

PUBLIKUS RIPOORT

Digitális Kereskedelmi Körkép

2023 / I.

PRESENTED BY:



CREATED BY:

GKID Research & Consulting



Digitális Kereskedelmi Körkép

EGYÜTTMŰKÖDŐ PARTNEREINK:



Bevezető

Előzmények

Az elmúlt három év bonyolult, turbulens időszak volt az e-kereskedelem számára. Míg 2020 a pandémia közvetlen társadalmi hatásai miatt volt nehéz év, mostanra elmondható, hogy az e-kereskedelem végső soron nyertese volt a járvány okozta digitális szintlépésnek.

2021-ben a COVID mellett már a járvány közvetett gazdasági hatásai is éreztették hatásukat, áruhiányt és alapanyag-áremelkedést generálva a kereskedelemben. Ugyanakkor az átmenetileg szűkülő választékok ellenére **2021 is egy fogyasztásban erős, az online értékesítésnek kedvező év volt.**

A globális e-kereskedelem ebben a két évben **hipernövekedést** realizált, mely után minden digitális területen **kódolva volt egy visszarendeződés**, lassulás, hagyományos boltok felé fordulás. **2022-ben** azonban az európai háború, valamint az orosz és ukrán gazdaságok kiesése a világpiacon új, ennél is komplexebb helyzetet teremtett, és **a várt visszarendeződési folyamat mellett hirtelen egy vásárlóerő-csökkenés és rekord magas infláció is nehezítette az online kereskedelem bővülését.**

2022-es eredmények

A magyarországi e-kereskedelmi piac ilyen környezetben 2022-ben mindössze 9,9%-kal bővült, miközben az online értékesítés **kereskedelmen belüli részaránya ismét 10% alá esett (9,6%)**. **Az online rendelések száma** ennél kissé nagyobb ütemben, **11,8%-kal nőtt**, átlépvé ezzel az évi **77,1 millió** darab rendelést.

A külső hatásokra adott vásárlói reakciók **2023 első negyedévében** sem változtattak a magyar online kereskedelem dinamikáján, a magyar piacon működő webáruházak átlagosan **4,8%-os forgalmi növekedést** tapasztaltak az első három hónapban. **A magyar online kereskedők** az elmúlt hónapok nehézségei ellenére összességében pozitívak a 2023-as év kapcsán és **idén átlagosan 10-11%-os forgalmi bővülésre számítanak.**

A növekedési tervek eléréséhez az e-kereskedők leginkább a vásárlói élmény növelésében (felhasználóbarát felületek, szállítási és fizetési megoldások fejlesztése) **és a márkaépítésben látják a lehetőséget.**

A 2020-21-es digitális szintlépést követően tavaly tovább folytatódott a fizetési preferenciák fokozatos eltolódása az elektronikus tranzakciók irányába: 2022-ben az online rendelések 63%-a már elektronikus fizetéssel kerül kiegyenlítésre. A különböző fizetési megoldások közül a legnagyobb részesedése az online fizetésnek van 35%-os részesedéssel, ezt követi a bankkártyás utánvét 28%-kal.

A magyar **webáruházak egyre nyitottabbak a határon túli értékesítésre**, minden 7. már jelenleg is értékesít más országokban is, 12% idén, további 32% pedig néhány éven belül tervez kilépni a nemzetközi piacra. **A nyitás mögötti okok között előkelő helyen van a szűkülő belföldi piac**, ugyanis a hazai kereskedők egyre jobban tartanak a piacterektől, nagy nemzetközi e-kereskedőktől, valamint magyarnak látszó ám valójában külföldről működő szereplők térnyerésétől.



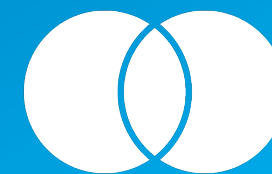
CREATED BY:



