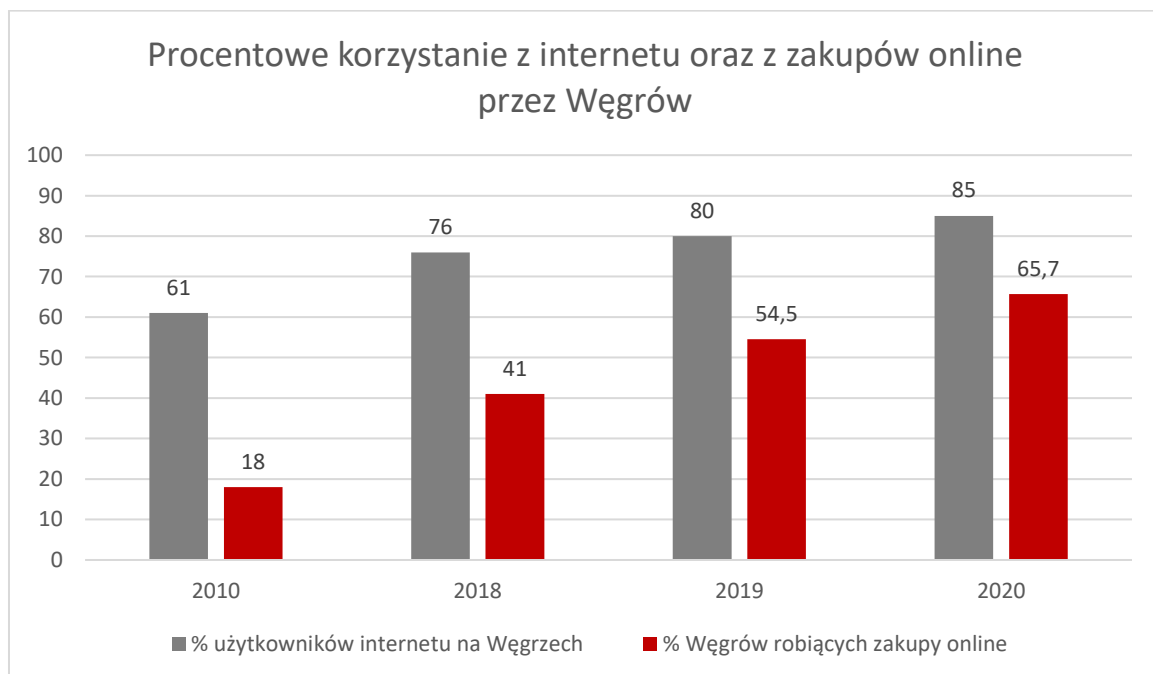


I. Sektor e-commerce – krótka charakterystyka

Węgry są 53. największym rynkiem e-commerce na świecie z osiągniętymi przychodami na poziomie 2,55 miliarda euro w 2020 roku. W porównaniu do globalnego wzrostu e-commerce w latach 2019-2020, który wyniósł 29%, na Węgrzech ten wzrost osiągnął 46% (<https://e-commercedb.com/en/markets/hu/all>). Na ww. 2,55 miliarda euro składają się 52,5 miliony zamówień wewnątrz krajowych oraz 17 milionów zamówień z zagranicy.¹

W 2020 roku na Węgrzech było 3,38 miliona aktywnych kupujących online. Był to wzrost o 80,000 osób w stosunku do roku 2019. Biorąc pod uwagę populację (9,9 miliona), można uznać, że węgierski rynek e-commerce jest średnio nasycony. W 2020 roku, 9 na 10 Węgrów w przedziale wiekowym 18-79 lat, przynajmniej raz dokonało zakupu online.

Pomiędzy 2010 a 2020 rokiem procentowy wzrost użytkowników Internetu na Węgrzech wyniósł 24%. Znacznie większy wzrost odnotowały zakupy online. W tym samym okresie aż o 47,7% wzrosła liczba Węgrów, którzy zaufali zakupom w kanałach e-commerce.

