

Sajtóközlemény – azonnal közölhető

Évről évre többet költ a magyar lakosság a karácsonyi ünnepekre

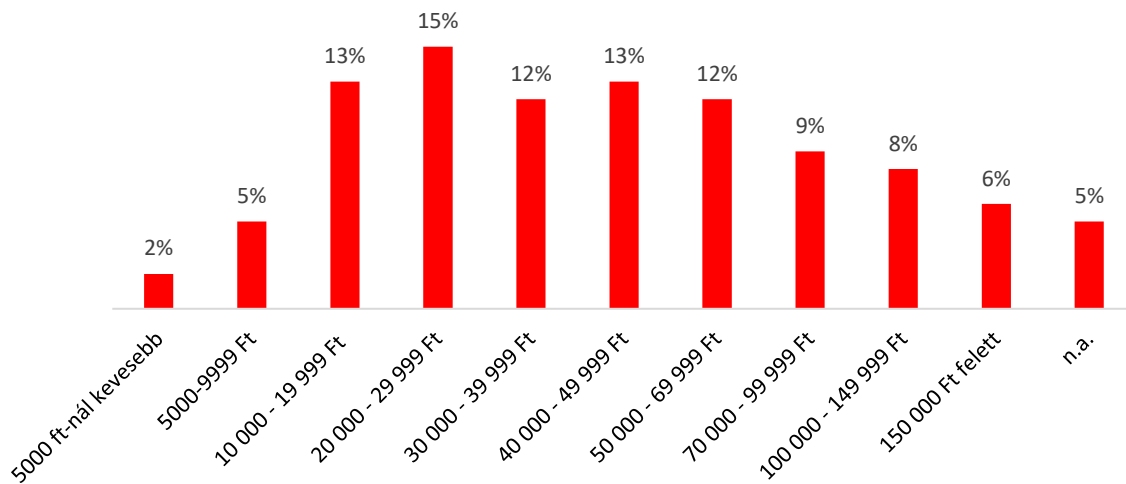
Az ünnepi készülődés esetében is egyre fontosabb a fenntarthatóság

Budapest, 2019. december 16. – **Egyre mélyebbre nyúlnak az emberek a pénztárcájukba az adventi időszakban. Idén a megkérdezettek összesen átlagosan 58 ezer forintot terveznek ajándékokra fordítani, amivel a legtöbben 6 szerettüket szeretnék meglepni – derül ki a Budapest Bank megbízásából készített, karácsonyi költséket vizsgáló kutatásból¹. Az ünnepi kiadásokat a válaszadók jellemzően az aktuális fizetésükből vagy megtakarításukból fedezik, negyedük viszont azt tervezi, hogy hitelt vesz fel. Az ajándékok kiválasztásakor és csomagolásakor egyre fontosabbak a fenntarthatósági szempontok, a megmaradt karácsonyi ételeket azonban még kevesen juttatják el a rászorulóknak.**

Többet költ a lakosság ajándékokra, de megfontoltabb a hitelek terén

A Budapest Bank karácsonyhoz köthető költségeket vizsgáló reprezentatív kutatásából kiderült, hogy a magyar fogyasztók évről-évre több pénzt szándékoznak karácsonyi ajándékokra fordítani: a megkérdezettek idén átlagosan 58 ezer forintot terveznek összesen elkölteni, míg tavaly 56 ezer, az azt megelőző évben pedig 52 ezer forintot szántak az ünnepekre. A megkérdezettek 38%-ának egyáltalán nem jelent anyagi terhet az ünnep, a fővárosban pedig ez az arány 47%. Az ajándékozottak száma viszont változatlan, immár évek óta átlagosan 6 embert szeretnének meglepni a válaszadók, így idén egy emberre vetítve hozzávetőlegesen 10 ezer forint jut.

