

SZAKDOLGOZAT

Tóth István

2024

Összefoglalás

A felmérések és kutatások alapján kiderült, hogy a magyarok zöldség és gyümölcs fogyasztási szokásai nagyban függenek az anyagi helyzetétől. Az internet és okos eszközök már elérhető áron vannak mindenki számára így minden háztartás hozzáfér a szükséges információkhoz és lehetőségekhez. Az online kereskedők forgalma folyamatosan nő az elmúlt évekhez képest csak a mértéke változó. A COVID-19 járványnak köszönhetően sokak nehéz anyagi helyzetbe kerültek, viszont ezzel egyidejűleg fellendült az online vásárlás. A vásárlók próbálták kerülni a személyes kontaktot és jobban figyelni az egészséges táplálkozásra. Emellett a korlátozások tovább segítették az online vásárlás növekedését. 2021-ben kétszer gyorsabban kezdett nőni az online forgalom. Legnagyobb növekedést az FMCG kereskedők érték el 53,75%-kal. Az online forgalmazott élelmiszerek piaca is nőtt, egészen 2022-ig. Ekkor az infláció hatására az online növekedés nem érte el a pénzromlás mértékét. A vásárlók újból a hagyományos boltokat kezdték előnyben részesíteni. Az online értékesített élelmiszereket aktívan vásárlók köre folyamatosan csökken, viszont a megmaradt vásárlók vásárlási gyakorisága folyamatosan nő. Az online kereskedők 31%-a veszített forgalmából és nem érte el az üzleti tervben szereplő számokat. Az élelmiszerárak növekedése és a folyamatos pénzromlás növelte a vásárlók tudatosságát is.

Az online FMCG szektornak három nagy szereplője van, a Kifli.hu, a Tesco és az Auchan. Közülük a Kifli.hu-nak nincsenek üzlethelységei. A 2023 októberében folytatott vizsgálat során a fent említett két áruházlánc online kínálatát vetettem össze négy olyan országban, ahol elérhető az internetes rendelés. A Tesco esetében: Magyarország, az Egyesült Királyság, Írország és Csehország. Az Auchan esetében pedig: Magyarország, Franciaország, Lengyelország, Luxemburg. A Tesconál online elérhető almafajták száma Magyarországon a legkevesebb (öt darab) és Írországban a legtöbb (hét darab) az összehasonlított négy ország közül. Körte tekintetében az első helyen állunk Csehországgal együtt három különböző fajttal. Az Auchan magyarországi online felületén hat almafajta található, ezzel harmadik helyen állunk. Körtéből három fajttal vagyunk az élen Luxemburggal együtt. A két áruházlánc kínálata hasonló. Körtéből azonos a fajtamennyiség, míg almából eggyel több fajtát kínál az Auchan.

A kérdőíves felmérést, melyet én készítettem, majdnem kétszer annyi nő töltötte ki, mint férfi. A személyes megkereséseknek köszönhetően a demográfiai adatokra vonatkozó kérdésekre (nem, lakhely, életkor és iskolai végzettség) sikerült eltérő válaszokat adó személyeket elérni, ezért nem volt olyan válaszlehetőség, amit senki sem választott. Kiderült, hogy a kártyás fizetés egyre jobban kezd elterjedni, viszont az online rendelések nem váltak napi szintűvé. Az általam megkérdezettek többsége még nem rendelt online élelmiszert. Nagy részükre hatással volt a 2023-as infláció, ezért kevesebbet is vásároltak. A többség nyáron vásárolja és fogyasztja a legtöbb gyümölcsöt. Szerencsére sokan természetesen zöldséget és gyümölcsöt otthonukban vagy kertjükben, emellett előnyben részesítik a hazai termékeket. A legtöbben úgy vélik, hogy az áruházak gyümölcs kínálata pont megfelelő, de túl magas az árak. Sajnos a gyümölcsfogyasztás összefüggésben van a családok havi bevételeivel, ezért sokan csak 30-60%-os bevétel növekedés esetén fogyasztanak több gyümölcsöt. A megkérdezettek rangsorolták a leggyakrabban fogyasztott gyümölcsöket, ezek pedig az alma, a banán, a szőlő és a dinnye. A legtöbbet vásárolt gyümölcsök pedig az alma, a banán, a szőlő és a barack. A válaszadókhoz legközelebb a Spar-nak van üzlete, de majdnem azonos arányban vásárolnának gyümölcsöt az Auchan, a Tesco és a Spar üzleteiben.