

Warszawa, 11.12.2009

## Prezenty kupimy w Internecie za własne oszczędności

**Mimo kryzysu Polacy nie zamierzają oszczędzać na świętach. Już od początku grudnia placówki handlowe i sklepy internetowe przeżywają obłęd. Coraz częściej do zakupów prezentów wykorzystujemy Internet. W tym roku do sfinansowania upominków wykorzystamy przede wszystkim własne oszczędności.**

Mijający rok upłynął pod znakiem kryzysu. Rosnące bezrobocie, problemy z długami i bardziej restrykcyjna polityka kredytowa zmusiły część gospodarstw domowych do ograniczenia konsumpcji i zaciśnięcia pasa. Wszystko wskazuje jednak na to, że kryzys będzie miał ograniczony wpływ na nasze wydatki związane z przygotowaniem Świąt Bożego Narodzenia. Taki wniosek płynie z sondaży przeprowadzanych w ostatnich tygodniach przez instytucje zajmujące się badaniami rynku. Polacy deklarują, że na Świątach i prezentach gwiazdkowych oszczędzać nie zamierzają.

### Nie będziemy oszczędzać Świątach...

Z opublikowanego w listopadzie raportu firmy Deloitte wynika, że aż 61 proc. ankietowanych Polaków zamierza wydać na tegoroczne zakupy przedświąteczne tyle samo, lub nawet więcej niż w ubiegłym roku. Podobny poziom wydatków zadeklarowali ankietowani, którzy wzięli udział w badaniu przeprowadzonym przez Instytut Pentor dla TVN CNBC. 64 proc. Polaków przyznało, że przeznaczy na ten cel tyle samo, lub nawet więcej niż w minione święta.

Rozbieżności pojawiają się natomiast przy deklarowanych kwotach. Według danych Deloitte przeciętna polska rodzina przeznaczy na święta około 1,5 tys. zł, z czego około 700 zł na podarunki dla najbliższych. Z kolei badanie Pentora wskazuje, że na świąteczne prezenty wydamy przeciętnie 300 zł. Najwyższą przeciętną wartość wydatków na świąteczne prezenty zamierzają przeznaczyć menedżerowie (516 zł) i warszawiacy (459,20 zł). Pomijając wydatki związane z upominkami, statystyczna polska rodzina na zorganizowanie Świąt Bożego Narodzenia przeznaczy około 480 zł. Z kolei z badania Instytutu Ipsos wynika, że na same prezenty gwiazdkowe chcemy w tym roku przeznaczyć średnio 249 złotych. Blisko 40 proc. ankietowanych planuje wydać na ten cel więcej niż 200 złotych, a 15 proc. zamierza przeznaczyć na prezenty ponad 400 złotych.

Nie oznacza to jednak, że sytuacja ekonomiczna nie wpłynie na nasze zwyczaje zakupowe. Eksperci Deloitte wskazują, że w tym roku położymy większy nacisk na użyteczne prezenty odchodząc od zakupów spontanicznych. Do porównywania produktów i ich cen 27 proc. Polaków użyje Internetu. Szukając podarunków najczęściej będziemy przeglądać serwisy aukcyjne (65 proc. badanych) i porównywarki cenowe (64 proc. internautów). Aż 33 proc. młodych ludzi zadeklarowało, że kupi w tym roku świąteczne prezenty w sieci.

### ... ale prezenty kupimy w sieci

Decyzja o zakupach w Internecie ma swoje uzasadnienie ekonomiczne. Jak wskazują eksperci serwisu aukcyjnego Allegro.pl w raporcie na temat różnicy



poziomu cen w Internecie i w tradycyjnych sklepach, kupując w sieci można zaoszczędzić średnio 20 proc. Jednak w zależności od kategorii produktu ta różnica może sięgać nawet 32 proc.

Oprócz oszczędności eksperci wskazują także na inne czynniki. Z raportu Deloitte wynika, że najważniejszym powodem, dla którego będziemy częściej kupować w sieci w okresie świątecznym jest większy wybór produktów (71 proc. wskazań) i możliwość uniknięcia tłoku w sklepach (63 proc.). Nie bez znaczenia jest także wygoda i brak czasu na tradycyjne zakupy (odpowiednio 28 i 27 proc.).

To, że coraz częściej zakupów prezentów pod choinkę dokonujemy w Internecie potwierdzają także przedstawiciele sklepów działających w sieci - okres przedświąteczny to prawdziwe żniwa dla e-handlu. W księgarni internetowej Merlin.pl w okresie listopad-grudzień aż dwukrotnie wzrasta natężenie ruchu na stronach sklepu, a przychody ponad dwukrotnie. Z kolei w Komputronik.pl w okresie grudniowym ruch wzrasta o 30 proc. W portalu Alleprezenty.pl najczęściej wybieraną „okazją” w okresie listopad-7 grudnia były „Prezenty na święta Bożego Narodzenia” i „Prezenty na Mikołajki”.

