Itt is jó üzlet a fekete péntek

A vásárlás ünnepén nálunk a háztartási gépek fogynak igazán jól

A csomagküldők alig győzik a munkát a vásárlás ünnepén FOTÓ: EUROPRESS/AFP/LIANG XU

Legalább a webáruházak háromnegyede biztosan csatlakozik a közelgő fekete péntek nevű vásárlási ünnephez. Ez az egyetlen nap is kiemelt forgalmat hozhat nekik, pedig egyébként is felfutóban van az online kiskereskedelmi szektor.

GYÖNGYÖSI BALÁZS

A fekete péntek (Black Friday) a hálaadást követő péntek elnevezése az Egyesült Államokban, ami a karácsonyi bevásárlási szezon kezdetét jelenti. A kifejezés 1966-ban keletkezett, 2009-re használata általánossá vált. Mivel a hálaadás a negyedik novemberi csütörtök, a fekete péntek november 23. és 29. közé esik. Az eseménnyel kapcsolatban *Vámos György*, az Országos Kereskedelmi Szövetség főtitkára a Magyar Nemzetnek elmondta: a hagyomány szerint Amerika kiskereskedőinek ekkor fordul pozitívba a mérlege, s a profitot az év hátralévő részében termelik meg. Rávilágított, hogy míg a tengerentúlon 90 százalékig is elmennek a leárazásban az áruházak, addig nálunk hivatalos felmérés nincs, de a tapasztalatok szerint egyes cikkeket 70-80 százalékos kedvezménnyel is meg lehet kapni, de a megszokott az 50 százalékos akció. *Parragh László*, a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara elnöke lapunknak megjegyezte, hogy nemcsak Magyarország, hanem egész Európa messze van még az Egyesült Államokban, illetve a Távol-Keleten ilyenkor jellemző vásárlási láztól, de nálunk is közeleg a boom. Mint mondta, egyre nagyobb az online kereskedelem szerepe, de egyúttal a szabad árumozgás megfelelő szabályozása is nagyobb fejtörést okoz.

A K&H szerint Magyarországon először tavaly tört ki hatalmas vásárlási láz, amikor az egyik nagy online webáruház Black Fridayt hirdetett. A vásárlások összértéke meghaladta az 1,7 milliárd forintot, a kedvezmények összege pedig az 550 millió forintot. Elsősorban a háztartási gépek, televíziók, mobiltelefonok, tabletek fogytak, valamint a játékok és babafelszerelési cikkek. Tavaly a vásárlások 11 százaléka mobileszközön keresztül történt. A pénzintézet szerint év végén 25 százalékkal megnő a hitelkártyaköltések száma. Míg 2010-ben még a férfiak használtak gyakrabban hitelkártyát, az utóbbi három évben ez a trend megfordult, és inkább a nők költekeznek így. Az átlagos hitelkeret 322 ezer forint. Jellemzően havonta hét-nyolc alkalommal fizetünk hitelkártyával, átlagosan összesen 50 ezer forintot egy hónapban.

Az e-kereskedelemben a fekete péntekkel kezdődik a karácsonyi szezon, miközben a boltzár ellenére vasárnap továbbra sem vásárolunk többet online – derül ki a GKI Digital és az Árukereső.hu közös, Online Kiskereskedelmi Index (OKI) kutatásából. Egyre élénkebbek a hazai webáruházak, a megkérdezettek háromnegyede jelezte, idén nem szeretne kimaradni a november végi akciós időszakból. A külföldi webshopoknál már évek óta alkalmazott marketingfogás lényege, hogy meghatározott időtartamra – általában egy napra – 20–50 százalékos vagy még nagyobb kedvezményeket hirdetnek a kereskedők. A kedvezménnyel vásárolható termékek körét és a kedvezmény mértékét az utolsó pillanatig titokban tartva fokozzák a várakozást, miközben magát az akciót már napokkal korábban népszerűsíteni kezdik.

A fekete péntek terjedése vásárlói szemszögből vitathatatlanul hasznos, hisz minden ilyen kezdeményezés jót tesz az online vásárlás népszerűségének. Másrészről azonban növeli a szakadékot a legnagyobb áruházak és a kis webshopok között, mivel ilyenkor jellemzően a piacvezetők hirdetései uralják a médiafelületeket. Ráadásul a fekete péntek okozta megtöbbszöröződött rendelés- és csomagszám óriási kihívás elé állítja a kereskedők és vevők közé ékelődő logisztikai szolgáltatókat, nem beszélve a látogatószám miatti informatikai túlterheltségről. Ezzel együtt az online kiskereskedelemben a vásárlások száma jellemzően a hét első három napjában a legmagasabb. A legkevesebb rendelésszám továbbra is hétvégén realizálódik, tehát a vasárnapi boltzár eredménye láthatóan nincs hatással a hétvégén leadott rendelések mennyiségére. A kutatás szerint az év első kilenc hónapjában a hat legnagyobb online kiskereskedelmi szektor összesen mintegy 110 milliárd forintos online forgalmat realizált, ami az előző esztendő hasonló időszakához képest 15 százalékos bővülést jelent.

MEGŐRÜLT KÍNA A SZINGLIK NAPJÁN. A fekete péntek kínai verziója immár hat éve a szinglik napja, amit minden évben a 11. hónap 11. napján tartanak meg. Minden rekord megdőlt most szerdán: 14,3 milliárd dollár értékben vásároltak a kínai fogyasztók, ez bő másfélszerese a tavalyinak. A kínai online kereskedelmi óriás Alibaba 2009-ben kezdte el a 11/11-es akcióit. Idén egy nap alatt 130 millió látogatója volt a cég Taoboo applikációjának: másodpercenként 120 ezer rendelést kaptak. Az éjfélkor indított akciók utáni első nyolc percben máris egymilliárd dolláros forgalmuk volt.