



Branża e-commerce na Węgrzech

26 października 2021 r.

© PAIH S.A.

Niniejsza publikacja ma charakter informacyjny.
Została opracowana na podstawie informacji uznanych za wiarygodne
i nie stanowi wykładni ani opinii prawnej.

Wydawca: Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Warszawa, październik 2021 r.

Spis treści

1. Węgry - wprowadzenie.....	4
2. E-commerce na Węgrzech.....	8
2.1 Dane za rok 2020.....	8
2.2 Rynek e-commerce na Węgrzech w Q1 i Q2 2021.....	9
2.3 Charakterystyka węgierskiego rynku e-commerce.....	9
3. Prowadzenie sklepu online na Węgrzech.....	12



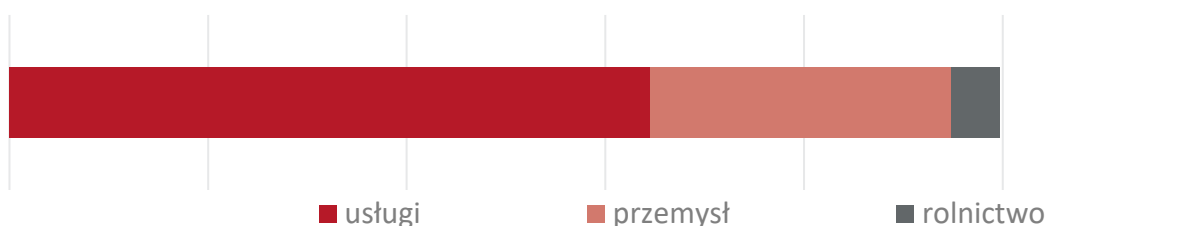
1. Węgry - wprowadzenie

Węgry są jedną z najbardziej otwartych gospodarek na świecie – eksport stanowi prawie 85% węgierskiego PKB.

Według wstępnego szacunku węgierskiego Centralnego Urzędu Statystycznego (KSH) gospodarka węgierska w ostatnim kwartale 2020 r. wzrosła o 1,1% w porównaniu z poprzednim kwartałem. Zamiast spodziewanego dalszego spadku, gospodarka węgierska była w stanie wykazać wzrost w ostatnim kwartale, którego przyczyny wg analityków mogą być następujące:

- obostrzenia, zamknięcia wprowadzone zostały dopiero w połowie listopada 2020 r.;
- przemysł nie został w takim stopniu sparaliżowany jak wiosną, łańcuchy dostaw funkcjonowały względnie bez uszkodzeń, duże przedsiębiorstwa były w stanie zorganizować produkcję pomimo przypadków zarażeń;
- przemysł budowlany szybko się otrząsnął z szoku i jego wzrost pozostawał nieprzerwany w IV kw.;
- dane sektora usług na razie nie są znane, ale prawdopodobnie poza gastronomią i turystyką, pozostałe branże w znacznie mniejszym stopniu zostały dotknięte przez niekorzystny wpływ obostrzeń;

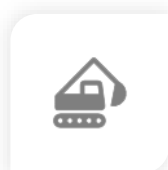
Udział sektorów w gospodarce (wg KSH)



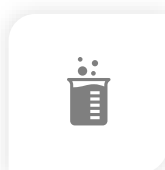
W 2020 r. Polska była 4 największym eksporterem i jednocześnie 2 największym dostawcą art. spożywczych na Węgry.

Źródło: ksh.hu

Co eksportujemy:



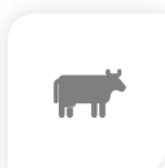
wyroby przemysłu
elektromaszynowego (39%
eksportu),



wyroby przemysłu
chemicznego (14%),



wyroby metalurgiczne
(16%),

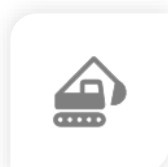


art. rolno-spożywcze (13%).

Udział w eksporcie Polski ogółem: 2,8%

Wartość eksportu: 6.514 mln EUR

Co importujemy:



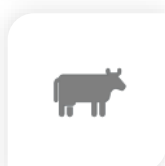
wyroby przemysłu
elektromaszynowego (37%
eksportu),



wyroby przemysłu
chemicznego (30%),



wyroby metalurgiczne
(11%),



art. rolno-spożywcze (12%).

