medtem ko mlajši uporabniki (18-44 let) v večji meri kot starejši izberejo dostavo v več pošiljkah.



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

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



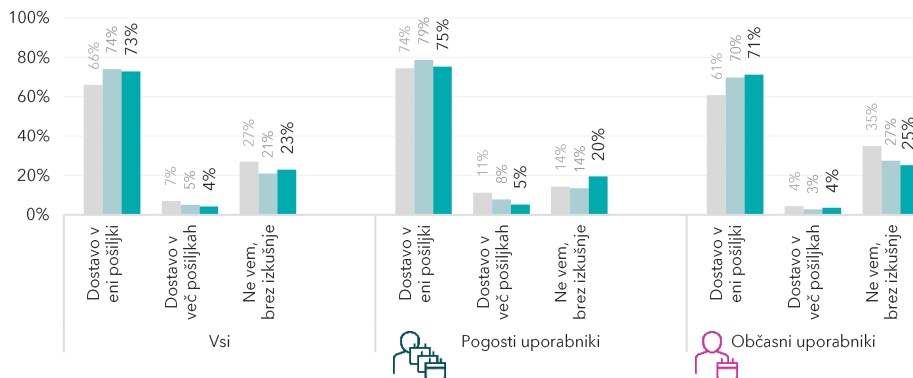
* V eni pošiljki - nižji stroški, a morda daljši čas dostave

** V več pošiljkah - hitrejša dostava posameznih izdelkov, a morda višji stroški

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1000

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Delež]

		V eni pošiljki	V več pošiljkah	Ne vem, brez izkušnje	Skupaj
Spol	Moški	77,3%	3,6%	19,1%	100%
	Ženske	68,9%	4,9%	26,2%	100%
Starost	18 - 44 let	72,3%	7,9%	19,7%	100%
	45 let in več	73,1%	2,2%	24,7%	100%
Zap. status	Študent	65,2%	1,5%	33,3%	100%
	Zaposlen	77,1%	6,0%	16,9%	100%
	Samozaposlen	75,0%	6,3%	18,8%	100%
	Upokojenec	64,4%	2,0%	33,5%	100%
	Drugo	84,5%	6,4%	9,1%	100%
Skupaj		72,9%	4,3%	22,8%	100%

Dostava Izbira ponudnikov



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

Kateri od spodnjih kriterijev so za vas najpomembnejši pri dostavi izdelkov, naročenih prek spleta? Izberite največ tri kriterije.



Z letom 2025 je bilo spremenjeno vprašanje glede pomembnosti kriterijev pri dostavi izdelkov. Prikazana je primerjava le na ravni skupin za tokratno merjenje.

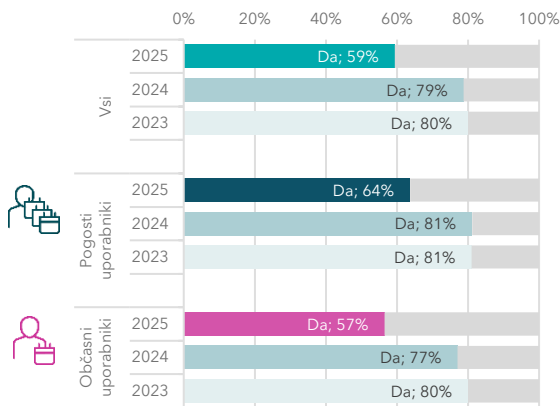


Letos je zaznati nižji delež uporabnikov, ki jim je pomembno, da pri dostavi lahko izbirajo med različnimi ponudniki - z lanskih 79 % na 59 %. Upad je prisoten pri obeh skupinah uporabnikov, a nekoliko izrazitejši pri občasnih kupcih.

Med najpomembnejšimi kriteriji izbire so: cena dostave (53 %), obveščanje o dostavi (46 %), zanesljivost dostavljalca (37 %) ter rok dostave (31 %). Med pogostimi in občasnimi uporabniki ni večjih razlik, kar nakazuje, da so pričakovanja glede dostave že precej poenotena. Nekoliko izstopata le izbira lokacije in kakovost dostave, ki sicer ostajata sekundarna kriterija, a imata nekoliko večji pomen pri pogostih kot pri občasnih uporabnikih.

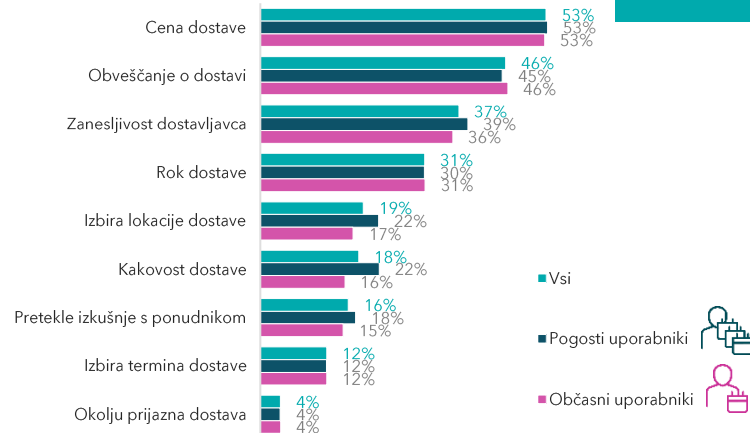
Možnost izbire ponudnikov

Osnova: Vsi | n=1000



Pomembnost kriterijev pri dostavi

Osnova: Vsi | n=1000



Dostava Carinsko posredovanje



Ali ste seznanjeni s stroškom carinskega posredovanja pri naročilih izven držav EU (tj. strošek za obdelavo pošiljke s strani carinskega zastopnika)?



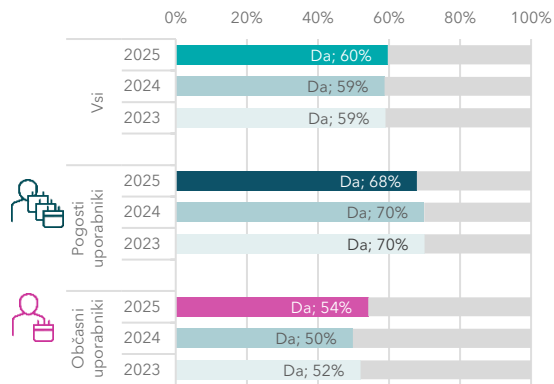
S stroškom carinskega posredovanja pri naročilih izven držav EU je seznanjenih 60% anketiranih uporabnikov.

V primerjavi s preteklimi merjenji je nekoliko večji delež seznanjenih med občasnimi uporabniki.

S stroškom carinskega posredovanja so v večji meri seznanjeni uporabniki mlajši od 45 let in zaposleni. V značilno manjši meri pa so s stroškom carinskega posredovanja seznanjeni upokojenci ter starejši od 45 let.

Seznanjenost s stroškom carinskega posredovanja

Osnova: Vsi | n=1000



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Delež]

		Da	Ne	Skupaj
Spol	Moški	61,9%	38,1%	100%
	Ženske	57,7%	42,3%	100%
Starost	18 - 44 let	64,4%	35,6%	100%
	45 let in več	57,0%	43,0%	100%
Zap. status	Študent	68,2%	31,8%	100%
	Zaposlen	64,9%	35,1%	100%
	Samozaposlen	65,3%	34,7%	100%
	Upokojenec	49,3%	50,7%	100%
Drugo		62,7%	37,3%	100%
	Skupaj	59,7%	40,3%	100%

Dostava

Vpliv carinskega postopka



Kako pogosto vas obveznost carinskega postopka pri pošiljkah izven držav EU odvrne od spletnega nakupa?



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

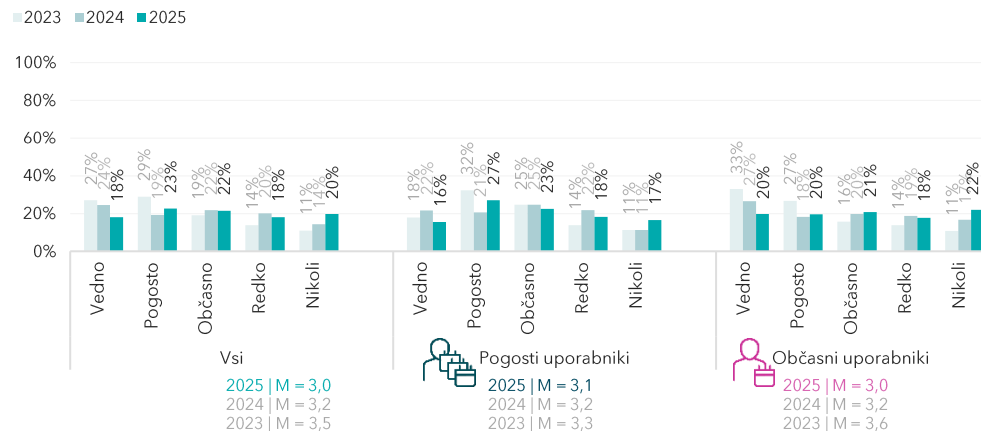


V primerjavi s preteklimi merjenji se povečuje delež anketirancev, ki pravijo, da jih obveznost carinskega postopka nikoli ne odvrne od nakupa ter po drugi strani zmanjšuje delež tistih, ki jih to vedno odvrne od spletnega nakupa.

Tudi povprečne ocene kažejo, da obveznost carinskega postopka vse redkeje uporabnike odvrta od spletnega nakupa. Med tistimi, ki jih ta obveznost odvrne so nekoliko pogostejše ženske in starejši od 44 let, redkeje pa moški in mladi, predvsem študentje.

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1000



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Povprečje (5: Vedno - 1: Nikoli)]

		2023	2024	2025
		M	M	M
Spol	Moški	3,4	3,1	2,9
	Ženske	3,6	3,3	3,1
Starost	18 - 44 let	3,4	3,0	2,9
	45 let in več	3,5	3,3	3,1
Zap. status	Študent	3,1	3,0	2,7
	Zaposlen	3,6	3,2	3,0
	Samozaposlen	3,1	3,1	3,1
	Upokojenec	3,4	3,3	3,0
	Drugo	3,7	3,1	3,2
Skupaj		3,5	3,2	3,0

Dostava

Izogibanje carinskemu posredovanju



Kako pogosto pri naročilih manjših vrednosti v tujih spletnih trgovinah (npr. Aliexpress, Temu) izberete možnost dostave prek držav EU, da bi se izognili carinskemu posredovanju?



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

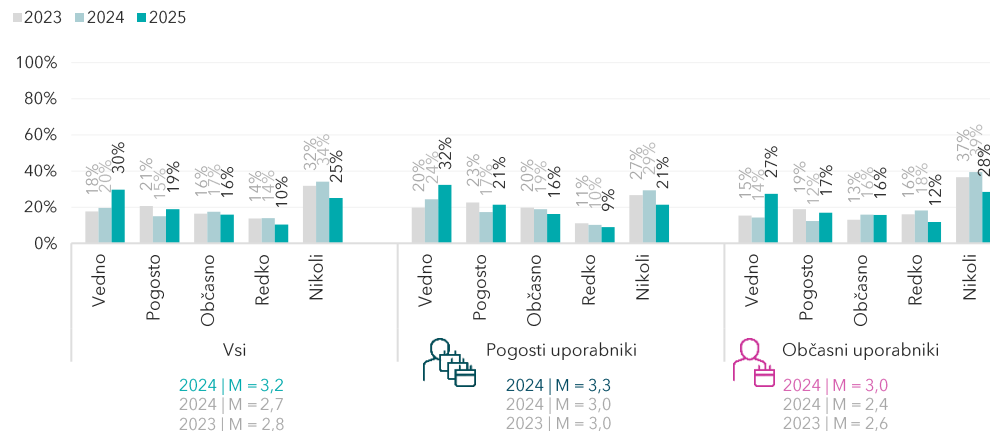


Glede na pretekla merjenja se povečuje delež tistih, ki vedno izberejo možnost dostave prek držav EU, da bi se izognili carinskemu posredovanju ter se obenem zmanjšuje delež tistih, ki nikoli ne izberejo možnosti dostave prek držav EU.

Tudi povprečne ocene kažejo, da je tovrstna praksa vse pogostejša, v največji meri med zaposlenimi, manj značilno pa je tovrstno početje med upokojnenci.

Skupaj

Filter | Osnova: Tisti, ki nakupujejo v spletnih trgovinah izven EU | n=757



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Povprečje (5: Vedno - 1: Nikoli)]

		2023 M	2024 M	2025 M
Spol	Moški	2,9	2,8	3,2
	Ženske	2,7	2,7	3,1
Starost	18 - 44 let	2,9	2,9	3,2
	45 let in več	2,6	2,6	3,2
Zap. status	Študent	2,6	2,8	2,8
	Zaposlen	3,1	2,8	3,3
	Samozaposlen	2,4	2,3	3,2
	Upokojenec	2,3	2,5	3,0
	Drugo	2,7	2,9	3,6
Skupaj		2,8	2,7	3,2

Vračilo

Možnost brezplačnega vračila



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

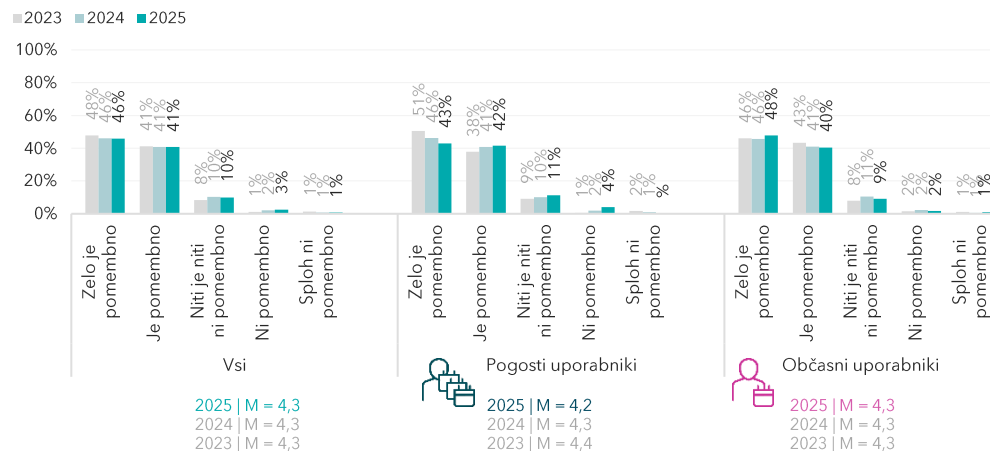


Večini uporabnikov se zdi pomembno oz. zelo pomembno, da spletni trgovec omogoča brezplačno vračilo izdelkov. To se zdi pomembno tako pogostim kot tudi občasnim uporabnikom. Povprečne ocene so visoke, kar kaže na pomembnost možnosti brezplačnega vračil pri vseh skupinah uporabnikov.

V primerjavi s preteklimi merjenji ni zaznati večjih sprememb v percepciji pomembnosti možnosti brezplačnega vračila, razen v skupini pogostih uporabnikov, pri katerih v zadnjih treh merjenjih pada delež tistih, ki se jim to zdi zelo pomembno (letos 43 %, leta 2023 je delež zanašal 51 %).

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1000



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

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

		2023	2024	2025
		M	M	M
Spol	Moški	4,3	4,1	4,2
	Ženske	4,4	4,4	4,3
Starost	18 - 44 let	4,3	4,2	4,2
	45 let in več	4,4	4,3	4,3
Zap. status	Študent	4,1	4,3	4,2
	Zaposlen	4,4	4,3	4,2
	Samozaposlen	4,4	4,3	4,2
	Upokojenec	4,3	4,3	4,4
	Drugo	4,3	4,4	4,3
Skupaj		4,3	4,3	4,3

