



Growth
from
Knowledge

GfK Current Consumer Mood

Monitoring zmian zachowań, stylu
życia i nastrojów

#MasterTheCrisis

Raport z badania po 11 fali
realizowanej: **11-14.03.2022**



Informacje o badaniu



Celem badania jest monitoring zmian zachowań, stylu życia i nastrojów w obecnej sytuacji w Polsce

Realizacja badania:

- 500 wywiadów w każdym pomiarze
- Metodologia: CAWI
- Reprezentatywna przedmiotowo próba Polaków mających dostęp do internetu w wieku 16+
- Terminy realizacji:
 - 1 fala badania - 20.03-23.03.2020
 - 2 fala badania - 03.04-06.04.2020
 - 3 fala badania - 17.04-20.04.2020
 - 4 fala badania - 08.05-11.05.2020
 - 5 fala badania - 05.06-08.06.2020
 - 6 fala badania - 18.09-21.09.2020
 - 7 fala badania - 07.11-09.11.2020
 - 8 fala badania - 05.02 -07.02.2021
 - 9 fala badania - 14.05 -16.05.2021
 - 10 fala badania - 08-10.10.2021
 - 11 fala badania - 11-14.03.2022



Zawartość raportu

Nastroje
Polaków

Inflacja, oszczędności
i plany ograniczania
wydatków



Zakupy i
plany zakupowe

Wojna w
Ukrainie

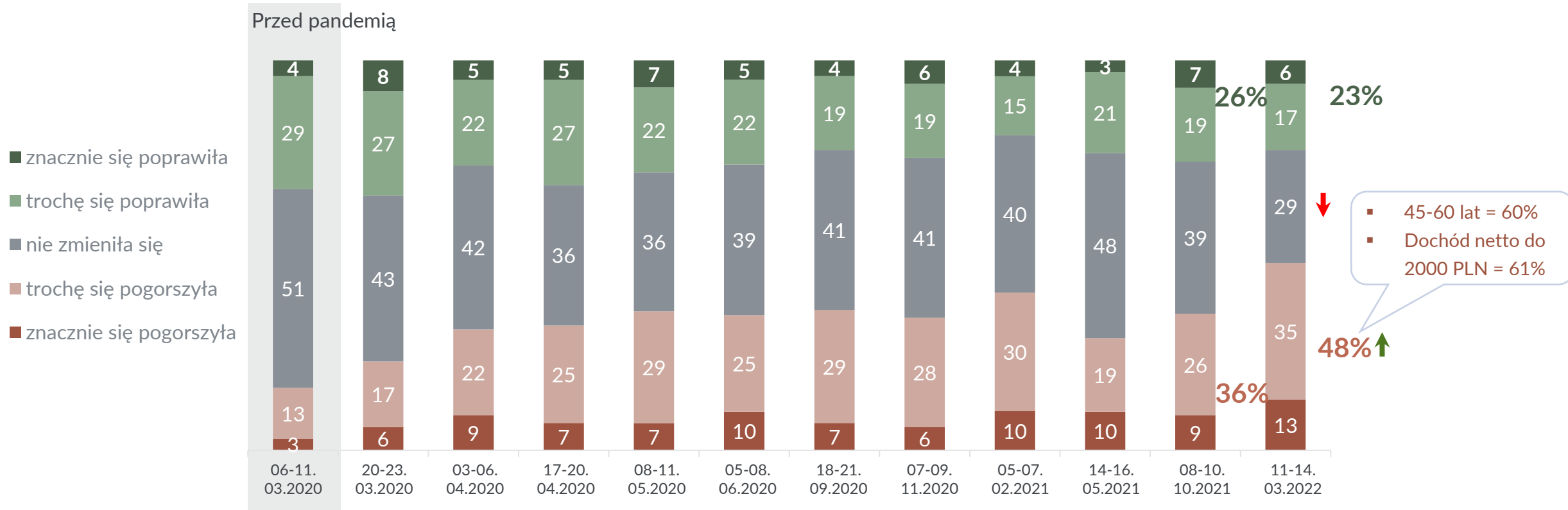
Co dalej

Sytuacja finansowa Polaków znacznie się pogorszyła



Niemal połowa Polaków uważa, że sytuacja finansowa ich gospodarstwa w stosunku do analogicznego okresu sprzed 12 miesięcy uległa pogorszeniu. Oznacza to wzrost o 12 p.p. do jesieni 2021 i jednocześnie pesymizm jakiego nie obserwowaliśmy w ciągu ostatnich 2 lat. Przy czym nie zmniejszyła się istotnie grupa Polaków, która uważa, że ich sytuacja uległa poprawie w przeciągu ostatniego roku.

