

RAPORT

**ZDROWY
e-COMMERCE**



Autor raportu:



Wykonawca:



Partnerzy merytoryczni:



Zdrowy e-Commerce: pierwszy raport e-Izby kompleksowo omawiający stan zdrowia menedżerów zarządzających najdynamiczniej rozwijającym się sektorem gospodarki.

2026-04-07

Branża e-commerce rośnie. Jej liderzy - niekoniecznie. Wyniki badania przynoszą niepokojący sygnał: menedżerowie e-commerce to grupa o najgorszych wskaźnikach dobrostanu spośród wszystkich przebadanych segmentów rynku. Ich średni wynik wskaźnika stosowanego szeroko na świecie, przede wszystkim przez Światową Organizację Zdrowia – WHO-5 – wynosi niecałe **47 punktów (na 100 możliwych)**, podczas gdy ogół internautów osiąga 57,0. To (według WHO) zaledwie 3 punkty od klinicznego progu ryzyka depresji.

Dodatkowo już co piąty menedżer e-commerce znajduje się w strefie ryzyka depresji, wobec 8% wśród ogółu badanych.

Jednocześnie tylko co piąty menedżer osiąga dobry dobrostan psychiczny, podczas gdy wśród wszystkich internautów jest to co drugi respondent. Co trzeci menedżer (31%) spełnia jednocześnie dwa kluczowe kryteria wypalenia zawodowego: ma niski WHO-5 i wysokie obciążenie objawami somatycznymi. To już nie jest sygnał ostrzegawczy, ale raczej stan zapalny.

Ciało daje sygnały, które umysł ignoruje. Menedżerowie e-commerce są grupą, która w szczególny sposób nie zauważa własnego pogarszania się zdrowia. **38% ma zdiagnozowaną chorobę przewlekłą** wobec 21% w ogólnej populacji internautów, ale jednocześnie **85% ocenia swoje zdrowie fizyczne jako dobre**. **62% regularnie ma problemy ze snem**, z czego 16% bardzo często, wobec 44% i 7% w ogólnej populacji. Bóle głowy, pleców, wyczerpanie pracą i mgła mózgowa to dla menedżerów e-commerce codzienność, nie wyjątek. Ten paradoks poznawczy – "czuję się świetnie, choć moje ciało wysyła sygnały alarmowe" – jest jednym z najpoważniejszych wniosków płynących z badania, bo właśnie on blokuje motywację do zmiany.

Raport „Zdrowy e-Commerce 2026” ujawnia niepokojący stan zdrowia liderów e-commerce, którzy mają najgorsze wyniki zdrowotne wśród wszystkich badanych grup zawodowych. Zdecydowana większość menedżerów nie dostrzega sygnałów, które wysyła ich ciało, co utrudnia skuteczną profilaktykę i reakcję. Aby branża e-commerce mogła rozwijać się w sposób zrównoważony, musimy zadbać o zdrowie jej liderów. Raport to apel do pracodawców i liderów e-commerce o tworzenie środowiska, w którym zdrowie jest fundamentem, a nie tylko benefitem. Zdrowi menedżerowie to lepsza jakość decyzji i szybszy rozwój całej branży.

Patrycja Sass-Staniszevska, Prezes Izby Gospodarki Elektronicznej

Praca daje energię i ją zabiera. Menedżerowie e-commerce w dużej mierze identyfikują się ze swoją pracą. Postrzegają ją jako ciekawą i satysfakcjonującą, jednak ta sama praca staje się głównym źródłem obciążenia. **Tylko 11% menedżerów czuje się docenionych**, a zaledwie **2% potrafi samodzielnie i pewnie oderwać się od pracy** a 78% potrzebuje do tego zewnętrznego bodźca, przypomnienia od bliskich lub zalecenia lekarza. **34% menedżerów ma dla siebie mniej niż godzinę dziennie**, co jest 3-krotnie bardziej powszechne niż w grupie ogółu internautów i bezpośrednio koreluje z gorszymi wskaźnikami zdrowotnymi. Wskaźnik pracoholizmu wśród menedżerów e-commerce jest ponad dwukrotnie wyższy niż wśród wszystkich badanych internautów i podnosi ryzyko chorób przewlekłych o **+16 punktów procentowych**.

