



[www.research-pmr.com](http://www.research-pmr.com)

Grudzień 2012

Autorzy: Zofia Bednarowska, Beata Jędruszek

## **PMR: Prawie 70% młodych ludzi robi zakupy w sieci**



**Polacy coraz chętniej kupują w sieci. W badaniu PMR zrealizowanym w kwietniu 2012 r. 42% badanych zadeklarowało, że w ciągu minionych 6 miesięcy zrobiło zakupy w sieci. Wśród osób poniżej 35. roku życia odsetek ten wynosi prawie 70%. Produkty kupowane online regularnie to odzież, obuwie, biżuteria, książki i kosmetyki.**

Na rozwój rynku e-commerce duży wpływ ma coraz szerszy dostęp do internetu w Polsce. W pierwszej połowie 2011 roku 73% Polaków posiadało w domu komputer z dostępem do internetu, a korzystało z niego 60% Polaków w wieku 16 i więcej lat (według badania Diagnozy Społecznej 2011). Wśród internautów dominują osoby młode, ze średnim i wyższym wykształceniem. Najwięcej internautów znajduje się w grupie osób o najwyższych dochodach.

## Młodzi, wykształceni – najwierniejsi klienci e-zakupów

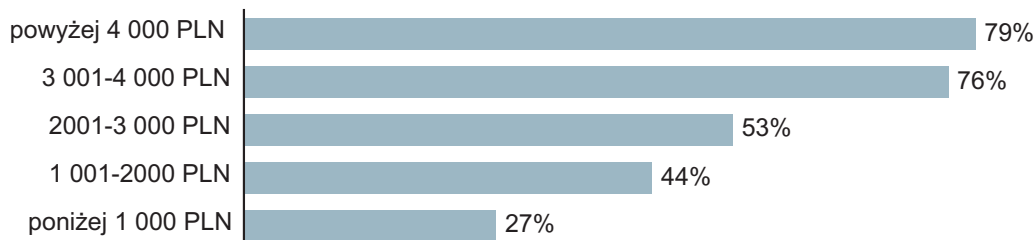
Prawie co drugi Polak deklaruje, że robi zakupy w sieci. E-zakupy są domeną osób młodych z wyższym wykształceniem i wyższymi dochodami. Spośród osób do 34. roku życia aż 68% twierdzi, że w ciągu ostatniego półrocza kupiło coś przez internet, dla osób w wieku 35 – 54 lata odsetek ten wynosi 42%, a dla osób w wieku powyżej 55 lat – tylko 14%. Wysoki poziom wykształcenia sprzyja robieniu zakupów w sieci – internet wybiera 68% osób z wyższym wykształceniem i tylko 20% z wykształceniem podstawowym. Jest to związane z faktem, że niski poziom wykształcenia charakteryzuje najczęściej osoby starsze, które nie korzystają z komputera ani internetu.

Im wyższe dochody, tym wyższa skłonność do robienia zakupów w sklepach internetowych. Spośród osób dla których miesięczny dochód na głowę w gospodarstwie domowym wynosi między 3 a 4 000 zł, aż 76% robi zakupy w internecie, a wśród osób o dochodzie powyżej 4 000 zł prawie 80% kupuje w sieci.

Miejsce zamieszkania również wpływa na skłonność do robienia zakupów przez internet. 41% mieszkańców wsi kupuje przez internet. Duże znaczenie może mieć fakt, że zakupy przez internet umożliwiają dostawę do domu, co może być dużą zaletą dla osób mieszkających z dala od większych ośrodków miejskich.