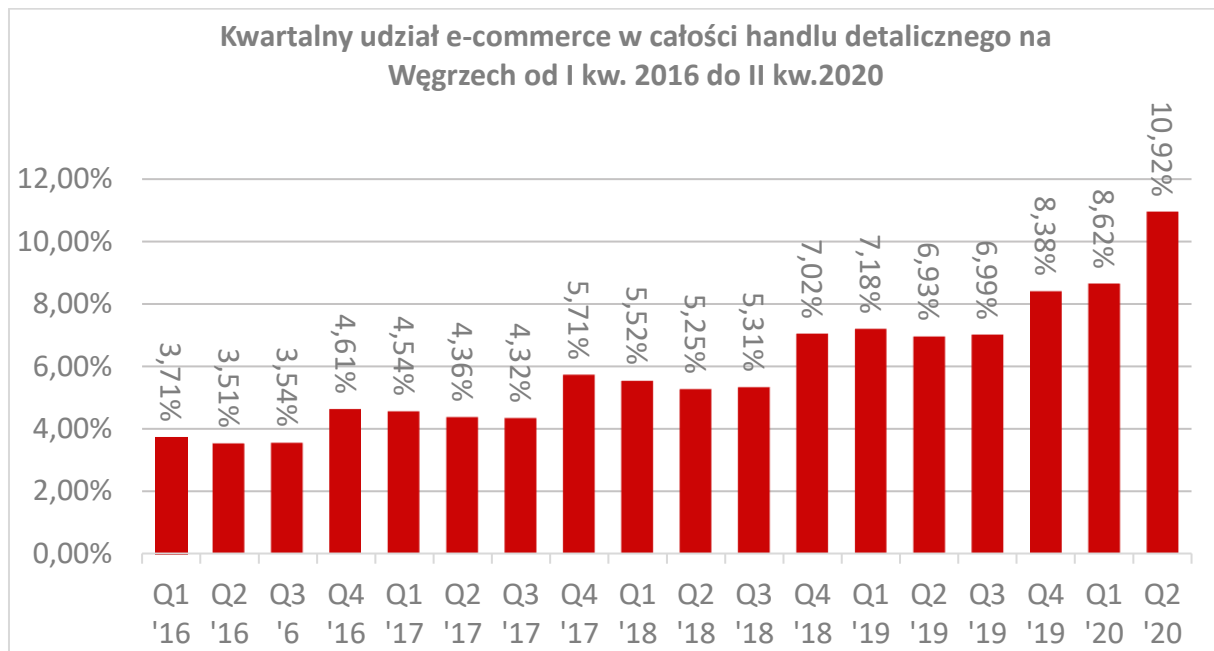


Źródło:²

1 <https://targeter.hu/e-kereskedelem/> <https://minner.hu/2020-ban-harom-evet-ugrott-elore-az-e-kereskedelem-webaruhaz-statisztika/>

2 Központi Statisztikai Hivatal

Udział e-commerce w całości handlu detalicznego na Węgrzech wzrósł o 7,21% w okresie od pierwszego kwartału 2016 do drugiego kwartału 2020.



Na koniec drugiego kwartału 2021 roku, na Węgrzech działało 12-15 tysięcy sklepów internetowych, a to oznacza wzrost o 4000 w stosunku do roku poprzedniego.

Statista Digital Market Outlook³ przewiduje dalsze wzrosty węgierskiego rynku e-commerce przez następnych 5 lat. Skumulowany roczny wskaźnik wzrostu (CAGR 20-24) ma wynieść 12%. W porównaniu do wzrostu r/r (46%), ten spadek również sugeruje średnie nasycenie rynku.

Sklepy fizyczne, które osiągnęły sukces na węgierskim rynku e-commerce zainwestowały przede wszystkim w rozbudowane platformy (strony) internetowe, które charakteryzowały się dużą różnorodnością produktową oraz szybkością działania, zarówno po stronie logistycznej jak i operacyjnej⁴.

W 2020 roku, dla wzrostu powyżej średniej rynkowej, detaliści musieli mieć dużą i stabilną bazę klientów, a także sprzedawać produkty, które zakładają większą częstotliwość zakupów. Spośród tych dwóch warunków ten pierwszy jest znacznie ważniejszy. Sprzedawcy, którzy sprzedawali do co najmniej jednej czwartej łącznej bazy aktywnych klientów online wynoszącej 3,38 mln, osiągnęli wzrost powyżej średniej sektorowej. W przypadku wiodącego na rynku eMAG-Extreme Digital wskaźnik ten jest znacznie wyższy tj. powyżej 50%.

³ <https://www.statista.com/outlook/dmo/e-commerce/hungary>

⁴ (<https://gkidigital.hu/2021/05/20/e-toplista-2020/>)

E-commerce w czasach pandemii:

Pandemia COVID-19 wymogła na węgierskich firmach rozwinięcie działalności w większej ilości kanałów dystrybucyjnych, wliczając w to e-commerce. Jednak dzięki dobrej integracji, tradycyjne sklepy nie konkurują z firmami działającymi online, a bardziej koegzystują uzupełniając siebie nawzajem⁵

W pierwszym półroczu 2021 (w porównaniu do analogicznego okresu rok wcześniej), największy wzrost został odnotowany w ilości przesyłek. Przez pierwsze 6 miesięcy 2021 roku Węgrzy zamówili 27,97 milionów przesyłek, co jest wzrostem o 32,4% w stosunku do tego samego okresu w 2020 roku. Całkowita wartość tych przesyłek wzrosła o 30%, do poziomu 1,38 mld euro. W tym samym czasie liczba Węgrów, którzy aktywnie kupują online powiększyła się o 2% tj. 3,44 mln osób⁶.

5 <https://gkidigital.hu/2021/05/20/e-toplista-2020/>

6 <https://bitport.hu/szepen-zakatol-a-hazai-e-kereskedelem>

II. Główni gracze węgierskiego rynku e-commerce

Największym graczem na węgierskim rynku e-commerce jest emag.hu. W 2022 roku sklep wygenerował zysk w wysokości 113 milionów euro.⁷ Na drugim miejscu znalazł się sklep Media Markt. Alza.hu z zyskiem 84 milionów euro zajęło trzecie miejsce. Tesco.hu wygenerowało zysk 78 milionów euro co pozwoliło na zajęcie miejsca czwartego⁸.

Największe klepy internetowe na Węgrzech:

1. Emag.hu
2. Media Markt
3. Alza.hu
4. Tesco
5. Magyar Telecom
6. Euronics
7. 220 volt
8. Aqua webáruház
9. iPon
10. Libri Bookline
11. Decathlon
12. Kfili.hu
13. Auchan
14. Practiker
15. Mall.hu

TOP 10 wyżej wymienionych firm skupiło 36% ruchu internetowego w sektorze e-commerce, tym samym skupiając 17% całej sprzedaży online. Dodatkowo TOP 10 firm urosło aż o 54% w stosunku do średniej sektorowej 46%.

Jednym z najszybciej rosnących sklepów e-commerce na Węgrzech jest myprotein.hu, który osiągnął sprzedaż na poziomie 3,28 milionów euro w 2020 roku. Jest to wzrost o 125% w stosunku do roku poprzedniego⁹.

Zgodnie z powyższym rankingiem największy przychód na rynku e-commerce osiągnął Emag.hu/Extreeme Digital (112 milionów euro). Na drugim miejscu możemy znaleźć Media Markt z przychodem 87.3 miliona euro.¹⁰ Alza.hu może się pochwalić przychodem na poziomie 83 milionów euro, a Tesco 77 milionów euro.¹¹

7 <https://e-commercedb.com/en/markets/hu/all>

8 <https://gkidigital.hu/2021/05/20/e-toplista-2020/>

9 <https://gkidigital.hu/2021/05/20/e-toplista-2020/>

10 <https://e-commercedb.com/en/ranking/hu/all>

11 Index - Gazdaság - 34 milliárdot hozott az eMAG-nak az első üzleti év

FMCG w e-commerce na Węgrzech:

W 2020 roku sprzedaż FMCG, czyli szybko zbywalnych towarów konsumpcyjnych, była jednym z najbardziej rozwijających się obszarów w handlu internetowym. Sektor – rosnący prawie dwukrotnie szybciej niż średnia, osiągnął w ubiegłym roku obroty brutto w wysokości 213 mln euro.

Lista TOP 5 największych sklepów internetowych FMCG:

1. Tesco
2. Auchan
3. Rossmann
4. Dm
5. Kifli. Hu

Z tej listy jedynie Kifli.hu jest sklepem działającym tylko online.

Najbardziej znane sklepy internetowe:

„Zakupy online” i „sklep internetowy” to znacznie szersze pojęcie dla kupujących niż dla np. analityków. Lista TOP 15 platform GKI Digital, czyli najbardziej ruchliwych węgierskich sklepów internetowych, jest węższa niż to, co klienci rozumieją przez sklepy internetowe. W świadomości kupujących istnieje wiele marek sklepów internetowych, które z perspektywy konsumenta są węgierskimi sprzedawcami internetowymi, podczas gdy w praktyce:

- sprzedawca, który tylko wygląda jak sklep węgierski, a w rzeczywistości ma działalność w Europie Zachodniej lub Ameryce i działa bez czysto węgierskich operacji online (tak jak większość sklepów odzieżowych i modowych: About You, H&M, ecipő.hu);
- nieklasyczny sprzedawca internetowy (taki jak Goodwill); czy globalny sklep internetowy, który nie zajmuje się rynkiem węgierskim na poziomie strategicznym, taki jak Aliexpress czy Amazon.