Digitális Kereskedelmi Körkép

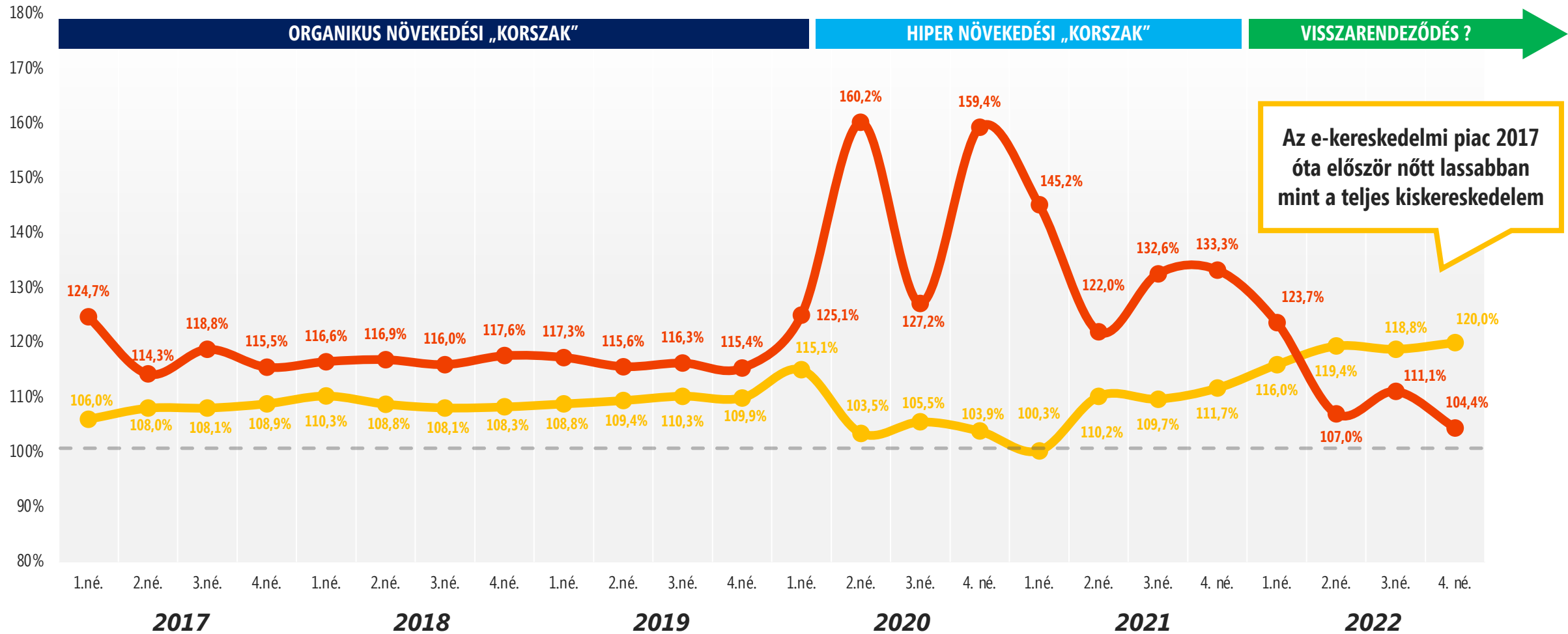
Az e-kereskedelmi piac helyzete

PRESENTED BY:



Magyarország: a teljes és online kiskereskedelem változása értékben

2017 – 2022 (előző év azonos időszaka=100%)



Az e-kereskedelmi piac 2017 óta először nőtt lassabban mint a teljes kiskereskedelem

Kiskereskedelem Online kiskereskedelem*

*Nem tartalmazza az online szolgáltatásokat



A belföldi e-kereskedelem számokban

2022
AZ ONLINE ÉRTÉKESÍTÉS
ARÁNYA A KERESKEDELEMBEN:

9,4%

2022-2023
AKTÍV
WEBÁRUHÁZAK
SZÁMA



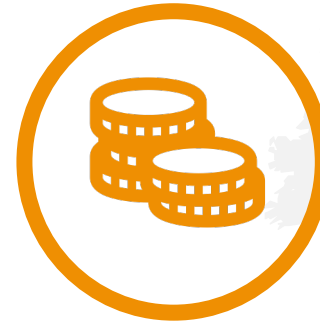
32 ezer db
(-4%)

2022
ÁTLAGOS ONLINE
RENDELÉSI SZÁM



21 alkalom / év
(+13%)

2022
BRUTTÓ ONLINE
KISKERESKEDELMI
FORGALOM



1323 milliárd Ft
(+9,9%)

