

## Így digitalizálódtunk a pandémia alatt

*Budapest, 2021. július. 27. – A koronavírus miatt a digitális érettség sok területen több évet ugrott előre az időben, ugyanis a magyarok 40 százaléka próbált ki új online szolgáltatásokat az elmúlt évben. A kísérletezők háromnegyede elégedett: legalább egyet a jövőben is használni fog. Az online távmunkára sokan hosszabb időre rendezkedtek be az új élethelyzet miatt, az érdemben válaszoló magyarok 63 százaléka részben vagy teljesen a home office-t választaná továbbra is – derült ki a Cofidis Hitel Monitor<sup>\*1</sup> legfrissebb kutatásából.*

### **Pénzügyekben is kipróbáltuk magunkat online**

Habár a magyarok többsége már a pandémia előtt is használt bizonyos online megoldásokat ügyintézésnél vagy vásárláskor, az elmúlt évben 40 százalékuk próbált ki új online megoldást, közülük is 12 százalék szavazott bizalmat az online pénzügyi szolgáltatásoknak. A valaha online hitelt felvevők 42 százaléka, a videótelefonos ügyintézészt választók egyharmada, az online bankszámlanyitást választók egynegyede a járványhelyzet idején próbálta ki ezeket a megoldásokat. Az internetbankot már a Covid előtt is sokan használták, mostanra pedig az emberek 70 százaléka legalább egyszer már próbálta.

### **Maradnak vagy mennek az új szokásaink?**

*„Érdekes kérdés, hogy a pandémia alatt kipróbált új megoldások, kialakított új szokások vajon megmaradnak-e békeidőben is, vagy a szükség motiválta az embereket leginkább? Többek között erre is kerestük a választ a Cofidis jelenlegi Hitel Monitor kutatásában” – fejtette ki Nád-Kántor Marianna, a Cofidis márka-, és marketingkommunikációs vezetője. A járvány alatt újonnan bármilyen online szolgáltatást kipróbálók háromnegyede mondta, hogy legalább egyet a pandémia után is használni fog. A pénzügyek intézésénél a járvány alatt az emberek 36 százaléka a nem személyes megoldásokat választotta inkább, ez az arány a Covid előtti időszakban csupán 23 százalék volt. A személyesről online vagy telefonos ügyintézésre váltók között 43 százalék mondta, hogy pozitív volt az így szerzett tapasztalata.*

### **A magyarok negyede rendezkedett be az otthoni létre**

A digitális oktatás, a home office és a szabadidő is egy légtérbe költözött a járvány ideje alatt, így a kiadások is átrendeződtek. A magyarok 26 százaléka vásárolt kifejezetten valamit a Covid-helyzet miatt, magasabb ez az arány a gyermekeket nevelők (40%) és az átlag feletti jövedelműek (55%) körében. Ilyen kiadások voltak a mobiltelefon-, nagyobb internet csomag-, laptop-, íróasztal- vagy irodai szék vásárlások és a kábeltévé vagy stream előfizetések is. A fiatalabb korosztály körében is népszerű beruházásnak számítottak a digitális eszközök, hiszen 16% százalékuk vásárolt új mobilkészüléket, 10% százalékuk pedig az otthoni tanuláshoz vagy távmunkához szükséges eszközöket szerezte be.

---

<sup>1\*</sup> Az aktuális Cofidis Hitel Monitor kutatás adatfelvétele: 2021. július

Sokan választanak továbbra is a távmunkát azok közül, akiknek ezt a munkaköre megengedi. Az érdeemben válaszolók csaknem kétharmada (63%) nem szeretne teljes egészében visszatérni az irodai munkavégzésre. A megkérdezettek fele köztes megoldást választana, munkahelyről és otthonról is dolgozna, felük pedig az online távmunkát preferálná a járvány lecsengése után is. A 18-29 évesek körében még népszerűbb az otthoni távmunka, mint a többi korosztálynál.

### **A hiteleknél is fókuszban az otthon (keretes)**

A magyar lakosság hitelfelvételi szándéka a tavalyi visszaesés után már 2021 első negyedében visszaállt a járványhelyzet előtti szintre; a következő évben hitelt tervezők aránya továbbra is 11 százalék. A jelenleg hitelfelvételben gondolkodók körében elsősorban a lakásvásárlási (44%), a lakásfelújítási (42%) és az autóvásárlási (31%) célok jellemzőek, a nem lakáscélra tervezett hitelek átlagos összege némileg emelkedett.

2021 második negyedében a magyarok 43 százaléka törlesztett valamilyen hitelt, ez némi visszaesés az előző negyedévhez képest (49%). Az áruhitel esetében továbbra is a legnépszerűbbek az informatikai és elektronikai cikkek (47%), de a háztartási gépek áruhitelre történő vásárlása is növekvő trendet mutat (43%). Ennek köze lehet ahhoz, hogy az otthonfelújítási program keretében nyújtott támogatás beépített gépekre is felhasználható.

**A Cofidisről:** a Cofidist Franciaországban alapították 1982-ben, székhelye Lille-ben található. Többségi tulajdonosa a Credit Mutuel Bank. Világszerte több mint 5000 munkavállalót foglalkoztat. A Cofidis 9 országban van jelen: Franciaország, Spanyolország, Portugália, Olaszország, Belgium, Csehország, Szlovákia, Lengyelország és Magyarország. A magyar fióktelep 2006-ban kezdte meg tevékenységét személyi kölcsön, áruhitel, adósságrendező hitel és mostanra autófinanszírozási termékeivel. A Cofidis Magyarország egyedisége a távértékesítésben rejlik: telefonos és online hitelügyintézés is kínál ügyfeleinek. A cég az online hitelek specialistájaként törekszik a folyamatos újírtásra, így 2017-ben úttörőként bevezette a videós azonosítást, majd 2018-ban az elektronikus aláírást, majd 2020-ban új fejlesztését, a hangaláírást indította el. Ezeknek a megoldásoknak köszönhetően mára a teljes hiteligénylési folyamat elektronikus úton végezhető el. A Cofidis elkötelezett a felelős hitelezésben, valamint ügyfelek és munkavállalók megbecsülésében: ennek bizonyítéka, hogy 2019-ben elnyerte a Great Place to Work illetve 2019-ben és 2020-ban is a Kiválóság az ügyfélszolgálatban díjakat. A Cofidis Csoport a [Team Cofidis](#), profi országúti kerékpáros csapat névadó szponzora és elkötelezett támogatója immár 23 éve. A Team Cofidis a világ legnagyobb országúti kerékpáros versenyének, a Tour de France-nak állandó résztvevője. A hazai Cofidis 2016-tól itthon is elindította kerékpáros programját, amelynek keretein belül sportszponzorációt, rendezvénytámogatást és civil együttműködési programokat valósít meg. További információkért látogassa meg a [cofidis.hu](#) oldalt. A **Cofidis Hitel Monitor kutatásról:** az adatok az Cofidis Hitel Monitor kutatásából származnak, melyet az [NRC Marketingkutató és Tanácsadó Kft.](#) készít 500 fős mintán online adatfelvétellel évente négy alkalommal 2011 óta. Az adatok a 18-69 éves magyar internetező lakosságra reprezentatívak.