



Badanie eService i Mastercard

ŚWIĄTECZNE ZAKUPY ONLINE



jak pandemia zmienia
zwyczaje zakupowe Polaków
Kampania SklepywSieci.com



SPIS

3	Informacje na temat badania	19	PODSUMOWANIE
4	Zakupy przez internet penetracja i częstotliwość obecnie	20	Czynniki wpływające na wybór sklepu/miejsca zakupu
5	Zakupy przed pandemią i w trakcie pandemii	21	Postrzeganie zakupów przez internet
6	Co kupujemy w trakcie pandemii?	22	Każdy produkt sprzedaje się przez internet?
7	Jak płaciliśmy a jak płacimy?	23	Problemy przy zakupie przez internet
9	NASZE OSTATNIE ZAKUPY W SIECI	24	DEMOGRAFIA I CHARAKTERYSTYKA RESPONDENTÓW
15	ŚWIĘTA 2020		
16	Jak w tym roku zamierzasz robić zakupy świąteczne?		
17	Jakie będą tegoroczne zakupy świąteczne w stosunku do zeszłorocznych?		
18	Produkty, które kupujemy przez internet przed nadchodzącymi świętami?		

INFORMACJE NA TEMAT BADANIA

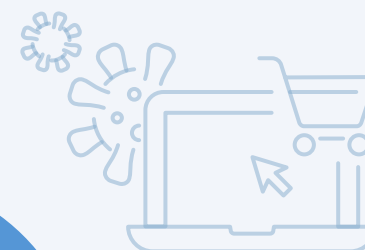
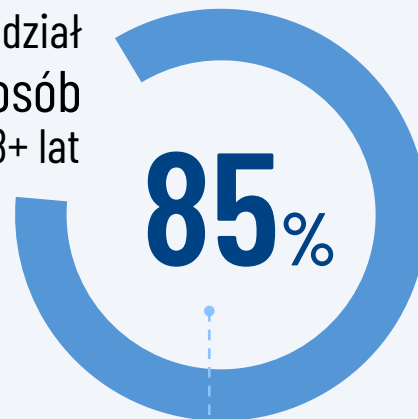
CEL BADANIA:

Uzyskanie informacji
**jak pandemia zmienia zwyczaje
zakupowe online Polaków**



Badanie przeprowadzono w dniach 26.11-02.12.2020
techniką CAWI (Computer Assisted Web Interview)
na panelu będącym własnością ARC Rynek i Opinia
(www.epanel.pl) posiadającym ok. 65 tys. panelistów.

W badaniu
wzięło udział
1 425 osób
w wieku 18+ lat



w ciągu ostatnich 3 miesięcy
kupowało produkty lub usługi
przez internet
1 213 osób

Tę grupę kupujących poprosiliśmy o przedstawienie
szczegółów dotyczących ich zwyczajów zakupowych
w Internecie.

ZAKUPY PRZEZ INTERNET

penetracja i częstotliwość obecnie

90%

badanych robi **zakupy online**
raz w miesiącu lub częściej

Istotnie częściej zakupy w internecie
(co najmniej kilka razy w tygodniu)
robią osoby:

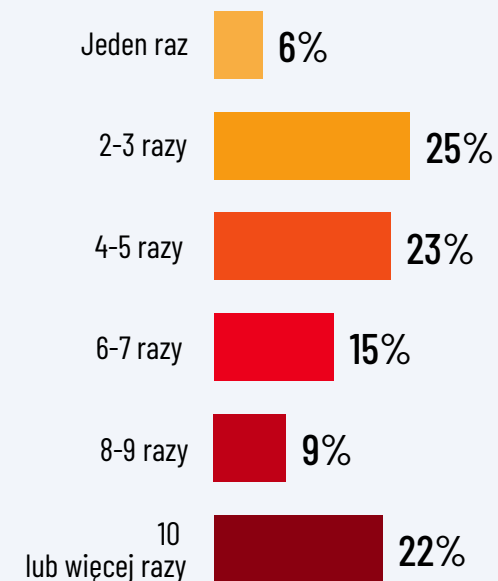
- w wieku 35-44 lata (23%)
- z wykształceniem wyższym (20%)
- mieszkające z parterem lub partnerką (24%)



CZĘSTOTLIWOŚĆ ZAKUPÓW PRZEZ INTERNET



LICZBA ZAKUPÓW W CIĄGU 3 MIESIĘCY



ZAKUPY PRZED PANDEMIĄ I W TRAKCIE PANDEMII

Większość osób, które obecnie
robi zakupy przez internet,
robiła je również przed pandemią

95% 

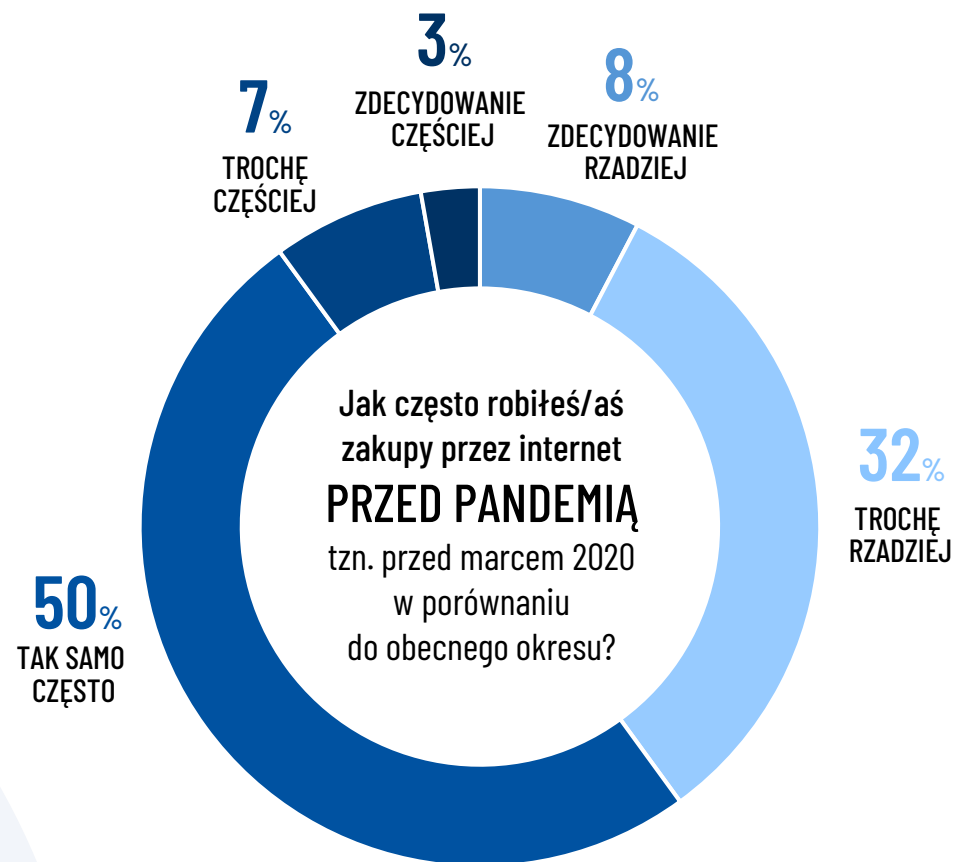
Niemniej sytuacja pandemiczna spowodowała **duży wzrost częstotliwości zakupów przez internet**