Udział w imporcie Polski ogółem: 1,6%

Wartość importu: 3.852 mln EUR

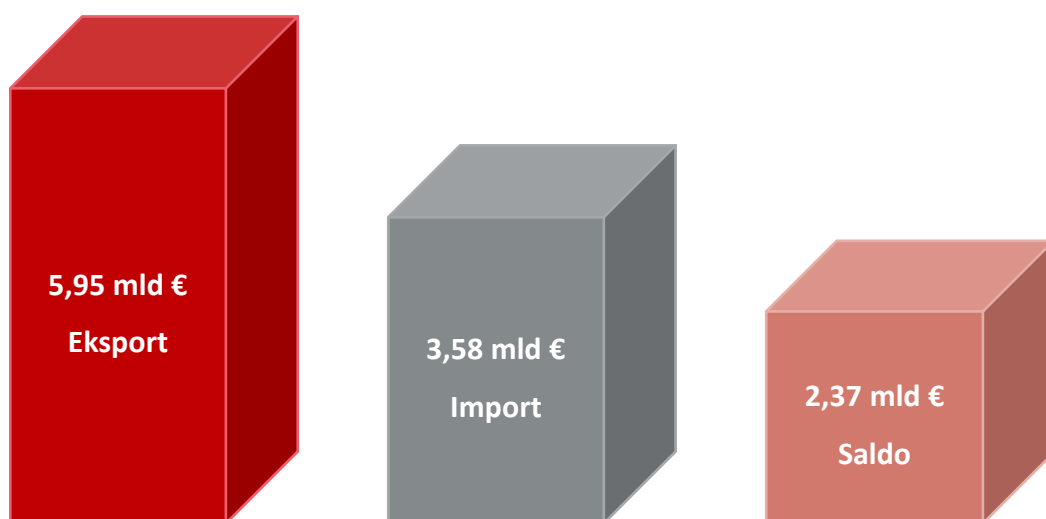
W 2019 roku Węgry były dla Polski 10. partnerem eksportowym. Główne towary w eksporcie, to części i akcesoria samochodowe (7%), aparatura odbiorcza dla telewizji, monitory, projektory wideo (4%), samochody osobowe (3%), drut miedziany (3%), części do silników spalinowych (3%), akumulatory elektryczne wraz z separatorami (2%), pozostałe meble (2%) oraz cygara, cygaretki i papierosy (2%). Polska jest również drugim co do wielkości dostawcą art. rolno-spożywczych na rynek węgierski.

Pod względem wartości polskiego importu w 2020 roku Węgry były dla Polski 18. partnerem. W imporcie dominowały leki złożone (6%), samochody osobowe (6%), części i akcesoria samochodowe (5%), aparatura odbiorcza dla telewizji, monitory, projektory video (3%), tablice, panele, pulpity do sterowania energii elektrycznej (3%), silniki spalinowe (2%) oraz wyroby walcowane na gorąco (2%).

W 2020 roku Węgry były dla Polski 10. partnerem w eksporcie. Najważniejsze grupy towarowe, to – dominujące od lat - wyroby przemysłu elektromaszynowego (39% eksportu), wyroby przemysłu chemicznego (14%), wyroby metalurgiczne (14%), oraz art. rolno-spożywcze (13%).

Główne towary w eksporcie, to części i akcesoria samochodowe (7%), aparatura odbiorcza dla telewizji, monitory, projektory video (4%), samochody osobowe (3%), drut miedziany (3%), części do silników spalinowych (3%), akumulatory elektryczne wraz z separatorami (2%), pozostałe meble (2%) oraz cygara, cygaretki i papierosy (2%). Polska jest również drugim co do wielkości dostawcą art. rolno-spożywczych na rynek węgierski.

Bilateralna wymiana handlowa z Węgrami w 2020 r.



