



Fizetési trendek az e-kereskedelemben idehaza Megtörhető az utánvét hegemóniája?

Rövidített, publikus verzió

Pintér Róbert



Kínálati oldali felmérés

**Magyarországon működő, online kiskereskedelemmel
foglalkozó cégek működésének vizsgálata**

A 2015. évi *kínálati* oldali kutatásról

Ez a prezentáció az eNET 2015 tavaszán webáruházak körében készített kutatásának néhány eredményét mutatja be.

- ❖ **A kutatás célja:** Magyarországon működő, online kiskereskedelemmel foglalkozó cégek* működésének vizsgálata.
- ❖ **A kutatás tárgya:** magyar nyelvű honlappal rendelkező, kiskereskedelmi tevékenységet végző webáruházak vizsgálata.
- ❖ **A kutatás módszertana:** Online kérdőívvel történő adatfelvétel, valamint a kiemelt piaci szereplők esetén személyes megkeresés a minél teljesebb piaci kép érdekében. A kérdőíveink 3923 webáruházhoz jutottak el.
- ❖ **A kutatás időtartama:** 2015. április-május
- ❖ **Az adatok egy része a 2014. évre, másik része pedig az adatfelvétel pillanatára (2015 tavasz) vonatkozik.**

*A kutatásban nem szerepelnek az online értékesített szolgáltatások!

Fizetési módok a webáruházaknál



A **2015. májusi online éves kiskereskedelmi kutatásban** a korábban alkalmazott fizetési mód kategorizálásokhoz képest némileg **eltérő osztályozást alkalmaztunk**. A korábban **összevontan utánvétként szereplő kategória helyett „utánvét során készpénzes” és „utánvét során bankkártyás fizetési módokat” használtunk**. Összevonásra került a hazai és külföldi közvetítőn keresztüli kategória. Emellett pedig teljesen új kategóriaként jelent meg a partnernél, átvételi ponton történő fizetés. Ebből kifolyólag az idősoros adatok előállítására csak korlátozottan kivitelezhető.

KORÁBBAN ALKALMAZOTT KATEGÓRIÁK

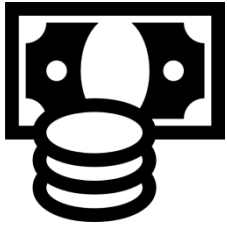
- Utánvét
- Készpénzes fizetés a boltban vagy a partnernél
- Bankkártyás fizetés a boltban vagy a partnernél
- Internetes bankkártyás fizetés
- Banki átutalás (Sofort is)
- Hazai közvetítőn keresztül (pl.: Abaqoos)
- Külföldi közvetítőn keresztül (pl.: PayPal)
- Hazai mobilszolgáltatón keresztül (pl.: MobilVásárlás, MasterCard Mobile)*
- Egyéb módon

JELLEN KUTATÁSBAN ALKALMAZOTT KATEGÓRIÁK

- Utánvét során készpénzes fizetés
- Utánvét során bankkártyás fizetés
- Készpénzes fizetés a boltban
- Bankkártyás fizetés a boltban
- Fizetés a partnernél, átvételi ponton (Pick Pack Ponton, PostaPonton, csomagautomatánál)
- Internetes bankkártyás fizetés
- Banki átutalás (Sofort is ide tartozik)
- Online fizetési közvetítőn keresztül (PayPal, PayU stb.)
- Online mobiltelefonos fizetési alkalmazáson keresztül (MasterCard Mobile, OTPay)*
- Egyéb módon