Ranking **najbardziej znanych** sklepów internetowych na Węgrzech¹²:

- | | |
|---------------------|--------------|
| 1. eMAG | 8. H&M |
| 2. Extreeme Digital | 9. Bookline |
| 3. Alza.hu | 10. Tesco |
| 4. MediaMarkt | 11. Libri |
| 5. Amazon | 12. Notino |
| 6. Bonprix | 13. Jófogás |
| 7. Ebay | 14. ecipő.hu |

12 <https://gkidigital.hu/2021/05/20/e-toplista-2020/>

III. Nawyki konsumenckie

Węgrzy kupując online przede wszystkim kierują się popularnością oraz poprzednią znajomością dostępnych platform¹³.

Średnia jednorazowa wartość koszyka (brutto) na Węgrzech w 2020 roku wyniosła 17,330ft (około 49 euro). Jest to wzrost w stosunku do 2019 roku o 20% (13,650ft tj. 38 euro).

Węgrzy, którzy aktywnie robią zakupy online, zamawiali średnio 15,5 razy rocznie (2020 r.). Wartość ta wzrosła o 18% w stosunku do roku 2019. W pierwszym półroczu 2020 ta wartość wzrosła do 17 paczek/rok/osoba.

Uśredniając, Węgrzy wydają 258,951ft (754,58 euro) rocznie na zakupy online.

W dobie pandemii można było zauważyć nie tylko znaczny wzrost w zakupach online, ale przede wszystkim 35-45% wzrost sprzedaży produktów przydatnych w pracy oraz nauce zdalnej (np. narzędzia informatyczne). Narzędzia wykorzystywane do remontów mieszkań/domów również cieszyły się znacznie większą popularnością niż w latach poprzednich (wzrost o 58%). W roku 2020 największy wzrost sprzedaży w kanałach online odnotowały produkty FMCG (dobra szybko zbywalne), a w szczególności żywność, produkty drogeryjne oraz chemia domowa. FMCG osiągnęło wzrost na poziomie 65% (2020). Produkty związane ze sportem oraz spędzaniem czasu na wolnym powietrzu również zyskały na popularności (wzrost o 57%)¹⁴.

Zgodnie z danymi zebranymi przez e-commerceDB¹⁵, można wyróżnić sześć kategorii produktowych, które osiągają największe obroty.

- Moda – 37% obrotów całej branży e-commerce.
- Elektronika – 27% obrotów całej branży e-commerce
- Żywność oraz higiena osobista – 16% obrotów całej branży e-commerce
- Zabawki oraz Hobby – 13% obrotów całej branży e-commerce
- Meble oraz AGD – 8% obrotów całej branży e-commerce

Szanse do wykorzystania na węgierskim rynku e-commerce (FMCG).

Portal Minner.hu przygotował listę produktów, które prawdopodobnie będą się cieszyły rosnącą popularnością w kanałach e-commerce w nadchodzących latach. Największy wzrost sprzedaży będzie nadal w sektorze FMCG, a w szczególności¹⁶:

- Gotowe posiłki oraz posiłki przygotowane technologią Sous vide
- Produkty przyjazne alergikom pokarmowym (bezglutenowe, bezcukrowe, nie zawierające mleka) oraz produkty wegańskie
- Chemia domowa

13 <https://gkidigital.hu/2021/05/20/e-toplista-2020/>

14 <https://minner.hu/2020-ban-harom-evet-ugrott-elore-az-e-kereskedelem-webaruhaz-statisztika/>

15 <https://e-commercedb.com/en/markets/hu/all>

16 <https://minner.hu/vallalkozasi-otletek-2021-a-minner-ujabb-kreativ-uzleti-otletei/>

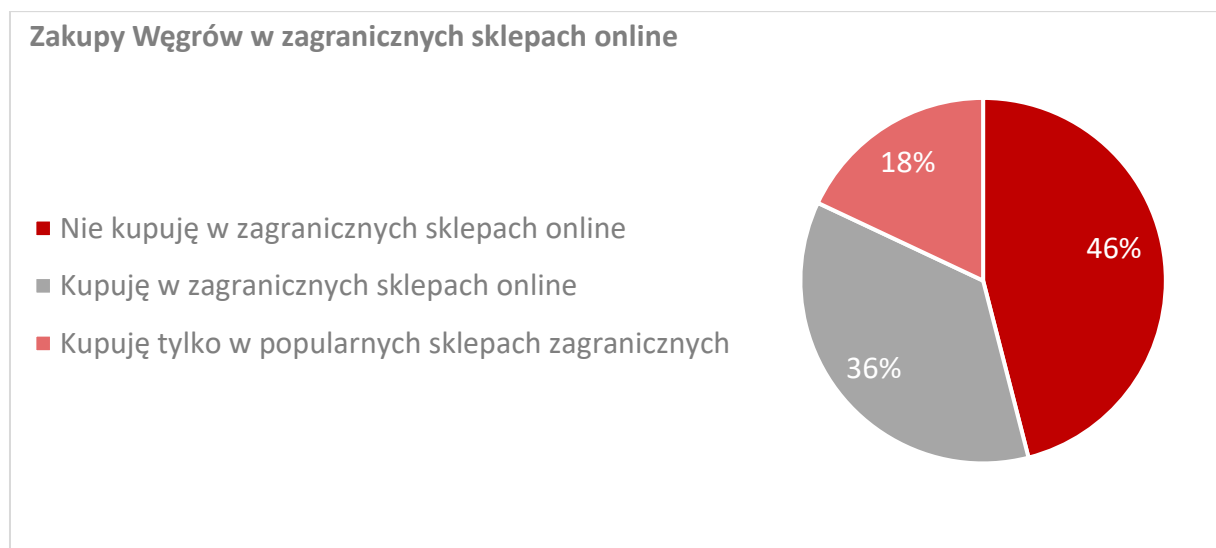
- Naturalne produkty tworzone tradycyjnymi metodami np. soki, szynki oraz sery wędzone¹⁷

