

ONLINE KISKERESKEDELMI INDEX

2020 / II.

Az év első 6 hónapja számokban

A KORONAVÍRUS ÁRNYÉKÁBAN

árkereső.hu 

GKI **digital**

2020 © GKI Digital Kutató és Tanácsadó Kft. &
Online Comparison Shopping Kft. Minden jog fenntartva!

Az OKI riport témája

Nem sokkal az Online Kiskereskedelmi Index kutatás idei első fordulójának zárását követően, 2020. március közepén a koronavírus egyik napról a másikra megváltoztatta Európa és Magyarország hétköznapjait.

Az emberek nagy részét teljesen felkészületlenül érte, amikor a járvány hazai megjelenésével szinte egyidejűleg a kormány meghirdette a *#maradjotthon* kampányt, ezért mindenki elkezdte a legszükségesebb élelmiszerek, tisztítószer, távmunkához és otthontanuláshoz szükséges eszközök pánikszerű beszerzését.

Miközben a gazdaság szinte teljesen leállt, a koronavírus miatt kialakult helyzet sebességváltásra készítette az online kereskedelmet.

Milyen eredményekkel zárult 2020 első hat hónapja? Hogyan reagáltak a helyzetre a kereskedők? Az új vásárlók megjelenése és a karácsonyi szezon idéző csomagszámok vajon meddig tartják lendületben az e-kereskedelmet?

– ezekkel az aktuális kérdésekkel foglalkozik az Árukereső és a GKI Digital közös kutatásának idej második fordulója.

Az OKI 2020/II. kutatás készítésének időpontja:

2020. július - augusztus

GKI Digital Kutató és Tanácsadó Kft. & Online Comparison Shopping Kft.

Rekordbővülést hozott a koronavírus az e-kereskedelemben

AZ ÉV ELSŐ HAT HÓNAPJÁBAN BRUTTÓ 355 MILLIÁRD FORINT ÉRTÉKBEN KÖLTÖTTÜNK A HAZAI WEBÁRUHÁZAKBAN

A koronavírus-járvány hatásaként jelentősen megnőtt az online vásárlási kedv, így gyorsult az online kiskereskedelmi szektor növekedése is: az év első hat hónapjában az összesített belföldi online forgalom meghaladta a bruttó 355 milliárd forintot, ami közel 35%-os bővülés 2019 azonos időszakához viszonyítva. Leginkább az élelmiszerek, a drogériai és háztartási cikkek, az otthon, kert és barkács termékek, valamint a számítástechnikai eszközök iránt ugrott meg az online kereslet.

A koronavírus nagyot lendített az első félév forgalmán

A koronavírus online kereskedelemre gyakorolt hatása közvetve már az év első negyedévében is érezhető volt, azonban a járvány hivatalos hazai megjelenését követően, 2020. második negyedévére vált igazán meghatározóvá. Ennek köszönhetően **2020 első félévének online forgalma 34,8%-kal haladta meg a tavalyi év azonos időszakát, elérve a bruttó 355,1 milliárd forintos szintet – ezzel a mögöttünk álló időszak az elmúlt 5 év leggyorsabb növekedését hozta. A félév eredményein belül az első negyedév 21%-os, míg a második negyedév önmagában is impozáns 47%-os bővülést produkált**, ami jócskán meghaladja a GKI Digital korábbi – második negyedévre kalkulált – 34%-os bővüléssel számoló prognózisát.

A növekedést előrehozott, átterelt és előre nem tervezett, extra költségek is gyorsították

Az online szektor látványos növekedését több termék kategória megnövekedett népszerűsége okozta. Bizonyos kategóriák online kereslete kifejezetten a járványhelyzet miatt lendült fel (élelmiszerek, tisztítószeresek, vitaminok, gyógyszerek és egyéb FMCG termékek), míg más kategóriákban a digitális oktatás, távmunka okozott megnövekedett keresletet tavasszal (műszaki cikkek, laptopok, számítástechnikai kiegészítők).