Menedżerowie wiedzą, co robić, ale zwyczajnie nie mają kiedy. Obraz stylu życia menedżerów e-commerce jest spójny i niepokojący w każdym z wymiarów. **Niemal 4 na 5 (80%) ocenia swoją dietę jako niewystarczająco zdrową**, bo jedzą nieregularnie, zastępując posiłki cateringiem, który poprawia dostępność jedzenia, ale nie rozwiązuje problemu jakości żywienia i regularności posiłków. Co 5. menedżer nie ma w ogóle czasu na hobby, a badanie pokazuje, że posiadanie **dwóch hobby wiąże się z najwyższym dobrostanem i najniższym obciążeniem objawami** spośród wszystkich analizowanych konfiguracji. Menedżerowie stosują techniki relaksacyjne częściej niż przeciętny internauta, ale nie mają czasu, by eliminować źródła stresu. To leczenie objawów bez leczenia przyczyny.

Relacje chronią, profilaktyka leczy, ale menedżerowie z obu korzystają za rzadko. Badanie ujawnia silny, mierzalny wpływ środowiska pracy na zdrowie: **środowisko wspierające wiąże się z o 11 punktów procentowych niższą zachorowalnością na choroby przewlekłe** (13% vs 24%). Mimo to tylko **25% menedżerów ufa ludziom w swoim otoczeniu (także zawodowym)**, co ogranicza zdolność do budowania zdrowych relacji i efektywnej współpracy. Równie niepokojące jest podejście e-managementu do profilaktyki: **tylko 27% menedżerów robi regularne badania profilaktyczne**, podczas gdy wśród ogółu internautów odsetek ten wynosi 42%. Paradoks jest uderzający: **grupa o najgorszych wskaźnikach zdrowotnych najrzadziej inwestuje w ich monitorowanie.**

E-commerce rośnie w tempie 10-12% rocznie. Ta dynamika wymaga zdrowych liderów. Psychicznie przeciążony menedżer podejmuje decyzje wolniej, bardziej reaktywnie i z wyższą awersją do ryzyka, co bezpośrednio hamuje innowacyjność. Wypalenie kadry menedżerskiej przekłada się na kulturę organizacyjną całych zespołów. Wysoka zachorowalność i symptomy wypalenia generują ukryte koszty: absencję decyzyjną, błędy pod wpływem zmęczenia, rotację kadry, utratę wiedzy instytucjonalnej. **Branża e-commerce, która nie zadba o zdrowie swoich liderów, będzie rosła wolniej niż mogłaby** - nie z powodu braku kapitału ani rynku, lecz z powodu ludzkiego wypalenia na szczytach organizacji. Inwestycja w zdrowie menedżerów e-commerce to inwestycja w jakość decyzji i trwałość całego sektora.

Ten projekt jest przełomowy dla sektora e-commerce na tyłu polach, że trudno to zebrać w kilku zdaniach komentarza. Po pierwsze takie badanie i fokus na grupie zawodowej menedżerów e-commerce jest pionierskie, nie tylko w Polsce. Po drugie, dotykamy tematów, które nigdy nie były w kategorii omawiane, traktowane dość poważnie albo może raczej uznawane jako problem systemowy, a nie problem jednostek, co (jak pokazały wyniki) ma już swoje poważne konsekwencje. I w końcu – to projekt, gdzie w dwójnasób sprawdziła się większość hipotez, jakie w obszarze stanu zdrowia menedżerów, ich stylu życia, podejścia do pracy i słynnego work-life-balance mieliśmy na początku projektu. W normalnej sytuacji to świetna informacja dla badacza i analityka, w tym jednak przypadku jest to alarmujące i – rzekłabym – wymaga szybkiej interwencji z wielu stron.