Nettó 1042 milliárd Ft
Nettó 2,7 milliárd €

2022
BELFÖLDI ONLINE
RENDELÉSEK
SZÁMA

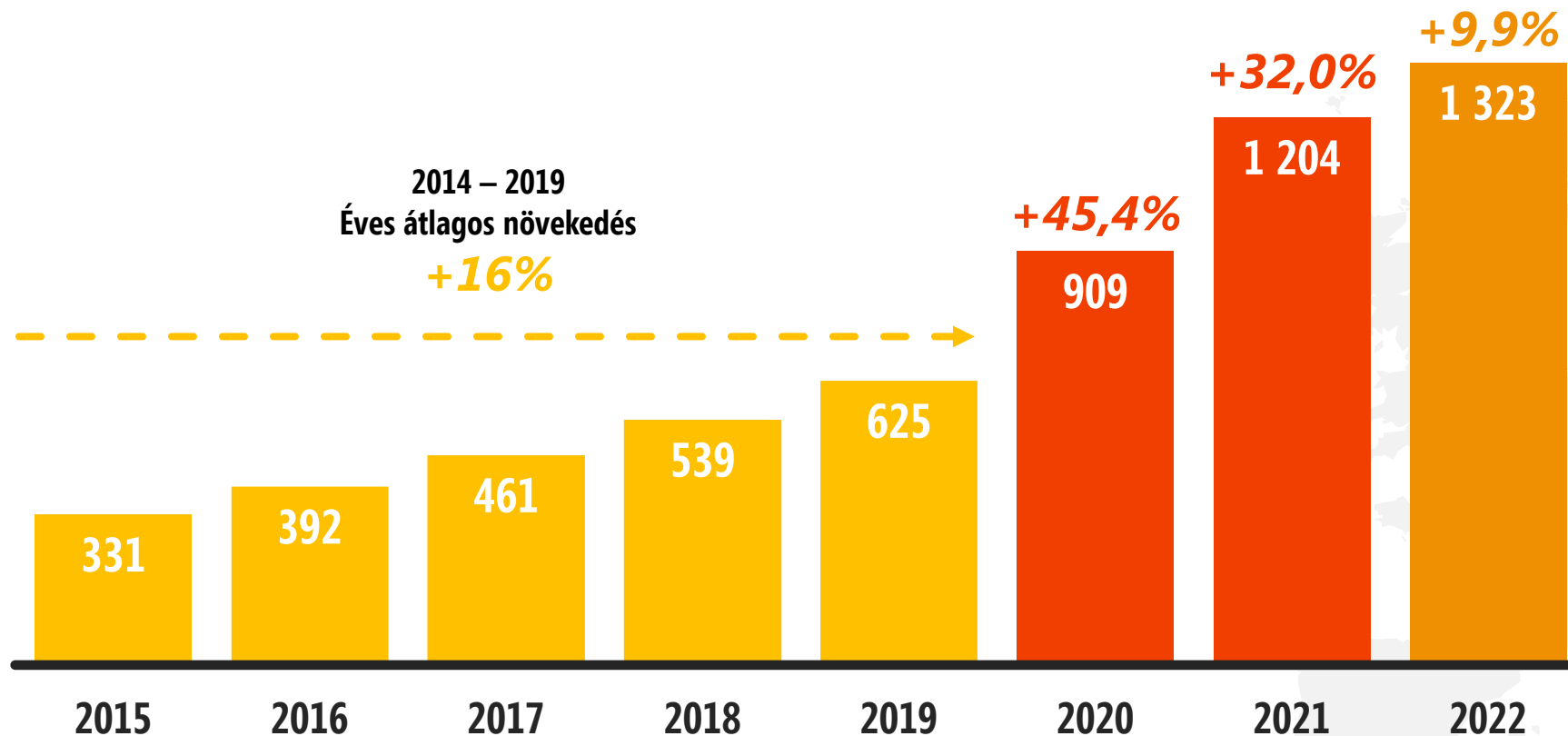


77,1 millió db
(+11,8%)



Az online kiskereskedelmi forgalom alakulása

2014 – 2022 (Milliárd Ft)





CREATED BY:

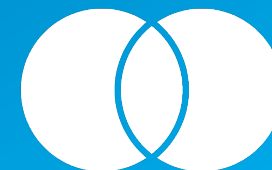


Digitális Kereskedelmi Körkép

Logisztika

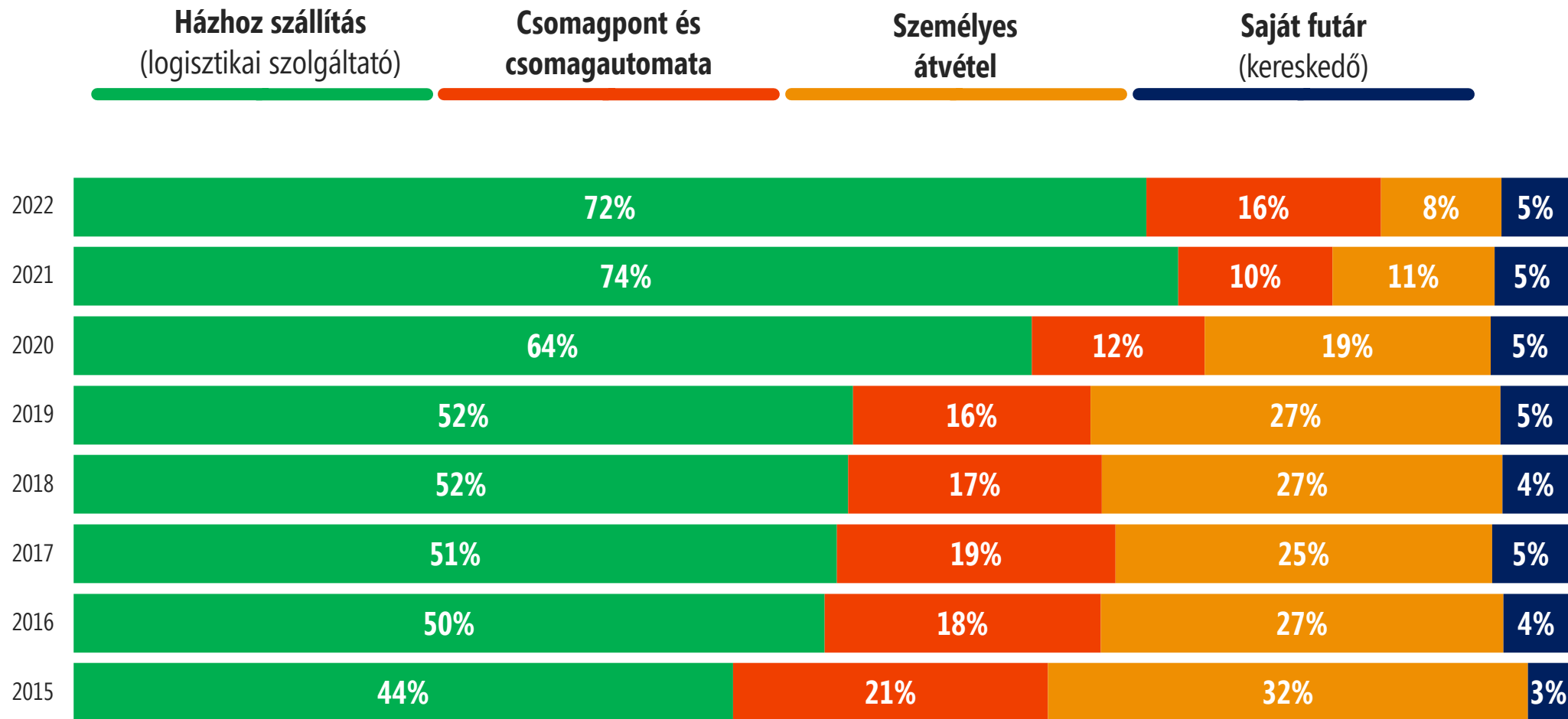
2023 © GKID & Mastercard

PRESENTED BY:



