

# Tlačová správa

Mgr. Katarína Lepiešová  
Marketing & Communication  
+421 902 920 948  
katarina.lepiesova@gfk.com

## Nákupy cez internet preferujú viac ženy

**Bratislava 13. apríla 2015 – Dve pätiny Slovákov urobili za posledný rok aspoň raz online nákup. Cez internet najčastejšie nakupujeme oblečenie, kozmetiku, či knihy. Pomaly sa zvyšuje aj podiel potravín a drogérie v nákupoch cez internet. Približne každý šiesty slovenský spotrebiteľ chodí na nákupy do zahraničia. Aj na tieto skutočnosti poukázal prieskum Shopping Monitor Slovakia 2014/2015, ktorý monitoruje nákupné správanie a spotrebiteľské preferencie domácností na Slovensku.**

### Nákupy cez internet

Významným nákupným trendom Slovákov sú nákupy cez internet, ktoré využívajú dve pätiny opýtaných. Na internete ľudia nakupujú najčastejšie oblečenie, kozmetiku a parfumy, knihy, lístky na rôzne podujatia. Celkovo cez internet viac nakupujú ženy ako muži, mladí ľudia do 29 rokov, vysokoškolsky vzdelaní a obyvatelia veľkých miest.

Nakupovanie potravín a drogérie cez internet však zatiaľ na Slovensku veľmi rozšírené nie je. Túto možnosť pozná približne 40 percent kupujúcich, ale iba 8,5 percent z nich už online nákup potravín niekedy využilo. V porovnaní s minulým rokom však ide o dvojnásobný nárast podielu zákazníkov, ktorí vyskúšali túto formu nákupu potravín a drogérie. „Hlavnými dôvodmi na online nákupy potravín a drogérie sú pre zákazníkov pohodlnosť, jednoduchosť nákupu a šetrenie času,“ hovorí Barbora Hrapková Šlosárová, Sector Leader, Consumer Goods & Retail, GfK Slovakia.

### Nákupné zvyklosti

Nakupovanie potravín na základe letákových akcií je dlhodobou obľúbenou. Až jedna štvrtina spotrebiteľov sa vyjadrila, že nakupuje potraviny a drogériu na základe letákových akcií. Oproti minulým rokom kontinuálne klesá podiel spotrebiteľov, ktorí letáky nedostávajú.

V porovnaní s minulým rokom bol zaznamenaný mierny nárast podielu využívania vernostných programov v predajniach, lojalitné karty využívajú viac ako dve tretiny spotrebiteľov.

## **Nakupovanie v zahraničí**

Zhruba 15 percent Slovákov chodí nakupovať do zahraničia. Najčastejšími destináciami na zahraničné nákupy potravín a drogérie sú pre Slovákov Poľsko a Maďarsko, ktoré za uplynulý rok predbehlo Rakúsko. Spomedzi tých, ktorí chodia na nákupy do zahraničia, vyše polovica nakupuje v Poľsku, a to hlavne kvôli nižším cenám. Takmer jedna pätina nakupuje v zahraničí kvôli lepšej kvalite tovaru, najmä v Rakúsku.

„Hlavnými dôvodmi, prečo Slováci chodia nakupovať do zahraničia, sú okrem nižších bežných cien tovaru aj – vyššia vnímaná kvalita a väčší výber tovaru v porovnaní s tým, na čo sú spotrebitelia zvyknutí u nás na Slovensku,“ dopĺňa Barbora Hrapková Šlosárová.

## **O prieskume**

Všetky uvedené informácie pochádzajú zo štúdie Shopping Monitor Slovakia 2014/2015, ktorá monitoruje nákupné správanie a spotrebiteľské preferencie domácností na Slovensku. Prebieha metódou kvantitatívneho omnibusového prieskumu na vzorke 1000 respondentov, obyvateľov SR vo veku 15 – 79 rokov.

## **O spoločnosti GfK**

Spoločnosť GfK je dôveryhodným partnerom pri poskytovaní dôležitých informácií o trhu a o spotrebiteľoch, ktoré umožňujú klientom prijímať lepšie rozhodnutia. V spoločnosti GfK kombinujeme prácu a nadšenie viac ako 13 000 expertov na prieskum trhu s 80-ročnými skúsenosťami v oblasti vedeckej práce s dátami. To spoločnosti GfK umožňuje poskytovať životne dôležité globálne informácie kombinované so znalosťou miestnych trhov vo viac ako 100 krajinách celého sveta. Vďaka inovatívnym technológiám a vedeckému spracovaniu dát dokážeme v spoločnosti GfK transformovať veľké objemy dát na inteligentné a relevantné údaje a umožniť tak našim klientom získať konkurenčný náskok a obohatiť skúsenosti, zážitky a výber ich spotrebiteľov a zákazníkov.

Podrobnejšie informácie nájdete na našej webovej stránke [www.GfK.com](http://www.GfK.com), prípadne nás môžete sledovať na Twitteri: [https://twitter.com/GfK\\_en](https://twitter.com/GfK_en).