Priorytety zakupowe Węgrów (zakupy online).

W badaniach na temat priorytetów zakupowych Węgrów, respondenci mogli wybrać opcje (wielokrotnego wyboru), które biorą pod uwagę podczas zakupów. 49% Węgrów uznało, że dostępność produktu jest dla nich najważniejsza przy zakupach online. Z kolei dla 36% to cena była najważniejsza. Tylko o 2% mniej respondentów (34%) stwierdziła, że kieruje się przede wszystkim jakością produktów podczas zakupów online.

Węgrzy a zakupy w zagranicznych sklepach online:

Ponad połowa Węgrów (54%) kupuje w zagranicznych sklepach online, jednak 18% respondentów kupuje jedynie na najbardziej znanych stronach (np. amazon). Z drugiej strony 46% respondentów odpowiedziało, że nie kupuje na zagranicznych portalach internetowych¹⁸.



¹⁷ <https://minner.hu/2020-ban-harom-evet-ugrott-elore-az-e-kereskedelem-webaruhasz-statisztika/>

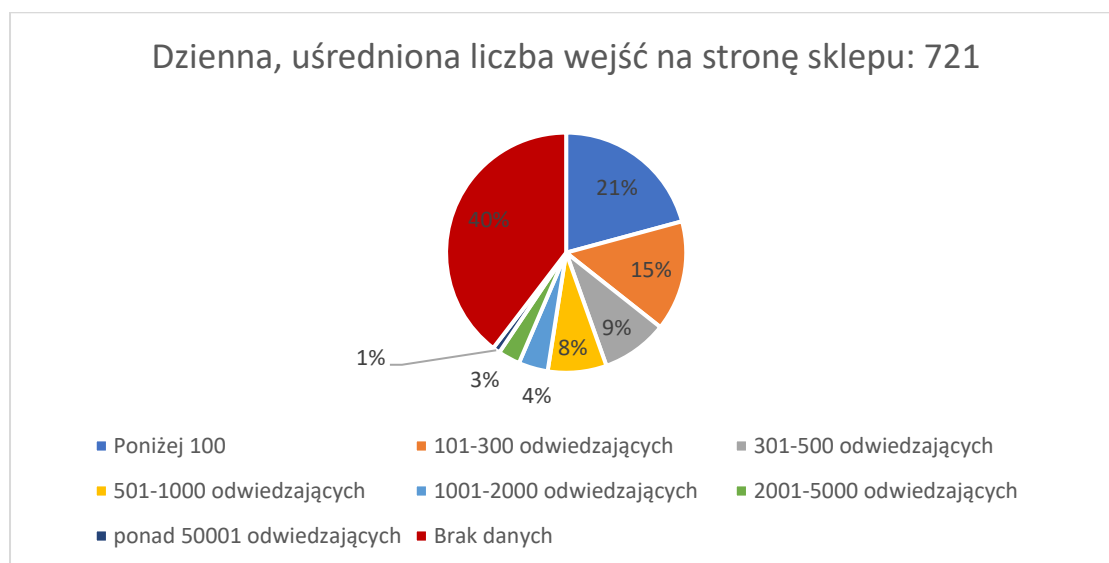
¹⁸ <https://gkidigital.hu/2021/05/20/e-toplista-2020/>

IV. Ruch na stronach małych i średnich sklepów online

Zgodnie z badaniami przeprowadzonymi wśród właścicieli 644 sklepów sprzedających online, aż 73% odczuło wzrost ruchu na ich stronie w ostatnich latach. Jedynie 6% właścicieli biznesów miało odwrotne odczucia.