Katarzyna Czuchaj-Łagód, Dyrektor Zarządzająca Mobile Institute, Członkini Rady Izby Gospodarki Elektronicznej

Dane pokazują wyraźnie: jeśli e-commerce ma być w Polsce silną, innowacyjną i wciąż dynamicznie rozwijającą się częścią gospodarki, należy zadbać o jej najważniejszy zasób – **o ludzi**. Raport e-Izby "Zdrowy e-Commerce 2026" to zaproszenie do rozmowy, której jeszcze nie prowadziliśmy jako środowisko - skierowane do liderów firm e-commerce, pracodawców, menedżerów HR, twórców polityk rynku pracy i wszystkich tych, którzy mają wpływ na warunki, w jakich pracuje się w cyfrowej Polsce.

Zdrowie nie jest benefitem. Jest fundamentem. **Każda organizacja w branży e-commerce może i powinna zrobić pierwszy krok już teraz** – wprowadzając kulturę rozmawiania o samopoczuciu, normalizując korzystanie z pomocy psychologicznej, budując środowisko, w którym oderwanie się od pracy po godzinach jest normą, a nie słabością. Mamy dane. Mamy diagnozę. Mamy konkretne rekomendacje, zarówno dla pracowników, jak i dla pracodawców, a także systemu opieki zdrowotnej. Teraz należy podjąć działania.

Jako Medicover i Medistore – partnerzy merytoryczni raportu „Zdrowy E-commerce” – z pełnym przekonaniem i wieloletnią konsekwencją podkreślamy, że zdrowie to inwestycja, a nie koszt. Miejsce pracy powinno być przestrzenią realnej promocji zdrowia, bo przekłada się to nie tylko na efektywność i odporność organizacji, lecz także na budowanie zdrowszego społeczeństwa. To szczególnie ważne w obliczu starzejącej się populacji i narastającej skali chorób cywilizacyjnych. Dlatego od lat wnikliwie badamy stan zdrowia polskich pracowników, dzielimy się naszymi danymi i – co równie istotne – oferujemy konkretne rozwiązania, które pozwalają wpisać zdrowie w DNA firmy. I można zacząć to robić choćby dziś. Jesteśmy też przekonani, że ta publikacja stanie się kolejnym ważnym głosem w dyskusji o dłuższym życiu w lepszym zdrowiu – zarówno w branży e-commerce, jak i daleko poza jej granicami.

Łukasz Krause, Chief Digital Information Officer Medicover Group.

Raport e-Izby: "Zdrowy E-commerce" to pierwsze w Polsce tak kompleksowe badanie kondycji zdrowotnej i psychicznej osób tworzących sektor e-commerce. Izba Gospodarki Elektronicznej od ponad 13 lat wspiera rozwój branży cyfrowej. To właśnie stąd narodziła się refleksja, która stała się fundamentem tego projektu: **najnowocześniejsza branża w Polsce przez lata mówiła o wzrostach, konwersjach i technologiach, ale rzadko lub w ogóle o zdrowiu swoich ludzi.**

Projekt e-Izby "Zdrowy E-commerce" wykracza poza ramy typowego raportu branżowego. Jest poznawczo-edukacyjno-interwencyjną inicjatywą, której celem jest stworzenie platformy wsparcia zdrowotnego dla osób działających w środowisku biznesowym - zarówno w sektorze e-commerce, jak i szerzej, we wszystkich aktywnych zawodowo środowiskach. W ramach projektu planowane są cykliczne webinary i podcasty z ekspertami z dziedziny zdrowia, profilaktyki, zarządzania stresem i psychologii biznesu. e-Izba przewiduje też dotarcie z ideą projektu do decydentów - polityków i organizacji mających realny wpływ na kształtowanie warunków pracy w Polsce. Projekt wieńczy kampania informacyjna pod hasłem **"Zdrowy e-commerce zaczyna się od zdrowych ludzi"**, której celem jest trwałe zwrócenie uwagi środowiska na zdrowie psychiczne, społeczne i fizyczne jako strategiczny zasób branży.

