

Handel w sieci? Polska w czołówce Europy

data aktualizacji: 2017.08.08



Wartość rynku e-handlu w Polsce może przekroczyć w 2017 roku 40 mld zł - szacuje Grupa Integer.pl. Udział sprzedaży przez internet w handlu detalicznym w ciągu 10 lat może sięgnąć nawet 50 proc. Już dziś Polska jest piątym największym rynkiem e-commerce w Unii Europejskiej. Potencjał jest jednak znacznie większy, zwłaszcza biorąc pod uwagę stosunkowo niski udział Polaków korzystających z handlu transgranicznego online. Za kilka lat mamy szansę przegonić Włochy, o ile tempo rozwoju rynku się utrzyma.

- Polacy w internecie wydają coraz więcej - według naszych szacunków w 2017 roku będzie to ponad 40 mld zł. Aczkolwiek jest to nadal 15 razy mniej niż w Wielkiej Brytanii, która ma około 60 mln mieszkańców. To daje olbrzymi potencjał dla firm w Polsce do olbrzymiego wzrostu w najbliższych latach. Gonimy Europę coraz szybciej - podkreśla w rozmowie z agencją Newseria Biznes Rafał Brzoska, prezes zarządu Grupy Integer.pl.

Szacuje się, że w 2016 roku na zakupy w internecie Polacy wydali ok. 35 mld zł. Perspektywy są jednak coraz lepsze, zwłaszcza że e-zakupy stają się coraz popularniejsze.

- Polska jest 5. największym rynkiem e-commerce w Unii Europejskiej po Wielkiej Brytanii, Niemczech, Francji i Włoszech. Jeśli utrzymamy tempo wzrostu, to za 3-4 lata przegonimy Włochy i będziemy czwartym największym rynkiem w UE. Jest się o co bić - mówi Rafał Brzoska.

Obecnie udział zakupów przez internet w handlu detalicznym stanowi ok. 7 proc. W ciągu 2-3 lat może sięgnąć 10 proc., ale jak podkreśla ekspert, to dopiero początek.

- Przy tym szybkim tempie rozwoju, bo rośniemy kilkanaście procent rok do roku, osiągnięcie

zakładanych przeze mnie 50 proc. jako takiego naturalnego balansu między handlem fizycznym a handlem w internecie, zajmie moim zdaniem około 10 lat – ocenia prezes Grupy Integer.

Jak wynika z badań Eurostatu, w ciągu ostatniego roku w internecie kupowało 42 proc. Polaków (68 proc. internautów). Co trzecia osoba kupowała w sieci co najmniej raz w ciągu ostatnich 3 miesięcy.

– Kupujemy przede wszystkim ubrania, buty, m.in. dlatego że możemy je stosunkowo łatwo zwrócić, także za pośrednictwem Paczkomatu. Ponadto książki i gry. Szybko rosnącym segmentem jest dom i ogród, małe i duże AGD. Stosunkowo najmniej popularną kategorią online są materiały budowlane – wymienia Rafał Brzoska.

Z danych Integer.pl wynika, że w planach zakupowych na 2017 rok klienci najczęściej wskazują podróże, książki, płyty i filmy. Najmniej popularne wśród e-kupujących są materiały budowlane, artykuły kolekcjonerskie oraz ubezpieczenia.

Polscy konsumenci najczęściej robią zakupy w polskich e-sklepach. Badania E-Commerce Polska i Gemius wskazują, że z takiej możliwości korzysta 10 proc. osób. Podobnie wskazują dane Eurostatu – 12 proc. przy średniej europejskiej na poziomie 40 proc.

Jak jednak mówi Brzoska, w kolejnych latach będziemy obserwować rozwój handlu transgranicznego. Sprzyjać temu będą także próby uregulowania jednolitego obszaru cyfrowego, m.in. zaprzestanie geoblokowania stron, uregulowanie kwestii VAT i prawa do własności indywidualnej czy tańsze sposoby dostawy.

– Online nie ma granic. Polskie firmy mogą sprzedawać do Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii, nie otwierając tam swoich placówek, korzystając z logistyki crossborder, która umożliwia wysyłanie i odbieranie przesyłek w kilkunastu krajach Unii Europejskiej – wyjaśnia Rafał Brzoska.

Brzoska podkreśla, że jeszcze do niedawna przy zakupach online cena usługi dostarczenia była jednym z kluczowym kryterium wyboru usługi. Dziś kolejność się zmieniła – najważniejsze są szybkość dostawy, jej koszt i sposób dostarczenia zakupionych produktów. Dlatego coraz większą popularnością cieszą się Paczkomaty, choć wciąż jeszcze częściej korzystamy z kurierów.

– Polacy są również nastawieni bardzo ekonomicznie na kupowanie usług. Cena wciąż jest ważna. Jesteśmy drugim najbardziej konkurencyjnym rynkiem usług logistycznych. Wszystkie największe firmy logistyczne są w Polsce, mimo wszystko usługa jest bardzo tania w porównaniu do średniej europejskiej – tam wysyłka paczki kurierskiej kosztuje 4,5 euro, w Polsce mniej niż 2 euro – analizuje prezes Grupy Integer.pl.

Udział przychodu biznesu z e-commerce w Polsce stopniowo rośnie. Wśród firm zatrudniających więcej niż 10 pracowników wzrost sięga 14 proc. (przy 8 proc. w 2010 roku), w największych przedsiębiorstwach, powyżej 250 pracowników – 22 proc. (przy 15 proc. w 2015 roku).

– Polscy przedsiębiorcy widzą w e-commerce olbrzymią szansę. Obecnie ok. 11 proc. polskich firm sprzedaje w tym kanale lub z niego żyje. Ten odsetek jest daleki od średniej europejskiej, która wynosi 18 proc. W Wielkiej Brytanii, która jest liderem, ponad 30 proc. przedsiębiorstw stawia na e-commerce lub staje się on głównym kanałem ich sprzedaży. To nowe miejsca pracy, większa konkurencyjność, ale też nowe rynki – tłumaczy ekspert.

Źródło: