

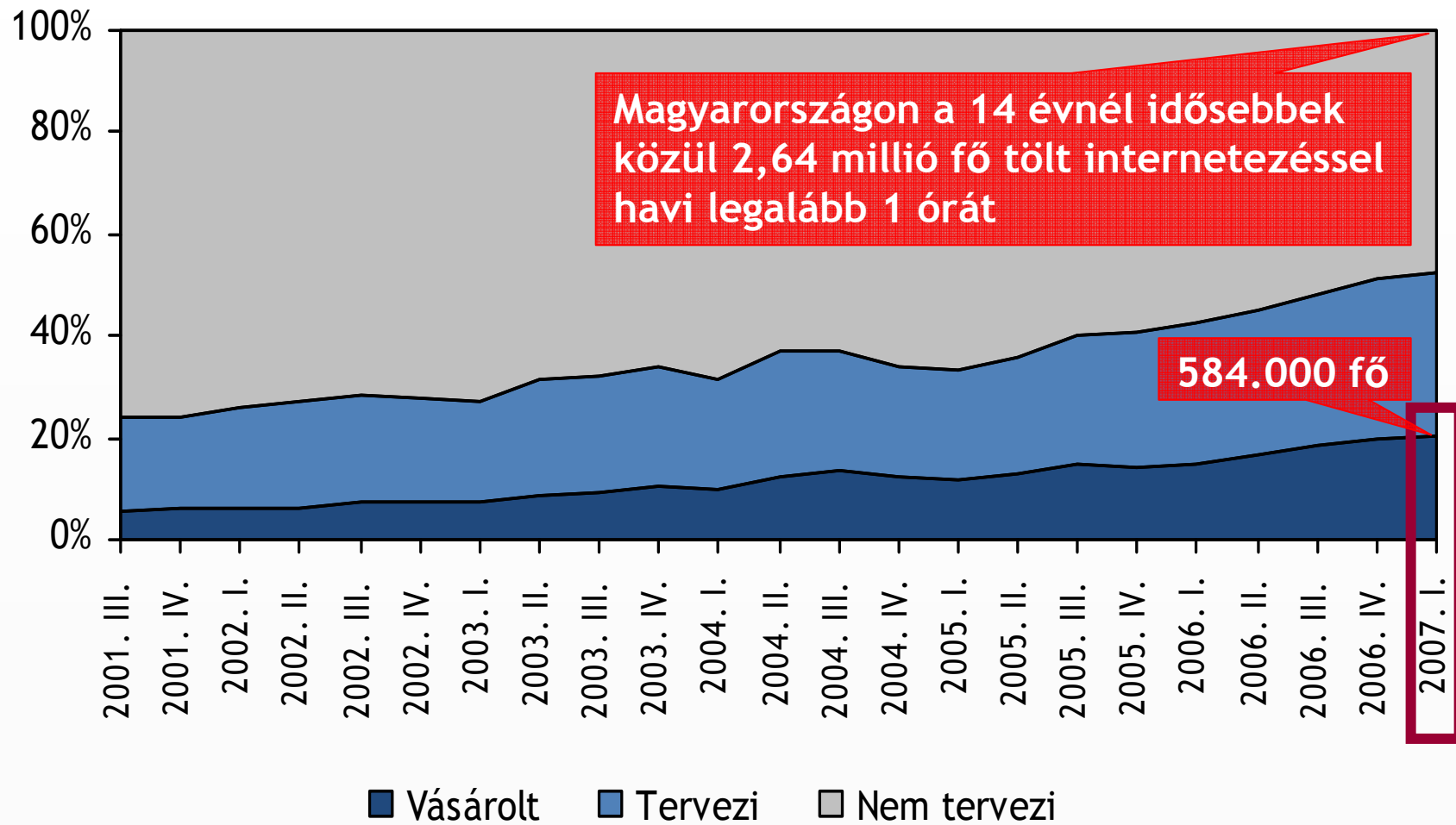
Év Internetes Kereskedője Díj 2007

# Online áruházak Magyarországon

Kis Gergely

# Internetes vásárlás 2001-2007

A már vásárolt és a vásárlást tervezők aránya az internetezők között



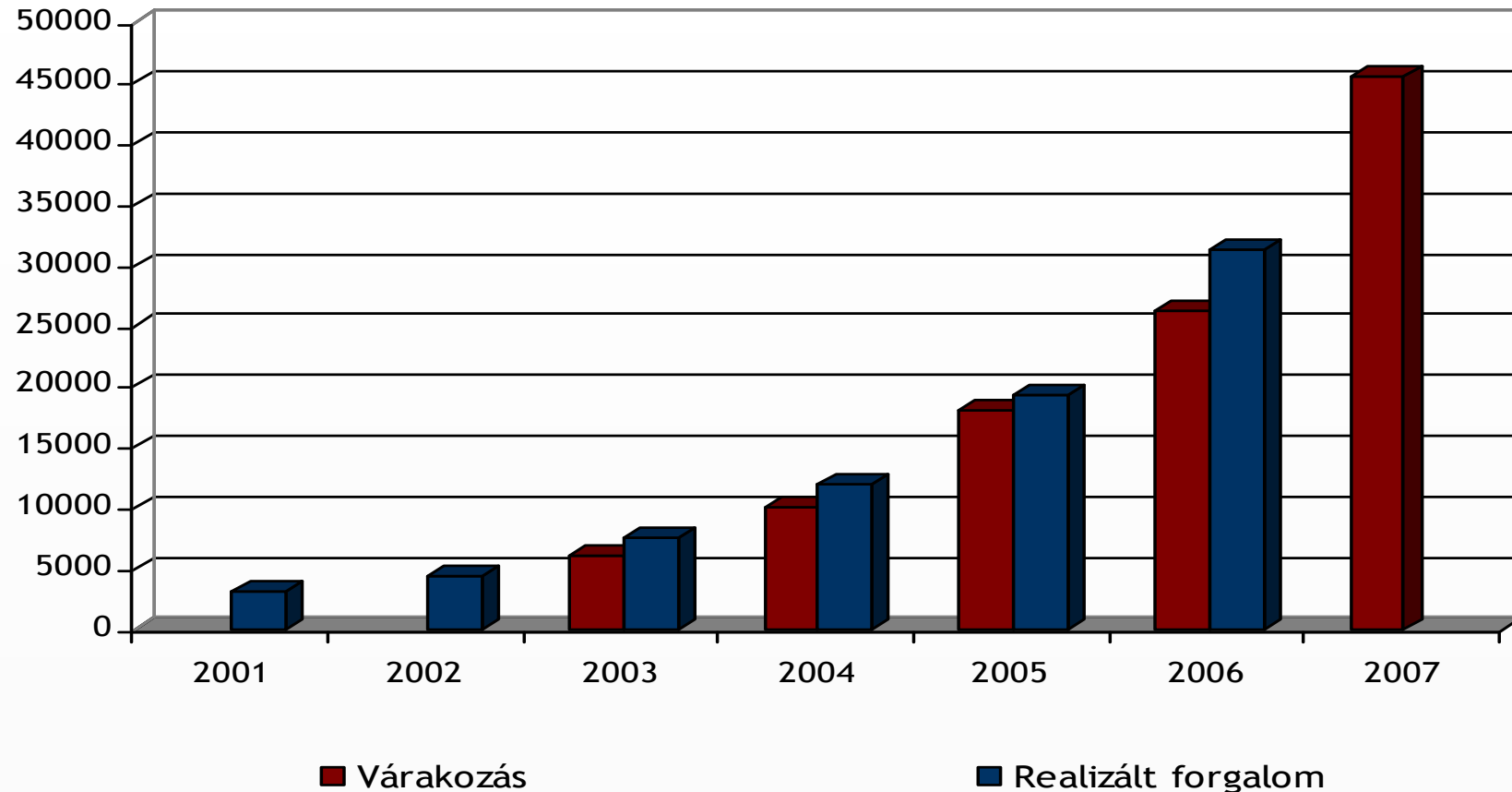
## E-boltok Magyarországon - 2007. október

- Kb. 1800 db (2007. október) e-bolt működik legálisan
- A forgalom 80%-át a 20 legnagyobb generálja
- Legnépszerűbb termékkategóriák:
  - Biztosítási szolgáltatások
  - Élelmiszer
  - Irodaszerek, taneszközök
  - Könyv
  - Ruházat
  - Számítástechnikai eszközök
  - Telekommunikációs eszközök
  - Utazási szolgáltatások

