



Zakupy świąteczne

Wyniki badania TNS OBOP



Metodologia

Zakupy świąteczne

Metodologia

Badanie zrealizowane zostało:

- w ramach cyklicznego projektu Omnimas;
- w dniach 1-4 grudnia 2011 r.;
- na losowej, reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15 lat i więcej;
- techniką wywiadów bezpośrednich w domu respondenta;
- maksymalny błąd statystyczny wynosi $\pm 3\%$.





Wyniki badań

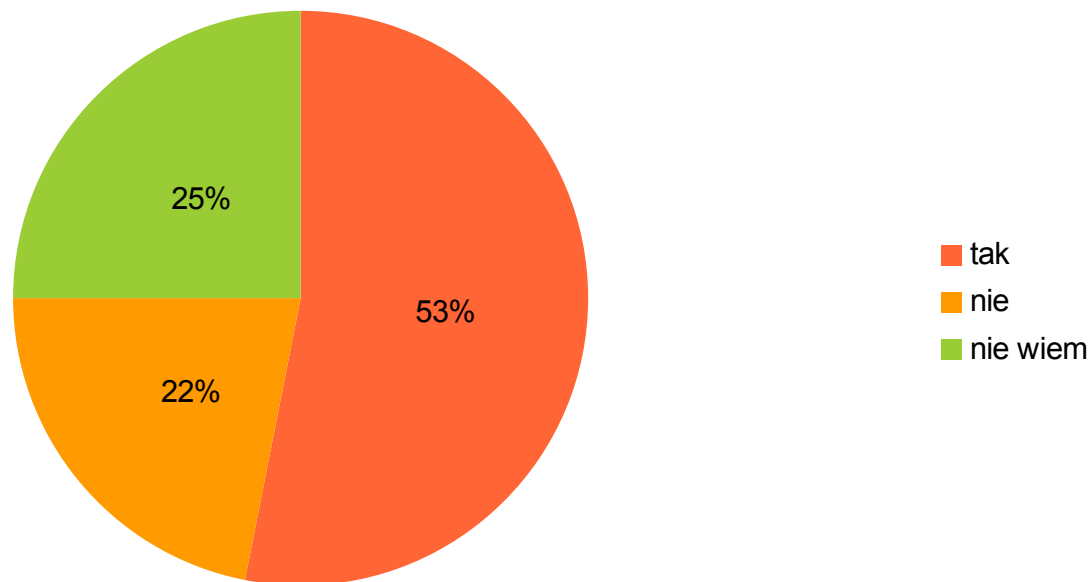
Zakupy świąteczne

Podsumowanie wyników

- Ponad połowa Polaków (53%) uważa, że produkty kupione podczas świątecznych promocji można reklamować na tych samych zasadach, co produkty kupione poza promocjami. Przeciwnego zdania jest jedna piąta badanych (22%), natomiast 25% ankietowanych nie ma opinii na ten temat.
- 37% ankietowanych twierdzi, że sklep ma obowiązek przyjąć zwrot towaru, który okazał się nietrafionym prezentem. Nieco mniej, bo 31% badanych, jest zdania, że zwrotu towaru można dokonać tylko jeśli sprzedawca poinformował wcześniej o takiej możliwości. 18% respondentów uważa, że sklep nie ma obowiązku przyjmowania zwrotu zakupionego artykułu.
- Polacy na ogół planują przedświąteczne zakupy, choć nie zawsze przygotowują listę tego co mają kupić, a jeśli już przygotowują listę, nie zawsze się jej ściśle trzymają. Badani częściej planują zakupy produktów spożywczych (92%) niż prezentów i dekoracji świątecznych (86%). Częściej również w przypadku tych pierwszych przygotowują listę zakupów (75% - produkty spożywcze, 60% - prezenty i dekoracje).
- Zdecydowana większość polskich gospodarstw domowych kupuje podczas świątecznych zakupów produkty w promocji. Nie robi tego tylko 6% badanych.

Świąteczne promocje a reklamacje

Czy uważa Pan/Pani, że produkty kupione podczas świątecznych promocji można reklamować na tych samych zasadach, co produkty kupione poza promocjami?

