

## SKRÓCONY RAPORT Z BADANIA

### „JAK COVID-19 ZMIENIŁ ZWYCZAJE ZAKUPOWE I PŁATNICZE EUROPEJCZYKÓW?”

Międzynarodowe badanie „**Jak COVID-19 zmienił zwyczaje zakupowe i płatnicze Europejczyków?**” objęło ponad 3 500 respondentów i zostało zrealizowane na zlecenie spółek Grupy EVO działających w 7 krajach Europy: eService (w Polsce, na Słowacji i na Węgrzech), REVO i MMB Platební Služby (w Czechach), BOI Payment Acceptance (w Irlandii) oraz EVO (w Niemczech i Wielkiej Brytanii). Partnerem badania m.in. w Polsce była Visa, a jego realizację powierzono agencji badawczej ARC Rynek i Opinia. Celem było ustalenie, w jaki sposób pandemia COVID-19 wpłynęła na nawyki zakupowe oraz zachowania płatnicze konsumentów w różnych krajach europejskich i jak wyglądają zwyczaje zakupowe Europejczyków po pandemii.

---

#### Kluczowe segmenty konsumentów

Pod względem dominujących preferencji płatniczych i zachowań zakupowych, na podstawie badania można wyróżnić trzy zasadnicze segmenty konsumentów: są to multipłatnicy, bezgotówkowcy oraz gotówkowi tradycjoniści. Bezgotówkowcy częściej niż pozostałe grupy deklarują wysoki standard życia. W porównaniu do grupy tradycjonalistów jest wśród nich statystycznie więcej kobiet. Z kolei grupę multipłatników wyróżnia największy odsetek osób młodych (43 proc.) – w wieku 18-35 lat.

Charakterystyka wyróżnionych segmentów:

- **Najlicniejszą grupę (48 proc. badanych w Europie), można określić jako multipłatników.** Płacą zarówno gotówką, jak i elektronicznie. Co trzeci z nich – uważa, że za 10 lat ludzie nadal będą korzystać z gotówki. **Doświadczenia pandemii przekonały ich do częstszych zakupów online.**
- **Drugi z segmentów (31 proc. badanych Europejczyków) stanowią bezgotówkowcy.** Zdecydowanie wolą płacić metodami elektronicznymi, a większość z nich twierdzi, że ta metoda będzie dominowała w przyszłości. Gotówka jest dla nich niehigieniczna, często rezygnują z zakupu lub usługi, jeśli nie mogą zapłacić elektronicznie. W kontekście pandemii są optymistami, uważają, że najgorsze już za nami. Planują, co będą robić w najbliższej przyszłości i deklarują, że po zniesieniu ograniczeń będą częściej kupować przez internet.
- **Najmniej liczny segment (21 proc. badanych w Europie) to gotówkowi tradycjoniści.** Uważają, że w tak niepewnych czasach lepiej nie trzymać

pieniędzy w bankach. Jedna trzecia z nich jest wręcz przekonana, że najgorsze jeszcze przed nami. **32 proc. deklaruje z kolei, że pandemia zachęciła ich do zakupów online, jednak w przyszłości nie chcą płacić wyłącznie elektronicznie.**

### **Preferowane metody płatności**

Szeroka dostępność nowoczesnych form płatności dostarczanych przez Grupę EVO pozwoliła Europejczykom lepiej radzić sobie z uciążliwościami wynikającymi z obostrzeń i ograniczeń obowiązujących w czasie pandemii COVID-19. Jak wynika z przeprowadzonego badania, **Polacy w większym stopniu niż pozostałe europejskie narody są przekonani, że możliwość zapłacenia za usługę kartą lub inną cyfrową metodą płatności jest wyrazem spełnienia ich oczekiwań w zakresie komfortowej obsługi klienta.** Zapewnienie dostępu do preferowanych przez nich metod płatności przestaje być traktowane jako wyraz nowoczesności, a staje się oczekiwanym standardem.