Raport powstał na podstawie **badania ilościowego**, przeprowadzonego przez Mobile Institute na zlecenie Izby Gospodarki Elektronicznej. Dane zbierane były w dniach **5-16 marca 2026 roku** z wykorzystaniem systemu opinie.mobi, metodą responsywnych ankiet **CAWI (Computer-Assisted Web Interview)** - emitowanych na stronach internetowych oraz w wysyłce mailowej. W analizie uwzględniono wyłącznie kompletne ankiety.

Badanie zrealizowane zostało na reprezentatywnej próbie **N = 1946 polskich internautów** w wieku 15+ lat. Struktura próby została skorygowana przy użyciu wagi analitycznej i odpowiada strukturze polskich internautów pod względem płci, wieku, wielkości miejsca zamieszkania oraz wysokości zarobków. W raporcie wyróżniono dwie główne grupy analityczne: **ogół internautów (N = 1946)** jako punkt odniesienia do wszystkich porównań oraz **menedżerów e-commerce (N = 212)**, czyli osoby aktywne zawodowo w sektorze e-commerce na stanowiskach menedżerskich lub kierowniczych, w tym menedżerów średniego i wyższego szczebla, właścicieli, współwłaścicieli, członków zarządu i prezesów. Badanie poprzedzone zostało dogłębną analizą "desk research" danych o zdrowiu i samopoczuciu dostępnych w zasobach internetowych dla różnych krajów. W konstruowaniu ankiety badawczej oraz interpretacji wyników skorzystano ze wsparcia ekspertów kategoryalnych- lekarzy oraz liderów firm e-commerce zrzeszonych w Izbie Gospodarki Elektronicznej. Do pomiaru dobrostanu psychicznego zastosowany został walidowany, międzynarodowo stosowany wskaźnik WHO-5 (Wellbeing Index), opracowany przez Światową Organizację Zdrowia, obejmujący 5 pytań oceniających subiektywny dobrostan psychiczny respondenta w ciągu ostatnich dwóch tygodni w skali 0-100, gdzie wynik ≤ 50 punktów wskazuje na potrzebę pogłębionej diagnostyki w kierunku depresji.

[Raport jest do pobrania bezpłatnie na stronie Izby Gospodarki Elektronicznej](#) oraz jest dostępny w załączeniu.

Partnerzy merytoryczni publikacji: Medcover, Medistore.

Partnerzy publikacji: Bluerank, Mastercard oraz ORLEN Paczka

Patronat honorowy Przewodniczącego Sejmowej Komisji Cyfryzacji Innowacyjności i Nowoczesnych Technologii Bartłomieja Pejo

O Izbie Gospodarki Elektronicznej

Izba Gospodarki Elektronicznej reprezentuje i wspiera interesy firm związanych z rynkiem gospodarki elektronicznej w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem firm zrzeszonych w e-Izbie. Misją e-Izby jest rozwój polskiej branży gospodarki cyfrowej poprzez współpracę, wymianę know-how, działania legislacyjne oraz silną i efektywną reprezentację wspólnych interesów w dialogu z instytucjami polskiej administracji rządowej, Unii Europejskiej oraz organizacjami pozarządowymi w kraju i na świecie. Więcej na www.eizba.pl

Kontakt dla mediów

Patrycja Sołtysik

Specjalista ds. PR i Eventów

pr@eizba.pl

kom. + 48 600 950 104



Zdrowy e-Commerce - pierwszy raport e-Izby kompleksowo omawiający stan zdrowia menedżerów zarządzających najdynamiczniej rozwijającym się sektorem gospodarki..png

[Download](#)



Medicover w Polsce - Backgrounder PL&ENG 2026.pdf

[Download](#)



Raport - Zdrowy E-commerce 2026.pdf

[Download](#)