

# Sajtóközlemény

## Merre halad a magyar digitális fogyasztó?

2019. január 24.

**Bacher János**  
Tel. +36 30 619 3342  
janos.bacher@gfk.com

**Mihók Ildikó**  
Public Relations  
Tel. +36 1 452 3050  
ildiko.mihok@ext.gfk.com

**Budapest, 2019. január 21. – A GfK Hungária átfogó kutatásban mérte fel a hazai digitális fogyasztó online térben való viselkedési és vásárlási szokásait. A tanulmány legfontosabb megállapításai felölelik az online vásárlást, az infokommunikációs eszközök használatát, az internet használatát és a digitális pénzügyek területét. A trendek egyértelműen igazodnak a világban zajló változásokhoz, mégis megállapítható, hogy vannak érdekességek, melyek inkább a térségünkre jellemzőek. – áll a GfK Digital Connected Consumer 2018 tanulmányában, melynek során 1500 főt kérdeztek meg online, a 15-59 korosztályban, akik legalább heti rendszerességgel interneteznek.**

Az online vásárlásról készült kutatás legfontosabb megállapításai közé tartozik többek között, hogy kis mértékben emelkedett azok aránya, akik már vásároltak online, viszont nagyobb dinamikával nőtt a gyakran vásárlók aránya. Már 10-ből 4-en vásárolnak legalább havi rendszerességgel az interneten keresztül. Nagyot nőtt a fizetést is rendszeresen online intézők aránya 2017-hez képest, 24%-ról 34%-ra, annak ellenére, hogy gyakorlatilag minden termék kategória esetében még mindig többségében vannak azok, akik inkább az áru átvételekor fizetnek. A pénzügyi és online banki alkalmazások területén is dinamikus fejlődés állapítható meg. Egyre kisebb az ellenállás a külföldi webshopokban történő vásárlással szemben. A célcsoport 55%-a ma már legalább olyan gyakorisággal vásárol külföldi webshopon, mint magyar oldalon. Azonban az online vásárlás ilyen dinamikus terjedése csökkenti az egyes üzletekhez és márkákhoz kapcsolódó vásárlói hűséget.

Az infokommunikációs eszközökkel kapcsolatban végzett kutatás alapján megállapítható például, hogy 2018 az első év, amikor már nem volt bővülés az okostelefonnal rendelkezők arányában, ugyanakkor közülük többen használják internetezésre a telefont, mint egy évvel korábban.



GfK Hungária  
Piackutató Intézet  
1077 Budapest  
Wesselényi u. 16.  
A épület, IV. emelet  
Magyarország

Levelezési cím:  
1391 Budapest 62  
Pf. 220

Tel. +36 1 452 3050  
Fax +36 1 320 1776  
[www.gfk.com](http://www.gfk.com)  
[www.facebook.com/gfkhungaria](https://www.facebook.com/gfkhungaria)

Igazgató  
Kozák Ákos PhD

Ezzel szemben hiába ugrott nagyot az okostelevízióval rendelkezők aránya, a tulajdonosok alig harmada használ internetet ezen az eszközön.

Az internethasználatra vonatkozóan megállapítható, hogy a célcsoport kétharmada napi szinten használja a közösségi médiát és mindössze 10 százalék tartja távol magát ettől teljesen. Ezzel a közösségi média használat messze a legnagyobb aktivitást kiváltó online tevékenység. A gyakorisági lista élén további kommunikációs tevékenységek (chatelés, emailezés), valamint hírfogyasztás és videótartalom fogyasztás áll. 2017-hez képest nagyot ugrott az online televíziót nézők és zenét hallgatók aránya.

A digitális pénzügyek terén is óriási bővülés érzékelhető. A bankkapcsolattal rendelkezők több mint egyharmada töltötte le eddig bankjának alkalmazását okoseszközeire, ami egy év alatt több mint 50 százalékos bővülést jelent.

„A fogyasztók digitálisan egyre érettebbé válása alapjaiban változtat meg bizonyos fogyasztási szokásokat. A sikeres piaci stratégia érdekében tisztában kell lenni ezekkel a változásokkal, a fogyasztói trendek vizsgálata ma már alapvető fontosságú. Kutatásunk egyik célja, hogy segítse a vállalati döntéshozókat ebben, mely hosszútávon a fogyasztók igényeit is szolgálja.” - nyilatkozta Bacher János a GfK Hungária - Fogyasztói szokások terület vezetője.

## **A GfK-ról**

A GfK az adatokat tudományos módszerekkel dolgozza fel. Innovatív kutatási megoldásaink a fogyasztók, a különböző piacok, a márkák és a média jelenét és jövőjét firtató fő üzleti kérdésekre adnak választ. Mit kínálunk kutatóként és elemzőként partnereinknek világszerte? “Growth from Knowledge”.

További információkért, kérjük, látogasson el a [www.gfk.com](http://www.gfk.com), illetve kövesse a GfK-t a Twitteren: <https://twitter.com/GfK>.