Karácsonyi ajándékokra szánt összeg



A karácsonyhoz köthető kiadásokat jellemzően az aktuális fizetésükből és általános tartalékaikból fedezik a megkérdezettek, de sokan tesznek félre kifejezetten erre a célra. Általában az ünnepi kiadások miatt nem akarnak hitelt felvenni a válaszadók, azonban a karácsonyi ajándékok esetében már negyedük mondta, hogy bankkölcsönre lesz szüksége a megvásárlásukhoz. A 23-29 évesek ötöde, a 30-39 évesek tizede, míg a 40 év felettiak harmada tervezi, hogy így tesz.

¹ A reprezentatív kutatást a Budapest Bank megbízásából a GfK végezte, 2019. november 19. és november 25. között a 23 évnél idősebb magyar lakosság körében, 500 fős mintán. A kutatás módszere: online kérdőíves felmérés a CAWI kutatási panelje segítségével.

A tavalyhoz hasonlóan a megkérdezettek 36%-a használja idén hitelkártyáját is az ajándékok megvásárlásakor, azonban megfontoltabban költenek, mivel a felhasználandó átlagos hitelkeret az előző évi 70 ezer forintról 62 ezer forintra mérséklődött. „Ez a csökkenés az ajándékokra fordított összeg emelkedésével együtt vélhetően arra utal, hogy a javuló gazdasági környezet és emelkedő bérek miatt a havi jövedelem és az általános megtakarítások jellemzően nagyobb arányban tudják fedezni a karácsonyi költségeket, mint tavaly” – mondta Somogyi Péter, a Budapest Bank lakossági üzletágvezetője.

A hitelkártya keret törlesztésével kapcsolatban a megkérdezettek több mint fele mondta, hogy biztosan időben vissza tudja fizetni a tartozást, míg ötödük véli úgy, hogy igyekszik annyit költeni, amennyit időben vissza tud fizetni, de ha egy kicsit túlköltekezik, az se gond. „Tavalyhoz képest nőtt azoknak az aránya, akik biztosak abban, hogy határidőre feltöltik a hitelkártya keretüket, ami arra utal, hogy egyre tudatosabban használják ezt a terméket. A tapasztalataink szerint ráadásul egyre többen ismerik fel és használják ki az olyan hitelkártyák nyújtotta előnyöket, mint például a vásárlások utáni pénzvisszatérítési kedvezmény” – tette hozzá Somogyi Péter.

Hiába a gondos előre tervezés, sokan érzik, hogy haszontalan az ajándék, amit adnak

A legtöbb válaszadó idén is a partnerét, gyermekét és szüleit szeretné meglepni. A legkedveltebb meglepetések továbbra is az illatszer, a ruhanemű és a könyv, míg a távolabbi rokonok, barátok, munkatársak számára az édesség is közkedvelt. Az ünnepi bevásárlásra fordított idő átlagosan 6 nap. A válaszadók kétharmada karácsony előtt egy hónappal vagy ennél is hamarabb kezdi a vásárlást, és csak egytizedük állította, hogy az utolsó héten kerít erre sort. A nők kezdik el kicsit hamarabb a készülődést, és ők rendelkeznek konkrétabb tervekkel is, a spontaneitás inkább a férfiakra jellemző.

