

Ha nem örülünk meg a Black Friday napján akkor is meglesznek az ajándékok

Káosz nélkül készülünk a Karácsonyra

Budapest, 2016. november 23. – Alapvetően az előre gondolkodás jellemez bennünket, ami a karácsonyi ajándékokat illeti: a magyarok négyötöde tervezi meglepni a szeretteit, többségük (59%) pedig már november előtt elkezdett vásárolni, míg a beszerzését pusztán harmaduk időzíti a Black Friday-re. Az országos reprezentatív felmérés szerint a lakosság nagyobb része aggódik valamin az ünnepekkel kapcsolatban (68%), minden negyedik embernek vagy a megfelelő ajándék beszerzése, vagy a túlköltekezés okoz szorongást. Átlagosan 30 000 Ft-ot tervezünk költeni a „fa alá valóra”, jellemzően szépségápolási cikkekkel, ruhával, élelmiszerekkel, játékokkal és műszaki cikkekkel szeretnénk boldogabbá tenni környezetünket.

Csupán egyharmadunkat hozzá lázba a Black Friday

A „Black Friday” (magyarul *fekete péntek*) kifejezés Philadelphiából ered, a hálaadást követő péntek elnevezése és az 1960-as évektől a karácsonyi vásárlási szezon kezdetét hivatott jelezni. Magyarországon egy műszaki nagyáruház vezette be elsőként 2013-ban. Azóta a kiskereskedők ilyenkor átlagon felüli árkedvezményekkel kecsegtetik a vásárlókat. Az utóbbi évek tendenciája, hogy egyre több áruházlánc és online bolt csatlakozik a programhoz, hazánkban a 18-69 éves lakosság 31 százaléka vásárol már a Black Friday-en, és egytizedük készül tudatosan erre az alkalomra. Az emberek többsége (59%) már novemberben vagy korábban elkezdte az ajándékbeszerzést, ezen belül is inkább a nők (71%) igyekeznek jobban, mint a férfiak. Emellett a másik véglet (19%), akik az utolsó pillanatra, december második-harmadik hetére hagyják a meglepetések összegyűjtését.

Kedvenc meglepetéseink: kinek és mit veszünk idén?

Idén változatlanul a szépségápolási (47%) és a ruházati termékekből (46%) fognak válogatni a legtöbben, de magas népszerűség várható a márkás élelmiszerek és italok (42%), a könyvek és a játékok (41%) és a műszaki cikkek (39%) körében is. Megfigyelhető 2013-hoz képest, hogy míg ruházati, szépségápolási és műszaki termékeket kevesebben, élelmiszert és italt magasabb arányban tervezünk vásárolni szeretteink számára. Dísz tárgyakat a magyarok harmada, konyhai eszközöket konyhai kisgépet is ötödük készül ajándékozni. A meglepetések beszerzésének elsőszámú helye a bevásárlóközpontok és a plázák (55%) lesznek, valamint a hipermarketek (44%) és a szaküzletek (44%). A vásárlást sokan tervezik online intézni (43%), de itt a külföldi webáruházakkal szemben a hazai boltoknak szavaznak majd bizalmat (34% vs. 13%). 2014-hez képest a webshopokban való vásárlás valamelyest emelkedett (2016: 43%, 2014: 36%), míg a plázák és a hiperek némileg visszaszorultak (2016: 55% és 44%; 2014: 62% és 49%), ám az igazi meglepetést idén a szaküzletek okozhatják (2016: 44%, 2014: 24%). A 18-69 éves lakosság 93%-a készül megajándékozni szeretteit a karácsonyi ünnepek alkalmával. A többség (62%) csak vásárolja, 12% csak saját maga készíti az ajándékot, 9% vásárol és készít, míg 17% egyáltalán nem készül meglepetéssel idén. Gyakorlatilag mindenki, aki tartja ezt a szokást megajándékozza a hozzá legközelebb állókat, vagyis a családtagjait (98%). Barátok ajándékával 19%, míg kollégáival 7% tervez és a távolabbi rokonokra csupán 3% gondol.

