

## Jó hír a vásárlóknak: elindult az árcsökkenés a műszaki piacon

A magyarországi kiskereskedelmi forgalom apadásával párhuzamosan 2023-ban az Euronics szerint is csökkent az árbevétel és a vásárlások száma, az utolsó negyedév azonban ismét szép eredményeket, online kiszállítással rendelt termékek esetén pedig rekord növekedést hozott a vállalatnak. Az Euronics idén az infláció további mérséklődésére és a vásárlási kedv visszatérésére számít, amit új üzletnyitásokkal támogat.

### Az utolsó negyedévben ismét felélénkült a műszaki piac

Bár 2023-ban az infláció növekedésével párhuzamosan a teljes magyarországi kiskereskedelmi forgalom csökkent, az árak emelkedése az év végére normalizálódott a műszaki piacon. Sőt, mi több, egyes termékkategóriák esetében a bázisévhez képest novemberre akár 10%-kal is csökkentek az árak – ilyen volt például a 40-43” képátlójú televíziók és az okostelefonok szegmense.

A novemberi hónap minden várakozást felülmúlt, hiszen kiemelkedő eredményeket hozott az Euronics előkarácsonyi akciója, a Blue Week és az ezt követő Black Friday időszak is. A novemberi kedvezmények alatt a vásárlók **átlagosan 66%-kal többet költöttek el** egy vásárlás során a weben és áruházban együttvéve, mint az év során általában.

Az Euronics decemberben adta el a legtöbb terméket, sőt ez volt a cég történetének **legerősebb hónapja**. Kiemelkedő volt az árbevétel és az eladási darabszám pedig rekordot döntött. **A negyedik negyedévben az online kiszállítással rendelt termékek eladási darabszáma a bázisévhez képest 23%-kal, míg az ezekből származó árbevétel közel 40%-kal nőtt**, ami szintén rekordnak számít az Euronics történetében.

### Vásárlásonként tavaly kétszer annyit költöttünk online kiszállításra, mint a bolti vásárlásra, átvételre

A legnépszerűbb termékek 2023-ban a háztartási kisgépek voltak, azon belül is a **kézi porszívók, az automata kávéfőzők, airfryerek és mikrohullámú sütők** iránt volt a legnagyobb a kereslet. Az üzletekben az okostelefonokból, míg a webshopban az alulfagyasztós hűtőszekrényekből fogyott a legtöbb. A bázisévhez képest némi visszaeséssel, de a háztartási nagygépek is egész évben slágertermékeknek számítottak az Euronicsnál, ebben a kategóriában a legkeresettebb termékek **az alulfagyasztós hűtőszekrények, az előlőtöltős mosógépek, illetve a beépíthető sütők és főzőlapok** voltak. A televíziók között az Euronics tapasztalatai szerint **egyre népszerűbbek az 55”-es és annál nagyobb képátmérőjű készülékek**, de a novemberi és decemberi csúcsidezőszakban pont a 40-43” televíziók iránti kereslet nőtt meg 2022 azonos időszakához képest.

Az Euronics tapasztalatai szerint a nemrégiben bevezetett termékkategóriák – például baba-mama termékek, játékok, sporteszközök, kerti és barkácseszközök – is jól teljesítenek, a kereslet folyamatosan nő, ahogyan a vásárlók kezdik felfedezni ezeket az üzletekben és a webshopban.

Az infláció ellenére 2023-ban a megelőző évvel közel azonos volt az átlagos kosárérték az Euronicsnál – a vásárlók **átlagosan 28 000 Ft-ot költöttek el egy alkalommal** a vállalat online és offline felületein. Az online kiszállítással rendelt termékekre elköltött összegek átlaga közel 57 000 Ft volt 2023-ban, azaz **ilyen módon több mint kétszer annyit költöttek elektronikai eszközökre a vásárlók, mint az üzletekben való vásárlásra vagy átvételre.**

### Erre számít 2024-ben az Euronics

*„2024-ben az infláció további mérséklődésére számítunk, a vásárlási motiváció pedig várakozásaink szerint lassan, de vissza fog térni. Továbbra is azt látjuk, hogy a fizikai üzlethálózat fontos szerepet tölt be, főleg a nagyobb értékű termékek megvásárlása esetén” – mondta Metykó Tibor, a vállalat marketing és kommunikációs igazgatója. „Ezeket szeretik a*

*vásárlók személyesen megtekinteni – akkor is, ha végül online veszik meg őket –, ezért idén is új üzleteket nyitunk, a következő boltjainkat Vecsésen és Kazincbarcikán. Az Euronics márka is megújuláson megy keresztül idén, ami elsősorban a márkapercepció javítására és a márka újra pozicionálására fókuszál, tágítva vállalat célcsoportját, amellet, hogy az üzlethálózatot is modernizáljuk, hiszen 2023-ban is országszerte több mint 6,5 millióan tértek be az üzleteinkbe.”*