Vračilo Izkušnja z vračilom



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

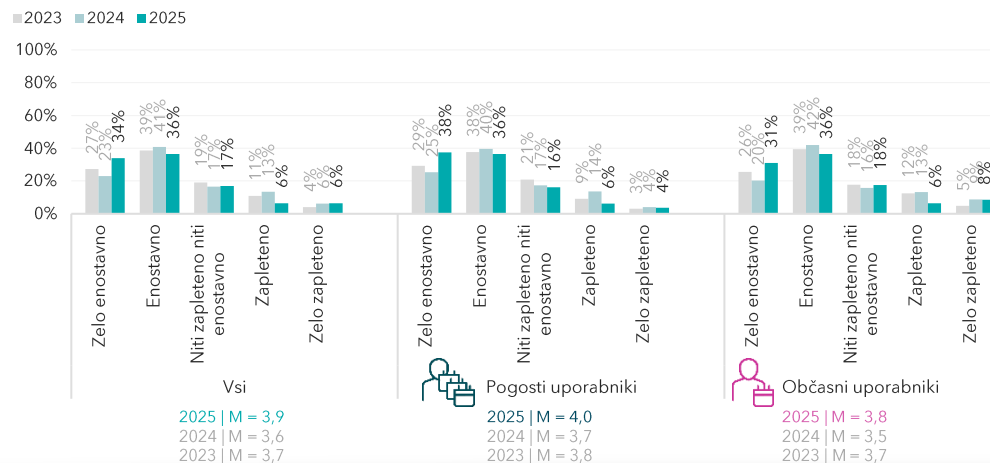


Večini uporabnikov, ki so imeli izkušnjo z vračilom izdelka, se postopek ne zdi zapleten, prej nasprotno. Da se jim postopek zdi prej enostaven kot ne, meni tako večina pogostih kot tudi večina občasnih uporabnikov.

Povprečna ocena postopka vračila znaša 3,9 in je nekoliko višja kot v preteklih letih (2024: 3,6; 2023: 3,7), kar kaže na izboljševanje uporabniške izkušnje. Z vračilom izdelka imajo v povprečju manj težav mlajši uporabniki, študentje in zaposleni, medtem ko se postopki manj enostavni zdijo starejšim od 44 let in upokojencem.

Skupaj

Osnova: Tisti, ki imajo izkušnjo z vračilom | n=630



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

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

		2023 M	2024 M	2025 M
Spol	Moški	3,5	3,5	3,8
	Ženske	4,1	3,7	3,9
Starost	18 - 44 let	3,8	3,7	4,1
	45 let in več	3,7	3,5	3,7
Zap. status	Študent	3,5	3,2	4,2
	Zaposlen	3,9	3,8	4,1
	Samozaposlen	3,6	4,1	3,6
	Upokojenec	3,6	3,4	3,5
	Drugo	3,8	3,4	3,8
Skupaj		3,7	3,6	3,9

4

Zadovoljstvo z dostavo

Zadovoljstvo z dostavo Pogostost uporabe storitev



Anketiranci naročene izdelke najpogosteje prejema preko Pošte Slovenije (vsaj enkrat mesečno 37 %), GLS (vsaj enkrat mesečno 25 %) in DPD (vsaj enkrat mesečno 21 %).

Med opazovanimi ponudniki so anketiranci redkeje v stiku z UPS, še najmanj pogosto pa s Kurirčkom in drugimi ponudniki, katerih storitev nikoli ne uporablja več kot dve tretjini vprašanih.



Kako pogosto vam izdelke, naročene prek spleta, dostavijo naslednji ponudniki?



Za namen primerjave med pogostostjo uporabe posameznih ponudnikov glede na preteklo merjenje in glede na profil uporabnikov smo izračunali povprečno oceno pogostosti uporabe (M), pri čemer višja ocena pomeni pogostejšo uporabo (6 = vsaj enkrat tedensko), nižja ocena pa redkejšo. Ocena 1 pomeni, da storitev ponudnika ne uporablja.

Skupaj

Osnova: Opredeljeni

Glede na profil



Pogosti uporabniki



Občasni uporabniki

	n	0% 20% 40% 60% 80% 100%					2023 M	2024 M	2025 M	Pogosti uporabniki			Občasni uporabniki		
		2023 M	2024 M	2025 M	2023 M	2024 M	2025 M	2023 M	2024 M	2025 M					
Pošta Slovenije	964	7%	30%	24%	27%	12%	3,8	3,8	3,9	4,3	4,2	4,6	3,4	3,4	3,4
GLS	954	3%	22%	22%	27%	20%	3,5	3,6	3,5	4,2	4,0	4,1	3,1	3,3	3,1
DPD	949	2%	19%	21%	25%	25%	3,2	3,4	3,3	3,8	3,8	3,9	2,7	2,8	2,9
DHL	902	5%	9%	14%	32%	39%	2,5	2,5	2,1	2,8	2,6	2,4	2,2	2,2	1,9
UPS	901	3%	6%	24%	65%		1,7	1,8	1,5	1,9	2,0	1,7	1,5	1,6	1,4
Kurirček	914	1%	2%	7%	89%		1,3	1,4	1,2	1,4	1,6	1,3	1,2	1,2	1,2
Drugi ponudniki	747	3%	4%	23%	67%		1,5	1,6	1,5	1,7	1,7	1,7	1,4	1,4	1,4

■ Vsaj enkrat tedensko ■ Vsaj enkrat mesečno ■ Enkrat na 2-3 mesece ■ Nekajkrat na leto ■ Redkeje ■ Nikoli

Zadovoljstvo z dostavo

Zadnja izkušnja



Kako bi ocenili svojo zadnjo izkušnjo z dostavljavcem?



Anketiranci so na lestvici od 1 do 5 ocenjevali izkušnjo z dostavljavcem, ki jim je nazadnje dostavil paket. Pri analizi zadovoljstva po ponudnikih so upoštevani le ponudniki, ki jih je ocenjevalo vsaj 30 anketirancev (n≥30).

