

W listopadzie mniej klientów w sklepach. W drogeriach i dyskontach spadki najmniejsze

data aktualizacji: 2021.12.01



W pierwszych trzech tygodniach listopada 2021 liczba klientów w sklepach wszystkich formatów była o 31,4 proc. mniejsza niż 2 lata wcześniej, czyli przed pandemią. Najmniej spadki wizyt w sklepach odczuły dyskonty i drogerie.

Jak wynika z raportu firmy technologicznej Proxi.cloud i UCE Research, liczba wizyt w sklepach spadła o prawie 27 proc. Zmiana ta dotyczy pierwszych trzech tygodni listopada 2021 roku w porównaniu z analogicznym okresem sprzed dwóch lat. W tym samym czasie liczba klientów wszystkich formatów zmniejszyła się o około 31 proc. To mniejsze spadki niż w 2020 roku względem 2019 roku. Ostatnio na najmniejszym minusie znalazły się dyskonty, a na największym - sieci typu convenience. Natomiast wizyty wg godziny rozkładają się bardzo podobnie w analizowanych okresach. Wyjątkiem jest ubiegły rok.

Raport opiera się na analizie zachowań ponad miliona konsumentów, którzy odbyli łącznie ok. 8,3 mln wizyt w prawie 9,4 tys. placówek handlowych pierwszej potrzeby. Z zebranych danych wynika, że w trzech pierwszych tygodniach listopada 2021 ruch w sklepach wszystkich formatów był o 26,8 proc. mniejszy niż dwa lata wcześniej. Z kolei w analogicznym okresie 2020 roku spadek względem

2019 roku wyniósł aż 43,4 proc.

*- Mniejszy spadek wizyt w listopadzie 2021 roku spowodowany jest na pewno dużym rozluźnieniem samego społeczeństwa. Obecnie konsumenci mniej boją się pandemii i wirusa niż przed rokiem. W listopadzie ub.r. trwał lockdown, co miało również duży wpływ na aktywność Polaków. Nie wychodzili oni tak często z domu, ponieważ wiele miejsc było zwyczajnie zamkniętych. W efekcie spadła liczba zakupów robionych przy okazji - komentuje **Mateusz Chołuj**, współautor badania z firmy technologicznej Proxi.cloud.*

Patrząc na szczegółowe dane, widać, że **wszystkie formaty odnotowały w pierwszych trzech tygodniach listopada 2021 roku spadek liczby wizyt względem analogicznego okresu z 2019 roku**. Najmniejszy dotyczy dyskontów (-20,4 proc.). Dalej w zestawieniu są supermarkety (-27,2 proc.), **drogerie (-31,7 proc.)**, hipermarkety (-31,8 proc.) i hurtownie (-34,7 proc.). Natomiast na największym minusie są sieci convenience (-45,1 proc.).

*- Pozycja dyskontów wynika z kilku czynników. Po pierwsze, one przyciągają atrakcyjną ceną. To format, który obok wybranych hipermarketów, jest w stanie walczyć z inflacją. Po drugie, tam nigdy nie ma wielkiego tłoku, bo jest szybka obsługa i krócej trwa wybór towaru. Po trzecie, sklepy te oferują asortyment codzienny. Klient idzie na zakupy nie jak po luksus, tylko po to, co jest mu rzeczywiście potrzebne - mówi **dr Andrzej Maria Faliński**, wiceprezes Stowarzyszenia Forum Dialogu Gospodarczego.*

W pierwszych trzech tygodniach listopada 2021 **liczba klientów w sklepach wszystkich formatów była o 31,4 proc. mniejsza niż 2 lata wcześniej**. Natomiast w analogicznym okresie 2020 roku spadek rok do roku wyniósł 34,5 proc.. Mateusz Chołuj zaznacza, że w tym roku widać powrót kupujących do sklepów, ale jest on nadal ograniczony przez wzrost liczby osób zakażonych koronawirusem. W listopadzie bieżącego i ubiegłego roku tysiące Polaków nie mogły wyjść z domów ze względu na kwarantannę. Jednocześnie coraz popularniejsze stało się robienie zakupów spożywczych przez Internet.

*- Obawy o własne bezpieczeństwo zdrowotne skłoniły Polaków do wyraźnego ograniczania wizyt w sklepach w 2020 roku, przy czym koszyk zakupowy stał się bardziej złożony niż w 2019 roku. Większy spadek liczby klientów w 2020 roku niż w 2021 roku jest wyrazem swoistego przyzwyczajenia się do życia w warunkach pandemii. Prawdopodobnie część konsumentów uznała, że szczepienia i obowiązek noszenia maseczek w pomieszczeniach zamkniętych oraz w środkach transportu chronią przed zakażeniem i ciężkim przebiegiem choroby - wyjaśnia **dr Urszula Kłosiewicz-Górecka** z Polskiego Instytutu Ekonomicznego.*

We wszystkich formatach sklepów w pierwszych trzech tygodniach listopada 2021 roku **spadła także liczba klientów względem analogicznego okresu 2019 roku**. Najmniej odczuły to dyskonty (-24,5 proc.). Potem były **drogerie (-27,9%)**, hipermarkety (-30,9 proc.), hurtownie (-39,4 proc.) i supermarkety (-40,9 proc.). Natomiast na końcu zestawienia znalazły się sieci typu convenience (-44,8 proc.).

- Pozycja drogerii wynika przede wszystkim z oferowanego asortymentu, tzn. środków higienicznych i sanitarnych. Natomiast sieci typu convenience oferują okazjonalne zakupy uzupełniające. Ten segment bardzo się zmienił. Ludzie chodzą tam, kiedy muszą coś dokupić. Ewentualnie nie chcą w tłoku stać i czekać po wózek w innym formacie. Moim zdaniem, convenience utrzyma obroty - dodaje dr Faliński.

Z kolei wizyty według godzin rozkładają się bardzo podobnie w analizowanych okresach. Wyjątek stanowi 2020 rok. Wówczas był mniejszy ruch od 10.00 do 12.00. Jak stwierdza Adam Grochowski,

analitik z Proxi.cloud, było to związane z wprowadzeniem przez rząd tzw. godzin dla seniorów. Widać więc, że odgórne regulacje wymusiły konieczność zmian w planowaniu zakupów.

- Godziny dla seniorów spowodowały spadek wartości sprzedaży detalicznej realizowanej w tym okresie. Koszyk zakupów starszych klientów był stosunkowo niewielki, zwłaszcza że byli oni zaopatrywani w potrzebne artykuły również przez rodziny. Natomiast inne osoby nie mogły w tym okresie dokonać zakupów w sklepach stacjonarnych. Dotknęło to zwłaszcza wielkopowierzchniowe obiekty handlowe, których seniorzy szczególnie unikali - podkreśla ekspert z PIE.

Z badania wiemy też o częstotliwości wizyt klientów. W każdym analizowanym okresie konsumenci najczęściej decydowali się na zakupy 3 lub więcej razy. W pierwszych trzech tygodniach listopada 2019 roku zrobiło tak 48 proc. badanych, rok później - 41 proc., a ostatnio - 47 proc.

- W 2020 roku część osób ograniczyła wizyty w sklepach na rzecz rzadszych, ale większych zakupów oraz transakcji online. Bardzo zbliżone dane z 2019 roku i 2021 roku to wynik w pewnym zakresie powrotu do dotychczasowych zachowań klientów - podsumowuje dr Kłosiewicz-Górecka.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/w-listopadzie-mniej-klientow-w-sklepach-w-drogeria,68849>