Sytuacja finansowa mojego gospodarstwa vs. ten sam moment 12 miesięcy temu



↑ ↓ Wynik statystycznie istotnie wyższy/nniższy niż poprzednią falę na poziomie 95%

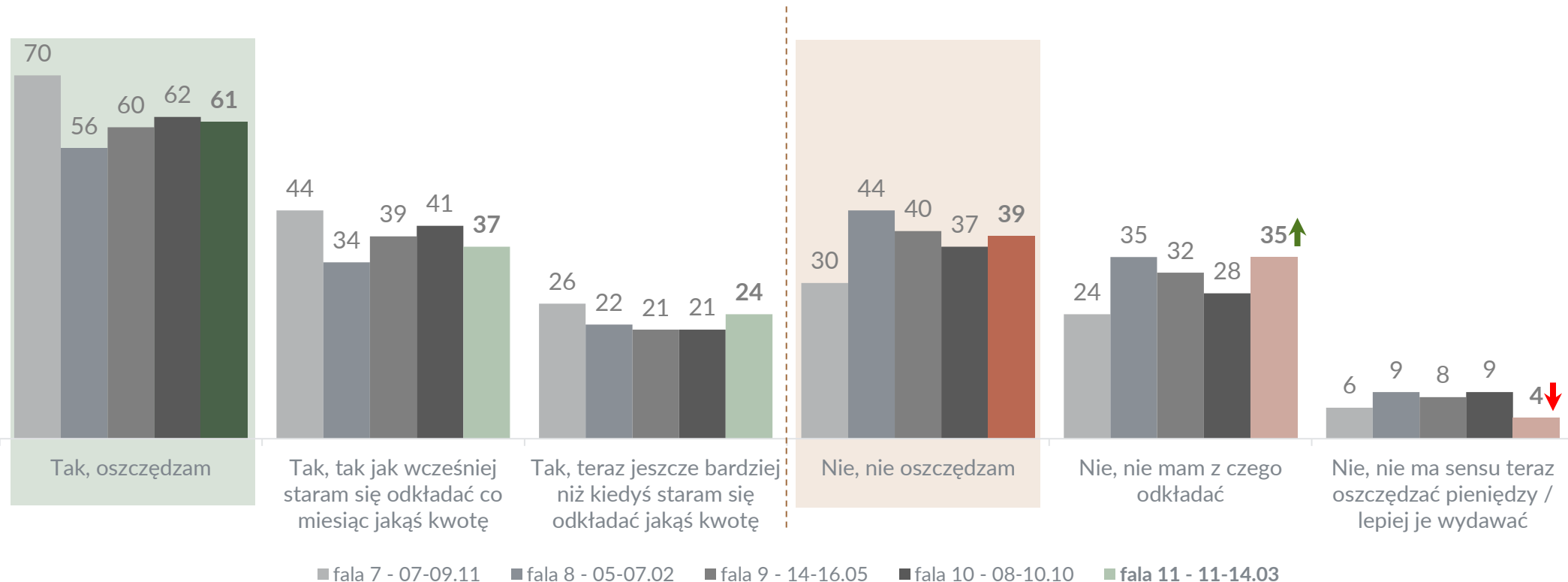
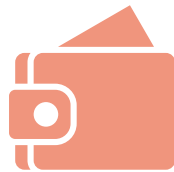
Podstawa: wszyscy respondenci, fala 1 N=530, fala 2-11 w każdej N=500; dane w %

Spada odsetek polskich konsumentów deklarujących oszczędzanie



Nadal większość Polaków kontynuuje strategię oszczędzania. Należy jednak zwrócić uwagę że wzrósł odsetek konsumentów, którzy nie mają z czego odkładać.

