



## **Povianočné zľavy sú v plnom prúde, mladí ľudia sa pri nákupoch rozhodujú podľa kvality a ceny**

***Značky nie sú pre mladých dôležité tak ako zľavy, či ide o slovenský produkt, príliš neriešia, mužov zaujímajú moderné produkty a ženy, naopak, ekologické výrobky***

Bratislava, 8. januára 2020 – Kvalita obstarávaných produktov dlhodobej spotreby je veľmi dôležitá až rozhodujúca pre 96 % mladých ľudí vo veku 18 až 30 rokov – bez ohľadu na to, či ide o mužov, alebo ženy. Z aktuálneho prieskumu, ktorý pre spoločnosť KRUK Česká a Slovenská republika (KRUK), zameriavajúcu sa na správu pohľadávok finančných ústavov a korporátnych zákazníkov, vypracovala agentúra STEM/MARK, ďalej vyplýva, že 94 % mladých ľudí sa pri nákupoch rozhoduje podľa ceny a bežná 82 % mladých spotrebiteľov dbá na technickú dokonalosť obstarávaných produktov.

Mladí ľudia príliš neriešia, či bol kupovaný produkt vyrobený v Slovenskej republike, a nezaujíma ich ani veľkosť balenia. O tieto vlastnosti sa nestará okolo 59 % nakupujúcich vo veku 18 až 30 rokov. Názory mužov a žien sa líšia, pokiaľ ide o značky a inovácie produktov, rovnako ako dopad ich výroby a spotreby na životné prostredie. Zatiaľ čo 55 % mužov chce, aby bol obstarávaný produkt nový a moderný, je táto vlastnosť dôležitá a rozhodujúca len pre 45 % žien. Značkové produkty preferuje 53 % mužov, ale len 43 % žien. Pre ženy je tiež dôležité, aby bol produkt ekologický (rozhoduje u 65 % žien, ale len u 54 % mužov).

*„Medzi prekvapivé závery nášho prieskumu patrí iste vnímanie značiek, resp. ich dôležitosti pri nákupe produktov dlhodobej spotreby. Ukázalo sa, že podľa značiek vyberajú skôr muži a tiež že značkový tovar je atraktívny predovšetkým pre ľudí vo veku 23 až 30 rokov. Mladší spotrebiteľia sa podľa značiek pri výbere tovaru rozhodujú menej. Potešujúci je záujem o ekologické produkty, rovnako ako produkty šetrné k zdraviu,“* hovorí Jaroslava Palendalová, generálna riaditeľka spoločnosti KRUK.

Obľuba Slovákov v nakupovaní v zľavách sa nevyhýba ani mladšej generácii. Zľavy sú dôležité až rozhodujúce pre 68 % respondentov – podobnou mierou pre študentov aj zamestnancov, prekvapivo menej sa o ne zaujímajú osoby nezamestnané alebo v domácnosti.

*„Mladí Slováci sa rýchlo učia hospodáriť s peniazmi, a zatiaľ čo napríklad pôžičky na vlastné bývanie schvaľujú a využívajú, napríklad na vianočné darčeky si požičiavajú len celkom výnimočne. Náš predchádzajúci prieskum ukázal, že viac než desatina mladých šetrí na vianočné darčeky celý rok a skoro tretina si na Vianoce odkladá peniaze niekoľko mesiacov,“* dodáva Jaroslava Palendalová, generálna riaditeľka spoločnosti KRUK.



### **O spoločnosti KRUK**

Spoločnosť KRUK Česká a Slovenská republika s.r.o. (KRUK) je členom skupiny KRUK – medzinárodnej spoločnosti, založenej v roku 1998 a pôsobiacej v Českej republike, Poľsku, Rumunsku, Nemecku, Taliansku, Španielsku a na Slovensku. Spoločnosť KRUK sa zameriava na správu pohľadávok finančných ústavov a korporátnych zákazníkov. Spravuje pohľadávky bánk, poisťovní, telefónnych operátorov i poskytovateľov energií a ďalších služieb. Motto spoločnosti „Pomáhame splácať dlhy“ je výsledkom inovačnej politiky orientovanej na zmierlivé riešenia. Hlavnou prednosťou, ktorou sa spoločnosť KRUK vyznačuje, je partnerský, osobný prístup k zadlženým osobám či firmám a pochopenie ich situácie. Cieľom tohto prístupu je motivovať zadlžené osoby, aby začali rokovať o splatení dlhov vo forme splátok, ktoré si môžu dovoliť podľa svojej aktuálnej finančnej situácie. Viac informácií o spoločnosti KRUK je k dispozícii na webe [www.cz.kruk.eu](http://www.cz.kruk.eu).

### **Kontakt pre médiá:**

**Lucie Peřinová**  
Senior Account Manager

Move up, s.r.o.  
Veselá 169/24  
Brno, 602 00

Mobil: +420 777 728 090  
E-mail: [lucie.perinova@moveup.cz](mailto:lucie.perinova@moveup.cz)