- Zmianę widać w metodach płatności, wykorzystywanych przy zakupach w tradycyjnych sklepach. Wśród metod płacenia wybieranych w sklepach tradycyjnych, **zwolenników kart płatniczych w naszym kraju jest niemal tyle (96 proc.), co gotówki (97 proc.).**
- Pod względem chęci i rzeczywistego wykorzystania cyfrowych form płatności wypadamy nieco lepiej niż większość zbadanych krajów europejskich. **Choć odsetek typowych Bezgotówkowców (32 proc.) jest u nas zbliżony do średniej (31 proc.), mamy więcej Multipłatników (51 proc. vs. 48 proc.) i mniej Gotówkowych Tradycjonalistów (17 proc. w porównaniu do średniej 21 proc.) niż w innych zbadanych krajach.** O ile w tym ostatnim segmencie dominują mężczyźni, o tyle w dwóch pozostałych zaznacza się przewaga kobiet, które w Polsce chętniej korzystają z nowoczesnych metod płatności.
- Choć Polska jest liderem płatności zbliżeniowych, za pomocą telefonu komórkowego, smartwatcha lub innych urządzeń częściej chce płacić 17 proc. badanych. To poniżej średniej europejskiej (24 proc.). Znacznie więcej, bo aż 32 proc., w ogóle nie korzysta i obecnie nie planuje korzystać z płatności za pomocą urządzeń umożliwiających zbliżeniowe płatności mobilne. **Wynika z tego, że w Polsce są one mniej popularne (68 proc. korzystających) niż w innych krajach Europy (od 71 proc. w Czechach do 84 proc. w Irlandii), w których realizowano badanie.**
- Przy zakupach internetowych **aż 20 proc. Polaków chce częściej płacić kartą** (a 66 proc. co najmniej tak samo często). Natomiast **19 proc. planuje częściej niż przed pandemią korzystać z płatności za pomocą szybkiego przelewu.**
- Polacy, kupując w internecie, chętnie korzystają też z płatności przy odbiorze w sklepie stacjonarnym lub bezpośrednio u kuriera. Badani Polacy deklarowali, że wówczas wybierają płatność kartą płatniczą (78 proc) lub gotówką (86 proc.). Oznacza to, że wiele osób (74 proc.) stosuje obie te metody zamiennie przy odbiorze, w zależności od rodzaju zakupów i dostępnych możliwości płacenia.

## Trwałość zachodzących zmian

Badanie wskazuje na to, że zmiany, które zaszły w naszych zwyczajach zakupowych mogą okazać się stałe.

- **W Europie gotówkowi tradycyjniści częściej niż przed pandemią zamierzają korzystać z kart płatniczych, zarówno tradycyjnych (16 proc.), jak i tych w telefonie (15 proc.).** Dodatkowo co siódmy z nich (14 proc.) skarży się, że doskwiera mu czasem brak możliwości zapłaty elektronicznie.
- **W Polsce aż 22 proc. badanych przewiduje, że po pandemii będzie częściej korzystać z płatności kartami,** a jedynie 5 proc. wskazuje, że będzie to robić rzadziej niż przed pandemią. W przypadku gotówki trend jest odwrotny – tylko 10 proc. deklaruje jej częstsze wykorzystanie, a dwukrotnie więcej ankietowanych zamierza korzystać z niej rzadziej.
- **19 proc. badanych chce częściej niż przed pandemią robić zakupy w tradycyjnych sklepach** (69 proc. chce tam kupować tak samo często). **20 proc. zamierza częściej kupować online** (64 proc. chce to robić równie często jak dotąd).
- **22 proc. deklaruje, że będzie częściej płacić kartą, a jedynie 10 proc. chce częściej korzystać z gotówki.**

## Dodatkowe wnioski z badania

Dodatkowe wnioski płynące z badania wskazują, że w trakcie pandemii najbardziej brakowało nam podróży, spotkań towarzyskich i korzystania z usług gastronomicznych. Tęsknota Polaków za aktywnościami ograniczonymi przez pandemię jest podobna do tej, którą odczuwają uczestnicy badania w innych krajach. Najbardziej wyczekiwaliśmy możliwości podróżowania (49 proc.), spędzania czasu w większym gronie (41 proc.) i pójścia do restauracji, kawiarni czy pubu (37 proc.).

- **Przedstawiciele wszystkich trzech segmentów deklarują, że po ustaniu pandemii chcą częściej robić zakupy w sklepach stacjonarnych, a nie w internecie.** Możliwość płacenia kartą jest jednym z czynników, które zachęcają Europejczyków do częstszego odwiedzania lokalnych sklepów spożywczych (odpowiednio 18, 22 i 34 proc.), piekarni (13, 22 i 32 proc.), barów oraz restauracji (14, 21 i 29 proc.).
- **Polacy nie są pewni, co przyniesie im przyszłość.** Z jednej strony nieco częściej (5 proc. wskazań) niż w innych krajach (2 proc.) deklarują, że ich życie wróciło już do normalności, ale **aż 25 proc. nie jest w stanie określić, kiedy ten powrót nastąpi (w Europie ten odsetek utrzymuje się na poziomie 14 proc.).** 18 proc. z nas uważa, że będzie to pierwsza, a 14 proc., że druga połowa 2022 r.