Źródło: GUS

Poprawiającą się kondycję węgierskiej gospodarki dostrzegły agencje ratingowe, podnosząc swe oceny zdolności kredytowej Węgier; poniżej aktualne ratingi największych agencji:

- Fitch Ratings – BBB perspektywa stabilna (podniesienie ratingu 22 lutego 2019 r.; rating zalecany dla inwestycji),
- Standard & Poor's – BBB perspektywa pozytywna (podniesienie ratingu 14 lutego 2020; rating zalecany dla inwestycji),
- Moody's – Baa3 perspektywa stabilna (podniesienie ratingu 4 listopada 2016, rating zalecany dla inwestycji).

Bilateralna współpraca inwestycyjna

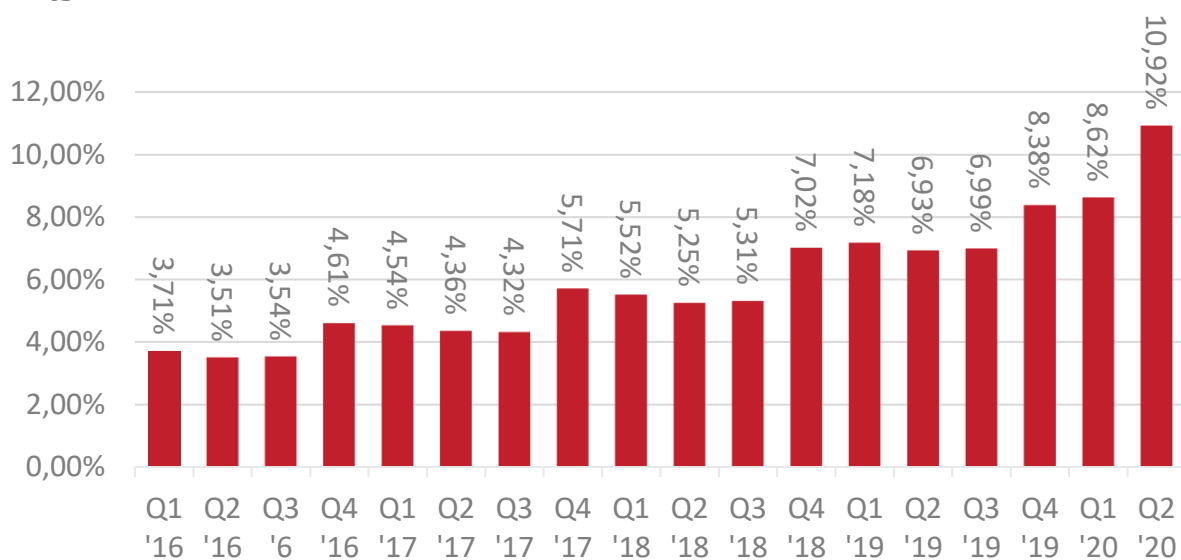
- Skumulowana wartość polskich bezpośrednich inwestycji na Węgrzech na koniec 2019 roku wyniosła 1,3 mld EUR, co oznacza, że Węgry są 5. największym odbiorcą naszych inwestycji;
- Skumulowane węgierskie inwestycje w Polsce wyniosły 1,7 mld EUR (Richter Gedeon, Slovnaft (MOL), Duna Pack, TriGranit);
- W lutym 2019 roku Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka nabyła za 108 mln PLN 80% udziałów spółki Poli-Farbe Vegyipari;
- 2018 r. wiodąca węgierska grupa inwestycyjna Central Group, nabyła Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne S.A. (WSiP);
- 2019 r. węgierska spółka Wing zakupiła 56% akcji polskiej spółki Echo Investment;
- 2019 r. węgierska spółka Cordia zakupiła pakiet kontrolny polskiego dewelopera Polnord.

2. E-commerce na Węgrzech

2.1 Dane za rok 2020



Kwartalny udział e-commerce w całości handlu detalicznego na Węgrzech od I kw. 2016 do II kw.2020



Źródło: <https://skivak.pl/>; <https://kosarertek.hu/piac/future-trade-2021-merre-tart-a-magyar-kiskereskedelem>

Udział e-commerce w całości handlu detalicznego wzrósł o 7,21% w okresie do Q1 2016 do Q2 2020.

