

## „BEFOLYÁSOLTA-E A KORONAVÍRUS-JÁRVÁNY AZ EURÓPAI VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOKAT?”

### JELENTÉS ÖSSZEFOGLALÓ

*A „Befolyásolta-e a koronavírus-járvány az európai vásárlási szokásokat?” című, több mint 3500 válaszadó részvételével készült nemzetközi felmérés az EVO Group 7 európai országban működő vállalatainak megbízásából készült, melyek a következők: az eService (Lengyelország, Szlovákia, Magyarország), a REVO és az MMB Platebni Služby (Cseh Köztársaság), a BOI Payment Acceptance (Írország) és az EVO (Németország és Egyesült Királyság). A Visa partnerként vett részt a tanulmány elkészítésében, többek között Magyarországon is. A felmérést az ARC Rynek i Opinia kutatóintézet végezte. A cél az volt, hogy megismerjük, hogyan hatott a koronavírus-járvány a vásárlási szokásokra és a fogyasztók fizetési magatartására a különböző európai országokban, és hogyan alakulnak az európaiak vásárlási szokásai a világjárvány után.*

---

#### Fontosabb fogyasztói szegmensek

A meghatározó fizetési preferenciák és vásárlási szokások tekintetében a felmérés három fő fogyasztói szegmenst különböztet meg: a többféle fizetési mód közt váltogatókat (Payment Switchers), a modern szemléletű, érintéses fizetési eszközt használókat (Modern Contactless Payers) és a készpénzes fizetést előnyben részesítő hagyománykövetőket (Cash-Oriented Traditionalists). A modern szemléletű, érintéses fizetési eszközt használók a többi csoportnál nagyobb valószínűséggel vallják magukról, hogy magas életszínvonalon élnek. Ebben a csoportban statisztikailag több nő található, mint a készpénzes fizetést előnyben részesítő hagyománykövetők körében. Mindeközben a 18 és 35 év közötti fiatalok aránya a többféle fizetési módot váltogatók csoportjában a legnagyobb (43%).

Az egyes szegmensek jellemzői:

- **A legnagyobb csoport (Európában a válaszadók 48%-a) a többféle fizetési mód közt váltogatók köre.** Ők azok, akik készpénzzel, kártyával és egyéb elektronikus fizetési eszközzel is szoktak fizetni. Közülük minden harmadik véli úgy, hogy még 10 év múlva is létezik majd készpénzes fizetés. **A világjárvánnyal kapcsolatos tapasztalataikból kifolyólag gyakrabban vásárolnak online.**
- **A második szegmenst (az európai válaszadók 31%-a) a modern szemléletű, érintéses fizetési eszközt használók alkotják.** Az idetartozók jellemzően az

**elektronikus fizetést preferálják, és többségük úgy véli, a jövőben ez lesz a legelterjedtebb fizetési mód.** Szerintük a készpénz nem higiénikus, és gyakran inkább nem is vesznek meg egy terméket vagy szolgáltatást, ha csak készpénzzel lehet fizetni. Optimisták, úgy gondolják, túl vagyunk a nehezen. Terveket szőnek a közeljövőre, és azt állítják, hogy ha megszűnnek a korlátozások, továbbra is gyakrabban fognak online vásárolni.

- **A legkisebb csoportot (Európában a válaszadók 21%-a) a készpénzes fizetést előnyben részesítő hagyománykövetők adják.** Szerintük az ilyen bizonytalan időkben a pénzt jobb nem a bankban tartani. Egyharmaduk meg van győződve arról, hogy még csak most jön a neheze. Ugyanakkor **32%-uk állítja, hogy a világjárványnak köszönhetően többet vásárolnak online, azonban a jövőben nem szándékoznak kizárólag elektronikusan fizetni.**

### **Az előnyben részesített fizetési módok**

Az EVO Group által biztosított modern fizetési módok széleskörű elérhetősége lehetővé tette Európa-szerte, hogy a koronavírus-világjárvány alatt könnyebben átvészeljék a korlátozásokat és megszorításokat. A felmérés szerint **a világjárvány felgyorsította Magyarországon a vásárlási és fizetési szokásokban a már a koronavírus előtt is érzékelhető változásokat. A válaszadók több mint negyede (27%) állítja, hogy ritkábban használ készpénzt; közel ugyanennyien tervezik, hogy még gyakrabban használnak majd bankkártyát (23%), illetve mobiltelefonnal vagy egyéb eszközzel összekapcsolt kártyát (22%).**

