



Nemzetközi web áruházak raktárválasztási szempontjai

Miért (nem) Magyarországon?



53. Közgazdász vándorgyűlés

Logisztikai szekció

Miskolc, 2015. szeptember 4.

Tartalom

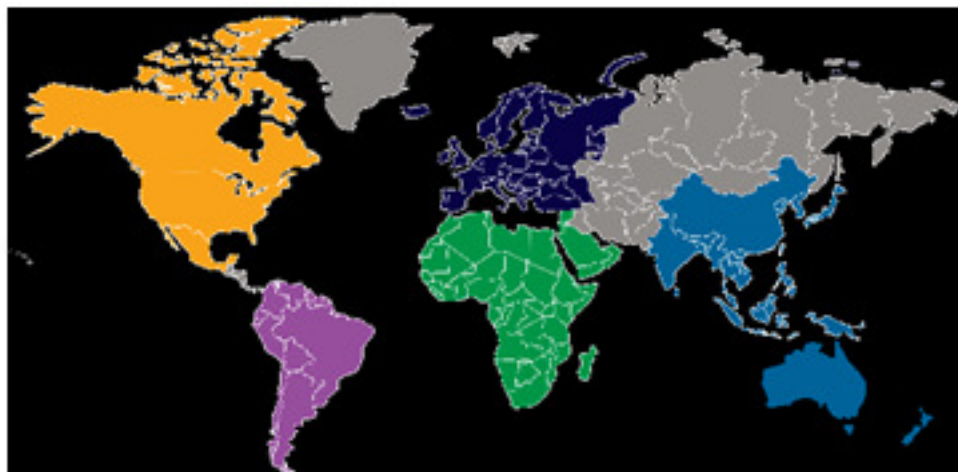
- Az e-kereskedelem növekedési potenciálja globális és EU szinten
- A magyar online kiskereskedelmi forgalom
- A Magyarországon értékesítő web áruházak top listája
- Nemzetközi e-kereskedelem
- Külföldi telephelyről szállító nemzetközi web áruházak
- A web áruházak kereskedelmi sajátosságai
- A telephely választás szempontjai

Az e-kereskedelem növekedési potenciálja

- Tegnap hí:
 - „Az Online Kiskereskedelmi Index szerint éves összehasonlításban óriási, 16 százalékot meghaladó bővüléssel zárta 2015-ben az első félévet az online kiskereskedelem hazánkban.” (GKI Digital, Árukereső)
 - „Glattfelder Béla gazdaságsszabályozásért felelős államtitkár a napokban azt mondta: az internetes vásárlás sokkal gyorsabban növekszik, mint bármelyik másik terület, a virtuális értékesítésben az előző évhez képest erre az évre nagyjából 30 százalékos bővülés várható.”

