

## Aproape doua treimi dintre români prefera sa achite cu cardul cumparaturile de sarbatori (studiu)

**Aproximativ 81 % dintre români prefera platile la POS, mai ales pentru cumparaturi la supermarket sau hypermarket, înregistrându-se un trend descendent de utilizare a numerarului, arata un studiu publicat vineri.**

Astfel, 38% dintre românii chestionati afirma ca vor folosi mai putini bani cash anul urmator.

"Plata cu cardul este preferata de respondenti pentru ca: este mai rapida (58%), îi ajuta sa câstige timp (42%), contribuie la o mai buna evidenta a cheltuielilor (42%), scade riscul de a pierde banii - în caz de furt, cardul poate fi blocat (31%)", sustin autorii studiului realizat în aceasta luna de Asociatia CIPRA - Centrul de Informare, Prevenire Risc si Analiza, cu sprijinul Reveal Marketing Research.

Cercetarea analizeaza obiceiurile si atitudinile românilor privind utilizarea diverselor modalitati de plata, dar si comportamentul de economisire al respondentilor sau încrederea lor actuala în sistemul bancar.

Conform sursei citate, majoritatea celor care prefera platile cu numerar mentioneaza drept motiv principal faptul ca nu oriunde se poate plati cu cardul, iar 26% spun ca le este mai la îndemâna sa utilizeze cash.

"Platile la POS sunt preferate mai ales pentru cumparaturi la supermarket sau hypermarket (81%), iar respondentii platesc mai degraba cu cardul pentru: electrocasnice sau alte cumparaturi scumpe (73%), utilitati (71%), cumparaturi zilnice/saptamânale (66%), excursii (63%), cadouri de Craciun/sarbatori (61%), rate, credite, taxe administrative (60%)", sustin autorii cercetarii.

Conform studiului, cel mai utilizat produs bancar de catre români ramâne cardul de debit/cardul de salariu, pe care îl detin 85% dintre respondenti, urmat de internet/mobile banking (70% dintre respondenti) si cardul de credit/cardul de cumparaturi (45%).

Totodata, 39% dintre respondenti au cont la o banca digitala (fintech), iar 26% au un credit de nevoi personale.

"Card de debit/salariu detin într-o proportie mai mare persoanele de peste 45 de ani (91-92%), în timp ce tinerii sub 25 de ani folosesc acest tip de produs doar într-o proportie de 63%. Respondentii cu venituri ridicate sunt într-o masura mai mare utilizatori de servicii bancare, inclusiv clienti ai bancilor digitale, în privinta carora s-a observat cea mai mare incidenta a utilizarii (46%) la tinerii din categoria de vârsta 24-34 de ani, comparativ cu segmentul 56+ ani (25%)", se mai precizeaza în comunicat.

Potrivit aceluiasi studiu, 30% dintre femeile si 22% dintre barbatii care au luat parte la studiu nu reusesc deloc sa economiseasca, iar 30% dintre respondenti considera ca vor economisi, dar mai putin decât pâna acum. Doar 8% dintre respondenti estimeaza ca vor economisi mai mult decât în prezent, în special cei din categoria de vârsta 18-24 de ani (17%).

Motivele pentru care românii ar vrea sa economiseasca sunt: pentru zile negre, în caz de boala sau daca se strica un obiect necesar (51%), pentru cheltuieli neprevazute, nunti sau alte obligatii (32%), pentru vacante în afara tarii si pentru a-si renova locuinta, câte 27%, pentru o interventie medicala necesara, dar nu urgenta (22%).

Atât educatia copiilor, cât si achizitia unei masini, a unei case sau a unor gadgeturi moderne au fost votate ca motiv de economisire de catre 19% dintre respondenti.

Alte câteva cifre importante relevate de studiul CIPRA: 17% dintre respondenti au declarat ca nu ramân niciodata fara bani cash în portofel, procentul fiind mai mare în cazul persoanelor peste 56 de ani, 26% dintre români nu reusesc sa economiseasca bani în prezent, iar 30% considera ca vor economisi chiar mai puțin în viitor.

În cazul în care ar avea nevoie de un împrumut, majoritatea respondentilor (58%) s-ar orienta catre cercul de apropiati, adica familie si cunostinte, în vreme ce 36% ar apela la un împrumut bancar si 27% ar folosi cardul de cumparaturi.

Studiul a vizat un esantion reprezentativ la nivel national format din 1.005 respondenti, barbati si femei, utilizatori de internet, cu vârste peste 18 ani, din mediul urban sau rural.

CIPRA pune la dispozitia consumatorilor o platforma informativa care sa îi ajute în luarea unor decizii în privinta obiceiurilor zilnice, astfel încât riscurile care ar putea avea un impact negativ asupra calitatii vietii lor sa fie diminuate.

Reveal Marketing Research este o companie de cercetare de piata full-service, specializata în marketing research, studii sociologice, customer insight, business strategy, market development.