



HANDEL DETALICZNY PRODUKTAMI FOOD TO GO W POLSCE 2023

ANALIZA RYNKU I PROGNOZY ROZWOJU NA LATA 2023-2028

WPŁYW INFLACJI I WOJNY W UKRAINIE

Opis raportu



Konsument przy wyborze miejsca zakupu produktów food-to-go może kierować się różnymi kryteriami. Jak wynika z przeprowadzonego przez nas badania, **najważniejszymi czynnikami kształtującymi decyzje konsumenckie są te o profilu ekonomicznym:**

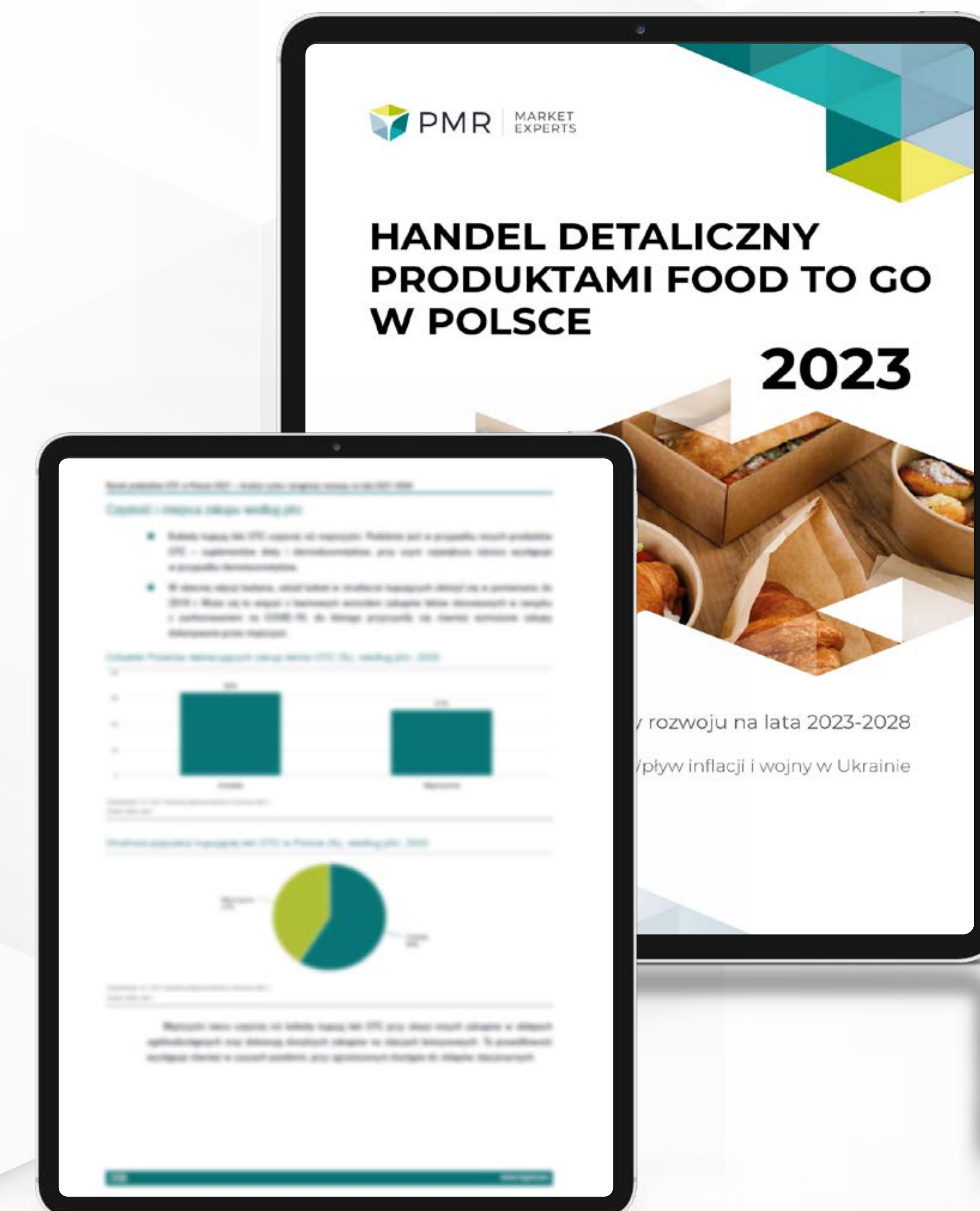
- korzystna oferta cenowa sklepu,
- oferowane promocje i zniżki.

Sprzedaż w dyskontach spożywczych, z racji dużych sieci sklepów oraz wysokiej odwiedzalności, wciąż odpowiada za największą część detalicznego rynku produktów food-to-go.

Wydatki konsumenckie na produkty food-to-go będą w najbliższym czasie pod silnym wpływem inflacji, choć według naszych prognoz, ceny produktów food-to-go będą rosły wolniej niż ceny ogółem. Wysoka inflacja wpłynie ograniczająco na rynek produktów food-to-go w Polsce. Choć z jednej strony będzie skutkowała wzrostem cen tych produktów, dzięki czemu zwiększy się nominalna wartość rynku, to z drugiej ograniczy jego realny wzrost m.in. poprzez coraz mniejszą siłę nabywczą Polaków.

Kompletną analizę wraz z prognozami rozwoju można znaleźć w najnowszym raporcie PMR [„Handel detaliczny produktami food to go w Polsce 2023”](#).

