

## Zhrnutie správy

### "Ovplyvnil COVID-19 európske nákupné návyky?"

Medzinárodný prieskum s názvom **"Ovplyvnil COVID-19 európske nákupné návyky?"**, ktorého sa zúčastnilo viac ako 3 500 respondentov, zadali spoločnosti skupiny EVO pôsobiace v 7 európskych krajinách: eService (v Poľsku, na Slovensku a v Maďarsku), REVO a MMB Platební Služby (v Českej republike), BOI Payment Acceptance (v Írsku) a EVO (v Nemecku a Spojenom kráľovstve).

Visa sa stala partnerom štúdie aj na Slovensku. Štúdia bola pripravená výskumným ústavom ARC Rynek i Opinia. Cieľom bolo zistiť, ako pandémia COVID-19 ovplyvnila nákupné návyky a správanie spotrebiteľov pri platení v rôznych európskych krajinách a ako vyzerajú nákupné návyky Európanov po pandémii.

---

### Kľúčové spotrebiteľské segmenty

Pokiaľ ide o prevládajúce platobné preferencie a nákupné správanie, prieskum ukazuje tri hlavné spotrebiteľské segmenty – Nevyhranení platitelia, Moderní bezkontaktní platitelia a Hotovostne orientovaní tradicionalisti. Moderní bezkontaktní platitelia v porovnaní s ostatnými skupinami deklarujú vyššiu životnú úroveň. V porovnaní s Hotovostne orientovanými tradicionalistami obsahuje táto skupina štatisticky viac žien. Skupina Nevyhranených platiteľov sa zase vyznačuje najvyšším percentom (43 %) mladých ľudí vo veku 18 - 35 rokov.

Charakteristika jednotlivých segmentov:

- **Najväčšiu skupinu (48 % respondentov v Európe) možno označiť ako Nevyhranení platitelia.** Platia v hotovosti, ale aj kartami a inými elektronickými metódami. Jeden z troch z nich verí, že ľudia budú hotovosť používať aj o desať rokov. **Skúsenosti z pandémie ich presvedčili, aby častejšie nakupovali online.**
- **Druhý segment (31 % európskych respondentov) tvoria Moderní bezkontaktní platitelia. Výrazne preferujú platby elektronickými metódami, pričom väčšina tvrdí, že táto metóda bude v budúcnosti dominovať.** Považujú hotovosť za nehygienickú a často sa radšej vzdajú nákupu tovaru alebo služieb, ak je jedinou možnosťou platba v hotovosti. Sú optimistickí a veria, že to najhoršie je už za nami. Plánujú, čo budú robiť v blízkej budúcnosti, a tvrdia, že po zrušení obmedzení budú častejšie nakupovať online.

- **Najmenšou skupinou (21 % respondentov v Európe) sú Hotovostne orientovaní tradicionalisti.** Veria, že v takýchto neistých časoch je lepšie nenechávať peniaze v bankách. Tretina z nich je presvedčená, že to najhoršie ešte len príde. **32 % tvrdí, že ich pandémia podnietila nakupovať online, ale v budúcnosti nechcú platiť výlučne elektronicky.**

### Preferované spôsoby platby

Široká dostupnosť moderných spôsobov platby poskytovaných skupinou EVO Group umožnila Európanom lepšie zvládnuť obmedzenia platné počas pandémie Covid-19. Prieskum ukazuje, že **Slováci, častejšie ako ostatní, majú pocit, že ak je možné platiť kartou či bezhotovostne, znamená to, že podnik drží krok so súčasnými technológiami,** bez ohľadu na to, o aký obchod či službu ide.

- Popularita tradičných platieb kartou a moderných bezkontaktných platieb pri nakupovaní priamo v mieste predaja má veľkú šancu po skončení pandémie na Slovensku rásť. Ale až 64 % Slovákov deklaruje, že plánujú používať hotovosť tak často ako pred pandemiou - to je viac ako vo všetkých ostatných európskych krajinách. 21% Slovákov priznáva, že plánujú využívať platby kartou častejšie ako pred pandemiou.
- **Zdá sa, že Slováci nie sú ochotní pri nakupovaní online meniť svoje platobné návyky.** Využívajú a plánujú využívať hlavne tradičné platby kartou, tradičné bankové prevody, rýchle prevody prostredníctvom platobnej brány a platby na dobierku (kartou aj v hotovosti). **71 % Slovákov plánuje používať tradičné platby kartou tak často ako pred pandemiou,** čo je viac ako v iných európskych krajinách.
- **Podiel Moderných bezkontaktných platiteľov na Slovensku (29 %) je mierne nižší ako európsky priemer (31 %).** Na Slovensku je viac Nevyhranených platiteľov (51 vs. 48 %) a len o niečo menej Hotovostne orientovaných tradicionalistov (20 vs. 21 %) než v iných krajinách. Kým v druhom segmente dominujú muži – 57 % na Slovensku, oproti 53 % v Európe, v ostatných dvoch dominujú ženy, ktoré sú na Slovensku ochotnejšie používať moderné platobné metódy.
- Na Slovensku ¼ respondentov uvádza, že možnosť platiť kartou alebo bezhotovostne najviac podporuje častejšie používanie obchodov s potravinami, supermarketov, ale aj reštaurácií, pohostinstiev či kaviarní.

### Trvalosť zmien v spotrebiteľskom správaní

Výskum ukazuje, že zmeny, ku ktorým došlo v našich nákupných návykoch, sa môžu ukázať ako trvalé.

- **V Európe majú Hotovostne orientovaní tradicionalisti v úmysle používať platobné karty častejšie než pred pandemiou, a to tradičné karty (16 %), aj**

**karty vo virtuálnej peňaženke v telefóne (15 %).** Každý siedmy z nich (14 %) sa navyše sťažuje, že niekedy pociťuje absenciu možnosti elektronických platieb.

- **Na Slovensku 21 % respondentov očakáva, že po pandémii budú častejšie používať platby kartou,** pričom iba 8 % uviedlo, že tak budú robiť menej ako pred pandémiou. V prípade hotovosti je trend opačný - iba 9 % respondentov uvádza, že ju bude používať častejšie, ale až 24 % plánuje používať hotovosť menej.
- **14 % respondentov chce nakupovať v tradičných obchodoch častejšie ako pred pandémiou** (71 % tam chce nakupovať tak často ako predtým). **17 % plánuje nakupovať častejšie online** (67 % to chce robiť tak často ako predtým).

## Ďalšie závery

Ďalšie zistenia z prieskumu naznačujú, že počas pandémie nám najviac chýbalo cestovanie, socializácia a stravovacie služby. Slováci túžia po aktivitách, ktoré boli obmedzené pandémiou a sú podobné tým, po ktorých túžia respondenti v iných krajinách. Slovákovi najviac chýbalo cestovanie (54 %, čo je viac ako európsky priemer 49 %), zábavné aktivity ako návšteva kina, divadla či koncertu (37 %) a tiež stretávanie sa s inými ľuďmi (35 %).

- **Zástupcovia všetkých troch segmentov priznávajú, že po skončení pandémie chcú nakupovať častejšie fyzicky ako online.** Dostupnosť platby kartou je jedným z faktorov, ktoré podnecujú k častejším návštevám miestnych obchodov s potravinami (18, 22 a 34 %), pekární (13, 22 a 32 %), barov a reštaurácií (14, 21 a 29 %).
- **Slováci si nie sú istí, čo ich čaká v budúcnosti.** O niečo častejšie (4 %) ako obyvatelia iných krajín (2 %) vyhlasujú, že sa ich život už vrátil do normálu. 14 % nie je schopných povedať, kedy príde k návratu do normálu, rovnako ako v celej Európe. **Až 25 % z nás si myslí, že to bude až druhá polovica roku 2022, čo je pesimistickejšie ako v ostatných krajinách (európsky priemer je 20 %).**