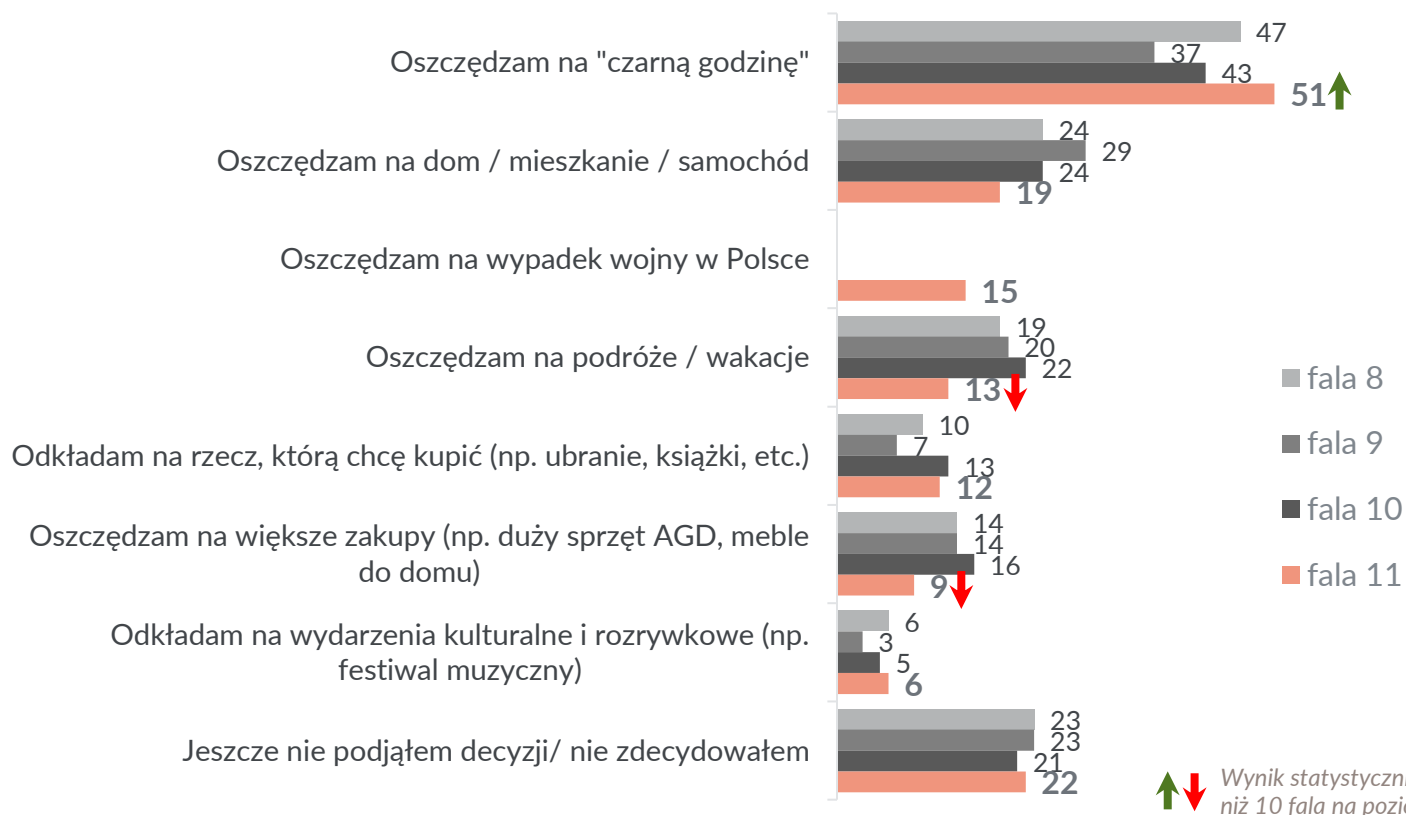
Obecne oszczędności



Połowa Polaków oszczędza z obawy przed trudnymi czasami

Pozostali oszczędzający wskazywali konkretne cele – dom / mieszkanie, podróże czy większe zakupy. Jednakże spadek odsetek odkładających na podróże/ wakacje oraz na większe zakupy do gospodarstwa domowego.

Na co oszczędzają Polacy?



“ ... na czarną godzinę

Coraz więcej Polaków deklaruje „zaciśnięcie pasa”



W drugiej kolejności planowane jest pozyskanie dodatkowego źródła dochodu. Jednocześnie stale spada odsetek osób, które nie spodziewają się większych problemów finansowych w najbliższym czasie.

„Gdy sytuacja finansowa ulegnie pogorszeniu zamierzam...”



