



# Rynek e-commerce

LUTY 2016

[www.tableandgraph.pl](http://www.tableandgraph.pl)

## Stan cyfryzacji i rynek e-commerce w Polsce

Table&Graph prezentuje raport dotyczący rozwoju rynku e-commerce w Polsce. W raporcie zestawiona została sytuacja stanu cyfryzacji Polaków na tle państw członkowskich UE, rynek e-commerce w Polsce oraz przykład rozwoju branży e-handlu na przykładzie amerykańskich potentatów tego rynku: Amazon i Ebay.

W raporcie między innymi:

### ➤ Stan cyfryzacji w Polsce na tle UE

W rozdziale między innymi, dane Eurostatu i GUS dotyczące dostępności do Internetu, znajomości obsługi komputera oraz podstawowych umiejętności cyfrowych, wybranych państw UE. Ponadto wskaźnik odsetka ludności robiących zakupy w przeciągu ostatnich 12 miesięcy.

### ➤ Rynek e-commerce w Polsce

Stan polskiego rynku e-commerce na podstawie danych o znajomości portali Internetowych oraz czynnikach wpływających na dokonanie zakupów on-line. Analizie poddany został lider polskiego rynku e-commerce – Allegro.

### ➤ Case study: Działalność Amazon i Ebay

Analiza działalności światowych liderów na rynku e-handlu: Amazon i Ebay. Jak kształtowały się ich sprzedaż, przychody, aktywa, notowania giełdowe a także analiza sprzedaży produktów według poszczególnych kategorii.

*There have been a number of academic studies that compare physical retailing to electronic commerce. And electronic commerce comes out way ahead for a bunch of reasons -- higher inventory turns, which is much more efficient than the low inventory turns that you get when you have to fragment inventory in a physical store environment and so on. But the biggest one -- the big driver is that when you -- when consumers use physical stores to do their product acquisition, they take a 2,000 pound car to pick up five pounds of stuff.*

Jeff Bezos o e-commerce

2016 | Table&Graph Sp. z o.o.

Kontakt: [biuro@tableandgraph.pl](mailto:biuro@tableandgraph.pl)



[www.tableandgraph.pl](http://www.tableandgraph.pl)

## Stan cyfryzacji w Polsce na tle UE

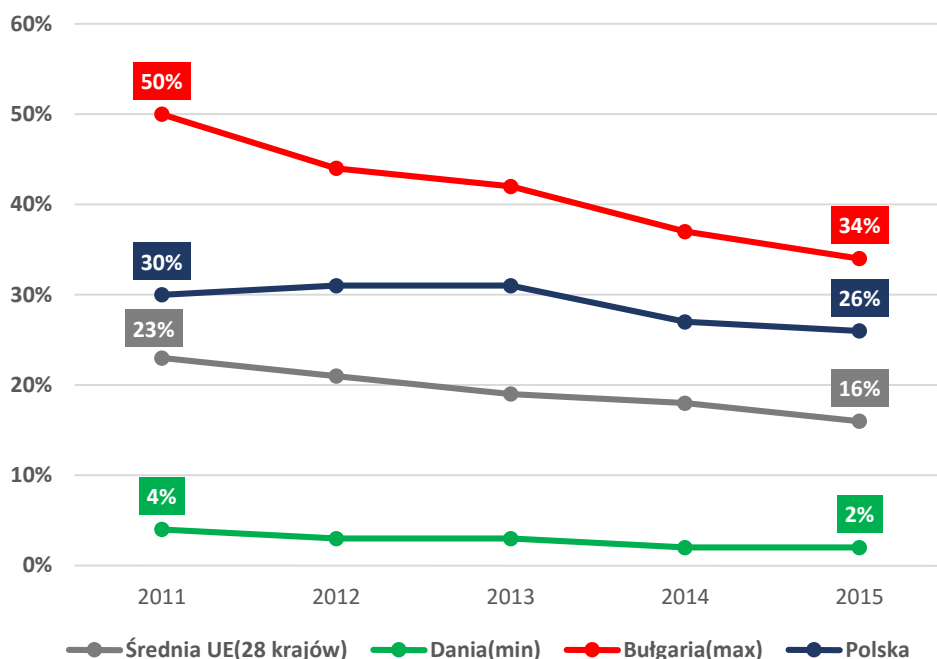
Polska pod względem liczby mieszkańców jest piątym co do wielkości krajem wśród członków UE, ale dopiero 24 krajem uwzględniając wytworzony PKB per capita. Polska plasuje się również poniżej średniej w zestawieniu informatyzacji krajów członkowskich.

