

Polacy więcej zapłacą za kolację wigilijną. Większość produktów zdrożała, niektóre nawet o 50 proc.

data aktualizacji: 2018.12.20



Od ub. roku zdrożało 21 z 41 porównywanych produktów na Wigilię. Największy wzrost ceny - i to o 50 proc. - zanotował mak. Cebula podrożała o 39 proc., a mąka pszenna - o 32 proc. Z drugiej strony 19 artykułów jest tańszych, m.in. jabłka - o 38 proc., a także wybrane jajka - o 15 proc.

Między sieciami są też duże rozbieżności w cenach grzybów. Dlatego warto obejrzeć je w kilku sklepach i ocenić ich jakość. Trzeba również dodać, że średni koszt zakupu analizowanych artykułów wzrósł od 2017 roku o blisko 4 proc. Różnica między poprzednim i tegorocznym najdroższym koszykiem wynosi nieco powyżej 1 proc. Ale najtańszy obecnie zestaw artykułów jest droższy od zeszłorocznego o ponad 10 proc. Tym razem najmniej można wydać w Biedronce, a najwięcej - w Piotrze i Pawle.

Z analizy porównawczej Instytutu Badawczego ABR SESTA i Hiper-Com Poland wynika, że średni koszt zakupu identycznych produktów na Wigilię w ub. roku wyniósł 287,95 zł, a tym razem - 298,37 zł. To w zasadzie niewielki wzrost, bo zaledwie na poziomie 3,6 proc., ale na poszczególnych towarach wygląda to dużo gorzej. Zdaniem ekspertów, na podwyżki nie wpłynęła też inflacja. Większe znaczenie miały warunki pogodowe, które bezpośrednio przełożyły się na ceny sporej części artykułów. Specjaliści przewidują, że jednak dla Polaków nadchodzące święta mogą być zauważalnie droższe. Dlatego na przedświątecznych zakupach warto zwracać uwagę na poszczególne ceny.

- Różnica między najdroższym koszykiem, jaki w tym roku zanotowano w Piotrze i Pawle - 350,77 zł, a tym z poprzedniego roku - Hipermarket Tesco - 347,08 zł, wynosi 3,69 zł, czyli 1,1 proc. Trzeba jednak wyjaśnić, że obecnie najkosztowniejszy zestaw artykułów jest o 31 proc. droższy od najtańszego. Natomiast w ub. roku rozbieżność sięgnęła aż 43 proc. I z tego tak naprawdę wynika niewielkie odchylenie na ww. poziomie - informuje Julita Pryzmont, Business Development Manager Hiper-com Poland.

Z kolei różnica pomiędzy najtańszym koszykiem z poprzedniego i z tego roku wynosi aż 24,76 zł, czyli 10,2 proc. Jest to związane z bardzo niską ceną, jaką odnotował Aldi w 2017 roku - 242,09 zł. Następnym po nim zestawem produktów był droższy w Lidlu aż o 24,53 zł. A tym razem najlepszy wynik - 266,85 zł, który w całym rankingu ma Biedronka, różni się tylko o 48 groszy od wartości odnotowanej w kolejnej sieci. Drugie miejsce zajęła teraz Mila. Zatem wysoki wzrost jest wyłącznie efektem wyjątkowo taniego zestawu produktów zeszłorocznego lidera, czyli Aldi.

- Największy spadek średniej wartości koszyka - o 55,71 zł, czyli o ponad 16 proc. - zanotował Hipermarket Tesco. Poprzednio miał 18. miejsce w rankingu, a teraz - 9. Ta sieć ma dużą przewagę nad innymi, mniejszymi sklepami. Szerokość asortymentu przyciąga klientów, którzy są skłonni kupować wyższej jakości produkty na święta. Dzięki temu mogłaby sprzedawać drożej swoje produkty. Ale oferując przystępne ceny, zyskuje w oczach klientów, a za tym idą przecież wyższe obroty - komentuje Sebastian Starzyński, prezes Instytutu Badawczego ABR SESTA.

Supermarkety obecnie walczą o lepsze postrzeżenie cenowe wśród klientów. I zapewne dlatego niektóre z nich również zdecydowały się na obniżenie cen. I tak Mila z 9. miejsca w zeszłorocznym rankingu powędrowała na 2. Tym samym odnotowała spadek wartości koszyka o 6 proc. Natomiast w Polomarkecie jest taniej o 3,7 proc. Sieć, która poprzednio była na 13. pozycji, teraz ma 7. lokatę.