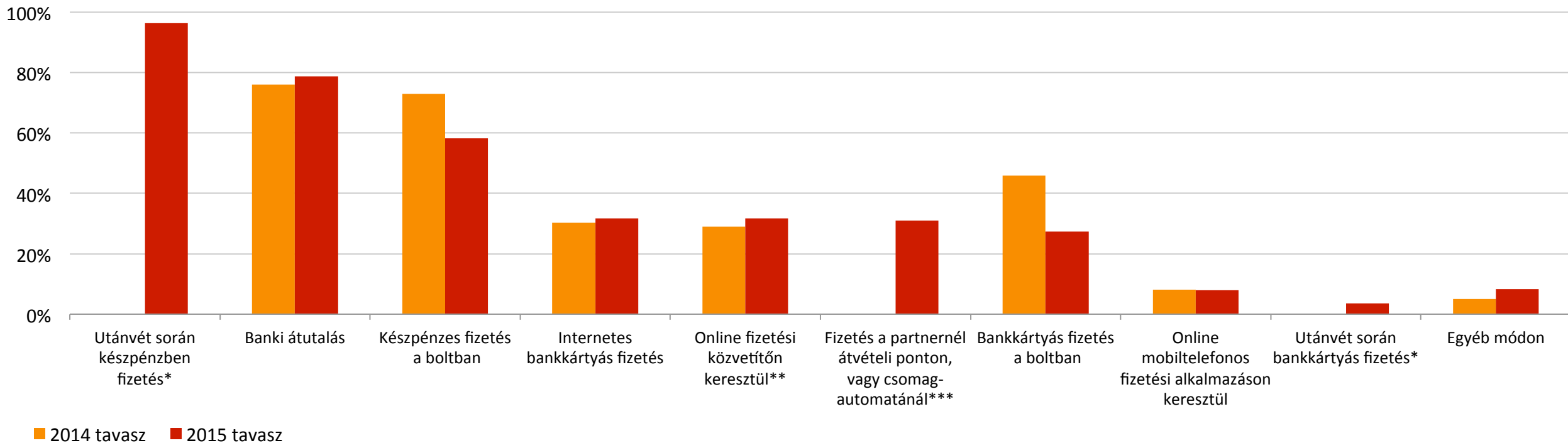
*A korábbi kategóriához képest az elnevezés pontosításra került.

A fizetési módok elérhetősége a webáruházak körében



Leggyakrabban elérhető fizetési mód a készpénzes utánvét, a banki átutalás és a boltban történő készpénzes fizetés.

A boltban való készpénzes és bankkártyás fizetés elérhetőségének aránya csökkent, a többi fizetési mód aránya kis mértékben nőtt.

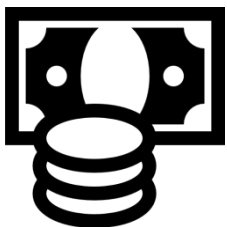


* A korábbi években csak utánvét kategória került mérésre, így idősoros adat nem állítható elő külön készpénzes és külön bankkártyás utánvételre. 2014. tavaszán a készpénzes és a bankkártyás utánvétel elérhetősége együttesen 94% volt.

**A korábbi években külföldi közvetítővel és hazai közvetítővel való fizetési mód került mérésre, 2014. tavaszán a hazai közvetítővel való fizetés elérhetősége 15% volt, a külföldi közvetítők esetén pedig 19%. Összesítve azon webáruházakat, amelyek vagy az egyik, vagy a másik, vagy mindkét megoldást kínálták, 29% volt 2014-ben az online fizetési közvetítőkön keresztüli fizetés elérhetősége.

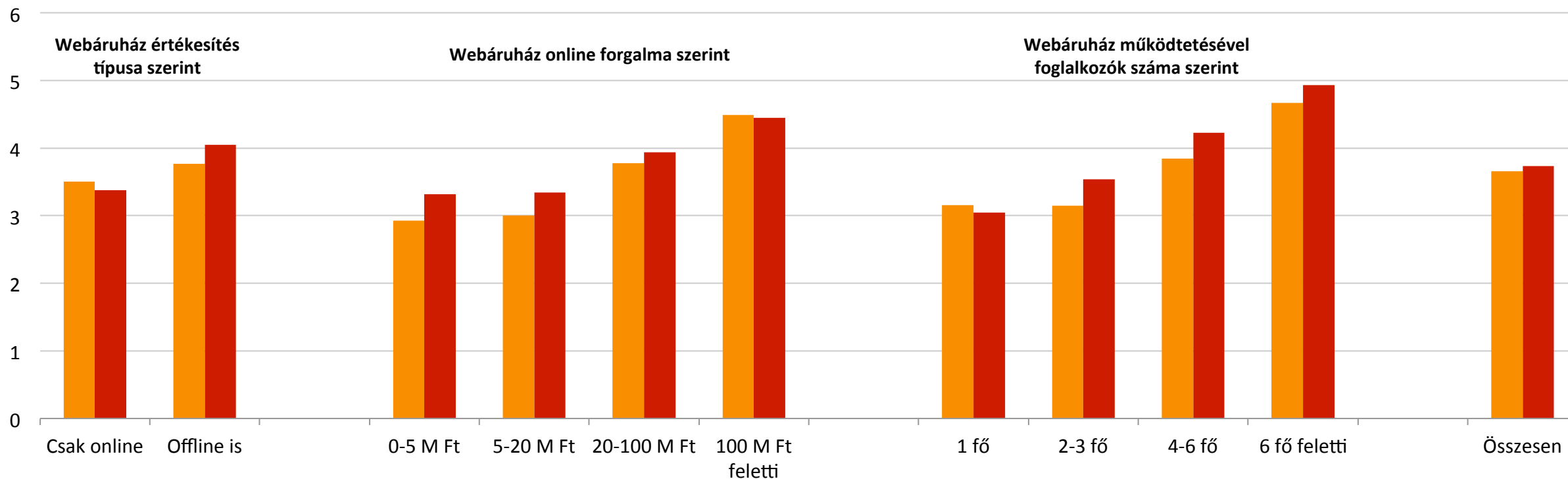
*** Új kategória, korábban nem került mérésre ennek megfelelő fizetési mód, így idősoros adat nem állítható elő.