2.2 Rynek e-commerce na Węgrzech w Q1 i Q2 2021

- Wartość rynku e-commerce w Q1 i Q2 2021 wyniosła 493,7 miliarda ft (ok 6,21 mld zł). Wzrost w stosunku do tego samego okresu w roku poprzednim wyniósł 30%.
- Od 2020 roku powstało ponad 4,000 nowych sklepów online.
- W Q1 i Q2 2021 Węgrzy zamówili online 27,97 milionów przesyłek, co stanowi wzrost o 32.4% w stosunku do tego samego okresu w 2020 roku.
- Ponad 63% sklepów online zwiększyła swoją sprzedaż podczas pandemii.
- 12-15 tys – liczba działających sklepów online na Węgrzech.
- Osoby kupujące online na Węgrzech, przeciętnie dokonują 17 transakcji/osoba/rok co stanowi wzrost o 10% w stosunku do roku 2020.

2.3 Charakterystyka węgierskiego rynku e-commerce

Demografia

- W 2020 roku, 9 na 10 Węgrów w przedziale wiekowym 18-79 lat, przynajmniej raz dokonało zakupu online;
- Ponad 3,44 miliona Węgrów aktywnie kupuje online;
- Średnia wartość koszyka węgierskiego kupującego wynosi 17 644 Ft (brutto) czyli ok. 221zł.

Kategorie produktowe

Najbardziej popularnymi produktami kupowanymi online przez Węgrów są:

- Moda (ubrania, buty, torby/torebki)
- Smartfony + akcesoria
- Zabawki, prezenty

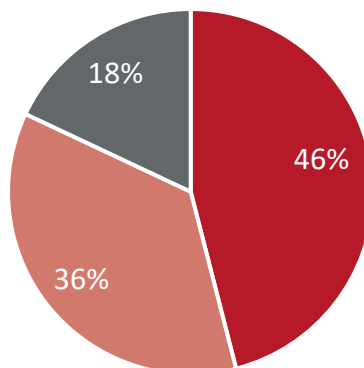
Źródło: <https://skivak.pl/>; <https://www.statista.com/statistics/1232627/hungary-quarterly-share-of-e-commerce-in-retail-trade>

Płatność

- 45% Węgrów woli korzystać z metod płatności bezgotówkowej kupując online;
- Płatność gotówką przy odbiorze paczki jest nadal popularne;
- Sklepy online oferują średnio cztery metody płatności.

Zakupy Węgrów w zagranicznych sklepach online

- Nie kupuję w zagranicznych sklepach online
- Kupuję w zagranicznych sklepach online
- Kupuję tylko w popularnych sklepach zagranicznych



Priorytety zakupowe Węgrów (zakupy online)

1. Dla 49% Węgrów dostępność produktu jest najważniejsza.
2. Dla 36% Węgrów cena produktu jest najważniejsza.
3. Dla 34% Węgrów jakość produktu jest najważniejsza.

Największe sklepy online na Węgrzech (2020)

1. [Emag / extreme digital](#)
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. [kifli.hu](#); 13. [Auchan](#); 14. [Praktiker](#); 15. [Mall.hu](#)

Źródło: <https://skivak.pl/>; https://index.hu/gazdasag/2020/11/17/webaruhazak_magyarorszagon_emag,
<https://gkidigital.hu/2021/08/26/2021-felev-online-kereskedelem>

Przychody liderów rynku e-commerce

- Emag.hu/Extreme Digital - \$128 mln;
- Media Markt - \$100 mln;
- Alza.hu - \$95 mln;
- Tesco.hu - \$88 mln.

Możliwości na węgierskim rynku e-commerce

- Pozytywne postrzeganie polskich produktów oraz firm;
- Nowe możliwości ekspansji i zwiększenie rozpoznawalności marek;
- Szansa na zwiększenie dotychczasowej sprzedaży poprzez wejście na nowy rynek;
- Niskie koszty wejścia na rynek węgierski w porównaniu do tradycyjnych sklepów.

Źródło: <https://skivak.pl/>; https://index.hu/gazdasag/2020/11/17/webaruhazak_magyarorszagon_emag;
<https://gkidigital.hu/2021/08/26/2021-felev-online-kereskedelem>

3. Prowadzenie sklepu online na Węgrzech

- Nie ma potrzeby uzyskania specjalnej licencji do sprzedaży online;
- Niektóre grupy produktowe mogą być sprzedawane tylko w sklepach stacjonarnych:
 - Niektóre rodzaje farb,
 - Pestycydy,
 - Produkty weterynaryjne,
 - Broń,
 - Pirotechnika;
- Rejestracja w celu uzyskania numeru VAT jest konieczna (w przypadku rejestracji nowej firmy numer VAT jest przyznawany automatycznie).

