

Fast foody tracą przez zakaz handlu w niedziele

data aktualizacji: 2019.01.25



Wbrew przewidywaniom, sieci barów fast food nie korzystają na zakazie handlu w niedziele. W dni objęte zakazem młodzi konsumenci wybierają inne formy spędzania wolnego czasu, a jeśli idą do fast foodu, to raczej wybierają lokal wolnostojący niż działający na terenie centrum handlowego - wynika z analizy przygotowanej przez serwis MondayNews.

W niedziele handlowe placówki McDonald's i KFC odwiedza blisko 60% konsumentów w wieku od 18 do 34 lat, a w pozostałe - ponad 40%. Ale w niektórych miastach dysproporcje są większe. Najbardziej oblegane są lokale mieszczące się w dużych aglomeracjach. W dni bez handlu w KFC bywa nieco ponad 30% niedzielnych klientów tej sieci. W McDonald's ten odsetek wynosi prawie 45%. W wolnostojących lokalach obu sieci jest wtedy większy ruch niż w restauracjach znajdujących się w samych galeriach. Ponadto obiekty niedziałające w centrach handlowych są odwiedzane przez badanych w bardziej stabilny sposób niż te, które są w nich zlokalizowane. Warto też dodać, że nie ma sezonowych skoków ani spadków wizyt. Tak wynika z analizy przeprowadzonej przez firmę Proxi.cloud, która bazowała na obserwacji zachowań ponad 1,5 mln konsumentów.

Młodzi mają inne rozrywki

Jak podaje MondayNews, w dni bez handlu placówki McDonald's i KFC odwiedza ponad 41% młodych konsumentów, a w handlowe niedziele - 58,99%. W ocenie Adama Grochowskiego, analityka z firmy technologicznej Proxi.cloud, różnica na poziomie blisko 18 pp jest dość spora. Zdaniem eksperta, ona wyraźnie pokazuje negatywny wpływ zakazu handlu na działanie restauracji typu fast food, jak i samych galerii, w których one się znajdują.

- Takie restauracje lokuje się tam, gdzie mają szansę na duży ruch. Jeśli jedna z istotnych aktywności, jaką są zakupy, zostaje wyłączona, to wtedy drastycznie spada liczba odwiedzin w tych punktach, w których kupujący stanowią ważny udział. I to doskonale widać na przykładzie lokali usytuowanych w galeriach. Zatem wpływ zakazu handlu należy rozpatrywać dla każdej placówki osobno – komentuje Sebastian Starzyński, prezes Instytutu Badawczego ABR Sesta.

Największy ruch występuje w wielkomiejskich lokalach. Jak wyjaśnia Marcin Lenkiewicz, wiceprezes Grupy Mobilnej Qpony/Blix, w aglomeracjach jest sporo punktów gastronomicznych dostępnych w niedziele bez handlu. Może to wpływać na ogólne poczucie młodych osób, że te dni są nadal pełne atrakcji poza domem i dobre na spotkania ze znajomymi, m.in. w restauracjach z szybkim jedzeniem. Natomiast w mniejszych ośrodkach tego typu lokale występują zdecydowanie rzadziej. Dlatego też chęć wychodzenia z domu jest słabsza.

- W części dużych miast widać spore dysproporcje. W Kielcach w dni bez handlu przybywa do analizowanych restauracji 30,59% badanych, a w niedziele handlowe – 69,41%. W Rzeszowie odnotowaliśmy odpowiednio 31,50% i 68,50%, a w Katowicach – 35,18% oraz 64,82%. Mniejsze rozbieżności zaobserwowaliśmy w Warszawie, Łodzi, Poznaniu, Krakowie, Szczecinie, Gdańsku i we Wrocławiu. W tych ośrodkach średnie odchylenia są w proporcji od ok. 40% do niecałych 60%. Wpływ na to może mieć różny dostęp do rozrywek i sposób spędzania wolnego czasu przez mieszkańców – mówi ekspert z Proxi.cloud.

Galeria z zamkniętymi butikami jest martwa

Analiza wykazała również, że 44,65% klientów sieci McDonald's odwiedza restauracje w niedziele bez handlu. W KFC ten odsetek wynosi 30,73%. Według obserwacji Sebastiana Starzyńskiego, pierwsza z ww. firm posiada więcej placówek zlokalizowanych poza galeriami. Dlatego w te dni notuje w analizowanych miastach mniejsze spadki liczby odwiedzin niż badana konkurencja. Zatem to nie marka, lecz lokalizacja punktów decyduje o tej statystyce.

- Nasze badanie wykazało, że w niedziele handlowe w McDonald's średnio bywa 55,35% niedzielnych klientów tej sieci, a KFC – 69,27%. Warto zauważyć, że Kentucky Fried Chicken ma większość swoich restauracji w centrach handlowych, przez co zdecydowanie więcej klientów bywa tam w dni wolne od zakazu sprzedaży. Tym samym sieć jest bardziej narażona na czynniki makroekonomiczne, związane z ograniczeniem handlu, niż jej konkurencja – dodaje Adam Grochowski.

