

**Sklepy zyskują, aukcje tracą - co,
gdzie i za ile kupujemy w sieci?**
Ankieta Money.pl

Money.pl

Już dwie trzecie internautów kupuje w sieci. Wśród nich wciąż dominują mężczyźni. Wyjątkiem są zakupy grupowe, które upodobały sobie panie. Standardowy rachunek za jednorazowe e-zakupy nie przekracza 200 złotych. Zmienia się jednak miejsce, do którego trafiają te pieniądze. Powoli rośnie popularność e-sklepów, natomiast spada aukcji internetowych - wynika z badania przeprowadzonego wśród ponad 16 tys. internautów Money.pl.

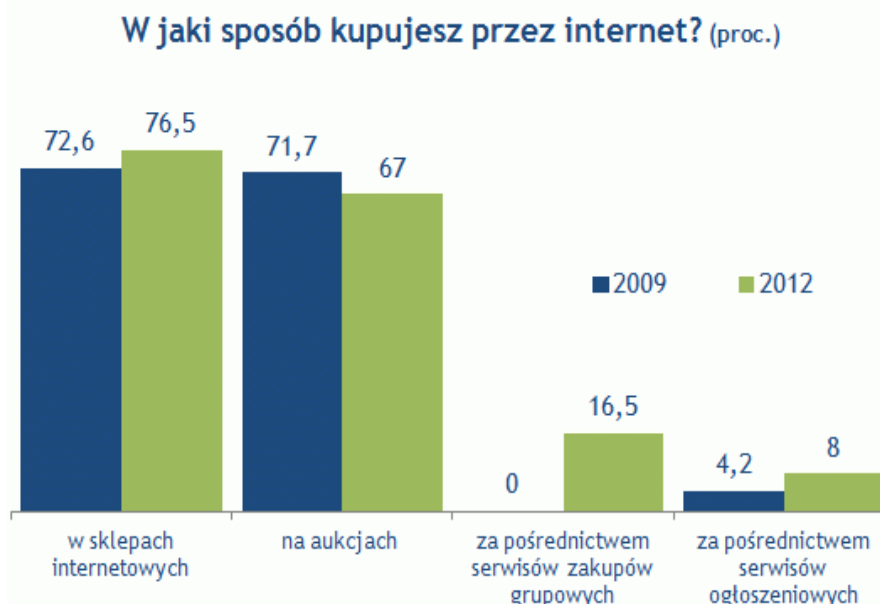
Najczęstszą motywacją do robienia zakupów przez internet są niższe ceny. Badani doceniają też wygodę i oszczędność czasu oraz to, że dzięki sieci, otworem stoją sklepy za granicą. Przede wszystkim z tych powodów odsetek internautów, którzy w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy kupili w sieci, wyniósł 76,5 procent.

Tegoroczne badanie preferencji zakupowych internautów Money.pl pokazało, że blisko połowa z nich na wirtualne zakupy decyduje się raz na kilka miesięcy. Co trzeci ankietowany robi e- zakupy co kilka tygodni, a co dwunasty, co kilka dni. Te wyniki niewiele różnią się [od tych z ankiety sprzed 3 lat](#).

Najczęściej e-zakupy robią osoby pomiędzy 25 a 34 rokiem życia (44 proc. ankietowanych), z wyższym wykształceniem (68 proc.) i średnim (27 proc.) oraz zatrudnieni na umowę o pracę (60 proc.).

Na e-zakupy ruszamy grupowo

Aż trzy czwarte z kupujących wydaje pieniądze w e-sklepach. Drugie, co do popularności, są aukcje internetowe, które jeszcze kilka lat temu były bardziej preferowanym miejscem poszukiwania okazji niż obecnie. [Trzy lata temu fanów licytacji na serwisach aukcyjnych](#) było o pięć punktów procentowych więcej. Teraz zaczynają zyskiwać zakupy grupowe. Na końcu stawki znajdują się z kolei serwisy ogłoszeniowe, gdzie szukamy różnorodnych okazji i produktów trudniej dostępnych.



