

Handmade výrobky sú medzi Slovákmi obľúbené, hlavne doplnky do domácnosti a dekorácie

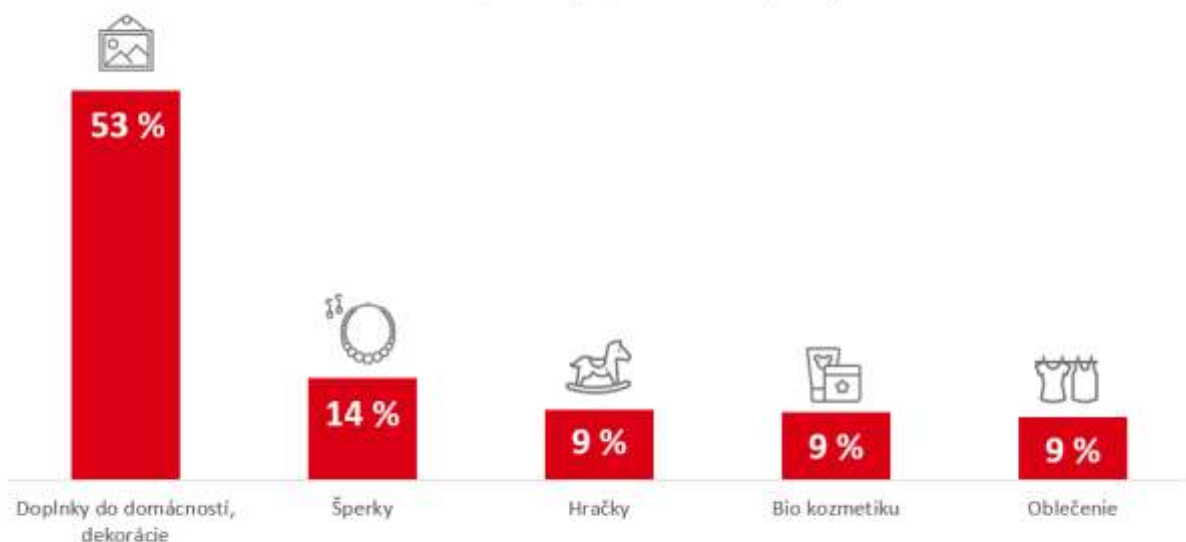
Až 9 z 10 Slovákov má rado takzvané handmade výrobky, teda ručne vyrábané výrobky. Len malé percento ľudí ich však kupuje pravidelne. K najobľúbenejším typom handmade výrobkov patria doplnky do domácnosti a dekorácie. Najčastejším miestom, kde si ručne vyrábané výrobky Slováci kupujú, sú trhy a festivaly – preferujú teda skôr osobný nákup pred kúpou online. Vychádza to z aktuálneho výskumu spoločnosti Nielsen Admosphere Slovakia, ktorého sa zúčastnilo päťsto respondentov z internetovej populácie Slovenského národného panelu starších ako 15 rokov.

Obľubu originálnych handmade výrobkov by možno niekto očakával skôr u žien, avšak podľa výskumu má tieto výrobky rado aj 87 % mužov (medzi ženami je to 91 %). Len malé percento, presnejšie 7 % mužov a 12 % žien, však ručne vyrábané výrobky nakupuje pravidelne. Najväčšie percento respondentov ich kupuje len výnimočne (44 %).

Medzi tými, ktorí sa hlásia k nakupovaniu takéhoto typu výrobkov, patria k najobľúbenejším typom výrobkov doplnky do domácnosti a dekorácie – tie si z ručnej výroby kupuje viac ako polovica a vedú ako u mužov, tak aj u žien. Až ďaleko za nimi sú šperky – tým dáva prednosť 14 % opýtaných, ktorí kupujú handmade výrobky – alebo hračky, bio kozmetiku a oblečenie (tieto tri kategórie nakupuje zhodne 9 % opýtaných).

Ktorú kategóriu handmade výrobkov najradšej kupujete?

ZÁKLAD: Základ: Tí, ktorí kupujú handmade výrobky, N=465



Viac ako polovica tých, ktorí si kupujú ručne vyrábané výrobky, dávajú prednosť osobnému nákupu – presnejšie 40 % ich kupuje na trhoch a festivaloch a 17 % v kamenných obchodoch. 43 % ich potom nakupuje online – v e-shopoch, na handmade portáloch alebo cez Facebook.

Zaujímavo dopĺňa dáta o zvyklostiach v oblasti nákupov tohto typu tovaru aj otázka, či ľudia sledujú tvorbu obľúbených handmade tvorcov online. Väčšina ich síce nikde na internete nesleduje, ale existuje určitý rozdiel medzi mužmi a ženami: ženy sledujú tvorcov online v 63 % prípadoch, muži pritom výrazne menej – v 40 % prípadov. Najväčšie percento žien sleduje svojich favoritov medzi handmade tvorcami na Facebooku a Instagrame (42 %), tretina potom priamo na špecializovaných handmade portáloch. Muži ich sledujú na sociálnych sieťach len v necelej tretine prípadov, na internetových handmade portáloch len v 14 %.

Marek Zámečník | Zástupca riaditeľa spoločnosti

marek.zamecnik@admosphere.sk

Nielsen Admosphere Slovakia, s.r.o. | Lazaretská 23 | 811 09 Bratislava | tel.: +420 253 410 254 |

www.nielsen-admosphere.sk

Eliška Morochovičová | Public Relations

eliska.morochovicova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Doplňujúce informácie:

Spoločnosť **Nielsen Admosphere Slovakia** (www.nielsen-admosphere.sk) je dcérskou spoločnosťou výskumnej agentúry Nielsen Admosphere, a.s. Okrem klasických výskumov trhu (face-to-face, CAWI, CATI prieskum...) sa sústreďujeme aj na rozsiahle a metodologicky a technologicky náročné mediálne výskumy. Na Slovensku od roku 2007 realizujeme Výskum návštevnosti internetu a sociodemografie jeho užívateľov (AIMmonitor), od roku 2013 monitorujeme internetovú reklamu (Admosphere SK).

Naša materská spoločnosť realizuje v Českej republike monitoring reklamy, marketingové výskumy a elektronické meranie sledovanosti televízie metódou TV metrov. Súčasťou skupiny Nielsen Admosphere je aj spoločnosť Adwind Software, ktorá vyvíja software k výskumom sledovanosti a monitoringu reklamy.

Slovenský národný panel (www.narodnypanel.sk) je projekt výskumných agentúr Nielsen Admosphere, NMS a STEM/MARK, ktoré spoločne vytvorili jeden z najväčších výskumných panelov na Slovensku. Služi pre kvalitné a rýchle online zbery dát o internetovej populácii SR. Obdobný panel pod názvom Český národný panel funguje aj v Českej republike.