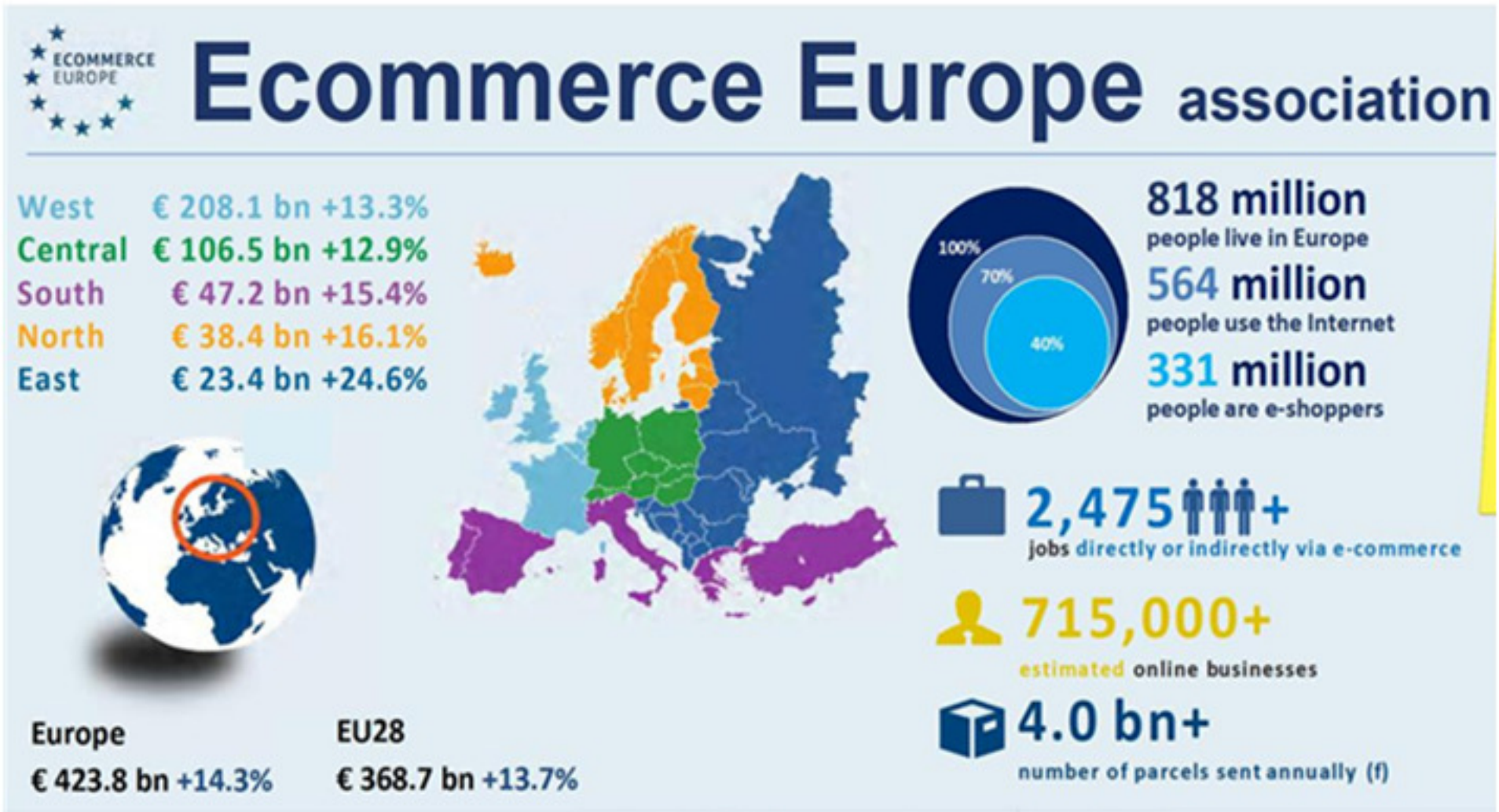


Az e-kereskedelem globális növekedése 2013/14

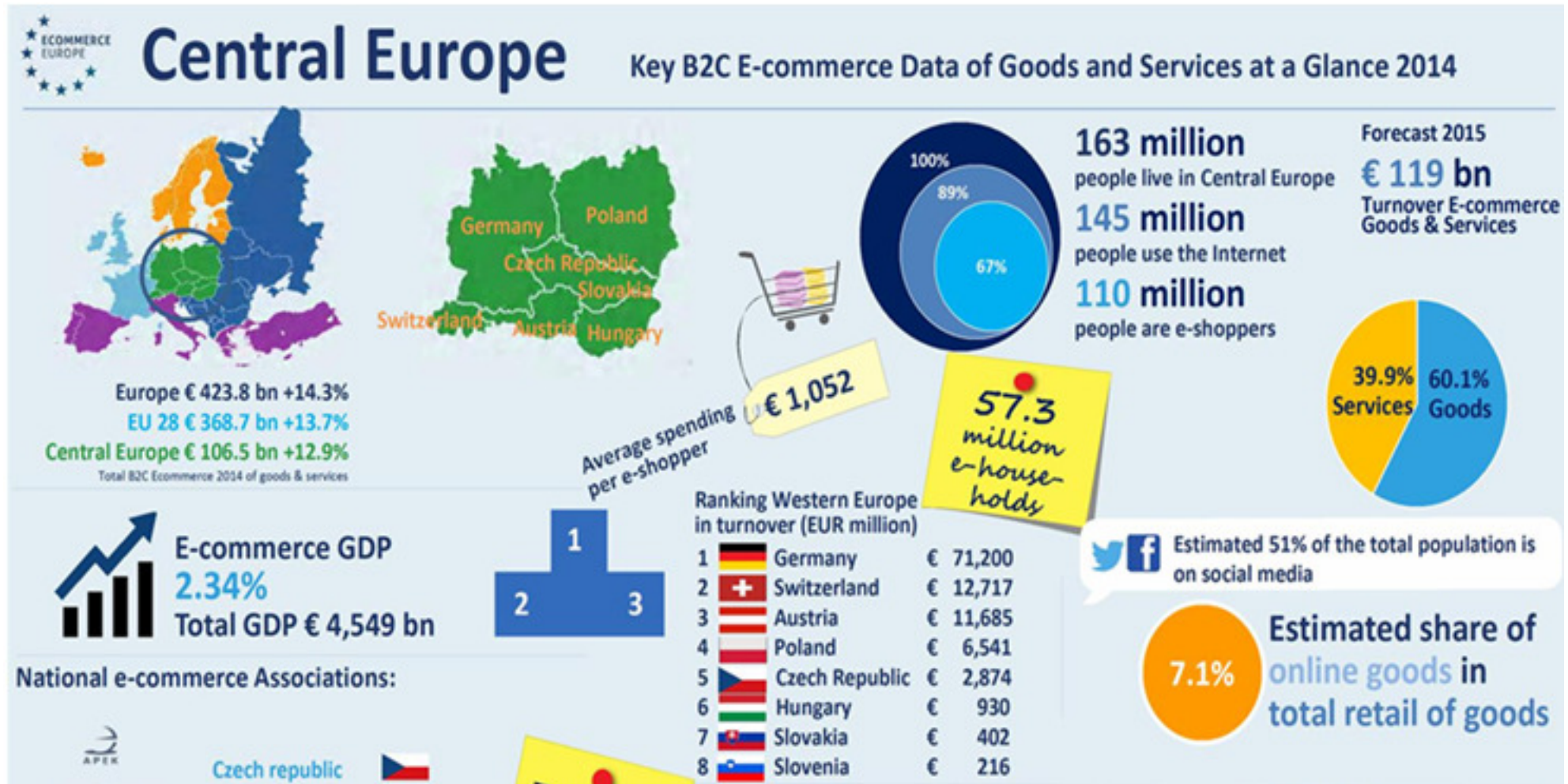


Ázsia-Óceánia	€ 580 bn	+44%
Észak-Amerika	€ 394 bn	+12%
Európa	€ 424 bn	+14%
Latin-Amerika	€ 29 bn	+17%
Afrika	€ 3 bn	+11%
Egyéb országok	€ 35 bn	+23%