# Online kiskereskedelmi forgalom

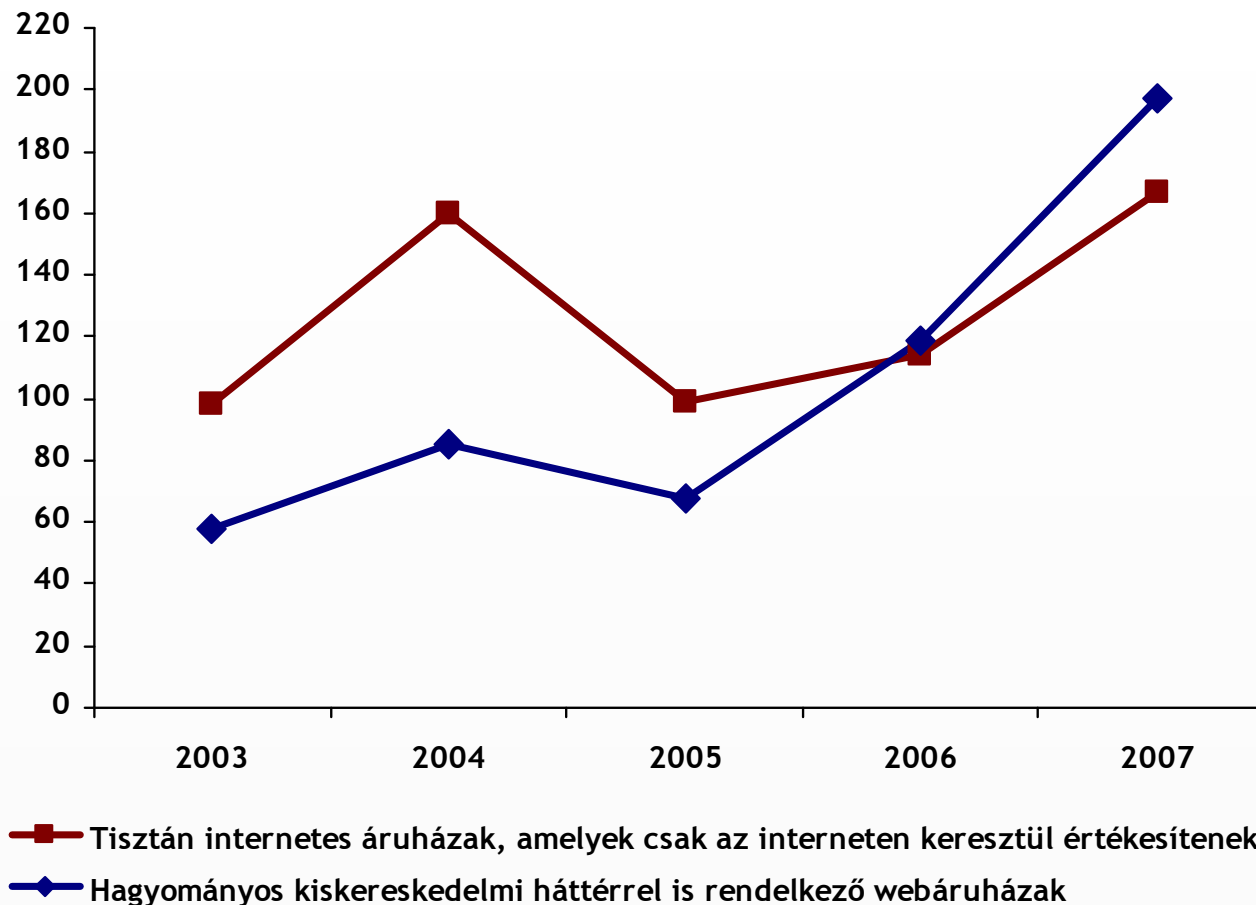
- Az online kiskereskedelmi forgalom aránya a teljes Magyarországi kiskereskedelmi forgalomhoz viszonyítva **0,8-0,9%** volt 2006-ban
- Az EU15 országainak átlagában ez az arány **1,7-1,9%**
- A növekedés üteme változatlanul nagy (50%), de változatlanul alacsony a bázis.
- A vásárlások tranzakciónkénti értéke tisztán internetes áruházak esetében évek óta növekszik (25-30 ezer Ft/tranzakció), míg a hagyományos kiskereskedelmi háttérrel is rendelkező boltok esetében csökken (5000 Ft/tranzakció), ami nem jelent negatív tendenciát, csak összetétel változást.

