



## Vasárnap szívesen vásárolunk

*A vasárnapi vásárlás meghatározó eleme a magyar fogyasztói magatartásnak*

**A magyarok 48 százaléka, 1,9 millió család vásárol vasárnap – derült ki a TNS Hoffmann által végzett országos felmérésből. A május második hetében lezajlott kutatásból megtudhatjuk azt is, hogy a vasárnapi vásárlók által elköltött alkalmanként átlag 12.500-15.000 Ft alapján a törvénytervezet által érintett éves forgalom is százmilliárdos nagyságrendű lehet.**

Jelentős változásokkal járna mind a lakosság, mind pedig az érintett kereskedelmi vállalkozások szempontjából, ha életbe lépne a kötelező vasárnapi zárva tartást elrendelő jogszabály – emelte ki a májusban lezajlott kutatásról szólva Jüttner Ádám, a TNS Hoffmann stratégiai tervezési igazgatója.

Az országos reprezentatív mintán végzett felmérés szerint ugyanis a lakosság 48 százaléka vásárol vasárnap. Budapesten és a megyeszékhelyeken a megkérdezettek fele, de a vidéki városokban és a falvakban élők negyven százaléka is látogatja az üzleteket vasárnap. A életkor szerinti megoszlást nézve a legnagyobb arányban – 65 százalékuk – a 18-35 év közötti korosztály jár vásárolni vasárnap is, de a 36-55 év közöttiek 54 százaléka szintén jár az üzletekbe vasárnap. A vásárlói szokásokra vonatkozóan az is elmondható, hogy általában a család több tagja együtt jár a boltokba, s a vasárnapi vásárlók 45 százaléka több mint egy órát tölt az üzletekben, így a vasárnapi vásárlás tulajdonképpen családi program. Az eredményekből az látszik, hogy a vasárnapi vásárlás stabil és meghatározó eleme a magyar fogyasztói magatartásnak – összegezte Jüttner Ádám.

Átlagosan 12.500-15.000 Ft-ra becsülhető az az összeg, amit a vasárnap vásárlók a hét utolsó napján a boltokban és a bevásárló központok éttermi egységeiben hagynak. Kérdés, hogy ezt az összeget elköltik-e a vásárlók más napokon, ha életbe lép a kötelező vasárnapi zárva tartásról szóló jogszabály.

A vásárlással töltött idő, valamint a vásárlásban részt vevő családtagok száma és az elköltött összeg között határozott korreláció mutatkozik: ha többen együtt mennek vásárolni, az elköltött összeg csaknem duplázódik. Ha az üzletek vasárnap zárva tartanának, a vasárnap is vásárlók zöme szombaton és hétköznap menne az üzletekbe – hétköznap viszont mind a rendelkezésre álló idő, mind vélhetően a vásárlásban résztvevő családtagok száma is kevesebb lenne. A kutatás eredményeiből az valószínűsíthető, hogy az említett hatások miatt a kiskereskedelmi láncok jelentős bevételtől esnének el.

A törvény fogadtatására adott válaszokból kiderült, hogy a vasárnap is vásárlók 59%-a (mintegy 650-850.000 ember) a javaslattal kapcsolatban inkább elutasító. Az egyedül vásárlók 53%-a, a többedmagukkal vásárlóknak 61%-a, közülük pedig a gyermekeikkel együtt vásárlóknak pedig 67%-a nem ért egyet a boltok vasárnapi zárva tartásáról szóló törvényjavaslattal. A családjukkal vásárlók közül a boltok vasárnapi zárva tartását leginkább az 55 év felettek ellenzik (71%-uk), míg a javaslattal kapcsolatban leginkább a középkorúak megértők (a 36-55 éves generáció körében 31% a javaslattal egyetértők aránya).

**Módszertan:** a kutatás telefonon, 940 fő megkérdezésével országos reprezentatív mintán zajlott, 2011. május 9-e és 14-e között.

#### További információ:

**Jüttner Ádám** stratégiai tervezési igazgató  
*TNS-Hoffmann*

**Telefon:** +36-70-778-6900

**E-mail:** [adam.juttner@tns-hoffmann.hu](mailto:adam.juttner@tns-hoffmann.hu)

**Web:** [www.tns-hoffmann.hu](http://www.tns-hoffmann.hu)

**Szőke Tibor** kommunikációs tanácsadó  
*Impact Communications*

**Telefon:** +36-30-555-4821

**E-mail:** [szoke@impactcommunications.hu](mailto:szoke@impactcommunications.hu)

**Web:** [www.impactcommunications.hu](http://www.impactcommunications.hu)

A TNS Hoffmann portfóliója kiemelkedő a kutatási eszközök és az ad hoc problémamegoldási módszerek terén: Magyarország bármely iparágában a legjobb szolgáltatást képes nyújtani a standardizált és az ad hoc piackutatás, valamint tanácsadás területén is.

A TNS Hoffmann szakértői piaci ismereteiket a legújabb kutatási módszerekkel és kreatív gondolkodásmódjukkal ötvözik, ezáltal támogatják megbízóikat abban, hogy a kutatási információkat innovatív üzleti megoldásokká alakítsák.