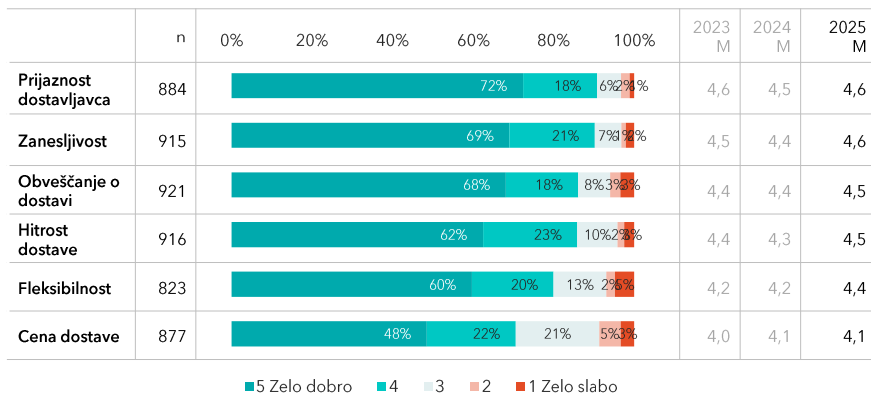


Anketiranci so najbolj zadovoljni s prijaznostjo dostavljavcev, zanesljivostjo in obveščanjem o dostavi, najmanj pa s ceno dostave. Glede na lansko merjenje je opaziti nekoliko višje povprečne ocene zadovoljstva, predvsem pri zanesljivosti, hitrosti in fleksibilnosti.

Analiza po ponudnikih kaže, da so z zanesljivostjo in prijaznostjo v povprečju najbolj zadovoljni uporabniki Pošte Slovenije in GLS. Nekoliko nižje povprečne ocene zadovoljstva je opaziti pri uporabniki DPD storitev.

Skupaj

Osnova: Opredeljeni



Glede na izvajalca storitev

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

	Pošta Slovenije			DPD			GLS		
	2023 M	2024 M	2025 M	2023 M	2024 M	2025 M	2023 M	2024 M	2025 M
Zanesljivost	4,64	4,57	4,65	4,45	4,39	4,23	4,46	4,27	4,48
Hitrost	4,41	4,43	4,49	4,44	4,37	4,21	4,37	4,23	4,43
Obveščanje	4,43	4,45	4,53	4,44	4,39	4,01	4,41	4,29	4,50
Prijaznost	4,74	4,60	4,66	4,51	4,45	4,35	4,50	4,36	4,57
Cena	3,89	4,08	4,05	4,09	3,99	4,13	3,98	4,05	4,11
Fleksibilnost	4,23	4,31	4,36	4,32	4,27	3,96	4,31	4,17	4,39

Zadovoljstvo z dostavo

Indeks zadovoljstva



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

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



Vrednost indeksa zadovoljstva s ponudniki dostave iz spletnih trgovin znaša 84,6, kar kaže, da so uporabniki v splošnem tudi letos zadovoljni z dostavo. Indeks zadovoljstva je nekoliko višji med pogostimi uporabniki (85,1). Sicer pa velja, da so v manjši meri z dostavo zadovoljni mlajši od 45 let (81,7) ter študentje (72,6), med najbolj zadovoljnimi pa so upokojeanci (88,5).

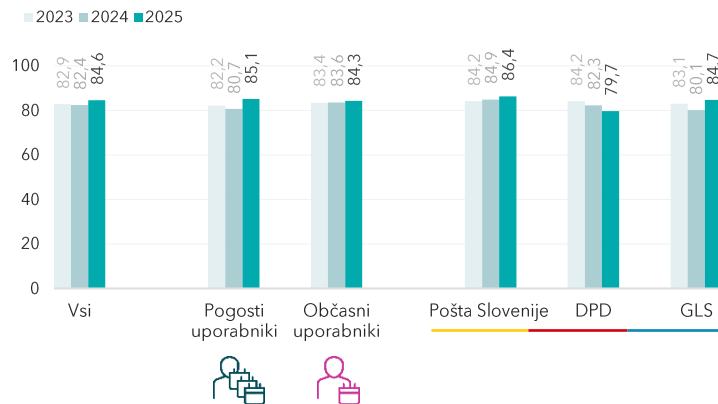
Glede na pretekle merjenja zadovoljstvo raste med uporabniki storitev Pošte Slovenija ter GLS, pada pa med uporabniki storitev DPD.

Skupaj

Osnova: Opredeljeni | $n=922$



Glede na profil uporabnika in ponudnika



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Indeks]

		2025
Spol	Moški	84,5
	Ženske	84,8
Starost	18 - 44 let	81,7
	45 let in več	86,3
Zap. status	Študent	72,6
	Zaposlen	84,6
	Samozaposlen	80,0
	Upokojenec	88,5
	Drugo	81,3
Skupaj		84,6

Zadovoljstvo z dostavo Izbira lokacije



Katero lokacijo dostave najpogosteje izberete, če imate možnost izbire?