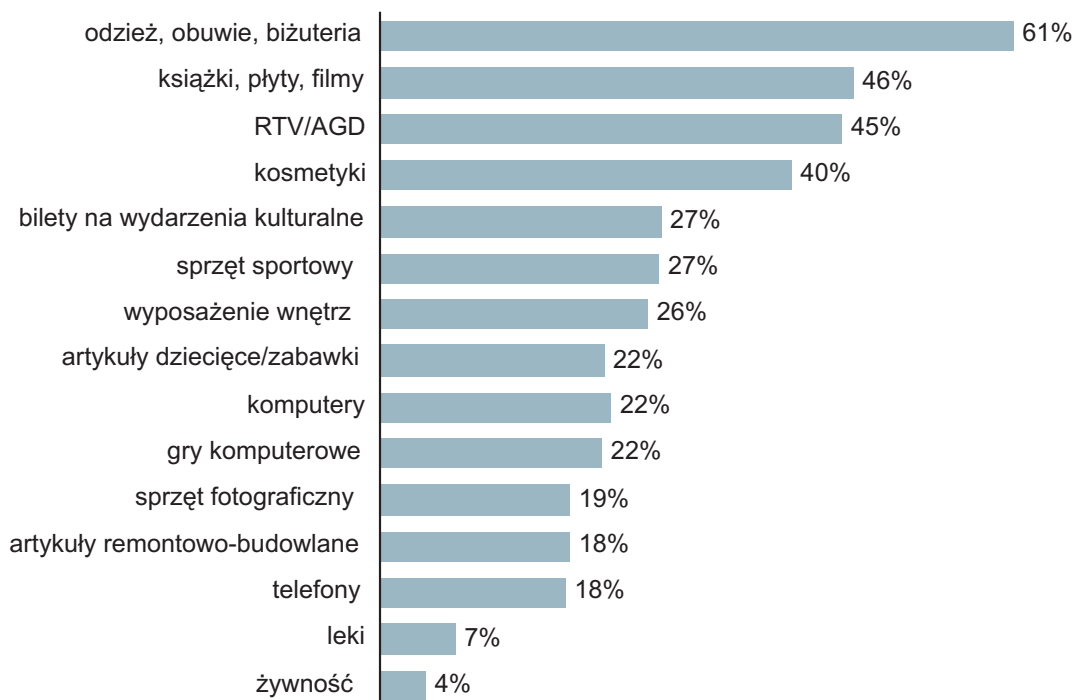
Najrzadziej z elektronicznej formy zakupów korzystają mieszkańcy miast do 100 tys. mieszkańców. Osoby robiące zakupy w sieci stanowią 35% w miastach poniżej 20 tys. mieszkańców, 32% w miastach od 21 do 49 tys. mieszkańców i 38% w miastach od 50 do 99 tys. mieszkańców.

## Odsetek osób kupujących w sieci w 4 kategoriach dochodowych



Wskazania wszystkich respondentów (n=600). Pominięto odmowy odpowiedzi.  
Źródło: PMR 2012.

## Artykuły najchętniej kupowane przez Internet



Wskazania respondentów deklarujących dokonywanie zakupów online (n=250).  
Wyniki nie sumują się 100%, ponieważ możliwe było udzielenie kilku odpowiedzi.  
Źródło: PMR 2012.



Zdecydowanie najczęściej zakupy w internecie robią mieszkańcy dużych miast (jest ich około 50%), a także nieco więcej mężczyzn niż kobiet (43% mężczyzn i 39% kobiet).

Zatem typowy e-klient to osoba młoda, wykształcona, pochodząca z dużego miasta i dobrze zarabiająca. Dużą grupę klientów stanowią także mieszkańcy obszarów wiejskich.

## Odzież i obuwie najczęściej wybieranymi produktami

Kategorią produktów najczęściej kupowanych w sieci jest odzież, obuwie i biżuteria – 77% osób w wieku 18 – 24 lata, przy czym 33% z nich robi to regularnie. Kobiety są bardziej zainteresowane tymi produktami niż mężczyźni (70% klientek sklepów internetowych i 54% klientów).

Oprócz odzieży, przez internet bardzo często kupowane są książki, płyty i filmy (deklaruje tak 46% kupujących w sieci). Ze względu na łatwe porównywanie cen produktów w internecie, a także możliwość czytania komentarzy i opinii w sieci, chętnie kupowane są droższe produkty, takie jak artykuły RTV i AGD oraz komputery. Jest to kategoria produktów, które bardzo często są tańsze niż w tradycyjnych sklepach. Z oczywistych względów nie są one kupowane regularnie, lecz na specjalne okazje lub gdy zachodzi taka potrzeba.

Kosmetyki to również popularny produkt kupowany w sieci, zdecydowanie częściej przez kobiety (46% e-klientek) niż mężczyzn (33% e-klientów). Nieco mniej osób decyduje się kupić bilety na wydarzenia kulturalne (27% konsumentów e-commerce) - najczęściej są to mieszkańcy największych miast z wyższym wykształceniem.

Podczas zakupów w sieci internauci często wybierają również sprzęt sportowy, wyposażenie wnętrz, zabawki i artykuły dziecięce oraz komputery i gry komputerowe. Leki i żywność są artykułami kupowanymi najrzadziej spośród wszystkich ujętych w badaniu. Sprzedaż tych artykułów może jednak znacznie wzrosnąć w kolejnych latach.

## Serwisy aukcyjne są popularniejsze niż sklepy internetowe

Najczęściej konsumenci korzystają z serwisów aukcyjnych, takich jak Allegro (80% osób robiących zakupy w internecie), w dalszej kolejności ze sklepów internetowych (45% osób). Znacznie mniej osób korzysta z serwisów zakupów grupowych, a najmniej popularne są serwisy z płatnymi lub bezpłatnymi ogłoszeniami.