Ahogy teltek a hetek, sorra jelentek meg újabb és újabb igények: az otthonléthez kapcsolódó bútorok, kényelmes ruházat, lakásfelújításhoz, kertrendezéshez szükséges eszközök, valamint sportszerek forgalma nőtt meg. Az online áruházakban az év első felében tapasztalható többletforgalom jellemzően három különböző vásárlói magatartás eredménye:

- **Átterelődés:** a megnövekedett kereslet nagy része a hagyományos üzletekből csatornázódott át – részben az élelmiszerboltokból, másrészt a bezárt, vagy csökkentett munkarendben működő áruházakból.
- **Előrehozott költség:** a forgalom másik része tervezett, de előrehozott vásárlás: ide tartoznak például a különböző szórakoztató elektronikai cikkek (TV-k, játék konzolok, otthoni okos eszközök).
- **Előre nem tervezett, extra költség:** azon része az online vásárlásoknak, melyek valójában pluszt jelentettek a kereskedőknek, mert ha nem jött volna a járványhelyzet, nem kellett volna megvásárolni (ilyenek például az otthoni munkához és digitális oktatáshoz kötődő számítástechnikai eszközök, otthon is használható sporteszközök, továbbá például a jelentős mennyiségben vásárolt vitaminok, fertőtlenítőszeresek, gumikesztyűk és maszkok).

Rekordbővülést hozott a koronavírus az e-kereskedelemben

AZ ÉV ELSŐ HAT HÓNAPJÁBAN BRUTTÓ 355 MILLIÁRD FORINT ÉRTÉKBEN KÖLTÖTTÜNK A HAZAI WEBÁRUHÁZAKBAN

A koronavírus-járvány hatásaként jelentősen megnőtt az online vásárlási kedv, így gyorsult az online kiskereskedelmi szektor növekedése is: az év első hat hónapjában az összesített belföldi online forgalom meghaladta a bruttó 355 milliárd forintot, ami közel 35%-os bővülés 2019 azonos időszakához viszonyítva. Leginkább az élelmiszerek, a drogériai és háztartási cikkek, az otthon, kert és barkács termékek, valamint a számítástechnikai eszközök iránt ugrott meg az online kereslet.

Az online FMCG szektor bővülése a leglátványosabb

A járvány következtében **leginkább az online FMCG szektor tudott bővülni**, az online élelmiszerek, drogériai és háztartási cikkek piaca 2020 második negyedévében – április, május, június során – **+84%-kal növelte a forgalmát** 2019 azonos időszakához mérve.

A napi fogyasztási cikkek mellett **látványos növekedést ért el az otthon, a lakberendezés, illetve a kert és barkács kategóriák termékei iránti kereslet is**. Ez a szegmens év-év alapon **+54%-ot** bővült a második negyedév során.

A legnagyobb bővülés tekintetében **harmadik helyen a számítástechnikai termékek köre zárt**, ennek a szegmensnek a forgalma **+51%-kal** haladta meg a tavalyi év eredményeit.

Jól vizsgázott a logisztikai szektor

Az online rendelések kézbesítésében a megnövekedett csomagszámok mellett az online kézbesítési preferenciák változása okozta a legnagyobb változást 2019 hasonló időszakához képest. A vírus hatására a vásárlók "visszatértek" a házhoz szállításhoz, miközben a csomagautomatákat leszámítva csökkent a csomagponti és személyes átvételek száma és forgalma.

A megnövekedett csomagszám, és a karácsonyt idéző, sőt meghaladó napi volumenek ellenére nem voltak sem a járvány elején, sem a második negyedév során fennakadások a kiszállításokban. Ez többek között annak is köszönhető, hogy az ágazatot évekig sújtó munkaerőhiány, egyik napról a másikra megoldódott és rengeteg kék galléros pozícióból érkeztek a logisztikai cégekhez futár-jelöltek, illetve az otthon tartózkodó ügyfelek és a kiürült utak is nagyban hozzájárultak a sikeres és gyors kézbesítéshez.