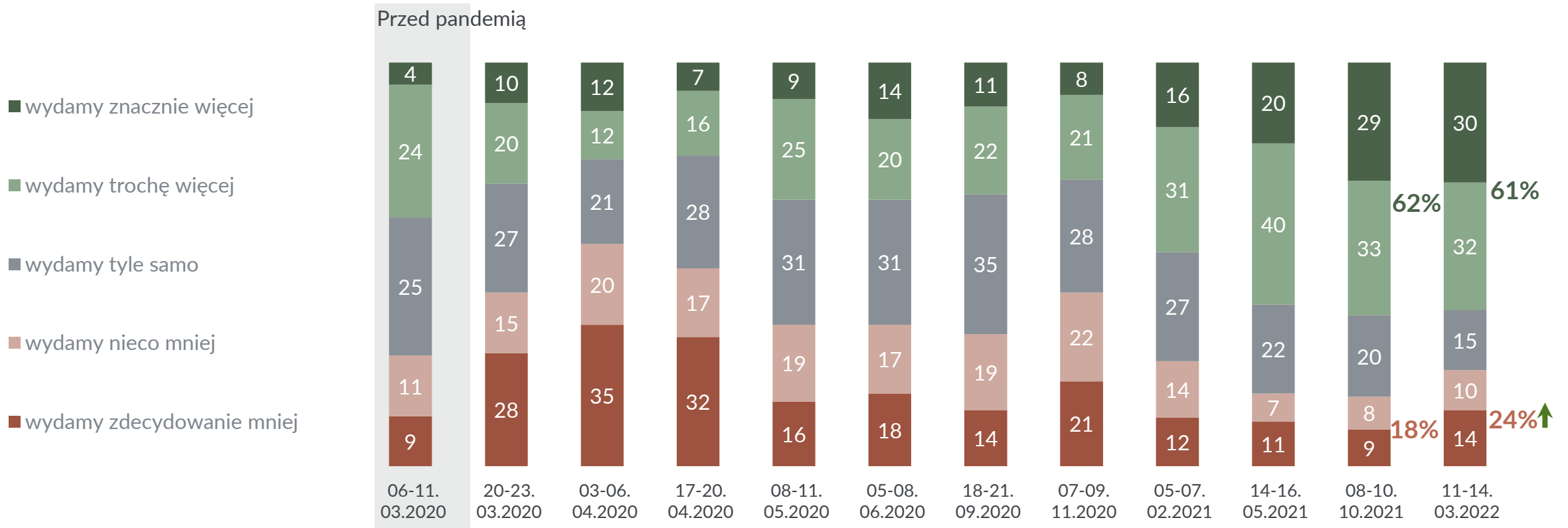
↑ ↓ Wynik statystycznie istotnie wyższy/niższy niż 10 fala na poziomie 95%

Wzrósł odsetek osób, które deklarują niższe wydatki na dobra trwałe w nadchodzącym roku



Nadal jednak zdecydowana większość (zapewne pod wpływem oczekiwanej inflacji) planuje wzrost takich wydatków.

Suma wydatków na dobra trwałe w ciągu najbliższych 12 miesięcy



Podstawa: wszyscy respondenci, fala 1 N=530, fala 2-11 w każdej N=500; dane w %
 A07. Czy Pana(i) zdaniem suma pieniędzy, którą wydacie Państwo na zakup dóbr trwałego użytku w ciągu najbliższych 12 miesięcy, zmieni się w stosunku do sumy wydanej na te cele w ciągu minionych 12 miesięcy?

↑ ↓ Wynik statystycznie istotnie wyższy/niższy niż poprzednia fala na poziomie 95%

W związku ze wzrostem cen rośnie także postawa poszukiwania oszczędności przy zakupach produktów spożywczych

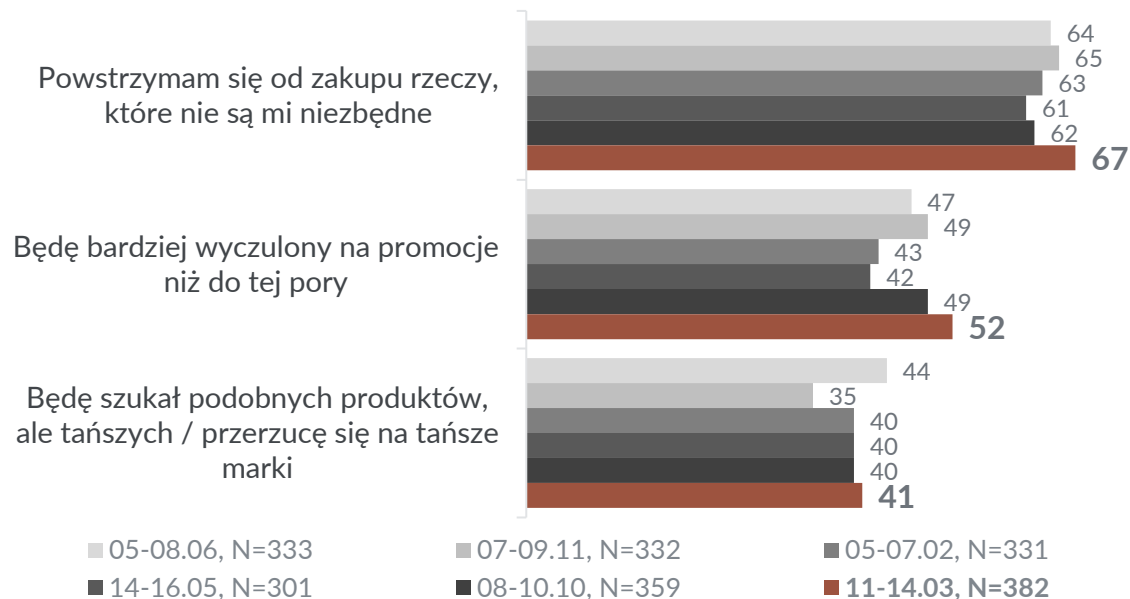


Trzy czwarte Polaków narzuca sobie restrykcje na wydatki produktów żywnościowych. Strategie oszczędzania są jednak prawie niezmiennie. 67% powstrzyma się od zakupu zbędnych produktów. Połowa Polaków będzie wrażliwa na promocje a 41% będzie szukać tańszych zamienników swoich ulubionych marek.

