

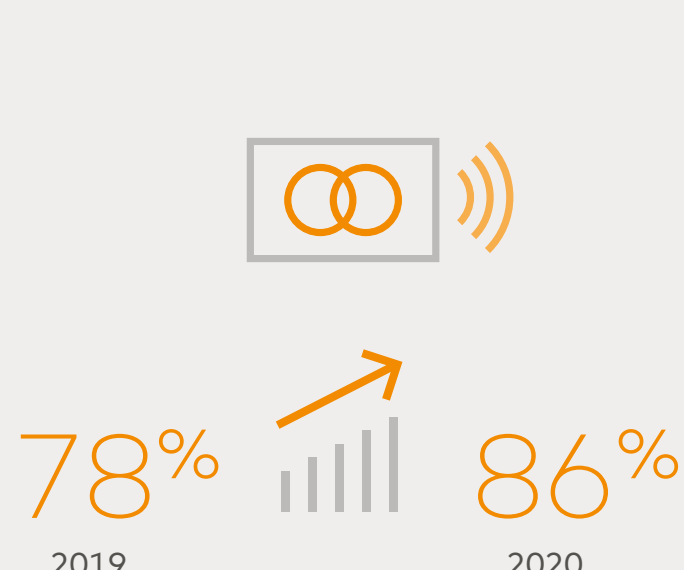
Mastercard raziskava o spremenjenih nakupnih navadah Slovencev pred in po epidemiji Covid-19

# Vse večja pričakovanja potrošnikov glede spletne trgovine ter velik porast brezgotovinskega plačevanja na brezstičen način

## Plačilne kartice in brezstična plačila

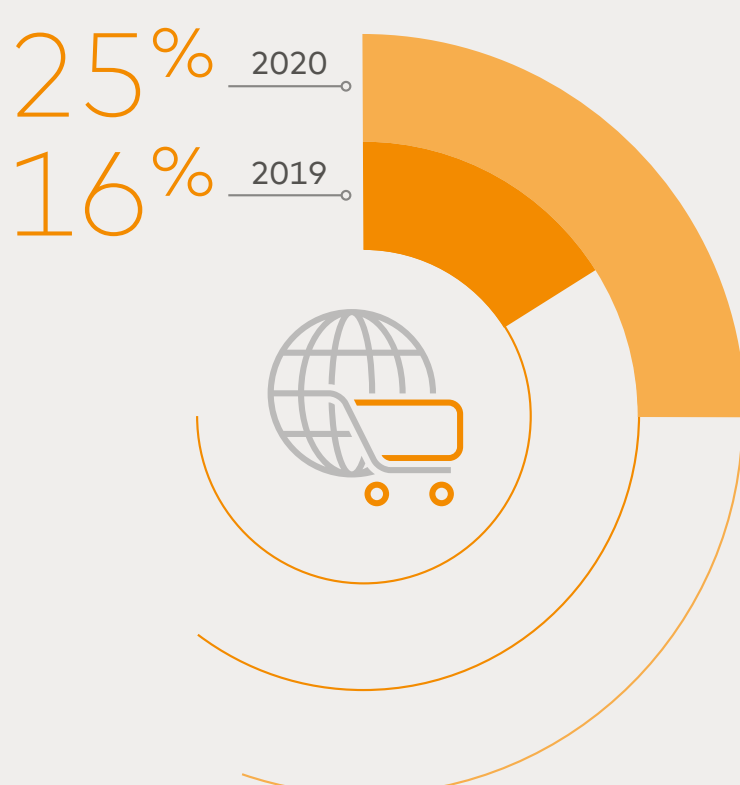
Primerjava julij 2020 – november 2019 (Masterindex)