Rynek e-commerce jest bezpośrednio powiązany z dostępem do Internetu oraz umiejętnościami obsługi komputera mieszkańców danego kraju.

Na wykresie obok zostały zaprezentowane dane Eurostatu dotyczące odsetka osób, które nigdy nie korzystały z komputera. Poszczególne Państwa członkowskie UE są mocno zróżnicowane biorąc pod uwagę odsetek osób niekorzystających z komputera. W 2015 r. najniższy wskaźnik osiągnęła Dania i Luksemburg (2%), zaś najwyższy Bułgaria (34%). Średnia dla wszystkich 28 krajów członkowskich wyniosła 16% z odchyleniem standardowym na poziomie 9,8%. Warto podkreślić fakt, że kraje tak zwanego byłego bloku wschodniego charakteryzują wyższymi wartościami wskaźnika. Wyjątkami są Estonia (8%) i Czechy (12%). Według danych Eurostatu 26% Polaków nigdy nie korzystała z komputera co jest wynikiem znacznie poniżej średniej unijnej.

Według danych GUS w 2015 roku 77,9% Polskich gospodarstw domowych, z co najmniej jedną osobą w wieku 16-74 lata miało w domu przynajmniej jeden komputer. Oznacza to, iż wskaźnik ten wzrósł w 2015r. 6,6 punktów procentowych wobec roku 2011.

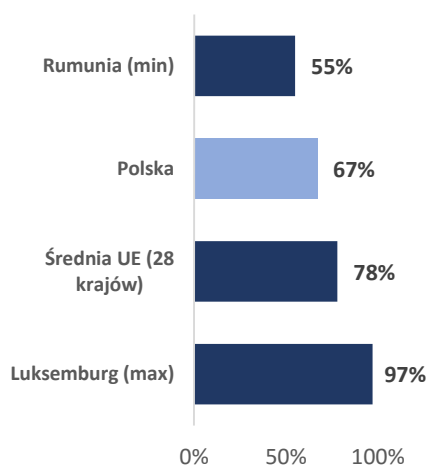
## Odsetek osób, które nigdy nie korzystały z komputera



Źródło: Eurostat

Liczba osób korzystając z rynku e-commerce jest uzależniona od umiejętności cyfrowych danego społeczeństwa, dlatego ważnym wskaźnikiem potencjału dla rynku e-commerce jest odsetek ludzi posiadających, przynajmniej niskie umiejętności cyfrowe.

## Odsetek ludności, z co najmniej niskimi umiejętnościami cyfrowymi wśród członków UE w 2015r.



Źródło: Eurostat

Według danych Eurostatu, średni odsetek ludności krajów UE posiadających, co najmniej niskie

umiejętności cyfrowe wynosi 78% przy odchyleniu standardowym 11%. Najwyższa wartość została osiągnięta przez obywateli Luksemburga (97%), zaś najniższa odnotowana została przez obywateli Rumunii (55%). Polska osiągnęła wartość 67% i zajmuje 24 lokatę wśród 28 krajów UE. Wynik ten plasuje Polskę wśród krajów byłego bloku wschodniego jedynie powyżej Rumunii (55%) oraz Bułgarii (56%).

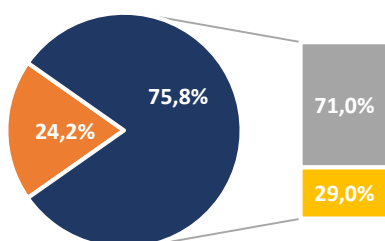
Kolejnym elementem wpływającym na rozwój rynku e-commerce jest dostępność Internetu dla gospodarstw domowych. Gospodarstwa domowe posiadają duży udział w transakcjach zawieranych na rynku e-commerce. W 2015 roku dostępność do Internetu posiadało średnio 80% gospodarstw domowych 28 krajów członkowskich UE. Najwyższy wynik został osiągnięty przez Luksemburg (97%), najgorszy zaś przez Bułgarię (59%).

