

Tutaj jesteś: ekonomia » Biznes » Firmy » Handel

E-sprzedaż szybko rośnie, liczba e-sklepów już nie

Piotr Mazurkiewicz 21-02-2014, ostatnia aktualizacja 21-02-2014 04:08



źródło: Bloomberg



źródło: Rzeczpospolita

+ Zobacz więcej zdjęć

W branży komputerowej sklepów internetowych może nawet ubywać.

E-handel bije kolejne rekordy. W tym roku jego wartość w Polsce może wynieść już ponad 30 mld zł. Pod względem wartości zakupów z roczną dynamiką 16-17 proc. jesteśmy obok Czech najszybciej rozwijającym się rynkiem w Europie.

Jeśli jednak spojrzeć na liczbę sklepów w sieci, to widać już w naszym kraju pierwsze oznaki nasycenia. Ich liczba wciąż rośnie, ale coraz wolniej. W 2014 r. liczba e-sklepów ma wzrosnąć tylko o 7 proc. do 14,1 tys., wynika z prognozy przygotowanej specjalnie dla „Rz” przez serwis Sklepy24.

Branże w defensywie

Po raz pierwszy dynamika jest jednocyfrowa, ale to niejedyny zaskoczenie. - W niektórych kategoriach spodziewamy się spadku

liczby sklepów, co wynika zarówno z nasycenia rynku, jak i zmiany zwyczajów czy trendów zakupowych - mówi Piotr Jarosz, prezes spółki Dotcom River oraz wydawca Sklepy24.pl. Z danych serwisu wynika, że skurczyć się ma np. sektor sklepów komputerowych. Omija je boom na tablety. Klienci przeważnie kupują je w sieciach dyskontowych czy w salonach operatorów telekomunikacyjnych (w ramach ofert łączonych np. z dostępem do Internetu).

Podobnie słabnie dynamika e-sklepów z książkami czy multimediami. Można to tłumaczyć rosnącym powodzeniem e-booków, oferowanych często w zupełnie innych miejscach. Coraz więcej ludzi nie chce też kupować płyt z muzyką z czy filmami, preferując inne legalne źródła rozrywki w internecie.

- Z jednej strony wiele sklepów systematycznie rozszerza ofertę o kolejne kategorie, podążając drogą zapoczątkowaną lata temu przez Amazona. Z drugiej rośnie też liczba mocno specjalizujących się w wąskiej dziedzinie. Dzięki Internetowi są w stanie znaleźć dostateczną liczbę klientów - dodaje Piotr Jarosz.

- Jednym z kluczowych czynników, które przekładają się na rozwój e-handlu, są duże marki, które stopniowo rozwijają sprzedaż w sieci. Tym samym doprowadzają do zwiększenia wydatków reklamowych, które mają zachęcić nowych klientów do zakupów online - mówi Mateusz Gordon, ekspert od e-commerce firmy Gemius. - Przykładowo, pełne wejście IKEA na rynek handlu elektronicznego zwiększy sprzedaż online w całej branży meblowej. Podobnie w przypadku Amazona: jeśli przeznaczy odpowiednią kwotę na działania marketingowe, przyciągnie do internetowych sklepów nowych klientów - dodaje Gordon.

Otwarcie polskiej wersji tego największego na świecie sklepu internetowego będzie w branży ogromnym wydarzeniem i jest duża szansa, że stanie się to w 2014 r. - Amazon ma również potencjał dynamicznie rozwijać działalność w tych obszarach e-commerce (jak np. odzież i obuwie), które rosną najszybciej i które dają wyższe marże w porównaniu z kulturą i rozrywką - mówi Małgorzata Gunerka, ekspert ds. e-commerce firmy doradczej Goldenberry.

E-sprzedawcy w rankingu

Na wejście na rynek decydują się kolejne firmy - niedawno e-sklep uruchomiła Sephora, największa sieć perfumerii. - W USA w Internecie jesteśmy obecni od ponad dekady, we Francji i Chinach od kilku lat. Zbieramy doświadczenia na każdym z nich i dopiero decydujemy się na kolejny rynek. Cieszy się zatem, że tak szybko wybrano do tego Polskę - mówił w tym tygodniu „Rz” Gilles Dougoud, dyrektor generalny Sephora Polska.

Znaczenie e-handlu podkreśla też firma Deloitte, corocznie publikująca zestawienie największych spółek handlowych na świecie. W obecnej edycji po raz pierwszy znalazł się w nim podranking 50 największych e-sprzedawców. - Ponad trzy czwarte z nich należy jednocześnie do grupy 250 największych na świecie detalistów - mówi Marcin Laszkiewicz, menedżer w dziale konsultingu Deloitte. W roku obrotowym 2012 sprzedaż przez Internet stanowiła prawie jedną trzecią sprzedaży detalicznej czołowych 50 e-sprzedawców.

Nowe prawo może zachęcić do kupowania w sieci

Od czerwca konsumenci w całej UE mają uzyskać takie same uprawnienia w starciu z nieuczciwym sprzedawcą. Dla Polaków oznacza to większe prawo do zwrotu towaru kupionego w sieci i usprawnienie składania reklamacji. Nie trzeba będzie już kolejno naprawiać czy wymieniać uszkodzonego towaru, zanim możliwe stanie się odstąpienie od umowy. Wprowadzona zostanie jednolita regulacja odpowiedzialności sprzedawcy za jakość rzeczy sprzedanej, przy przyjęciu pewnych odrębności dla umów, w których sprzedawcą jest przedsiębiorca, a kupującym konsument. Przywrócone zostanie

stosowanie do wszystkich umów sprzedaży konsumenckiej przepisów kodeksu cywilnego dotyczących gwarancji, przy jednoczesnym doprecyzowaniu wzajemnego stosunku uprawnień z rękojmi i gwarancji.

Przeczytaj więcej o: deloitte , e-sklepy , Gemius , Goldenberry , internet , komputery , książki , liczba , Skelpy24.pl , wzrost

Rzeczpospolita

© Wszystkie prawa zastrzeżone

 Rekomenduj artykuł, oddano głosów: 1

 Drukuj

 © Licencja na publikację

 Napisz do redakcji

 KOMENTARZE

NASZE PRODUKTY

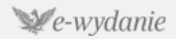
 archiwum.rp.pl

 Prawo w Firmie

 PlusMinus

 RZECZPOSPOLITA
w iPadzie

 RZECZPOSPOLITA
na Androidzie

 e-wydanie

NASZE SERWISY

 parkiet.com

 Ekonomia

 ŻYCIE WARSZAWY.PL

 warszawaVanki.pl

 Bloomberg
Businessweek 

 FOTORZĘPA
AGENCJA FOTOGRAFICZNA

 kariera.pl

 Turystyka
www.warszawa.jakopracuje.pl rp.pl

 SUKCES

 Energianews

 rpkom.pl

 ekonomia24
Węgiel

 Moja Emerytura
rp.pl

 kulinarnik.pl

Gremi Business Communication: [O nas](#) | [Regulamin](#) | [Reklama](#) | [Napisz do nas](#) | [Kontakt](#) | [Prenumerata 2014](#) | [Pliki cookies](#)

© Copyright by GREMI BUSINESS COMMUNICATION Sp. z o.o.