**Raport eCommerce w regionach Polski - sklepów internetowych najszybciej przybywa na Podlasiu**

**Według danych z KRS polski rynek eCommerce najbardziej dynamicznie rozwijał się wcale nie w czasie pandemii, ale w 2019 r. - liczba zarejestrowanych sklepów internetowych wzrosła wtedy o 26,5 proc. Obecnie najszybciej przybywa ich w województwie podlaskim - na koniec września było ich o 22 proc. więcej niż w grudniu 2020 r. Jednak tempo rozwoju rynku to nie wszystko. Aż 80 proc. wszystkich e-sklepów w Polsce ma kłopoty finansowe. Problemy często wynikają z błędów już na etapie projektowania strony internetowej.**

W Polsce zarejestrowanych jest obecnie **51 tys. sklepów internetowych**, jak podaje globalna wywiadownia gospodarcza Dun & Bradtsreet na podstawie danych z KRS. **Najwięcej ich działa w województwie mazowieckim** - nieco ponad 10 tys., czyli **niemal 20 proc.** Drugie w kolejności pod tym względem jest województwo śląskie - 6,5 tys. Następnie: małopolskie (5,1 tys.), wielkopolskie (4,9 tys.), dolnośląskie (4,2 tys.), łódzkie (3,6 tys.), pomorskie (2,6 tys.), podkarpackie (2 tys.), lubelskie (1,9 tys.), zachodniopomorskie (1,8 tys.), kujawsko-pomorskie (1,7 tys.), lubuskie (1,5 tys.), podlaskie (1,3 tys.) oraz świętokrzyskie i warmińsko-mazurskie (po 1 tys.). **Najmniej e-sklepów jest zarejestrowanych w województwie opolskim** - tylko 914.

Pod względem tempa wzrostu liczby sklepów internetowych w Polsce **najbardziej dynamiczny nie był wcale, jak mogłoby się wydawać, pandemiczny 2020 r., kiedy niemal wszystkie zakupy robiliśmy przez Internet, ale rok 2019**. Największy wzrost liczby e-sklepów odnotowano wtedy w województwie dolnośląskim - o 44 proc. w stosunku do poprzedniego roku. Na drugim miejscu znalazło się województwo warmińsko-mazurskie - wzrost o 41 proc. w stosunku do poprzedniego roku. Następnie kolejno województwa: lubuskie (37,5 proc.), podlaskie (34,5 proc.), świętokrzyskie (32,5 proc.), łódzkie (32 proc.), zachodniopomorskie (31 proc.), podkarpackie i lubelskie (po 30 proc.), małopolskie (29 proc.), pomorskie (28 proc.), kujawsko-pomorskie (24 proc.), śląskie i wielkopolskie (po 20 proc.), mazowieckie (19 proc.) i opolskie (16 proc.). **W sumie w 2019 r. liczba zarejestrowanych w Polsce sklepów internetowych wzrosła o 26,5 proc.**

*Rok 2019 był przełomowy dla polskiego eCommerce. Wtedy też liczba transakcji w Internecie dokonywanych za pomocą BLIKa przekroczyła liczbę tych dokonywanych kartami płatniczymi. Według danych NBP w 3. kwartale 2019 r. Internauci płacili kartami 28 mln razy, a BLIKiem niemal 40 mln razy -* komentuje **Rafał Gadomski, CEO Advox Studio**, software house’u z główną siedzibą w Poznaniu i oddziałami w Europie, który zrealizował ponad 120 projektów sklepów internetowych - *W tym samym roku pierwszy raz w historii wydatki na reklamę internetową w Europie przekroczyły sumę wydatków na pozostałe media. Trudno się dziwić - według statystyk z 2018 r. już 24 proc. swojego czasu spędzaliśmy na korzystaniu z Internetu w smartfonach. Dla wszystkich stało się jasne, że osiągnięcie sukcesu w handlu wymaga obecności w Internecie.*

**Obecnie najszybciej przybywa e-sklepów w województwie podlaskim**

W 2020 r. ten wzrost nieco spowolnił. Najwięcej nowych e-sklepów zarejestrowano w województwach kujawsko-pomorskim - wzrost o 37,5 proc. w stosunku do poprzedniego roku - i w podkarpackim - o 35 proc. w stosunku do poprzedniego roku. Najmniejszy wzrost był w województwie lubuskim - zaledwie 5 proc. **W 2021 r. do końca września najbardziej dynamiczny wzrost liczby e-sklepów odnotowano w województwie podlaskim** - 22 proc. w stosunku do 2020 r. Na drugim miejscu jest województwo lubelskie - 21,5 proc. - na trzecim zachodniopomorskie - 17,5 proc. Następnie kolejno województwa: lubuskie (17 proc.), świętokrzyskie (16 proc.), małopolskie i mazowieckie (po 14,5 proc.), kujawsko-pomorskie (14 proc.), dolnośląskie (13,5 proc.), pomorskie i warmińsko-mazurskie (13 proc.), śląskie (12,5 proc.) oraz wielkopolskie i łódzkie (po 12 proc.). **Najwolniej przybywa sklepów internetowych w województwach podkarpackim i opolskim**. Do końca września ich liczba wzrosła o 11,5 proc. w stosunku do poprzedniego roku.

**W najlepszej kondycji finansowej są e-sklepy z województwa małopolskiego**

Dynamiczny wzrost liczby sklepów internetowych na polskim rynku eCommerce nie idzie w parze z ich dobrą kondycją finansową. *Wielką bolączką polskiego eCommerce jest popularne przekonanie, że do prowadzenia sklepu internetowego wystarczy zaopatrzyć się w towar i stworzyć stronę www* - mówi **Rafał Gadomski, CEO Advox Studio** - *Tymczasem dla powodzenia kluczowe są takie kwestie jak pozycjonowanie w wyszukiwarkach postrzegane jako proces długofalowy czy aktywność reklamowa. Często problem stanowi już sama strona www, fatalnie zaprojektowana, nieintuicyjna, zniechęcająca klientów. Dlatego sklep internetowy warto budować na specjalnie do tego przeznaczonej platformie zakupowej. My polecamy naszym klientom elastyczną i korzystającą z zaawansowanej sztucznej inteligencji platformę Magento, z której korzysta już 10 proc. sklepów na całym świecie.*

Stosunkowo najlepiej wygląda obecnie sytuacja e-sklepów zarejestrowanych **w województwie małopolskim, gdzie w dobrej lub bardzo dobrej sytuacji finansowej** w ocenie Dun & Bradstreet **znajduje się 30 proc.** z nich. W województwie opolskim dobrze radzi sobie 27,5 proc. sklepów internetowych, a w mazowieckim 26,5 proc. **Najgorzej jest w województwie łódzkim, gdzie zaledwie 18,5 proc. e-sklepów znajduje się w dobrej lub bardzo dobrej kondycji finansowej**. Niewiele lepiej jest w województwach warmińsko-mazurskim i lubuskim - tylko 19,5 proc. W sumie **w całej Polsce niemal 80 proc. sklepów internetowych boryka się z problemami finansowymi**.

Dane cytowane w tekście pochodzą z badania Dun & Bradstreet. 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.