

90 % Čechů nakupuje na internetu

Česká republika je internetovým nákupům nakloněna. Průzkum společnosti MasterCard s názvem MasterIndex ukázal, že na internetu nakupuje většina Čechů. Více jak polovina z nich věří, že nákupy na internetu jsou bezpečné. Nejčastěji se na internetu nakupuje elektronika. Na internetu Češi platí kartou, protože je to především pohodlné a rychlé.

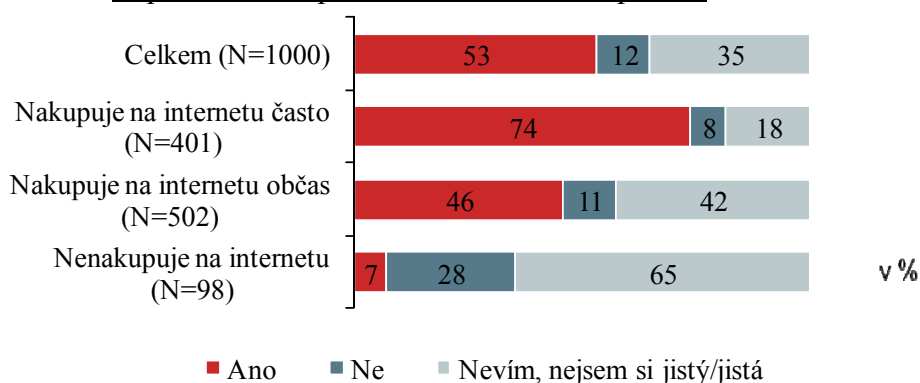
Praha, 4. října 2011 – Internetové nákupy si u Čechů získávají stále větší oblibu. „Kromě toho, že většina Čechů používá internet denně (96 %), z našeho průzkumu MasterIndex¹ také vyplynulo, že 90 % z nich na internetu i nakupuje. V rámci těchto transakcí mohou klienti používat platební kartu. Kromě určité technologické úrovně jim karta nabízí i řadu benefitů (slevy, věrnostní programy, pojištění apod.), které je možné využít i u obchodníků,“ hodnotí situaci Tereza Janková, marketingová manažerka, MasterCard Europe pro Českou republiku a Slovensko.

„V březnu 2011 jsme se rozhodli dočasně pozastavit nabídku zasílání zboží BigBrands na dobírku (COD) ve všech zemích, kde působíme. Cílem našeho privátního nákupního klubu je totiž nabízet každý den ty nejzajímavější ceny slavných módních a lifestyleových značek, a vysoké náklady na dobírku, kterou jako obchodník nabízíme, by nás nutily zvyšovat všem 600 000 našich zákazníků ceny, což by bylo kontraproduktivní. Společnost BigBrands proto dobírku znovu zavedla až v září 2011, a to takovým způsobem, který zohledňuje její vyšší nákladnost, přičemž zákazníci, kteří používají kreditní karty a bankovní převody včetně s nimi spojeného zabezpečení a pojištění, naplno využívají výhody našich nízkých cen,“ říká Vassili le Moigne, spoluzakladatel společnosti BigBrands a ředitel pro regionální rozvoj.

Češi se nákupů na internetu nebojí

Podle průzkumu MasterIndex považuje internetové nákupy více jak polovina Čechů (53 %) za bezpečné. Nejčastěji si to myslí právě ti, kteří nakupují na internetu frekventovaně (81 %). Ve srovnání se Slováky je přístup k bezpečnosti téměř srovnatelný (56 %)². U Chorvatů je přesvědčení o bezpečnosti elektronických nákupů vyšší (76 %)³. „Bezpečnost internetových plateb garantuje technologie s názvem MasterCard® SecureCode™. Tato zabezpečovací technologie zajišťuje pohodlným a jednoduchým způsobem bezpečnost držitelům karet během online nakupování a zároveň poskytuje vysoké záruky obchodníkům,“ dodává Janková.

