

Piata de e-Commerce din România a depasit 3,5 miliarde de euro, în 2018 (Raport GPeC)



Românii au făcut cumparaturi online în valoare de peste 3,5 miliarde de euro, în 2018, cu 30% mai mult decât în 2017, când suma cheltuită a fost de 2,8 miliarde de euro, reiese din Raportul Pietei de e-Commerce GPeC 2018, întocmit de principalii jucatori din piata de comert electronic din România.

Conform statisticilor si estimarilor GPeC, cresterea de aproape 30% este una dintre cele mai mari din Europa, pentru al doilea an consecutiv, iar calculat ca medie, românii au cheltuit pentru cumparaturi online aproape 10 milioane de euro în fiecare zi din 2018, în crestere comparativ cu cele 7,67 milioane de euro, medie zilnica înregistrata cu un an în urma.

Valoarea totala de peste 3,5 miliarde de euro reprezinta strict segmentul e-tail, adica produsele fizice (tangibile) care au fost cumparate prin internet. Nu sunt incluse serviciile, biletele de avion, vacantele si calatoriile, rezervarile hoteliere, biletele la spectacole sau la diferite evenimente, continutul de download etc.

Datele centralizate de 2Performant, citate în raportul GPec, arata, totodata, ca, pe parcursul anului trecut, un român a cheltuit, în medie, 243 de lei la o achizitie online facuta de pe computer, respectiv 210 lei pentru o achizitie realizata de pe telefonul mobil. De altfel, aproximativ 80% din traficul înregistrat de principalele magazine online a fost generat, anul trecut, de dispozitivele mobile, în crestere cu 10% fata de 2017, si cu 30% în comparatie cu anul 2016.

"Totusi, rata de conversie de pe dispozitivele mobile este înca la jumatate din rata de conversie înregistrata pe Desktop în cazul majoritatii magazinelor online, ceea ce înseamna ca românii prefera sa foloseasca telefonul mobil pentru a cauta informatii despre produse, dar aleg sa finalizeze tranzactia de la computer, unde au monitoare mai mari decât ecranul telefonului mobil. Exista însa si exceptii, în cazul magazinelor online consacrate si a magazinelor online care au aplicatie mobila dedicata, caz în care rata de conversie depaseste deja Desktop-ul", se mentioneaza în concluziile raportului.

Aceeasi statistica a 2Performant arata ca românii cumpara anumite tipuri de produse cu preponderenta de pe telefonul mobil. Astfel, 78,5% dintre tranzactiile magazinelor care comercializeaza articole pentru copii sunt realizate de pe telefonul mobil si doar 21,5% de pe Desktop. În plus, produsele din categoria Fashion sunt cumparate de pe telefonul mobil în proportie de 66%, precum si cosmeticele sau produsele din categoria Beauty (63,2%).

În cazul electronicelor, electrocasnicelor si produselor IT, românii înca prefera Desktop-ul (57,3%) în detrimentul mobilului (42,7%), desi procentele sunt relativ apropiate, acelasi lucru fiind valabil si în cazul produselor destinate adulților (56% Desktop vs. 44% Mobil), noteaza realizatorii cercetarii.

În ceea ce priveste frecventa vizitelor la magazin din partea cumparatorilor, datele GPec si iSense Solutions arata ca acestia opteaza, în medie, pentru noua magazine pe an, cu o frecventa de 3-4 ori pe saptamâna, în timp ce non-cumparatorii viziteaza cinci magazine online în decursul a 12 luni, cu o frecventa mai mica (o data pe saptamâna).

Principalele motive invocate de catre cei care nu au cumparat online sunt, în ordine: neîncrederea ca produsele prezentate pe website-urile magazinelor online corespund întocmai realitatii (65% în 2018, comparativ cu 68% în 2017), imposibilitatea de a vedea, testa si proba produsele (58% vs 53%), neîncrederea în magazinele online sau teama de a nu fi fraudat (46% vs 51%) si plata taxelor de transport în plus fata de pretul produsului (33% vs 30%).

Principalele categorii de produse vândute online, în 2018, au fost cele din categoriile: Electro-IT&C, Fashion & Beauty, Travel, Produsele pentru casa si decoratiuni, Cartile, Cadourile si florile, biletele la spectacole si concerte, Auto & Moto (inclusiv politele RCA) si produsele destinate copiilor.

În medie, un cumparator online a facut noua achizitii pe parcursul anului trecut, în crestere fata de 2017, când media era de 8,7 achizitii.

Din punct de vedere al numarului de magazine online, acesta s-a dublat de la peste 7.000 în 2017, la mai mult de 15.000 de comercianti, în 2018. De asemenea, cele mai recente cercetari releva faptul ca, la ora actuala, exista circa 35.000 de website-uri pe domenii ".ro" care au functie de "Adauga în cos".

Raportul GPec face referire si la metoda de plata preferata a românilor atunci când cumpara un anumit produs. Astfel, plata ramburs iese în evidenta cu o proportie covârșitoare de aproximativ 83% din total, în scadere usoara fata de anul 2017, când procentul era de 85%.

Estimarile GPec si ARMO (Asociatia Româna a Magazinelor Online) vorbesc despre faptul ca piata româneasca de e-commerce va atinge si, probabil, va depasi pragul de 5 miliarde de euro, în 2020.

Sursele cifrelor si estimarilor de piata publicate în raportul GPec sunt: ARMO, 2Performant, ANCOM, eMAG, GPec, Institutul National de Statistica, iSense Solutions, Kantar Millward Brown, NETOPIA Payments si Omniconvert.

GPec, cel mai important eveniment de e-commerce din România, centralizeaza datele si publica în fiecare an raportul oficial al pietei românești de comert electronic si reprezinta cea mai mare comunitate a magazinelor online din tara.