Z przeprowadzonych sondaży wynika, że planujemy kupować przede wszystkim książki, kosmetyki, perfumy, zabawki i płyty CD. W sklepie internetowym Merlin.pl w okresie przedświątecznym zazwyczaj najlepiej sprzedają się pozycje z list bestsellerów i edycje kolekcjonerskie – tzw. boksy (płyty, filmy). Dużą popularnością cieszą się także zabawki, zestawy kosmetyków, akcesoria i odzież sportowa.

Popularnym prezentem dla dzieci i młodzieży jest także elektronika. W Komputronik.pl przed Mikołajkami wśród najbardziej pożądanых prezentów znajdowały się jednak drogie prezenty - notebooki, podzespoły komputerowe i akcesoria. Przedstawiciele sklepu spodziewają się jednak, że „typowe” upominki, takie jak aparaty, odtwarzacze MP3 i MP4, czy konsole do gier będą poszukiwane dopiero przed Bożym Narodzeniem. Średnia cena poszukiwanych produktów przed Mikołajkami wynosiła około 1 tys. zł.

Zainteresowanie elektroniką w okresie listopad-grudzień potwierdzają także dane porównywarki Ceneo.pl. W listopadzie i pierwszym tygodniu grudnia największą popularnością cieszyły się produkty w kategoriach: telewizory, laptopy i telefony komórkowe. Wśród najczęściej wyszukiwanych produktów znajdowały się aparaty cyfrowe, telefony komórkowe, konsole do gier i telewizory LCD. W listopadzie ruch na stronach wyszukiwarki wzrósł o blisko 15 proc. w stosunku do ubiegłego miesiąca.

Z danych Allegro.pl wynika, że kupując elektronikę w sieci można dużo oszczędzić. Nowy telefon komórkowy może być średnio o 181 zł tańszy niż w sklepie tradycyjnym. Kupując w internetowym sklepie lub na aukcji nową konsolę do gier można zaoszczędzić 110 zł, a aparat cyfrowy 159 zł. Jeśli będzie to jednak lustrzanka cyfrowa, to średnia różnica w cenie wyniesie aż 660 zł.

Z raportu D-Link Technology Trend wynika, że w tym roku zostawimy w e-sklepach wyższe kwoty niż przed rokiem. 20 proc. ankietowanych zamierza wydać w sieci od 300 do 500 złotych, a 15 proc. e-klientów deklaruje, że wyda na ten cel kwotę z przedziału między 500 a 1000 złotych.



## Kupimy, ale nie za kredyt

W minionych latach dużą popularnością cieszyły się tzw. kredyty na święta. W tym roku Polacy raczej zdecydują się na pokrycie planowanych wydatków z bieżących dochodów i oszczędności. Z badań Pentora wynika, że jedynie 5 proc. ankietowanych planuje zaciągnąć kredyt na świąteczne prezenty - 3 proc. wspomże się w tym celu kartą kredytową, a 2 proc. kredytem gotówkowym. Podobne wnioski płyną z badania Ipsos – o kredycie lub pożyczeniu pieniędzy na prezenty myśli jedynie 4 proc. ankietowanych.

To niewątpliwie efekt kryzysu i obaw o kondycję domowych finansów w najbliższych miesiącach. Zaciąganie kredytu na święta w obliczu niepokojących doniesień z rynku pracy jest dla wielu gospodarstw zbyt ryzykowną decyzją, zwłaszcza, że cały czas rośnie odsetek niespłaconych kredytów. Z raportu Deloitte wynika, że to właśnie zadłużenie jest w Polsce głównym czynnikiem ograniczania wydatków świątecznych - taką odpowiedź wskazało 55 proc. ankietowanych. Z kolei z badania Instytutu Pentor dla firmy doradztwa finansowego Family Finance wynika, że grudzień i okres Świąt Bożego Narodzenia dla 30 proc. osób spłacających zadłużenie będzie najcięższym okresem w roku. 58 proc. badanych zadeklarowało, że z powodu kryzysu będzie w sposób bardziej przemyślany podejmowała decyzje kredytowe. 36 proc. zrezygnuje z zaciągania nowych kredytów, a 19 proc. odłoży w czasie takie decyzje.

Także banki, które tradycyjnie w okresie przedświątecznym ruszały z promocjami kredytów gotówkowych, zachowują powściągliwość. Z informacji Bankier.pl wynika, że większość instytucji finansowych nie wprowadziła specjalnych kredytów na Święta, a swoim klientom proponuje jedynie standardowe pożyczki dostępne w ofercie przez cały rok. W porównaniu do ubiegłorocznych warunków, w tym roku kredyty są jednak droższe i trudniej dostępne. Banki bardzo restrykcyjnie prześwietlają potencjalnych kredytobiorców, a ponadto większość instytucji wycofała się z udzielania kredytów klientom zewnętrznym, czyli osobom nie korzystającym z innych produktów banku.

**Wojciech Boczoń**  
**Bankier.pl**

---

### Kontakt dla mediów:

**Michał Macierzyński**, Analityk Bankier.pl

[m.macierzynski@firma.bankier.pl](mailto:m.macierzynski@firma.bankier.pl)

ul. Koszykowa 54, 00-675 Warszawa

tel.: 0 503 003 386, 022 630 82 36