Uporaba kartic na prodajnih mestih



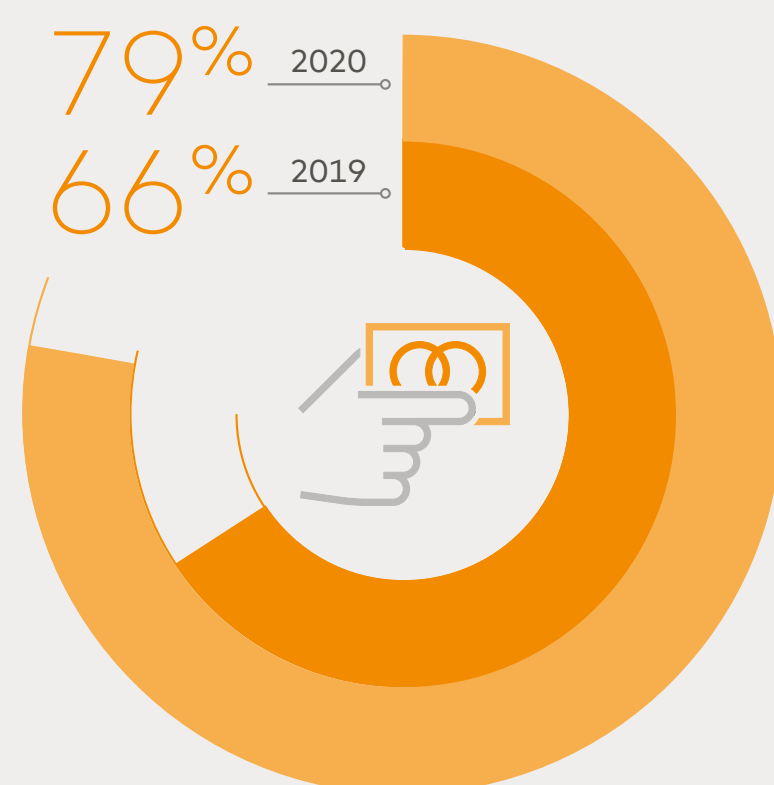
Plačilne kartice na prodajnih mestih uporablja čedalje več ljudi. Kar **86 %** vprašanih jih uporablja vsaj **1-2x** na teden\*.

Uporaba kartic na spletu



Uporaba plačilnih kartic se je znatno povečala tudi pri nakupovanju prek spleta. Kartice na spletu vsaj enkrat tedensko uporablja **25 %** vprašanih\*.

Uporaba brezstičnih kartic (vsaj 1x na teden)