W Polsce 76% gospodarstw domowych posiada dostęp do Internetu, co jest wynikiem nieznacznie poniżej średniej unijnej.

Co ciekawe, gospodarstwa domowe z dziećmi charakteryzowały się wyższym udziałem dostępu do Internetu niż gospodarstwa bezdzietne. Uwzględniając miejsce zamieszkania, gospodarstwa zlokalizowane na wsi posiadały gorszy dostęp do Internetu od tych zlokalizowanych w miastach.

Według danych GUS na 2015 rok, Polacy jako najczęstszą przyczynę nieposiadania dostępu do Internetu w domu wskazywali brak potrzeby korzystania z niego oraz brak umiejętności obsługi. Dodatkowo wymieniali: wysokie koszty zakupu sprzętu IT, wysokie koszty zakupu dostępu do Internetu oraz posiadanie dostępu do Internetu w innym miejscu. Warto jednak podkreślić, że 71% gospodarstw domowych posiada dostęp do szerokopasmowego Internetu. Dostępność ta jest jednak wyższa w silnie zurbanizowanych aglomeracjach.

### Dostęp do Internetu i łącza szerokopasmowego dla gospodarstw domowych w Polsce w roku 2015

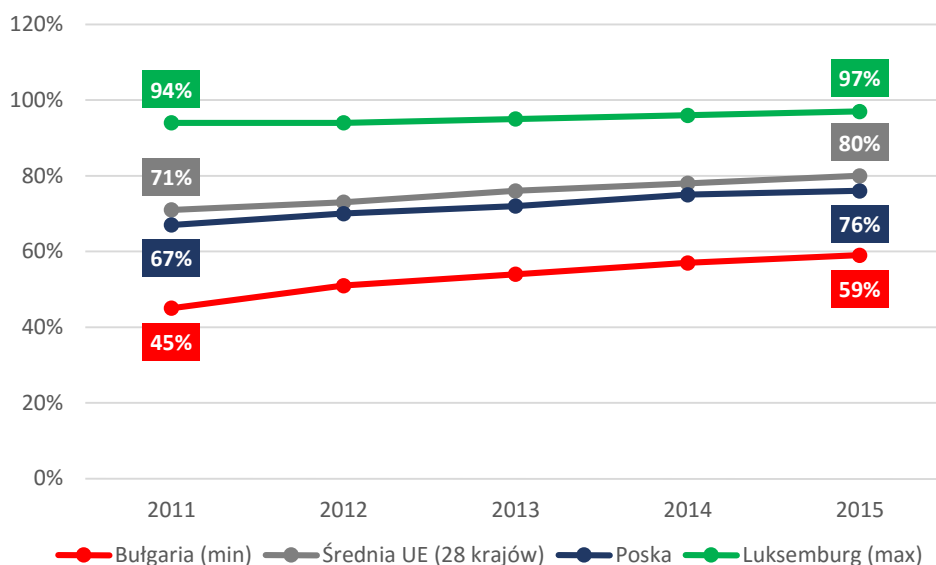


- Dostęp do Internetu
- Brak dostępu
- Dostęp do Internetu szerokopasmowego
- Dostęp do Internetu "nie" szerokopasmowego

Zródło: GUS

Analiza danych dotyczących korzystania z komputera, dostępu do Internetu i umiejętności cyfrowych,

