

Polacy przyspieszają zakupy. Spędzamy w sklepie średnio 15 minut mniej [BADANIE]

data aktualizacji: 2020.03.24



Niemal siedmiu na dziesięciu konsumentów robi krócej zakupy ze względu na rozwój epidemii koronawirusa w Polsce. Ponad 40 proc. respondentów wyraźnie zauważa, że ta czynność zajmuje nawet o 10-15 minut mniej niż dotychczas. Z kolei według ekspertów z branży, sieci handlowe mogłyby jeszcze bardziej usprawnić ten proces. Szansę na to przecież stwarzają nowe technologie udostępniające narzędzia prozakupowe oraz informacje o ofertach.

Z badania UCE Research, przeprowadzonego na zlecenie aplikacji i serwisu Ding.pl, wynika, że aż 69 proc. konsumentów w obliczu informacji o rozwoju koronawirusa w Polsce decyduje się krócej robić zakupy. Z kolei 15 proc. respondentów nie poświęca na to mniej czasu. Niektórzy nie potrafią tego określić – 12 proc. Nieliczni nie zwracają na to w ogóle uwagi – 4 proc.

- Lepiej pozostawać w domu, ale zakładając, że ludzie muszą robić zakupy, to starają się przebywać

w sklepie jak najkrócej. To bardzo racjonalne i oczywiste zachowanie. Jeżeli wiemy, że istnieje jakiś czynnik zwiększonego ryzyka, to staramy się go maksymalnie ograniczyć – komentuje dr **Tomasz Herudziński** z Katedry Socjologii Wydziału Socjologii i Pedagogiki SGGW w Warszawie.

Z kolei dr **Andrzej Maria Faliński**, prezes Stowarzyszenia Forum Dialogu Gospodarczego, podkreśla, że powód robienia krótszych zakupów jest oczywisty. To lęk przed dłuższą ekspozycją na innych ludzi, być może zarażonych wirusem. Ponadto mamy raczej zdefiniowane oczekiwania. Wiemy, co i dlaczego chcemy kupić na czas dłuższego pobytu w domu. Ekspert też dodaje, że teraz sięgamy przede wszystkim po towary podstawowe. Portfele nie są z gumy. Wyniki procentowe odpowiadają proporcjom ludzi zamożniejszych i mniej zasobnych finansowo.

- Blisko połowa respondentów odpowiedziała „raczej tak”. Tylko 22 proc. stwierdziło „zdecydowanie tak”. To może świadczyć o tym, że wśród Polaków jest pewien poziom wahania w tej kwestii. Jednak biorąc pod uwagę dominujące odpowiedzi, sprawa jest oczywista. Rodacy rozumieją, że należy ograniczać zarówno częstotliwość, jak i czas spędzany na zakupach. A to oznacza, że należy lepiej je planować – zaznacza **Karol Kamiński** z aplikacji i serwisu Ding.pl.

Z odpowiedzi ankietowanych wynika, że czas zakupów skrócił się głównie w zakresie od 5 do 20 min. (tj. 5-10 min. – 18 proc., 10-15 min. – 41 proc., 15-20 min. – 13 proc.). Natomiast 9 proc. badanych wskazało odpowiedź powyżej 20 minut, a 6 proc. – do 5 minut. Zdaniem prezesa Falińskiego, wynik minutowy to rzecz wtórna i zależna od wielkości oraz wyposażenia sklepu. W jednym trwa to dłużej, w innym – zazwyczaj w dyskoncie – krócej.

- Te wyniki są trudne do zinterpretowania, ponieważ nie wiemy, jak długo badani realizowali zakupy wcześniej oraz nie znamy szeregu zmiennych, które dodatkowo mogą wpływać na czas realizacji zakupów. Załóżmy hipotetycznie, że taka czynność zajmuje nieco ponad godzinę w dużym markecie. Jeśli ktoś skraca ten czas o 15 minut, to najprawdopodobniej realizuje to, co zazwyczaj, tylko stara się robić to szybciej – mówi dr Herudziński.