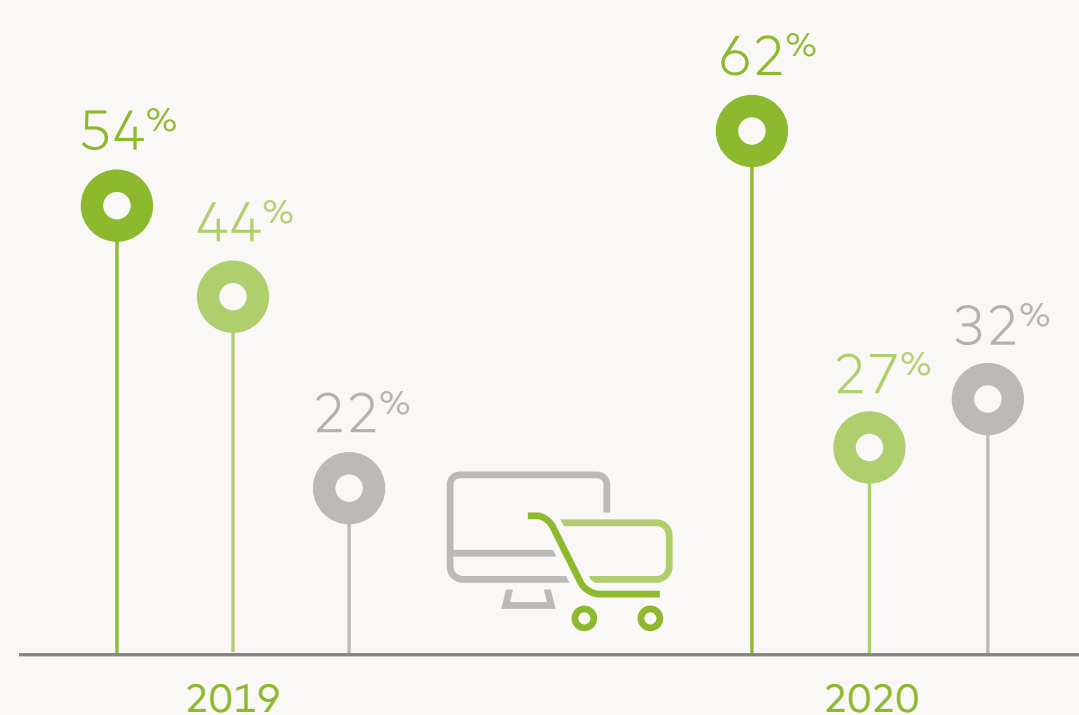


Z brezstično kartico vsaj enkrat tedensko plačuje skoraj štiri petine vprašanih; kar **13 %** več kot novembra lani\*.

## Spletno nakupovanje

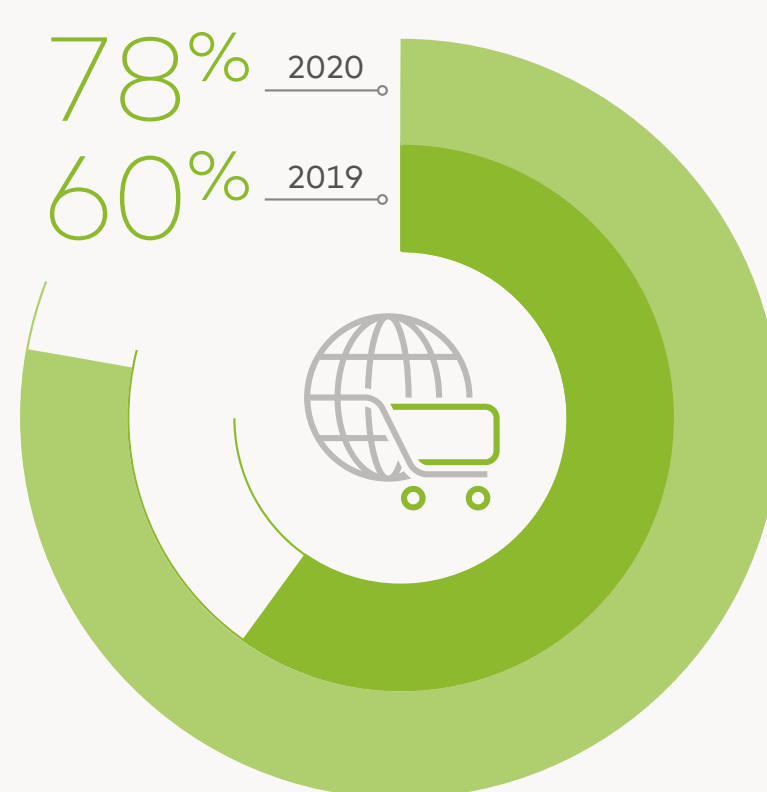
Primerjava julij 2020 – november 2019 (Masterindex)

- S plačilno kartico ali kreditno kartico
- Po povzetju z gotovino
- Preko elektronske ali mobilne banke



Več kot polovica spletnih kupcev blago in storitve najpogosteje plača s plačilno ali kreditno kartico. Ta delež se je povečal za skoraj **8 %** v primerjavi z Masterindex 2019 raziskavo. V primerjavi z lani je opazen tudi precejšen padec plačevanja z gotovino po povzetju (slaba četrtina) in porast plačevanja preko elektronske ali mobilne banke\*.