Badania pokazały, że najszybciej rozwijające się sklepy internetowe łączyły model hybrydowy tj. sklep fizyczny połączony ze sklepem online.

Respondenci zostali poproszeni o podanie dziennej, średniej liczby wejść na ich strony.



Niestety aż 40% respondentów nie było w stanie stwierdzić jaka jest średnia, dzienna ilość wejść na ich stronę internetową. Niemniej jednak, 21% respondentów odpowiedziało, że mają poniżej 100 wizyt dziennie. Następnie, 15% właścicieli odpowiedziało, że ich stronę odwiedza pomiędzy 101 a 300 potencjalnych klientów. 9% zauważa ruch na stronie pomiędzy 301 a 500, a 8% może się pochwalić od 501-1000 odwiedzającymi dziennie. Badanie pokazało, że średnia liczba wejść na stronę sklepu online, per dzień wynosi 721.¹⁹

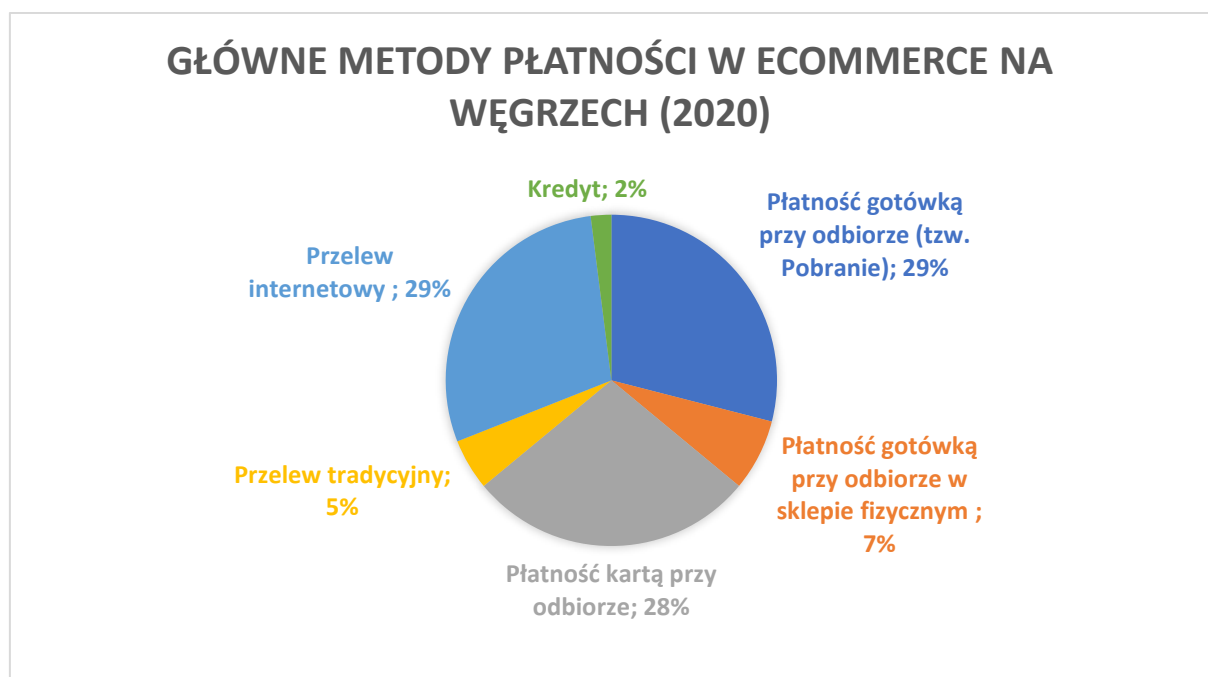
¹⁹ <https://minner.hu/2020-ban-harom-evet-ugrott-elore-az-e-kereskedelem-webaruhasz-statisztika/>

V. Metody płatności

Dwie najbardziej popularnymi metodami płatności za przesyłki kupione online jest płatność gotówką przy odbiorze oraz przelew internetowy (ex aequo 29%). Na drugim miejscu znajduje się płatność kartą przy odbiorze (28%).

Podsumowując, 62% Węgrów woli korzystać z metod płatności bezgotówkowej kupując online. Warto też zauważyć dużą popularność płatności przy odbiorze paczki.

Sklepy online na Węgrzech oferują średnio cztery metody płatności dla swoich klientów²⁰.



