

## Drágultak a műszaki árucikkek

Már karácsony előtt megpezdült a tartós fogyasztási cikkek piaca, és az üzletekben azt tapasztalhatjuk, hogy e tendencia az idei év első hónapjaiban is folytatódott. A régóta nem látott keresletre a bútorkereskedők, műszaki cikkek kereskedői ár-emelkedéssel reagáltak.

■ THURZÓ KATALIN

Érezhető növekedésnek indult a tartós fogyasztási cikkek piaca idehaza. A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint például tavaly a termékek értékesítése 13,2 százalékos növekedést ért el 2012 azonos időszakához viszonyítva. A háztartások nagy értékű bevásárlásai az ünnepek után is folytatódtak, és az eladási statisztikák szerint jelentős fejlődés kezdődött a piacon. Ennek köszönhetően a válság legnagyobb veszteséként elkönyvelt – bútorkat, műszaki cikkek, drágább használati eszközöket árusító – üzletek elkezdték ledolgozni a korábbi bevételkiesést.

Saját és olvasói tapasztalat, hogy akadnak olyan lakberendezési áruházak, ahol jószerevével egy gombostűt sem lehetett lecserélni ezekben hetekben. Az egyik leglátogatottabb svéd bútorkereskedőnél a hét végén például a félórás várakozás sem ritka a pénztárnál. Emellett a barkácsláncok, a kertrendezésre, házfelújításra, építőanyagokra szakosodott üzletek sem panaszkodhatnak a vásárlók hiányára ebben az időszakban, ez arra utal, tartósan igénylik a lakossági fogyasztás növekedését. – Úgy tűnik, a keresetek növekedésével egyre többen engedhetik meg maguknak az eddig halogatott értékesebb berendezések megvételét, a ház körül szükséges átalakításokat – jegyezte meg lapunknak Kovács Róbert kereskedelmi szakértő. Hozzátette, az áruházak tavaly év végén még óvatossabb optimizmussal várták a folytatást, de mostanra úgy tapasztalják, a kereslet növekedése tartósan igénylik. Erre a legtöbb kereskedő enyhe áremelkedéssel reagált. A szakértő megfigyelései szerint például a bútorkereskedők mintegy 10-15, míg a műszaki cikkek árusai 10-20 százalékkal drágábban kínálják a tartós cikkek, mint néhány hónappal ezelőtt.

### ■ ARÁNYTALAN A WEBFORGALOM.

Hat ágazat osztozik az online kiskereskedelmi forgalom kétharmadán, ennek döntő részét a hagyományos üzletet is fenntartó webáruházak viszik el – derül ki a GKI Digital és az Árukereső.hu közös kutatásából. A műszaki cikkek, játékok, kulturális termékek, ruházati és sportcikk, valamint a szépségápolási termékek és a lakberendezési tárgyak 2013-as forgalma meghaladta a 133 milliárd forintot, ami 67 százaléka a teljes tavalyi, mintegy 200 milliárd forintot kitevő online kiskereskedelmi forgalomnak. Szakértők szerint a forgalom aránytalan megoszolása annak is tulajdonítható, hogy az érintett termékcsoportok szereplőinek fele viszi a webáruház mellett hagyományos üzletet is, emellett a hazainál alacsonyabb árával dolgozó külföldieknek versenyelőnyük van a magyar piacon.