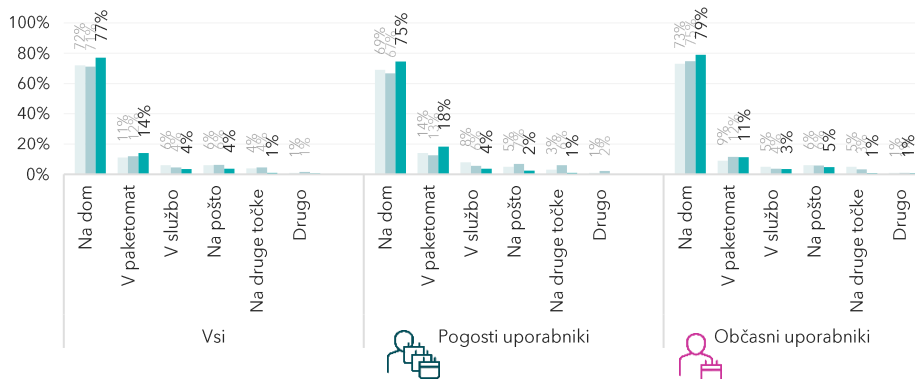
Večina uporabnikov se najpogosteje odloči za dostavo na dom, ne glede na to ali gre za občasne ali pogoste uporabnike. Delež izbire na dom je višji kot ob preteklih merjenjih.

V primerjavi s preteklimi merjenji je opaziti tudi rahel porast izbire dostave v paketomatu (14%), med pogostimi uporabniki delež teh dosega 18%. Uporaba paketomata je značilno višja med mlajšimi uporabniki (pod 45 let: 23%). Starejši in prebivalci podeželja pogosteje izberejo dostavo na dom (približno 83%).

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1000

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Glede na spol, starostno skupino in tip kraja bivanja

[Delež]

		Na dom	V službo	Na pošto	V paketomat	Druge točke	Drugo	Skupaj
Spol	Moški	79,0%	4,0%	2,8%	13,3%	0,6%	0,2%	100%
	Ženske	75,4%	3,2%	4,9%	14,6%	1,1%	0,8%	100%
Starost	18 - 44 let	66,6%	4,9%	5,2%	22,5%		0,8%	100%
	45 let in več	83,4%	2,8%	3,0%	9,3%	1,3%	0,2%	100%
Tip kraja	Podeželje	82,3%	1,7%	3,7%	11,9%	0,2%		100%
	Predmestje	74,3%	4,7%	4,1%	16,4%	0,6%		100%
	Mesto	73,7%	4,7%	4,0%	15,0%	1,4%	1,2%	100%
Skupaj		77,1%	3,6%	3,9%	14,0%	0,9%	0,5%	100%

Zadovoljstvo z dostavo Zakaj ne paketomat



Kaj bi vas spodbudilo, da bi pogosteje uporabljali paketomat za prevzem paketov?



Anketiranci so lahko označili več razlogov ter pod možnost „Drugo“ navedli dodatne razloge.



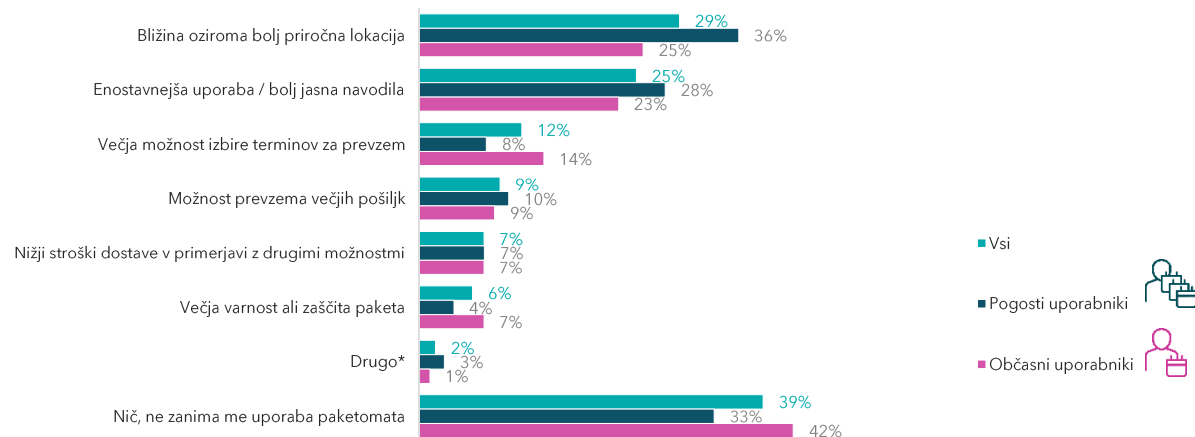
Glavna ovira za pogostejšo uporabo paketomatov ostaja njihova lokacija – 29 % bi jih uporabljalo pogosteje, če bi bili bolj dostopni, med pogostimi uporabniki je delež celo večji (36 %). Pomemben dejavnik je tudi enostavnost uporabe (25 %), zlasti med občasnimi uporabniki (28 %)

Med občasnimi uporabniki je, v primerjavi s pogostimi, nekoliko večji delež tistih, ki bi si želeli večjo možnost izbire termina prevzema (14 %).

39 % anketiranih pravi, da jih uporaba paketomata sploh ne zanima, delež teh je nekoliko višji med občasnimi uporabniki (42 %).

Skupaj

Multi | Filter | Osnova: Tisti, ki paketomata ne uporabljajo najpogosteje | n=859



*Drugo: različne možnosti plačila (z gotovino), boljše izkušnje, sprememba navad, če bi bila to edina možnost

Zadovoljstvo z dostavo

Okoliščine, ki odvrnejo od ponovnega nakupa



Katera od spodaj opisanih situacij pri dostavi izdelka bi vas odvrnila od ponovnega nakupa v spletni trgovini?



