

Sajtószolgálat

2013. június 19.

Sokan vásárolnak a világhálón

2013. június 19.

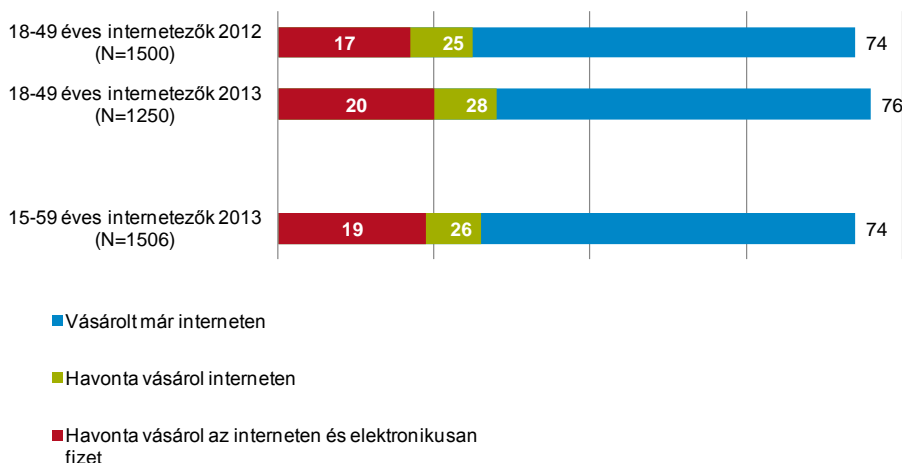
Tisza Andrea
B&P Consulting
 Tel.: (+36-1) 349-2939
 Fax: (+36-1) 269-2504
 Mobil: (+36-30) 852-7567
 E-mail:
 andrea.tisza@braunpartners.hu

Minden második interneten vásárló bankkártya adatok megadásával fizet

Négyből három internetet használó magyar felnőtt vásárolt már a világhálón – derül ki a GfK Hungária Digital Connected Consumer tanulmányának aktuális adataiból. A magyar online vásárló főként telekommunikációs eszközt és kiegészítőket, biztosítást, könyvet, üdülést rendel valamely webshopban és leggyakrabban bankkártya adatainak megadásával egyenlíti ki a számlát.

A GfK Hungária Digital Connected Consumer tanulmányának legfrissebb adatai szerint négyből három magyar internetező vásárolt már valaha online felületen. A világhálót használó 18-49 éves lakosság körében 76 százalék használta vásárlásra valamely online platformot, 28 százalék havonta vásárol az interneten, míg mintegy minden ötödik vásárló havi rendszerességgel intéz beszerzést a neten elektronikus fizetési mód alkalmazásával. A három csoport aránya a 2012-ben mért adatokhoz képest enyhén emelkedő tendenciát mutat.

Az internetezők megoszlása aszerint, hogy vásároltak-e már online, 2012 és 2013 (az adatok százalékban kifejezve)



GfK Hungária
 Piackutató Intézet
 Visegrádi u. 31.
 1132 Budapest

Tel.: (+36-1) 452-3050
 Fax: (+36-1) 320-1776
 www.gfk.hu
www.facebook.com/gfkhungaria
 firm@gfk.com

Igazgató:
 Kozák Ákos

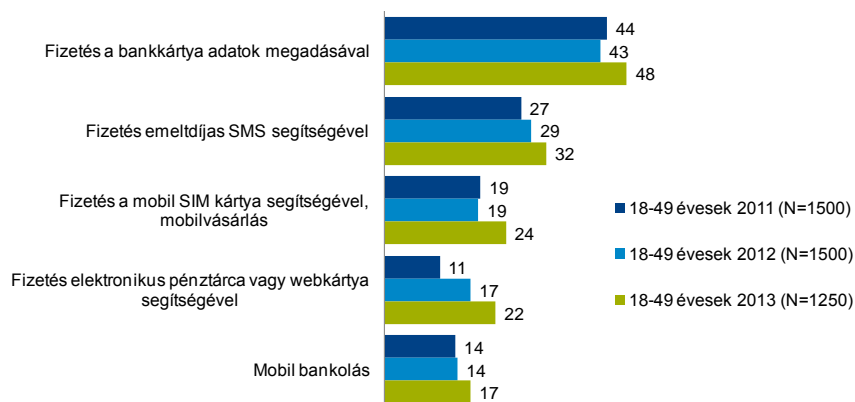
Forrás: Digital Connected Consumer, GfK Hungária

