

# Válságban sem tervez előre a magyarok pénztárcája

**2020.06.03. - A koronavírus digitális hálót vont körénk. Nem volt nehéz az online átállás: a járvány előtti időszakhoz képest ma már többen fordulnak a digitális megoldások felé. A járványhelyzet miatt behúztuk a keziféket, megfontoltabban költünk és harmadunk hajlandó nagyobb befektetését is elhalasztani. Viszont még egy ilyen mértékű világválság közepette is csak tizedünk tervez előre költségeivel, tehát a kutatási eredmények szerint a magyarok nagy részének pénzügyi tudatossága alacsony szintűnek mondható.**

## Digitális élet a COVID19 előtt és után

A vírus hatására a napi ügyintézés az online csatornák felé terelődött, *szinte mindenhol tetten érhető a digitalizáció*. Nagyságrendileg a lakosság harmada igyekszik a korábbiak helyett más megoldást használni: a postai sorbanállás helyett online csekkbefizetést, személyes helyett online vagy telefonos ügyfélszolgálatot, applikációkat, ügyfélkaput és internetbankot használni, kevesebb készpénzt felvenni és gyakrabban bankkártyával fizetni. <sup>1</sup> Sőt mivel a járványidőszakban kötelező lett a digitális életforma, többen kezdtek el használni olyan digitális eszközt és szolgáltatást, amit korábban nem vagy már régen használtak. A Cofidis Hitel Monitor januárban és májusban is felmérte a nyitottságot és továbbra is a lakosság harmada elutasító az online hitelügyintézésrel kapcsolatban. Egy tendencia ugyanakkor kirajzolódik: egyre kevesebben említik az adatlopás veszélyét, mint számukra gátló tényezőt. Tehát ez a változás az *online hitelfelvétel biztonságosságának* megítélésére szempontjából is kedvező fejlemény. A januárban mért adatokhoz képest közel 10 százalékkal kevesebben tartanak attól, hogy sok a kockázat, a hibalehetőség az új, innovatív szolgáltatásokban. A digitális átállás egyaránt pozitív és negatív érzéseket is keltett: 60 százalékunk kényelmesnek élte meg, nem találta annyira bonyolultnak, rájött mennyi időt spórol vele. De a magyarok fele még mindig úgy érzi, őt ez az egész nem érinti, amit tudott személyesen intézett, alig várja, hogy visszatérhessen a régi csatornákhöz.

## Visszafogott költségek

A lakosság harmada étteremre, ételrendelésre, tömegközlekedésre, ruházati cikkekre, szórakozásra, szépségápolási szerekre, kezelésekre mostanában tudatosan nem költött. Nincs eltérés jövedelmi csoportok szerint, vagyis a maga szintjén *mindenki igyekezett spórolni, anyagi helyzetétől függetlenül*. A legerősebb pénzügyi reakció, ami a lakosságot jellemezte az a *meztakarításra való erőteljes törekvés* volt. Kétharmadunk valamilyen *költséget visszafogta*, ez a jómódúbbakra és a szerényebb jövedelműekre hasonló mértékben igaz. 20 százalékunk olyan nagyobb költést tölt el, mint TV vagy háztartási gép vásárlása. De ugyanilyen arányban *előre hoztuk* bizonyos otthoni időtöltéshez és munkavégzéshez kapcsolódó eszközök *megvásárlását*: ilyen volt a laptop és az okostelefon. <sup>2</sup> Kisebb arányban, de volt, aki hozzányúlt más célra félretett pénzhez (13%) és volt, aki kölcsönkért családtagtól, baráttól (6%). A vírushelyzet miatt egyelőre kevesen tettek vagy terveznek jelentős módosítást életvezetésükben. Másodállás vállalása és munkahely váltás a legjellemzőbb változtatás, ez a lakosság tizedét érinti, kiemelhetőek a budapestieket, akiknek pedig egynegyedét.

## Jövőtervezés: egy új sztori kezdődik

A bezártságnak, a kötelező otthonlétnek megvoltak a pszichológiai hatásai: megviselt minket pszichésen, negatív érzéseink voltak jellemzőbbek, úgymint félelem (38%), bezártság érzése (29%), és stressz (27%). Csupán a lakosság 9 százaléka tudott kizárólag pozitív hangulatról beszámolni. Közel 80 százalékunk hisz benne, hogy a járvány gazdasági hatásai sokáig jelen lesznek. Hatvan százalékunk szerint új fejezet jön: innentől megváltoznak a társadalmak gazdasági és szociális struktúrái és bizonyos korlátozások velünk fognak maradni. Tartós változásnak véljük, hogy az online ügyintézés általános lesz, egyre több dolgot vásárlunk majd online, szigorúbb higiéniai szabályokat kell betartanunk, és számolunk az online hitelfelvétel terjedésével is.

## Elhalasztott hiteltervek

A lakosság 15 százaléka tervezett valamilyen hitellel – lakáshitel, személyi kölcsön, áruhitel – ők egyelőre *nem mondtak le a felvételtől*, de azért a halasztás mellett döntöttek. Akinek pedig jelenleg van hitele, az is inkább fizetné tovább, vagyis a lakosság fele nem élt a moratóriummal. <sup>3</sup> A Cofidis még ennél is nagyobb arányt tapasztalt: *„Az előzetes várakozások ellenére jóval magasabb arányban, az ügyfeleink mintegy 65 százaléka fizeti tovább a törlesztő részletét.”* - foglalta össze az első moratóriumos hónap statisztikáit Holló Bence, a Cofidis vezérigazgatója. A fizetési hajlandóság ellenére a pénzügyeink előre tervezése mégis távol áll tőlünk. Hiába egy világválság, még ez sem veszt rá minket tudatosabb pénzügyi tervezésre. Alig több, mint tizedünk végzett a járvány alatt pénzügyi kalkulációt a következő időszak kiadásairól-bevételeiről. A vírushelyzet idején a *pénzügyi kérdésekben való tájékozódás* viszont felélénkült: harmadunk figyeli a TV, rádió és a sajtóhíreket, portálokat, kormányzati bejelentéseket. A pénzügyi weboldalait 20 százalékunk olvassa, sőt a budapestiek körében ez az arány már közel egyharmad. De azért még mindig van egy erős egyharmad, aki úgy véli, őt ez nem érinti, egyszerűen nem tájékozódik.

\* 1,2,3 NRC saját kutatása: A koronavírus-járvány hatása a mindennapjainkra címmel (2020.április)

---

A **Cofidisról**: 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 autofinanszírozási termékeivel. A Cofidis Magyarország egyedisége a távértékesítésben rejlik: telefonos és online hitelügyintézés is kínál ügyfeleinek. A cég az online hitelek specialistájaként törekszik a folyamatos újításra, 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 hitelígénylési folyamat elektronikus úton végezhető el. A Cofidis elkötelezett a felelős hitelezésben, valamint ügyfeleik és munkavállalóik 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](http://cofidis.hu), [cofidisauto.hu](http://cofidisauto.hu) oldalakat. 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.