Natomiast Karol Kamiński stwierdza, że skrócenie dużych rodzinnych zakupów nawet o 15 minut jest zmianą wartą odnotowania. Po pierwsze, wbrew pozorom, to sporo czasu. Po drugie, już sam fakt przymusu, tj. krótszego oglądania i podejmowania decyzji, oznacza istotną zmianę w procesie zakupowym. Otwiera to pole do poczucia pewnego rodzaju niedosytu i dyskomfortu.

- Nowe technologie pomogłyby i przesunęły sprawę zakupu do różnych form sprzedaży zdalnej, usprawniłyby proces płacenia i liczenia towarów. Jednak to nie stanie się od razu, ponieważ mówimy o dość kosztownych rozwiązaniach, a ponadto konsumenta trzeba przekonać do ich stosowania. Szokowe wprowadzenie oznaczałoby zredukowanie sprzedaży ze względu na zaskoczenie i obawę – podkreśla prezes Stowarzyszenia Forum Dialogu Gospodarczego.

Zdaniem eksperta z Ding.pl, oczywistym kierunkiem wydaje się kanał e-commerce. Jednak obecnie trzeba czekać niemal 2-3 tygodnie na najbliższe terminy dostaw z polskich e-sklepów spożywczych. Rozwiązaniem są więc serwisy i aplikacje udostępniające narzędzia prozakupowe i informacje o ofertach sklepów, które wpisują się w nową strategię szybszych zakupów. Dzięki nim możemy skutecznie zapoznać się dostępnymi produktami zagregowanymi w e-gazetkach i zebrać je na wygodnych listach zakupowych.

- Stałe miejsca produktów w sklepie usprawniłyby proces zakupów. To nie wymaga nowych technologii, ale oznaczałoby zmianę praktyk marketingowych. Sieci zazwyczaj chcą, żebyśmy przeznaczali dużo czasu na zakupy i chodzili swobodnie między półkami. Wtedy jesteśmy zachęceni do kupna produktów, jakich wcześniej nie znaleźliśmy. To sprawia, że sięgamy też po towary, których nie planowaliśmy kupić, a tym samym spędzamy więcej czasu w sklepie – dodaje ekspert z SGGW.

Obecna sytuacja jest korzystna dla sklepów, co stwierdza dr Faliński. I zaznacza, że sprzedaż sięgnęła poziomów świątecznych, choć w innej strukturze asortymentowej. Teraz rzadziej wybierane są dobra luksusowe. Zdaniem eksperta, usprawnieniem zakupów byłoby zwiększenie liczby pracowników w obsłudze i wsparcie techniczne tam, gdzie to tylko możliwe. Warto też pomyśleć o odpowiednim ułożeniu towarów najbardziej potrzebnych oraz płynnym ich uzupełnieniu, co bywa bardzo trudne.

- Sieci handlowe mogłyby realnie wpłynąć na usprawnienia dla konsumentów. Ale nie jest im to na rękę, bo chodząc po sklepie można inspirować się kolejnymi produktami i robić zakupy niekoniecznie ograniczone do wcześniej zaplanowanej listy. Natomiast sytuacja jest na tyle poważna, że duże marki nie powinny zachęcać do dłuższego pozostawania w swoich placówkach. Wizerunkowo stanowiłoby to realne zagrożenie, więc decyzję postawiają samym konsumentom - podsumowuje Karol Kamiński.

Badanie przeprowadzono w dniach 11-14 marca br. na reprezentatywnej grupie 1002 dorosłych Polaków. W ankiecie wzięły udział wyłącznie te osoby, które robią zakupy regularnie, tj. przynajmniej raz w tygodniu. Działania były prowadzone w najbliższym otoczeniu dużych i średnich placówek handlowych na terenie 34 dużych miast oraz 14 średnich i mniejszych miejscowości.

źródło: MondayNews

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/polacy-przyspieszaja-zakupy-spedzamy-w-sklepie-sre,62105>