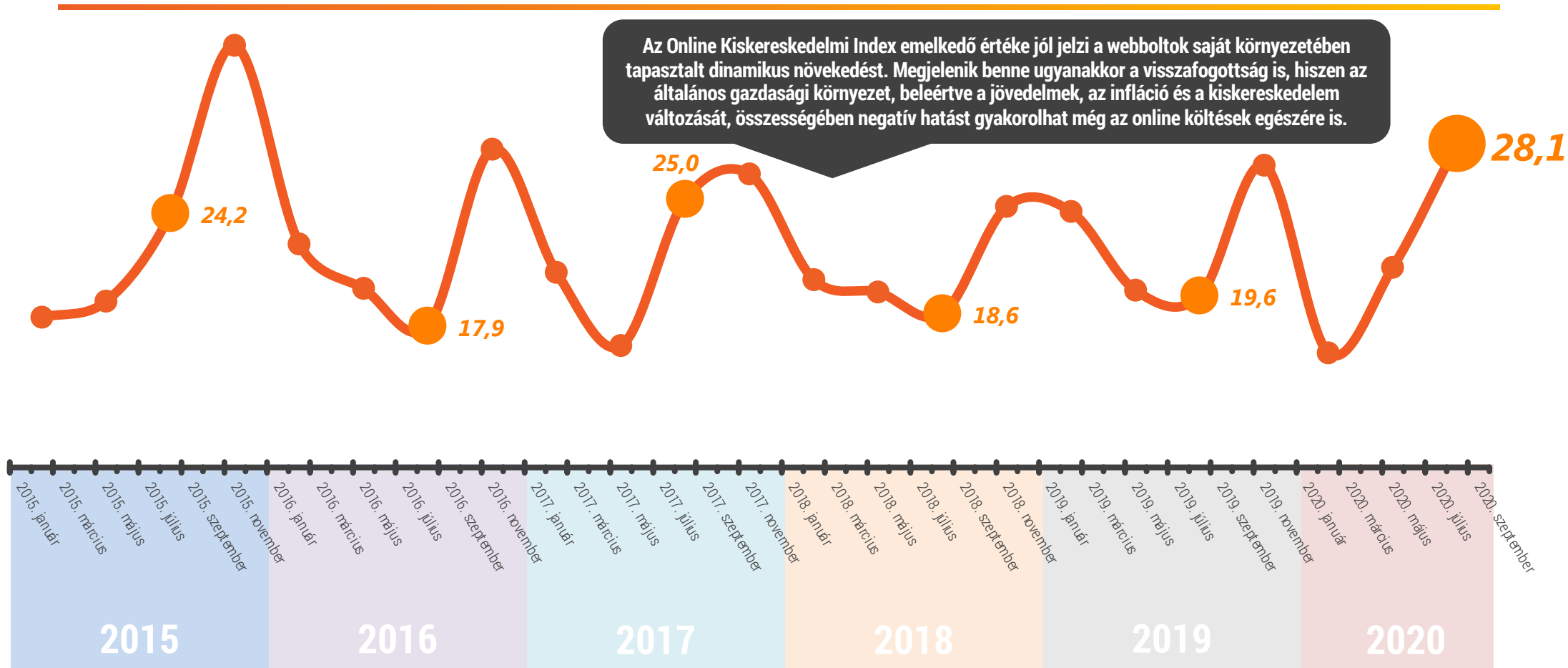
Mivel a futárcegek csomagszortírozó központjaiban több műszakban egyszerre sok száz ember dolgozik, az országot pedig több ezer futár járja címről címre, a logisztikai szereplők még a webáruházaknál is nagyobb felelősséggel vettek részt a járvány elleni harcban. Többek között a csomaglogisztikai ágazat gyors reakciójának és az általuk fejlesztett érintés- és érintkezésmentes csomagátvételi megoldásoknak is köszönhető az online kiskereskedelmi szektor eddigi, látványos bővülése.

