

SPOTREBNÁ ELEKTRONIKA: CHCEME SMART ZARIADENIA

Vianočná sezóna v e-commerce sa už rozbieha a prvé dáta naznačujú, ktoré darčeky budú „in“. Už niekoľko rokov totiž platí, že vianočné nákupy začínajú skôr ako v období Black Friday a Cyber Monday a každým rokom sa posúvajú bližšie k začiatku októbra. Aká spotrebná elektronika sa teda objaví pod stromčekom?

MEDIAN SK, 2muse / OZ E-commerce Slovakia

Prvé dáta spoločnosti Heureka naznačujú, že Slováci tento rok viac stavajú na funkčnosť. Vysávače (medzimesačný rast október vs. november je +53 %) a robotické vysávače (+49 %) však možno rozbalíme ešte pred sviatkami v rámci tradičného predvianočného upratovania. Výraznejšie sa rozbehol aj predaj televízorov (medzimesačne +39 %). Ešte viac však rastie záujem o elektrické zubné kefky (+77 %). Kvalitná kefka je, pochopiteľne, násobne lacnejšia investícia ako ošetrovanie u zubára. K populárnym darčekom, ktoré si ľudia na Slovensku radi darujú, patria aj automatické kávovary, ktoré takisto medzimesačne narástli o výrazných +45 %.

Zaujímavé je, že kategórie, ktoré bývajú vianočnými hitmi, zatiaľ vyčkávali. Mobilné telefóny rastú len mierne (+5 %). Smartfóny patria k darčekom, ktoré sú pod stromčekom už takmer rovnako často ako knihy. A práve knihy už rastú rýchlejšie, medzimesačne o +22 %. „Je dôležité upozorniť, že Black Friday ešte len vstúpi do hlavnej fázy, takže sa prvé trendy môžu zmeniť,“ hovorí **Andy Werner**,

šéf dátového oddelenia Heureka Group. Je teda dosť dobre možné, že zákazníci takticky vyčkávajú na hlavnú fázu Black Friday zliav, prípadne darujú obálku a spotrebnú elektroniku nakúpia v januári. Do celého vzorca vstupuje aj štedrá nádielka mobilných operátorov, ktorí tento rok prišli s ponukou nielen smartfónov, tabletov, smart hodín a notebookov, ale aj ďalších zariadení, ako smart TV, robotické vysávače a automatické kávovary. Do zápolenia o zákazníka zasiahnu aj e-shopy drogérií a lekárenských sietí, nakoľko tiež ponúkajú smart zariadenia, napríklad ústne sprchy alebo spomínané elektrické zubné kefky.

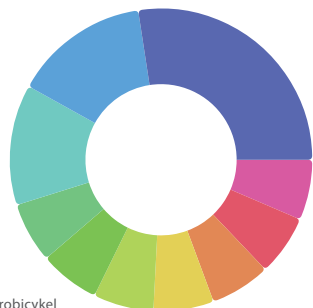
Prieskum MEDIAN SK (MML-TGI, 1.+2./2025) ukazuje, akú elektroniku už respondenti majú a akú plánujú ľudia kúpiť. Zaujímavé je, že aj po ukončení pandemickeho boomu nákupov bicyklov, na prvom mieste v úvahách o kúpe

do osobného vlastníctva figuruje elektrobicykel (1,7 %). Úvahy o kúpe do domácnosti sú pragmatickejšie, na prvom mieste je sušička bielizne, nasledovaná práčkou so sušičkou (2,8 %) a umývačkou riadu (2,3 %). Respondenti odpovedali tiež na otázku, či je aspoň jeden z televízorov v domácnosti smart TV, načo najviac, teda 59,4 % ľudí odpovedalo kladne. V parametre rozlíšenie respondenti najčastejšie odpovedali, že televízia je HD / Full HD (42,6 %), no 28,0 % nevedelo a 7,6 % rozlíšenie TV neuviedlo.

Agentúra 2muse realizovala v novembri 2025 na vzorke 414 respondentov prieskum pre OZ E-commerce Slovakia z ktorého vyplýva, že elektroniku, športové vybavenie, dovolenky či nábytok ľudia nakupujú len 1-krát za rok alebo vôbec. Až takmer polovica (46 %) respondentov vždy počká na zľavové akcie a len 11 % nakupuje spontánne. Väčšinou z e-shopov, z ktorých majú dobré skúsenosti, ktoré ponúkajú spoľahlivý zákaznícky servis alebo majú dobré hodnotenie na cenových porovnávačoch či iných platformách a ponúkajú zákazníkmi preferované metódy doručenia či platby.



Uvažovaná kúpa do osobného vlastníctva



Zdroj: MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2025

Uvažovaná kúpa do domácnosti



Zdroj: MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2025, Pozn.: Vybraných TOP 10 produktov podľa najvyššieho počtu kladných odpovedí.

Akú značku televízora v domácnosti vlastníte?



Zdroj: MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2025, Pozn.: Vybraných TOP 10 značiek podľa najvyššieho počtu kladných odpovedí.