

A Magyar Telekom e-kereskedelmi teljesítménye 2021

KIVONAT

A Magyar Telekom adatai
és a **GKID** forgalmi modellezése, kutatása alapján
a riportot a **GKID** készítette



Momentum

2022 márciusában, két évvel az első magyarországi COVID-19 korlátozások megjelenése után az online kiskereskedelem – két sikeres és erős évet zárva – továbbra is lendületben van.

A járvány első évében, 2020-ban még elsősorban a hirtelen jött korlátozások, az online áruházakba áttért extra költségek, valamint a vírustól való félelem erősítette a szektort, éves szinten +45%-os forgalombővülést eredményezve.

Ezzel szemben 2021-ben, a COVID második évében az e-kereskedelmet már nem a járvány közvetlen hatásai segítették, hanem a változó fogyasztói szokások: sokkal természetesebbé, ezáltal pedig rendszeresebbé vált az online vásárlás.

Ugyanakkor az e-kereskedelem felfutásával párhuzamosan – a járvány egyenes következményeként – olyan gazdasági folyamatok indultak el, melyek hatására az emberek jobban meggondolják vásárlásaikat.



A magyar e-kereskedelem legfontosabb mutatói 2021-ben

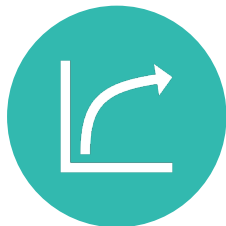
2021
KISKERESKEDELEM ÖSSZESEN

13 732 Mrd Ft*
(10 813 Mrd Ft + ÁFA)

10,4%

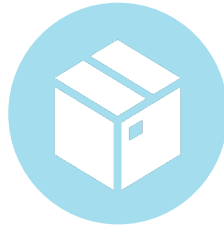
*Üzemanyag-
és gépkocsi-
kiskereskedelem nélkül

2021
BELFÖLDI BRUTTÓ
ONLINE KISKERESKEDELMI
FORGALOM



1 203 Mrd Ft
(947 Mrd Ft + ÁFA)
(+32%)

2021
BELFÖLDI ONLINE
RENDELÉSEK
SZÁMA



68,9 millió db
online rendelés
(+31%)

2021
ÁTLAGOS
BRUTTÓ
KOSÁRÉRTÉK



17,46 ezer Ft
(+13,75 ezer Ft + ÁFA)
(+0,8%)

2021
AKTÍV
ONLINE VÁSÁRLÓK
SZÁMA



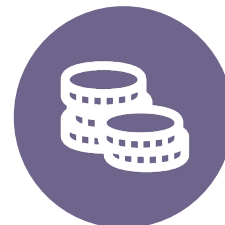
3,7
millió fő
(+195 000 fő)

2021
ÁTLAGOS
RENDELÉSEK
SZÁMA / ÉV / FŐ



18,6
alkalom / év
(+20%)

2021
ÉVES ÁTLAGOS
BRUTTÓ ONLINE
KÖLTÉS / FŐ



324 830 Ft
(255 772 + ÁFA)

A Magyar Telekom 2021-es online eredménye

A Magyar Telekom 2021 során összességében 22,6%-kal növelte online kiskereskedelmi eladásainak értékét.

A vállalat piaci részesedése a teljes online kiskereskedelmen belül 2,3%, amivel továbbra is az egyik legnagyobb hazai online szereplőnek számít.



1.
LEGNAGYOBB
ONLINE KERESKEDŐ
MOBILTELEFON & TABLET
KATEGÓRIA



5.
LEGNAGYOBB
ONLINE KERESKEDŐ



ONLINE TERMÉK RENDELÉSEK SZÁMA:

193 ezer db (-8%)

A Telekom termékkategóriáinak forgalmi súlya

A kategória teljes, belföldi online kiskereskedelmi forgalmán belüli súly



A Magyar Telekom online piaci pozíciói 2021-ben

Belföldi, nettó, online kiskereskedelmi forgalom szerint (2021)

ONLINE PIACI POZÍCIÓ*

MAGYAR TELEKOM
TELJES ONLINE



5.

SZÓRAKOZTATÓ
ELEKTRONIKA



9.

(TV termékkör esetén 6.)

MOBILTELEFON
& TABLET



1.

