

Studiu Horváth: România a înregistrat cu 733% mai mulți cumparatori online în ultima decada, de 7 ori mai mult decât Polonia, Cehia, Slovacia, Ungaria și Bulgaria



O creștere de 70% a vânzărilor online în 2020 comparativ cu anul precedent și o creștere cu 733% a numărului de cumparatori prin e-commerce în ultima decada. Acestea sunt datele care definesc comerțul online din România, potrivit celui mai recent studiu realizat de compania de consultanță în management, Horváth.

„Comerțul online este unul dintre domeniile care a cunoscut un ritm de creștere extrem de accelerat în ultimii ani, în mare parte datorită schimbării așteptărilor și comportamentului de achiziție al clientului. În același timp, perturbările produse de multiplele restricții și de nevoia de adaptare la noua normalitate au avut efecte și asupra companiilor și intermediarilor lor, pentru care factori precum existența unei infrastructuri digitale, fiabilitatea serviciilor de curierat și optimizarea experienței clienților în timpul procesului de cumpărare au fost decisivi în evoluția rezultatelor e-commerce. Așadar, aflate în continua creștere, nevoile clienților au impulsionat organizațiile să își îmbunătățească aceste procese de business și să puna accent pe inovații de tip digital-first”, explică **Vlad Gheorghe**, reprezentant Horváth.

Vânzările prin e-commerce în România au înregistrat o creștere foarte mare în 2020 (+71% comparativ cu 2019), ca urmare a pandemiei și a factorilor menționați anterior. Aceasta creștere nu a putut fi susținută și în 2021, când s-au înregistrat vânzări cu doar 29% mai mari față de 2019. Relaxarea restricțiilor și posibilitatea de a cumpara în persoană au jucat un rol important în această diminuare a ratei de creștere, precum a avut-o și faptul că în marketplace-urile de e-commerce costurile de acces sunt vazute ca fiind prohibitive (un exemplu fiind vânzările restaurantelor pe Bolt Food sau Glovo, care reprezintă un cost foarte mare pentru patroni). IMM-urile românești au avut de asemenea foarte mult de câștigat de pe urma vânzărilor e-commerce, rata fiind cu 40% mai mare în 2021 față de anul precedent în țările analizate - Polonia, Cehia, Slovacia, Ungaria și Bulgaria.

În ce privește creșterea numărului de cumparatori, se observă o evoluție mult mai accelerată în România comparativ cu media din țările analizate: din 2010 și până în 2021, România a înregistrat o creștere de 733% a cumpărăturilor online, în timp ce în peer group, în aceeași perioadă, creșterea a fost de doar 113%. Cu toate acestea, este important de menționat că sectorul e-commerce românesc este în mare măsură concentrat în mediul urban. Discrepanța dintre urban și rural este foarte mare, cifrele arătând cu 23% mai puțini cumparatori prin e-commerce în mediul rural față de cel urban, iar creșterea se accentuează de la an la an. Diferența dintre cele două segmente de cumparatori este cea mai mare din Uniunea Europeană (aproape tripla față de media UE) și cu mult peste media țărilor analizate în studiu.

În acest context economic incert, marcat de efectele pandemiei, soluția este o accelerare a digitalizării proceselor de business în numeroase industrii și sectoare de activitate, cu scopul de a oferi alternative viabile.

Horváth este una dintre cele mai importante companii internaționale, independente, de consultanță în

management, prezenta și pe piața din România, începând cu 2005. Compania a fost înființată în Stuttgart, în 1981, de Prof. Dr. Péter Horváth, unul dintre pionierii Controlling-ului în Germania și are peste 1.000 de angajați. Horváth are birouri în Germania (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München și Stuttgart), Austria, România, Elveția, Ungaria, Arabia Saudita și Emiratele Arabe, dar consultanții companiei stau la dispoziția clienților la nivel global. Horváth este membra a Cordence Worldwide, cea mai importanta alianță activa la nivel mondial, formată din companii de consultanță în management de prestigiu, cu aproape 70 de birouri în 24 de țări, situate pe trei continente.