Az európai e-kereskedelem növekedése 2013/14

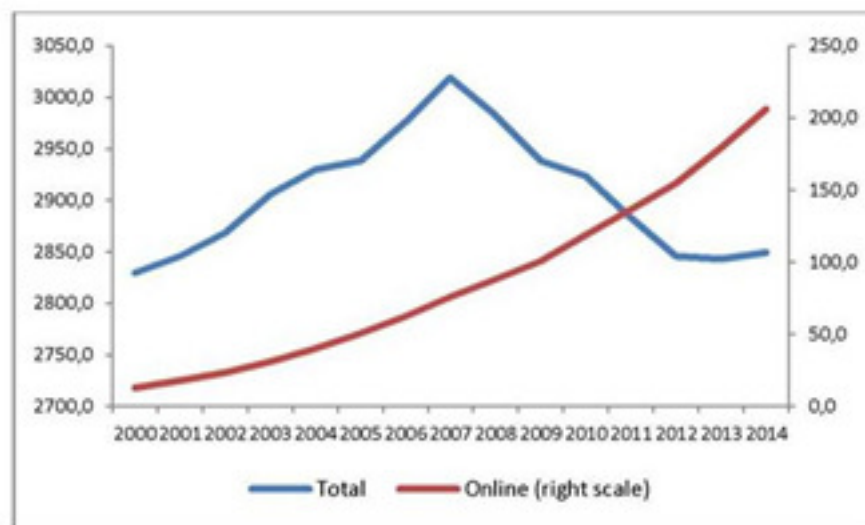


A közép-európai e-kereskedelem



Az EU országok kiskereskedelmi forgalma

Az EU tagországok teljes és online kiskereskedelmi forgalma 200-2014 között



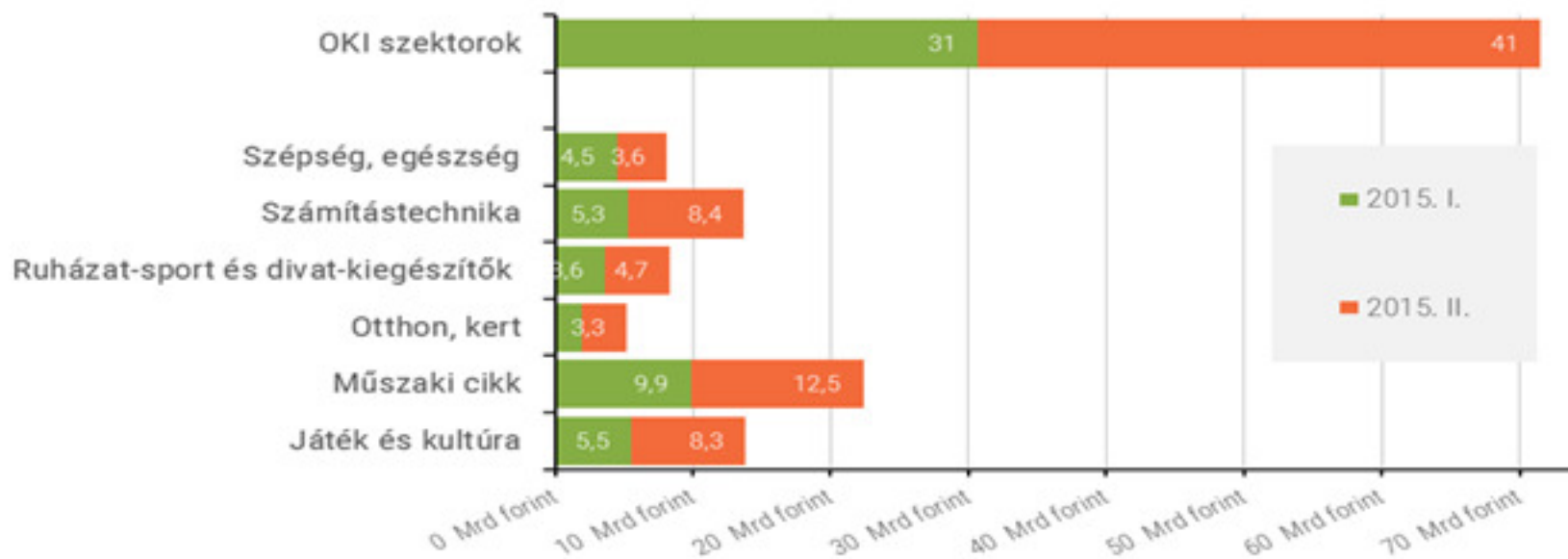
Source: Duch-Brown, N. and Martens, B., 2015 (a)

Az e-kereskedelem az EU-ban gyorsan, átlagosan évi 22% mértékben növekszik és értéke meghaladta a 200 milliárd Euro-t 2014-ben, ezzel a kiskereskedelmi forgalmi részesedése elérte a 7%-ot.

A magyar online kiskereskedelmi forgalom

- Az online kiskereskedelem hat legnagyobb szektora 2014 folyamán több mint 150 milliárd forintos forgalmat ért el,
- A szektorok saját kiskereskedelmi forgalmukon belül 6%-os súlyt szereztek.


















