

Rynek e-commerce i e-grocery w czasie koronakryzysu. Jak się zmienia? [RAPORT]

data aktualizacji: 2020.03.25

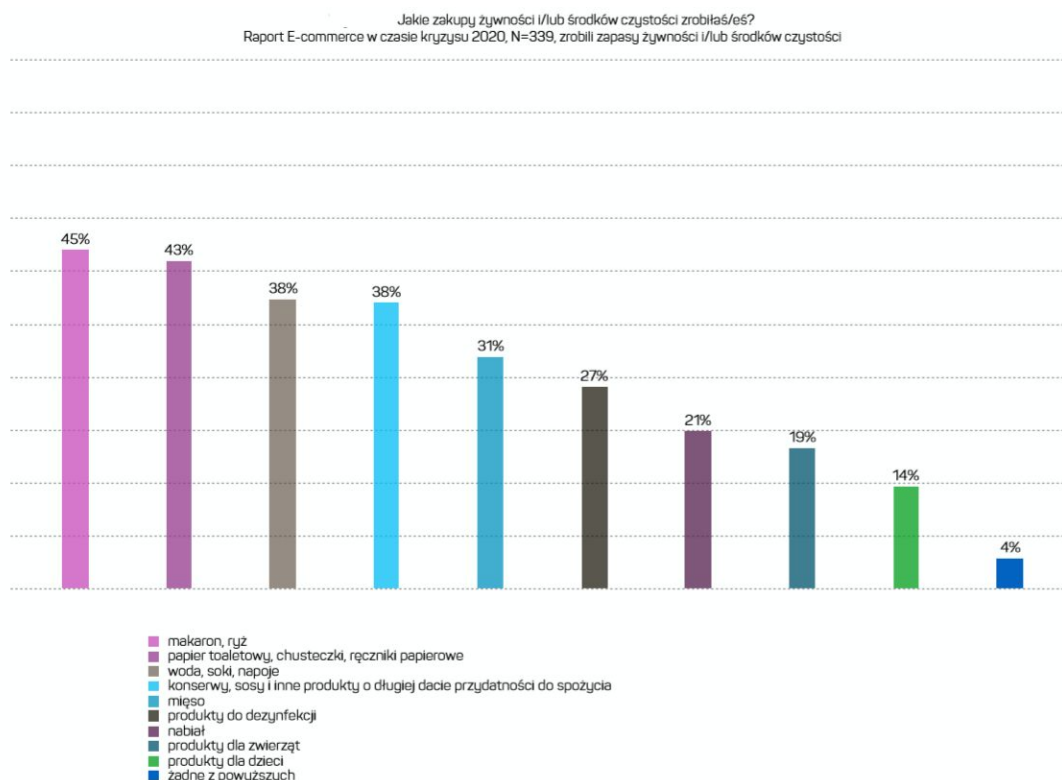


Według badania „Omni-commerce. Kupuję wygodnie” już 57 proc. internautów robi zakupy w Internecie. E-zakupy są szybkie, przyjemne i wygodne. Produkty są dostarczane bezpośrednio pod drzwi lub do wybranego punktu odbioru. Jednak, w dobie kryzysu oraz wprowadzanych ograniczeń, ich największą zaletą jest fakt, że nie wymagają wychodzenia z domu. COVID-19 rzucił rynkowi e-commerce szereg wyzwań związanych m.in. z logistyką, dostawami i dostępnością produktów. Pojawia się pytanie: czy obecna sytuacja będzie motorem napędowym dla polskiego rynku e-commerce i czy przekona jeszcze większą grupę polskich konsumentów do zakupów online?

Dane z badania i raportu „e-Commerce w czasie kryzysu 2020”, który wykonała agencja badawcza Mobile Institute na zlecenie Izby Gospodarki Elektronicznej pokazują, że choć poziom niepokoju związany z koronawirusem wśród konsumentów jest dość umiarkowany (5,80 w skali 0-10), to internauci postanowili przygotować się na ten kryzysowy okres, który ich zdaniem nie zakończy się tak szybko. Konsumenty zmienili nie tylko swoje codzienne nawyki, ale i zachowania zakupowe. Kiedy sytuacja wróci do normy? 2/3 z nich uważa, że koronawirus nie przestanie być aktywny w Polsce, a tylko zostanie spowolniony i będzie mniej groźny. Jedynie 6 proc. jest zdania, że uporamy

się z wirusem w ciągu najbliższych 2 tygodni.

Aby ograniczyć wychodzenie z domu i zabezpieczyć się na ewentualne braki produktów w sklepach, 49 proc. internautów wskazało, że zrobiło zapasy na okoliczność kwarantanny. W pierwszej kolejności konsumenci zadbali o zapasy produktów spożywczych, a także niezbędnych środków czystości i dezynfekcji (papieru toaletowego, mydła, żeli antybakteryjnych itp.). 45 proc. internautów zakupiło więcej produktów sypkich (kaszy, makaronów), a 43 proc. dokonało zakupu produktów higienicznych (np. papieru toaletowego, chusteczek). 38 proc. kupiło dodatkowe butelki wody, soków i innych napoi, a kolejne 38 proc. internautów uzupełniło koszyk zakupowy o dodatkowe konserwy, sosy i inne produkty o długiej dacie przydatności do spożycia. Na jak długo powinny starczyć internautom deklarowane zapasy? Najczęściej wskazują, że zakupione produkty powinny zaspokoić ich potrzeby na około 2 tygodnie (37 proc.).