Mi lesz az év második felében?

Miután a kormány június második felében megszüntette a veszélyhelyzetet, romlottak a webáruházak konverziós mutatói is, azaz – a tavaszi felfokozott állapotról – csökkent a vásárlási kedv. A GKI Digital jelenlegi várakozásai szerint a harmadik negyedévben már nem várható az előző 6 hónapozhoz hasonló, rekord magas bővülés az online szektorban.

A lakosság általános közérzete, és a szűkülő, kiürülő családi kasszák összességében a teljes piacot tekintve mindenképpen egy visszafogottabb év végi költést vetítenek előre. Ugyanakkor az év hátralevő négy hónapjának forgalma – beleértve a karácsonyi szezon forgalmát is – nagyban függ a koronavírus második hullámának erősségétől, valamint az arra adott kormányzati reakcióktól is: az üzletekre vonatkozó esetleges korlátozások (idősávós vásárlás, nyitvatartások korlátozása), a távmunka és a digitális oktatás újbóli bevezetése a jelenlegi előrejelzésekkel szemben akár nem várt fordulatokat is eredményezhet az online kiskereskedelmi piacon.

Az OKI index értékének alakulása



Az indexet alkotó három attitűd: A következő három hónap üzleti lehetőségei • Elmúlt negyedév eladási pozícióinak megítélése • A gazdasági környezettel kapcsolatos várakozások

Az OKI index módszertana

A GKI Digital – Árukereső.hu OKI indexe egy mérőszám, mely több tényezőt figyelembe véve értékeli az online kiskereskedelem aktuális negyedévéét, figyelembe véve a forgalmat, a gazdasági környezetet, a kereskedők hangulatát, várakozásait. Az index célja, hogy értékével és változásának irányával jelezze a gazdaság, azon belül is a kereskedelem szereplőinek várakozásait, tapasztalatait. Az index attitűdkérdéseken alapul, így annak változása sokkal több információt hordoz, mint nominális értéke.

Az online kiskereskedelmi forgalom alakulása 2020 első félévében

2019 H1 = 100%

2020 H1
BELFÖLDI ONLINE
RENDELÉSEK
SZÁMA



22,26
millió db
(121,6%)

2020 H1
ÁTLAGOS
KOSÁRÉRTÉK



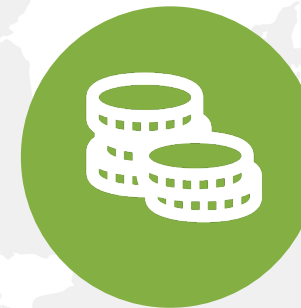
15 955 Ft
(12 563 + ÁFA)
(107,6%)

2020 H1
AKTÍV
ONLINE VÁSÁRLÓK
SZÁMA



3,35
millió fő
(103,3%)








2020 H1
BRUTTÓ ONLINE
KISKERESKEDELMI
FORGALOM



355,1
milliárd Ft
(279,6 + ÁFA)
(134,8%)

Az online kiskereskedelem alakulása (2020 Q1 & Q2)

