

## Świąteczne zakupy na ostatnią chwilę - sklepy przeżyją obłężenie

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: środa, 13, grudzień 2023 14:24

Katarzyna Sekuła

Odśłony: 1363

---

Raport platformy analityczno-badawczej UCE RESEARCH i Grupy BLIX pt. „PLANY ZAKUPOWE POLAKÓW NA ŚWIĘTA 2023” wykazuje, że większość Polaków po raz kolejny zamierza zrobić bożonarodzeniowe zakupy spożywcze głównie w sklepach stacjonarnych – ponad 70% badanych. Rok temu deklaroowało to 71% rodaków. W tegorocznym badaniu wzięło udział ponad 1030 osób odpowiedzialnych za codzienne zakupy w swoich gospodarstwach domowych, a w ubiegłorocznym sondażu – 1105.

– Duża część Polaków preferuje bezpośredni kontakt z produktem. Chcą go zobaczyć na żywo, dotknąć, powąchać, a nawet spróbować. To ważne w przypadku art. spożywczych, które mają duży wpływ na jakość przygotowywanych potraw, zwłaszcza tych świątecznych. Ponadto w sklepie stacjonarnym można nabyć produkty bez konieczności czekania na dostawę, co też jest ważne w przedświątecznym pośpiechu – mówi Julita Pryzmont z Hiper-Com Poland.

Z kolei Marcin Lenkiewicz z Grupy BLIX uważa, że wysoki odsetek osób planujących zakupy tylko w sklepach stacjonarnych, świadczy o stanowczym powrocie Polaków do tradycyjnego sposobu robienia zakupów po długim okresie pandemii. Ekspert nie jest tym zaskoczony. Rynek detaliczny offline jest bardzo konkurencyjny i kusi klientów licznymi promocjami, których często nie można dostrzec online.

### **Online nie nadąża**

Obecnie blisko 26% konsumentów zapowiada, że kupi część żywności online, a resztę – offline. Bardzo podobnie było w zeszłym roku – 25%. – Zakupy spożywcze online nie zyskują na popularności tak dynamicznie, jak w czasie pandemii. Mocne wzrosty procentowe zdecydowanie wyhamowały. Po okresie relatywnie wzmoczonego korzystania ze sklepów internetowych, ze względu na restrykcje pandemiczne, konsumenci ponownie wybierają zakupy w fizycznych sklepach – komentuje Arkadiusz Paprzycki z aplikacji Zdrowe Zakupy.

O samych e-zakupach spożywczych wspomniało w tym roku tylko 3% konsumentów. To i tak więcej niż w ub.r. – 2%. Dla 0,5% respondentów kanał zakupu świątecznej żywności w ogóle nie ma znaczenia. Przed rokiem dwa razy więcej badanych tak twierdziło. Teraz 0,2% konsumentów nie potrafi się określić w tej kwestii, a wcześniej dotyczyło to 1%.

### **Pierwsi i ostatni klienci**

Z badania wiadomo też, kiedy Polacy zamierzają zrobić największe zakupy spożywcze na święta. Obecnie najczęściej podawany czas to tydzień przed Bożym Narodzeniem – blisko 33%, poprzednio deklarowany przez 29% badanych.

Drugim najczęściej podawanym czasem robienia zakupów spożywczych był początek grudnia – ponad 22%. Poprzednio był wybierany przez 23% respondentów.

Jak zauważa jeden z ekspertów - klienci mogą preferować zakupy na początku grudnia, by uniknąć tłoku i stresu związanego z zakupami robionymi w ostatniej chwili. Natomiast ponad 21% Polaków odłoży największe zakupy spożywcze na kilka dni przed świętami. Rok temu mniej osób tak deklaroowało – 19%. Z kolei na dwa tygodnie przed Bożym Narodzeniem żywność kupi 18% rodaków. Identycznie było rok temu.

Widać też, że rdr. spadł odsetek niezdecydowanych konsumentów – do prawie 4% z 8%. Ubyło też osób, dla których czas robienia zakupów nie ma znaczenia – do niecałych 2% z 3%. – Polacy stają się coraz

## Świąteczne zakupy na ostatnią chwilę - sklepy przeżyją obłożenie

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: środa, 13, grudzień 2023 14:24

Katarzyna Sekuła

Odsłony: 1363

---

bardziej zorganizowani. To przekłada się również na lepsze planowanie zakupów, zwłaszcza w tak intensywnym czasie, jak ostatni miesiąc roku – przekonuje Arkadiusz Paprzycki.

### Jakość goni cenę

Uczestnicy sondażu wskazali też, czym będą się kierowali, kupując art. spożywcze na święta. Mogli zaznaczyć kilka opcji. Dla większości klientów najbardziej będzie liczyła się cena – blisko 83%. Jednak w ub.r. nieco więcej osób na nią stawiało – prawie 85%. – Spadek może być subtelnie związany z poczuciem, że sytuacja ekonomiczna delikatnie się stabilizuje. Jednak nadal większość konsumentów jest bardzo wrażliwa cenowo, szczególnie w kontekście inflacji. Cena wciąż ma najważniejszy wpływ na decyzje zakupowe Polaków – analizuje Marcin Lenkiewicz.

Dalej w rankingu jest promocja – blisko 70%, niemal tak samo ważna jak rok temu – 69%. Wyraźniej wzrosło rdr. znaczenie jakości – do ponad 53% z przeszło 40%, własnego doświadczenia – do przeszło 39% z nieco ponad 36%, dostępności produktów – do blisko 28% z ponad 21%, a nawet marki – do ponad 11% z prawie 8%. Wpływ opinii rodziny lub znajomych utrzymał poziom powyżej 5%, a reklamy skoczyły do prawie 5% z ponad 4%.

Jak czytamy - coraz więcej Polaków zwraca uwagę na zdrowe odżywianie, nawet kosztem wyższej ceny. Świadomość ekologiczna też ma coraz większy wpływ na decyzje zakupowe rodaków. Na ostateczne wybory zakupowe wpływają także trendy. W ostatnich latach obserwuje się wzrost popularności produktów ekologicznych, lokalnych i rzemieślniczych. Konsumentów coraz częściej wybierają artykuły zgodne z ich wartościami i preferencjami.

*Źródło: IP*