

# GfK Current Consumer Mood

## Dynamika zachowań konsumentów

Jak obecna sytuacja ekonomiczna i polityczna wpływa na nastroje Polaków?

Jakie są ich największe obawy?

Jak obecna sytuacja przełoży się na zachowania i wybory konsumentów?

Czy i jakich oszczędności będziemy dokonywać?

Jak bardzo zmieniły się zachowania konsumentów?



### Metodologia

- CAWI, N=500 wywiadów w pomiarze
- reprezentatywna próba Polaków z dostępem do Internetu w wieku 16+
- kwoty na: wiek, płeć, wlk miejscowości, region
- Okres marzec 2020 – październik 2023

### Ok. 60 slajdów opisujących

- wpływ bieżących wydarzeń na zachowania i postawy konsumentów, ich obawy, finanse i plany zakupowe
- wybrane dane w trendzie od marca 2020, jak i pytania odp. na bieżące wyzwania

▶ [Zobacz skrót raportu](#)

▶ [Poznaj ofertę naszych innych raportów](#)

## W naszym badaniu koncentrujemy się na:



**Nastroje Polaków** względem finansów, gospodarki, życia, inflacji, wojny na Ukrainie – wybrane postawy w porównaniu do okresu sprzed epidemii



**Postawy wobec oszczędzania i minimalizowania wydatków** oraz przyjmowane strategie oszczędzania; podwyżki cen w kategoriach - najbardziej odczuwalne oraz obawy



**Plany zakupowe** – dobra FMCG, trwałego użytku, usługi i inne



**Sytuacja finansowa gospodarstwa domowego** – subiektywna ocena, jak i fakty odnośnie oszczędności, zakupów ratalnych, kredytu itp.



**GfK Sustainability Index** – cyfrowa miara troski o środowisko



Zapraszamy do kontaktu.  
Dominika Grusznic-Drobińska  
Director  
[dominika.grusznic@gfk.com](mailto:dominika.grusznic@gfk.com)