Je pro Vás nakupování na internetu bezpečné?

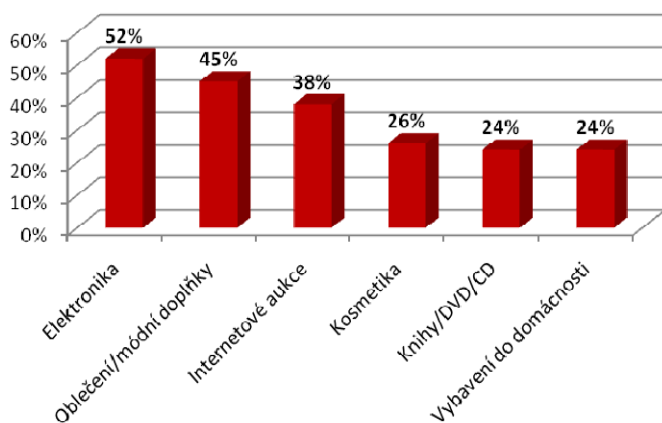


Zdroj: MasterIndex 2011, Česká republika, červen 2011, n = 1 000

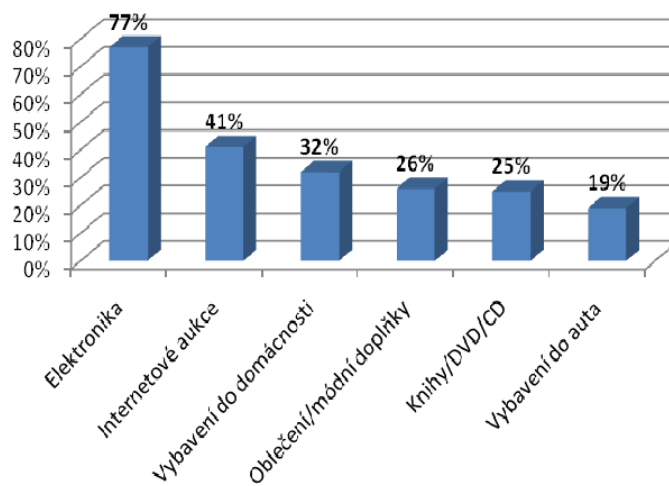
Na internetu nejčastěji nakupujeme elektroniku

Nejčastěji se v České republice na internetu nakupuje elektronika (65 %). Dále se Češi rádi účastní internetových aukcí (40 %) nebo si pořizují oblečení (36 %). České ženy na internetu nakupují nejčastěji elektroniku (52 %) či oblečení (45 %). Muži kromě elektroniky (77 %) a internetových aukcí (41 %) upřednostňují nákup vybavení do domácnosti (32 %).

Ženy



Muži

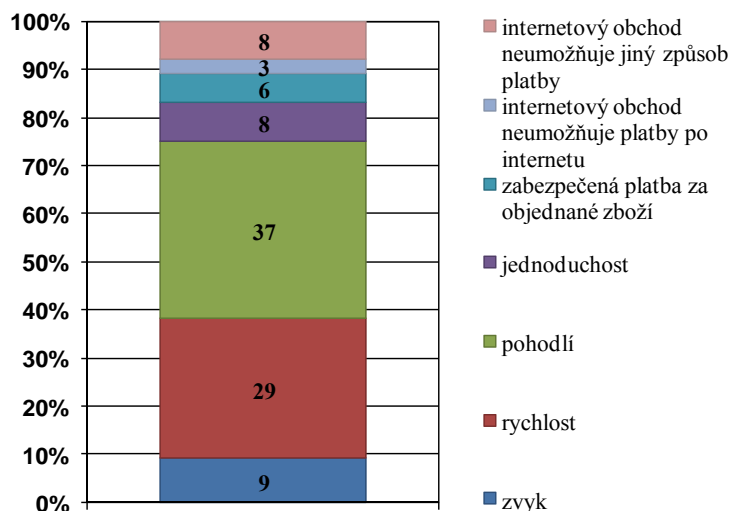


Zdroj: MasterIndex 2011, Česká republika, červen 2011, n = 902

Placení kartou na internetu je hlavně pohodlné

Hlavními důvody, proč Češi využívají k on-line nákupům platební kartu, jsou především pohodlí (37 %) a rychlost (29 %). Nejčastěji kartou na internetu platí za lístky na dopravu (autobus, letenky apod.) nebo za vstupenky na kulturní akce.