## Az online áruházak\* forgalmának alakulása 2001-2007 között (millió Ft)



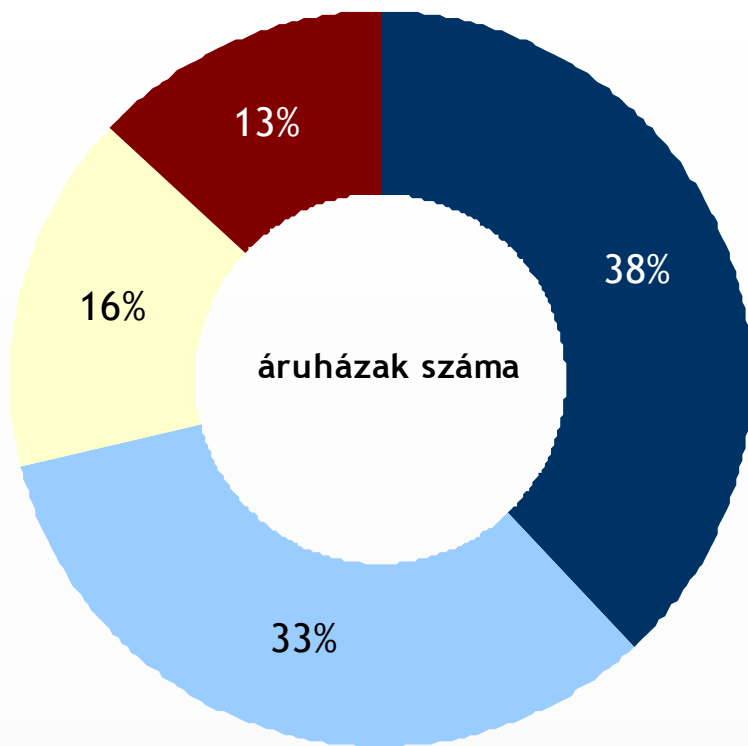
\*A felmérés nem tartalmazza a e-turisztikai és a e-biztosítás értékesítéseket

