Ekonomia

Do e-sklepu po umywalkę i lampę

03.11.2007, Zbigniew Zwierzchowski

W sieci coraz więcej jest sklepów z wyposażeniem wnętrz. Książki, płyty, komputery, od których zaczynał się internetowy handel – już w nim nie dominują

Wśród blisko 3 tys. działających w kraju e-sklepów najwięcej, prawie 440, to witryny oferujące artykuły wyposażenia wnętrz: meble, oświetlenie, akcesoria łazienkowe. Jest ich już ponaddwukrotnie więcej niż sklepów z książkami i multimediami – wynika z katalogu krajowych witryn handlowych Sklepy24. pl.

Obroty e-handlu w Polsce

Biurokraci, weźcie przykład z handlowców

– Polacy oswajali się z handlem elektronicznym, kupując książki lub płyty, a teraz z coraz mniejszymi obawami dokonują innych zakupów, także tych droższych – mówi Piotr Jarosz, szef serwisu Sklepy24. pl. Branżowa struktura e-sklepów szybko dostosowuje się do potrzeb klientów. Od ubiegłego roku znacznie wzrosło zainteresowanie zakupami przez Internet odzieży, artykułów dla dzieci, kosmetyków. Z badań SMG/KRC wynika, że podwoiła się liczba kupujących takie towary w sieci. W efekcie sklepów z odzieżą jest już prawie 300, a więc niemal tyle, ile sklepów ze sprzętem komputerowym. Jeszcze do niedawna handlowanie odzieżą w Internecie było uznawane za dosyć trudne. Do zmiany tej oceny przyczynili się sami nabywcy, zwłaszcza na najbardziej rozwiniętych internetowych rynkach. W USA okazało się, że w ubiegłym roku klienci wydali na ubrania w e-sklepach więcej (18,3 mld dol.) niż na komputery (17,2 mld dol.). W Polsce odzież nie jest jeszcze hitem handlu elektronicznego, ale rodzime spółki wiele sobie obiecują po tej branży.

Wprawdzie najbardziej aktywnymi użytkownikami Internetu, a także klientami sklepów w sieci są młodsi ludzie, ale to też się będzie zmieniać. Ostatnio w sieci pojawił się SeniorSklep.pl, jeden z pierwszych e-punktów, które oferują towary przeznaczone dla osób po 50. roku życia. Na ofertę sklepu dla seniorów składają się m.in. wygodne w użyciu telefony z większą klawiaturą, a także różnego rodzaju artykuły ułatwiające życie i pozwalające dbać o zdrowie starszych ludzi. Najmniej liczna jest grupa e-sklepów oferujących artykuły spożywcze. Jest ich niespełna 80, ale to i tak niemało, zważywszy że w przeciwieństwie do innych zakupów w sieci tu atutem nie jest atrakcyjna, niższa cena. Głównie jest to możliwość dokonania zakupów bez konieczności odwiedzania tradycyjnych sklepów.

E-sklepy, które zdobyły już markę – m.in. Merlin.pl, Empik.com, Agito.pl, Hoopla.pl – nie pozostają obojętne na zmiany w e-handlu. – Poszerzyliśmy ofertę o kosmetyki, wyposażenie wnętrz, narzędzia. Stajemy się internetowym centrum handlowym i w tym kierunku chcemy się rozwijać – zapowiada Krzysztof Jerzyk, prezes Merlina kojarzonego dotychczas z książkami, płytami itp. Jego konkurent Empik.com w ubiegłym miesiącu także rozszerzył ofertę m.in. o konsole do gier, telefony, odtwarzacze MP3. Hoopla.pl, która jest blisko debiutu giełdowego, chce wykorzystać markę znaną nabywcom sprzętu AGD do stworzenia internetowego supermarketu. Za pieniądze z giełdy zamierza przejmować inne firmy i oferować w efekcie w Internecie także artykuły do domu, dla dzieci, sprzęt turystyczny – i powiększać obroty o 50 – 100 proc. rocznie.

> O miliard złotych wzrosną w tym roku przychody sklepów internetowych,na które przypada połowa rynku handlu elektronicznego w Polsce. W ich ofercie dominują książki, płyty oraz sprzęt komputerowy oraz RTV/AGD.

03.11.2007