Az Online Kiskereskedelmi Index kutatássorozat hat vizsgált szektorának forgalma 2015 első és második negyedében



Forrás: GKI Digital - Árakereső.hu OKI 3. negyedév

Magyarországon értékesítő web áruházak toplistája



Helyezési sorrend	Toplista 2015			
	Név	Működés kezdete	Tulajdon	Rendelkezik-e Magyarországon raktárral
1	Extreme Digital	2004	 	igen
2	Mall.hu	2005	 Naspers	igen
3	eMag	2013	 Naspers	nem
4	Libri/shopline	1999	 	igen
5	Bónusz Brigád	2010	 	igen
6	Ipon	2006	 	igen
7	Tchibo	2012	 	nem
8	Tesco	2013		igen
9	Fashion Days	2010	 	nem
10	Játéknet	2006	 	igen

Nemzetközi e-kereskedelem*

Q27. Approximately what percentage of your online sales in 2014 came from countries outside the EU?

	In your own country where your company is located	In other EU countries	In countries outside the EU
TOTAL	85.4%	10.3%	4.3%
EE	78.5%	18.5%	3.0%
BG	89.5%	5.6%	4.9%
CZ	86.8%	9.4%	3.8%
DK	87.4%	7.4%	5.2%
DE	83.2%	10.7%	6.0%
EE	86.6%	9.5%	4.0%
IE	65.8%	23.4%	10.8%
EL	78.9%	12.2%	8.9%
ES	87.4%	9.3%	3.3%
FR	85.8%	11.0%	3.3%
HR	83.3%	10.8%	5.9%
IT	81.4%	14.0%	4.6%
LV	77.8%	15.8%	6.5%
LT	76.5%	17.4%	6.2%
LU	52.6%	39.9%	7.5%
HU	90.7%	5.9%	3.0%
NL	90.4%	6.8%	2.8%
AT	66.6%	29.3%	4.1%
PL	93.0%	4.9%	2.1%
PT	72.0%	21.3%	6.7%
RO	90.2%	8.6%	1.1%
SI	83.9%	14.6%	1.3%
SK	86.1%	10.9%	2.9%
FI	92.8%	5.2%	2.0%
SE	88.8%	8.3%	2.8%
UK	90.7%	6.3%	3.0%

Highest percentage per country: PL (93.0%)
 Lowest percentage per country: LU (52.6%)
 Highest percentage per item: PL (93.0%)
 Lowest percentage per item: LU (52.6%)

➤Az EU tagországok kiskereskedőinek

- 41 %-a foglalkozott internetes értékesítéssel

- 12 %-a nemzetközi internetes értékesítéssel

- online bevételei

- 85,4 %-ban saját országukból
- 10,3 %-ban más EU tagországból
- 4,3 %-ban EU-n kívüli országból

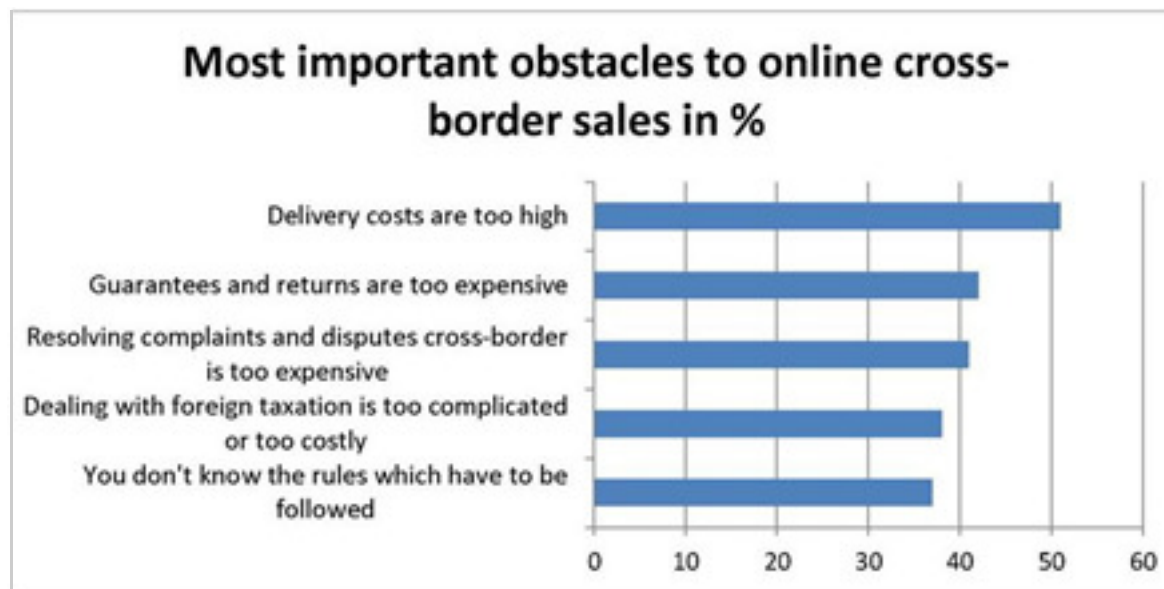
származott.