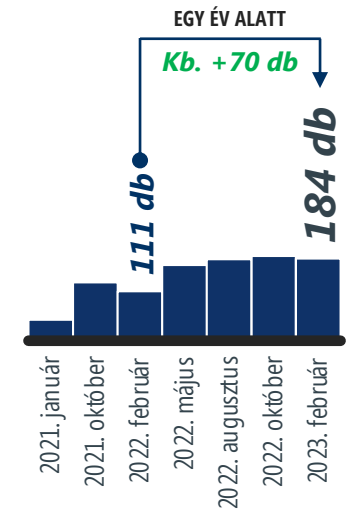
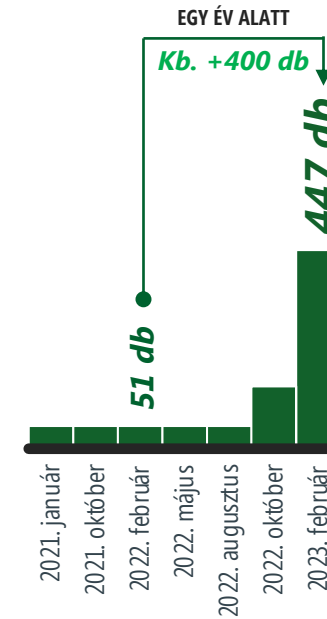
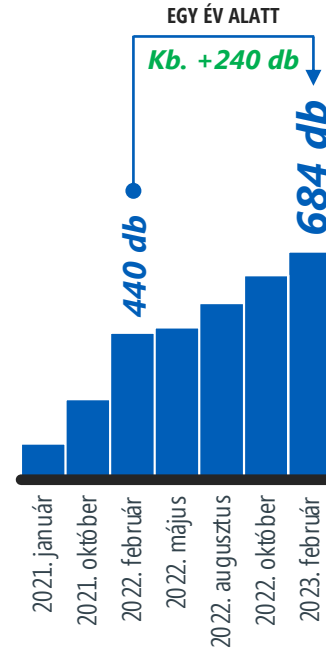
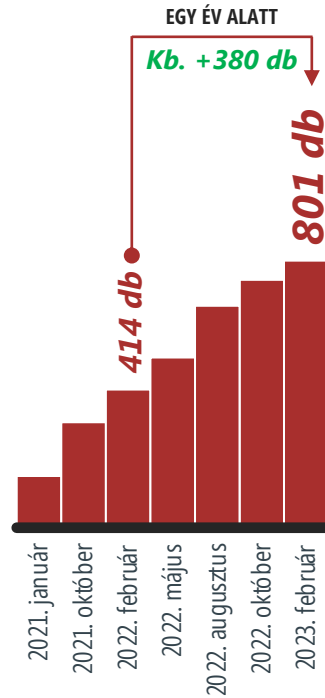
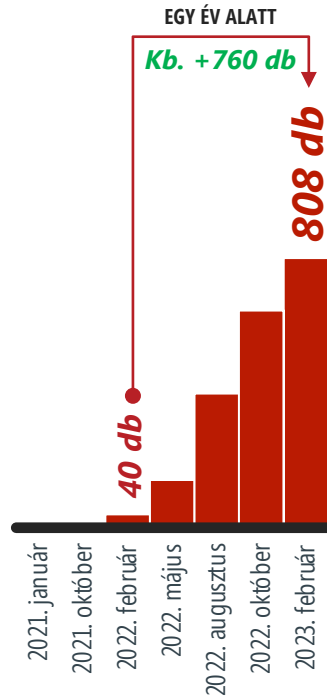
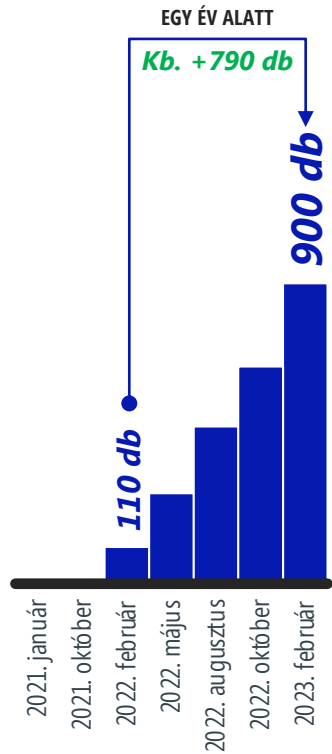
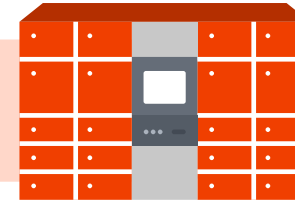
Az online rendelések megoszlása átvételi megoldások szerint