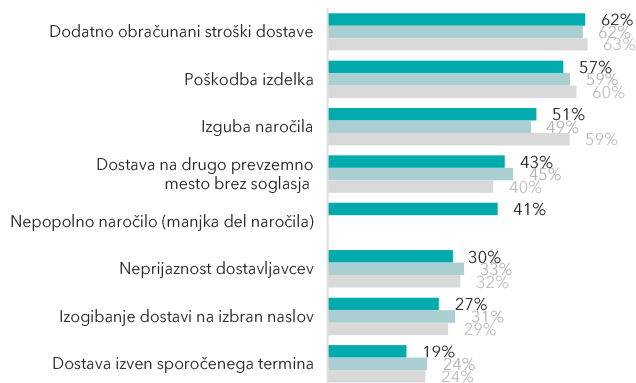
Dodatno obračunani stroški dostave, poškodba izdelka ter izguba naročila so najpogostejše situacije, ki bi anketirance odvrnile od ponovnega nakupa izdelka v spletni trgovini.

Ob tokratnem merjenju smo merili tudi situacijo nepopolnega naročila. Tovrstna situacija bi odvrnila večji del uporabnikov kot pa neprijaznost dostavljavcev, izogibanje dostavi na izbran naslov ali pa dostava izven sporočenega termina.

Skupaj

Multi | Osnova: Vsi | n=1000

■ 2025 ■ 2024 ■ 2023



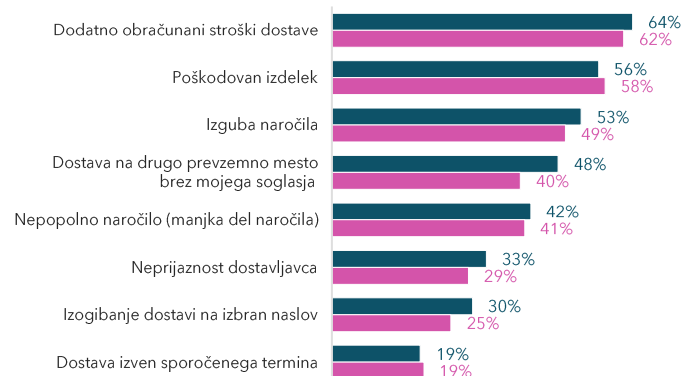
Glede na profil uporabnikov



■ Pogosti uporabniki



■ Občasni uporabniki



Zadovoljstvo z dostavo

Negativne izkušnje z dostavo



Ali ste v zadnjih 3 mesecih pri dostavi spletnega naročila doživeli katero od naslednjih situacij?

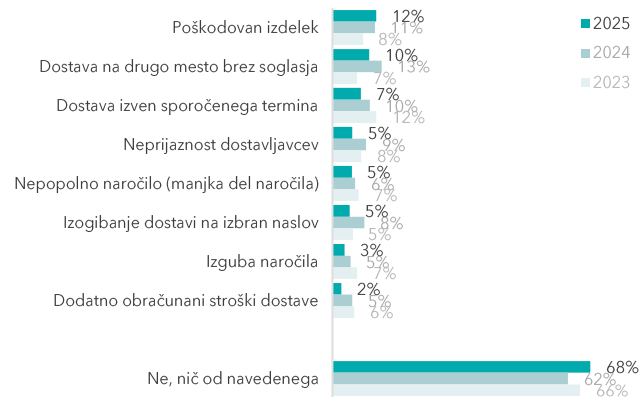


Večina anketirancev (68 %) v zadnjih treh mesecih ni imela navedenih negativnih izkušenj pri dostavi izdelkov naročenih prek spleta.

Z navedenimi situacijami imajo več izkušenj pogosti uporabniki, še posebej z dostavo na drugo prevzemno mesto brez soglasja, z izogibanjem dostavi na izbran naslov ter z nepopolnim naročilom.

Skupaj

Multi | Osnova: Tisti, ki so kupovali v zadnjih treh mesecih | n=860



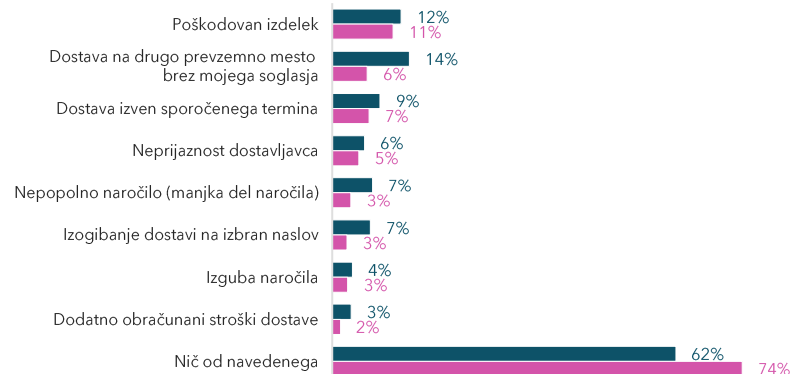
Glede na profil uporabnikov



Pogosti uporabniki



Občasni uporabniki



Zadovoljstvo z dostavo

Vložena reklamacija oz. pritožba



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

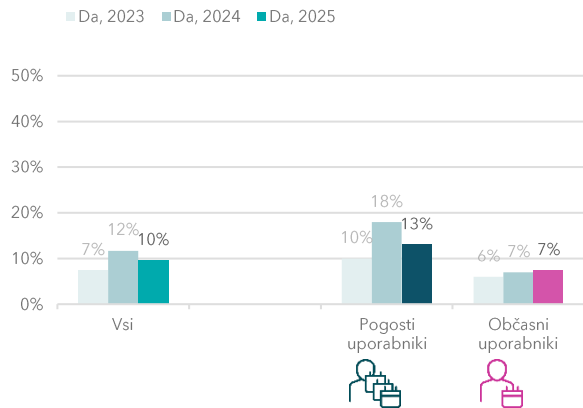


Reklamacijo oz. pritožbo pri izvajalcu dostave je v zadnjem letu vložilo 10 % uporabnikov, kar je manj kot ob prejšnjem merjenju. V primerjavi s preteklim merjenjem je reklamacijo vložilo manj pogostih uporabnikov (13 %, leta 2024: 18%).