➤A legnagyobb EU-n belüli online forgalmat bonyolító cégek székhelye Luxemburg

➤A magyar (B2C) kiskereskedők online bevételeinek 90%-a itthonról érkezik, 6% jut más uniós országoknak és 3,5 az Unión kívülieknek.

➤A hazai online vállalkozások majdnem fele úgy gondolja, soha nem fog előfordulni az, hogy az EU-n kívülre is szállítson

Határt átlépő online értékesítés akadályai



Source: Flash Eurobarometer 413, 2015

➤ A nemzetközi online kereskedelem leggyakrabban említett akadályai:

- 51 %-ban a túl magas szállítási/kézbesítési költségek
- 42 %-ban a túl drága garancia biztosítás és visszáru kezelés
- 41 %-ban a panaszok nemzetközi kezelésének magas költsége
- 38 %-ban a külföldi adózás bonyolultsága
- 37 %-ban a szabályok követhetetlensége

➤ A magyar online vállalkozók majdnem 2/3-a a magas szállítási költséget tekinti a nemzetközi online forgalom növekedésének legnagyobb akadályaként



Aktív külföldi raktárról működő web áruházak Magyarországon

Cégnév		Honnan indítja a csomagot
Szinker Kft/Conrad		Ausztria
Fashion Days Shopping Zrt.		Svájc
Dante International (eMag)		Románia
Tchibo		Németország
Cooper Vision Kft		USA/Lengyelország
Moss Express/Essentra Components		Ausztria
REBOX SR, s.r.o./mackojatek.hu		Szlovákia (Pozsony)
Berner (Táblás utca 34.)		Ausztria
ARASID spol. s r.o.		Szlovákia
Yves Rocher		Franciaország
Triumph Kft		Svájc
STARLIFE s.r.o.		Csehország
Bon Prix		Lengyelország
Amazon		SK/DE/UK (Pozsony)

ÁFA szabályozás a nemzetközi web áruházak esetében



- Amennyiben:
 - A külföldi vevő nem adóalany, ezért az adót az eladó számítja fel és fizeti meg
 - Terméket az eladó, vagy az ő megbízásából egy harmadik személy fuvarozza
 - Nem új közlekedési eszközről és nem fel- vagy összeszerelés tárgyául szolgáló termék értékesítéséről van szó

- Ekkor, a nemzeti hatáskörben megállapított évi értékesítési értékhatár alatt az eladó az eladó országában adózik az eladó országában érvényes adómértékkel

- Ha nagyobb az adott évi értékhatárnál az értékesítés, akkor az eladó a vevő országában köteles regisztrálnia magát és a vevő országában adózik az ottani adómértékkel

- Ez az értékesítési értékhatár Magyarországon évi **35 ezer euró**

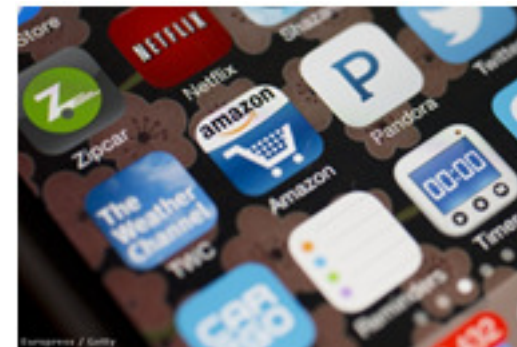
- Jövedéki termék távértékesítése esetén adókötelezettség összeghatártól függetlenül mindig a rendeltetési helyen(a célországban) keletkezik.