### Odsetek gospodarstw domowych z dostępem do Internetu UE



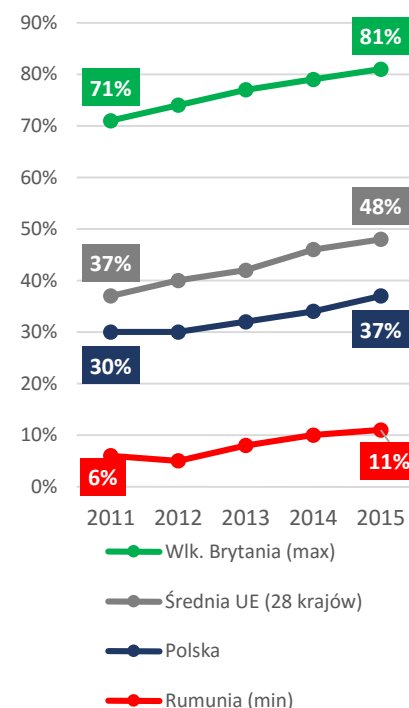
Zródło: Eurostat

wykazała, iż Polska osiąga wartości poniżej średniej dla 28 krajów UE w tych kategoriach. Dane dotyczące odsetka ludzki robiących zakupy online w ciągu ostatnich 12 miesięcy dla Polski plasują się również poniżej średniej dla krajów UE. Wynik osiągnięty przez Polskę w latach 2011-2015 utrzymywał się w trendzie rosnącym (wzrost o 7 punktów procentowych w okresie 5 lat), jednak trend ten został odnotowany również dla średniej 28 krajów UE (wzrost o 11 punktów procentowych w okresie 5 lat). Najwyższy udział ludności robiących zakupy w Internecie w 2015 roku został odnotowany w Wielkiej Brytanii (81%), zaś najniższy w Rumuni (11%).

Warto też omówić dynamikę wskaźnika udziału ludzi robiących zakupy online przez okres ostatnich 12 miesięcy wśród 28 krajów UE. Najwyższy wzrost został odnotowany w Estonii, która w 2015 roku uzyskała wskaźnik w wysokości 39% przy wartości tego wskaźnika 20% w 2011 roku. Szwecja z kolei uzyskała najgorszy wynik, gdyż odsetek ludzi robiących zakupy online w analizowanym okresie 2011-2015 nie zwiększył się, a w latach 2014-2015 Szwecja odnotowała nawet

spadek wartości tego wskaźnika o 4 punktów procentowych. Polska na tle krajów UE wypada poniżej średniej. Ponadto pod względem dynamiki wzrostu wskaźnika w okresie 2011-2015, od Polski gorsze było jedynie pięć krajów.

### Odsetek ludzi robiących zakupy online przez okres ostatnich 12 miesięcy w latach 2011-2015



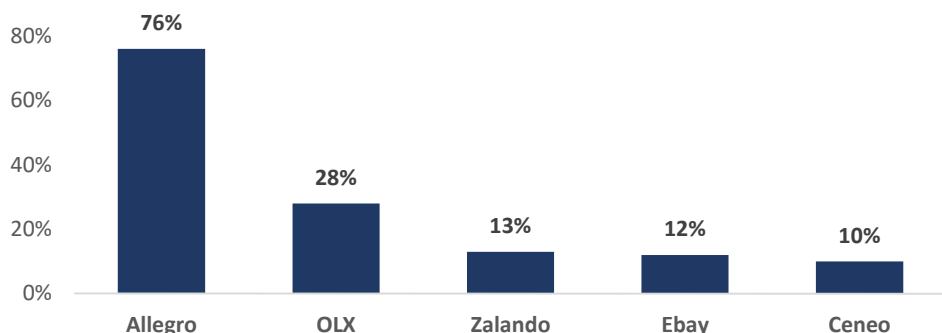
Zródło: Eurostat

## Rynek e-commerce w Polsce

Polski rynek e-commerce jest silnie skupiony wokół kilku największych portali. Według raportu przygotowanego przez Izbę Gospodarki Elektronicznej najlepiej rozpoznawalnym w Polsce serwisem internetowym jest Allegro oraz OLX. Warto, zaznaczyć, że właścicielem OLX i Allegro jest jedna grupa Naspers. Marka OLX została wprowadzona na rynek w 2014 roku, wywodząc się ze struktur portalu tablica.pl. Wyniki badania rozpoznawalności serwisów internetowych przedstawia wykres obok. Pozostałe portale nie przedstawione na wykresie posiadają rozpoznawalność nie przekraczającą 3%. Wśród zagranicznych portali, najbardziej rozpoznawalne w Polsce są Ebay i Amazon. W trakcie badania respondenci nie wskazali sklepu internetowego Zalando, który jest niemieckim portalem sprzedaży wysyłkowej oraz jest trzecim najlepiej rozpoznawalnym serwisem w e-handlu.