Można było wybrać więcej niż jedną odpowiedź
Na pytanie odpowiadali tylko internauci, którzy robią zakupy on-line
Źródło: Badanie ankietowe Money.pl

Co miesiąc Polacy dokonują ponad milion transakcji kartami MasterCard® *PayPass*™!



Polska jest jednym z wiodących rynków na świecie w ilości transakcji dokonywanych kartami zbliżeniowymi, a także jednym z wiodących rynków pod względem liczby wydanych kart zbliżeniowych na świecie. Potwierdza to fakt, że Polacy dokonują już ponad 1,5 miliona tapnięć kartami zbliżeniowymi *PayPass* w ciągu jednego miesiąca. Dzięki temu nasz rynek stał się jednym ze światowych liderów w płatnościach zbliżeniowych.

Popularność technologii *PayPass* w Polsce świadczy o poszukiwaniu nowych, innowacyjnych produktów przez polskich klientów oraz dynamicznym rozwoju całego społeczeństwa konsumenckiego w Polsce. Komfort użytkowników i ich zaoszczędzony czas stanowiły najwyższy priorytet przy rozwijaniu tej technologii. *PayPass* nie tylko z sukcesem wpisał się w polski rynek płatności, ale stał się tym samym jednym z największych płatniczych trendów.

Dlaczego? Nikt z nas nie lubi marnować czasu w sklepach. W przypadku karty zbliżeniowej wystarczy tylko przybliżyć ją do specjalnego czytnika, a transakcja zostanie przeprowadzona automatycznie. Co istotne kartą z technologią *PayPass* możemy dokonać płatności na dowolną kwotę. Jeżeli kwota zakupów przekroczy 50 zł, oprócz zbliżenia karty lub płatniczego gadżetu do czytnika trzeba dodatkowo wstukać kod PIN, jednak nadal bez konieczności podawania karty sprzedawcy. Technologia *PayPass* to przede wszystkim nieoceniona oszczędność czasu. W technologię *PayPass* wyposażone są zegarki, breloczki, naklejki na telefon i NFC w telefonach komórkowych.

PayPass to prawdziwa rewolucja w sposobie robienia zakupów. Kiedyś takie rozwiązania wydawały się wytworem fantazji autorów filmów science fiction. Obecnie z dobrodziejstwa płatności zbliżeniowych może skorzystać każdy właściciel kart MasterCard *PayPass* lub Maestro® *PayPass* i tylko od niego zależy, czy zapłaci kartą, czy modnym gadżetem, takim jak zegarek.

Technologia *PayPass* to innowacyjna forma płatności pozwalająca na prowadzenie transakcji w sposób zbliżeniowy bez ograniczeń kwotowych. Płatności poniżej 50 PLN nie wymagają autoryzacji – wystarczy tylko przyłożyć kartę *PayPass* do czytnika i gotowe! Jeżeli płatność przekracza kwotę 50 PLN, transakcja w dalszym ciągu odbywa się w sposób zbliżeniowy i dodatkowo jest potwierdzana kodem PIN. Technologia *PayPass* to przede wszystkim nieoceniona oszczędność czasu. Dodatkowo w technologię *PayPass* wyposażone są zegarki, breloczki, naklejki na telefon i NFC w telefonach komórkowych.



Jedna trzecia z internautów podczas e-zakupów zawsze sprawdza ceny i opinie w porównywarkach. Częściej robią to panowie niż panie. Za to jedna i druga płeć przyznaje się też do tego, że często ogląda rzecz w tradycyjnym sklepie, po to by potem kupić go za pośrednictwem sieci.



Na pytanie odpowiadali tylko internauci, którzy robią zakupy on-line

Źródło: Badanie ankietowe Money.pl

Kobieta czy mężczyzna - co kupują i ile wydają?