Oszczędności na produktach spożywczych



W jaki sposób będą to robić?



■ 05-08.06, N=333 ■ 07-09.11, N=332 ■ 05-07.02, N=331
 ■ 14-16.05, N=301 ■ 08-10.10, N=359 ■ 11-14.03, N=382

↑ ↓ Wynik statystycznie istotnie wyższy/nniższy niż 10 fala na poziomie 95%

Podstawa: wszyscy respondenci, fala 5 N=500, fala 8-11 N=500; dane w %

D04. Mając na uwadze swoje plany zakupowe dotyczące żywności i produktów spożywczych, czy przewiduje Pan(i), że w najbliższym czasie będzie Pan(i) kupował(a) mniej i szukał(a) oszczędności? | D05. W jaki sposób będzie Pan(i) to robił(a)?

© GfK

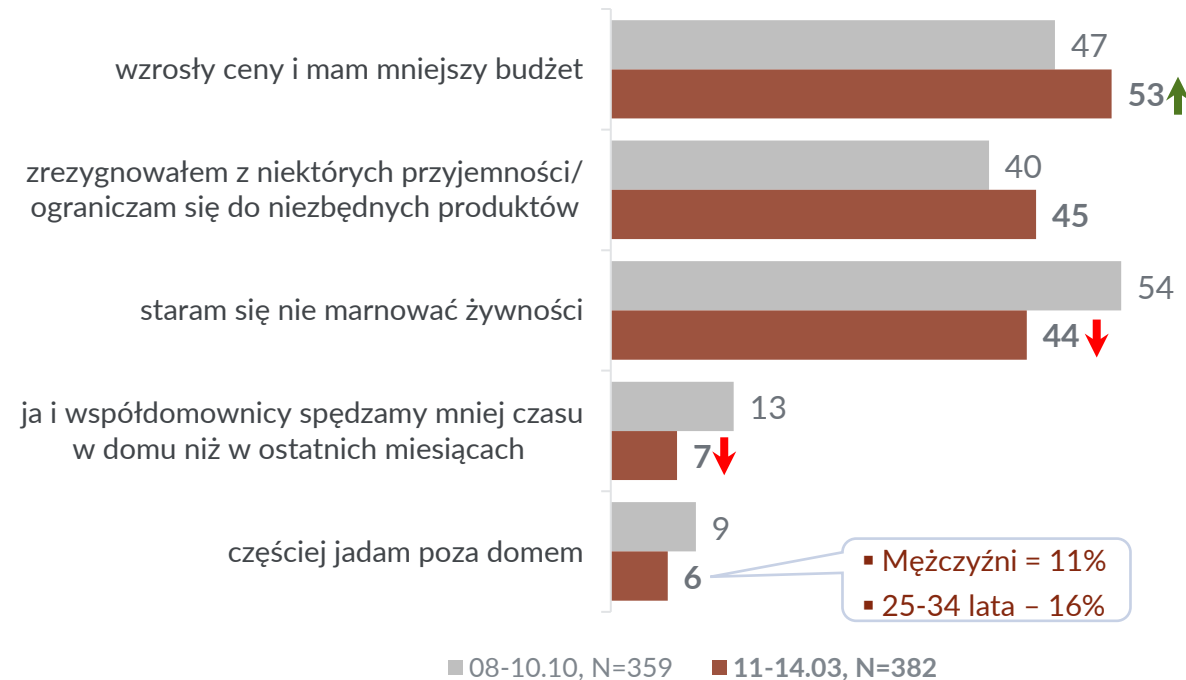
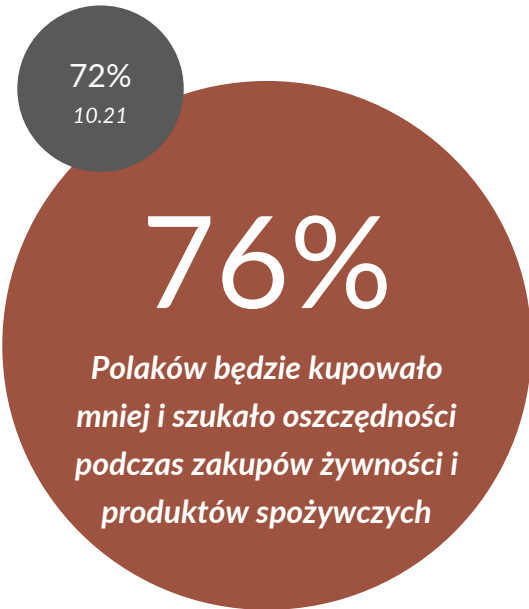
Nieco ponad połowa Polaków ogranicza zakupy spożywcze ze względu na wyższe ceny i mniejszy budżet

