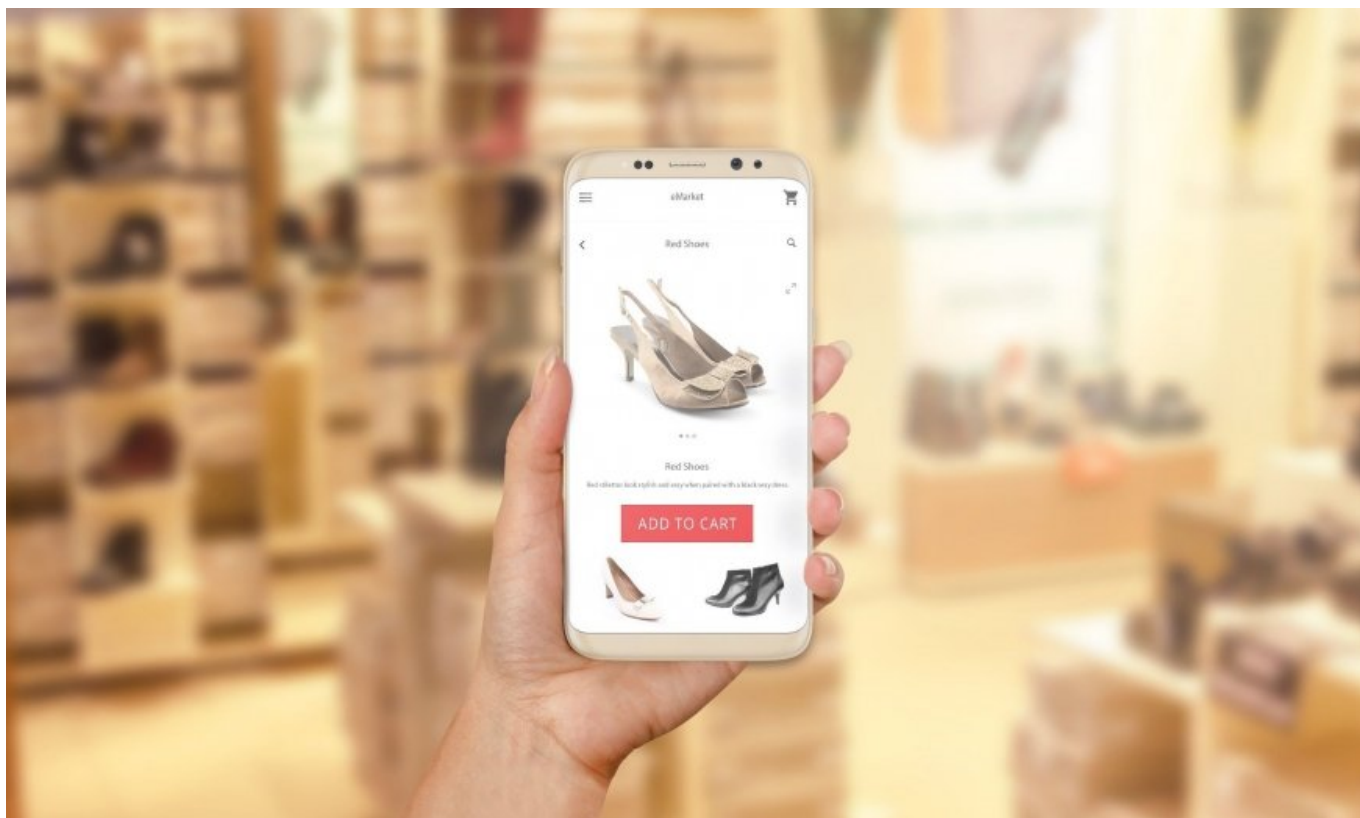


## Mapa wydatków na zakupy internetowe w Polsce. Mieszkańcy małych miast kupują online!

data aktualizacji: 2019.09.12



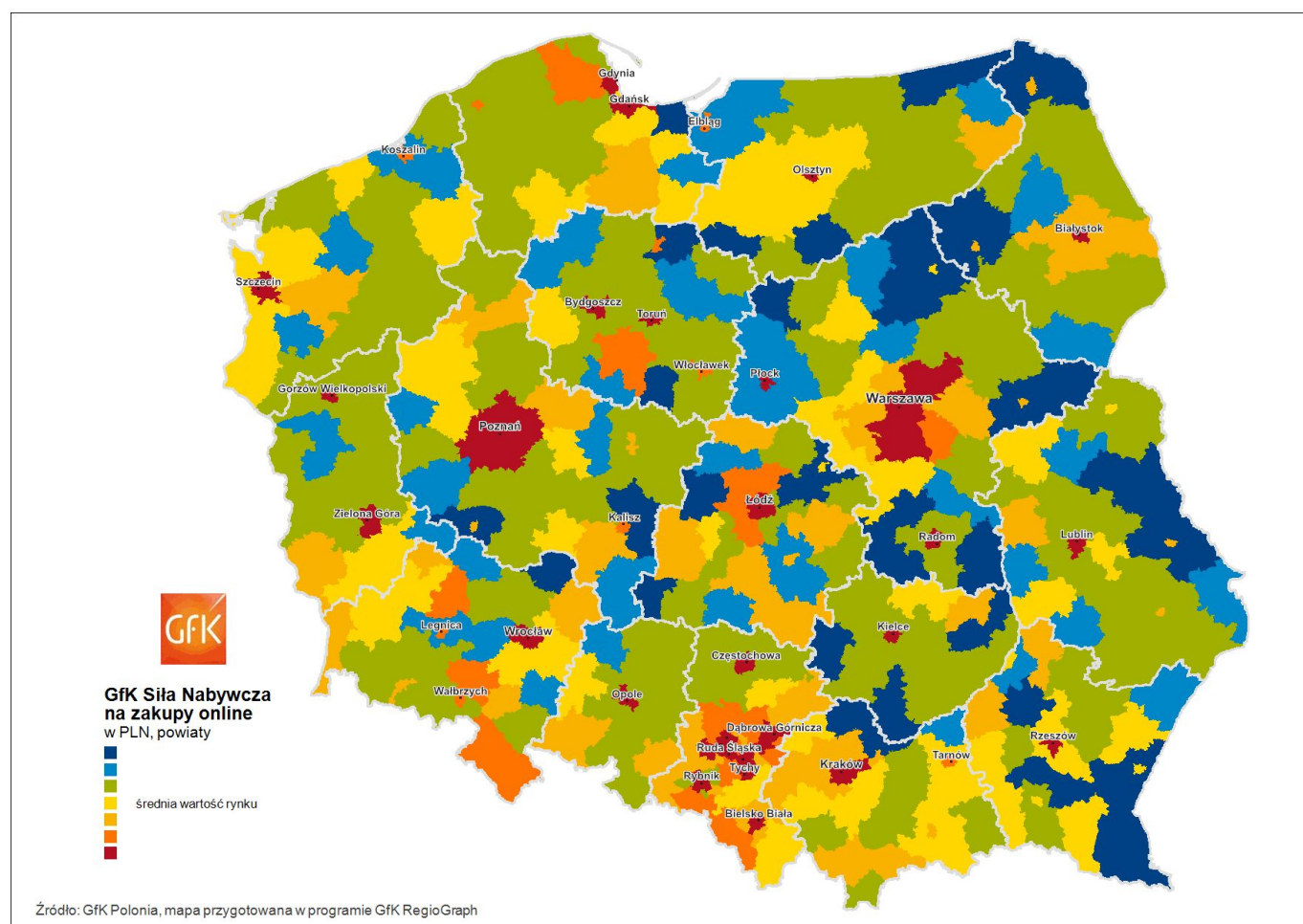
**Z danych zawartych w raporcie „Omnichannel 2019” GfK Polonia wynika, iż zakupy w sklepach internetowych robią najczęściej młodzi zamożni mieszkańcy dużych miast. Powyżej 35 roku życia skłonność do kupowania online znacząco maleje.**

W raporcie eksperci GfK Polonia przeanalizowali profile polskich konsumentów wydających środki głównie w handlu stacjonarnym, jak i korzystających głównie z oferty sklepów online. Z powyższej analizy wynika, iż liczebność pierwszej grupy wynosi 15 mln konsumentów, z kolei druga grupa to niemal 11 mln osób.

Z analizy wynika, iż jedną z determinant preferowania zakupów internetowych jest zamieszkiwanie w dużym ośrodku miejskim. Autorzy raportu sprawdzili, jak geografia Polski różnicuje wydatki na zakupy online w odniesieniu do wartości wydatków w handlu ogółem. Przeanalizowano 379 powiatów (w tym miasta powiatowe) i poddano weryfikacji skalę występującego w konsumentckiej populacji potencjału na e-commerce oraz skalę koncentracji tegoż potencjału w dużych miastach.