W sieci klientami częściej są panowie. 79 procent z nich zadeklarowało, że w ciągu 12 miesięcy zrobiło zakupy. W przypadku kobiet to 75 procent. Panowie częściej niż panie kupują w sklepach internetowych, a także na serwisach aukcyjnych i serwisach ogłoszeniowych. Za to panie chętniej zaglądają do serwisów, które oferują zakupy grupowe. W dużej mierze wynika to zapewne z gamy najczęściej oferowanych tam produktów (oferta turystyczna, salonów kosmetycznych, fryzjerskich, klubów fitness i spa).

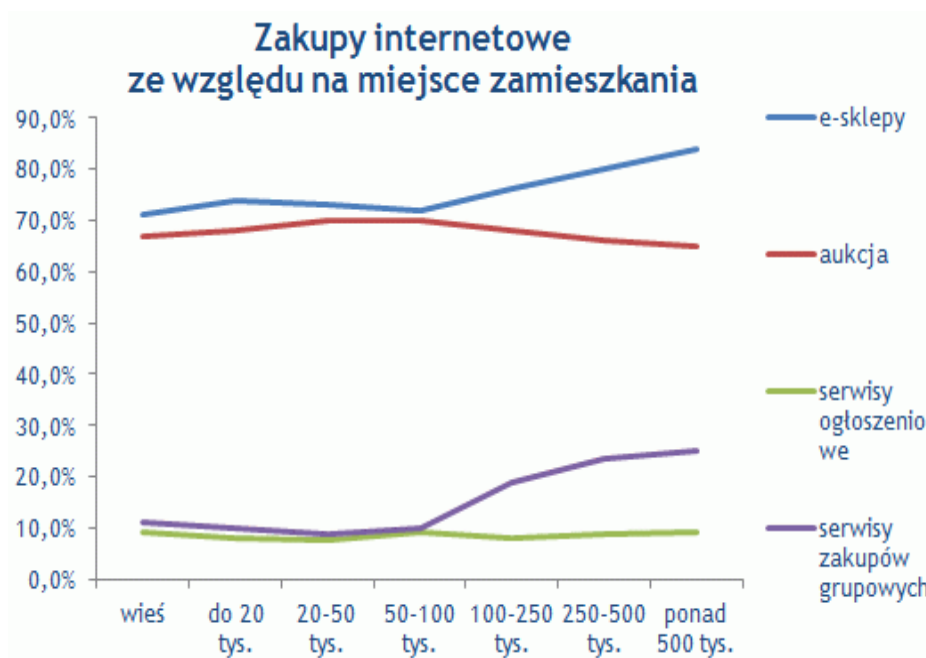
Panowie w sieci najczęściej szukają sprzętu elektronicznego, komputerów, RTV AGD oraz telefonów komórkowych czy aparatów fotograficznych. Co też potwierdza się w wydatkach, mężczyźni wydają nieco więcej podczas jednorazowych zakupów w internecie niż panie. Kobiety z kolei najchętniej kupują książki, ubrania i buty oraz kosmetyki.

Co trzeci z zapytanych przez Money.pl mężczyzn, płaci w wysokości od 100 do 200 złotych. Niemala jest też grupa panów, którzy wydają od 200 do 500 złotych (26 proc.). Kwota najczęściej deklarowana przez kobiety to od 50 do 100 zł. W sumie szacuje się, że w zeszłym roku Polacy w sieci wydali około 17 mld złotych. Z czego, jak podaje Euromonitor - w samych tylko sklepach internetowych - 7,5 mld złotych.



Na pytanie odpowiadali tylko internauci, którzy robią zakupy on-line
 Źródło: Badanie ankietowe Money.pl