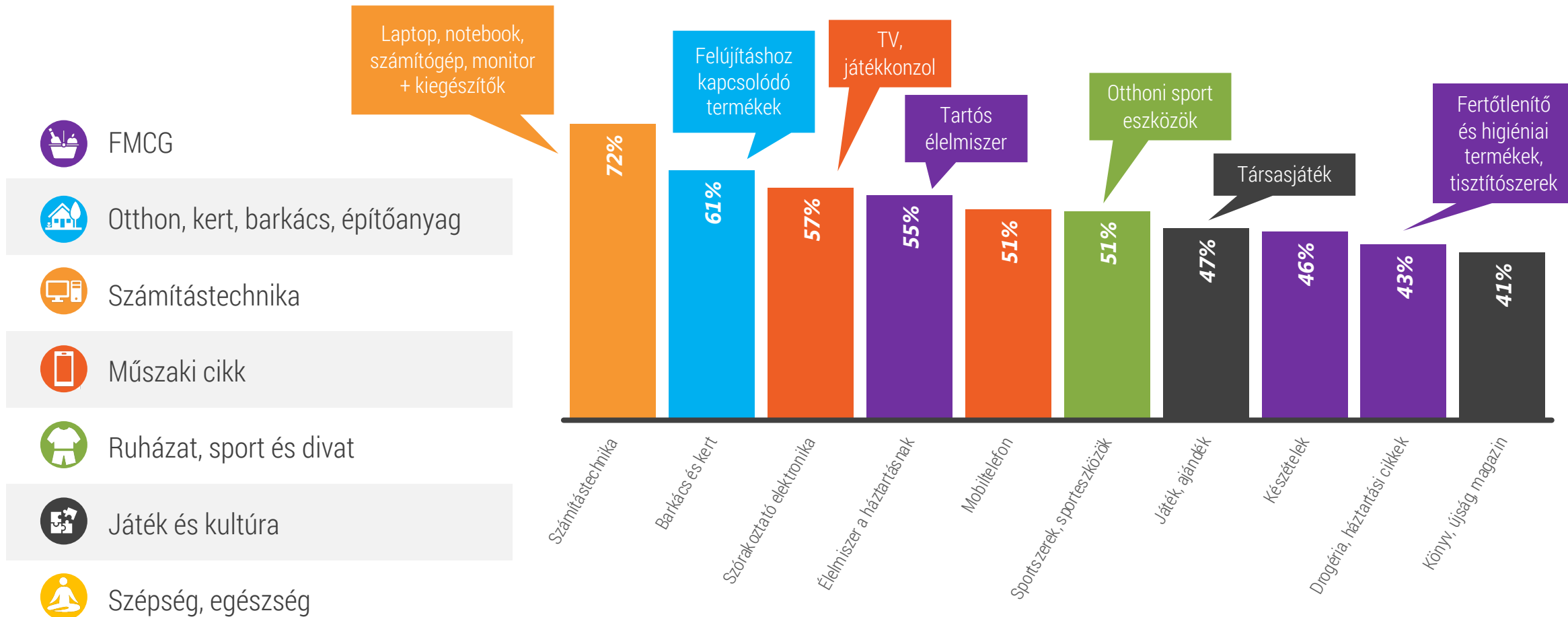
2019 Q1 és 2019 Q2 = 100%

KIEMELT SZEKTOR	FORGALOM BŐVÜLÉSE	
	2020 Q1 / 2019 Q1	2020 Q2 / 2019 Q2
 FMCG	129%	184%
 Otthon, kert, barkács, építőanyag	129%	154%
 Számítástechnika	118%	151%
 Műszaki cikk	120%	148%
 Ruházat, sport és divat	121%	141%
 Játék és kultúra	114%	134%
 Szépség, egészség	120%	126%
PIACI ÁTLAG BŐVÜLÉS	121%	147%

● Piaci átlag feletti bővülés ● Piaci átlag alatti bővülés

COVID-19 hatása a termékkategóriák online forgalmára

KERESKEDEŐI VÉLEMÉNYEK



KÉRDÉS

Véleményezze, hogy az online kiskereskedelmi piac egészére nézve a COVID-19 hatása március-április-május időszakában mely kategóriákban érezte a **kereslet növekedését** vagy épp csökkenését?

ONLINE KISKERESKEDELMI INDEX

A KUTATÁS SZAKMAI HÁTTERÉT ÉS AZ ELEMZÉST BIZTOSÍTOTTA:



A KUTATÁST TÁMOGATJA:



2020 © GKI Digital Kutató és Tanácsadó Kft. &
Online Comparison Shopping Kft. Minden jog fenntartva!