

## Turbó fokozatba kapcsolta a hazai e-kereskedelmet a pandémia

**A tavalyi forgalom meghaladta a 900 milliárd forintot, ami közel másfélszerese a 2019-es eredménynek.**

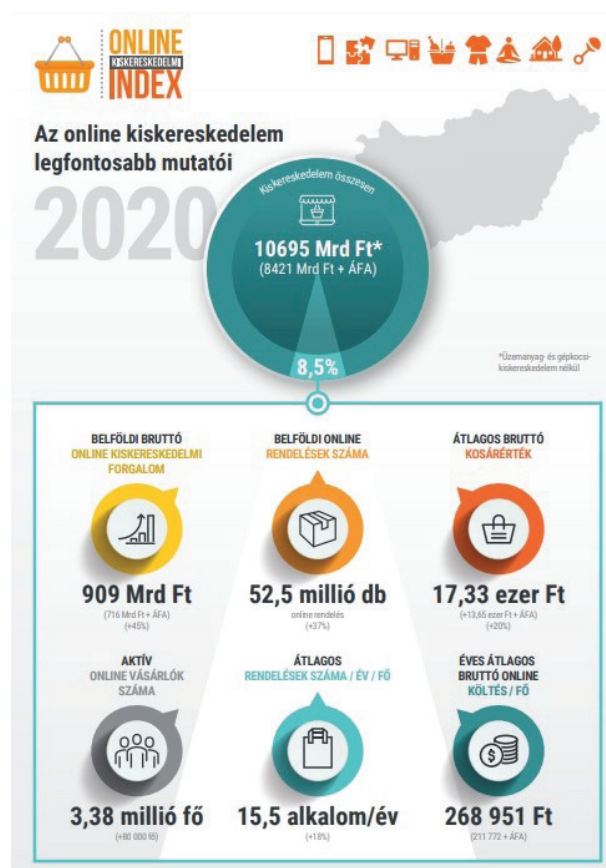


Tavaly ősszel a GKI Digital még úgy saccolta, hogy a koronavírus miatt megugró elektronikus kereskedelem éves szinten akár 30 százalékos mértékben, azaz a korábbi periódushoz képest kétszeres sebességgel bővíthet. Mostanra viszont már megvannak az egész évre vonatkozó számítások is. A kutatócég és az Árukereső.hu frissen publikált elemzése szerint 2020-ban nagyjából három évet ugrott előre a szegmens.

### Túl a 900 milliárdon

A jelentés alapján a belföldi online kiskereskedelmi forgalom 45 százalékos rekord bővülést követően, 909 milliárd forintos forgalmat bonyolított. A kutatás készítői szerint kijelenthető, hogy a kezdetben csak az extra és az átterelt (kényszer) költségek miatt lendületet nyerő online piac tavaly nem csak átmeneti sebességtöbbletet kapott, hanem olyan valós versenyelőnyt, amivel – ha jól gazdálkodik – akár hosszú távon is fenntartható növekedési pályára állhat.

A koronavírus felgyorsította a digitalizációt, szintlépésre kényszerítette a lakosságot, fejlesztésre ösztönözte a kereskedőket és nem utolsósorban átformálta a vásárlói szokásokat, így 2020-ban az online kereskedelem a korábbi évek folyamatos (16-18% közötti) bővülését alapul véve legalább 3 évet ugrott előre a fejlődésben.



Miközben a járvány és a vele együtt érkező intézkedések több ágazatra is kedvezőtlen hatást gyakorolva végigsöpörtek a gazdaságon, addig az online kiskereskedelmi szegmens forgalmát a kialakult járványügyi helyzet és a kényszer okán változó fogyasztói szokások is növelni tudták. A kiemelkedő teljesítmény mögött a szakemberek három fő tényezőt említenek.

Az egyik, hogy a boltbezárások, kijárási korlátozások mesterségesen terelték az online áruházak felé a vásárlókat. Ezzel párhuzamosan a más ágazatból elbocsátott munkaerő szinte azonnal megjelent az online kiskereskedelmet (is) kiszolgáló logisztikai, szállítmányozási szektorban, ami megoldotta a területet évek óta kínzó munkaerő-hiányát. Végül pedig átformálódtak a vásárlási szokások, ami szélesebb vásárlói rétegek számára tette komfortossá az internetes rendelést.

### Kiemelt nyertesek

Az online forgalomnövekedés bajnoka a ruházat és az FMCG, de a műszaki és barkács cikkek iránt is jelentősen megnőtt a kereslet. A home office-ra és a digitális oktatásra való átállás miatt a műszaki és számítástechnikai termékeknél kiugró (35-40%-os) online forgalomnövekedésről lehet beszélni 2020-ban, igaz az első félév az előrehozott és az átcsoportosított (pl.: nyaralásról) költségek miatt nagyobb mértékű növekedést jelentett, mint a második félév.

A barkács eszközök és lakásfelszerelések esetén is jelentős fejlődést hozott a tavalyi év. 2020 legnagyobb nyertese ugyanakkor a ruházati szektor és

az élelmiszereket, illetve a drogériai és a háztartási termékeket magában foglaló online FMCG-szektor volt, utóbbi esetében a forgalom éves szinten 65% felett bővült.

### Már máshogy vesszük át

A megnövekedett rendelésszám mellett a vírushelyzet a kézbesítési és átvételi szokásokat is formálta. Ezzel egyidejűleg – a pandémiától jórészt függetlenül – a legnagyobb kereskedők komoly logisztikai fejlesztésbe kezdtek. Terjedésnek indultak az érintkezés-mentes átvételt lehetővé tevő, önálló üzemeltetésű csomagautomaták, míg mások az akár aznapi kézbesítést is kínáló, saját szervezésű házhoz szállítási szolgáltatást fejlesztették. A kézbesítési-piac igazi nyertesének 2020-ban a futárszolgálatok tekinthetők, mivel a házhoz kért rendelések volumene emelkedett leginkább. A csomagpontok, saját átvételi pontok igénybevétele viszont átmene-tileg csökkent a korlátozásoknak köszönhetően.

Forrás: <https://bitport.hu/turbo-fokozatba-kapcsol-ta-a-hazai-e-kereskedelmet-a-pandemia>

Válogatta: Fonyó Istvánné