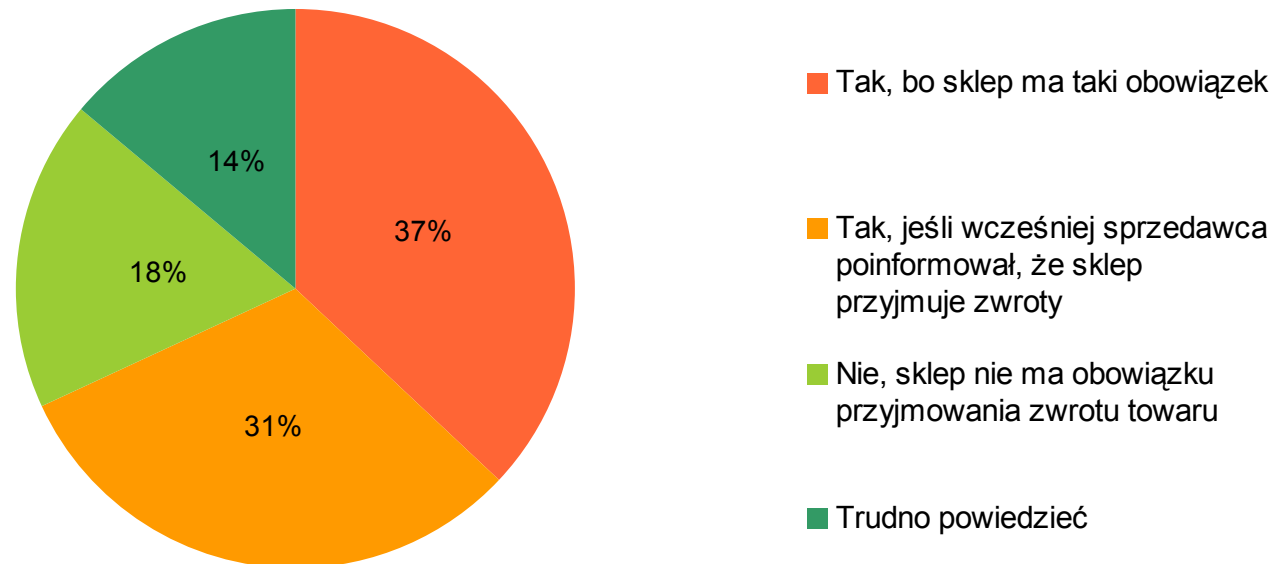


Świąteczne promocje a reklamacje

- Produkty kupione podczas świątecznych promocji można reklamować na tych samych zasadach, co produkty kupione poza promocjami – ponad połowa Polaków (53%) zgadza się z tym stwierdzeniem.
- Jedna piąta badanych (22%) jest przeciwnego zdania, natomiast 25% ankietowanych nie ma opinii na ten temat.

Nietrafione prezenty

Czy Pana/Pani zdaniem sklep musi przyjąć zwrot towaru, który okazał się nietrafionym prezentem?