A web áruházak kereskedelmi sajátosságai

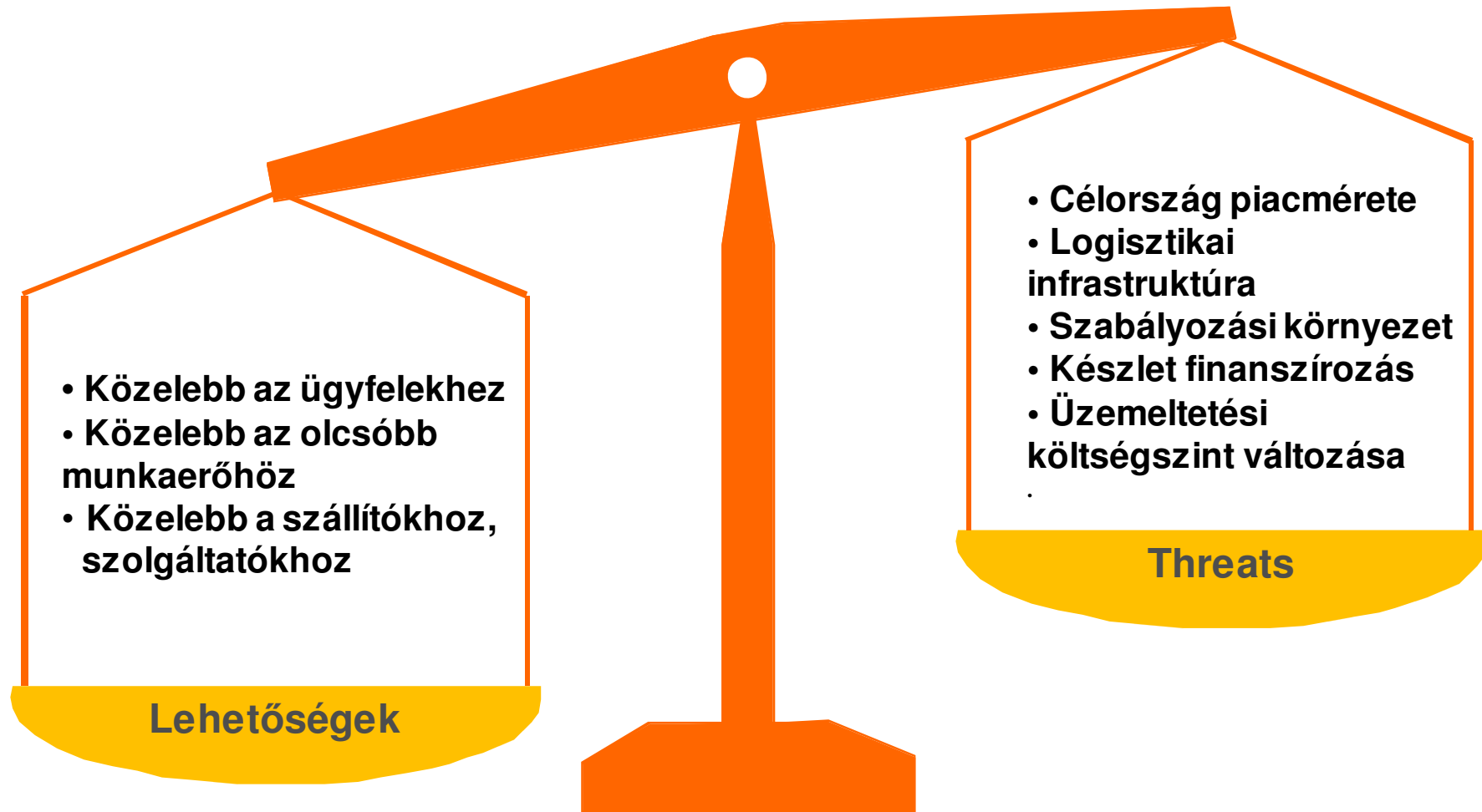
- Lételem a logisztikai infrastruktúra
 - informatikai infrastruktúra
 - szállítási infrastruktúra
 - vevőszolgálati infrastruktúra

