



ZPRÁVA Z PRŮZKUMU

"OVLIVNIL COVID-19 NÁKUPNÍ ZVYKY EVROPANŮ?"

Mezinárodní průzkum s názvem **"Ovlivnil Covid-19 nákupní zvyky Evropanů"**, kterého se zúčastnilo přes 3500 respondentů, zajistily společnosti skupiny EVO v sedmi evropských zemích: eService (v Polsku, Maďarsku a na Slovensku), REVO a MMB Platební Služby (v České republice), BOI Payment Acceptance (v Irsku) a EVO (v Německu a ve Velké Británii).

Visa se stala partnerem studie výzkumného ústavu ARC Rynek i Opinia, mimo jiné v České republice. Účelem bylo zjistit, jak koronavirová pandemie ovlivnila chování Evropanů v oblasti nakupování a plateb a jak vypadají jejich nákupní zvyky po pandemii.

Klíčové segmenty spotřebitelů

Z hlediska platebních preferencí a nákupního chování průzkum odhalil tři hlavní segmenty spotřebitelů – osoby střídající metody plateb, moderní bezkontaktní plátcí a tradicionalisté orientovaní na hotovost. Moderní bezkontaktní plátcí mají ze všech segmentů nejvyšší životní standard. Na rozdíl od tradicionalistů orientovaných na hotovost mezi ně patří více žen. Osoby střídající metody plateb zase z velké části tvoří mladí ve věku od 18 do 35 let (43 procent).

Charakteristiky jednotlivých segmentů:

- **Největší skupinu představují osoby střídající metody plateb (48 procent).** Platí hotově i kartou a využívají další elektronické metody. Jedna třetina z nich věří, že za deset let budou lidé stále platit hotově. **Okolnosti kolem pandemie je přesvědčili k častějším nákupům online.**
- **Druhý segment (31 procent) tvoří moderní bezkontaktní plátcí. Primárně volí elektronické formy placení a většina z nich tvrdí, že v budoucnosti se bude platit převážně tímto způsobem.** Hotovost je podle nich nehygienická a často od koupě odstoupí, pakliže obchodník nenabízí jinou platební metodu. Jsou přesvědčení, že to nejhorší už je za námi. Častěji plánují a i po skončení restrikcí se chystají více platit online.
- **Nejmenší skupinou (21 procent) jsou tradicionalisté orientovaní na hotovost.** Věřící, že v nejistých dobách není správné nechávat své peníze uložené v bankách. Podle třetiny z nich nás to nejhorší teprve čeká. **Zatímco 32 procent tvrdí, že kvůli pandemii začali nakupovat online, do budoucna už čistě u elektronických plateb zůstat nechtějí.**



Upřednostňované platební metody

Dobrá dostupnost moderních metod placení od skupiny EVO umožnila Evropanům lépe zvládat restriktce a omezení z důvodu koronavirové pandemie. Průzkum odhalil, že jsou **Češi věrní svým nákupním a platebním zvykům a patří mezi lídry v bezkontaktním placení**. Nabídnout jim výběr platební metody už ani nevnímají jako něco mimořádného, ale jako naprostý standard.

- Změna je také viditelná u nákupů v tradičních obchodech. **Placení v hotovosti a kartou jsou u Čechů podobně oblíbené metody. Přihlásilo se k nim 95 procent respondentů.**
- Pokud jde o využívání elektronických forem placení, vedeme si lépe než většina evropských zemí. **Zatímco podíl moderních bezkontaktních plátců (30 procent) se podobá evropskému průměru (31 procent), je v České republice více osob střídajících metody plateb (51 vs. 48 procent) a méně tradicionalistů orientovaných na hotovost (19 vs. 21 procent) než ve zbytku Evropy.** Poslednímu segmentu dominují ženy, ale zbylé dva tvoří hlavně muži, kteří jsou v České republice více nakloněni moderním platebním metodám.
- Přestože je Česká republika lídrem v bezkontaktních platbách, jen 19 procent respondentů platí mobilem či chytrými hodinkami. V tom zaostává za evropským průměrem (24 procent). Až 29 procent Čechů tyto platby nevyužívá vůbec a ani to neplánuje. Lze tedy říct, že tyto platební metody jsou v České republice (71 procent) méně oblíbené než v ostatních zemích Evropy (77 procent).
- Při nakupování online **chce 14 procent Čechů platit častěji kartou**, oproti 71 procentům těch, kteří chtějí platit kartou podobně jako před pandemií.
- Češi také častěji využívají platbu dobírkou, a to jak na výdejních místech, tak přímo u kurýra. V 60 procentech pak platí kartou nebo hotově a obě metody různě střídají podle toho, jaké jim obchod nabízí možnosti a o jaký produkt či službu jde.

Jak dlouho budou změny trvat?

Z průzkumu vyplývá, že změny v nákupním chování už můžou být trvalé.

- **Tradicionalisté orientovaní na hotovost v Evropě se chystají platební karty využívat častěji než před pandemií, a to jak tradiční karty (16 procent), tak ty v mobilech a ve virtuálních peněženkách (15 procent).** Každý sedmý (14 procent) prý občas postrádá elektronické platby.
- **V České republice chce kartou platit častěji 22 procent respondentů a pouze 8 procent se chystá využívat karty méně než před pandemií.** U hotovosti jde o obrácený trend. Častější platby v hotovosti plánuje jen 11 procent respondentů a asi dvakrát tolik jich prohlásilo, že hotově budou platit méně.



PLATEBNÍ
SLUŽBY

- **15 procent respondentů chce nakupovat v běžných obchodech častěji než před pandemií** (69 procent tam chce nakupovat stejně jako dřív). **21 procent zase plánuje nakupovat online častěji** (62 procent stejně jako dřív).

Dodatečná zjištění

Z průzkumu dále vyplývá, že nám během pandemie nejvíce chybělo cestování, socializace a stravování. V České republice to byly podobné oblasti jako v zahraničí. Nejvíce Čechům chybělo cestování (47 procent), návštěvy restaurací (37 procent) a kultura (divadla, kina, koncerty – 35 procent).

- **Zhruba třetina Evropanů vnímá možnost platit kartou u obchodníka jako dobrý krok k lepší zákaznické zkušenosti. Češi to vidí velmi podobně, dokonce bez ohledu na typ obchodu (jedinou výjimkou jsou malé pekárny, které častěji zmiňovaly jiné země v Evropě).**
- **Pokud jde o budoucnost, jsou Češi nejistí.** Na jednu stranu o něco méně než jiné evropské země (2 procenta) tvrdí, že jsou jejich životy zpět v normálu (1 procent), **ale zhruba 18 procent nedokáže říct, kdy změna přijde (v Evropě je to 14 procent).** 20 procent z nás si pak myslí, že to bude v první polovině roku 2022. Tu druhou polovinu odhaduje dalších 18 procent.