Niemniej rezygnacja z przyjemności oraz ograniczanie marnowania żywności także odgrywają istotną rolę.

Powody ograniczenia zakupów spożywczych



Kupuję mniej, ponieważ...



↑ Wynik statystycznie istotnie wyższy/niższy niż 10 fala na poziomie 95%

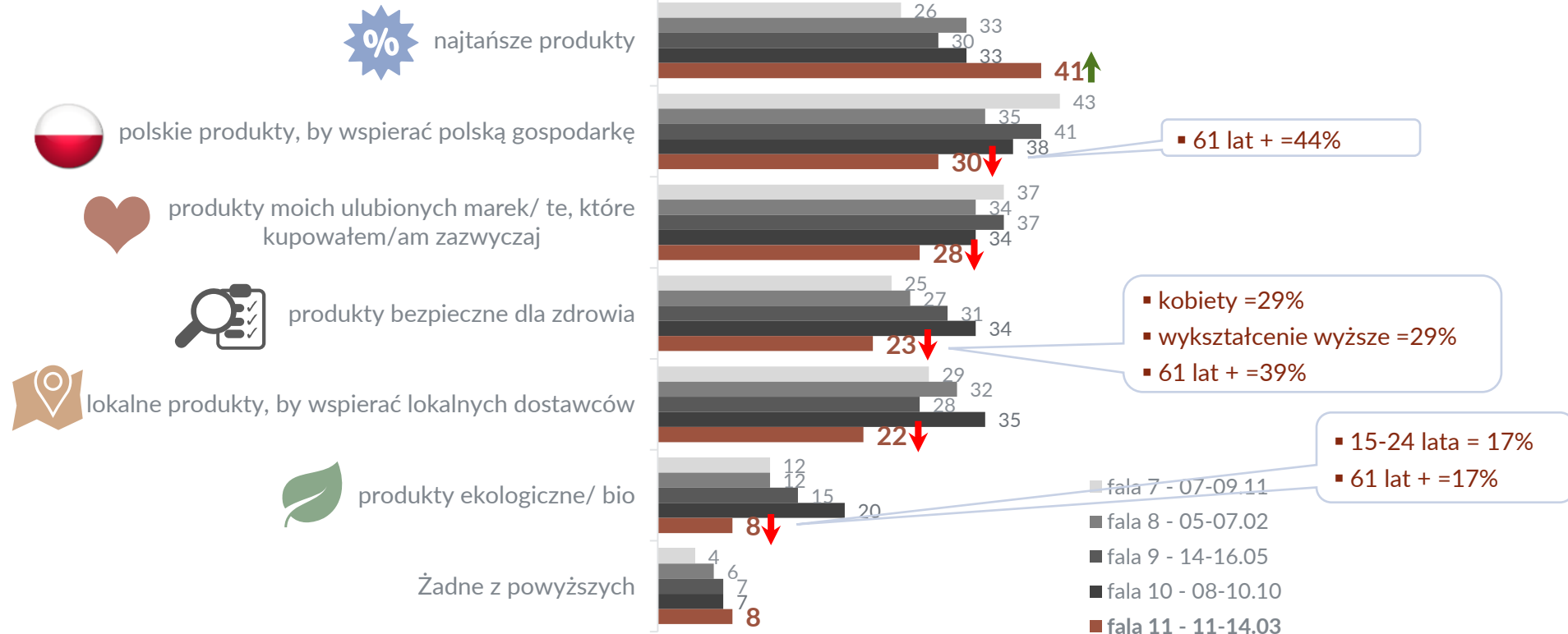
Niska cena jest obecnie głównym kryterium wyboru produktów spożywczych dla 41% Polaków



Wyraźnie spadły postawy wsparcia dla polskich i lokalnych produktów oraz zmalała popularność produktów bezpiecznych dla zdrowia, ekologicznych/organicznych produktów spożywczych.

Kryteria wyboru produktów spożywczych

Będę wybierał(a)...