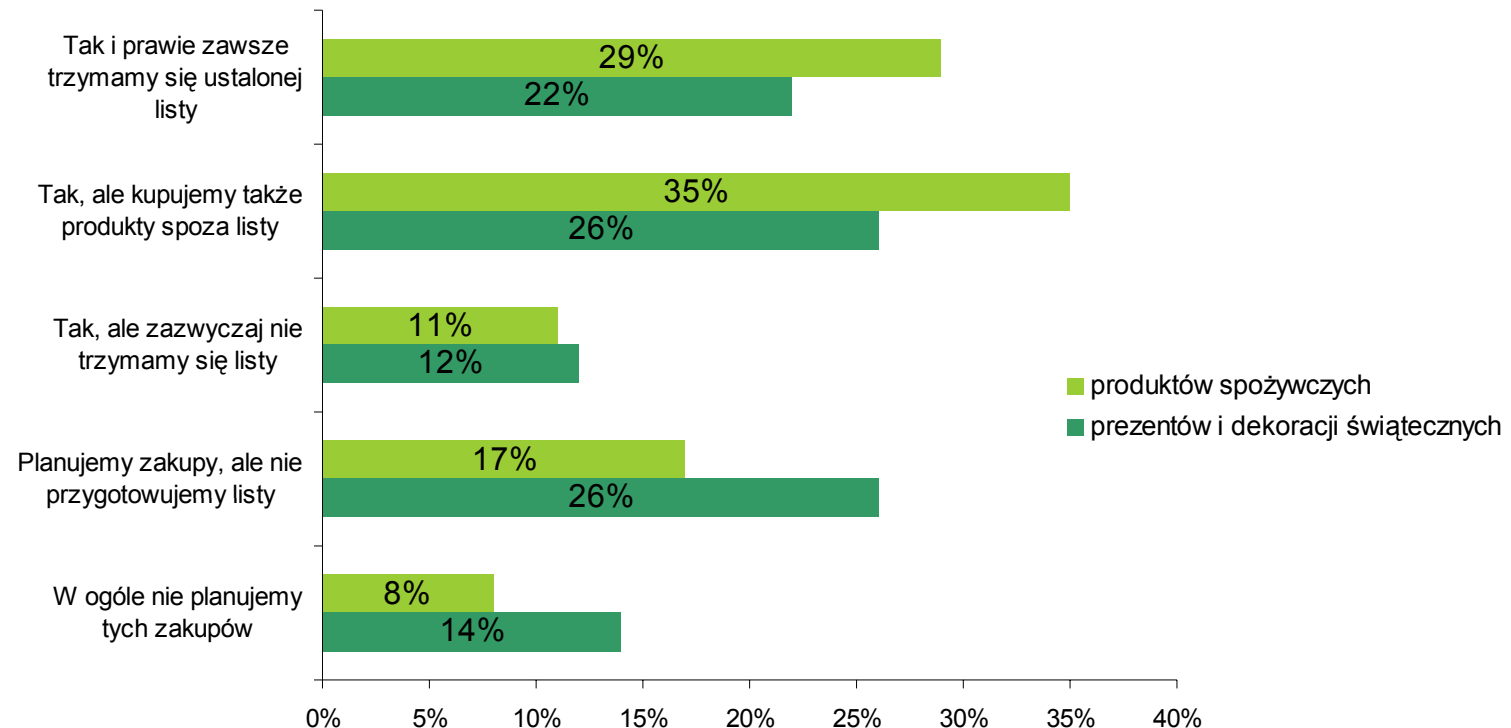


Nietrafione prezenty

- Dwóch na trzech Polaków (68%) uważa, że sklep musi przyjąć zwrot towaru, który okazał się nietrafionym prezentem – z czego 37% ankietowanych twierdzi, że sklep ma taki obowiązek, a 31% badanych jest zdania, że zwrotu towaru można dokonać tylko jeśli sprzedawca poinformował wcześniej o takiej możliwości.
- 18% respondentów uważa, że sklep nie ma obowiązku przyjmowania zwrotu towaru.

