**W Polsce przybywa blisko 350 sklepów internetowych miesięcznie. Do końca roku ich liczba może przekroczyć 55 tys. Nowe dane KRS**

**W Polsce jest obecnie zarejestrowanych ponad 54 tys. e-sklepów, a liczba ta od lat rośnie - średnio o niemal 350 miesięcznie. Jednak aż ⅕ z tych podmiotów jest w bardzo złej sytuacji finansowej, a sytuację tylko 8 proc. można określić jako bardzo dobrą. W sumie ponad 250 tys. zarejestrowanych w Polsce firm prowadzi sprzedaż przez Internet, a grupą, która najbardziej dynamicznie rozwija działalność online, są sklepy spożywcze.**

Od początku roku do końca czerwca 2022 r. w Polsce **zarejestrowano ponad 5 tys. nowych sklepów internetowych**, jak wynika z analizy KRS przeprowadzonej przez wywiadownię gospodarczą Dun & Bradstreet. W tym samym czasie z rejestru **wykreślono nieco ponad 3 tys.** sklepów. **Łączna liczba polskich sklepów internetowych wynosi więc obecnie 54,3 tys.** i jest o nieco ponad 2 tys. wyższa niż na koniec ubiegłego roku. Wedle przewidywań ekspertów z Dun & Bradstreet w 2022 roku liczba sklepów internetowych na polskim rynku może przekroczyć 55 tys.

Miesięcznie w Polsce rejestrowanych jest średnio 865 sklepów, a wykreślanych 525, co oznacza, że **z każdym miesiącem polski rynek eCommerce rośnie o blisko 350 nowych podmiotów**. Oprócz tego wielu przedsiębiorców decyduje się na poszerzenie dotychczasowej działalności o sprzedaż online - od początku roku do czerwca 2022 r. 19,6 tys. zarejestrowanych w Polsce firm dodało do swojego wpisu w KRS kod PKD oznaczający handel w Internecie. **Całkowita liczba zarejestrowanych w Polsce firm prowadzących sprzedaż przez Internet wynosi więc obecnie ponad 250 tys**.

**Połowa polskich sklepów internetowych jest w złej lub bardzo złej sytuacji finansowej**

Jednak pod względem kondycji finansowej sytuacja polskiego eCommerce nie wygląda idealnie - spośród działających obecnie ponad 54 tys. firm, których główną zarejestrowaną działalnością jest sprzedaż online, **w bardzo dobrej sytuacji finansowej znajduje się tylko 8 proc.** firm, a w dobrej 41 proc. Sytuację 30 proc. można określić jako złą, a aż **21 proc. jako bardzo złą**.

*Niewątpliwie całkowite zniesienie obostrzeń pandemicznych wpłynęło na ograniczenie przez część konsumentów zakupów internetowych i powrót do częstszych zakupów stacjonarnych. Dodatkowo inflacja i wzrosty cen powodują, że* ***coraz więcej osób robi zakupy w bardziej przemyślany sposób*** *i ogranicza się do produktów zaspokajających ich podstawowe potrzeby* - mówi **Rafał Gadomski, CEO Advox Studio**, software house’u z główną siedzibą w Poznaniu i oddziałami w Europie, który zrealizował ponad 200 projektów sklepów internetowych. - *Jednak* ***poziom sprzedaży detalicznej przez Internet niezmiennie rośnie****. Niższe koszty obsługi sprawiają, że sklepy internetowe mogą pozwolić sobie na niższe marże oraz bardziej atrakcyjne zniżki czy promocje niż sklepy stacjonarne. Sklepom internetowym w obecnej sytuacji sprzyjają też coraz szerzej dostępne odroczone płatności. W pewnym stopniu obecna trudna sytuacja gospodarcza może więc stanowić również szansę dla eCommerce.*

**Rynek e-grocery nieustannie się rozwija**

[Główny Urząd Statystyczny](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ceny-handel/wskazniki-cen/szybki-szacunek-wskaznika-cen-towarow-i-uslug-konsumpcyjnych-w-czerwcu-2022-roku%2C8%2C70.html) podaje, że **inflacja w czerwcu wyniosła 15,6 proc**. Najwyższy wzrost cen dotyczy paliw, natomiast żywność i napoje według danych GUS podrożały o 14 proc. Jednocześnie to właśnie **branża spożywcza w ciągu ostatnich dwóch lat najbardziej rozwijała swoją obecność w Internecie**. Sklepy spożywcze najczęściej dodawały do swojej podstawowej działalności kod PKD oznaczający sprzedaż przez Internet - aż 4 tys. tylko w ubiegłym roku. Jak wynika z raportu [Gemius](https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/raport-e-commerce-w-polsce-2021.html), **zakupy spożywcze przez Internet robi 35 proc. internautów**, a ponad połowa z nich zaczęła w ciągu ostatnich dwóch lat.

*Po wielkim boomie w 2020 r. nastąpiło pewne spowolnienie, ale nie zatrzymanie rozwoju rynku e-grocery. Firmy szukają nowych możliwości trafienia do klientów, budowania jego lojalności i zwiększania wygody. Walczą również ze swoimi ograniczeniami: dbaniem o świeżość niektórych produktów czy brakiem odpowiedniej powierzchni magazynowej. Coraz więcej konsumentów ceni sobie wygodę i szybkość zamawiania online artykułów FMCG, poza tym na rynek wchodzi pokolenie młodych ludzi, którzy z Internetem mają kontakt od dziecka* - mówi **Rafał Gadomski, CEO Advox Studio**.

W 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 badań Dun & Bradstreet przeprowadzonych w czerwcu 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.