A webáruházaknál elérhető fizetési módok átlagos száma



A webáruházaknál elérhető **fizetési módok átlagos száma 3,7**, ami a tavalyi év 3,6-os értékéhez képest minimális növekedést jelent.

Mind az **online forgalom**, mind a **webáruház működtetésével foglalkozók számának növekedésével nő az elérhető fizetési módok átlagos száma.**



2014 tavasz

2015 tavasz

Kereslet oldali felmérés

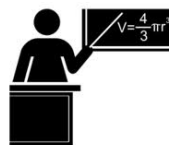
Magyarországon élő online vásárlók vizsgálata

A 2015. évi kereslet oldali kutatásról

- eNET saját, online e-kereskedelmi lakossági kutatása a **18 év feletti rendszeresen (hetente legalább egy órát) internetezők körében**, VeVa online kutatási közösség, **2015. májusi adatfelvétel**, N=905 fő. A kutatás reprezentatív a 18 évnél idősebb rendszeresen internetezők körében, nem, kor és régió alapján.
- eNET saját, online e-kereskedelmi lakossági kutatása a **18 év feletti rendszeresen (hetente legalább egy órát) internetezők körében**, VeVa online kutatási közösség, **2014. májusi adatfelvétel**, N=1218 fő. A kutatás reprezentatív a 18 évnél idősebb rendszeresen internetezők körében, nem, kor és régió alapján.



49% férfi
51% nő



4% általános iskola
15% szakmunkásképző/szakiskola
47% gimnázium
34% főiskola/egyetem



60% aktív
8% munkanélküli
9% tanuló
16% nyugdíjas
7% egyéb



13% Dél-Alföld
8% Dél-Dunántúl
13% Észak-Alföld
11% Észak-Magyarország
10% Közép-Dunántúl
35% Közép-Magyarország
10% Nyugat-Dunántúl



27% 18–29 éves
27% 30–39 éves
20% 40–49 éves
26% 50 éves vagy idősebb



8% nincs jövedelme
31% 100 000 forint alatt
34% 100 001 – 200 000 forint között
11% 200 001 forint fölött
17% nincs válasz