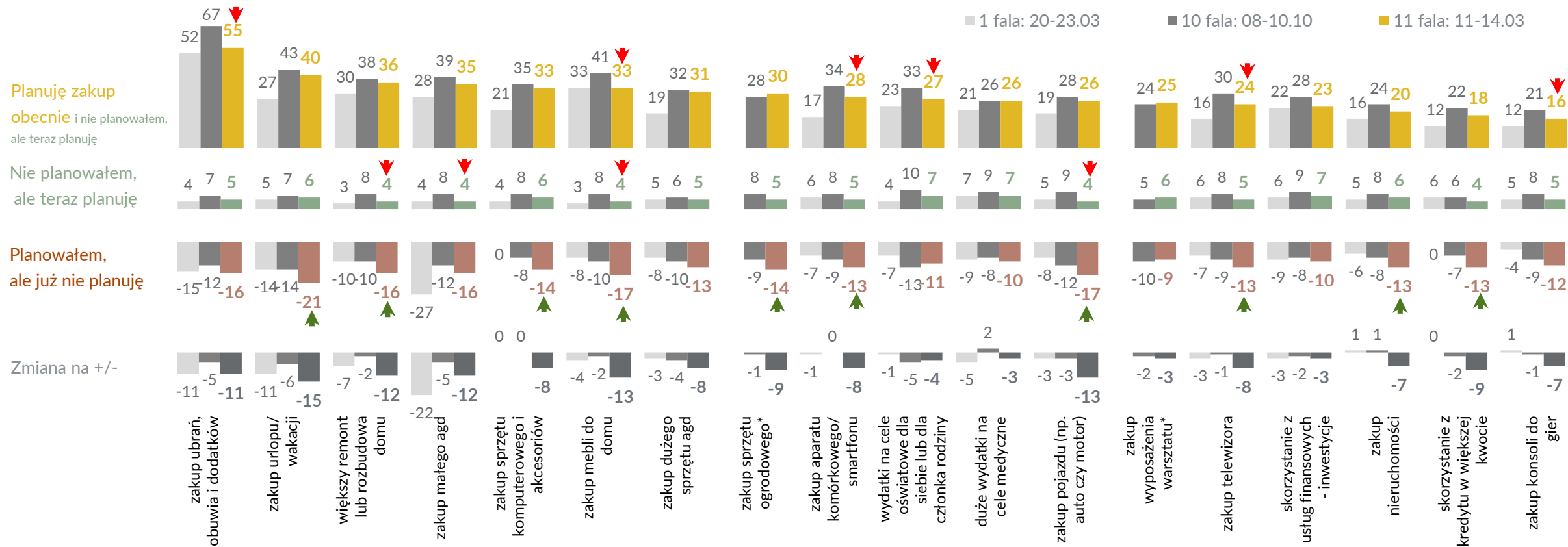
↑↓ Wynik statystycznie istotnie wyższy/niższy niż 10 fala na poziomie 95%

W większości kategorii konsumenci w Polsce planują mniej zakupów



W porównaniu z październikiem mniejsze odsetki osób planują zakup ubrań, mebli, telefonu, telewizora, konsoli do gier oraz mniej planuje wydatki edukacyjne.

Plany zakupowe dóbr trwałych i usług



* Stwierdzenia dodane w drugiej fali badania

Podstawa: wszyscy respondenci, fala 1 N=530, fala 10-11 w każdej N=500; dane w %

E01. Dla każdej z wymienionych kategorii proszę wskazać jedną odpowiedź, która najlepiej oddaje Pan/i plany przed 13 marca - dniem ogłoszenia stanu zagrożenia epidemicznego/ sprzed kilku tygodni i teraz:

↑ Wynik statystycznie istotnie wyższy/niższy niż 10 fala na poziomie 95%

Polacy nadal starają się dbać o swoje zdrowie chodząc na spacerory i stosując naturalne sposoby na podniesienie odporności

