

Itthon is kaszálnak az online boltok

Másfél hónap alatt annyival nőtt az online vásárlók száma, mint normálisan nyolc hónap alatt szokott. A forgalom 21 százalékkal nőtt.

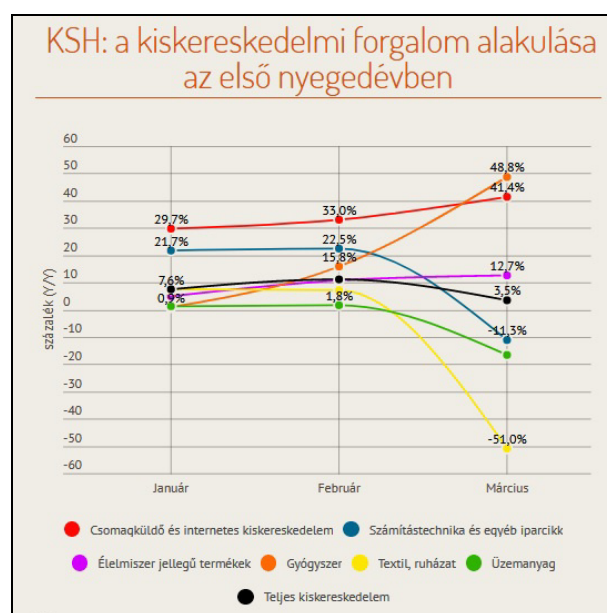


Erős negyedévet zártak a hazai online kereskedők. A járványhelyzet annak ellenére is látványosan hatott a hazai netes kereskedelem teljesítményére, hogy a kormány csak március közepén vezetett be rendkívüli intézkedéseket – írja a GKI Digital a legfrissebb felméréséről kiadott közleményében. A jelenség nem egyedi, mint korábban írtuk, az Amazon online áruházára is kitétték a „megtelt” táblát.

A recesszió ellenére is gyorsul a növekedés

Az e-kereskedők az éve első három hónapjában mintegy 9,9 millió belföldi rendelést teljesítettek bruttó 149,6 milliárd forint értékben. A piac egészére nézve ez rendelési számban 15,9 százalékos, míg értékben 21,4 százalékos bővülést jelent 2019 első három hónapjához viszonyítva. Ehhez az is kellett, hogy több európai országgal ellentétben a magyar kormány nem függesztette fel az online kiskereskedelmet. A piackutató a második negyedévre egyébként még látványosabb, akár 35 százalékos növekedést sem tart kizártnak. Ez azért is figyelemre méltó, mert a KSH adatai szerint magának a kiskereskedelemnek a volumene sokkal kisebb mértékben nőtt márciusban. Az élelmiszer és élelmiszer jellegű termékek forgalma

ugyan 12,7 százalékkal nőtt a teljes kiskereskedelmi szegmensben, de a nem élelmiszer jellegű termékeké csak 0,5 százalékkal (az üzemanyagforgalom pedig 16,7 százalékkal esett vissza).



KSH: hazai kiskereskedelem 2020 Q1
Infogram

Az év második felére a vásárlóerő várhatóan csökken, mivel a gazdasági recesszió miatt az év végéig akár 3–7 százalékkal is csökkenhet a hazai GDP. Az éves online forgalomban növekedése azonban még így is magasabb lesz a tavalyinál, vélik GKI Digital kutatói: piac idén 25 százalékkal nőhet, szemben a tavalyi 16 százalékos bővüléssel.

A növekedés azonban nem általános. Mivel az emberek többségét felkészületlenül érte a járványhelyzet, első körben élelmiszereket, tisztítószereket, vitaminokat, gyógyszereket és egyéb FMCG termékeket, valamint a távmunkához és a digitális oktatáshoz szükséges eszközöket (műszaki cikkek, laptopok, számítástechnikai kiegészítők) kezdték el pánikszerűen beszerezni. Ezt követték néhány hetes csúszással az egyéb, otthonléthez

kapcsolódó termékek – például a bútorok, a kényelmes ruházat, a lakásfelújításhoz, kertrendezéshez szükséges eszközök, valamint sportszerek – iránti kereslet növekedése.

Drasztikusan csökkent ugyanakkor a divatcikkeket, szépségápolási termékeket, fényképezésre, videózásra használható műszaki cikkeket stb. iránti kereslet.

Az online áruházak forgalomműködésének három forrása volt, írják a kutatók. Először is megjelentek olyan vásárlók az online térben, akik korábban hagyományos üzletekben vásároltak. Ez március közepe és április vége között 50 ezer új vásárlót jelent, 2019-ben 8 hónap alatt regisztráltak ennyi új belépőt. Jelenleg mintegy 3,35 millió magyar vásárol rendszeresen online.

Sok vásárló előrehozta a tervezett költségeit. Ez dobta meg például az eredetileg az olimpiára időzített okos TV-k, valamint a jellemzően a tavasz végén beinduló otthon-kert-barkács termékek iránti keresletet.

A harmadik forrást az extra költségek jelentették. Sokan kifejezetten a járványhelyzet miatt beruháztak otthoni munkához/tanuláshoz szükséges számítástechnikai eszközökbe, valamint otthoni spor-

toláshoz, kikapcsolódáshoz (pl. videojátékok), főzéshez stb. szükséges termékekbe.

Egyre többen fizetnek online

Mindez a logisztikai cégeknél is a karácsonyi időszakra jellemző forgalmat eredményezett. Míg az USA-ban az ún. "click and collect" (online vásárlás, majd az összekészített csomag áruházi átvétele) vásárlás a legkedveltebb, Magyarországon a házhoz szállítás és a csomagautomatás átvétel nőtt az utóbbi másfél hónapban, és csökkent az átadópon-
tok szerepe.

Itt nagy volt az átrendeződés: 2019-ben a belföldi rendelések 43 százalékát személyesen vették át (csomagpont, bolti átvétel stb.), idén tavasszal ez áttérődni a házhoz szállítást végző logisztikai cégekhez. Azt azonban nem közölte a GKI Digital, hogy milyen mértékű volt az átrendeződés. A kiszállítás azonban az extra terhelés ellenére viszonylag zökkenőmentes volt többek között a csökkenő városi forgalom, az online előre fizetés és a megrendelők otthon tartózkodása miatt.

Forrás: <https://bitport.hu/itthon-is-kaszalnak-az-online-boltok>

Válogatta: Fonyó Istvánné