## Online áruházak\* átlagos árbevételének alakulása 2003-2007 (mFt)

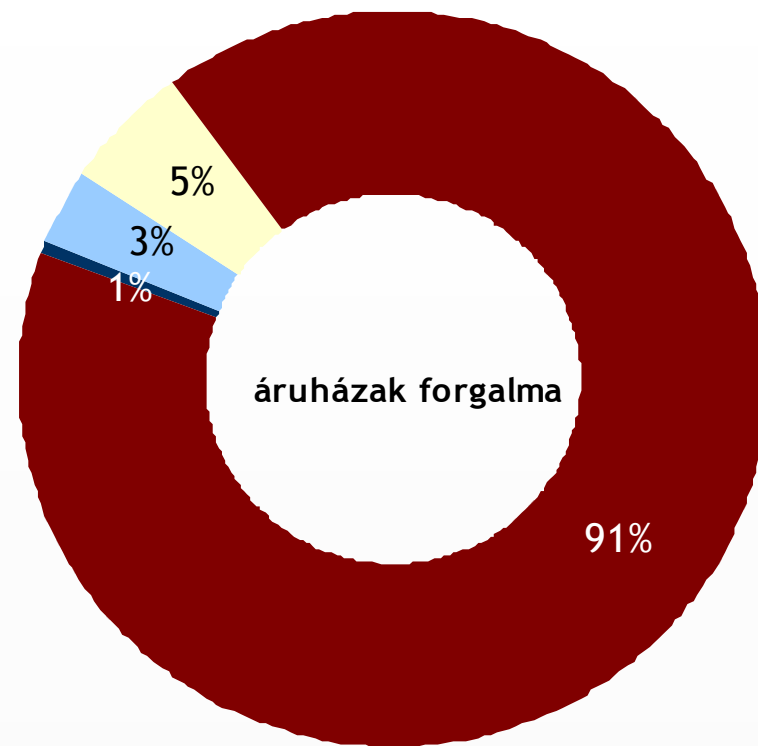


\*A felmérés nem tartalmazza a e-turisztikai és a e-biztosítás értékesítéseket

## Az online áruházak\* számának és összes forgalmának árbevételkategóriák szerinti megoszlása (2006)



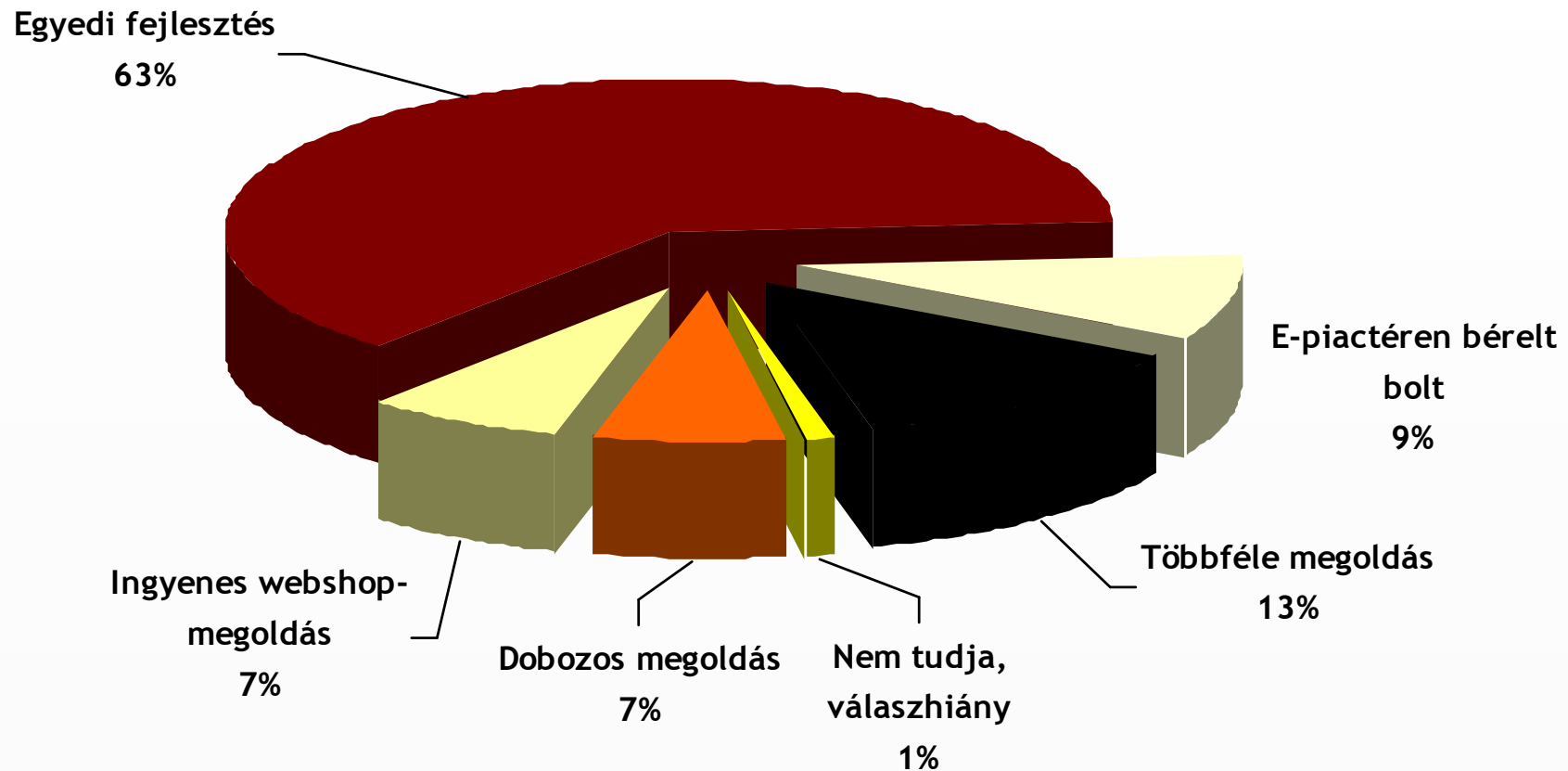
■ 5 millió Ft alatt    ■ 5-20 millió Ft  
■ 20-100 millió Ft    ■ 100 millió Ft felett



■ 5 millió Ft alatt    ■ 5-20 millió Ft  
■ 20-100 millió Ft    ■ 100 millió Ft felett

