

Comertul electronic este relativ subdezvoltat în România; expansiunea agresiva a retailerilor online erodeaza marjele comerciale de piata (studiu)

Comertul electronic este relativ subdezvoltat în România, la ora actuala, iar expansiunea agresiva din ultimii ani a jucatorilor specializati în vânzările online erodeaza marjele comerciale pe piata, afectând în special micii comercianti, releva studiul "Sectorul comert în România - un bilant dupa trei decenii de transformari", lansat, vineri, de Fundatia Friedrich Ebert si Syndex România.

Potrivit documentului, dupa 1990 au fost identificate cel puțin trei faze de dezvoltare a sectorului comert, respectiv: anii 1990 - prima parte a anilor 2000 (perioada de glorie a micului comert), jumătatea anilor 2000 - sfârșitul anilor 2010 (ascensiunea marilor lanturi multinationale) si sfârșitul anilor 2010 până în prezent - dezvoltarea comertului electronic.

"Dezvoltarea comertului electronic în ultimul deceniu a pus presiune suplimentara asupra comerciantilor cu magazine fizice, reprezentând totodata o oportunitate importanta pentru capitalul autohton. Expansiunea agresiva din ultimii ani a jucatorilor specializati în vânzările online erodeaza marjele comerciale pe piata, afectând în special comertul mic. Necesitatea de a urma tendintele pietei impune comerciantilor cu magazine fizice sa-si dezvolte canale proprii de vânzare online. Comertul electronic este totusi relativ subdezvoltat în România, existând suficient potential de crestere", se arata în studiu.

Pe de alta parte, referitor la finele anilor 2000, realizatorii analizei mentioneaza ca atunci s-a declansat "ceea ce pare a fi un declin structural al comertului mic în combinatie cu un avans consistent si sustinut al comertului mare, dominat de companiile multinationale".

"În ultimii zece ani, doar companiile care au putut beneficia de economii de scara considerabile au reusit sa prospere vizibil. Pâna la criza de la sfârșitul deceniului trecut, dezvoltarea comertului oferea suficiente oportunitati companiilor multinationale si celor locale, ambele beneficiind de pe urma cresterii accelerate a cererii de consum într-o perioada de crestere economica accelerata (...) 'Industrializarea' comertului ca urmare a dezvoltarii operatiunilor de amploare ale companiilor multinationale a dus la stagnarea ocuparii în acest sector; totodata, foarte multi mici antreprenori individuali si familiali din comert au disparut, iar pentru cei ramasi supravietuirea este din ce în ce mai dificila", se noteaza în concluziile cercetarii.

O alta concluzie a studiului releva faptul ca dezvoltarea lanturilor de hipermarketuri si declinul comertului mic cu capital autohton par sa fi avut un impact negativ important asupra magazinelor cash & carry, care pentru multi ani au fost pionierii investitiilor straine în comertul din România.

Totodata, cresterea segmentului hipermarket pare sa-si fi atins limitele, lucru sugerat de aducerea la bun sfârșit a unor strategii de dezvoltare foarte agresive si de tentativele de diversificare a activitatilor înspre segmentele supermarket si proximitate.

"Pentru marile lanturi comerciale, directiile de dezvoltare pentru viitor par a fi expansiunea în orasele mici sau chiar în mediul rural, precum si intensificarea concurentei în orasele mari si medii - ambele implica în primul rând segmentele supermarket si magazine de proximitate", subliniaza raportul.

De asemenea, ritmul de crestere a activitatii sectorului de retail alimentar din România a fost mult peste media europeana, trend datorat, sustin realizatorii cercetarii, unui context economic favorabil. Astfel, în intervalul 2012-2016, valoarea adaugata a crescut cu 85% în sectorul de retail alimentar, în timp ce evolutia ponderii remunerarii salariatilor în valoarea adaugata a cazut de la 62,2% în 2012 - sub nivelul mediu european de 68,7% în

acel an - pâna la 48,8%, în 2016.

La nivelul anului 2016, remunerarea salariatilor din retail ca parte din valoarea adaugata era, în România, la al doilea cel mai slab nivel din Uniunea Europeana (49%), cu mult sub media europeana (66%).

Cât priveste populatia ocupata în comert, datele citate arata ca, din 2007 pâna în prezent, aceasta a ramas constanta, la circa 1,2 milioane de persoane.

"În spatele acestei cifre stau însa transformari importante: scaderea ponderii muncii informale si a antreprenoriatului sau cresterea numarului de salariati în întreprinderile mari si foarte mari. Productivitatea muncii în acestea din urma este net superioara celei din întreprinderile mici, lucru care nu se vede însa decât partial în veniturile salariatilor. Altfel spus, chiar daca salariatii din companiile multinationale din comert câstiga mai bine decât colegii lor din companiile mici cu capital autohton, distributia valorii adaugate a devenit în ultimul deceniu din ce în ce mai nefavorabila fortei de munca, cea mai mare parte din beneficiile cresterii productivitatii mergând catre angajatori. Din acest punct de vedere, firmele mari din comert nu fac nota discordanta în peisajul economiei României", se mentioneaza în studiul de specialitate.

În acelasi context, ca raspuns la problema deficitului de personal, companiile s-au aratat dispuse sa acorde concedii salariatilor, fie voluntar, fie sub presiunea sindicala.

"Recent, putem vorbi chiar de o oarecare competitie între companiile multinationale pentru oferirea de salarii cât mai bune angajatilor. Aceste concedii s-au dovedit însa a fi insuficiente pentru a rezolva problemele cu care se confrunta companiile pe piata muncii. Angajatorii încearca de fapt sa compenseze deficitul de personal prin cresterea intensitatii muncii, în timp ce salariile ramân mult inferioare nevoilor reale ale angajatilor. În asemenea conditii, nu e de mirare ca firmele întâmpina dificultati în a atrage angajati tineri, în timp ce forta de munca existenta este din ce în ce mai vârstnica si mai nemultumita de ce ofera companiile. În mod cert, problema deficitului de personal necesita solutii mai drastice de crestere a salariilor si îmbunatatire a conditiilor de munca", atrag atentia semnatarii raportului.

Fundatia Friedrich Ebert împreuna cu Syndex România au lansat, vineri, într-o conferinta de presa, studiul "Sectorul comert în România - un bilant dupa trei decenii de transformari".

Cercetarea este realizata de Syndex România si ofera o evaluare a situatiei actuale a sectorului comert din România si a transformarilor prin care acesta a trecut pe parcursul ultimelor decenii.