Planowanie świątecznych zakupów

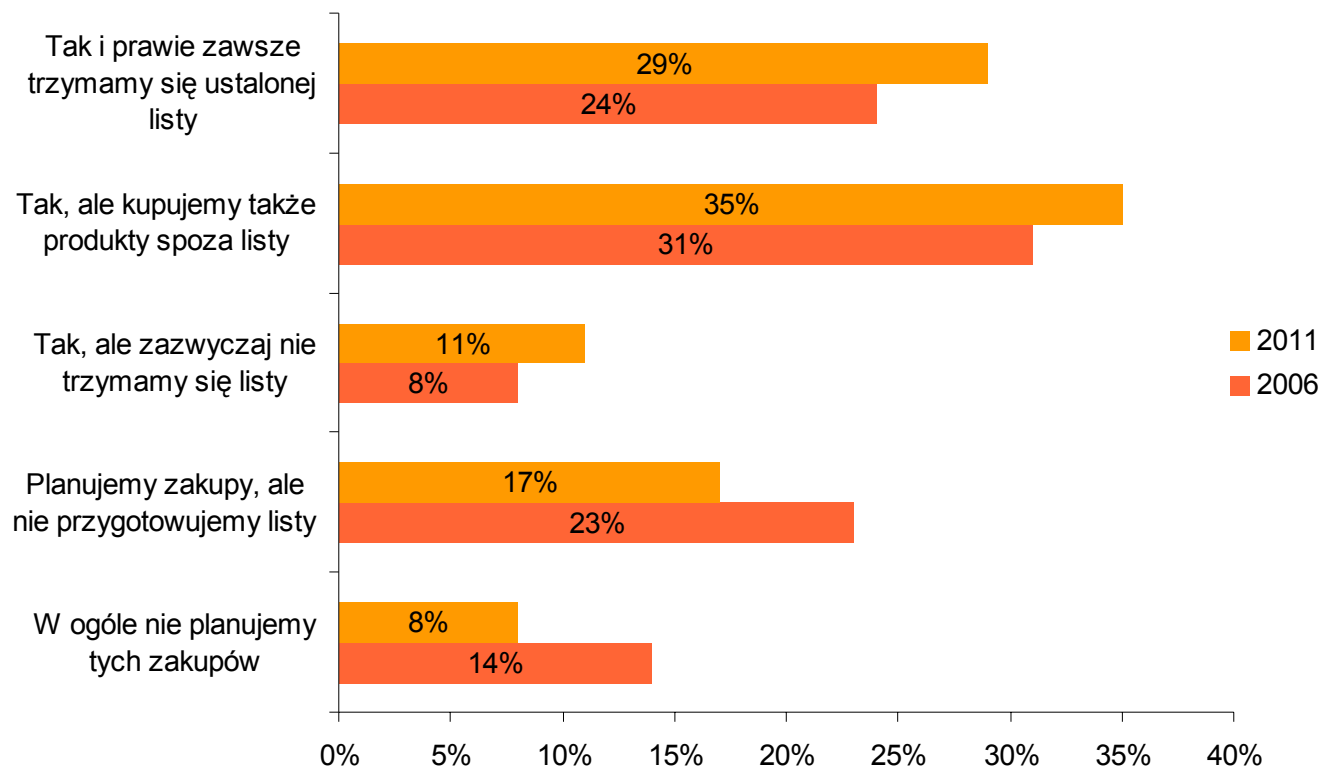
Czy, w Pana(i) gospodarstwie domowym, wcześniej planuje się zakupy świąteczne przygotowując listę zakupów, w przypadku...?



Planowanie świątecznych zakupów

Czy, w Pana(i) gospodarstwie domowym, wcześniej planuje się zakupy świąteczne przygotowując listę zakupów, w przypadku...?