SZÁMÍTÁS-
TECHNIKA

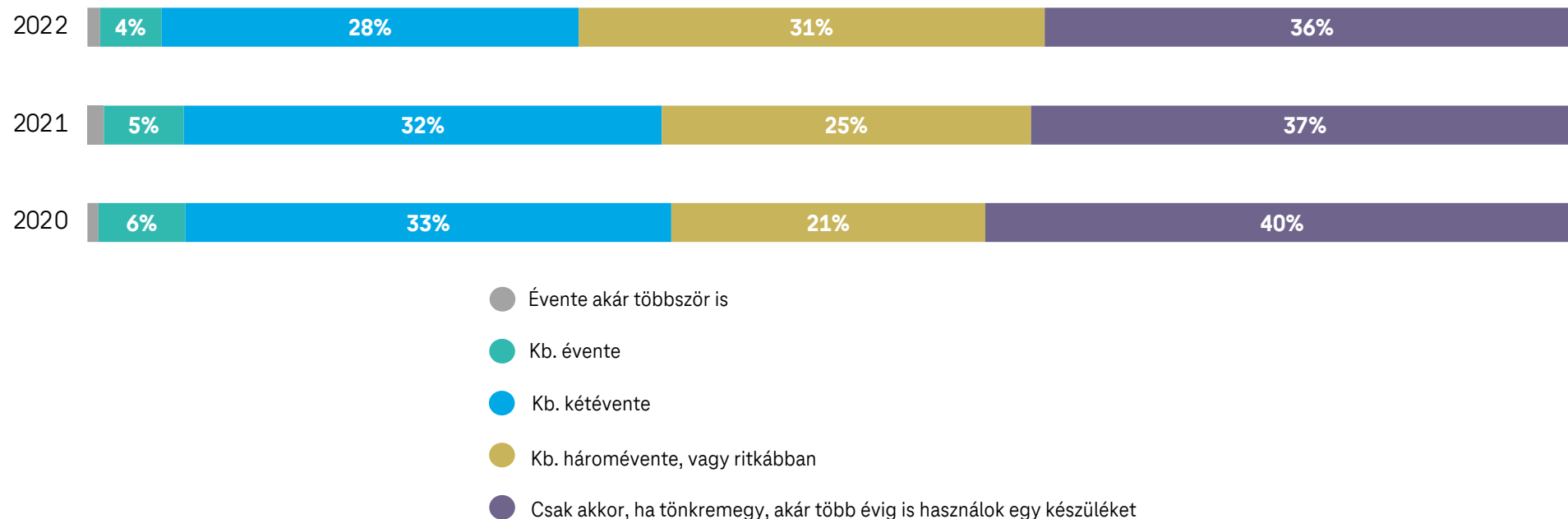


10.

A mobiltelefon-csere gyakorisága

A mobiltelefonnal rendelkezők körében

KÉRDÉS: Milyen gyakran cseréli mobiltelefonját? Kérjük, az Ön által használt, vagy Ön által is kezelt (pl.: gyerekek) készülék(ek)re gondoljon!



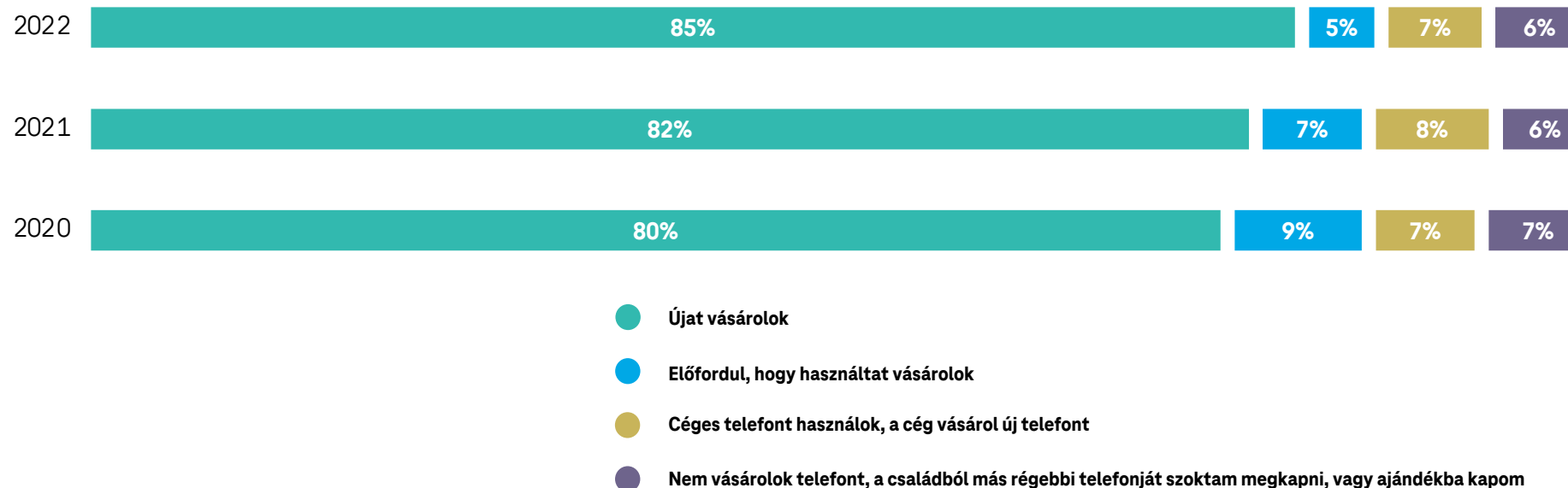
A mobiltelefon cserét a legtöbben még mindig akkor kezdeményezik, ha az épp használatban lévő készülék tönkremegy, ami akár több éves használatot is jelenthet.

Az egy évvel korábbi felméréshez képest továbbra sem jellemző, hogy a vásárlók évente akár többször is, vagy kb. kétévente cserélnék készüléküket. Az elmúlt egy évben jellemzően nőtt a telefonjaikat ritkábban cserélők köre, ezzel is csökkentve a várható eladási volumeneket, mely nem csak az online csatornákat érinti.

A mobiltelefon cseréjének módja

A mobiltelefonnal rendelkezők körében

KÉRDÉS: Hogyan cseréli a mobiltelefonját?



Ha mobiltelefon-cserére kerül sor, a legtöbben (85%) új készüléket vásárolnak. Az elmúlt 3 évben arányuk folyamatosan nőtt, azaz, összességében kismértékben ritkábban, de inkább már új készüléket vásárolunk, a használtan vásárolt készülékek aránya folyamatosan csökkent az elmúlt években.



Az elemzést és a riportot a GKI Digital készítette



gkid Research & Consulting Kft.

1082 Budapest, Futó utca 37-45.

www.gkidigital.hu