Im większa liczba ludności w mieście, tym suma wydatków w handlu jest wyższa. Duże miasta to wyższe zarobki, bogata oferta handlowa przyciągająca konsumentów z regionu, konsumpcyjny styl życia. Z tych powodów duże miasta, ze swoją koncentracją popytu konsumentckiego są głównymi beneficjentami rozwoju e-handlu.

Z danych raportu „Omnicannel 2019” wynika, iż nie jest jednak tak, że mniejsze miasta z mniejszą ofertą handlowo-usługową oraz mniej zasobnym portfelem konsumentów nie zaopatrują się w handlu online. Dane wskazują, że przeciętne wydatki na zakupy online są bardzo zróżnicowane geograficznie. Najmniej na zakupy w sklepach internetowych przeznaczają mieszkańcy powiatu przemyskiego. Najwyższy Indeks Siły Nabywczej online jest natomiast w Sopocie, którego przeciętny mieszkaniec wydaje dwa razy więcej niż przeciętny Polak na zakupy online.



**Mapa prezentuje zróżnicowanie siły nabywczej online w powiatach.** Kolorem niebieskim na mapie oznaczono powiaty o najniższej wartości rynku e-commerce, z kolei kolorem czerwonym wyróżniono powiaty o wysokiej wartości rynku online. Zaobserwowano duże dysproporcje w wartości sumarycznej przeznaczanej przez mieszkańców na zakupy produktów w sklepach internetowych.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/mapa-wydatkow-na-zakupy-internetowe-w-polsce-miesz,56867>