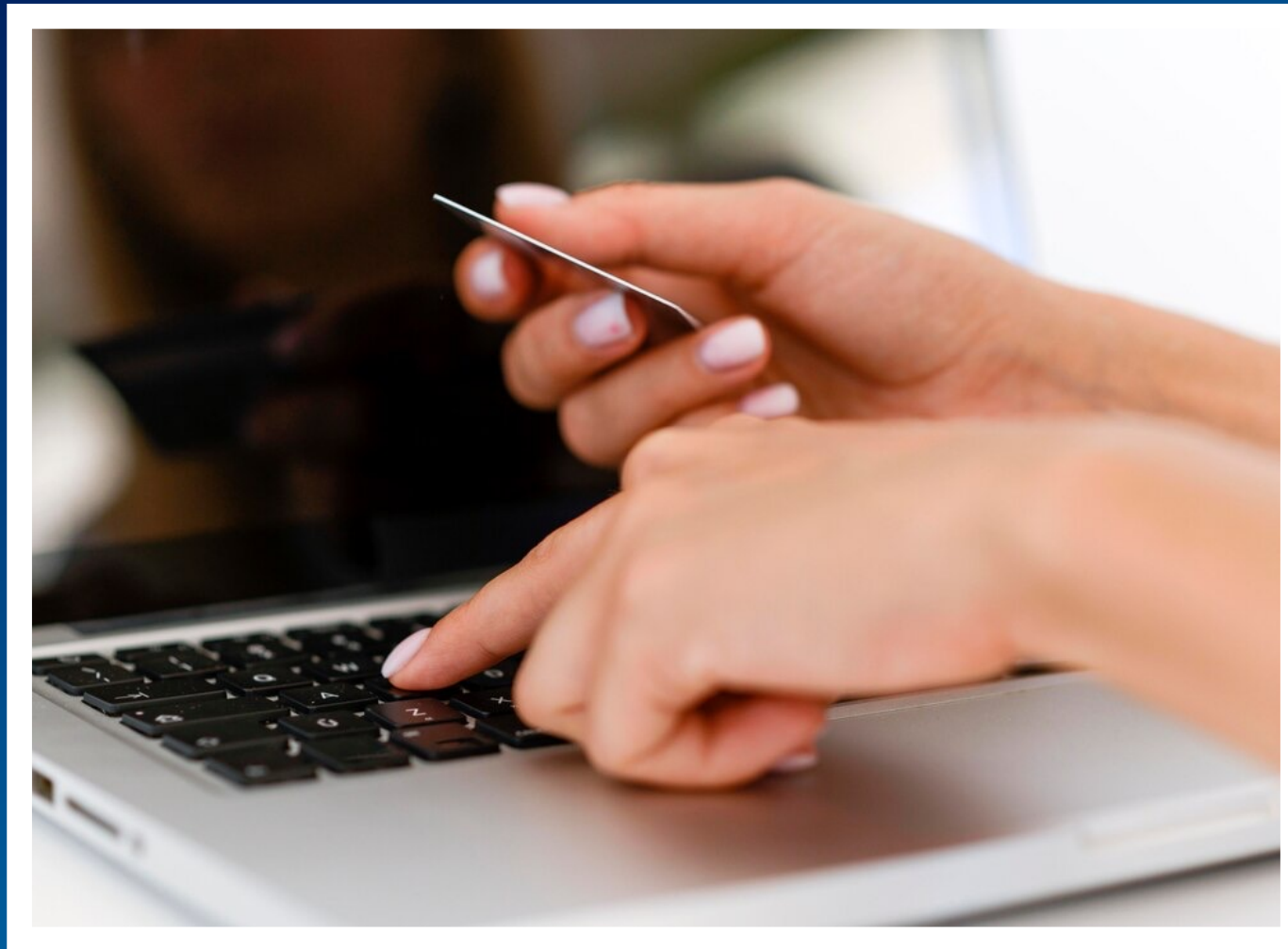
Kézbesítési mód szerint (2015-2022)



Csomagautomaták számának bővülése 2022 vs. 2023

A MAGYAR PIACON ELÉRHETŐ CSOMAGAUTOMATÁK SZÁMA 2023 FEBRUÁRJÁBAN:
3810+ db (melyből az elmúlt egy év alatt +2640 db)





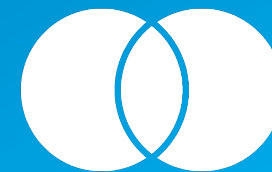
CREATED BY:



Digitális Kereskedelmi Körkép

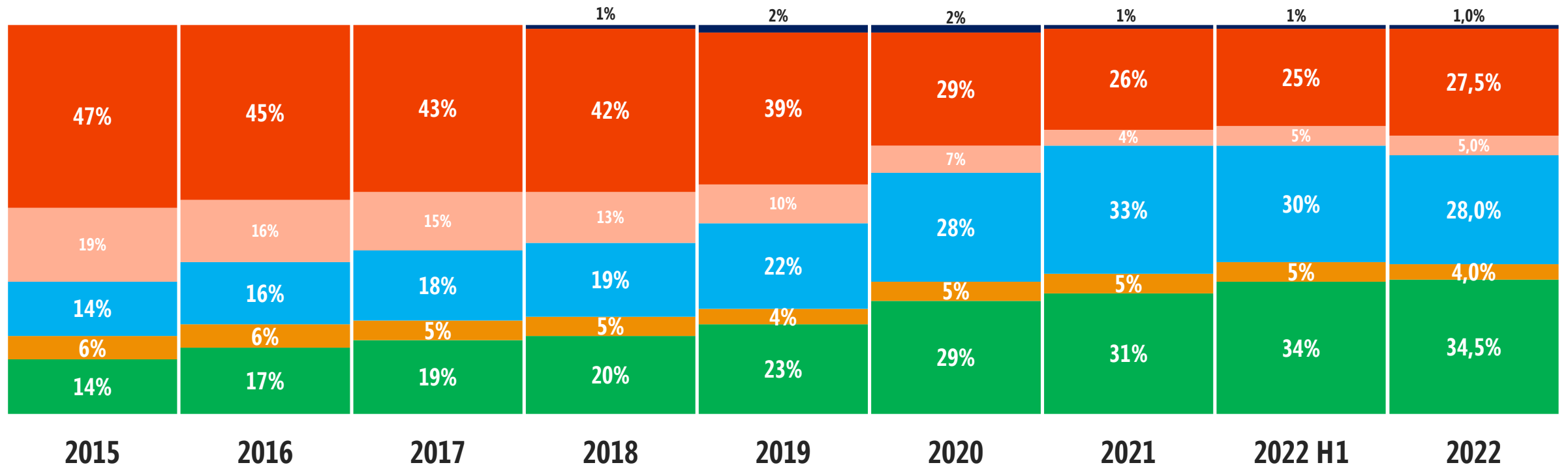
Fizetési megoldások

PRESENTED BY:



Az online rendelések megoszlása fizetési megoldások szerint

Az egyes fizetési megoldások használatának súlya az online kiskereskedelmi tranzakciókban



Online áruhitel

Készpénzes utánvét a futárnál vagy csomagponton

Készpénzes utánvét bolti átvételkor

Bankkártyás utánvét

Banki utalás

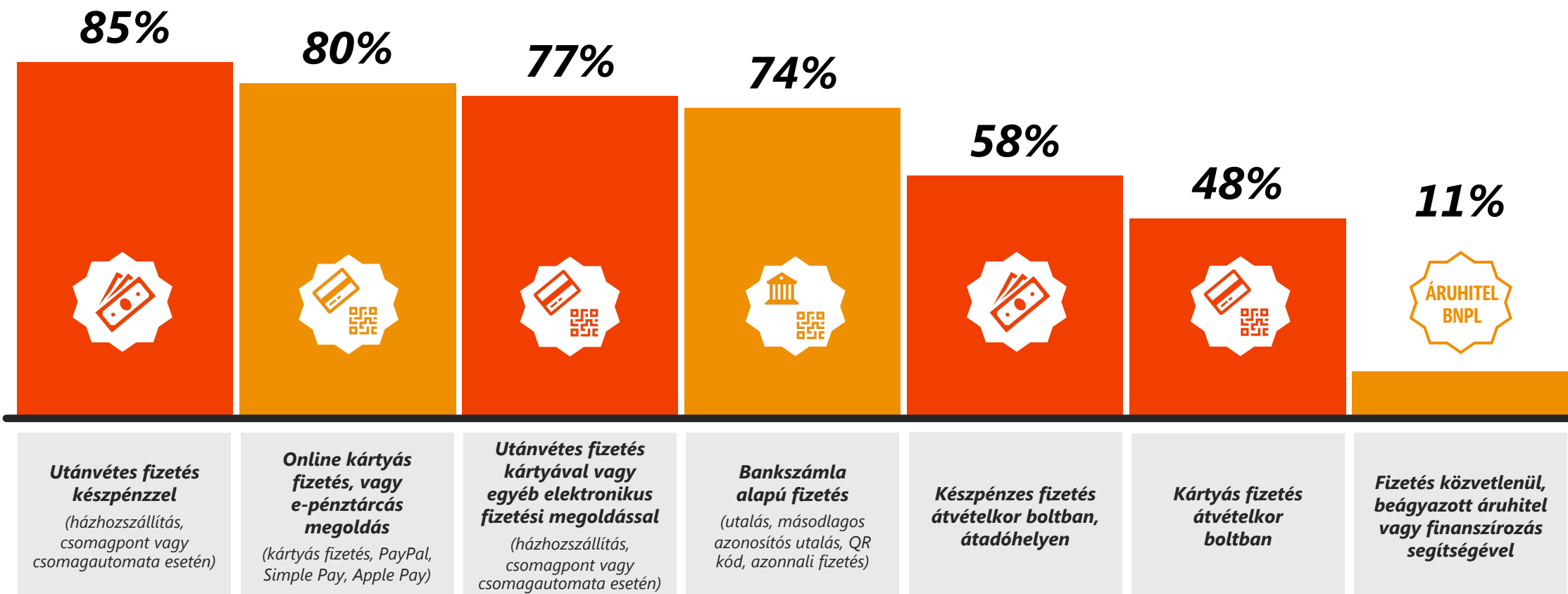
Online fizetés



A magyar webáruházban elérhető fizetési megoldások

A magyarországi webáruházak körében *

Kérdés: A webáruházban mely fizetési módok érhetők el az alábbiak közül?



*A minta méretkategória és szektor szerint reprezentatív a GKID által nyilvántartott, magyar webáruház sokaságra.