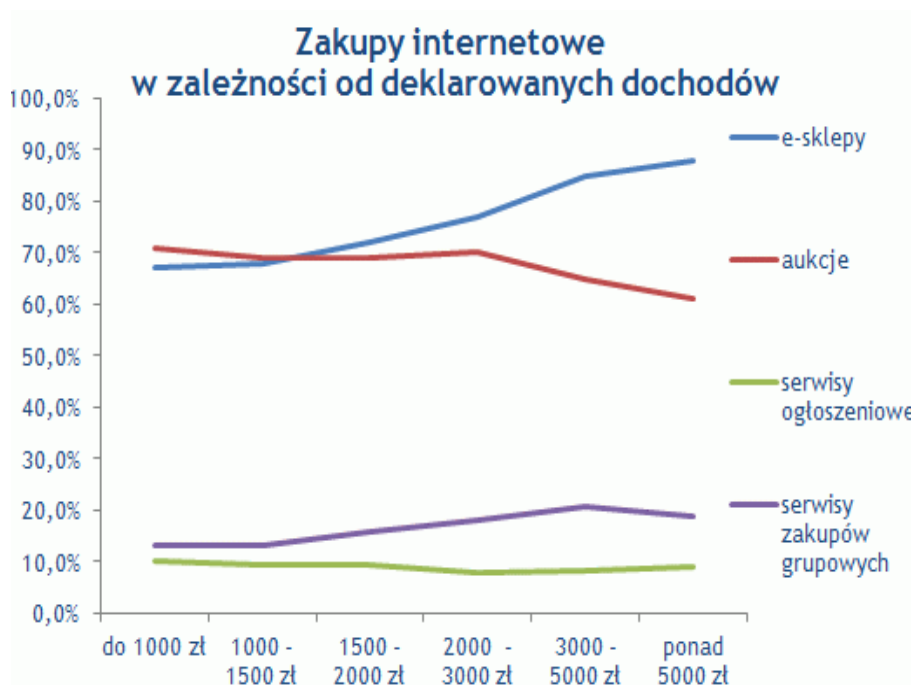
E-sklepy mają więcej klientów wśród mieszkańców dużych miast. Korzysta z nich 71 procent kupujących on-line ze wsi i 84 procent z w największych miast. W przypadku aukcji internetowych zależność ta jest odwrotna. Największe zainteresowanie mają wśród mieszkańców miast od 20 tys. do 100 tys. mieszkańców. Z kolei serwisy zakupów grupowych największą liczbę użytkowników mają w dużych miastach (nawet 25 proc. w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców).



Na pytanie odpowiadali tylko internauci, którzy robią zakupy on-line
 Źródło: Badanie ankietowe Money.pl

Jeszcze wyraźniej trendy widać w zależności od zasobności portfela. Wśród osób zarabiających mniej - zdecydowanie większą popularność mają aukcje, a z e-sklepów korzysta niewiele ponad 66 procent e-

klientów. Im sytuacja materialna lepsza, tym chętniej robimy zakupy w e-sklepach i (do pewnego pułapu) na serwisach zakupów grupowych. W przypadku korzystania z serwisów ogłoszeniowych zależności nie są już tak jednoznaczne. Odsetek użytkowników tej formy zakupów oscyluje w przedziale 8-9 procent ([o 5 punktów procentowych więcej niż w poprzednim badaniu](#)).



Na pytanie odpowiadali tylko internauci, którzy robią zakupy on-line

Źródło: Badanie ankietowe Money.pl

Co najczęściej kupujemy w internetowych sklepach?

W e-sklepach najczęściej kupujemy książki. To stały trend, [który nie zmienia się od lat. Wśród najpopularniejszych artykułów, tak jak trzy lata temu, znalazły się także:](#) sprzęt RTV, AGD i komputery, a także bilety oraz muzyka.

Jest też zmiana w porównaniu z poprzednim badaniem. Na drugim miejscu wśród topowych artykułów kupowanych w e-sklepach, znalazły się ubrania i buty, które trzy lata temu znajdowały się na piątym miejscu. Dodatkowo zabawki zajęły miejsce sprzętu fotograficznego, który w tegorocznym badaniu znalazł się poza pierwszą dziesiątką.

