

Digitálny vek a moderné technológie nahrávajú spotrebiteľom

Nová štúdia MasterCard skúma vplyv technológií a inovácií na správanie obchodníkov a spotrebiteľov

V súvislosti s návrhom Európskej komisie na jednotný digitálny trh pripravila spoločnosť MasterCard novú správu, ktorá ukazuje, ako výskum a inovácie v technológiách robia z digitálneho veku dobu, ktorá je výhodná tak pre spotrebiteľov, ako aj pre obchodníkov a mestá po celom svete a pozitívne ovplyvňuje hospodársky rast a finančné začleňovanie všetkých vrstiev obyvateľstva. Technológie nielenže hrajú zásadnú úlohu v premene spotrebiteľského správania, ale tiež otvárajú úplne nové nákupné možnosti. Zásadne sa mení spôsob, ako ľudia nakupujú a cestujú, spolupracujú s poskytovateľmi služieb a dokonca aj s verejným sektorom.

Správa spoločnosti MasterCard demonštruje, ako rýchly nástup moderných technológií ovplyvnil spôsob fungovania maloobchodného sektora. V Európe je viac ako 305 miliónov inteligentných telefónov a 60 % ich majiteľov ich už aspoň raz využilo na nákup tovaru alebo služieb online. Tento trend donútil celú radu obchodníkov prehodnotiť ich stratégiu a ponúkať zákazníkom čo najpríjemnejší nákupný zážitok, či už nakupujú prostredníctvom tradičných alebo moderných kanálov. Zásadným prvkom transformácie spotrebiteľského správania je bezpečnosť. Takmer polovica ľudí (44 %), ktorí sa v minulosti pri nákupe online stretli s podvodom, sa obchodu, kde k podvodu došlo, v budúcnosti vyhne a to bez ohľadu na príčinu tejto negatívnej skúsenosti. Počas roka 2013 sa s podvodným správaním pri nákupe na internete stretlo 17,5 % európskych spotrebiteľov.

*„Ľudia v novom digitálnom veku očakávajú, že budú môcť jednoducho a bezpečne nakupovať kedykoľvek, kdekoľvek a akokoľvek. Nové platobné riešenia vo forme bezkontaktných technológií už dávno nie sú hudbou budúcnosti. Inovácie zahŕňajúce bezkontaktné platby a mobilné peňaženky, ako napríklad MasterPass, sa stali spoľahlivou platobnou metódou pre spotrebiteľov aj pre obchodníkov,“ povedala **Ann Cairns, prezidentka divízie medzinárodných trhov, MasterCard.***

Moderné technológie neovplyvňujú nákupný proces iba prostredníctvom inovácií v platobných riešeniach, ale zaoberajú sa aj niekoľkými ďalšími kľúčovými výzvami našej doby. Stále väčšie množstvo ľudí žije v mestách, čo stavia mestské infraštruktúry a dopravné systémy pod veľký tlak. Dopravné zápchy a tlačenice v centrách miest negatívne ovplyvňujú obyvateľov, turistov, ale aj

jednotlivých predajcov. Digitálne platobné technológie pomáhajú miliónom ľudí, ktorí denne dochádzajú za prácou, cestovať verejnou dopravou rýchlejšie, pohodlnejšie, s využitím ich mobilných prístrojov. „Jedným z najlepších príkladov, ako technológie a inovácie menia ľudské životy, je vznik tzv. inteligentných miest. MasterCard je partnerom niekoľkých metropol, kde v spolupráci s technologickými spoločnosťami zavádza systémy založené na používaní inteligentných telefónov, čo umožňuje dopravným spoločnostiam prístupniť verejnú dopravu širšej skupine ľudí, napríklad vďaka skráteniu času potrebného k nákupu cestovného lístka,“ doplnila **Ann Cairns**.

Technológie tiež pomáhajú jednotlivým štátom zapojiť do finančného systému aj tie skupiny občanov, ktoré boli doteraz vylúčené. Zatiaľ čo v roku 2013 predstavoval počet osôb bez jediného bankového konta 2,5 miliardy, koncom roka 2014 sa počet znížil na 2 miliardy. Zapájanie ľudí po celom svete do finančných systémov napomáha globálnemu ekonomickému rastu a produktivite.

Hlavné závery správy:

- Takmer 6 z 10 užívateľov inteligentných telefónov v Európe s nimi aspoň raz nakúpilo
- Spotrebiteľia pri nákupoch online hľadajú predovšetkým na komfort a pohodlnosť celého procesu, nasleduje bezpečnosť; pri nákupoch cez mobil sú pre nich dôležité **pohodlné použitie, predovšetkým nákupy „jedným kliknutím“ a personalizované ponuky**
- Nákupné rozhodovanie dnešných európskych spotrebiteľov:
 - o 63 % ľudí si o tovare zisťuje informácie na internete, ale nakupuje v kamenných obchodoch
 - o 13 % ľudí sa o tovare informuje v kamenných obchodoch a následne nakupuje online
 - o 24 % ľudí kombinuje internetové a kamenné obchody ako pri nákupe, tak pri získavaní informácií
- Medzi **najlepšie technologické novinky** z hľadiska prínosu pre obchod podľa samotných európskych predajcov patria **bezkontaktné technológie (63 %), mobilné peňaženky (47 %) a platby kartou všeobecne (46 %)**
- Polovica všetkých svetových spotrebiteľov má alebo chce mať bezkontaktnú platobnú kartu
- Najvyššiu pridanú hodnotu vidia obchodníci v **„tagovaní“ produktov (74 %), geolokácii (70 %) a vernostných programoch (44 %)**, zatiaľ čo zákazníci majú najradšej **vernostné programy (78 %), cenové zrovnávače (61 %) a získavanie zaujímavých ponúk podľa svojej aktuálnej polohy, teda geolokácii (53 %)**

Kompletnú správu nájdete [tu](#), infografiku [tu](#).

Tlačová správa
12. mája 2015



O spoločnosti MasterCard

[MasterCard](#) (NYSE: MA), www.mastercard.com, je jednotka v inteligentných, pohodlných a bezpečných platbách. Prevádzkujeme najrýchlejšiu sieť pre spracovanie platieb, ktorá prepája spotrebiteľa, finančné inštitúcie, obchodníkov, vlády a podniky vo viac ako 210 krajinách a teritóriách celého sveta. Produkty a riešenia spoločnosti MasterCard ešte viac uľahčujú, zabezpečujú a zefektívňujú každodenné obchodné činnosti – napríklad nakupovanie, cestovanie, podnikanie a hospodárenie s financiami. Sledujte nás na Twitteri [@MasterCardNews](#), pripojte sa k diskusii na [CashlessPioneers Blog](#) a [prihláste sa k odberu](#) najnovších správ v [Engagement Bureau](#).

Pre ďalšie informácie kontaktujte:

Bára Dlabáčková, Best Communications, 602 161 138, barbora.dlabackova@bestcg.com

Tereza Kůželová, Best Communications, 602 250 486, tereza.kuzelova@bestcg.com