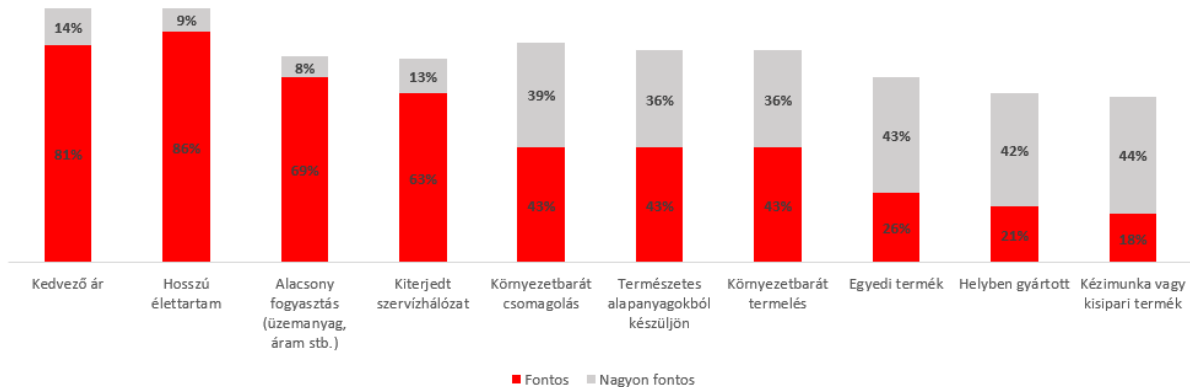
A felmérésben résztvevők 48%-a tartja hasznosnak a kapott ajándékot, a haszontalan ajándékokat (pl. ital, gyertya, zokni vagy dísz) pedig legtöbbször elteszik, és nem használják, vagy egyszerűen tovább ajándékozzák. Az adott ajándékoknál már 45%-át tartják hasznosnak a válaszadók, akik jellemzően úgy kerülnek el a haszontalan meglepetések vásárlását, hogy kifigyelik, mi tetszik a megkérdezettnek, illetve egyszerűen megkérdezik, mire van szükségük.

Fenntartható karácsony

Ha a karácsonyi ajándék kiválasztásának szempontjait nézzük, első helyen a kedvező ár és a hosszú élettartam szerepel szinte minden válaszadónál, de fontos szempont az alacsony fogyasztás – legyen szó akár áramról, akár üzemanyagról –, valamint a kiterjedt szervízhálózat is. Az összes megkérdezett háromnegyede jellemzően becsomagolja az ajándékokat, a környezeti szempontokra ügyelőknek viszont csak kicsit több mint kétharmada tesz így. A csomagolóanyagok kiválasztásakor érthető módon a környezettudatos válaszadók figyelnek jobban arra, hogy környezetbarát megoldást válasszanak: míg az összes megkérdezett 76%-a ezt, addig a „zöld” fogyasztók 99%-a tartja nagyon fontosnak vagy valamennyire fontosnak a környezeti szempontokat.

Az ünnepekre vásárolt élelmiszer esetében szintén érzékenyek a válaszadók, hiszen csaknem mindannyiuk lényegesnek tartja a kedvező árat, de a második helyen ez esetben is a tartósság áll, míg a harmadik legfontosabb szempont, hogy az élelmiszer természetes alapanyagokból készüljön. A megkérdezettek fele jellemzően az összes karácsonyi ételt elfogyasztja, harmaduk pedig körülbelül a háromnegyedét. A megmaradt étel sorsát tekintve válaszadók közül 58% lefagyasztja vagy tartósítja őket, míg 28% állatnak adja, 13% pedig kidobja. Azoknak az aránya, akik ilyen helyzetben gondolnak arra, hogy rászorulóknak adja a maradék karácsonyi ételeket és süteményeket, mindössze 13%.

Fenntarthatósági szempontok fontossága vásárláskor ajándékvásárláskor



További információ:

Budapest Bank Kommunikációs Osztály:
 TÖLGYES Orsolya, kommunikációs vezető
 Mobil: +36 70 436 6065
 Email: orsolya.tolgyes@budapestbank.hu

KISS Alexandra Ivette, kommunikációs menedzser
 Mobil: +36 20 746 0332
 Email: alexandraivette.kiss@budapestbank.hu

A szerkesztők figyelmébe:

Budapest Bank

A Budapest Bank az első hazai kereskedelmi bankok között jött létre 1987-ben, a nyolc hazai nagybank egyike. A bank teljes körű pénzügyi szolgáltatásokat kínál mind a lakosság, mind a vállalatok számára. Országos hálózata csaknem 100 bankfiókot foglal magában. A Budapest Bank Zrt. főbb leányvállalatai a Budapest Alapkezelő Zrt. és a Budapest Lízing Zrt. Tulajdonosa 2015. június 29. óta a Corvinus Nemzetközi Befektetési Zrt.-n keresztül a magyar állam. További információk elérhetők a www.budapestbank.hu oldalon, a sajtóközlemények pedig a www.budapestbank.hu/sajtoszoba linken.