

Csökkenő keresletre számít idén az Euronics

A piaci kihívások ellenére is stabil forgalomnövekedéssel és online piacrészének jelentős bővülésével zárta 2022-2023-as üzleti évét az Euronics. A hazánk legtöbb boltjával rendelkező elektronikai áruházláncát, és legnagyobb, teljes egészében magyar tulajdonú webshopját üzemeltető cég szerint idén csökkenő kereslet várható.

Összességében 13 százalékos árbevétel-növekedéssel zárta 2022-2023-as üzleti évét az Euronics. A műszaki kereskedő offline értékesítése 12,5 százalékkal, míg a webshopból származó árbevétel 9 százalékkal nőtt. A cég legnagyobb árbevételű hónapjai a november és a december voltak, amely eredményhez elsősorban az okostelefonok, az 55"-nál nagyobb televíziók, az alulfogyasztós kombinált hűtőszekrények, valamint a szárítógépek és mosógépek eladása járult hozzá.

Az Euronics annak ellenére ért el növekedést, hogy míg a tavalyi év második felében erős, az ünnepi szezonban csúcsosodó forgalombővülés volt látható a műszaki piacon, a GfK adatai alapján ez a tendencia 2023 januárjával megfordult, az idei év első felében pedig már a teljes szegmensben meglátszott az infláció és a reálberek csökkenésének negatív hatása.

„A GfK elmúlt egy éves adatait összesítve a teljes műszaki piac stagnál, ezért sikerként könyveljük el, hogy a csökkenő vásárlóerő és az infláció ellenére is stabilan megtartottuk a piacrészünket, miközben az árbevételünk is növekedett” – mondta el Fazekas Bálint, az Euronics kereskedelmi ügyvezető igazgatója. „A webshopunk ráadásul egyre nagyobb jelentőségű a piacon: 2022-ben másodszor lettünk az ország legnagyobb, 100%-ban magyar tulajdonú webshopja, és az elmúlt 12 hónapban az online piaci részesedésünk is 19 százalékkal nőtt az egy évvel korábbi eredményeinkhez képest.”

Erre számíthat a piac

A 2023-2024-es üzleti évben az inflációs hatás további szorítására számít a vállalat. *„Az infláció a várakozásaink szerint továbbra is negatív hatással lesz a keresletre. Mivel a reálberek emelkedése nem követte le az infláció mértékét, a családok számára a nélkülözhetetlen hétköznapi termékek beszerzése a prioritás. Tudjuk, hogy ennek a listának az élén nem feltétlenül az elektronikai eszközök állnak. Éppen ezért arra számítunk, hogy a következő időszakban az elektronikai cikkek esetében a vásárlások vagy alacsonyabb árszinten realizálódnak, vagy eltolódnak időben az akciós időszakig” – mondta el Fazekas Bálint. A kihívásokra előre reagálva az Euronics a hagyományos műszaki cikkek mellett az elmúlt években már olyan termék kategóriák értékesítését is megkezdte az üzletekben és a webshopban, mint a sportszerek, a kerti és barkácseszközök, a játékok, háztartási fogyasztási cikkek vagy a baba-mama termékek.*

Az Euronics az őszi és karácsonyi időszakban tudatos vásárlási döntésekre, visszafogott költésekre, azaz a korábbi évekhez képest forgalom és darabszám szempontjából is csökkenésre számít. *„Várakozásaink szerint az idei év második felében ugyanakkor az első félévhez képest erősödik majd a forgalom. Arra számítunk, hogy ekkor már a számokban is meglátszik majd az online és offline fejlesztéseink, bővítéseink eredménye. A tapasztalataink alapján a vásárlók egyre inkább visszatérnek a boltokba, ezért újra nagy hangsúlyt helyezünk az üzletekre. Budaörsön pár hónappal ezelőtt adtuk át az ügyfeleink szemszögéből teljesen újragondolt és minden igényt kielégítő, kiemelkedő vásárlói élményt nyújtó flagship store-unkat, emellett idén összesen 22 áruházunkat újítjuk fel, négy új helyszínen nyitunk Euronics boltokat, hamarosan pedig a nemzetközi piacra is belépünk.”*