- **A magyarok szerint a kártyás/készpénzmentes fizetés elsősorban azt jelenti, hogy lépést tartunk a modern technológiával.** Az eredmények ezen a területen a vizsgált szolgáltatástól függetlenül szignifikánsan meghaladják más európai országokét. A kártyás/készpénz nélküli fizetési módok különösen a vendéglátóipari szolgáltatásoknál, az élelmiszerboltokban és az offline kiskereskedelemben fontosak, a költség mértékét azonban nem befolyásolják ezeken a helyeken.
- **Magyarországon több a modern szemléletű, érintéses fizetési eszközt használó (32%), mint Európában (31%). A többféle fizetési módot váltogatók aránya valamivel magasabb Európában (48%), mint Magyarországon (45%). A készpénzes fizetést előnyben részesítő hagyománykövetők aránya Magyarországon (23%) szintén az európai átlag fölött van.**
- A hagyományos boltokban alkalmazott fizetési módokban is érzékelhető változás. **A magyarok 27%-a állítja, hogy személyes vásárlásnál ritkábban fog készpénzzel fizetni, mint a világjárvány előtt.**
- Az online vásárlásoknál a kártyás fizetés a legjellemzőbb – a magyarok 66%-a tervezi, hogy ezekben az esetekben ugyanolyan gyakran fizet majd kártyával, mint a világjárvány előtt, 19%-a pedig még gyakrabban.
- **A virtuális tárca népszerűbb Magyarországon, mint más országokban.** A válaszadók csak kevesebb mint ötöde nem használja, illetve nem is tervezi, hogy a

pandémia után használni kezdi (ez kevesebb, mint a felmérésben szereplő bármely más európai országban).

### **Mennyire tartósak a fogyasztói viselkedésben bekövetkezett változások?**

A kutatás szerint a vásárlási szokásainkban bekövetkezett változások tartósak lehetnek.

- **Európában a készpénzes fizetést előnyben részesítő hagyománykövetők gyakrabban szándékoznak bankkártyát használni, mint a világmjárvány előtt, legyen szó akár hagyományos plastik kártyáról (16%), akár telefonon lévő virtuális tárcával összekapcsolt kártyáról (15%).** Emellett e csoport minden hetedik tagja (14%) arra panaszkodik, hogy néha kellemetlenséget jelent számukra az elektronikus fizetési lehetőség hiánya.
- **A magyarok 66%-a – többen, mint a felmérésben szereplő többi európai országban – állítja, hogy ugyanolyan gyakran szándékozik kártyával fizetni, mint a világmjárvány előtt, 23%-uk pedig még gyakrabban.**
- **A válaszadók 71%-a szeretne ugyanolyan gyakran hagyományos üzletekben vásárolni, mint a járvány előtt, míg 11%-uk a járványt megelőzőnél ritkábban. 23% tervez rendszeresebben online vásárolni, 59% pedig ugyanannyiszor, mint azelőtt.**

### **További megállapítások**

A felmérés további eredményei szerint a pandémia alatt az utazás, a társas együttlét és a kulturális események hiányoztak leginkább. **A magyarok más európai országgal összehasonlítva nagyobb arányban jelezték, hogy a korlátozások feloldása után szeretnének moziba, színházba vagy koncertekre járni.** Más kulturális tevékenységek, például múzeumok, galériák és kiállítások látogatása szintén fontosabbak a számukra – minden ötödik magyar vágyik ezekre a helyekre.

**A világmjárvány után a magyarok több mint 70%-a szándékozik újból hagyományos boltokban és ugyanolyan gyakran vásárolni, mint a pandémia előtt, 15%-uk pedig még többször.** A magyarok 65%-a szeretné ugyanolyan időközönként felújítani az otthonát és kertjét, mint a járvány előtt, 13%-uk pedig még többször. 55% ugyanolyan gyakran szándékozik szépségipari szolgáltatásokat igénybe venni, mint korábban, míg 12% még gyakrabban.

**A magyarok bizonytalanok a jövőt illetően.** A magyarok hatoda gondolja úgy, hogy a „normális” – vagyis korlátozások nélküli – élet 2022 második felénél később fog visszatérni. Ez jóval hosszabb idő, mint amit Európa többi részén becsülnek. 22% szerint azonban 2022 első felében már normálisan fogunk élni Magyarországon, és ugyancsak 22% véli úgy, hogy a normális élet csupán 2022 második felében tér majd vissza.