Proč preferujete platit na internetu kartou?



Zdroj: Credit Cards U&A study Česká republika⁴, únor 2011, n = 925

¹Výzkum MasterIndex ČR realizovala pro společnost MasterCard výzkumná agentura GfK , v červnu 2011, účast: 965 respondentů.

²Výzkum MasterIndex Slovensko realizovala pro společnost MasterCard výzkumná agentura GfK, v červnu 2011, účast: 780 respondentů.

³Výzkum MasterIndex Chorvatsko realizovala pro společnost MasterCard výzkumná agentura GfK , v květnu 2011, účast: 1 000 respondentů.

⁴Výzkum Credit Cards U&A study Česká republika realizovala pro společnost MasterCard výzkumná agentura TNS AISA, v únoru 2011, účast: 925 respondentů.

O projektu MasterIndex

Společnost MasterCard provádí spotřebitelský průzkum MasterIndex v různých zemích Evropy pravidelně. V roce 2010 ho společnost poprvé představila i v České republice. Výzkum byl realizován jako Usage & Attitude studie klientů bank v České republice. Data byla získávána prostřednictvím CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) a také v on-line panelu společnosti GfK s použitím strukturovaného dotazníku. Cílová skupina byla definována jako reprezentativní česká populace ve věku 18-69 využívající služeb bank. Reprezentativnost byla sledována dle pohlaví, věku, regionu a velikosti místa bydliště.

Dotazování proběhlo ve všech regionech České republiky od 6. do 20. června 2011 a celkem bylo provedeno 965 kompletních rozhovorů.

O společnosti MasterCard Europe

Společnost MasterCard Europe je subjekt odpovědný za řízení obchodní činnosti MasterCard Worldwide v Evropě. MasterCard Europe, se sídlem v belgickém Waterloo, spolupracuje s 51 evropskými zeměmi, které jsou administrativně rozděleny do tří zákaznických oblastí. Tyto oblasti zahrnují jednotný evropský platební prostor (SEPA), vyspělé trhy a rozvojové trhy Evropy, které sahají až k východním hranicím Ruska. Díky své síti místních zastoupení dokáže MasterCard Europe naplňovat rozličné potřeby zákazníků na nejrůznějších trzích po celé Evropě a umožňuje tak lidem obchodovat jejich vlastním způsobem a v jejich vlastním jazyce.

MasterCard přispívá k rozvoji globálního obchodování tím, že poskytuje životně důležité ekonomické spojení mezi finančními institucemi, podniky, držiteli karet a obchodníky na celém světě. Jakožto poskytovatel licencí, zpracovatel a poradce společnost MasterCard rozvíjí a uvádí na trh platební řešení, zpracovává každoročně více než 18 miliard plateb a poskytuje špičkové analytické a poradenské služby zákazníkům z řad finančních institucí a obchodníků. Prostřednictvím svého portfolia značek, mezi něž patří MasterCard®, Maestro® a Cirrus®, slouží MasterCard Worldwide spotřebitelům i podnikům ve více než 210 zemích a územích. Další informace naleznete na www.mastercardworldwide.com.

Kontakty:

Anna Suchá, Ogilvy Public Relations, +420 221 998 226, +420 731 619 287, anna.sucha@ogilvy.com

Zuzana Stará, Ogilvy Public Relations, +420 221 998 218, +420 724 442 956, zuzana.stara@ogilvy.com

Milan Kríž, Ogilvy Public Relations, +420 221 998 237, +420 602 266 316, milan.kriz@ogilvy.com