40% badanych obecnie **częściej kupuje przez internet niż przed pandemią**



Obecnie częściej zakupy przez internet robią:

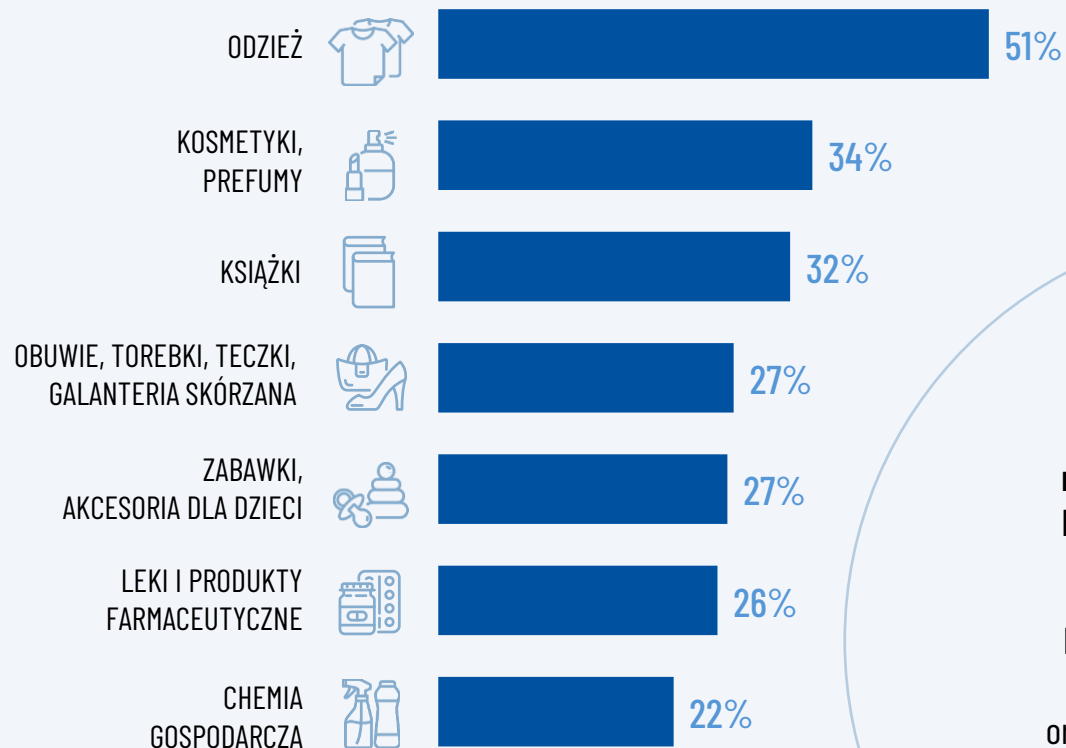
- kobiety
- osoby w wieku 18-24 lata
- osoby, których sytuacja materialna pogorszyła się na skutek pandemii



CO KUPUJEMY W TRAKCIE PANDEMII?

RANKING PRODUKTÓW KUPOWANYCH

przed pandemią i w trakcie **nie** zmienił się istotnie.



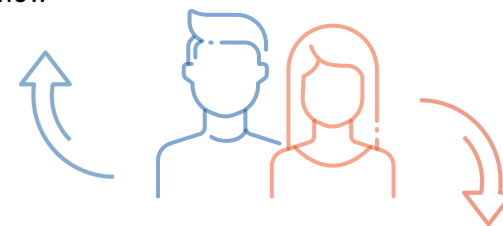
Cały czas
(przed pandemią i obecnie)
najpopularniejszym produktem
kupowanym przez internet jest
ODZIEŻ.

Dużym powodzeniem cieszą się
też kosmetyki, książki
oraz obuwie i galanteria skórzana.

MĘŻCZYŹNI

generalnie częściej
deklarują zakup:

- sprzętu AGD i RTV
- sprzętu komputerowego
- telefonów



KOBIETY

istotnie częściej kupują:

- odzież
- obuwie i galanterię skórzaną
- kosmetyki
- biżuterię
- akcesoria dla dzieci i zabawki

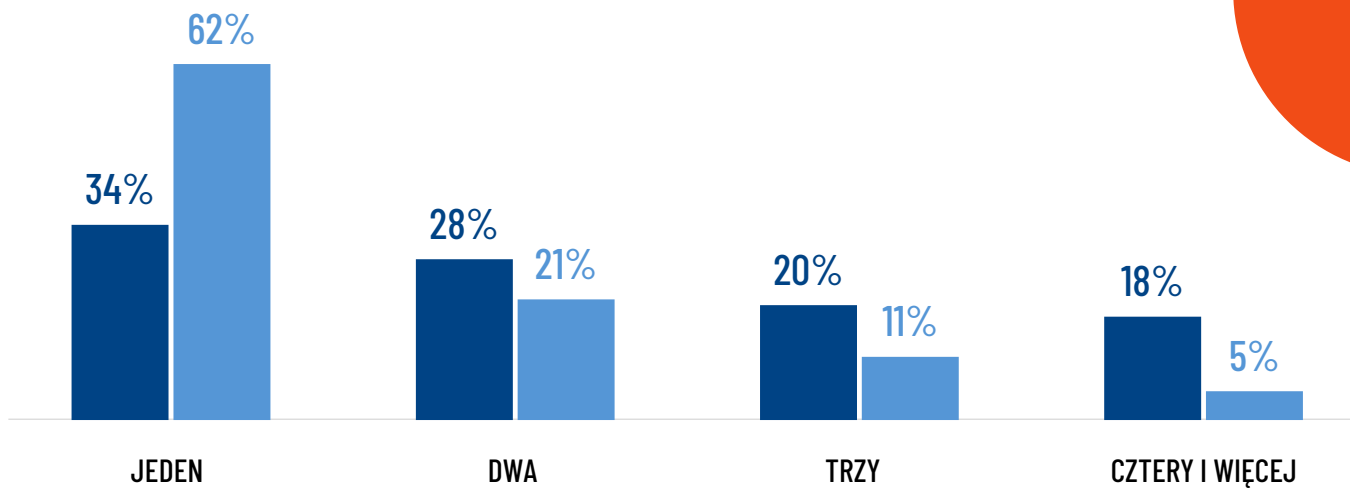
JAK PŁACILIŚMY A JAK PŁACIMY?

Przed pandemią stosowaliśmy więcej metod, obecnie coraz więcej osób ma swoją ulubioną metodę płatności i korzysta głównie z niej.

LICZBA SPOSOBÓW PŁATNOŚCI

■ przed pandemią

■ w trakcie pandemii



JAK PŁACILIŚMY A JAK PŁACIMY? c.d.

Jednak nie ma jednej ulubionej metody wspólnej dla wszystkich Polaków. Każda ma swoich wiernych zwolenników.

NAJPOPULARNIEJSZE METODY PŁACENIA PODCZAS PANDEMII

BLIK



Szybki przelew realizowany za pośrednictwem bramki płatniczej



Płatność kartą (np. Mastercard, Visa etc)



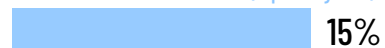
Tradycyjny przelew bankowy wysłany na wskazany rachunek bankowy



Płatność przy odbiorze



Wirtualny portfel (np. PayPal)



Inne



Z BLIK-a

chętniej korzystają młodzi
w wieku **18-24 lata** (61%).
W tej grupie mniej popularne
są szybkie i tradycyjne przelewy.