Wyniki sieci McDonald's jasno pokazują, że młodzi konsumenci w bardziej stabilny sposób odwiedzają jej placówki wolnostojące niż te, które są zlokalizowane w galeriach. W 10 najbardziej uczęszczanych przyulicznych lokalach stosunek wizyt klientów w niedziele wolne od zakazu do ich obecności w dni z ograniczeniem sprzedaży jest dość wyrównany, tj. pomiędzy ok. 60% a 40%. Natomiast w restauracjach usytuowanych w centrach zakupowych występują duże wahania. Dla przykładu, obecność klientów spada z przeszło 90% w niedziele handlowe do ponad 5% w dni bez handlu. Dość podobnie wygląda sytuacja w KFC.

- Tak duże rozbieżności są oczywiście związane z ogólną liczbą odwiedzin galerii podczas niedziel bez handlu. Otwarte punkty gastronomiczne, kina czy nawet kręgielnie same nie są w stanie masowo przyciągać klientów. Zamknięte butiki naturalnie ograniczają ruch w tych placówkach. Osoby, które chcą zjeść szybki posiłek poza domem w dniu z zakazem sprzedaży, nie jadą tam specjalnie. Często chętniej wybierają inne miejsca – podkreśla ekspert z Grupy Mobilnej Qpony/Blix.

Fast food niewolnikiem ruchu w centrum handlowym

Z kolei Adam Grochowski zwraca uwagę na to, że konsumenci robiący zakupy w galeriach często spędzają tam całe popołudnia, co wręcz wymusza na nich konieczność zjedzenia posiłku na miejscu. Głównym beneficjentem takich przyzwyczajzeń Polaków jest branża gastronomiczna. Tymczasem restauracje wolnostojące przestają być swego rodzaju niewolnikiem ruchu w centrach handlowych.

Są bliżej potencjalnych klientów, którzy chcą kupować dania nawet bez konieczności wychodzenia z samochodów.

- Zarówno w McDonald's, jak i w KFC widać, że w restauracjach wolnostojących w niedziele bez handlu jest większy ruch niż w lokalach znajdujących się w centrach handlowych. Jest to związane z przyzwyczajeniem klientów do miejsc, w których przeważnie spędzają czas wolny. Polacy przywykli do wychodzenia z domów w weekendy. Chętnie jeżdżą wtedy do galerii. Gdy jest to możliwe, odwiedzają butik, niekoniecznie w związku z intencją zakupową. Przy okazji coś jedzą, korzystają z parkingów, a czasem wybierają się również do kina - stwierdza Andrzej Wierzchoń, senior sales manager z firmy TERRITORY Influence.

Można też zauważyć, że w całym okresie badawczym nie było drastycznych spadków lub skoków liczby odwiedzin w analizowanych restauracjach, np. w letnie czy zimowe dni. Ekspert z Proxi.cloud przypomina, że nie jest to branża sezonowa. Dlatego wizyty w lokalach rozkładają się mniej więcej proporcjonalnie przez cały rok. Wyjątkiem były pierwsze tygodnie po wprowadzeniu zakazu handlu. Wówczas w obu sieciach nastąpił duży wzrost i natychmiastowy, ogromny spadek ogólnej liczby odwiedzających.

Świat nie kończy się na zakupach i oglądaniu telewizji

- Polacy zwyczajnie nie mają zbyt dużej inwencji w zakresie spędzania czasu wolnego. Alternatywą dla galerii wciąż pozostaje siedzenie w domu przed telewizorem. Do momentu pojawienia się daleko idących zmian w sposobie myślenia, polegających na potrzebie przebywania w innym otoczeniu, m.in. w parku na spacerze czy w lesie na wyprawie rowerowej, nie będzie sezonowości odwiedzin. Jednak za kilka lat, wiosną i latem, podczas dobrej pogody, będzie widoczny spadek liczby wizyt w tego typu restauracjach - przewiduje Andrzej Wierzchoń.

Firma technologiczna Proxi.cloud poddała analizie 339 restauracji McDonald's i 136 lokali KFC. Badanie objęło okres od 4 marca do 30 grudnia 2018 roku. Łącznie przeanalizowano 20 niedziel handlowych i tyle samo bez handlu. Anonimowe dane zebrano za pośrednictwem tzw. geofencingów, czyli wirtualnych punktów na mapie. Po ich założeniu w obiektach rejestrowano liczbę użytkowników smartfonów wchodzących na dany teren i posiadających jedną z dostępnych na rynku aplikacji mobilnych agregujących promocje. Badani konsumenci pobierając ww. aplikacje, wyrazili zgodę na udostępnienie swojej lokalizacji.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/fast-foody-traca-przez-zakaz-handlu-w-niedziele,52073>