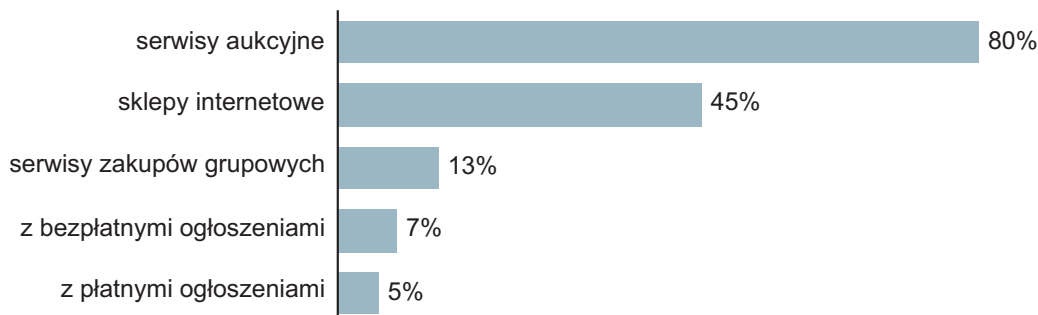
Najważniejszymi czynnikami mającymi znaczenie podczas zakupów internetowych są jakość produktu (dla 87% klientów), cena (81%) i zaufanie do sprzedawcy (70%). Są to najczęściej wymieniane cechy także podczas zakupów tradycyjnych. Istotna jest również możliwość zwrotu produktu i zapłaty przy odbiorze oraz koszt dostawy. E-klienci w mniejszym stopniu zwracają uwagę na formę odbioru przesyłki.

Jeśli chodzi o sposób płatności, to na zakupach w sieci aż 59% osób najchętniej opłaca je przelewem bankowym, 29% e-klientów woli zapłacić przy odbiorze. Pozostałe formy płatności takie jak przelew pocztowy, karta i e-płatności oferowane przez specjalne serwisy są wybierane o wiele rzadziej.

## Dlaczego nie kupujemy w internecie?

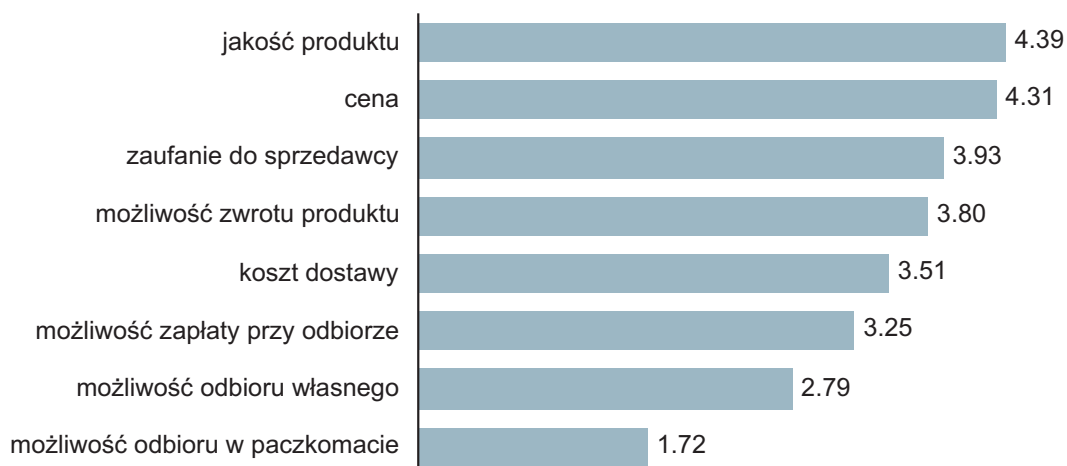
Zdecydowana większość kupujących w internecie (63%) uważa, że można tam znaleźć tańsze produkty i prawdziwe okazje. Popularna jest również opinia, że w sieci można kupić towary lepszej jakości, a komentarze i opinie o produktach innych użytkowników są pomocne w wyborze. Wiele osób decyduje się na zakupy online, aby zaopatrzyć się w produkty trudno dostępne, nie bez znaczenia jest też wygoda i dostawa do domu.

### Najpopularniejsze serwisy zakupowe



Wskazania respondentów deklarujących dokonywanie zakupów online (n=250).  
Wyniki nie sumują się 100%, ponieważ możliwe było udzielenie kilku odpowiedzi.  
Źródło: PMR 2012.

## Czynniki wpływające na zakup produktu w Internecie



Wskazania respondentów deklarujących dokonywanie zakupów online (n=250).