Idén kevesebben vásárolnak, de többert

Átlagosan egy magyar ember 30.000 Ft-ot tervez ajándékvásárlásra fordítani. A Cofidis Hitel Monitor 2014-es eredményeihez viszonyítva megfigyelhető, hogy 2016-ban kevesebben ajándékoznak ugyan, de valamivel magasabb összegben, mint két évvel ezelőtt. Az ajándékok megvásárlásához szükséges anyagi fedezet főként az aktuális havi jövedelemből (63%) áll össze idén is. A lakosság több mint fele (53%) akár ilyen célra is használható megtakarítással is rendelkezik, és többen kifejezetten ajándékvásárlásra spórolnak (44%). Ilyen célra hitelt mindössze 5% tervez felvenni valamilyen pénzintézettől.

Karácsonyi aggodalmaink

Hiába az ünnepi légkör, vannak dolgok, amiktől a magyarok kétharmada (68%) kifejezetten tart karácsony táján. Elsődlegesen a forgatagtól, a tömegtől, a közlekedési dugóktól félünk (20%). Ezt követik a karácsonyi teendőktől (16%), az ajándékok beszerzésétől és a túlévéstől való félelmeink (15-15%). A családi konfliktusok, veszekedések 14%-unkat nyugtalanítják, s minden tizedik magyar azon aggódik, hogy az ünnepek alatt nem tudja majd kipihenni magát. A karácsony megélése lelki síkon az átlag alatti jövedelemmel rendelkezők körében okoz törést, az átlagos 7 %-hoz képest körükben 21%, aki nyugtagnak és terhesnek érzi ilyenkor az ünnepeket.

Az igazi karácsonyi hangulat mindent visz

A felnőtt lakosság 86%-a szerint karácsonykor nem az összeg és nem a fáradság számít. Tehát nem az ajándék értéke a fontos, sokkal inkább az, hogy mekkora örömet szerzünk vele szeretteinknek, ezt mutatja, hogy sokan már jó előre figyelik, minek örülnének azok, akiket meg szeretnének lepni (68%).

Készüljünk az ünnepre előre tervezéssel, találjuk ki az ajándékbeszerző körútjainkat és azok költségvetését, így az ideai karácsonykor csak az egymásra hangolódásé lesz a főszerep.

A Cofidistról

A Cofidist Franciaországban alapították 1982-ben, székhelye Lille-ben található. Többségi tulajdonosa a Credit Mutuel bank. Világszerte több mint 4000 munkavállalóval rendelkezik. A Cofidis az alábbi országokban van jelen: Franciaország, Spanyolország, Portugália, Olaszország, Belgium, Csehország és Szlovákia. A magyar fióktelep 2006-ban kezdte meg tevékenységét nyolcadik országgént, idén ünnepli 10. évfordulóját. A Cofidis nem jelzálog alapú fogyasztási hitelek folyósításával foglalkozik távértékesítéssel. Vezető terméke a Megújuló Hitel, 2010 őszén indult az Áruhitel, 2012-ben az Egészség Hitellel bővült a paletta, 2013 augusztusában a Fapados Kölcsönt, 2015-ben pedig az Adósságrendező Hitelt vezették be a piacra.

A Cofidis Csoport a Team Cofidis, profi országúti kerékpáros csapat névadó szponzora és elkötelezett támogatója. A cég 2016-tól hazánkban is elindított kerékpáros programját, amelynek keretein belül sportszponzorációt, rendezvénytámogatást és civil együttműködési programokat valósít meg. A termékekről és a cég elérhetőségéről további információk a www.cofidis.hu oldalon találhatóak. A Cofidis 10. születésnapjára promócióról a www.cofidis10.hu oldalon tájékozódhat.

A Cofidis Hitel Monitor kutatásról

Az adatok az Cofidis Hitel Monitor kutatásából származnak, melyet az NRC Marketingkutató és Tanácsadó Kft. készít 500 fős hibrid mintán (telefonos és online adatfelvétellel) évente négy alkalommal. Az adatok a 18-69 éves magyar lakosságra reprezentatívak.