Szybkie przelewy

większą popularnością
cieszą się wśród badanych
w wieku **25-34** (39%).



Tradycyjne przelewy

są najbardziej
popularne wśród osób
w wieku **55+** (32%).

Warto zwrócić uwagę, że **PRZED PANDEMIĄ** szybkie przelewy przez bramkę płatniczą były na pierwszym miejscu w rankingu najbardziej preferowanych form płatności, obecnie straciły tę pozycję na rzecz płatności BLIK.



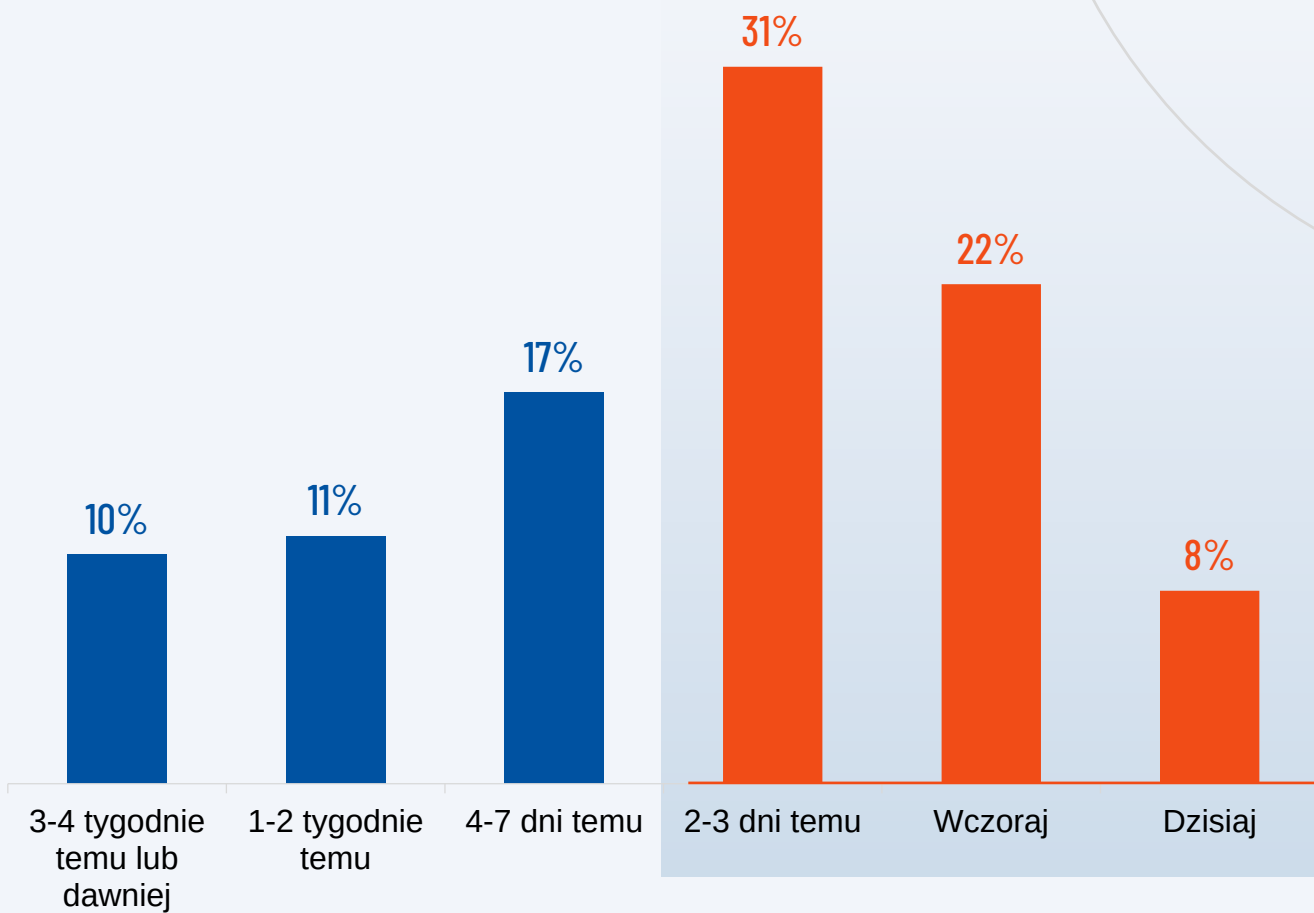
NASZE OSTATNIE ZAKUPY W SIECI

Spytaliśmy respondentów
o ich ostatni zakup w sieci

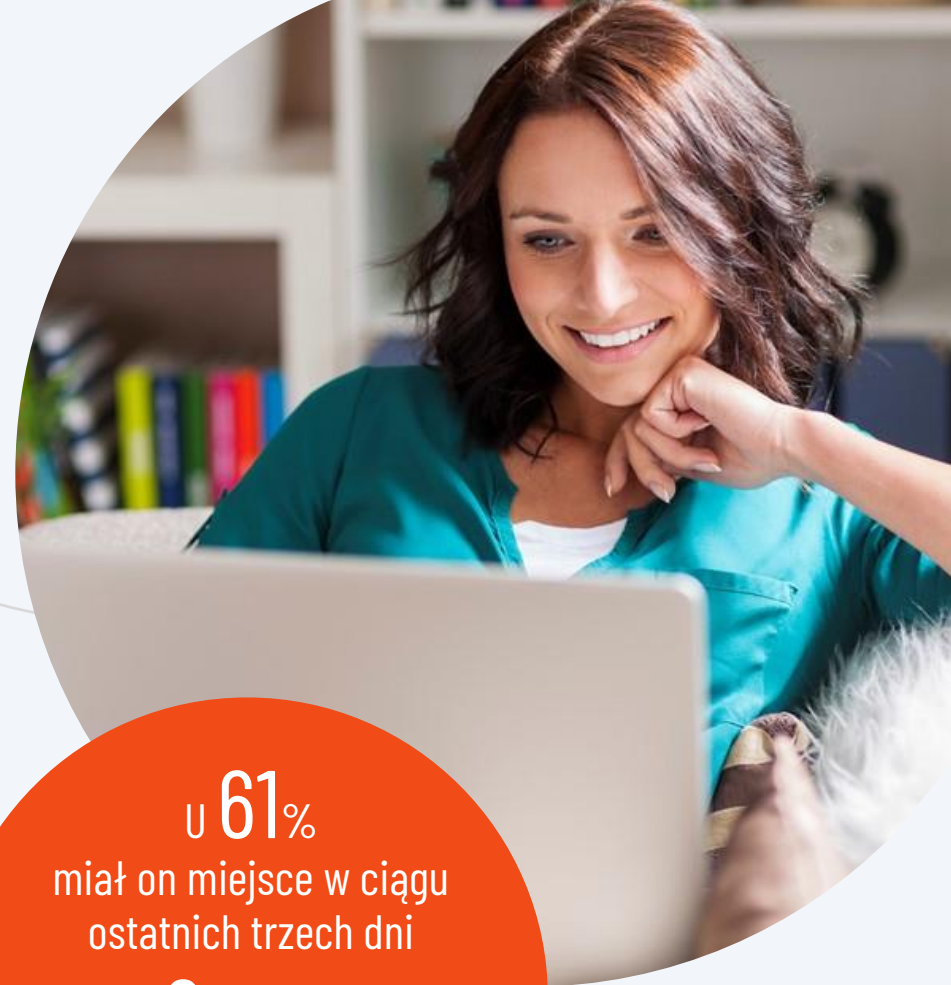
Ta metoda pozwala na sprawdzenie jaki jest udział poszczególnych kategorii produktów i usług, metod płatności oraz dostawy we wszystkich zakupach online obecnie



OSTATNI ZAKUP W SIECI – KIEDY



U **61%**
miał on miejsce w ciągu
ostatnich trzech dni
w tym, **8%** kupiło w dniu
badania, a **22%** w dniu
poprzedzającym
badanie.