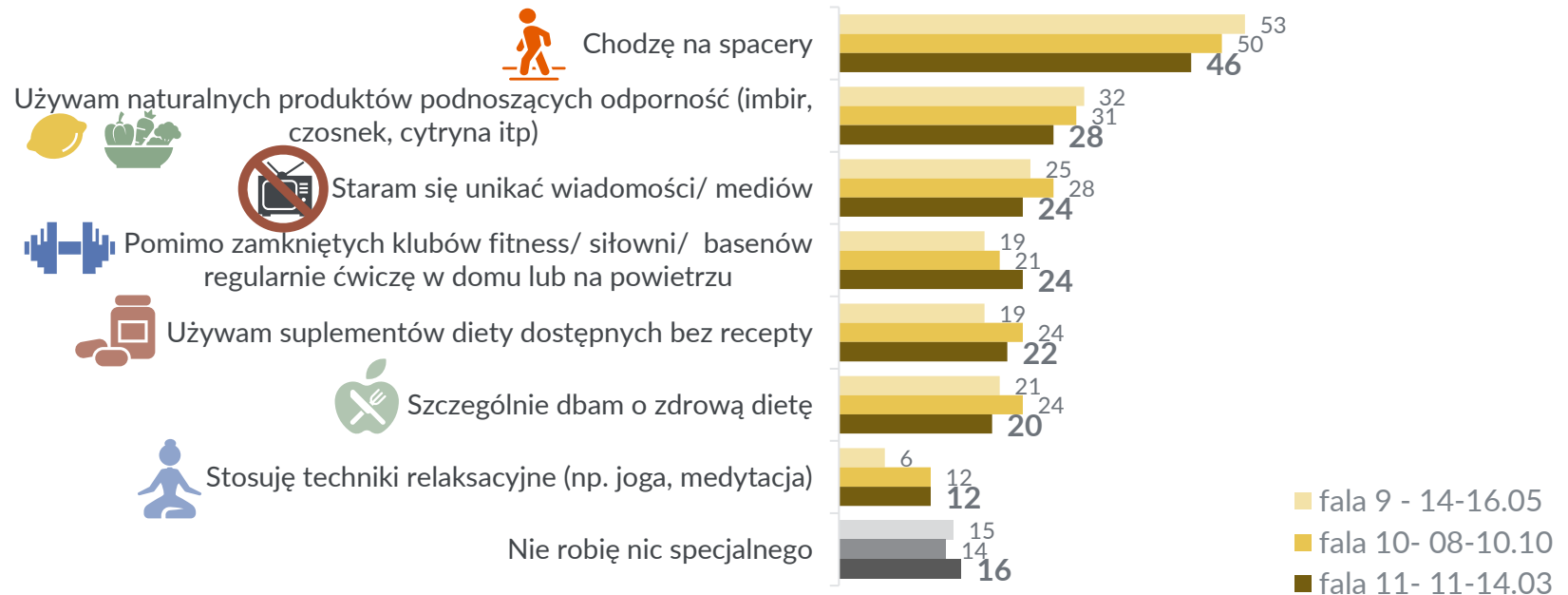
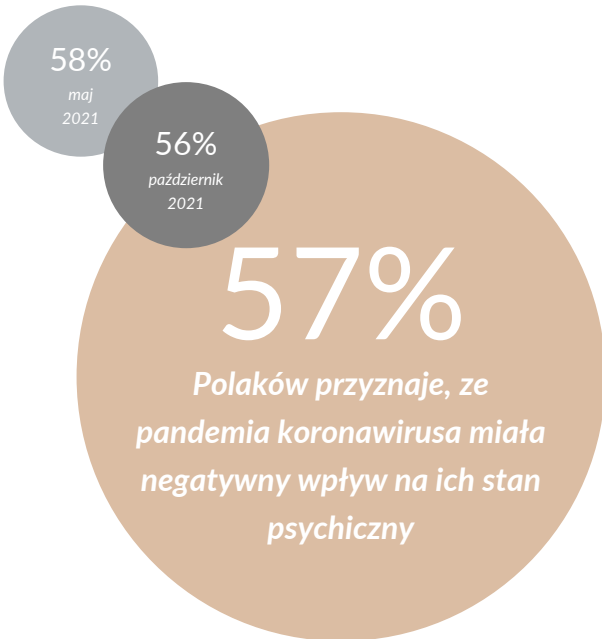


Tylko 16% Polaków nie robi nic, aby dbać o swoje zdrowie psychiczne i fizyczne.

Pozostali szukają najlepszych dla siebie sposobów – spacerują, spożywają naturalne produkty podnoszące odporność, regularnie ćwiczą czy też stawiają bardziej niż zwykle na zdrową dietę.

Dbanie o zdrowie

W jaki sposób Polacy dbają o zdrowie?



Podstawa: wszyscy respondenci, fala 10 N=500, fala 11 N=500; dane w %

G03. Czy epidemia wpłynęła na Pana(i) samopoczucie psychiczne?

G06. Czy w obecnej sytuacji podejmuje Pan(i) jakieś szczególne działania, żeby dbać o swoje zdrowie fizyczne i psychiczne?

W razie pytań
prosimy
o kontakt



Anna Szwedowska

Consultant | GfK Marketing & Consumer
Intelligence

anna.szwedowska@gfk.com

Dominika Grusznic-Drobińska

Director | GfK Marketing & Consumer
Intelligence

T +48 505 196 242

dominika.grusznic-drobinska@gfk.com

Katarzyna Żakowska

Client Business Partner

T +48 502 196 072

katarzyna.zakowska@gfk.com