**Usługi kurierskie z dwukrotnym wzrostem w ostatniej dekadzie. Branża spożywcza i gastronomiczna z impetem wkracza do Internetu - w 2021 6,5 tys. firm weszło do online’u**

**Sektory spożywczy i gastronomiczny dynamicznie rozwijają działalność online - tylko w 2021 r. niemal 4 tys. sklepów spożywczych oraz 2,5 tys. lokali gastronomicznych dodało do podstawowej działalności w KRS kod oznaczający sprzedaż przez Internet, która współcześnie staje się standardem. Przekłada się to na dynamiczny rozwój sektora usług kurierskich. Jednak tutaj dominują małe i jednoosobowe działalności, z których większość boryka się z problemami finansowymi. Z analizą tego, jak poszczególne branże zmieniły się i przeszły transformację cyfrową w ciągu ostatnich dwóch lat, można zapoznać się w najnowszym e-booku polskiego software house’u Advox Studio, specjalizującego się w eCommerce.**

Ostatnie dwa lata były bardzo trudne dla branży gastronomicznej. Wielu przedsiębiorców, by ratować się przed stratami i bankructwem, zdecydowało się na poszerzenie swojej oferty o sprzedaż jedzenia na wynos i w dostawie. **Tylko w 2021 r. 2,5 tys. właścicieli gastronomii dodało do swojej głównej działalności w KRS kod branżowy oznaczający sprzedaż przez Internet**, jak wynika z nowej analizy przeprowadzonej przez globalną wywiadownię gospodarczą Dun & Bradstreet. Ta strategia do pewnego stopnia okazała się skuteczna - w ubiegłym roku mimo trudnego czasu w KRS przybyło 3 tys. lokali gastronomicznych. Jednak w pierwszym kwartale 2022 r. liczba ta nie zwiększyła się.

**¾ firm gastronomicznych jest w złej kondycji finansowej**

Niestety kondycja finansowa branży uległa pogorszeniu - w marcu 2022 r. aż **78 proc. firm znajdowało się w złej lub bardzo złej kondycji finansowej**. Z pozostałych 22 proc. kondycję zaledwie 3,7 proc. można określić jako bardzo dobrą. **W najgorszej sytuacji są firmy cateringowe** - liczba tych w złej lub bardzo złej kondycji finansowej w ciągu roku wzrosła z 60 proc. do ponad 77 proc. Oznacza to, że aż ⅔ z nich odczuwa obecnie mniejsze lub większe problemy finansowe. W opinii Dun & Bradstreet wynika to z ograniczeń w organizacji wesel, imprez i różnego rodzaju zgromadzeń.

*Rynek gastronomiczny w Polsce pozostawał w dobrej kondycji przez ponad 10 lat, a jego wartość rosła* - komentuje **Rafał Gadomski, CEO Advox Studio**, software house’u z główną siedzibą w Poznaniu i oddziałami w Europie, który zrealizował ponad 200 projektów sklepów internetowych - ***Przed marcem 2020 dostawa stanowiła mniej niż 10 proc. obrotów lokali gastronomicznych****. W 2020 r. wartość branży spadła aż o 32 proc., a dostawy szybko stały się dla wielu miejsc jedynym źródłem przychodów. Teraz możliwość dostawy to w zasadzie standard, konsumenci cenią sobie wygodę tego rozwiązania. Firmy łączą ten trend z q-commerce i starają się oferować klientom jak najszybszy dowóz zamówień. Kryzys sprowadził więc na gastronomię ogromne problemy, ale jednocześnie stał się szansą na rozwój. To dotyczy zresztą wielu branż, o których szczegółowo piszemy w naszym* [opracowaniu](https://www.advox.pl/ebook-pandemia) *na temat tego, jak pandemia wymusiła transformację cyfrową.*

Jedną z branż, które w ciągu ostatnich dwóch lat bardzo rozwinęły działalność w Internecie, jest branża spożywcza. Według analizy KRS od Dun & Bradstreet to właśnie **sklepy spożywcze najczęściej dodawały do swojej podstawowej działalności kod PKD oznaczający sprzedaż przez Internet - w sumie blisko 4 tys. firm tylko w 2021 r.**

**W branży kurierskiej w dobrej sytuacji finansowej są tylko duże i znane firmy**

Dynamiczny rozwój dostaw i sprzedaży internetowej przełożył się na rozwój branży kurierskiej. Według Dun & Bradstreet **liczba firm kurierskich, która w ciągu ostatniej dekady i tak zwiększyła się dwukrotnie, w ciągu ostatnich dwóch lat rosła w tempie dwucyfrowym**. Obecnie w tym sektorze jest zarejestrowanych 7,5 tys. podmiotów.

*W 2020 r. wzrost wolumenu dostarczanych paczek wyniósł 44 proc., przychody firm kurierskich wzrosły o 1,7 mld zł w stosunku do 2019 r., a wartość rynku przesyłek pocztowych osiągnęła 11,5 mld zł. Paczkomaty - nie tylko InPostu, bo własną sieć maszyn do odbioru paczek rozwijają również Poczta Polska, Allegro, PKN Orlen czy Aliexpress - stoją już niemal na każdym zakręcie.* ***Obecnie firmy kurierskie mierzą się z nowym wyzwaniem, jakim jest rosnąca popularność q-commerce i konieczność zapewnienia odbiorcom jak najkrótszego czasu dostawy****, co wymaga usprawnienia łańcucha dostaw i sieci logistycznych. Analitycy przewidują, że* ***w 2023 r. wartość rynku pocztowego osiągnie 16,2 mld zł przy obsłudze ponad miliarda przesyłek rocznie*** - dodaje **Rafał Gadomski, CEO Advox Studio**.

Jednak dynamiczny rozwój, jeśli chodzi o liczbę firm kurierskich, nie idzie w parze z dobrą kondycją finansową sektora, **mniejsze lub większe kłopoty finansowe ma w sumie ¾ podmiotów**. W dobrej sytuacji finansowej są firmy duże i znane, ale **w branży dominują małe i jednoosobowe działalności i to one przede wszystkim borykają się z problemami**.

W najnowszym e-booku [„Jak pandemia zmieniła rynek? Transformacja cyfrowa w wybranych branżach”](https://www.advox.pl/ebook-pandemia)przygotowanym przez ekspertów z branży eCommerce można zapoznać się z analizą sytuacji branż najbardziej zmienionych przez pandemię, szczególnie w zakresie transformacji cyfrowej. Eksperci wskazują również trendy, które będą kształtować sytuację i rynek w najbliższych latach.

Dane cytowane w tekście pochodzą z badania Dun & Bradstreet przeprowadzonego w marcu 2022 r. Analizie poddano dane z rejestru KRS. W przypadku spółek prawa handlowego sytuacja finansowa firmy była oceniana na podstawie bilansu i rachunków wyników, natomiast w przypadku podmiotów nieprowadzących pełnej księgowości, co wśród sprzedawców detalicznych zdarza się dość często, oparto się na przychodach, kosztach i wyniku finansowym firmy. Główne czynniki wpływające na ocenę to wskaźnik płynności, zadłużenia, rentowności, zdolność finansowa, poziom zarejestrowanych przeterminowanych płatności oraz zarejestrowane wnioski o upadłość, lub postępowanie naprawcze, ogłoszenie upadłości, rozpoczęcie procesu likwidacji oraz negatywne sygnały prasowe.