OSTATNI ZAKUP W SIECI – JAK



URZĄDZENIE NA KTÓRYM DOKONANO ZAKUPU

Kobiety kupując są bardziej mobilne
- istotnie częściej (43% z nich)
kupowały na smartfonie, mężczyźni
(21%) istotnie częściej niż kobiety
kupowali przez komputer stacjonarny.

	 Komputer stacjonarny	 Laptop, komputer przenośny	 Telefon, smartfon	 Tablet	 Inne
	17%	41%	36%	3%	3%
	13%	39%	43%	3%	2%
	21%	44%	29%	3%	4%

p=0.05, test dwustronny

OSTATNI ZAKUP W SIECI – CO



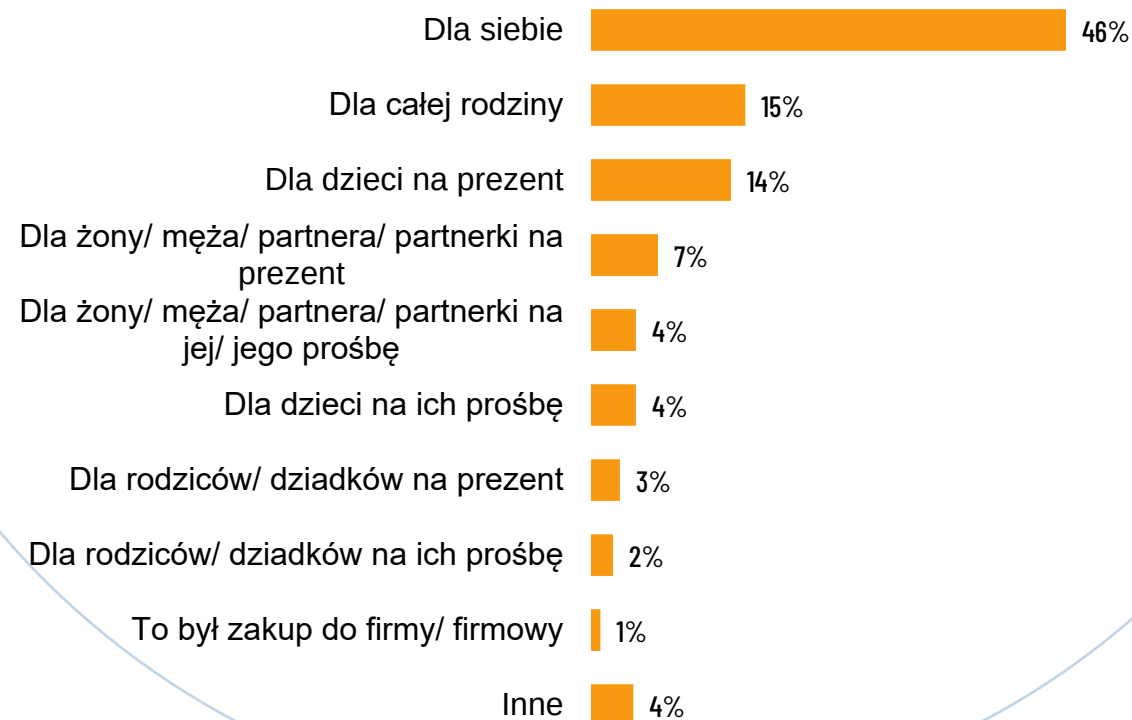
CO KUPOWALIŚMY

Kupowane produkty (najczęstsze wskazania)

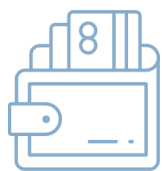


DLA KOGO?

Zdecydowanie najczęściej kupujemy przez internet dla siebie. W dalszej kolejności odbiorcami zakupów jest cała rodzina bądź dzieci (na prezent).



OSTATNI ZAKUP W SIECI – PŁATNOŚĆ



JAK ZAPŁACILIŚMY ZA OSTATNIE ZAKUPY?



Co ciekawe, aż **13%** zakupów było opłacanych dopiero przy odbiorze. Co pokazuje, że sprzedaż rozpoczęta w sieci często jest opłacana na terminalu płatniczym lub gotówką (u kuriera, na poczcie lub w tradycyjnym sklepie).

Najczęściej przy odbiorze płaciliśmy za:



Leki i produkty farmaceutyczne – **24%** zakupów w tej kategorii



Obuwie, torebki, teczki, galanteria skórzana (np. portfele, paski) – **21%** zakupów w tej kategorii

OSTATNI ZAKUP W SIECI – DOSTAWA



Najpopularniejszą metodą dostawy są **PACZKOMATY I KURIERZY**, ale warto zwrócić uwagę, że mimo ograniczeń pandemicznych prawie co **10** zakup internetowy odbieramy osobiście w punkcie sprzedawcy

Częściej osobiście odbieraliśmy:



Leki i produkty farmaceutyczne

39%

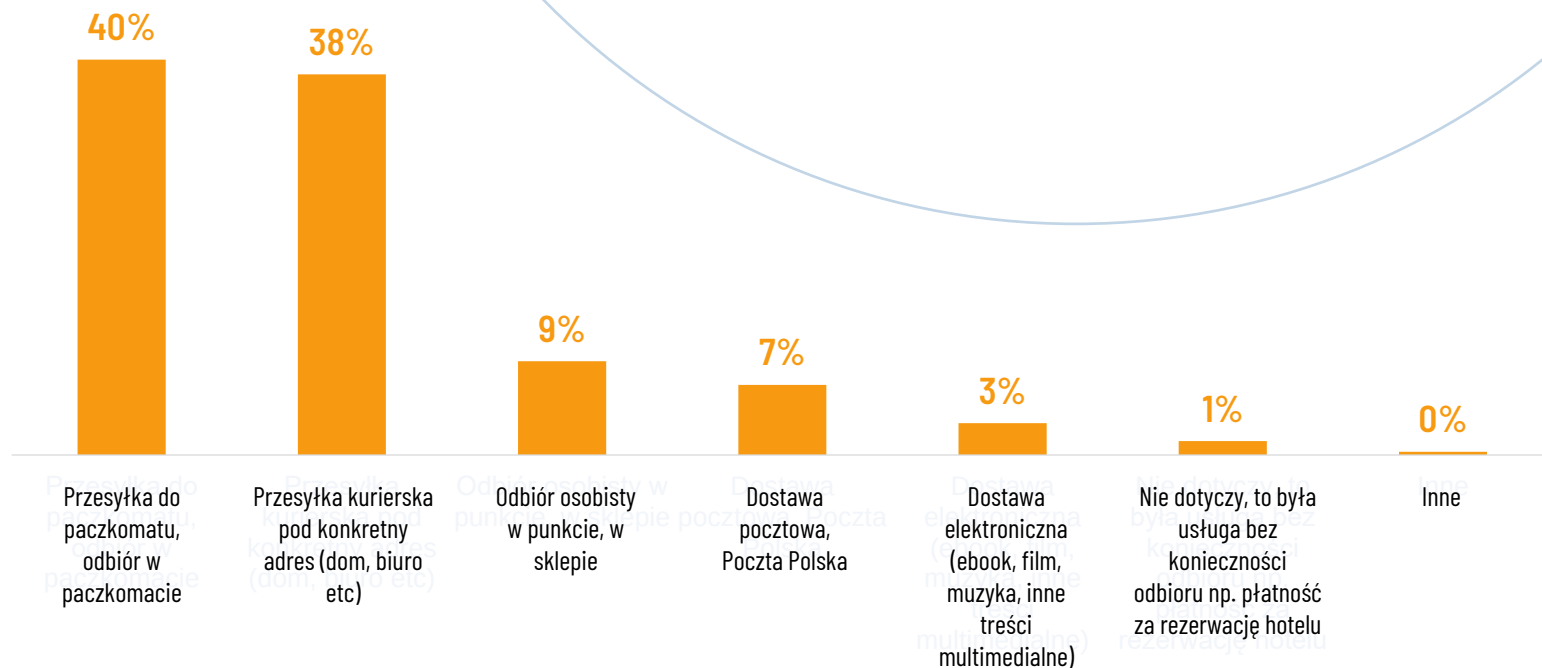
zakupów w tej kategorii



Książki

21%

zakupów w tej kategorii



ŚWIĘTA 2020

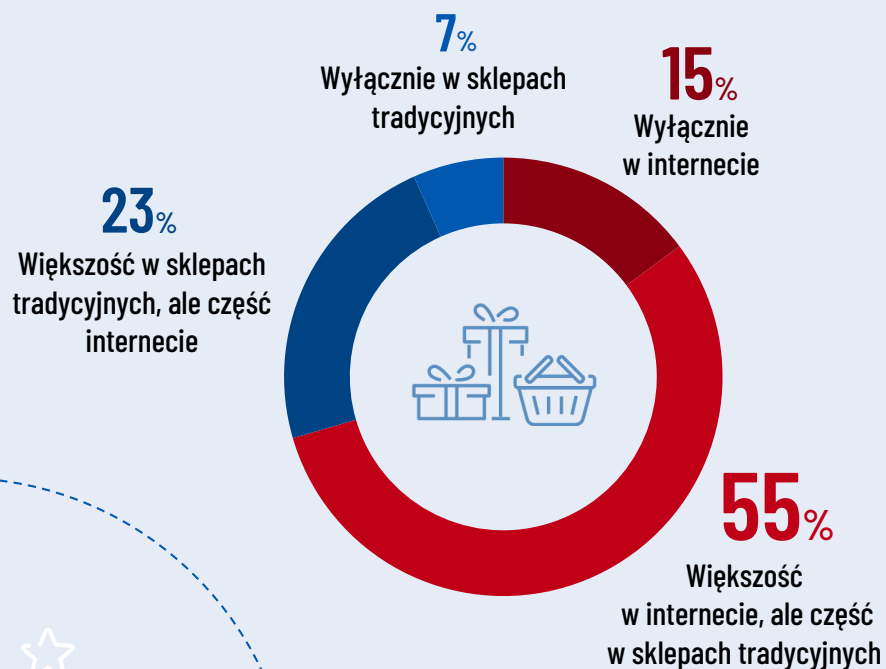
Spytaliśmy respondentów
o ich plany zakupowe dotyczące
nadchodzących Świąt



JAK W TYM ROKU ZAMIERZASZ ROBIĆ ZAKUPY ŚWIĄTECZNE?

ZAKUPY ŚWIĄTECZNE:

prezenty, produkty kupowane z myślą o Świętach?



NA SKLEPY TRADYCYJNE
„stawiają” przede wszystkim osoby w **wieku 55+**.
W tej grupie 46% badanych zamierza zrobić większość lub wszystkie zakupy w sklepach tradycyjnych



INTERNET

w tym roku przed świętami
będzie bardzo istotnym
kanałem zakupu

15%

respondentów deklaruje,
że będzie to wyłączny
kanał zakupowy



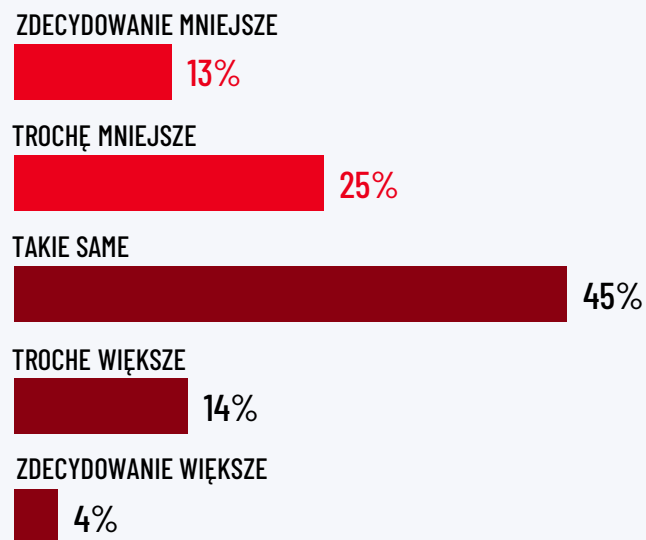
57%

deklaruje, że większość
rzeczy kupi w ten
właśnie sposób

JAKIE BĘDĄ TWOJE TEGOROCZNE ZAKUPY ŚWIĄTECZNE DOKONYWANE PRZEZ INTERNET W STOSUNKU DO ZESZŁOROCZNYCH?

Planujemy jednak być bardziej oszczędni niż przed rokiem

38% 
badanych uważa, że ich zakupy będą mniejsze



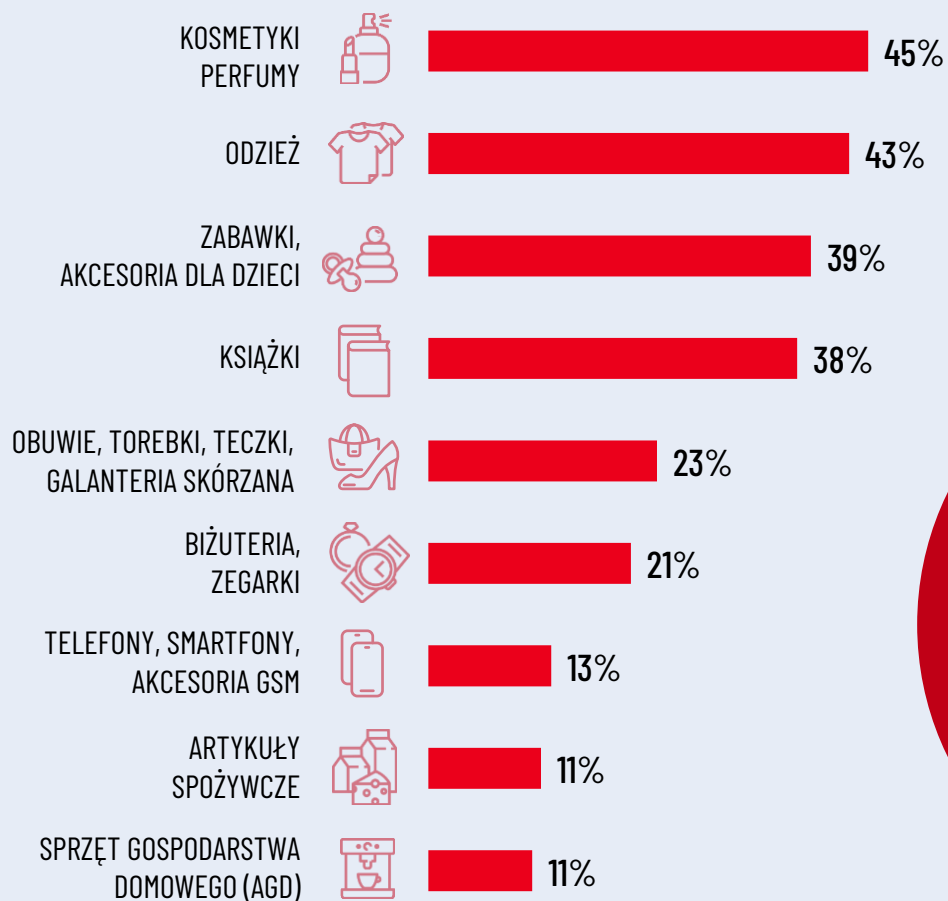
W SZCZEGÓLNOŚCI WIĘKSZĄ OSZCZĘDNOŚĆ W ZAKUPACH DEKLARUJĄ:



- kobiety (41%)
- osoby w wieku 55+ (43%)
- osoby, których sytuacja finansowa w czasie pandemii pogorszyła się (52%)
- osoby o najniższych dochodach w gospodarstwie – poniżej 2500 zł/os. (45%)



KTÓRE PRODUKTY KUPISZ LUB KUPIŁEŚ/AŚ PRZEZ INTERNET PRZED NADCHODZĄCYMI ŚWIĘTAMI?



Przez internet planujemy
zakup przede wszystkim:
**KOSMETYKÓW, ODZIEŻY,
ZABAWEK ORAZ KSIĄŻEK**

MĘŻCZYŹNI

częściej deklarują zakup „elektroniki”

- telefonów/ akcesoriów GSM (16%)
- sprzętu AGD (14%)
- sprzętu komputerowego (13%)
- oprogramowania i gier (12%)
- Sprzętu RTV (12%)

KOBIETY

częściej deklarują zakup
takich produktów jak:

- kosmetyki/ perfumy (52%)
- odzież (49%)
- akcesoria zabawki dla dzieci (45%)
- książki (42%)
- obuwie/ galanteria skórzana (27%)
- biżuteria/ zegarki (23%)



PODSUMOWANIE

Co Polacy sądzą o zakupach
w Internecie



CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA WYBÓR SKLEPU/MIEJSCA ZAKUPU

Kluczowe czynniki
wpływające na wybór
sklepu/miejsca zakupu
w Internecie to:



cena **43%**
produktu



cena **39%**
przesyłki

Konkurencyjna cena produktu jest ważniejsza dla mężczyzn (48%),
podczas gdy kobiety bardziej zwracają uwagę na cenę przesyłki (43%).

W DALSZEJ KOLEJNOŚCI WSKAZYWANO NA:

- **sposób wysyłki - 25%** (ważniejszy dla osób w wieku 25-34 lata - 29%)
- **szeroki asortyment - 24%** (ważniejszy dla osób w wieku 45+ lat - 32%)
- **możliwość płatności kartą/BLIK - 23%** (ważniejsza dla badanych 18-24 latków - 37%)
- **promocje - 23%** (częściej wskazywane przez kobiety - 26%)

KTÓRE Z PONIŻSZYCH RZECZY SĄ DLA CIEBIE WAŻNE
PRZY WYBORZE MIEJSCA ZAKUPU/ SKLEPU PRZEZ INTERNET?

Konkurencyjna cena



Koszty przesyłki



Sposoby przesyłki



Szeroki asortyment



Możliwość zapłaty kartą, szybkim przelewem, BLIK



Promocje



Szybkość dostarczenia



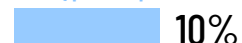
Opinie internautów



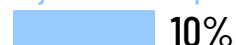
Dogodne warunki zwrotów



Dostępność przez 24h



Czytelna strona z produktem



Warunki gwarancji



POSTRZEGANIE ZAKUPÓW PRZEZ INTERNET

NA ILE ZGADZASZ SIĘ LUB NIE ZGADZASZ Z PONIŻSZYMI STWIERDZENIAMI DOTYCZĄCYMI ZAKUPÓW PRZEZ INTERNET?

Zakupy przez internet dają łatwość porównywania ofert



Kupując przez internet mam nieograniczony czas wyboru, mogę przeglądać ofertę, jak długo tylko chcę



Zakupy przez internet dają możliwość zwrotu zakupionego towaru w ciągu 14 dni bez podania przyczyny



Kupując przez internet mam większy asortyment niż w sklepach tradycyjnych



W sklepach w internecie mam dostęp do większej liczby informacji o produktach



W internecie są atrakcyjniejsze ceny niż w sklepach tradycyjnych



Zakupy przez internet są bezpieczne



Zakupy w internecie są szybsze niż zakupy w sklepach tradycyjnych



W sklepach w internecie mam dostęp do spersonalizowanych promocji



Kupując przez internet staram się korzystać z tych samych sklepów/ dostawców



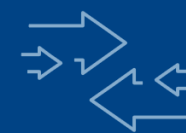
Sklepy w internecie oferują zniżki dla stałych Klientów bardziej atrakcyjne niż sklepy tradycyjne



■ zgadzam się (zdecydowanie + raczej)

■ ani zgadzam się, ani nie zgadzam

■ nie zgadzam się (zdecydowanie + raczej)



Zakupy przez internet dają przede wszystkim możliwość łatwego porównywania ofert

Dodatkowo respondenci robiąc zakupy przez internet mają poczucie komfortu związanego z nieograniczonym czasem na wybór.

Do zalet zakupów w sieci należy również możliwość zwrotu towaru do 14 dni oraz dostęp do większego asortymentu oraz większej liczby informacji niż w tradycyjnym sklepie.

KAŻDY PRODUKT SPRZEDA SIĘ PRZEZ INTERNET?

Z uzyskanych danych wynika, że obecnie **nie ma większych barier wobec zakupu** jakiejkolwiek kategorii produktowej przez internet.

Relatywnie najczęściej respondenci mieli opory wobec zakupu w sieci artykułów spożywczych i niektórych materiałów budowlanych.

Częściej nie odrzucanie żadnych produktów deklarowali respondenci w wieku powyżej 35 lat oraz z wykształceniem wyższym.

JAKICH PRODUKTÓW
NIGDY NIE KUPIŁ(A)BYŚ
PRZEZ INTERNET?