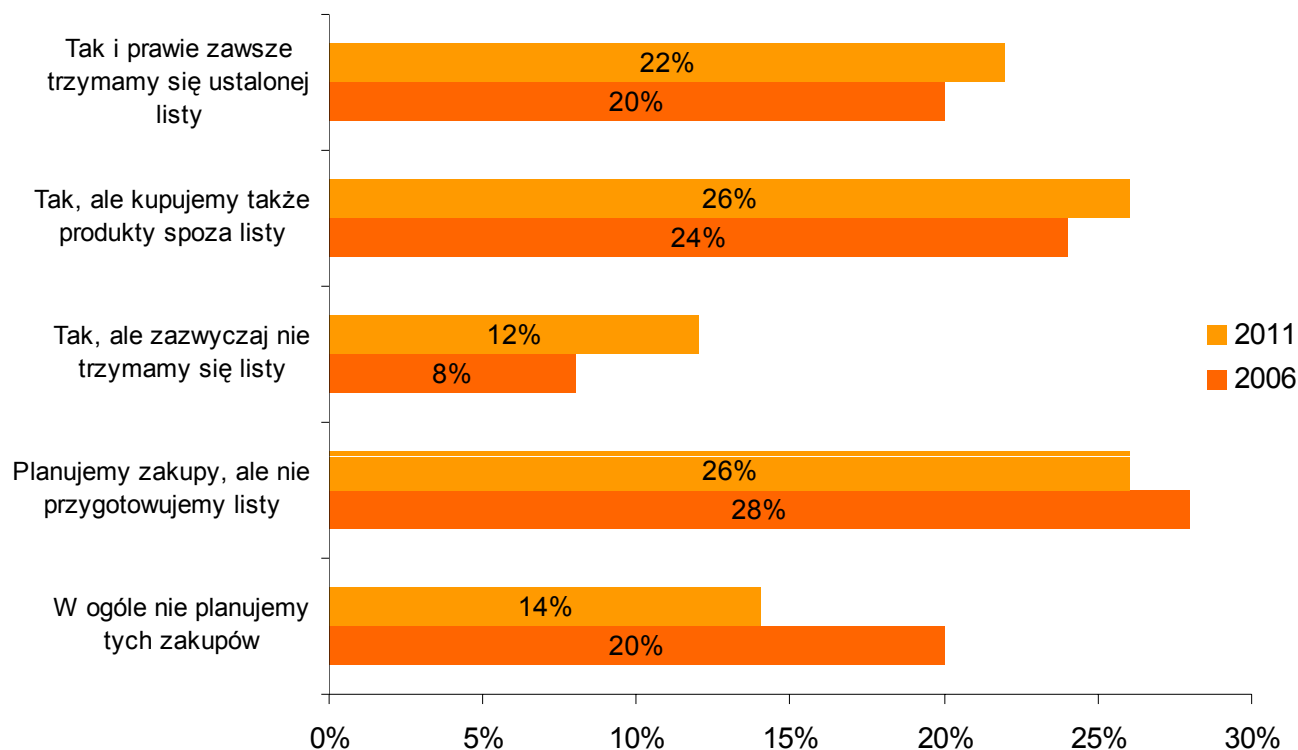
Produkty spożywcze



Planowanie świątecznych zakupów

Czy, w Pana(i) gospodarstwie domowym, wcześniej planuje się zakupy świąteczne przygotowując listę zakupów, w przypadku...?

Prezenty i dekoracje świąteczne



Planowanie świątecznych zakupów

- Polacy na ogół planują przedświąteczne zakupy, choć nie zawsze przygotowują listę tego co mają kupić, a jeśli już przygotowują listę, nie zawsze się jej ściśle trzymają.
- Badani częściej planują zakupy produktów spożywczych (92%) niż prezentów i dekoracji świątecznych (86%). Częściej również w przypadku tych pierwszych przygotowują listę zakupów (75% - produkty spożywcze, 60% - prezenty i dekoracje).
- W przypadku zakupów produktów spożywczych 29% ankietowanych przygotowuje listę i raczej nie kupuje artykułów spoza niej. Co trzecia rodzina (35%) przygotowuje co prawda listę, ale kupuje również inne produkty. 11% badanych przyznaje, że przygotowują listę, której później się jej nie trzyma, natomiast 17% gospodarstw domowych planuje przedświąteczne zakupy, ale nie przygotowuje listy. 8% respondentów w ogóle nie planuje tego typu zakupów.
- Jeśli chodzi o zakupy prezentów i dekoracji świątecznych to trzech na pięciu Polaków (60%) przyznaje, że w ich gospodarstwach domowych przygotowuje się listę zakupów – z czego 22% badanych trzyma się listy i nie kupuje produktów spoza niej, 26% respondentów kupuje również produkty nie znajdujące się na liście, a 12% ankietowanych w ogóle nie trzyma się przygotowanej wcześniej listy. Co czwarta rodzina (26%) planuje tego typu zakupy ale nie przygotowuje listy, natomiast 14% badanych w ogóle nie planuje tych zakupów.