- Tymczasem największy wzrost średniej ceny koszyka, czyli o ponad 22 proc., odnotował Piotr i Paweł. W ub. roku miał 11. pozycję, a teraz - 18. Można to wyjaśnić w ten sposób, że po kilku latach próby walki z wizerunkiem sieci delikatesowej ten supermarket nie może teraz konkurować cenowo z innymi sklepami. Z kolei spadek w rankingu Simply Market - i to aż o 11 miejsc - ma związek z ceną grzybów suszonych, które są tam najdroższe ze wszystkich badanych sklepów - dodaje Julita Pryzmont.

I tak w tym roku znów najtańszy okazał się dyskont. Tego typu sieć ma węższy asortyment niż wielkopowierzchniowe placówki. Mniej kosztuje ją utrzymanie sklepu oraz magazynu w porównaniu do tego, co muszą zainwestować konkurenci. Dlatego m.in. Biedronka ma szansę lepiej wypaść w takim rankingu. Co ciekawe, tym razem najdroższy jest supermarket, a nie - jak w zeszłym roku - hipermarket.

- Ze wszystkich produktów największy wzrost ceny - aż o 50 proc. - zanotował mak sypki 1kg. Cebula zwykła żółta nieobrana 1 kg luz podrożała o 39 proc., a mąka pszenna zwykła typ 400-650 1 kg - o 32 proc. Biorąc pod uwagę potrawy, jakie Polacy tradycyjnie przygotowują na Wigilię, różnice w zakupie maku i mąki mogą być szczególnie istotne. Niestety, podwyżki są jak najbardziej uzasadnione ze względu na znaczne straty plonów, które były wynikiem tegorocznej suszy. Można zaryzykować stwierdzenie, że święta w tym roku będą droższe przez efekt cieplarniany - alarmuje prezes Starzyński.

Ale są też pozytywne niespodzianki. Niektóre produkty są tańsze niż w zeszłym roku. Najbardziej spadły ceny jabłek 1 kg luz. Różnica wynosi 38 proc. I w tym wypadku również znaczenie miały warunki pogodowe. Wiosną 2017 roku mocny spadek temperatur przełożył się na słabsze zbiory. W tym roku nie było już takich przymrozków, zatem zebrano więcej owoców i ich wartość obniżyła się. Trzeba też dodać, że teraz mamy o 15 proc. tańsze jajka typ 3 rozmiar M 10 sztuk. W połowie

października ub. ich cena wzrosła, a w tym roku nie było zimowej podwyżki. Może ona jeszcze nastąpić, lecz nie musi. Koszty ponoszone przez producentów są wyższe ze względu na ogrzewanie, ale z drugiej strony niweluje je większa produkcja.

- Ważnym składnikiem kilku wigilijnych potraw są też grzyby. Ich ceny są bardzo zróżnicowane. Niewątpliwie te rozbieżności wynikają z jakości produktów dostępnych w sieciach. Ale sklepy mogą też chcieć realizować dodatkowe marże na artykułach, które są rzadko kupowane. Klienci nie orientują się dobrze w ich cenach i sprzedawcy mają szansę to wykorzystać. Sam towar również mocno wpływa na ranking cenowy sieci. Zatem konsumenci powinni przyjrzeć się wynikom i bacznie obserwować ceny, bo nieuważność i przedświąteczny pośpiech może ich sporo kosztować - ostrzega Julita Pryzmont.

Liderzy rankingu mają w swoich ofertach najtańsze grzyby w przeliczeniu na 100 g - Biedronka za 22,48 zł, a Mila za 19,95 zł. Tak niskie ceny dają obu sieciom dużą przewagę, gdyż ww. produkt stanowi ponad 24 proc. całego koszyka w ujęciu kosztu. Bez tego składnika Biedronka spadłaby w dół o 3 pozycje w całym zestawieniu, a Mila - o 7. Natomiast 4 inne sieci miałyby lepsze lokaty bez grzybów. Dla przykładu, Polomarket znalazłby się na 1. miejscu, a Intermarche - na 3. Z kolei Auchan i Simply Market poszłyby w górę o 6 pozycji.

Analiza została przeprowadzona przez Instytut Badawczy ABR SESTA i Hiper-Com Poland. Do porównania zostały wybrane dokładnie te same produkty co rok temu, czyli 41 pozycji potrzebnych do przygotowania wigilijnej kolacji dla typowej polskiej rodziny. Badanie zostało zrealizowane w dniach 10-12 grudnia 2018 roku w 36 placówkach, w 18 różnych sieciach handlowych i w 12 miastach.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/polacy-wiecej-zaplaca-za-kolacje-wigilijna-wiekszo,51479>