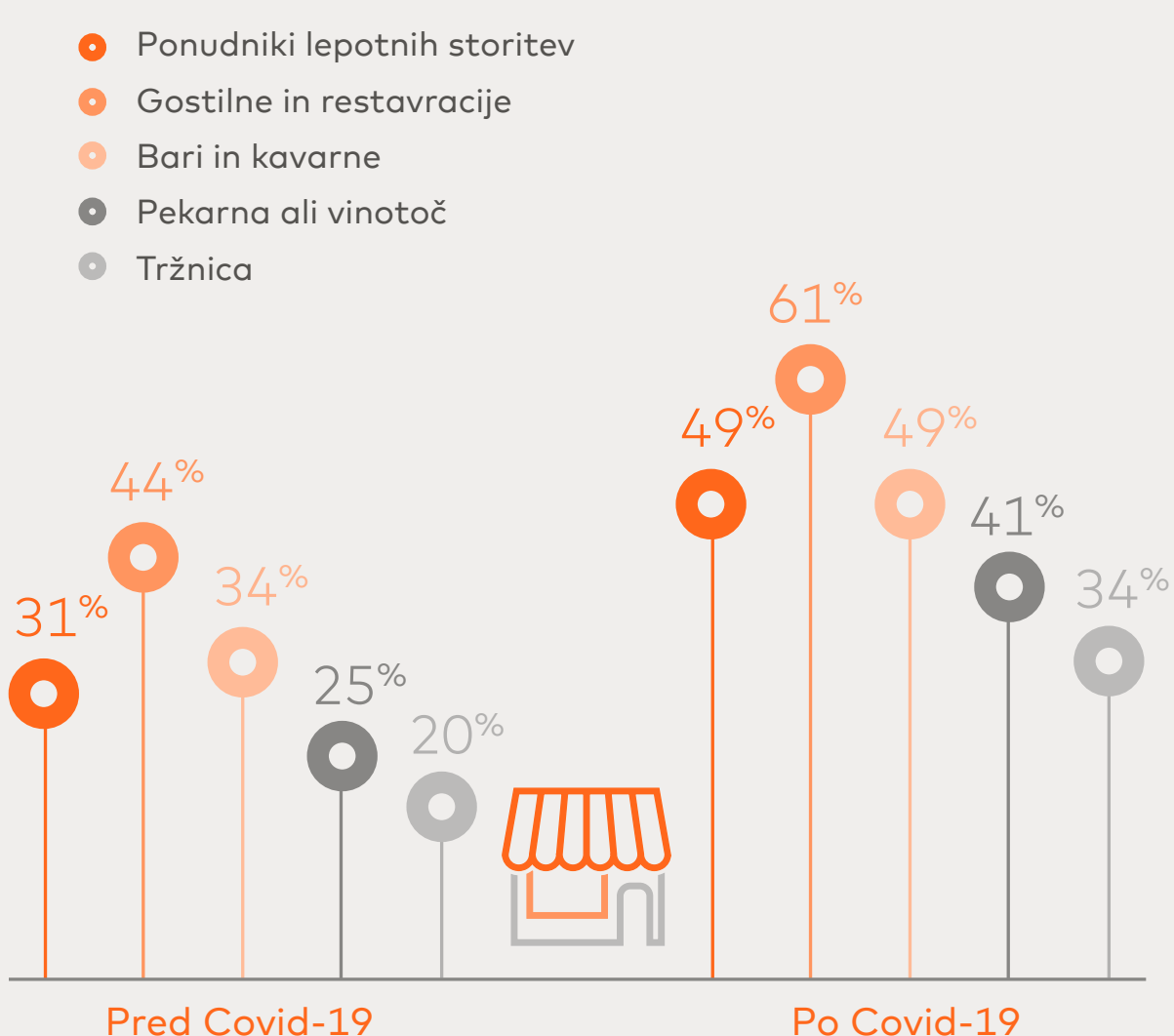
Pogostost nakupovanja prek spleta v zadnjem mesecu



Prek spleta je v zadnjem mesecu nakupovalo več kot tri četrtine vprašanih, kar predstavlja skorajda **18 %** več v primerjavi z raziskavo novembra lani\*.