Źródło²¹

²⁰ <https://skivak.pl/>

²¹ <https://minner.hu/2020-ban-harom-evet-ugrott-elore-az-e-kereskedelem-webaruhaz-statisztika/>

VI. Logistyka²²

Obecnie można wyróżnić trzy najbardziej popularne metody wysyłania towarów zamówionych online na Węgrzech:

1. Własna logistyka – tradycyjne kanały nadawania przesyłek
2. Fulfilment
3. Dropshipping

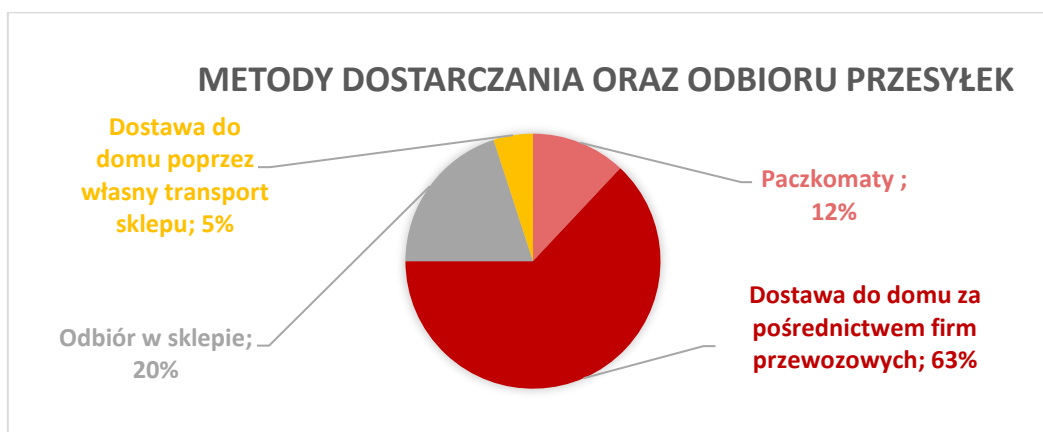
Jeszcze 10 lat temu najbardziej popularną metodą dostarczania towarów do klientów były tradycyjne przesyłki poprzez firmy kurierskie. Ostatnio jednak na popularności zyskuje fulfilment (firma fulfilmentowa magazynuje oraz zajmuje się wysyłką towaru) oraz dropshipping (producent magazynuje oraz wysyła towar). Pierwszymi firmami fulfilmentowymi na Węgrzech były complexpress.hu oraz ilogistic.hu. Obecnie mocnymi graczami na rynku fulfilmentu są również Webshippy oraz BUD Cargo City.

Profile firm logistycznych na Węgrzech można podzielić zgodnie z miejscem dostarczenia przesyłki – pod wskazany adres lub do zewnętrznego miejsca odbioru:

Liderami dostarczania przesyłek pod wskazany adres są:	Liderami dostarczenia przesyłek do zewnętrznego punktu odbioru są:
<ol style="list-style-type: none">1. GLS2. MPL3. DPD4. Express One5. Sprinter	<ol style="list-style-type: none">1. Posta Pont2. Pick Pack Pont3. Csomag Pont GLS4. FOXPOST5. dpd Pickup

Najczęściej wybierane metody dostawy:

Zdecydowanie najbardziej popularną metodą dostawy na Węgrzech jest korzystanie z firm przewozowych (kurierów). Taka formę obioru paczek wybiera 64% Węgrów. Na drugim miejscu znalazł się odbiór osobisty w sklepie, z którego produkt został zakupiony (20%). Paczkomaty są wyborem 12% Węgrów podczas zakupów online. W 5% przypadków sklep online dostarczył zamówiony produkt do klienta poprzez własny transport.



²² https://wsuf.hu/media/attachments/acta_wekerleensis/2020/Dr-Gero-Imre-E-kereskedelem-fejlodes-Magyarorszagon-II.pdf

VII. Prowadzenie sklepu online na Węgrzech²³

Do sprzedaży online na Węgrzech nie ma potrzeby uzyskania specjalnej licencji. Niemniej jednak warto pamiętać, że niektóre grupy produktowe mogą być sprzedawane tylko w sklepach stacjonarnych np.:

- Niektóre rodzaje farb
- Pestycydy
- Produkty weterynaryjne
- Pirotechnika

Mimo, że nie ma potrzeby uzyskania specjalnej licencji, należy pamiętać aby wystąpić o numer VAT. W przypadku rejestracji nowej firmy, numer VAT jest przyznawany automatycznie.

Obowiązki informacyjne:

Bardzo ważną kwestią jest dostosowanie własnej strony do panujących na Węgrzech obowiązków informacyjnych.