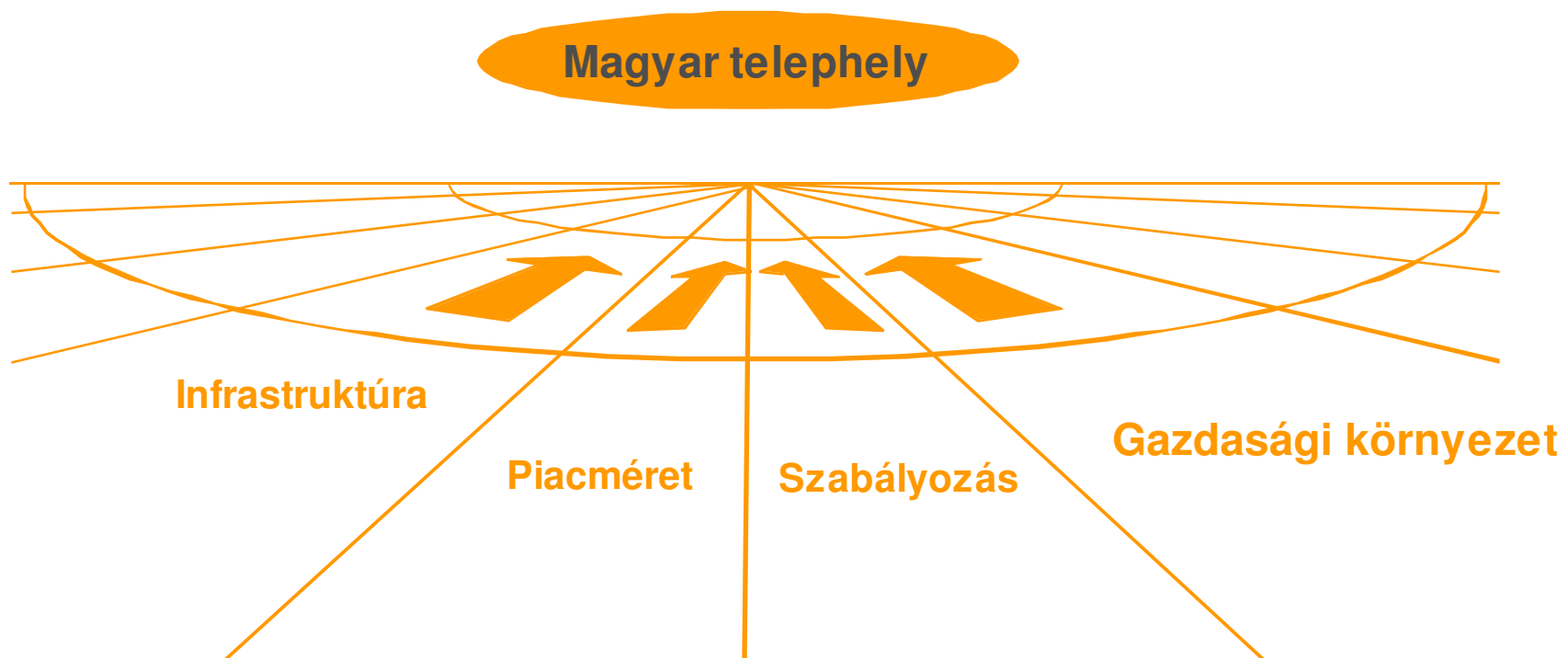
- Beszerzési infrastruktúra adottságai
 - készletgazdálkodás/finanszírozás
 - bizományi értékesítés (internetes bizományi eladás)

- Szabályozási környezet kihívásai
 - forgalmazási előírások
 - fogyasztóvédelmi követelmények
 - környezetvédelmi szabályozás
 - ÁFA szabályozás
 - pénzforgalmi szabályok
 - adatvédelmi szabályok



Új telephely választás szempontjai nemzetközi web áruházak esetén





Köszönöm a figyelmet!