Utánvétes fizetési megoldások





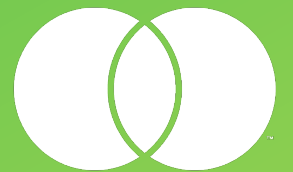
CREATED BY:



Digitális Kereskedelmi Körkép

Határon túli értékesítés

PRESENTED BY:

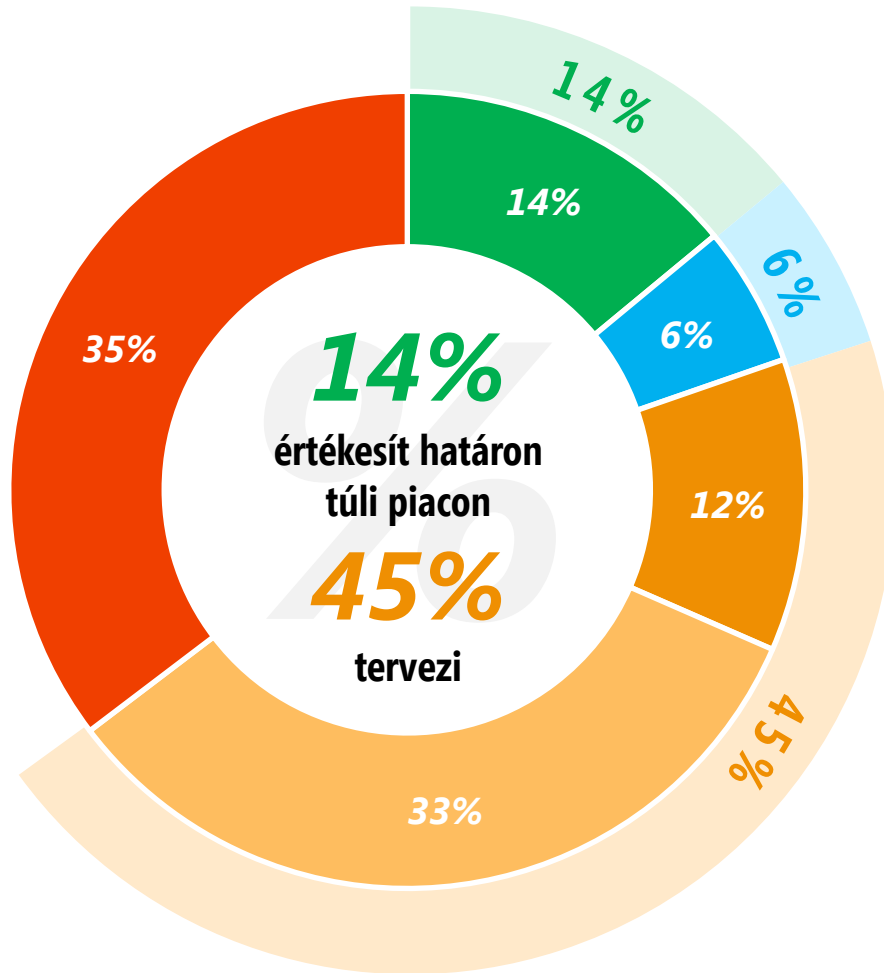


Értékesítés határon túli piacon

A magyarországi webáruházak körében*

Kérdés: Értékesítenek online, üzletszerűen határon túli piacra, piacokra?

*A minta méretkategória és szektor szerint reprezentatív a GKID által nyilvántartott, magyar webáruház sokaságra.



Igen, a magyar webáruház mellett más piacon, piacokon is jelen vagyunk online

Nem, de korábban már próbálkoztunk

Még nem, de tervezzük 2023-ban

Még nem, de tervezzük néhány éven belül

Nem, és nem is tervezzük

Külföldi értékesítés elkezdésének okai

A határon túli piacra értékesítő webáruházak körében*

A webáruházak
14%-a
értékesít
külföldi
piacon

Olyan terméket forgalmazunk, amely más piacokon is jól eladható

53%

Eleve úgy indult a cég, hogy más országban (is) értékesítünk

46%

Nagyobb piac, mint a belföldi

45%

Nem szerettünk volna csak a magyar piactól függeni

42%

Ez jelentette számunkra a növekedési lehetőséget

35%

Olyan kereskedői pozícióban vagyunk, hogy versenyképes árakat tudunk adni más országokban is

33%

Kihívásként tekintettünk rá

30%

Túl kicsi a hazai piac

27%

Fontosnak tartottuk a devizabevételt

20%

Nemzetközi cégháttérrel ez természetes volt

17%

Egyéb

6%

Kérdés: Mi volt az oka, hogy elkezdtek a külföldi értékesítést is?

**A minta méretkategória és szektor szerint reprezentatív a GKID által nyilvántartott, magyar webáruház sokaságra.*





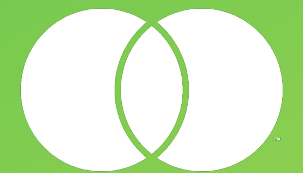
CREATED BY:



Digitális Kereskedelmi Körkép

Piaci környezet

PRESENTED BY:



A webáruházak növekedésének belső, cégen belüli korlátai

A magyarországi webáruházak körében*

Átlagosan
3-4
korlát



A legtöbb webáruház növekedésének belső, cégen belüli korlátait a vásárlási gyakoriság növelése, az új vásárlók szerzése, és a marketing nehézségek jelenti.