Co kupujemy w sklepach internetowych?	proc.
1. książki	52
2. ubrania i buty	42
3. sprzęt RTV	39
4. artykuły AGD	39
5. kosmetyki	32
6. komputery i akcesoria	30
7. części samochodowe	26
8. zabawki	25
9. bilety lotnicze, kolejowe, autokarowe	22
10. muzyka	21

Źródło: Badanie ankietowe Money.pl

Aukcje internetowe to platforma, gdzie najchętniej kupujemy ubrania i buty. Tak było też trzy lata temu. Jednak coraz częściej internauci kupują w ramach opcji "kup teraz", rzadziej licytują, oszczędzając w ten sposób na czasie. Na aukcjach rzadziej niż w e-sklepach ankietowani kupują też kosztowny sprzęt RTV i AGD.

Co kupujemy na aukcjach internetowych?	proc.
1. ubrania i buty	45
2. książki	39
3. kosmetyki	28,5
4. zabawki	27
5. sprzęt RTV	25,5
6. części samochodowe	25,3
7. komputery i akcesoria	23
8. artykuły AGD	22,8
9. telefony komórkowe	20
10. inne	19,6

Źródło: Badanie ankietowe Money.pl

Serwisy ogłoszeniowe prezentują przede wszystkim tzw. okazje, przedmioty niszowe, których w ofercie sklepów czy u osób wystawiających przedmioty na aukcjach znaleźć nie sposób. Dlatego żadna rzecz nie mają wśród ankietowanych faworyta, a procentowa popularność jest mocno podzielona. Z tego też wynika, że co trzeci internauta, który przyznał się do kupienia czegoś z *ogłoszenia* zaznaczył, że przedmiot transakcji nie da się zakwalifikować do żadnej z kategorii w badaniu. Tak było też trzy lata temu. [Poza tym także wtedy internauci chętnie nabywali części samochodowe \(27 proc.\)](#), teraz znalazły się one dopiero na czwartym miejscu. Obecnie może zaskakiwać wysokie miejsce książek oraz ubrań i butów.

Co kupujemy za pośrednictwem serwisów ogłoszeniowych?	proc.
1. inne	37,9
2. książki	18,3
3. ubrania i buty	16,7
4. części samochodowe	15,3
5. sprzęt RTV	11,2
6. zabawki	10,7
7. artykuły AGD	10,6
8. kosmetyki	9,9
9. meble	9,2
10. komputery i akcesoria	7,8

Źródło: Badanie ankietowe Money.pl

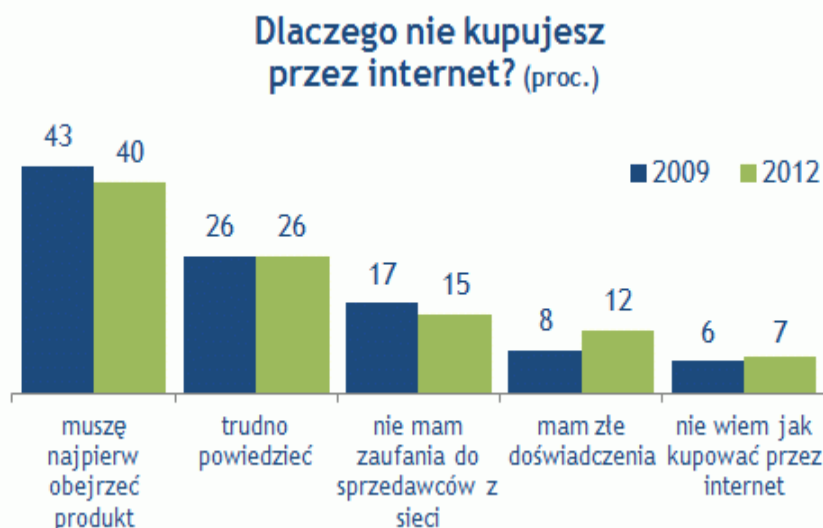
Liderzy zakupów grupowych nie są zaskoczeniem, internauci najczęściej kupują usługi kosmetyczno - relaksacyjne. To też miejsce gdzie poszukujemy ciekawych ofert wakacyjnych lub bonów, które można realizować podczas kolacji w różnych restauracjach.