Co ciekawe, 38 proc. internautów zrobiło zakupy na czas kwarantanny w Internecie, a gromadzenie zapasów na czas kwarantanny jest zdecydowanie bardziej popularne wśród internautów kupujących w Internecie niż w sklepach tradycyjnych. Z kanału online skorzystała w tym celu niemal połowa badanych w wieku 35-44 lata. Również mieszkańcy mniejszych miast wybrali Internet w celu zaopatrzenia się w niezbędne produkty, przede wszystkim środki higieniczne lub detergenty. Już 55 proc. e-kupujących zrobiło większe zakupy środków czystości, a 48 proc. zadbało o zapasy żywności. Oprócz chemii domowej i produktów spożywczych najczęściej kupowanymi kategoriami w Internecie w okresie kwarantanny są odzież i obuwie oraz produkty z kategorii zdrowie.

- Biznes musi dostosować się błyskawicznie do realiów. Wyniki badania „e-Commerce w czasie kryzysu 2020” wyraźnie wskazują, że klienci wybierają zakupy w Internecie. Na kanale online skupiła się niemal połowa badanych w wieku 35-44 lata. Również mieszkańcy mniejszych miast wybrali Internet w celu zaopatrzenia się w środki higieniczne lub detergenty. Wyniki raportu pokazują, że sytuacja wzmocni rozwój e-commerce w Polsce oraz wpłynie na zmianę nawyków zakupowych Polaków - podkreśla Patrycja Sass-Staniszevska, prezes Izby Gospodarki Elektronicznej.

Niestety badani wskazują, że często nie mogą dokonać zakupów ze względu na braki produktowe. W

szczegółności dotyczy to e-zakupów spożywczych. 59 proc. internautów ocenia dostępność produktów spożywczych w e-sklepach źle lub bardzo źle. Dodatkowo internauci mają zastrzeżenia do produktów dostępnych w Internecie, które są bezpośrednio związane z ochroną przed koronawirusem. Zdaniem badanych ich opisy nie są dobrze przygotowane do obecnej sytuacji i często wprowadzają w błąd (56 proc.).



- Obecna sytuacja pokazała, że zakupy online mogą być nie lada wsparciem dla konsumentów, o ile oczywiście e-commerce też będzie na taki wzrost zainteresowania przygotowany – produkty w e-sklepach dostępne w dość szybkim czasie, a dostawy regularne. Konsumenty szybko zauważają takie rzeczy jak wydłużone terminy dostaw, braki „na cyfrowych półkach”, czy zawyżone ceny. Widać też jednak, że polski e-commerce szybko reaguje na pojawiające się wyzwania, chociażby wprowadzając bezkontaktowe dostawy czy dostawy bez opłat. Dla e-commerce to ewidentnie czas próby, ale też możliwość zaistnienia jeszcze szerzej w zwyczajach zakupowych Polaków – mówi Katarzyna Czuchaj-Łagód, dyrektor zarządzająca Mobile Institute.

35 proc. internautów wskazuje, że obecna sytuacja wymusiła zmiany ich codziennych zachowań. W szczególności dotyczy to kontaktów z innymi ludźmi. 57 proc. badanych ograniczyło kontakty z innymi osobami, a 55 proc. internautów postanowiło ograniczyć również wychodzenie z domu.

- Kolejne dane pokazują, że Polacy z drobnymi wyjątkami potrafią stosować się do zaleceń dotyczących niewychodzenia z domu. Dlatego właśnie obłożenie przeżywają wszystkie usługi, które mogą być realizowane online. Również branża wymiany walut online notuje wzrosty nie tylko poprzez dynamiczne zmiany kursów, ale również ze względu na ograniczenie ryzyka odwiedzania kantorów stacjonarnych – mówi Maciej Przygórzewski, główny ekspert walutowy serwisu Walutomat.pl.

Dodatkowo 45 proc. badanych wskazało, że w związku z zagrożeniem zarażenia koronawirusem, zdecydowali się rzadziej dokonywać zakupów w sklepach tradycyjnych, aby zmniejszyć ryzyko zarażenia.

- Bezpieczeństwo zakupów w sieci obecnie jest rozpatrywane na innym poziomie niż dotychczas, dotyczy bowiem zagrożenia związanego z koronawirusem. Wyniki raportu wskazują, że konsumenci mają świadomość zagrożenia wynikającego z epidemii i chętnie wybierają bezpieczniejszą w tej chwili alternatywę. Dla branży e-commerce to przede wszystkim wyzwanie – zapewnić dostępność produktów, ciągłość dostaw i szeroki wybór bezpiecznych płatności – mówi Jacek Kinecki, CCO serwisu Przelewy24.

Za zdecydowanie mniej ryzykowne uznawane są zakupy online, ponieważ 37 proc. badanych uważa,

że zakupy internetowe są w tym momencie bezpieczniejsze niż zakupy w sklepach tradycyjnych. Wśród osób, które zrobiły zapasy online, ten odsetek jest jeszcze większy, ponieważ aż 70 proc. jest zdania, że e-zakupy są obecnie najbezpieczniejszą formą dokonywania zakupów. Z tym stwierdzeniem zgadzają się również internauci w wieku 35-44 lata oraz mieszkańcy mniejszych miast (20-50 tys. mieszkańców, 52 proc.). Jest to niezwykle ważna cecha zakupów online, ponieważ bezpieczeństwo zakupów w tym trudnym czasie jest obecnie najważniejsze.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/rynek-e-commerce-i-e-grocery-w-czasie-koronakryzys,62194>