Głównym czynnikiem wpływającym na decyzję zrobienia zakupów w Internecie przez Polaków jest: dostępność całą dobę (88%), brak konieczności jechania do sklepu (83%) oraz łatwość porównywania ofert (77%). Jedynie 61% respondentów wskazało niższe ceny. Kryterium ceny odgrywa znaczącą rolę wśród respondentów podczas wyboru sklepu internetowego w 51%, zaś w 41% wcześniejsze pozytywne wrażenia. Najczęściej kupowanymi przez Polaków produktami w sieci są: odzież, akcesoria i dodatki (73%), książki/filmy/płyty (67%) oraz sprzęt RTV i AGD (57%).

### Znajomość spontaniczna serwisów w e-handlu



Źródło: Raport E-commerce w Polsce 2015 Gemius dla e-Commerce Polska, Izba Gospodarki Elektronicznej

Negatywną informacją dla rynku e-commerce jest wynik dotyczący internatów nierobiących zakupy w sieci. 45% respondentów będących internautami deklaruje brak robienia zakupów w Internecie. Głównymi przyczynami wpływającymi na brak zakupów w sieci są obawy o jakość i bezpieczeństwo transakcji. Jednak główną przyczyną nie robienia zakupów w sieci jest chęć obejrzenia produktu przed zakupem (48%). Według przeprowadzonego badania na populacja w wieku 15-24 aż 57% z nich nie robi zakupów w Internecie z powodu chęci obejrzenia produktu.

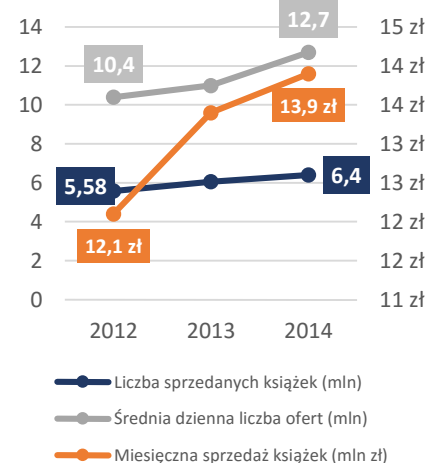
Najbardziej rozpoznawalny w Polsce portal Allegro został założony w 1999 roku, jako portal aukcyjny. W 2003 roku Allegro posiadało milion użytkowników, zaś obecnie liczba ta wzrosła do 14 milionów. Na początku działalności oferty zamieszczane na portalu składały się głównie z rzeczy używanych. W celu obsługi tak dużej liczby transakcji Allegro zatrudnia około 1300 pracowników w 5 miastach Polski. Allegro jest częścią Grupy Kapitałowej Naspers, której udział dochodów z rynku e-commerce wynosi 22%. Na rynku Polskim grupa Naspers oprócz Allegro posiada portale: Ceneo.pl, OLX.pl, otoDom.pl, otoMoto.pl, PayU.pl.

Z informacji udostępnionych przez Allegro wynika, iż w I półroczu 2014 roku wystawionych zostało 290 mln

produktów, zaś sprzedano ich blisko 125 mln. Jedynie 10% z nich było wystawionych w formie licytacji. Liczba sprzedanych nowych produktów stanowi 93% łącznej sprzedaży. W I półroczu 2014 roku Allegro pozyskało blisko milion nowych użytkowników oraz odnotowało 175% wzrost udziału transakcji mobilnych w stosunku do roku poprzedniego. Według danych Allegro internauci korzystają przeciętnie z 1,6 urządzenia mobilnego, zaś 24% internautów robi zakupy mobilnie.