38%

nie odrzucam
możliwości zakupu
żadnego z powyższych
produktów
przez internet

25% - ARTYKUŁY SPOŻYWCZE

22% - MATERIAŁY BUDOWLANE np. cement, papa

16% - DUŻY SPRZĘT ELEKTRONICZNY RTV (telewizory, wieże)

15% - MEBLE I ARTYKUŁY WYSTROJU WNĘTRZ o dużych gabarytach

14% - DUŻY SPRZĘT GOSPODARSTWA DOMOWEGO (AGD)

11% - BIŻUTERIA, ZEGARKI,

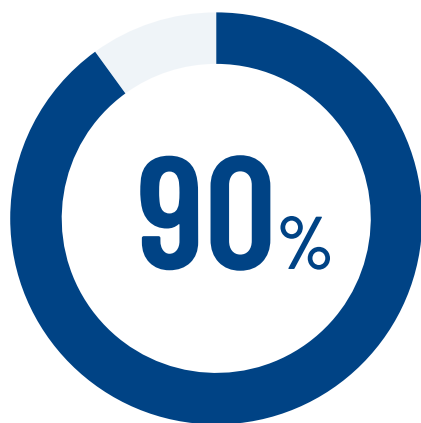
11% - KOMPUTERY, LAPTOPY

7% - TELEFONY, SMARTFONY

7% - CHEMIA GOSPODARCZA

2% - INNE

PROBLEMY PRZY ZAKUPIE PRZEZ INTERNET



badanych **nie miało** problemów związanych z realizacją zakupów przez internet

Wśród pojawiających się problemów najczęściej wskazywano **opóźnienia w dostawie.**



JEŚLI BYŁY PROBLEMY, TO JAKIE?

(pytanie do 10% osób, które deklarowały problemy w zakupach, procenty dotyczą tej grupy)

Opóźnienia dostawy



Konieczność dostosowania się do godzin przyjazdu kuriera – konieczność bycia w domu



Dostarczony towar był niskiej jakości



Problemy z płatnością za zakupiony towar



Dostawa towarów niezgodnych z zamówieniem



Padłem/am ofiarą oszustów



Dostarczony towar był niekompletny



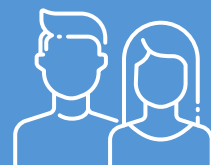
Inne





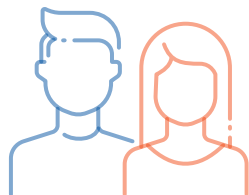
DEMOGRAFIA I CHARAKTERYSTYKA RESPONDENTÓW

Kilka faktów o osobach, które
wzięły udział w naszych badaniu



CHARAKTERYSTYKA RESPONDENTÓW

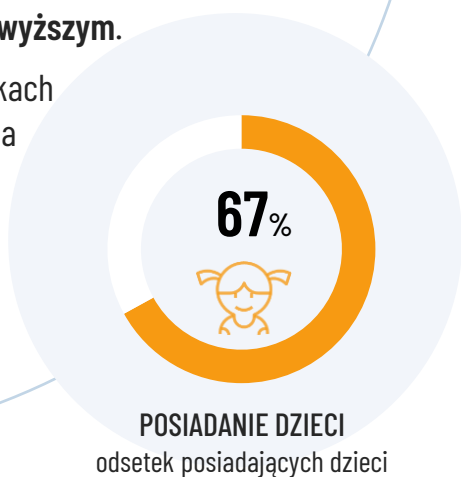
49%
MĘŻCZYŹNI



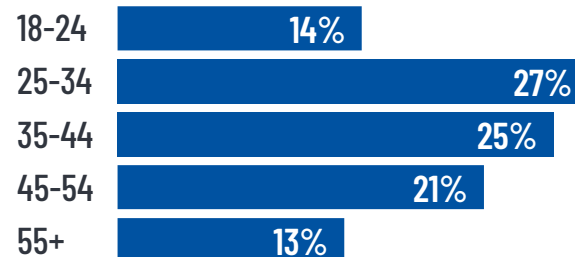
51%
KOBIETY

Przez Internet równie często kupują kobiety i mężczyźni. Jest to najczęściej grupa osób w wieku **25-44 lata**, z **wykształceniem średnim lub wyższym**.

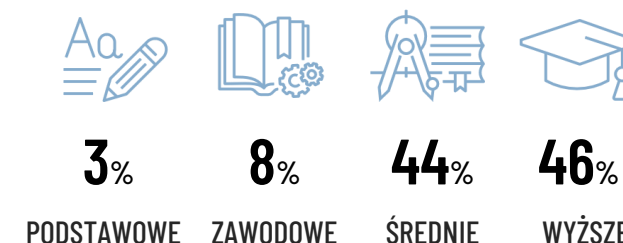
Połowa kupujących jest w związkach małżeńskich a większość posiada przynajmniej jedno dziecko.



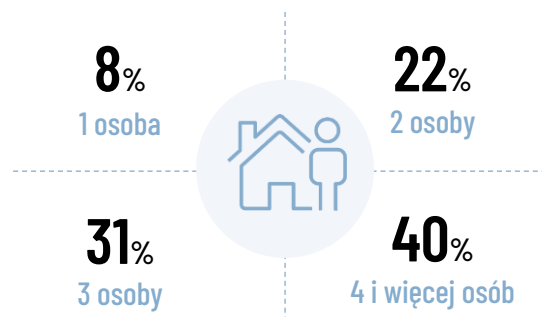
WIEK



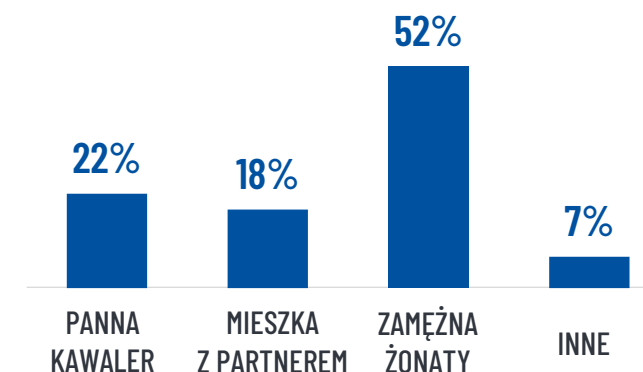
WYKSZTAŁCENIE



WIELKOŚĆ GOSP. DOMOWEGO

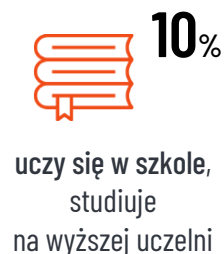
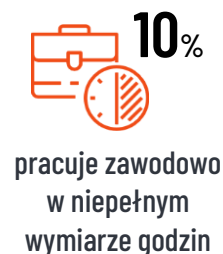
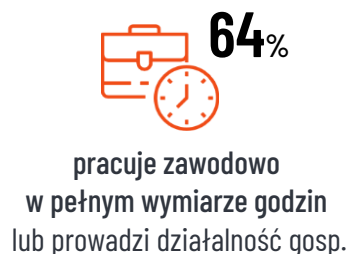