Obowiązki informacyjne w sklepie online

- 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 umowy bez podawania przyczyny
 - Kupujący ma 14 dni od otrzymania produktu na zwrot,
 - Przy braku informacji dla konsumenta odnośnie prawa do odstąpienia od umowy, termin jest wydłużony do 12 miesięcy;
- Zwrot może być dokonany poprzez stronę internetową lub poprzez bezpośredni kontakt z sprzedającym;

Źródło: <https://visegradlegal.com/>

- Zwrot 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.

Rękojmia

- Sprzedający musi umożliwić zwrot lub wymianę produktu kupującemu;
- W ramach roszczenia z tytułu rękojmi za wady rzeczowe, kupujący może żądać naprawy lub wymiany produktu;
- Kupujący może żądać proporcjonalnego obniżenia ceny; może naprawić wadę produktu samodzielnie lub zlecić jej naprawę komuś innemu na koszt sprzedawcy, lub może odstąpić 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;
- 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

Gwarancja na produkt trwałe jest uzależniona od ceny brutto produktu.

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

Źródło: <https://visegradlegal.com/>

Rozpatrywanie skarg

- Skarga ustna
 - Należy jak najszybciej zbadać oraz rozpatrzyć taką skargę
 - W przypadku reklamacji ustnej, należy wyrobić numer identyfikacyjny reklamacji.
- Skarga pisemna:
 - W przypadku reklamacji pisemnej, należy odpowiedzieć w ciągu 30 dni od otrzymania skargi oraz wyrobić numer identyfikacyjny reklamacji
- .Jeśli klient nie zgadza się z wynikiem lub nie ma możliwość natychmiastowego rozpatrzenia reklamacji, należy sporządzić protokół reklamacyjny.
- Raporty i odpowiedzi należy 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 Węgrzech

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

Polska Agencja Inwestycji i Handlu

Polska Agencja Inwestycji i Handlu (PAIH) jest instytucją doradczą wchodzącą w skład Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR), punktem pierwszego kontaktu dla eksporterów oraz inwestorów.

Misją PAIH jest zwiększenie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do kraju oraz zasięgu i dynamiki umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw.

Agencja działa zarówno w Polsce, jak i poprzez Zagraniczne Biura Handlowe (ZBH). Oferuje szybki dostęp do kompleksowej informacji dotyczącej otoczenia gospodarczo-prawnego Państwa projektów biznesowych. Pomaga również w pokonywaniu procedur administracyjnych dotyczących konkretnych przedsięwzięć, opracowaniu rozwiązań prawnych, znalezieniu odpowiedniej lokalizacji oraz wiarygodnych partnerów i dostawców. Zapewnia również dostęp do instrumentów finansowych, w tym ubezpieczeń oferowanych przez instytucje zrzeszone w Grupie Polskiego Funduszu Rozwoju.

PAIH na świecie...



ZASTRZEŻENIE

Powyższy materiał jest chroniony prawami autorskimi, które przysługują Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. („PAIH”) i można go wykorzystywać w sposób dozwolony przez przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tj. Dz. U. z 2019, poz. 1231), ale jedynie w celach niekomercyjnych (tj. na użytek własny). Nie jest dozwolone komercyjne wykorzystanie przekazywanych treści. Ponadto, materiał ten można wykorzystać, jeżeli przepisy lub zgoda uprawnionego zakładają, że wykorzystanie w celach niekomercyjnych nie wymaga pozwolenia ze strony uprawnionego. Dla innych sposobów wykorzystania materiału niezbędne jest uzyskanie pozwolenia od uprawnionego z tytułu autorskich praw majątkowych. PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiejkolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

ul. Krucza 50
00-025 Warszawa

NIP: 526-030-01-67

KRS: 0000109815

Kontakt:

Serwis PAIH24: +48 22 334 99 55

Kontakt PAIH24: paih24@paih.gov.pl



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

