

20-30 proc. obrotów tradycyjnego handlu przeniosło się do sieci i tu zostanie [RAPORT]

data aktualizacji: 2021.07.23



Prawie jedna trzecia e-konsumentów bierze pod uwagę, że po zakończeniu koronakryzysu nie wróci do sklepów stacjonarnych, a wszystkie potrzeby zakupowe będzie realizować w sieci. Ale ograniczenia pokazały też, że jednak doświadczenia jakie dają tradycyjne zakupy nie tracą tak szybko na znaczeniu. 60 proc. internautów przewiduje, że będzie częściej kupować w sklepach stacjonarnych, z kolei 36 proc. nie zrezygnuje z e-zakupów po pandemii, choć częściej będzie odwiedzać tradycyjne placówki handlowe - wynika z raportu „E-commerce, ewolucja czy rewolucja?” przygotowanego przez BNP Paribas Real Estate.

Według rynkowych szacunków, tylko w pierwszym roku pandemii wolumen sprzedaży przez Internet mógł wynieść od około 83 mld zł do 100 mld zł. Oznacza to, że obroty e-handlu mogły zanotować wzrost rzędu nawet 60 proc. Warto podkreślić, że porównywalną dynamikę sprzedaży dóbr konsumenckich przez Internet dało się zaobserwować dekadę temu, kiedy e-handel dopiero wchodził na ścieżkę szybkiego rozwoju. Najbardziej optymistyczne prognozy mówią, że już w 2026 roku udział e-zakupów osiągnie pułap 12-15 proc., a wartość rynku przebiję 160 mld zł.

W raporcie eksperci BNP Paribas Real Estate podkreślają, że rozwojowi sprzyjać będą nie tylko nowe

technologie i rozwój narzędzi e-commerce'owych, ale także jedna z najszybszych w krajach unijnych dynamik przyrostu liczby internautów. Prognozy mówią, że w 2025 roku wskaźnik penetracji Internetu w dorosłej populacji może przekroczyć 90 proc.

Autorzy opracowania zwracają uwagę, że 2020 rok stał pod znakiem e-konsumenckich debiutów. Średnio co dziesiąty polski internauta zrobił w sieci swoje pierwsze zakupy. I co równie ważne, do społeczności dołączały też osoby starsze, po 55 roku życia.

Dane sondażowe jasno pokazują, że pandemia solidnie umocniła e-handel. Prawie jedna trzecia (28 proc.) e-konsumentów bierze pod uwagę opcję, że po zakończeniu kryzysu zdrowotnego nie wróci do sklepów stacjonarnych, a wszystkie potrzeby zakupowe będzie realizować w sieci. Ale ograniczenia pokazały też, że jednak doświadczenia jakie dają tradycyjne zakupy nie tracą tak szybko na znaczeniu. I tak 60 proc. internautów przewiduje, że będzie częściej kupować w sklepach stacjonarnych, z kolei 36 proc. nie zrezygnuje z e-zakupów po pandemii przy założeniu, że częściej będzie odwiedzać tradycyjne placówki handlowe.

Handel i e-handel

Szacunki pokazują, że od 20 proc. do 30 proc. obrotów tradycyjnego handlu detalicznego, które na skutek pandemii przeniosły się do sieci, zostanie w niej na zawsze. Trend ten dotknie najbardziej segment zakupów spożywczych, które przed koronawirusem nie cieszyły się szczególną popularnością wśród e-konsumentów.

Jednym z efektów lockdown'ów i całego szeregu pandemicznych ograniczeń było zdefiniowanie na nowo kanału sprzedaży internetowej przez większość marek, od lat w ogromnej większości operujących w sklepach stacjonarnych. E-handel z kolejnego sposobu promocji marki stał się skutecznym i liczącym się w biznesowej układance narzędziem sprzedażowym. Tylko w trakcie pierwszego lockdown'u operatorzy sklepów stacjonarnych w swoich kanałach sprzedaży on-line notowali podwojone obroty.

Część marek zdecydowała się prowadzić sprzedaż poprzez platformy sprzedażowe (tzw. marketplace). W trakcie pierwszej fali największe wzrosty odnotowały kategorie: odzież i obuwie, a także RTV, AGD, książki oraz meble.

Wygodniej i bliżej domu

Pandemia przyspieszyła wiele procesów zachodzących w handlu. Pokazała, jakie znaczenie mają: technologia, cyfryzacja, tempo życia, lokalność, mobilność oraz dostępność, a ponadto rosnąca z roku na rok świadomość konsumentów. To aspekty, które będą kształtować i zmieniać handel w najbliższym czasie.

Koronakryzys okazał się trudnym testem dla starszych formatów handlowych i jednocześnie trampoliną do dalszego rozwoju dla np. małych parków handlowych i sąsiedzkich, lokalnych centrów. Wygranymi okazały się sieci dyskontowe, w których klienci cenią bliskość, komfort i wygodę robienia zakupów. Eksperti BNP Paribas Real Estate zwracają uwagę, że w 2020 roku połowa nowej podaży przypadła na parki handlowe, a zaledwie pięć lat temu odpowiadała za 11 proc. wolumenu nowej powierzchni. Prognozy na najbliższe lata przewidują kontynuację tego trendu.

Całkiem nieodległa przyszłość

Pandemia pokazała, że handel stacjonarny jest nierozzerwalnie związany z wielokanałowością sprzedaży, w której coraz bardziej istotną rolę odgrywa e-handel. Transformacja handlu będzie odbywać się w warunkach współistnienia różnych rozwiązań i narzędzi, których suma będzie

dostarczać jakościowych doświadczeń zakupowych i zapewni sprawną dostawę, wymianę albo zwrot towaru. Przyszłość może też stać pod znakiem tzw. dark stores, czyli sklepów, w których nie liczy się wystrój, a możliwość szybkiego odbioru zamówionego towaru.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/20-30-proc-obrotow-tradycyjnego-handlu-przenioslo-68111>