Interesującą informacją są dane dotyczące sprzedaży książek za pośrednictwem portalu. W 2014 roku sprzedano blisko 6,4 mln książek, natomiast średnia miesięczna ich sprzedaż wyniosła 13,9 mln złotych.

#### Liczba i wartość sprzedanych książek oraz średnia dzienna liczba ofert w serwisie Allegro w latach 2012-2014



Źródło: Allegro

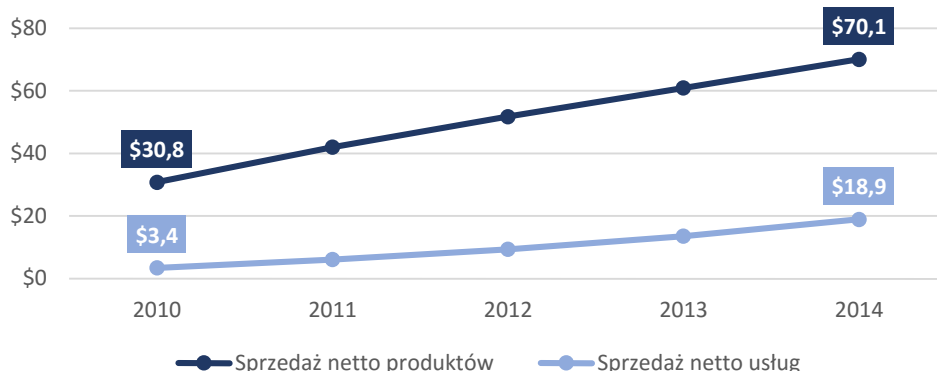
## Case study: Działalność Amazon i Ebay

Amazon oraz Ebay są jednymi z najbardziej rozpoznawalnych portali zajmujących się handlem internetowym na świecie. Analiza wyników tych firm może zobrazować rozwój e-handlu oraz światowe trendy w tym zakresie. Oba przedsiębiorstwa prowadzą swoją działalność globalnie zaś przedstawione dane mają charakter zbiorczy.

**Amazon.com** jest przedsiębiorstwem zajmującym się globalnym handlem elektronicznym. W swojej ofercie posiada między innymi: środki pielęgnacyjne, multimedia, sprzęt RTV i AGD, konfekcję damską i męską. Jest uznawany za lidera sprzedaży wśród sklepów internetowych.

Na wykresie obok zostały przedstawione dane dotyczące sprzedaży netto produktów i usług w latach 2010-2014. Są to jedne z kluczowych danych obrazujących rynek e-commerce, ponieważ przedstawiają możliwości rozwoju przedsiębiorstwa poprzez wzrost sprzedaży. W przeciągu pięciu lat Amazon zwiększył swoją sprzedaż o blisko 160%, utrzymując trend wzrostowy przez cały analizowany okres. Pod względem wartości nominalnej, największy wpływ na wzrost, miała sprzedaż produktów, która wzrosła o 39,3 mld \$ (wzrost o 128%), natomiast sprzedaż usług wzrosła w tym czasie o 454%. Analizując te wartości można dostrzec coraz większy udział w całkowitej sprzedaży netto sprzedaży usług (w 2010 ich udział wynosił 10%, natomiast w 2014 21,2%).

Wartość sprzedaży netto produktów i usług Amazon.com w latach 2010-2014 (mld \$)



Źródło: Amazon

Najwyższy wzrost sprzedaży wśród produktów został odnotowany w kategorii elektronika i podobne.

posiadanych aktywów wynosiła 18,8 mld \$, zaś w 2014 roku wartość ta wzrosła do 54,5 mld \$. W okresie

Wartości sprzedaży produktów według kategorii w latach 2010-2014 w mld \$

	2010	2011	2012	2013	2014
<b>MULTIMEDIA</b>	14,9	17,8	19,9	21,7	22,5
<b>ELEKTRONIKA I TOWARY PODOBNE</b>	18,4	28,7	38,6	48,8	60,9
<b>POZOSTAŁE</b>	0,9	1,6	2,5	3,9	5,6
<b>WYNIK KOŃCOWY</b>	34,2	48,1	61,1	74,5	88,9