Raport obejmuje szczegółową i kompleksową analizę polskiego rynku detalicznego produktów food-to-go z uwzględnieniem podziału na kanały sprzedaży: sieci dyskontów spożywczych, sieci sklepów convenience, sprzedaży w conceptach handlowych i gastronomicznych na stacjach benzynowych, sklepach piekarniczo-ciastkarskich.



Szczegóły na temat raportu

Główny cel

Kompleksowa analiza rynku detalicznego produktów food-to-go w Polsce oraz przedstawienie prognoz jego rozwoju.

Cele dodatkowe:

- szczegółowa analiza kanałów sprzedaży produktów food-to-go oraz przedstawienie prognoz ich rozwoju
- szczegółowa analiza poszczególnych kategorii produktów food-to-go, w tym: segmentu ready-to-eat (uwzględniającego dania na ciepło przygotowywane w miejscu zakupu, napoje przygotowywane w miejscu zakupu, przekąski) oraz ready-to-serve (dania gotowe chłodzone i półkowe)
- przedstawienie kluczowych czynników i trendów na rynku produktów food-to-go (makroekonomicznych, popytowych, podażowych, technologicznych, prawnych)
- przedstawienie wartości poszczególnych kategorii produktowych – łącznie w badaniu analizowanych jest 29 kategorii produktowych, z informacjami o profilu socjodemograficznym kupujących oraz miejscu zakupu
- przedstawienie i analiza zachowań konsumentów kupujących produkty food-to-go.

Jakie informacje zawiera raport?

- wartość rynku w latach 2019-2022 wraz z prognozami jego rozwoju do roku 2028
- struktura rynku w latach 2019-2022 wraz z prognozami rozwoju do roku 2028 w podziale na kanały sprzedaży i kategorie produktowe
- prognozy zmiany cen na rynku produktów food-to-go
- czynniki makroekonomiczne, demograficzne, popytowe, podażowe, prawne i technologiczne wpływające na rynek
- profil konsumenta kupującego produkty food-to-go
- profil osoby, która nie kupuje produktów typu ready-to-eat (dania na ciepło przygotowywane w miejscu zakupu, napoje przygotowywane w miejscu zakupu, niepakowane słodkie i słone przekąski piekarnicze) lub ready-to-serve (dania gotowe, chłodzone i półkowe) oraz blokery decyzji zakupowych
- główni gracze na detalicznym rynku produktów food-to-go

Zakres rzeczowy i przedmiotowy

Zakres czasowy:..... Lata 2019-2022

Perspektywa prognoz:..... Lata 2023-2028

Zakres przestrzenny:..... Polska

PROFIL KONSUMENTA

Profil kupującego produkty food-to-go w tym. m.in.:

- zakupy produktów food-to-go:
 - spontaniczność zakupów
 - częstotliwość zakupów
 - powody zakupów
 - powody niekupowania produktów z danego segmentu
- rodzaje kupowanych produktów food-to-go
- zwyczaje dotyczące zakupu produktów food-to-go

ZAKRES RZECZOWY

- produkty food-to-go
- segment ready-to-eat
- segment ready-to-serve

ZAKRES PRZEDMIOTOWY

- wartość rynku
- struktura całkowitej wartości rynku w podziale na kanały sprzedaży (sieci dyskontów spożywczych, sieci sklepów convenience, sprzedaży w conceptach handlowych i gastronomicznych na stacjach benzynowych, sklepach piekarniczo-ciastkarskich)
- prognozy dla całego rynku oraz dla kanałów sprzedaży
- prognozy dla segmentów produktowych: ready-to-eat oraz ready-to-serve



Dodatkowe informacje o raporcie

PROGNOZY

Na potrzeby raportu sporządzono długoterminowe prognozy rozwoju rynku z wykorzystaniem modeli ekonometrycznych oraz 10 letnich szeregów czasowych. Prognozy obejmują okres 2023-2028. Rok 2022 to estymacje PMR w oparciu o dane wstępne dla niektórych wskaźników i ich odczyty z rynku za pierwsze III kw. 2022 r.

Oprócz prognoz dla wartości rynku, kanałów sprzedaży i kategorii, raport zawiera również prognozy wybranych wskaźników makroekonomicznych, w tym:

- PKB per capita oraz realna dynamika PKB
- inflacja CPI oraz cen produktów food-to-go
- średnioroczna stopa bezrobocia BAEL oraz realna dynamika przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w Polsce
- Realna dynamika dochodu rozporządzalnego gospodarstw domowych w Polsce oraz konsumpcji prywatnej
- liczba rezydentów w Polsce oraz udziały poszczególnych grup demograficznych

KORZYŚCI Z ZAKUPU RAPORTU

Raport odpowiada m.in. na następujące pytania:

- Ile wart jest rynek produktów food-to-go w Polsce?
- Jakie są dominujące trendy na rynku produktów food-to-go?
- W jaki sposób wojna w Ukrainie i inflacja wpływają na rynek produktów food-to-go w Polsce?
- Jaka jest realna dynamika rynku produktów food-to-go?
- Jakie czynniki wpływają na rynek produktów food-to-go?

Wraz z raportem otrzymają Państwo najważniejsze dane do samodzielnej agregacji w arkuszu Excel.



Królewska 57
30-081 Kraków



+48 12 340 51 30



sales@pmrcorporate.com
www.pmrmarketexperts.com



PMR | MARKET
EXPERTS

Więcej informacji



Anna Bukowska

Business Development Manager

anna.bukowska@pmrcorporate.com

tel.: +48 605 834 000