V večji meri so reklamacijo vložile ženske, mlajši uporabniki (do vključno 44 let), v manjši meri pa moški, starejši in upokojenci.

Skupaj

Osnova: Vsi | n=1000



Glede na spol, starostno skupino in zaposlitveni status

[Delež]

		Da	Ne	Skupaj
Spol	Moški	6,8%	93,2%	100%
	Ženske	12,1%	87,9%	100%
Starost	18 - 44 let	13,7%	86,3%	100%
	45 let in več	7,3%	92,7%	100%
Zap. status	Študent	12,1%	87,9%	100%
	Zaposlen	11,1%	88,9%	100%
	Samozaposlen	10,4%	89,6%	100%
	Upokojenec	5,2%	94,8%	100%
	Drugo	16,4%	83,6%	100%
Skupaj		9,7%	90,3%	100%

Zadovoljstvo z dostavo

Zadnja izkušnja z reklamacijo



Pri katerem izvajalcu ste nazadnje vložili reklamacijo oz. pritožbo?

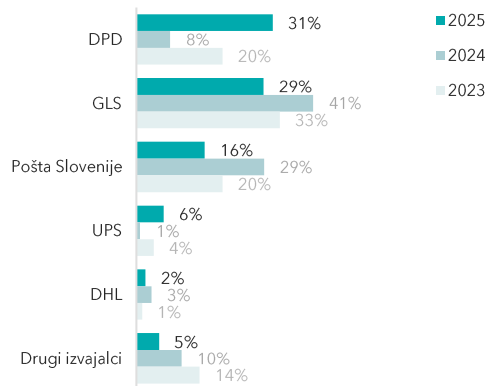


Med tistimi, ki so podali reklamacijo, jih je največji delež podalo reklamacijo DPD (31 %). Delež teh je precej višji kot v preteklem letu (8 %). Sledita GLS (29 %) in Pošta Slovenije (16 %), vendar manj kot v preteklem letu.

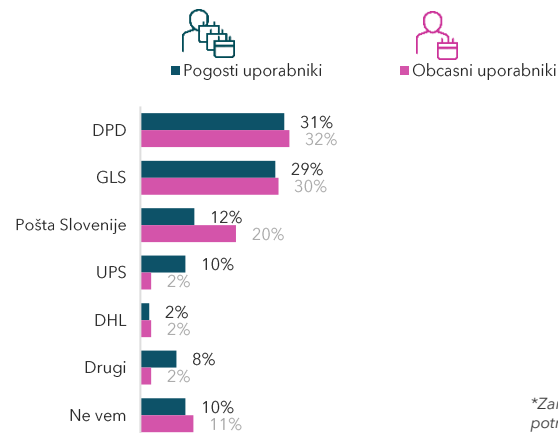
Delež tistih, ki so naslovili reklamacijo na Pošto Slovenije je višji med občasnimi uporabniki.

Skupaj

Filter | Osnova: Tisti, ki so podali reklamacijo v zadnjem letu | n=96



Glede na profil uporabnikov



*Zaradi majhnega numerusa (n) je potrebna pazljivost pri interpretaciji.

Zadovoljstvo z dostavo

Zadnja izkušnja z reklamacijo



Kako bi ocenili obravnavanje vaše zadnje reklamacije oz. pritožbe?



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



Anketiranci, ki so imeli izkušnjo z reklamacijo, v povprečju najboljše ocenjujejo prijaznost, vendar v povprečju slabše kot ob preteklih merjenjih. V povprečju so najmanj zadovoljni z rešitvijo reklamacije.

Indeks zadovoljstva z obravnavo reklamacije letos znaša **45,7**, kar je nižje kot ob preteklih merjenjih (približno 52). Indeks zadovoljstva z obravnavo reklamacije je, glede na pretekla merjenja, precej nižji med občasnimi uporabniki (42,6).

Skupaj

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

Vsi

	n	0%	20%	40%	60%	80%	100%	2023 M	2024 M	2025 M
Prijaznost	92							3,3	3,3	3,0
Rešitev reklamacije	91							3,0	3,1	2,5
Čas reševanja	92							3,0	3,0	2,8
Dostopnost izvajalca	90							3,0	3,0	2,8

■ 5 Zelo dobro ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 Zelo slabo

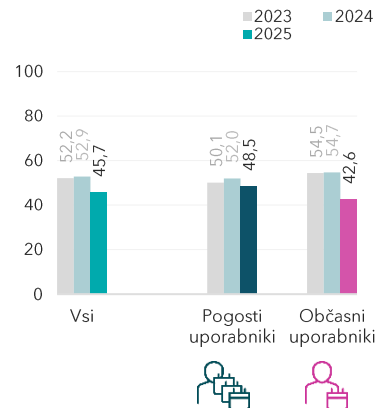
Skupni indeks zadovoljstva

[Indeks]



Glede na profil uporabnikov

[Indeks]



Episcenter d.o.o.

Bravničarjeva ulica 13
1000 Ljubljana

E info@episcenter.si

T +386 1 470 26 00

www.episcenter.si

episcenter