Kérdés: Ön szerint a webáruházuk növekedésének mik a belső, cégen belüli korlátai?

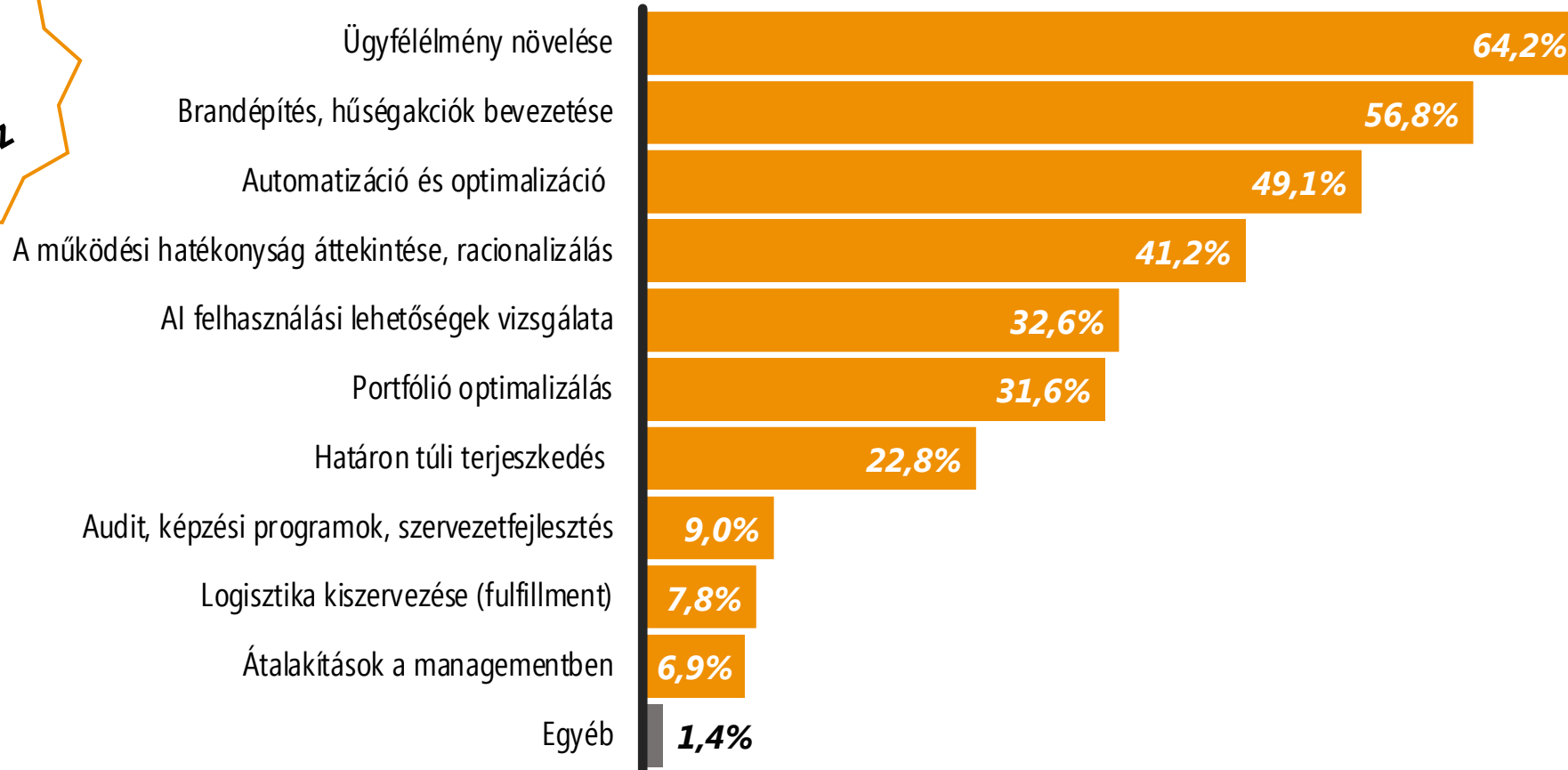
**A minta méretkategória és szektor szerint reprezentatív a GKID által nyilvántartott, magyar webáruház sokaságra.*



Optimalizáció, racionalizáció 2023-ban

Átlagosan
3,2
eszköz

A magyarországi webáruházak körében*



Kérdés: Milyen eszközökkel tervez optimalizálni, racionalizálni 2023-ban, tervez-e hosszú távon megtérülő fejlesztéseket?

**A minta méretkategória és szektor szerint reprezentatív a GKID által nyilvántartott, magyar webáruház sokaságra.*



PUBLIKUS RIPORT

Digitális Kereskedelmi Körkép

2023 / I.

PRESENTED BY:



E-kereskedői kutatás:

GKID-Mastercard „Digitális Kereskedelmi Körkép”

A KUTATÁS MÉRETKATEGÓRIA ÉS SZÉKTOR SZERINT REPREZENTATÍV
A GKID ÁLTAL NYILVÁNTARTOTT, 32 EZRES MAGYAR WEBÁRUHÁZ SOKASÁGRA.

CREATED BY:



GKID Research & Consulting