

## Czy w Polsce jest za mało galerii handlowych?

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: czwartek, 03, kwiecień 2025 10:10

Tomasz Smaś

Odśloni: 982

---

Według najnowszego badania opinii publicznej przeprowadzonego przez UCE RESEARCH i Hybrid Europe, Polacy nie są zgodni co do liczby centrów handlowych w kraju. Aż 46,1% ankietowanych uważa, że nadal jest ich zbyt mało, podczas gdy 36,4% twierdzi, że obecna sytuacja rynkowa wskazuje na przesyt tego typu obiektów. Niemal jedna piąta respondentów nie potrafiła jednoznacznie ocenić tej kwestii.

Eksperci zwracają uwagę, że tak wyraźny podział opinii wynika z indywidualnych potrzeb zakupowych i codziennych nawyków Polaków. Większość ankietowanych koncentruje się na swoim najbliższym otoczeniu, co może prowadzić do odmiennych wniosków dotyczących liczby centrów handlowych.

Choć analizy wskazują na lekki spadek ruchu i liczby klientów w tego typu obiektach w porównaniu do poprzedniego roku, to wciąż odgrywają one kluczową rolę w życiu konsumentów. Spadek ten może być efektem wzrostu popularności zakupów online, zmieniających się nawyków czy coraz większej różnorodności ofert handlowych poza galeriami.

Wielu ekspertów podkreśla, że przyszłość centrów handlowych zależy od ich zdolności do dostosowania się do zmieniających się preferencji konsumentów. Rozwój e-commerce, potrzeba bardziej atrakcyjnych form spędzania wolnego czasu oraz zmiany demograficzne mogą wpływać na sposób funkcjonowania tego sektora.

Interesujący jest również fakt, że aż 17,5% respondentów nie miało jednoznacznej opinii w tej sprawie. Może to wynikać z rzadszego korzystania z tego typu miejsc lub preferencji zakupów online. Dla tej grupy centra handlowe mogą być miejscem bardziej okazjonalnych wizyt, służących raczej rozrywce i spotkaniom towarzyskim niż codziennym zakupom.

Badanie jednoznacznie wskazuje, że galerie i centra handlowe nadal mają silną pozycję na rynku. Eksperci zwracają uwagę, że wciąż istnieje przestrzeń na nowe inwestycje, jednak muszą być one dobrze przemyślane i dostosowane do aktualnych potrzeb konsumentów. Kluczowe będzie łączenie funkcji zakupowych z ofertą rozrywkową oraz dostosowywanie przestrzeni do nowych oczekiwań odwiedzających.

Jak wynika z analizy ekspertów, przyszłość centrów handlowych w Polsce będzie zależeć od ich elastyczności i umiejętności adaptacji do dynamicznych zmian na rynku. Konsumentom wciąż cenią je jako miejsca zakupów i spędzania wolnego czasu, jednak tradycyjny model funkcjonowania tych obiektów może wymagać ewolucji, by sprostać nowym oczekiwaniom.

*Źródło: IP*