Średnia z ocen na skali 1-5, gdzie 1 oznacza w ogóle nie ma wpływu,

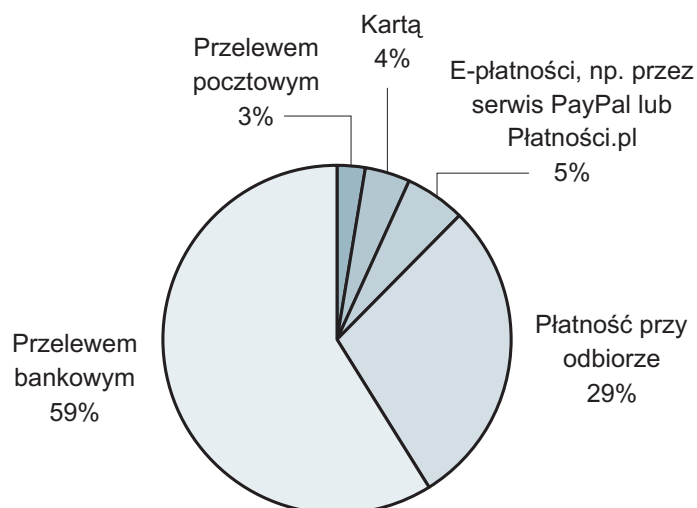
a 5 ma duży wpływ. Pominięto odpowiedzi 'Trudno powiedzieć'.

Źródło: PMR 2012.



Zakupy w internecie są coraz bardziej popularne, jednak prawie 60% Polaków nie kupuje w ten sposób. W badaniu PMR 46% respondentów deklarowało, że nie ma takiej potrzeby, a 39% osób niekupujących w sieci nie ma dostępu do internetu lub z niego nie korzysta. Niewielki odsetek badanych przyznaje (6%), że nie wie, jak kupować w internecie, a 16% osób, które nie kupują w sieci, deklaruje, że robi to za nich ktoś inny. O złych doświadczeniach z zakupami w sieci wspomniało tylko 2% respondentów. Osoby preferujące tradycyjne sklepy uważają, że zakupy w sieci nie zajmują więcej czasu niż tradycyjne, nie obawiają się też złej jakości produktu ani problemów z gwarancją.

## Preferowane sposoby płatności za zakupy przez Internet



Wskazania respondentów deklarujących dokonywanie zakupów online (n=250).

Pominięto odpowiedzi 'Trudno powiedzieć'.

Źródło: PMR 2012.



Opinie te świadczą o tym, że liczba osób robiących zakupy w sieci będzie wzrastać. Tylko 7% osób stwierdziło, że nie lubi i nie chce robić zakupów w internecie.

## Podsumowanie

E-commerce to prężnie rozwijający się rynek. Konsumentami są najczęściej osoby zamożne, młode, dobrze wykształcone lub studiujące. Najchętniej w internecie wybierana jest odzież, obuwie, kosmetyki oraz płyty i książki. Często w sieci kupowany jest drogi sprzęt AGD lub RTV i komputery. Najpopularniejszą formą zakupów online są serwisy aukcyjne, a najpopularniejszą formą płatności jest przelew bankowy.

**Ogólnopolskie badanie konsumenckie zostało przeprowadzone przez PMR w kwietniu 2012 r. na reprezentatywnej próbie 600 pełnoletnich Polaków. Błąd oszacowania wyniósł maksymalnie 4%.**

## PMR

PMR to firma badawczo-konsultingowa działająca w ponad 25 krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Od 1995 roku pomogliśmy już ponad 500 globalnym korporacjom, a także wielu lokalnym firmom. Rocznie wykonujemy około 200 projektów na indywidualne zamówienie naszych klientów, pomagając im zwiększać ich udziały rynkowe, z sukcesem wchodzić na nowe rynki oraz optymalizować koszty działalności.

Naszemu klientom oferujemy unikatowe połączenie regionalnej specjalizacji z międzynarodowymi standardami jakości. Wartość naszej oferty opiera się na synergii posiadanych danych rynkowych, analiz, prognoz oraz dużego doświadczenia w badaniach rynku i doradztwie biznesowym. Wykorzystując efekt synergii, przekształcamy wiedzę o rynku w biznesowe rekomendacje prowadzące do zwiększenia rentowności oraz przyspieszenia rozwoju firm.

Zatrudniamy 100 profesjonalistów płynnie posługujących się w sumie ponad 15 językami. Specjalizujemy się w sektorach: budowlanym, handlu detalicznego, farmaceutycznym, ochrony zdrowia, IT i telekomunikacji, ale nasze doświadczenie obejmuje również wiele innych branż. Usługi badawcze i konsultingowe realizowane na indywidualne zamówienie uzupełniamy pakietem prawie 100 gotowych raportów rynkowych i serwisów informacyjnych rocznie.

ul. Dekerta 24  
30-703 Kraków  
Polska

tel. +48 12 618 90 00  
faks +48 12 618 90 08  
info@pmrcorporate.com

www.research-pmr.com  
www.pmrconsulting.com  
www.pmrpublications.com