Źródło: Amazon.com

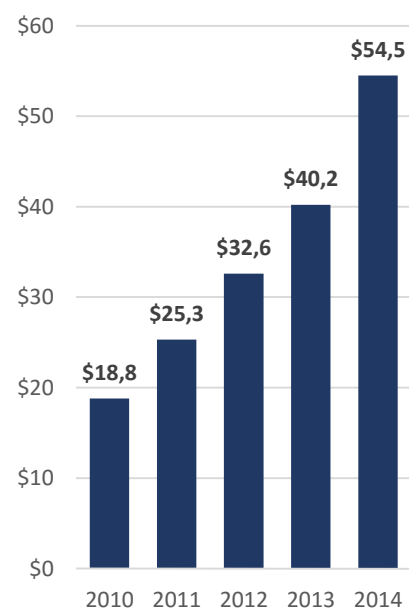
W 2010 roku sprzedaż w kategorii elektronika i podobne wyniosła 18,4 mld \$ zaś w 2014 roku 60,9 mld \$. Dynamika wzrostu wartości sprzedaży w tej kategorii w latach 2010-2014 wyniosła 231%. W powyższej tabeli zostały przedstawione wartości sprzedaży w poszczególnych kategoriach.

Największy wzrost Amazon odnotował na pozostałych produktach, 522% w latach 2010-2014. Warto również podkreślić, że początkowa działalność Amazon.com była skupiona na multimediami, lecz jak widać z danych z 2014 wyniki sprzedaży skupiły się w 68% na kategorii elektronika i towary podobne (udział multimedii wyniósł 25%).

Amazon w badanym okresie zwiększył wartość posiadanych przez siebie aktywów. W 2010 wartość

pięciu lat Amazon.com zwiększył więc wartość posiadanych aktywów o blisko 190%.

Aktywa Amazon (mld \$)



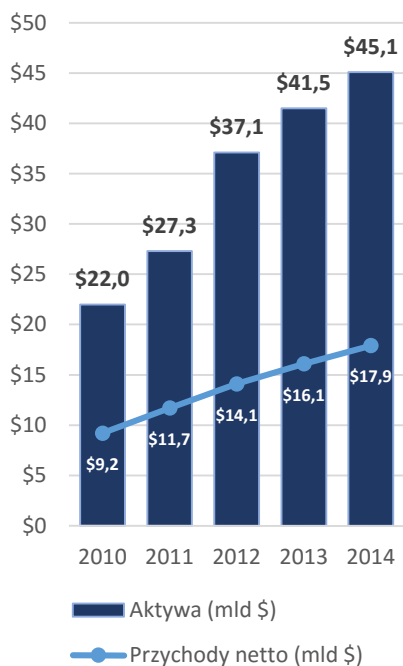
Źródło: Amazon



**Ebay** jest uznawany za największy na świecie portal aukcyjny. Według danych zamieszczonych na portalu w obecnej chwili posiada on 162 miliony aktywnych kupujących zaś marka znajduje się w dziesiątce najlepszych marek detalicznych.

Ebay, podobnie jak Amazon w badanym okresie 2010-2014 zwiększył swoje przychody i wzrosły one o 95% do 17,9 mld \$ w 2014 roku, natomiast aktywa Ebaya wzrosły w ciągu tych 5 lat o 105% do 45,1 mld \$. Dane te prezentuje wykres poniżej.