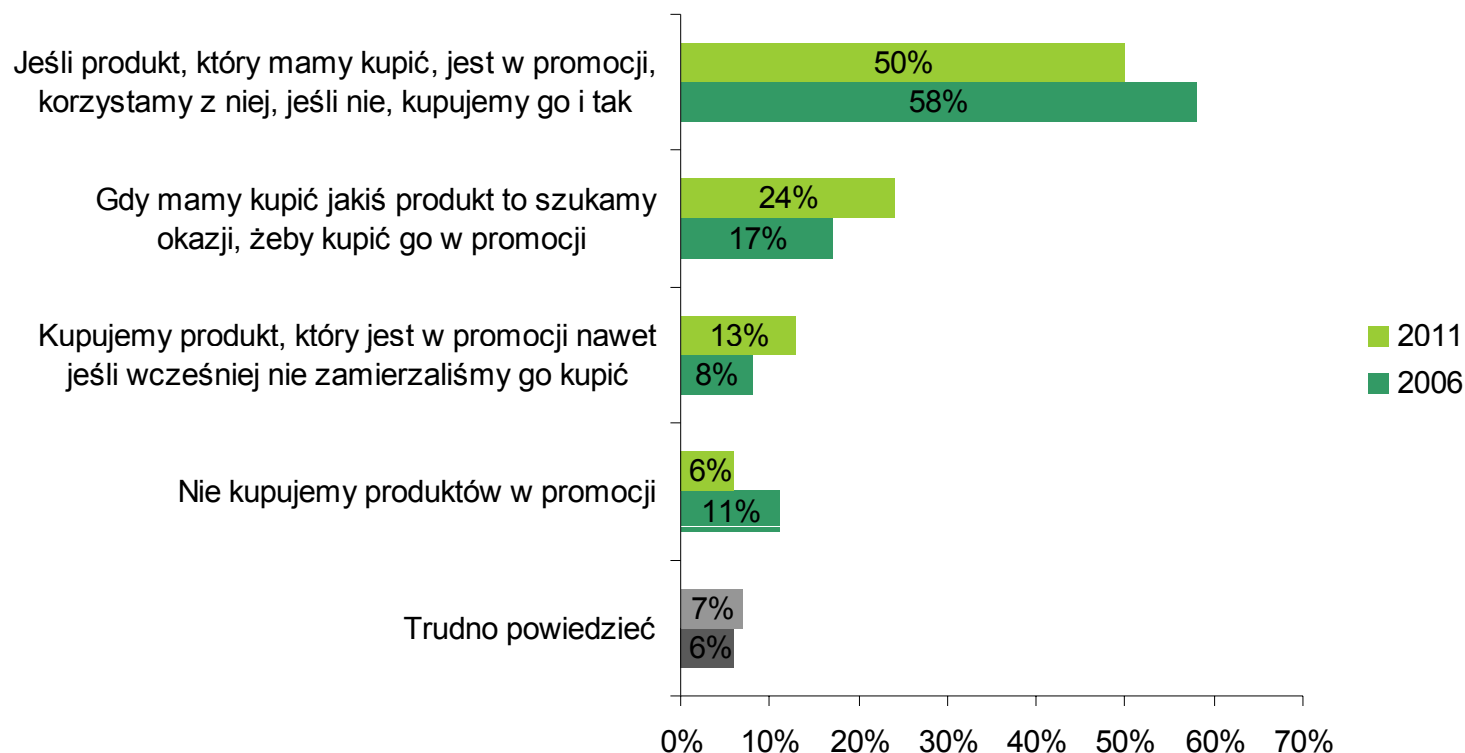
Planowanie świątecznych zakupów

- Porównując bieżące wyniki z wynikami badania przeprowadzonego w 2006 roku zanotowano wzrost odsetka badanych, którzy planują świąteczne zakupy zarówno w przypadku produktów spożywczych (86% do 92%), jak i prezentów oraz dekoracji świątecznych (80% do 86%).
- Więcej jest również gospodarstw domowych, w których przygotowuje się listę zakupów (produkty spożywcze – 63% do 75%, prezenty i dekoracje świąteczne – 52% do 60%).



Stosunek do promocji

Jak zazwyczaj postępuje się w Pana(i) gospodarstwie domowym podczas świątecznych zakupów?



Stosunek do promocji

- Zdecydowana większość polskich gospodarstw domowych kupuje podczas świątecznych zakupów produkty w promocji. Nie robi tego tylko 6% badanych.
- Połowa ankietowanych (50%) deklaruje, że kupuje produkty niezależnie od tego czy są, czy nie są objęte promocją.
- Co czwarty badany (24%) przyznaje, że gdy ma kupić jakiś produkt to szuka okazji, by kupić go w promocji.
- Produkty, które są w promocji kupuje, mimo, że wcześniej nie planowało takiego zakupu, 13% Polaków.
- W porównaniu do 2006 roku spadł odsetek ankietowanych, którzy w ogóle nie kupują produktów w promocji (z 11% do 6%). Spadł również odsetek Polaków, którzy deklarują postawę „jeśli produkt, który mamy kupić, jest w promocji, korzystamy z niej, jeśli nie, kupujemy go i tak” (z 58% do 50%). Wzrosły natomiast odsetki osób, które deklarują, że jeśli chcą kupić produkt to starają się znaleźć okazję i kupić go po promocyjnej cenie (z 17% do 24%) oraz tych, które przyznają, że zdarza im się kupić produkt, który jest w promocji mimo, że wcześniej nie planowali takiego zakupu (z 8% do 13%).