

5000 forinttal kevesebbet költünk idén karácsonyi ajándékokra

A pandémia miatt inkább online és praktikus meglepetéseket vásárolnak a magyarok

2020.12.08. - Nemcsak kevesebben tervezünk ajándékozni a járványhelyzetben, hanem kevesebbet is: közel tizedével csökken a karácsonyi vásárlók száma és 5000 forinttal az ajándékokra elköltött összeg. Változnak a csatornák is, a magyarok közel 60 százaléka online platformon kívánja az ajándékokat beszerezni, ami közel 10 százalékos növekedés 2018-hoz képest. A Cofidis friss Hitel Monitor felméréséből kiderült: az ajándék vásárlók háromnegyede törekszik arra, hogy praktikus meglepetéseket adjon; felük pedig kisebb és/vagy kevesebb ajándékot vásárol egy-egy személynek. A pandémia visszafogja a költségek kedvet is: a magyarok egyharmadánál nagy szerepet játszik vagy részben emiatt nem terveznek költeni, emellett a válaszadók fele úgy véli, idén takarékosabbnak kell lenni karácsonykor, mint tavaly.

Borítja a karácsonyi rutint a koronavírus

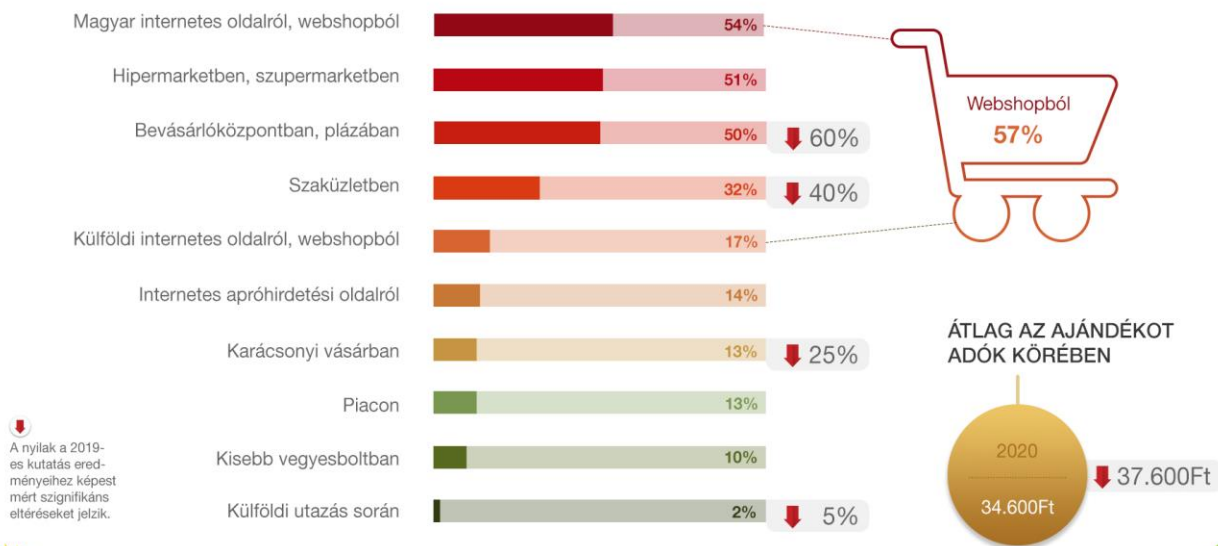
Az évek óta tartó, szinte ismétlődő karácsonyi tendenciák idén megszakadnak. Az ajándékokra költött összegeket, a vásárlási helyszíneket és az ajándékok slágerlistáját befolyásolja a karácsonyra elnyúló koronavírus járvány. Abban nincs változás, hogy a 18-69 éves lakosság döntő többsége (65%) idén is tervez karácsonyi ajándékot vásárolni. Viszont jelentős a visszaesés, hiszen az elmúlt 4 évben ez a szám stabilan 71-72 százalék volt. Kevesebben fognak idén bíbelődni saját maguk által, kézzel készített ajándékokkal is (2019:21%, 2020:16%).

A többség online költ

Szintén a járványhelyzet hatása, hogy az online vásárlás súlya növekedett, aki ajándékot vesz, az gyakrabban vásárol online, mint tavaly. Idén a vásárlók közel 60 százaléka online platformon kívánja az ajándékokat beszerezni. Nagyságrendileg 10 százalékos csökkenés tapasztalható az egyes offline helyszíneknél, legnagyobb arányban pedig az adventi vásárok súlya esett (2019:25%, 2020:13%). Érthető módon hiszen a kormányzati intézkedések hatására nagyobb vásárok idén nem is lesznek megtartva. Kiseb mértékben, de azért átrendeződés figyelhető meg a hazai webshopok javára (+4%). Feltehetőleg bizalmatlanság játszhat itt szerepet, jobban félünk a vírustól a külföldről érkező áruk kapcsán, illetve attól tartunk, hogy nem ér ide az ajándék az ünnepig.