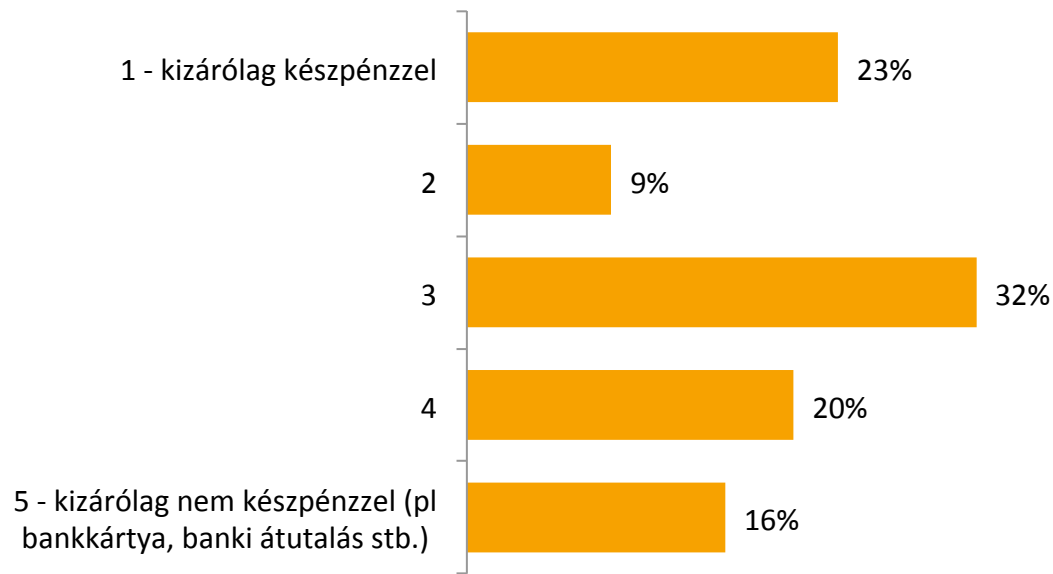
Fizetési szokások az online vásárlóknál



Online vásárlás esetén a készpénzes és a készpénzmentes fizetés közül általában melyiket választja?*



- A kizárólag, illetve az inkább készpénzzel fizetők együttes aránya 32%, a kizárólag és inkább készpénzmentesen fizetőké pedig 36%, míg a mindkét típusú fizetési módra nyitottak aránya 32%.
- Az online vásárlókat erősen megosztja a fizetési mód kérdése, negyedük szélsőségesen kitart a készpénzes, ötödük pedig a készpénzmentes fizetés mellett.



*A 2014-es kutatásban nem szereplő kérdés

- A **leggyakrabban elérhető fizetési mód a webáruházakban a készpénzes utánvét, a banki átutalás és a készpénzes bolti fizetés**, bár utóbbi aránya csökkent a 2014. tavaszi eredményhez képest.
- A vásárlók körében **az utánvét volt a legnépszerűbb, melyet a banki átutalás, és az online bankkártyás fizetés követett.**
- A webáruházak körében **az elérhető fizetési módok átlagos száma 3,7.** Az online értékesítési volumen és a webáruház működésével foglalkozók számának növekedésével egyenesen arányosan nő az elérhető fizetési módok átlagos száma.
- A fizetési módok elérhetőségéhez hasonlóan **mind a vásárlási érték, mind pedig a vásárlások száma szerint a megrendelések kifizetése legnagyobb részben készpénzes utánvéttel történt a webáruházak szerint.**
- Jelentős **különbség fedezhető fel az átlagos nettó vásárlási érték tekintetében fizetési típusonként.** A banki átutalás és az utánvétes bankkártyás fizetés mellett az online fizetési közvetítő igénybevétele adja a legmagasabb értékeket.
- Az online vásárlókat megosztja a fizetési mód kérdése: a kizárólag, illetve az inkább **készpénzzel fizetők** együttes **aránya 32%, a kizárólag és inkább készpénzmentesen fizetőké 36%.**

Befejezés: megtörhető az utánvét hegemóniája?

NEM



Mivel a **fogyasztók**:

- Alapvetően szeretnek **„birtokon belül” lenni** mielőtt pénzt adnának valamiért.
- Sokan, több forrásból rendelkeznek **„láthatatlan” pénzekkel**, amiket szívesebben költenek el készpénzben.
- Sokan **ezt szokták meg**, ezeken a kialakult szokásokon nehéz változtatni.

Mivel a **webáruházak**:

- Azonnali: szeretik a készpénzt, mert szinte **azonnal hozzájutnak**.
- **Olcsó**: a készpénznek kisebb az adminisztratív költsége, mint az online megoldásoknak.

Ez egy igazi **„Hungarikum”**, ami még a piacot is védi...

IGEN



Mivel a fogyasztók:

- Már most is sokan **ódzkodnak a készpénztől** és lehetőleg készpénzmentes megoldást választanak.
- A készpénzfelvételnek **költsége van**.
- Főleg a nagyobb értékű vásárlásoknál **kényelmetlen és kevésbé biztonságos** készpénzben fizetni.
- Online fizetés esetén **extra szolgáltatásokhoz** lehet jutni (pl. charge back).
- A fiatalok számára ez sokkal kézenfekvőbb.

Mivel a webáruházak:

- Több fizetési megoldás bevezetésében érdekeltek, hogy **„élmény legyen a vásárlás”** (one-click).
- A fizetésen túl egyéb **értékes szolgáltatásokat is kapnak** (pl. statisztikák, marketing lehetőségek).

Az utánvét **lassú visszaszorulása várható**, a jövő a sokszínű online fizetési megoldásoké



Köszönöm a figyelmet!



Pintér Róbert, PhD

eNET Internetkutató Kft.

robert.pinter@enet.hu

<http://hu.linkedin.com/in/probesz>

twitter: @probesz

skype: probesz