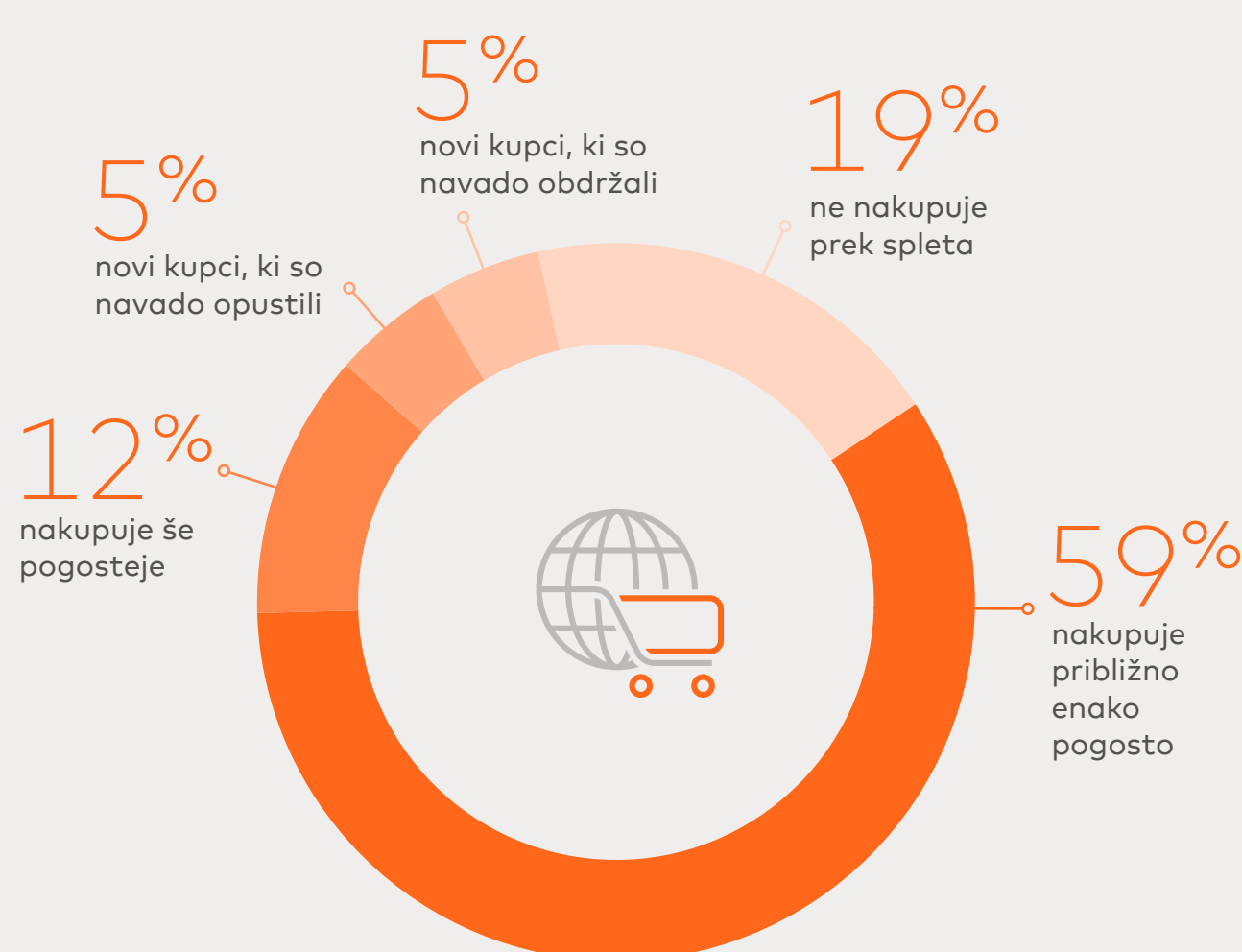
## Primerjava pred in po epidemiji Covid-19

Top 5 plačilnih mest po pomembnosti brezstičnega plačevanja



Možnost brezstičnega plačevanja na posameznih plačilnih mestih se zdi pomembna za večino vprašanih in se je po epidemiji Covid-19 v primerjavi pred epidemijo **zvišala** za vsa plačilna mesta.

Pogostost nakupovanja prek spleta



\*Raziskavo o pričakovanjih in spremenjenih navadah pri nakupovanju in plačevanju izdelkov ter storitev zaradi COVID-19 krize je za Mastercard izvedla Mediana (Inštitut za raziskovanje trga in medijev Mediana, d.o.o.) julija 2020 na vzorcu 705 prebivalcev Slovenije v starosti 18-75 let. Primerjava z raziskavo MasterIndex 2019 (november 2019) odraža ciljno populacijo med 18 in 55 let.