### Przychody i aktywa Ebay w latach 2010- 2014 (mld \$)

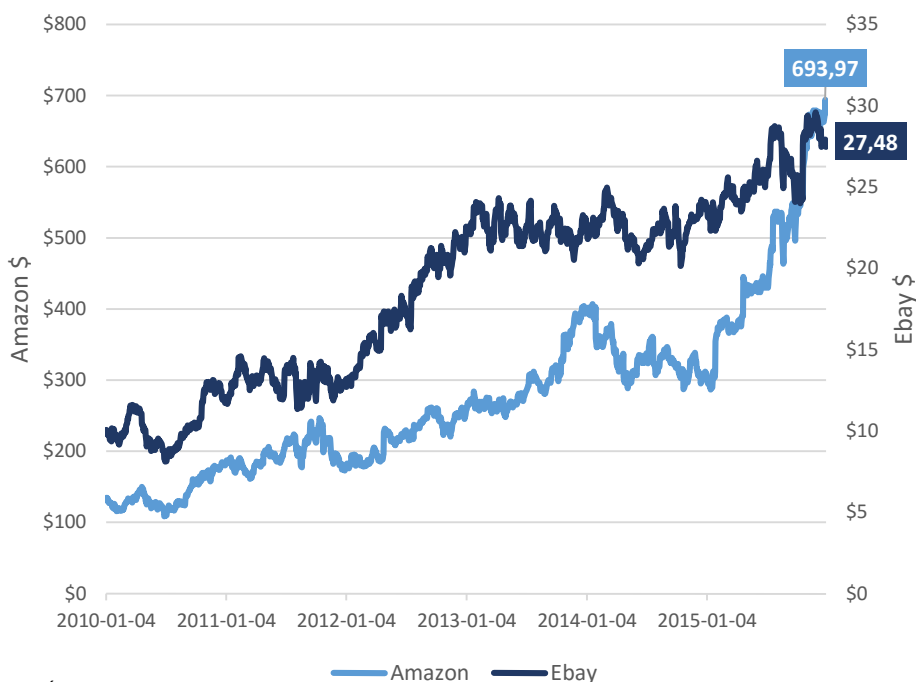


Źródło: Ebay

Wycena rynkowa przedsiębiorstwa najlepiej określa jego stan oraz ocenę sektora, w który dana spółka reprezentuje.

W latach 2010-2015 możemy mówić o stabilnym trendzie rosnącym wartości kursu akcji Amazon. Na początku badanego okresu rynek wyceniał akcję spółki na 133,9\$ natomiast na koniec 2015r. 693,97\$. Oznacza to, że w analizowanym okresie kurs akcji Amazon wzrósł o 418%. Najwięcej akcje

### Notowania giełdowe Amazon i Ebay w latach 2010-2015 (\$)



Źródło: Stooq.pl

amerykańskiego portalu zyskały w roku 2015.

Akcje Ebay podobnie jak w przypadku Amazon wykazały trend rosnący. Na początku 2010 roku za jedną akcję Ebay płacono 10,06\$, natomiast na koniec 2015 roku było to już 27,48\$. Oznacza to, że kurs akcji wzrósł na przestrzeni 6 lat o 173%. Najwyższy wzrost wartości akcje odnotowały w 2012 roku.

Notowania akcji obu amerykańskich portali zostały zestawione na wykresie powyżej. Obie spółki są notowane w walucie dolar amerykański jednak różnica pomiędzy maksymalnymi kursami Amazon a Ebay była na tyle duża, iż do celów porównawczych zostały one zestawione na dwóch osiach, oś lewa – cena Amazon(\$), oś prawa – cena Ebay(\$).

### Perspektywy dla rynku e-commerce w Polsce

Wzrost w kluczowych dla rozwoju polskiego rynku e-commerce obszarach takich jak dostęp do Internetu oraz łącza szerokopasmowego będzie determinować wzrost sprzedaży w e-handlu. Pomimo tego, iż w większości wskaźników Polska wypada poniżej średniej unijnej, to niewątpliwie w okresie 2011-2015 zauważalny jest wyraźny wzrost dostępności Internetu oraz umiejętności cyfrowych wśród Polaków. Głównym czynnikiem, który odgrywa bezpośrednią rolę dla wzrostu e-commerce jest stabilny wzrost odsetka Polaków robiących zakupy on-line w ciągu ostatnich 12 miesięcy.

Na przykładzie analizowanych w raporcie spółek Amazon i Ebay, światowych liderów w e-handlu, możemy zaobserwować rozwój tej branży. Przykład z polskiego rynku, portal Allegro, również pokazuje, trend wzrostowy jeżeli chodzi o sprzedaż on-line.

Podsumowując: **perspektywą dla rozwoju rynku e-commerce w Polsce jest stabilny wzrost w następnych latach oraz wzrost zatrudnienia.**