Każdy sklep online powinien zawierać następujące informacje:

- Dane kontaktowe firmy;
- Cena brutto produktu + wszystkie dodatkowe koszty;
- Szczegóły techniczne produktu, płatności oraz dostawy;
- Szczegóły dotyczące zwrotów gwarancyjnych;
- Prawo do zwrotu produktu (terminy, zasady zwrotu, warunki zwrotu);
- Treści cyfrowe jako produkt: wymagania techniczne oraz środki bezpieczeństwa;
- Informacja na temat rady pojednawczej.

Odstąpienie od umowy:

Na Węgrzech istnieje prawo do odstąpienia od umowy bez podawania przyczyny. Kupujący ma 14 dni od otrzymania produktu na jego zwrot. W przypadku braku informacji dla konsumenta odnośnie prawa do odstąpienia od umowy, termin zostaje wydłużony z 14 dni do 12 miesięcy.

Informacja o zwrocie od kupującego do sprzedającego może zostać przesłana poprzez stronę internetową lub poprzez bezpośredni kontakt z sprzedającym.

Sprzedający ma obowiązek zwrotu kosztów dla kupującego:

- 14 dni od otrzymania informacji od kupującego,
- Pełna cena produktu oraz wszystkie dodatkowe koszty poniesione przez kupującego (nie tylko dostawa ale też wszystkie inne potencjalne koszty związane z transakcją),
- Zwrot powinien odbyć się w ten sam sposób w jaki została dokonana płatność.

²³ <https://visegradlegal.com/>

Rękojmia:

W przypadku rękojmi najważniejszą kwestią jest umożliwienie kupującemu zwrotu lub wymiany produktu. W przypadku roszczenia z tytułu rękojmi za wady rzeczowe, kupujący może żądać naprawy lub wymiany produktu.

Kupujący może żądać proporcjonalnego obniżenia ceny. Może również naprawić wadę produktu samodzielnie lub zlecić jej naprawę komuś innemu na koszt sprzedawcy. Istnieje też możliwość odstąpienia od umowy, jeżeli sprzedający nie podjął się naprawy lub wymiany produktu lub nie był w stanie wywiązać się z tego obowiązku na warunkach określonych w ust. 4.

Ważną kwestią dla sprzedającego jest fakt, że nieistotna wada produktu nie powoduje unieważnienia transakcji - jeżeli nie udowodniono inaczej, w odniesieniu do umów między konsumentami a przedsiębiorcami domniemywa się, że wada wykryta przez konsumenta w ciągu sześciu miesięcy po spełnieniu świadczenia istniała już w momencie świadczenia, chyba że domniemanie to jest niezgodne z charakterem rzecz lub cechy wady.

Gwarancja:

Na Węgrzech, w odróżnieniu od Polski, gwarancja jest uzależniona od ceny brutto produktu.

Poniższa tabela pokazuje ceny brutto oraz okres gwarancji, który przysługuje²⁴:

Cena brutto w HUF Cena brutto w przeliczeniu na PLN (NBP 08.12.2021 100HUF = 1,25 PLN)	Okres gwarancji
10,000 HUF – 100,000 HUF 125zł – 1,250zł	1 rok
100,001 HUF – 250,000 HUF 1,250zł – 3,120zł	2 lata
> 250,001 HUF powyżej 3,120zł	3 lata

Rozpatrywanie skarg:

Zgodnie z węgierskim prawem, kupujący może złożyć skargę ustną lub skargę pisemną.

W przypadku skargi ustnej, sprzedający musi jak najszybciej zbadać oraz rozpatrzyć taką skargę oraz wyrobić numer identyfikacyjny reklamacji.

Jeśli do sprzedającego wpłynie skarga pisemna, sprzedający ma obowiązek odpowiedzieć w ciągu 30 dni od otrzymania takiej skargi, oraz podobnie jak w przypadku skarbi ustnej, wyrobić numer identyfikacyjny reklamacji.

²⁴ <https://visegradlegal.com/>

W obu przypadkach (skarga pisemna oraz ustna), jeśli klient nie zgodzi się z wynikiem lub nie ma możliwości natychmiastowego rozpatrzenia reklamacji, należy sporządzić protokół reklamacyjny. Takie raporty, każdy sprzedający ma obowiązek przechowywać przez minimum 3 lata.

W przypadku odrzucenia skargi, konsument musi zostać poinformowany o przysługujących mu środkach odwoławczych.

Na co zwrócić uwagę przed otwarciem własnego sklepu online na Węgrzech²⁵

- Należy powiadomić lokalnego notariusza;
- Uzyskanie numeru VAT / założenie firmy;
- Regulamin sklepu;
- Regulamin rękojmi/gwarancji;
- Regulamin RODO.

²⁵ <https://visegradlegal.com/>