

Sajtószolgálat

2014. február 27.

Hazánkban is bővül az online kereskedelem

2014. március 13.

Tisza Andrea
B&P Consulting
Tel.: (+36-1) 349-2939
Fax: (+36-1) 269-2504
E-mail:
andrea.tisza@braunpartners.hu

Az elektronikusan fizetők aránya is növekszik

Becslések szerint a hazai kiskereskedelemről az online értékesítés jelenleg több mint három százalékkal részesedik, de ez az arány évről évre nő. A műszaki tartós fogyasztási cikkek monitorozó Kereskedelem és Technológia adatai azt mutatják, hogy a hazai folyamatok beleillenek az európai tendenciákba. Az online értékesítés európai szinten legnagyobb arányt az IT és a fotótermékek és az irodatechnikai termékek csoportjában képviseli.

A hazai kiskereskedelem volumene 2013-ban megközelítette a hétezer milliárd forintot értékben, amelyből az **online kiskereskedelem** becslések szerint 200-220 milliárd forinttal részesedik. Ez a teljes piacból több mint három százalékot tesz ki és az elmúlt évek adatai alapján az érték dinamikus növekszik. A növekedés dinamikáját mutatja az is, hogy évről évre nő az online valaha vásárlók aránya: így a 18-49 éves korosztályban 2012-ben mért 74 százalékról 2013-ban 76 százalékra. Az interneten havonta vásárlók aránya 25 százalékról 28 százalékra emelkedett; a havonta online vásárlók és elektronikusan is fizetők aránya pedig 17-ről 20 százalékra nőtt tavaly a megelőző évhez viszonyítva.

Az online vásárlás által leginkább érintett **termékkört** a könyvek alkotják (31 százalék), de a megkérdezettek mintegy negyede köt biztosítást online; foglal utazást/üdülést; színház-, mozi- és koncertjegyet; rendel számítástechnikai eszközöket a világhálón.

A **kategóriánkénti átlagköltségek**, azaz egy bizonyos termék kategóriára egy vásárlás alkalmával kiadott összeg vonatkozásában elmondható, hogy a legmagasabb – 50.000 forintot is meghaladó – e költség hazánkban a szórakoztatóelektronikai eszközök esetében. Ugyanakkor kiemelkedő a sporteszközök, utazási szolgáltatások, számítástechnikai eszközök, illetve bútorokra elköltött összegek nagyságrendje is.

GfK Hungária
Piackutató Intézet
Visegrádi u. 31.
1132 Budapest

Tel.: (+36-1) 452-3050
Fax: (+36-1) 320-1776
www.gfk.hu
www.facebook.com/gfkhungaria
firm@gfk.com

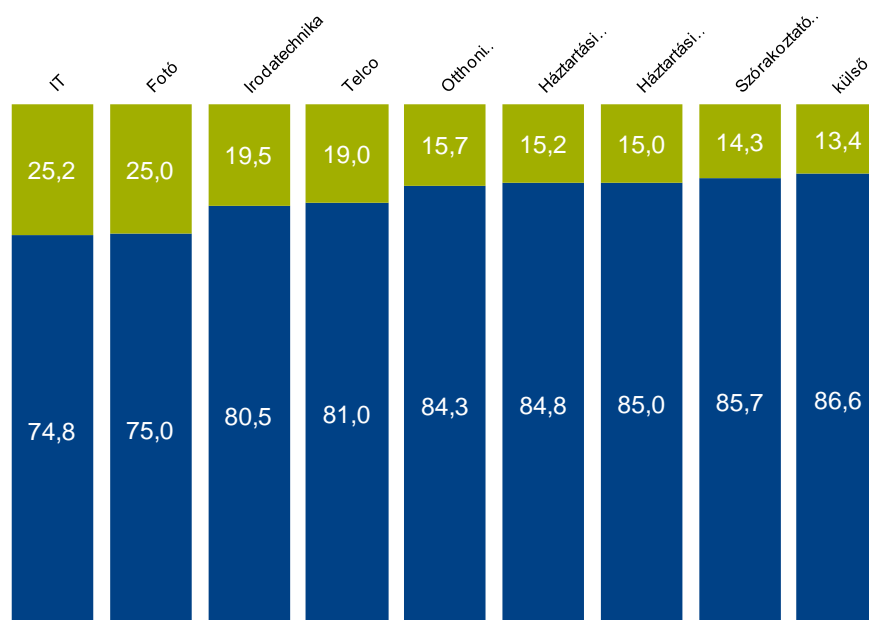
Igazgató:
Kozák Ákos

Európai tendenciákat vizsgálva a műszaki elektronikai termékek körében a fogyasztók számára történő eladások mintegy 18 százaléka történik az interneten keresztül szemben a hagyományos értékesítési csatornák 82 százalékos részesedésével. Az értékforgalmat vizsgálva a csehek állnak az

élen, ahol is az online értékesítés aránya megközelíti a 39 százalékot. E tekintetben Magyarország bár a vizsgált 16 ország top 5-jébe nem fért be, mégis az itt mért 19,3 százalékos online értékesítési aránnyal megelőzi többek között Franciaországot, Ausztriát és a déli államokat is, ahol hagyományosan a személyes üzleti térben zajló eladás játszik jelentős szerepet.

Az **árucsoportok**on belül az online értékesítés arányát vizsgálva európai viszonylatban a GfK azt látja, hogy ez az arány a legnagyobb (25,2 százalék) az IT és a fotótermékek (25 százalék) körében. Az irodatechnikai szektorban az értékesítés közel 20 százaléka, a telekommunikációs termékek kereskedelmének pedig 19 százaléka zajlik a neten.

Az egyes termékcsoportok részesedése a B2C internetes értékesítési forgalomból Európa 16 országában (az adatok százalékban kifejezve)



Forrás: Kereskedelem és Technológia, GfK Hungária

„Ezek a kategóriák – a telekommunikációs szektor eredményei nélkül – 2013-ban Magyarországon kicsivel több mint 50 milliárdos forgalmat generáltak hazai weboldalakon keresztül. Így valószínűsíthető, hogy a magyarok webes költésének összforgalma meghaladja a 200-220 milliárdos becsült forgalmat” – nyilatkozta Sztupár Andrea, Country Manager, GfK.

A GfK-ról

A GfK a világ egyik legnagyobb piacutató vállalata, amely világszerte több mint 100 országban 13°000 szakértővel nap mint nap azon dolgozik, hogy megismerje és megértse az emberek gondolkodás- és életmódját, valamint



vásárlási szokásait. Folyamatos innovációval, a legújabb technológiák és módszertanok alkalmazásával a GfK lehetőséget ad ügyfeleinek, hogy megismerjék a számukra legfontosabbakat: a vásárlókat. A GfK árbevétele 2012-ben elérte az 1,51 milliárd eurót. További információért látogasson el a www.gfk.hu címre.