



## Tíz év alatt tízszeresére nőtt a magyar e-kereskedelmi piac

Budapest, 2016. április 8.

**2015-ben 300 milliárd forint fölé emelkedhetett a hazai elektronikus kiskereskedelem B2C forgalma a SzEK.org eNET kutatásain alapuló becslése szerint. A magyarországi internetes kereskedelem követi a nemzetközi trendeket, az amerikai és európai piac mellett itthon is folyamatos a növekedés.**

Bár még javában zajlik a 2015-ös év e-kereskedelmi adatainak összegzése, az előzetes kalkulációk alapján a szakemberek már most növekedésről számolnak be. Az [amerikai piacon a megelőző évhez képest 14,6 százalékos](#) ugrott az internetes kereskedelmi tranzakciókból származó bevétel, míg [Európában a korábbi előrejelzések 12,5 százalékos](#) növekedést becsültek 2015-re. Magyarországon is érezhető ez a dinamizmus, az elmúlt évben több, mint 20 százalékkal, azaz több ezer forinttal nőtt az átlagos kosárérték, ami így elérte a 10 ezer forint fölötti értéket.

A mind szélesebb piacon évről-évre egyre izgalmasabb kérdés, hogy ki nyeri az [Év Internetes Kereskedője Díjat](#), amelyet idén 10. alkalommal adnak át a legjobbaknak. Ezúttal már két kategóriában hirdetnek győztet: a kis- és középvállalatok kategóriában olyan e-kereskedők indulhatnak, akiknek a 2015 évi árbevétele (online és offline) nem haladta meg az egymilliárd forintot, míg a nagyvállalatok kategóriába azok a résztvevők tartoznak majd, akik több mint egymilliárd forintos árbevételt értek el a tavalyi évben.

A nyertesek kiválasztásában a szakmai zsűri mellett a közönség is fontos szerepet kap: a [vásárlók április 7-21. között voksolhatnak kedvenc hazai e-kereskedőikre és nyerhetnek a közönségdíjak közül.](#)

### Magyar e-kereskedelmi trendek

Az [eNET](#) legutóbbi kutatásai szerint a legnépszerűbb, online megvásárolt termékkategóriák a számítástechnikai cikkek, a szórakoztató elektronika, a lakásfelszerelés, a játékok, ajándéktárgyak, de a magyarok egyre bátrabban vásárolnak az interneten ruházati cikket, sportruházatot is.

Az itthoni vásárlók egyértelműen a kényelmet és a gyorsaságot keresik: az e-kereskedők 89 százaléka szállít futárral, de közel kétharmaduk saját fizikai üzletében is átadja a megvásárolt árut. Közel minden tizedik üzlet csomagautomatába is kézbesít. Ma már számos webshop az utánvétel fizetésnél is kínál bankkártyás fizetési lehetőséget, a plasztikot a vásárlók sokszor az átvevőhelyeken, az üzletekben vagy éppen a csomagautomatáknál is használhatják. Így az utánvétellel fizetőknek sem kell lemondaniuk a kártyás vásárlás nyújtotta kényelemről és biztonságról.

## Honnan jöttünk?

Tíz év alatt nem csak a weboldalak megjelenése, hanem a felhasználók attitűdje is sokat változott. A webáruházak tervezésénél egyre nagyobb szerepet kap a UX (user experience design, vagyis a felhasználói élmény) és a UI (user interaction design), amelyek a felhasználók minél jobb megértését, céljait és weboldalhasználati szokásait kutatják, hogy az így szerzett tapasztalatokat felhasználva minél okosabb oldalak készülhessenek. A vásárlások során az asztali számítógépek mellett egyre nagyobb szerepet kapnak az okostelefonok, illetve a tabletek is, amelyek használata alapjaiban írja át a keresési és vásárlási szokásokat. A sikeres, nagy forgalmat bonyolító e-kereskedelmi oldalaknak követniük kell a fogyasztói igények és szokások változását ahhoz, hogy új vásárlókat szerezzenek, illetve képesek legyenek a régieket megtartani és visszacsábítani. Ezen a téren az egyik legfontosabb trend, hogy a fogyasztók egyre több időt töltenek okostelefonjukon nem csupán a tökéletes termék, hanem az ideális kereskedő kiválasztásával, illetve online vásárlással is.

## Merre tartunk?

Évről évre nagy kihívás előtt állnak a hazai online kereskedők, hiszen nem csak az országspecifikus jogszabályok, hanem a külföldi weboldalakon szocializálódott felhasználók igényei is folyamatos fejlesztésre kényszerítik őket. Világszinten az e-kereskedelem élmezőnyébe tartozó Amazon, eBay és társaik, valamint az ezekhez kapcsolódó, long tail elven működő ajánlórendszerek folyamatosan arra sarkallják a magyar webáruházak üzemeltetőit, hogy lépést tartsanak a technikai fejlődéssel és folyamatosan mérjék eredményeiket, majd optimalizálják rendszereiket.

Magyarországon is megjelentek már olyan megoldások, amelyek az online vásárlók új csoportját szólíthatják meg. Ilyen többek között a MasterCard globális digitális fizetési szolgáltatása, a MasterPass, amely minden eddiginél kényelmesebb fizetést tesz lehetővé az internetes vásárlásoknál.

„A mai digitális korban mindenhol okoseszközök vesznek körül minket, részesei lehetünk annak a folyamatnak, ahogy a fizetési eszközeink átalakulnak” – mondta Eölyüs Endre, a MasterCard Magyarországért és Szlovéniáért felelős igazgatója. „A MasterCard célja, hogy a fizetés kényelmét biztosító digitális megoldások fejlesztésével elősegítse ezt a folyamatot. A magyar piac rendkívül fontos számunkra, és meg vagyunk győződve arról, hogy a helyi szereplők gyorsan alkalmazkodnak a változáshoz, amelynek következtében a hazai e-kereskedelem még a korábbinál is nagyobb fejlődést mutat majd.”

## Kapcsolat

Hadobás Nóra /Noguchi Porter Novelli

+36309222077 / nhadobas@noguchi.hu

Szövetség az Elektronikus Kereskedelemért Közhasznú Egyesület – [www.szek.org](http://www.szek.org)

Kapcsolat: Kis Bernadette, alelnök | +36-20-9179-539 | [kis.bernadette@szek.org](mailto:kis.bernadette@szek.org)

## SzEK.org – a szervezőről

A [Szövetség az Elektronikus Kereskedelemért Közhasznú Egyesület](#) tagjai vállalkozások, intézmények, szervezetek és magánszemélyek, amelyek tevékenysége az e-kereskedelemhez kapcsolódik, így valamilyen okból fontos számukra az elektronikus kereskedelem fejlődése. A SzEK.org olyan szakmai tevékenységeket folytat, amely elsősorban a hazai e-kereskedelmi piac fejlődését, jogszerű működését és a működési feltételek javítását szolgálják.

Az [Év Internetes Kereskedője Díj](#) közönségsvavazása a vásárlók és a webáruház-üzemeltetők szempontjából is jó lehetőséget teremt a hazai legjobbak bemutatására, a sikeres praktikáik megosztására. A díj főtámogatója a [MasterCard](#), támogatói a [Next Wave](#), a [Testbirds](#), az [Extreme Digital](#), a [Bookline](#), a [Szállítás.hu](#), a [Magyar Posta](#) és a [Profiles Hungary](#).