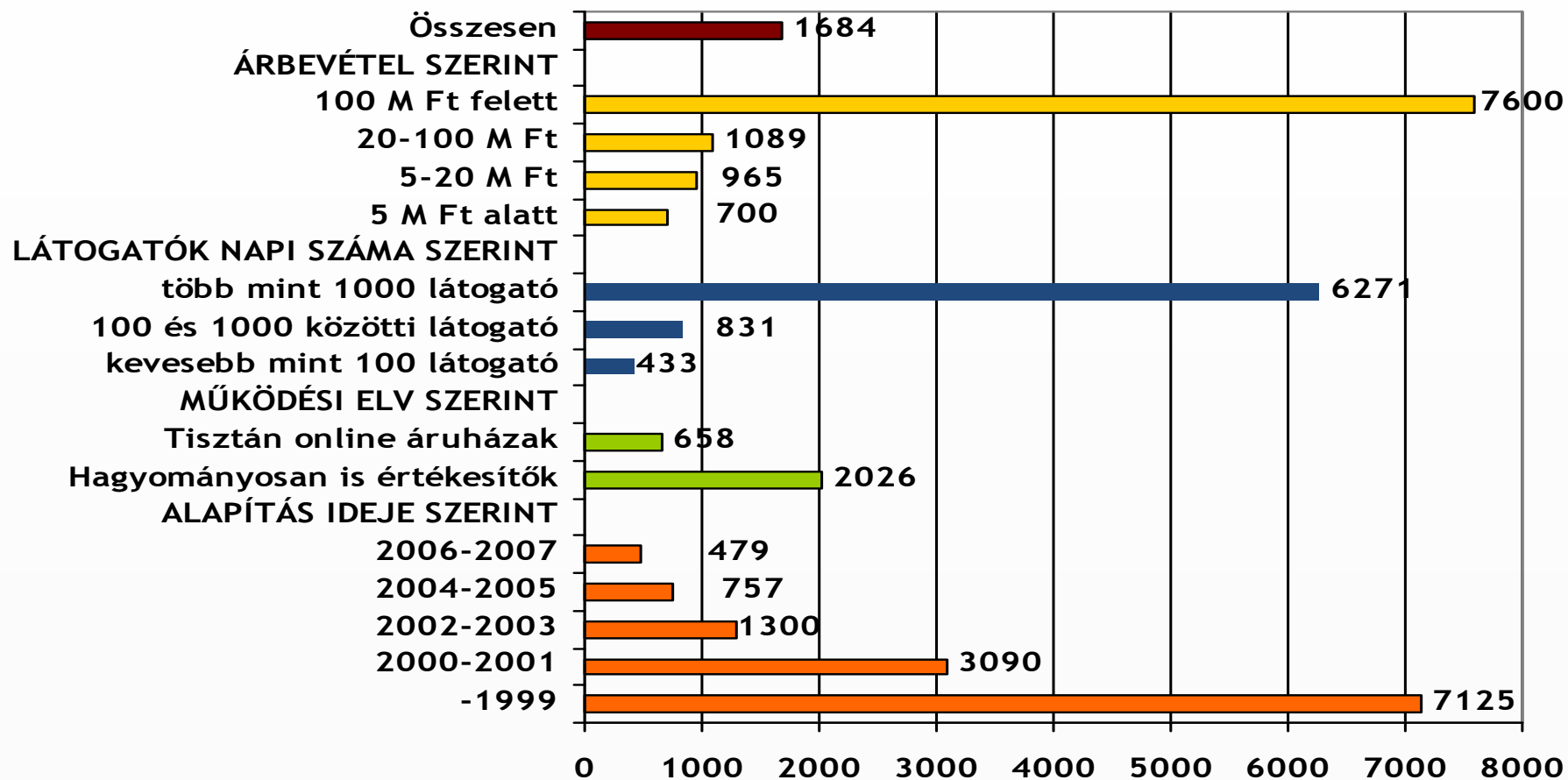
\*A felmérés nem tartalmazza a e-turisztikai és a e-biztosítás értékesítéseket

# Az online áruházak által használt webáruház-rendszerek típusainak százalékos megoszlása



\*A felmérés nem tartalmazza a e-turisztikai és a e-biztosítás értékesítéseket

# Az online áruházak által az elmúlt két évben a webáruház egyszeri technikai fejlesztésére költött átlagos összeg (ezer Ft-ban)



# Üzleti modellek sikere Magyarországon (B2C, B2B)

## Lehetséges e-business modell:

- Dotcom modell
- Piactér építési modell
- Reklámozási modell
- Információ közvetítő modell
- Kereskedői modell
- Közvetlenül a gyártótól modell
- Társulási modell
- Közösség építési modell
- Kollaborációs modell
- Előfizetői modell
- Közmű modell

## Mo-on üzletileg sikeresek:

- Piactér építési modell
- Reklámozási modell
- Kereskedői modell
- Közösség építési modell



Köszönöm figyelmüket!

[gergely.kis@gkienet.hu](mailto:gergely.kis@gkienet.hu)