

Tańsze, ale pełnowartościowe. Polacy zmieniają nawyki zakupowe

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: wtorek, 19, sierpień 2025 08:16

Tomasz Smaś

Odśloni: 1213

Koszty życia w Polsce nieustannie rosną, a ceny podstawowych produktów spożywczych wzrosły od końca 2019 roku średnio aż o 33%. W obliczu globalnych kryzysów, zmian klimatycznych i rosnących cen, coraz więcej konsumentów zmienia swoje podejście do zakupów. Szukanie promocji, sięganie po produkty z krótkim terminem przydatności i ograniczanie marnowania żywności staje się nie tylko sposobem na oszczędności, ale też nowym stylem życia.

Zmienna pogoda, niezmiennie wyższe ceny

Między 2019 a 2024 rokiem ceny żywności na świecie doświadczyły gwałtownych wahań. Ekstremalne zjawiska pogodowe – susze, fale upałów, nieprzewidywalne opady – spowodowały poważne zakłócenia w produkcji żywności. Wzrost cen oliwy o 50% we Włoszech i Hiszpanii czy 55% skok cen kawy w Brazylii to tylko przykłady zjawisk, które uderzyły również w polskich konsumentów. Najbardziej spektakularny wzrost odnotowano w przypadku kakao – globalna cena tego surowca wzrosła aż o 280% z powodu ekstremalnych temperatur w Ghanie.

Zmiany klimatyczne przestały być tylko ekologicznym problemem – zaczynają być finansowym wyzwaniem dla przeciętnego konsumenta. Coraz wyraźniej widać, że efekty globalnego ocieplenia mają bezpośredni wpływ na zawartość naszych koszyków zakupowych.

Oszczędność z misją – nowe nawyki konsumentów

W obliczu rosnących cen żywności Polacy uczą się oszczędzać inaczej niż dotychczas. Coraz więcej osób wybiera produkty z krótkim terminem przydatności do spożycia. 75% konsumentów deklaruje, że ogranicza wydatki na jedzenie – 30% robi to regularnie, a 45% od czasu do czasu. Co ciekawe, ponad połowa badanych przyznaje, że „upolowanie” przecenionego, ale pełnowartościowego produktu daje im satysfakcję lub nawet dumę.

Ten trend to nie tylko sposób na domowe oszczędności – coraz częściej konsumenci dostrzegają w nim także wymiar ekologiczny. Kupując przecenione produkty, przeciwdziałają marnotrawstwu jedzenia i wspierają działania prośrodowiskowe. To podejście zyskuje na popularności – nie jako chwilowa moda, lecz jako odpowiedź na realne wyzwania gospodarcze i klimatyczne.

Jedzenie na wagę... odpowiedzialności

Aż 94% Polaków stanowczo sprzeciwia się marnowaniu żywności. To jedno z najwyższych wskazań wśród wszystkich kwestii związanych z codziennym życiem konsumenckim. Społeczna świadomość tego problemu rośnie – również dzięki inicjatywom firm i organizacji promujących ideę niemarnowania.

W Polsce w samych sektorach sprzedaży detalicznej, dystrybucji i gastronomii co roku marnuje się ponad 739 tysięcy ton żywności – czyli 16,2% całkowitej ilości jedzenia w obrocie. Polacy nie chcą dłużej się na to godzić. Coraz częściej oczekują od sklepów przeceniania produktów z krótką datą ważności, widząc w tym prosty, codzienny sposób na przeciwdziałanie marnowaniu.

Przecena z przesłaniem

Rosnące koszty życia nie zmieniają tylko struktury domowego budżetu – zmieniają też mentalność. Konsumenci coraz bardziej świadomie podchodzą do tego, co kupują i dlaczego. Wybierając przecenione

Tańsze, ale pełnowartościowe. Polacy zmieniają nawyki zakupowe

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: wtorek, 19, sierpień 2025 08:16

Tomasz Smaś

Odsłony: 1213

produkty, nie tylko oszczędzają, ale też biorą udział w szerszym społecznym ruchu. Ten nowy sposób myślenia o jedzeniu łączy racjonalność z odpowiedzialnością – i wszystko wskazuje na to, że zagości w świadomości Polaków na dłużej.

Źródło: papMediaRoom