

Ritka az olyan magyar, aki nem vásárol neten

Egy friss kutatás szerint már érdemben nem nagyon lehet növelni az online vásárlók hazai táborát.



Két éve sem voltak itthon kevesen azok, akik nem féltek vásárlásra használni az internetet. A 2019-es adatok azonban újabb tömegek csatlakozását mutatják, ami egyben azt is jelenti, hogy a potenciális vásárlói tábor növekedésében már nemigen reménykedhetnek a magyarországi ügyfelekre pályázó e-kereskedők.

Eddig-eddig-eddig vagyunk

Az eNet által végzett reprezentatív kutatás frissen publikált adatai alapján hazánkban jelenleg 5,4 millió online vásárló van, ami a teljes felnőtt internetező lakosság 91 százalékának felel meg. A kutatócég éves rendszerességgel vizsgálja az e-kereskedelmben tapasztalható trendeket, így azt is tudjuk, hogy két évvel ezelőtt még „csak” 4,6 millió honfitársunk használta vásárlásra a világhálót. A 2017-es tábor egyébként az akkori netképes felnőtt lakosság 84 százalékát tette ki, azaz egy már meglehetősen érett stádiumú területen sikerült szemmel látható növekedést elérni.

Innentől kezdve viszont már nagy ugrásokra nem lehet számítani, helyette azon érdemes dolgozni a hazai piac szereplőinek, hogy egyre gyakrabban, esetleg egyre nagyobb értékű tranzakciókra csábítsák a hazai közönséget. Egy ilyen terület lehet

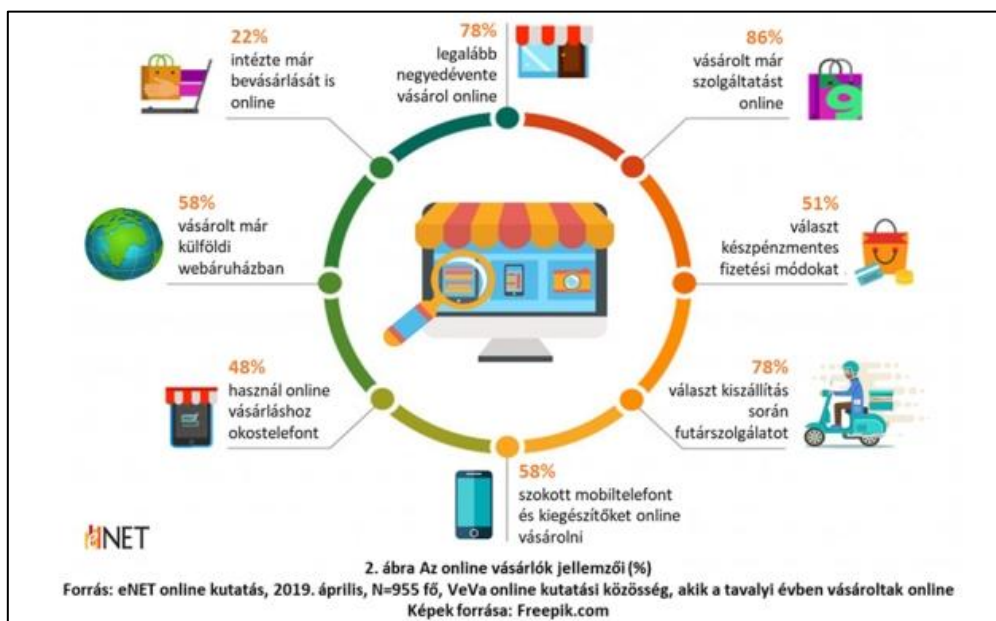
az online bevásárlási szolgáltatások elterjedése. Az egyre több áruházlánc által bevezetett megoldást 1,2 millió magyar vette már igénybe eddig, de itt még bőven van tér a fejlődésre például néhány új szereplő megjelenésével.

A vásárlás gyakoriságát tekintve már most is igen aktívak az e-vásárlók, 78 százalékuk legalább negyedévente szokott online vásárolni. A többség (60 százalék) hat vagy többféle termék kategóriát vesz online, melyek közül a három legkedveltebb kategória a mobiltelefon és kiegészítők (58 százalék); a ruházat és kiegészítők (57 százalék); illetve a játék, ajándék (53 százalék). Szolgáltatások közül – melye(ke)t az e-vásárlók 86 százaléka vásárolt már online –, egyértelműen kiemelkedik a szállásfoglalás (60 százalék).

Érettebbek lettünk

A válaszokból egyértelműen kirajzolódik az a folyamat, amint a hazai vásárlóréteg egyre tudatosabban, bátrabban mozog az internetes áruházak világában. Ez meglátszik az eszközhasználatban is: például a megkérdezettek közel fele már okostelefonján is vásárol. Ugyan papíron még a leggyakrabban használt eszköz továbbra is a laptop (52%) és az asztali számítógép (51%), az okostelefon gyakorlatilag beérte a másik két, tradicionálisabb platformot. Az online vásárláshoz okostelefont használók aránya 2017 májusa óta 30 százalékról 48 százalékra nőtt. Szintén szépen bővült a készpénzmentes fizetési módokat preferálók, illetve a külföldi webáruházból vagy külföldi aukciós oldalon vásárlók aránya.

A korábbi években a fizetési mód kérdése még a rendszeres online vásárlókat is megosztotta: nagyjából egyenlő arányt képviseltek a készpénzmentes, a készpénzes és a mindkét fizetési módot preferálók. Mára azonban megváltozott a helyzet. A készpénzmentes fizetési módokat preferálók egyértelműen többségbe kerültek a készpénzzel fizetőkkel szemben (51, illetve 19 százalék), míg a mindkét típusú fizetési módra nyitottak aránya nagyjából változatlan maradt, 30 százalék.



A korábbi években a fizetési mód kérdése még a rendszeres online vásárlókat is megosztotta: nagyjából egyenlő arányt képviseltek a készpénzmentes, a készpénzes és a mindkét fizetési módot preferálók. Mára azonban megváltozott a helyzet. A készpénzmentes fizetési módokat preferálók egyértelműen többségbe kerültek a készpénzzel fizetőkkel szemben (51, illetve 19 százalék), míg a mindkét típusú fizetési módra nyitottak aránya nagyjából változatlan maradt, 30 százalék.

Bár kiszállítás kapcsán a futárszolgálat dominanciája továbbra is megingathatatlan – 78 százalék választja ezt az átvételi módot –, a futárnál történő kártyás fizetés elérhetőségének terjedésével a

készpénzes utánvét (56 százalék) mellett/helyett a futárnál történő bankkártyás fizetés is egyre népszerűbb (38 százalék), elősegítve ezzel a készpénzmentes fizetési módok terjedését.

A külföldi webáruházban vásárlók aránya is rohamosan nő: a válaszadók 58 százaléka, azaz 3,1 millióan vásároltak már online külföldről. 2017 májusa óta közel 900 ezerrel bővült a külföldi webshopokban (is) vásárlók tábora.

Forrás: <https://bitport.hu/ritka-az-olyan-magyar-aki-nem-vasarol-neten>

Válogatta: Fonyó Istvánné