HOL TERVEZÜNK VÁSÁROLNI KARÁCSONYI AJÁNDÉKOT?

2020. november



A nyílak a 2019-es kutatás eredményeihez képest mért szignifikáns eltéréseket jelzik.

Bázis: akik vásárolnak ajándékot (n=323)



2020-ban a praktikus meglepetések tarolnak

A tervezett ajándékok típusában is van átrendeződés. Továbbra is a szépségápolás-illatszer, a ruházat és kiegészítők, márkás élelmiszer, italok, a játékok és a könyvek csoportjából válogatnak a legtöbben. Mégis idén nagyot zuhan majd az utóbbi kategória, ami egyébként évek óta folyamatosan csökken (2013: 43%, 2017: 37%, 2020:30%). Érthető okokból szintén kiesik a kedveltségi toplistából a vásárlási utalvány, az ékszer és az ajándékba adott wellness utazás, programok, belépők köre. Emellett a konyhai nagygépeknél és háztartási gépeknél – ugyan a lista végén vannak – némi növekedés látható, a tartós otthonlét magyarázhatja ezt a trendet. Hasznosságra törekszik mindenki, aki ajándékot vesz az idén: az ajándék vásárlók háromnegyede említette, hogy inkább praktikus ajándékokat ad, felük pedig kisebb és/vagy kevesebb ajándékot vásárol egy-egy személynek, és hamarabb kezdi el a beszerzést.

TERVEZETT AJÁNDÉKOK

2020. november



↓ A nyílak a 2019-es kutatás eredményeihez képest mért szignifikáns eltéréseket jelzik.



Bázis: 18-69 éves magyar lakosság (n=500)



Idén 5000 forinttal kevesebbet szánunk ajándékokra

Az ajándéokra szánt összeg évek óta növekvő, de legalábbis stagnáló tendenciát mutatott, átlagosan 29.000 forint körül mozogva. Most viszont átlagosan közel 5000 forinttal terveznek a magyarok kevesebbet költeni és megtorpannak 24.500 forintnál. Vagyis idén nemcsak kevesebben terveznek ajándékozni, hanem kevesebért is. A legtöbben 20-50.000 forint közötti sávot célozzák meg, ez a magyarok közel harmadára jellemző. Emellett ugyanekkora arányban vannak azok, akik semennyit nem terveznek költeni idén. Kevesen vannak, akik 100.000 forint feletti összeget szoktak ilyenkor ajándékokra eltapsolni, de még ennek a körnek az aránya is idén a felére fog esni (2019: 6%, 2020: 3%). Az ajándékozás anyagi forrásai nem változtak jelentősen (2-6%-os eltérés), idén is főképp aktuális havi jövedelemből és megtakarításból fedezzük kiadásainkat. Továbbra sem vennénk fel hitelt nagyobb arányban, sem a megtakarításainkhoz nem nyúlunk jobban, mint korábban. A lakosság negytizede véli úgy, hogy idén kevesebbet tud költeni karácsonykor, az alacsonyabb jövedelműek körében pedig 60 százalék fölötti már ez az arány. A megkérdezettek fele szerint kifejezetten az a helyes, ha idén kevesebbet fordítanak a karácsonyi ünnepekre. Sőt, csak minden tizedik válaszadó szeretné 2020-as karácsonyi időszakban kicsit jobban elengedni magát a költekezés terén, mint máskor. A koronavírus-járvány szerepe a költekezések visszafogásában jelentős: körülbelül a magyarok egyharmada mondta, hogy nagy szerepet játszik vagy részben emiatt nem költ.

Az ideai Fekete Péntek sem számít

Idén a Black Friday népszerűsége is csökkenő tendenciát mutat, kevesebben terveztek azzal, hogy vásárolnak ezen a napon. Körülbelül 5 százalékos ez az esés tavalyhoz képest. Ugyanekkora mértékben csökkent azok köre is, akik ebben az akcióban kifejezetten karácsonyra terveztek vásárolni ajándékot. 2020 karácsonya egészen biztosan szűkebb lesz, eltérően a korábbi évek bőségétől. Azzal kapcsolatban azonban még nem lehet messzemenő következtetéseket levonni, hogy ez egy egyszeri eltérés vagy egy új, takarékosabb karácsonyi trend születésének vagyunk tanúi éppen.

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 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 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 hitelígényleti 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 ügyfélkiszolgálásban 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 információért 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.](http://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.