



**Sporočilo za medije – za takojšnjo objavo**

## **Slovenski spletni potrošniki ostajajo zvesti nakupovanju v domačih spletnih trgovinah**

**Ljubljana, 20. oktober 2010: Nakup v spletni trgovini iz ZDA, Anglije ali Nemčije? Vsak tretji slovenski spletni uporabnik še vedno raje izbere slovensko spletno trgovino. Po podatkih raziskave MOSS se 36 % slovenskih spletnih uporabnikov vsaj nekajkrat letno odloči za nakup v slovenskih spletnih trgovinah. Tujim spletnim trgovcem uspe privabiti le 18 % slovenske spletne populacije v starosti od 10 do 75 let.**

Raziskava MOSS poteka pod okriljem **Slovenske oglaševalske zbornice – SOZ**, v obdobju 2009/2011 pa jo izvaja družba **Valicon** iz Ljubljane s podizvajalcem podjetjem **Gemius**. Po podatkih raziskave MOSS smo med 121-imi merjenimi spletnimi stranmi v mesecu septembru 2010 dosegli 1.126.342 slovenskih spletnih uporabnikov v starosti od 10 - 75 let. **Najvišji doseg med 121-imi spletnimi stranmi je bil septembra zabeležen na spletni strani 24ur.com, ki mu sledijo siol.net, najdi.si, rtvslo.si in bolha.com.** Valutni podatki MOSS za september 2010 so z današnjim dnem tudi javno dostopni na spletni strani <http://www.moss-soz.si>.

**Podatki raziskave MOSS kažejo, da slovenski spletni uporabniki še vedno raje kot tujo, izberejo domačo spletno trgovino.** Slednje velja tudi pri nakupu dobrin široke potrošnje (prehrana, kozmetika,...), verjetno tudi zato, ker narava izdelkov in njihov rok trajanja zahtevata kratke dobavne roke. Poleg spletnih trgovin s klasično ponudbo **slovenski trg vse bolj prepredajo nišne spletne trgovine z izdelki dobrin široke potrošnje, ki slišijo na ime bio, eko, naravno in organsko.**

Nakupno odločitev na spletu pogosto spremlja predhodno informiranje o izdelku, primerjava s konkurenčno ponudbo in iskanje mnenj in ocen potrošnikov, ki že imajo izkušnjo z izdelki ali kategorijo, o nakupu katere razmišljamo tudi sami. Dobrine široke potrošnje pri tem niso nikakršna izjema. Med uporabniki spleta, ki vsaj nekajkrat letno nakupujejo v slovenskih spletnih trgovinah je kar **57 % takih, ki jih informacije o prehrani na spletu zanimajo ali zelo zanimajo, med njimi je tudi 75 % takih, ki pravijo da na spletu radi pobrskaajo za informacijami o kozmetiki.**

Pa so slovenski potrošniki, ki nakupujejo v slovenskih spletnih trgovinah tudi pri klasičnih oblikah nakupovanja dobrih široke potrošnje glavni odločevalci v gospodinjstvu? Podatki MOSS kažejo, da je med vsemi spletnimi potrošniki v tem segmentu **27 % takih, ki trdijo, da so oni tudi sicer tisti, ki v gospodinjstvu sprejemajo odločitev o dnevni nakupi, podoben delež (31 %) jih pravi, da skrb za dnevne nakupe prepuščajo drugi osebi v gospodinjstvu, večina (42 %) slovenskih spletnih potrošnikov pa si odgovornost za dnevne nakupe deli še z nekom.**

**Za več informacij o navadah in profilih spletnih uporabnikov, nam pišite na naslov [moss@valicon.net](mailto:moss@valicon.net).**

### **Valuta MOSS je mesečni doseg**

Valuta MOSS september 2010 je izmerjen slovenski doseg spletnih strani v obdobju **od 1. do 30. septembra 2010**. Doseg pove, koliko različnih oseb iz slovenskih IP števil je v danem obdobju meritve obiskalo izbrano spletno stran. Valuta je mesečni doseg, ki je izmerjen s tehničnim merjenjem in korigiran s podatkom o velikosti slovenske spletne populacije pridobljene s telefonsko anketo. V izmerjen slovenski doseg, ki je valuta projekta MOSS pa ni vključen promet iz tujine, saj podatek o ocenjenem dodatnem dosegu iz tujine ni korigiran s podatki telefonske ankete.

**Doseg vseh 121-ih merjenih strani v obdobju od 1.9. do 30.9.2010 znaša 1.126.342 različnih slovenskih obiskovalcev.** Slovenski obiskovalci 121-ih spletnih strani so v tem obdobju opravili več kot 607 milijonov prikazov. V mesecu septembru 2010 znaša **ocenjen dodatni doseg – tujina 815.357** in predstavlja število uporabnikov, ki so dostopali do strani z IP števil, ki niso locirane v Sloveniji.

### ***Dodatne informacije:***

*Zoran Savin, IO SP MOSS, [zoran.savin@senca.net](mailto:zoran.savin@senca.net)*

*Vesna Zakarič, vodja projekta MOSS, Valicon, [vesna.zakaric@valicon.net](mailto:vesna.zakaric@valicon.net)*

*Petra Prelog, vodja projekta na SOZ, [petra.prelog@soz.si](mailto:petra.prelog@soz.si), tel.: 01 439 60 57*