



## **RYNKI ŻYWNOŚCIOWE BARDZIEJ ODPORNE NA SYTUACJE KRYZYSOWE - komentarz do raportu „Zakupy świąteczne 2020”**

**W niedawno ogłoszonym raporcie pt. „Zakupy świąteczne 2020”, opisane zostały plany związane z wydatkami świątecznymi Polaków. Jest to bardzo interesujące opracowanie, które mówi wiele o naszych zachowaniach konsumpcyjnych, będąc jednocześnie swoistym barometrem bieżących nastrojów. Przedstawione wyniki należy analizować na pewno w szerszym kontekście odnosząc do całego roku 2020, w którym zmagamy się z konsekwencjami pandemii Covid-19.**

W bardzo dużym stopniu skutki pandemii dotyczą kwestii gospodarczych. Mniejsze wydatki na zakupy to przede wszystkim mniejsze konsumpcja, a ta w Polsce ma bardzo duży wpływ na kształtowanie produktu krajowego brutto. Według wstępnych szacunków GUS, produkt krajowy brutto Polski zmniejszył się realnie w III kwartale o 1,5% rok do roku<sup>1</sup>. Wyniki uzyskane w raporcie są zatem zbieżne z innymi badaniami dotyczącymi polskiej gospodarki.

Aby lepiej zrozumieć konsumentów, na pewno należy zastanowić się nad przyczynami ich zachowań. Tutaj raport dostarcza bardzo ciekawych informacji. Można zauważyć, że przyczyny przywołane w dokumencie dotyczą konsumenta (bądź też gospodarstwa domowego, w którym żyje) oraz jego otoczenia. Gdy przyjrzymy się im bliżej okazuje się, że dotyczą one ograniczeń związanych z obostrzeniami wprowadzonymi na skutek występowania pandemii (np. ograniczenie mobilności), a przede wszystkim w grę wchodzi tu czynniki przezornościowe.

### **Dlaczego mniej wydajemy?**

Wielu z nas zwyczajnie woli ograniczyć wydatki i powiększając tym samym oszczędności, przygotować się na niepewną przyszłość. Gorsza sytuacja finansowa gospodarstwa domowego była również wymieniana, jako powód zmniejszenia wydatków, jednak wskazywano ją rzadziej niż pozostałe przyczyny. To oznacza, że po ustaniu pandemii, gdy będziemy mogli powrócić do wielu naszych zachowań, może wystąpić uwolnienie zgromadzonych środków, które spowoduje przyspieszony wzrost konsumpcji, mówiąc kolokwialnie konsumpcja „ruszy z kopyta”. Należy też pamiętać, że potrzeby odkładane stają się coraz bardziej pilne, a to powoduje, że będziemy chcieli je zaspokoić kiedy tylko pojawi się okazja. Ta sytuacja stanowi duże wyzwanie dla wielu branż, które obecnie zmagają się ze zmniejszonym popytem, co wpływa na osłabienie ich kondycji. Z drugiej strony branże te muszą przygotować się na wzmożony popyt, który z pewnością nastąpi.

Zmniejszenie wydatków na święta szczególnie dotkliwe będzie dla branży handlowej, która w okresie listopada oraz grudnia notuje znaczący wzrost obrotów, co potwierdzają wieloletnie dane o dynamice sprzedaży detalicznej – te dwa miesiące dostarczają niemal 20% rocznej sprzedaży detalicznej. Po wzmożonych zakupach musimy dać „odpocząć”

<sup>1</sup> Wstępny szacunek produktu krajowego brutto w III kwartale 2020 r., <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rachunki-narodowe/kwartalne-rachunki-narodowe/wstepny-szacunek-produktu-krajowego-brutto-w-trzecim-kwartale-2020-roku,3,73.html>



domowym budżetom w styczniu, dlatego w tym miesiącu sprzedaż detaliczna spada po czym ponownie wzrasta w lutym, aby od marca osiągnąć „normalne” poziomy.

Nie chciałbym jednak abyśmy analizowali wyniki przedstawione w raporcie wyłącznie w ciemnych barwach. To oczywiste, że dla gospodarki rok 2020 jest trudny. Można jednak oczekiwać, że w tej chwili wiele gospodarstw domowych kumuluje środki, które przyczynią się do przyspieszonego wzrostu i odbicia gospodarki po ustaniu pandemii. Optymistyczny jest też fakt, że planowane zmniejszenie wydatków świątecznych w Polsce jest niższe niż w innych krajach, które były objęte badaniem.

### **Rynki żywnościowe bardziej odporne na sytuacje kryzysowe**

Wydział Ekonomiczny Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, zajmuje się głównie problemami sektora żywnościowego, dlatego zawsze staramy się zwracać uwagę, jak „nasza” branża zachowuje się na tle pozostałych. Produkty żywnościowe dotyczą najczęściej podstawowych potrzeb człowieka – głównie potrzeb fizjologicznych oraz potrzeb bezpieczeństwa. Z tego powodu, w sytuacjach trudnych, zakupy produktów żywnościowych ogranicza się w ostatniej kolejności. Takie prawidłowości potwierdzają się, gdy analizujemy dynamikę sprzedaży detalicznej. Kiedy w marcu tego roku wprowadzony został lockdown sprzedaż żywności, napojów i wyrobów tytoniowych<sup>2</sup> wzrosła o 10,2% w stosunku do lutego, podczas gdy pozostałe grupy produktowe zanotowały głęboki spadek (np. tekstylia, odzież, obuwie – spadek o 46,4%) lub, co najwyżej, minimalny wzrost (np. farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny – wzrost o około 1%). Te dane potwierdzają, że rynki żywnościowe są bardziej odporne na sytuacje kryzysowe.

Natomiast planowane mniejsze wydatki na żywność w okresie świątecznym, mogą wynikać z ograniczonych możliwości spotkań towarzyskich, które w polskiej tradycji wiążą się często ze spędzaniem czasu przy stole. Z drugiej strony może to wpłynąć na zmniejszenie marnowania żywności, które występowało do tej pory w okresie świątecznym, co niewątpliwie będzie zjawiskiem pozytywnym.

Na koniec trzeba też podkreślić, że Polacy chcą cieszyć się Świątami – wyniki raportu jednoznacznie wskazują, że w najmniejszym stopniu zamierzamy zmniejszyć wydatki na prezenty. Nadchodzące Święta na pewno będą różnić się od wcześniejszych, ale z całą pewnością mogą być radosne.

Dr Michał Gazdecki  
Wydział Ekonomiczny, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

---

<sup>2</sup> Główny Urząd Statystyczny podaje dane o dynamice sprzedaży detalicznej wg następujących kategorii produktowych: (1) pojazdy samochodowe, motocykle, części; (2) paliwa stałe, ciekłe i gazowe; (3) żywność, napoje i wyroby tytoniowe; (4) pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach; (5) farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny; (6) tekstylia, odzież, obuwie; (7) meble, rtv, agd; (8) prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach; (9) pozostałe