Co kupujemy za pośrednictwem serwisów zakupów grupowych?	proc.
1. usługi kosmetyczne	34,1
2. inne	32,1
3. usługi relaksacyjno-zdrowotne	30,3
4. usługi turystyczne	29,9
5. usługi gastronomiczne	28,4
6. usługi fryzjerskie	21,6
7. karnet, zajęcia w klubie fitness, siłowni	17,37
8. kursy językowe	9,6
9. ubrania i buty	8,8
10. kosmetyki	8,4

Źródło: Badanie ankietowe Money.pl

E-klientów będzie więcej, sprzedaż w sieci ma potencjał

Ponad 23 procent internautów przyznaje, że nie robi zakupów w sieci. Co druga z tych osób zamierza jednak to zmienić i skorzystać z e-handlu. Obecnie najważniejszym powodem, dla którego nie kupują w sieci, jest konieczność obejrzenia produktu zanim zdecydują się na zakup. Podobne postawy prezentowano [w poprzednim badaniu internautów Money.pl](#).



Na pytanie odpowiadali tylko internauci, którzy nie robią zakupów on-line

Źródło: Badanie ankietowe Money.pl

O dwa punkty procentowe wzrosła grupa osób, które mają złe doświadczenia lub nie mają zaufania do sprzedawców z internetu. Tak samo jak poprzednio, co czwarta osoba nie potrafi jednoznacznie wskazać przyczyny omijania sklepów, aukcji czy ogłoszeń. Co siódmy ankietowany przyznaje, że nie wie jak kupować w sieci.

Rynek e-commerce - jakie ma perspektywy?

Obecna sprzedaż w internecie (około 17 mld złotych w 2011) to 3,1 procent obrotów całego handlu w kraju. To więcej, niż w poprzednich latach, jednak nadal wypadamy pod tym względem wyraźnie słabiej niż europejska średnia. Przykładowo liderzy - Wielka Brytania i Niemcy - pochwalić się mogą wynikiem na poziomie odpowiednio 12 i 9 procent - wynika z raportu Centre For Retail Resarch.

Warto jednak zaznaczyć, że połowa ankietowanych przez Money.pl, którzy nie kupowali w do tej pory w sieci, zamierza w przyszłości wybrać się na e-zakupy. Te zamierzenia potwierdzają też badania TNS OBOP, wykonane w październiku zeszłego roku.

- *Szanse w rozwoju handlu internetowego należy upatrywać w tym, że dostępność do internetu będzie rosła, we wprowadzaniu szerokiej oferty dostępnych metod płatności i sposobów dostawy* - komentuje Piotr Chojnowski, szef zespołu badań Media/Technology TNS OBOP.

Jak czytamy w raporcie *E-commerce w Polsce* firmy Gemius, 40 proc. ankietowanych sklepów uważa, że sytuacja na rynku e-commerce jest lepsza niż w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie, a 34 proc. uznało, że sytuacja się nie zmieniła.

Rozwojowi e-handlu mają służyć m.in. nowe metody płatności. Blisko 75 proc. badanych przez Gemiusa sklepów udostępnia płatność za pomocą systemów m.in. DotPay czy PayPal, dzięki którym transakcja przebiega znacznie szybciej i wygodniej.

Poza tym banki chętnie proponują karty przeznaczone specjalnie do płatności internetowych - wirtualne, pre-paid oraz debetowe z funkcjonalnością płatności on-line. Zaliczają się one od ogólnej grupy kart płatniczych. Jak podaje NBP, pod koniec zeszłego roku w portfelach Polaków znajdowało się 31,9 mln kart płatniczych. W ciągu zeszłego roku każdy posiadacz karty płacił nią 28 razy. Średnia wartość jednej transakcji wyniosła około 102 złotych. Jednak robiąc zakupy w sieci, internauci nadal preferują płatność przy odbiorze, czyli gotówką.

W badaniu ankietowym przeprowadzonym w dniach 16-23 lutego 2012 r. udział wzięło 16 039 internautów Money.pl.