A legtöbbször által és az adott kategóriában legnagyobb arányban online rendelt termékek, szolgáltatások közé tartoznak a könyvek; az üdülés, utazás és nyaralás; a színház-, mozi- és koncertjegyek, valamint a számítástechnikai eszközök, a biztosítások, melyet online megkötők aránya viszont a tavalyi 29 százalékról 26 százalékra mérséklődött idén.

A telekommunikációs eszközök és kiegészítők kategóriája esetében legnagyobb az összes vásárlásból az online megrendelések aránya: az ilyen termékeket rendelők 48 százaléka inkább az internetek keresztül intézi a beszerzést, mint valamely kereskedésben. Ennek hátterében részben a mobilszolgáltatók online közösségre kialakított speciális ajánlatai, akciói is állnak, melyek nagyban előmozdíthatják az online rendelések arányának emelkedését. A színház-, mozi és koncertjegyek 41 százaléka a világhálón kerül értékesítésre, valamint a biztosítások 41 százaléka is online köttetik. A könyvvásárlások 40 százaléka csakúgy, mint az üdülés, nyaralás rendelése is a neten zajlik.

Online áruházban a megkérdezettek 63 százaléka vásárolt az idei évben saját bevallása szerint, aukciós oldalon pedig minden második válaszadó. Egyre népszerűbb a kedvezményes vásárlást lehetővé tevő kuponok letöltése, hiszen míg tavaly a 18-49 éves internetezők 43 százaléka, addig idén már 48 százalékuk élt ezzel a lehetőséggel.

Az online vásárláskor elektronikus fizetési lehetőséget választók megoszlása az egyes módozatok szerint, 2013 (az adatok százalékban kifejezve)



Forrás: Digital Connected Consumer, GfK Hungária

A kutatás az online vásárláskor alkalmazott fizetési módozatokról is információt

gyűjtött. A 2013. évi adatok alapján kiderült, hogy közel minden második válaszadó (48 százalék) fizetett már a bankkártya adatok online megadásával, miközben 2012-ben arányuk 43, 2011-ben pedig 44 százalékra volt tehető. Egyben ez a legtöbbször által választott fizetési mód. Emeltdíjas SMS segítségével minden harmadik megkérdezett, mobilvásárlás során pedig SIM kártya segítségével minden negyedik válaszadó egyenlített ki számláját. Az elektronikus pénztárcát, illetve webkártyát alkalmazók aránya viszonylag meredeken emelkedik: 2011-ben 11, 2012-ben 17, 2013-ban pedig már 22 százalék választotta ezt a lehetőséget. Mobil bankolásról az internethasználók 17 százaléka számolt be.

A GfK-ról

A GfK a világ egyik legnagyobb piackutató vállalata, amely világszerte több mint 100 országban 13°000 szakértővel nap mint nap azon dolgozik, hogy megismerje és megértse az emberek gondolkodás- és életmódját, valamint vásárlási szokásait. Folyamatos innovációval, a legújabb technológiák és módszertanok alkalmazásával a GfK lehetőséget ad ügyfeleinek, hogy megismerjék a számukra legfontosabbakat: a vásárlókat. A GfK árbevétele 2012-ben elérte az 1,51 milliárd eurót. További információért látogasson el a www.gfk.hu címre.