STAN CYWILNY

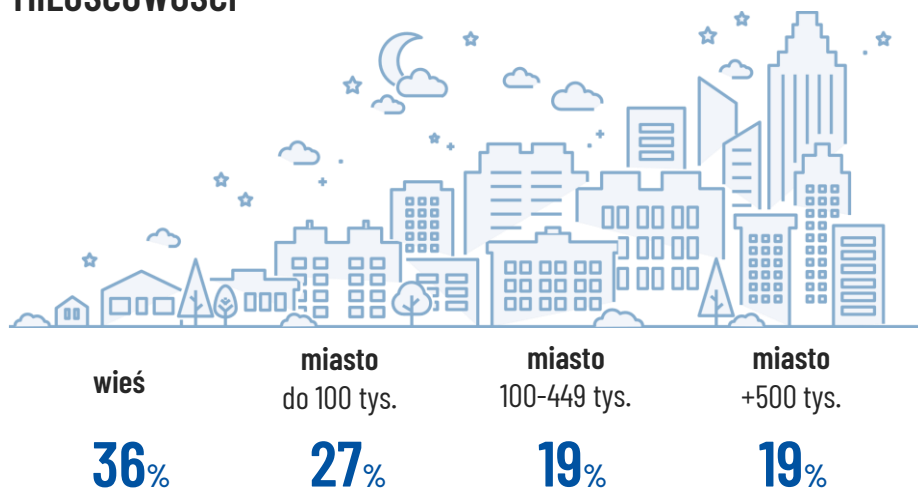


CHARAKTERYSTYKA RESPONDENTÓW

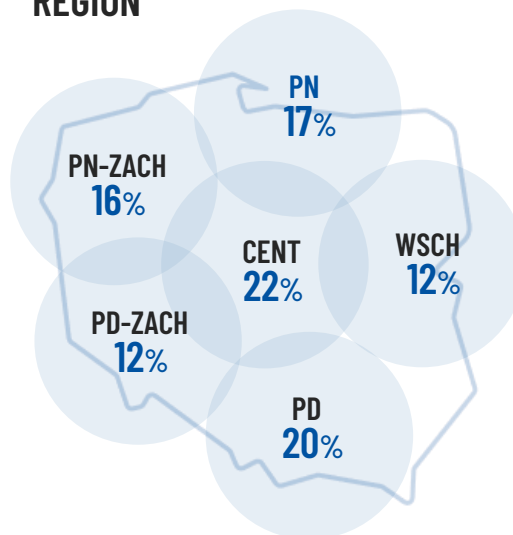
SYTUACJA ZAWODOWA



WIELKOŚĆ MIEJSCOWOŚCI



REGION

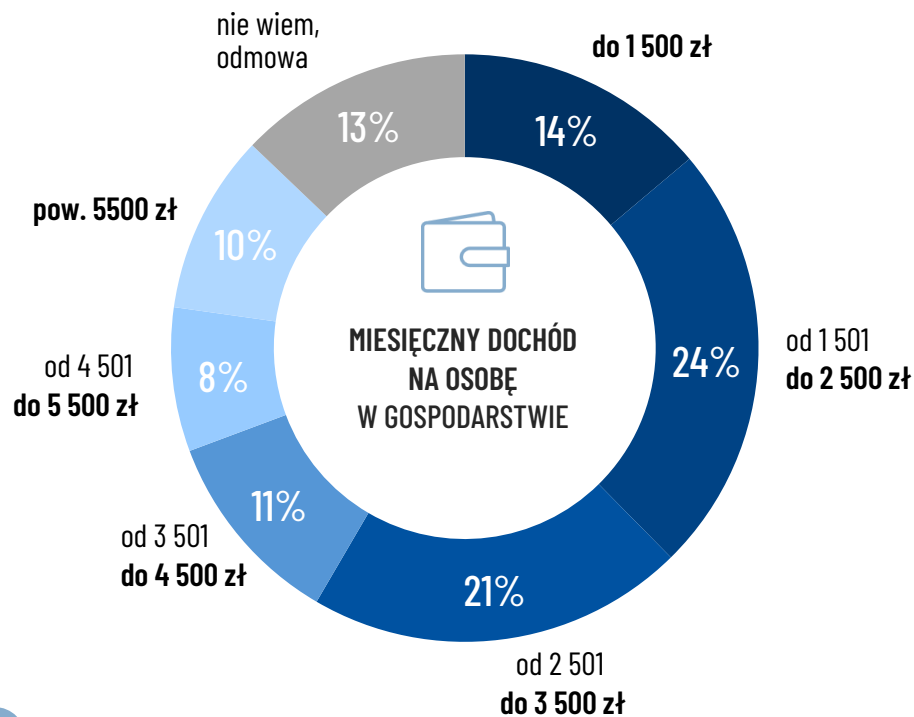


Kupujący w internecie w największej części **pracują zawodowo na pełny etat.**

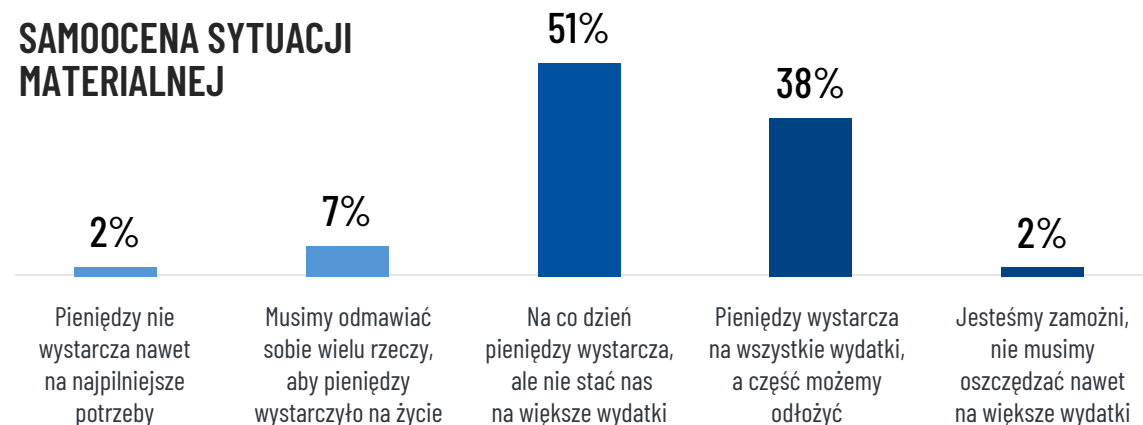
Pod względem miejsca zamieszkania rozkład jest porównywalny do danych populacyjnych.

SYTUACJA MATERIALNA

Sytuacja materialna osób kupujących przez internet jest dobra, ale połowa z nich deklaruje, że w **wyniku pandemii uległa ona pogorszeniu**.

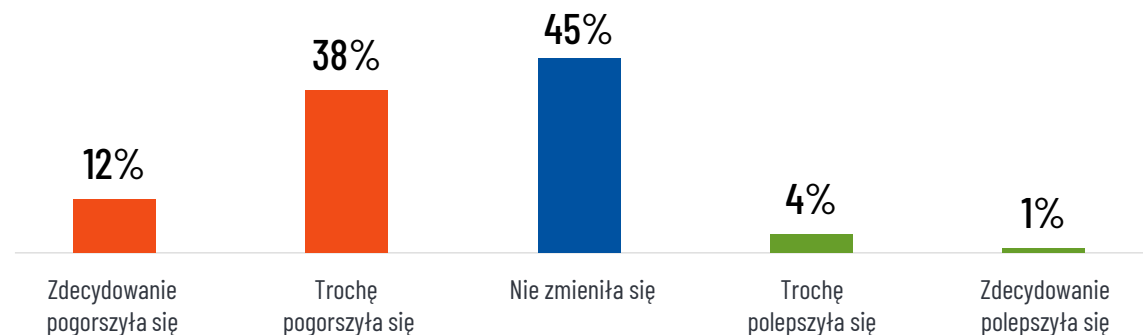


SAMOOCENA SYTUACJI MATERIALNEJ



WPŁYW PANDEMII NA SYTUACJĘ MATERIALNĄ

Moja sytuacja ...



DZIĘKUJEMY

SklepywSieci.com



media@eservice.com.pl