

Coraz mniej osób robi zakupy w centrach handlowych

29 października 2024

W trzecim kwartale br. ruch w centrach i galeriach handlowych spadł o blisko 12,4% w porównaniu z analogicznym okresem ub.r. W tym samym czasie zmniejszyła się liczba unikalnych klientów – o prawie 10% rdr (rok do roku). Natomiast częstotliwość zakupów minimalnie wzrosła w dwóch województwach, a w pozostałych odnotowano nieznaczne spadki. Skróceniu uległ przeciętny czas trwania wizyty – o 18 sekund, a także średni łączny czas pobytu w placówce – o ponad 5 minut.



Jak wynika z cyklicznej analizy firmy technologicznej Proxi.cloud, w trzecim kwartale br. ruch w centrach i galeriach handlowych spadł o 12,4% w porównaniu z analogicznym okresem 2023 roku. Tego typu spadki odnotowano we wszystkich województwach, najmniejsze – w świętokrzyskim – o 4,7%, mazowieckim – o 5,5%, a także opolskim – o 8,4%. Na końcu zestawienia widać zaś woj. podkarpackie – 21,3%, warmińsko-mazurskie – 20,5%, jak również podlaskie – 18,1%.

„Spadek ruchu w trzecim kwartale może być odczuwalny przez handel. Przyczyn takiego stanu rzeczy można dopatrywać się

m.in. w spowolnieniu gospodarczym czy zmianach przyzwyczajień zakupowych części społeczeństwa, np. w korzystaniu z platform e-commerce. W pewnym stopniu na mniejszy ruch w tego typu obiektach może też wpływać rozwój asortymentu dyskontów oraz wielkopowierzchniowych sklepów sieci spożywczych” – komentuje Mateusz Nowak z Proxi.Cloud.

Jak zaznacza Sylwia Kaska z Proxi.Cloud, zróżnicowanie dynamiki ruchu rdr. w poszczególnych województwach ma wiele czynników, których wpływ nie został sprawdzony w ramach tego badania. Niemniej jednak można się spodziewać, że znaczenie odgrywa zróżnicowana sytuacja społeczno-ekonomiczna w poszczególnych częściach kraju. Do tego dochodzą czynniki losowe, tj. możliwe remonty części centrów i galerii handlowych. Na ww. wyniki może wpływać również różne tempo ekspansji sieci dyskontów w poszczególnych regionach.

„Pojawiały się prognozy, że Mistrzostwa Europy w piłce nożnej w Niemczech, odbywające się od 14 czerwca do 14 lipca tego roku, przyczynią się do wzrostu ruchu w galeriach handlowych. W drugiej połowie czerwca odbyły się mecze reprezentacji Polski na tym turnieju, w tym miesiącu wzrósł odsetek klientów w galeriach handlowych o 5,9% w porównaniu z analogicznym okresem 2023 roku” – dodaje Sylwia Kaska.

Z raportu wiemy też, że w trzecim kwartale br. liczba unikalnych klientów w centrach i galeriach handlowych spadła rdr. o 9,9%. Ujemne wyniki zaobserwowano dosłownie we wszystkich województwach. Najmniejsze spadki nastąpiły w mazowieckim – o 6,1%, opolskim – o 7,1%, a także wielkopolskim – o 7,4%. Największe zaś odnotowano w woj. podkarpackim i warmińsko-mazurskim – po 14,4%, jak również świętokrzyskim – o 13,5%.

„Spadek liczby unikalnych zakupowiczów na poziomie blisko 10% rdr. może być zauważalny i nienapawający optymizmem dla galerii handlowych. Mogła przyczynić się do niego popularyzacja usług e-commerce. Nie jest wykluczone, że część

klientów po prostu zaniechała odbywania wizyt w galeriach handlowych, ponieważ zamawia potrzebne produkty z dostawą. Inne osoby mogły zrezygnować z odwiedzin takich placówek handlowych ze względu na pogorszenie swojej sytuacji majątkowej” – mówi Mateusz Nowak.

W minionym kwartale częstotliwość zakupów wzrosła rdr. w dwóch województwach, tj. w świętokrzyskim (III kw. br. – 2,89, III kw. ub.r. – 2,63) i mazowieckim (odpowiednio – 3,35 i 3,33). W pozostałych woj. widoczne są nieznaczne spadki. Z analizy Proxi.Cloud wynika, że skróceniu uległ przeciętny czas trwania wizyty – o 18 sekund (III kw. br. – 46:48, III kw. ub.r. – 47:06) oraz średni łączny czas pobytu w placówce – o nieco ponad 5 minut (III kw. br. – 2:26:52, wcześniej – 2:31:58).

„Na jednego klienta przypadają około trzy wizyty w miesiącu, a więc częstotliwość utrzymuje się na podobnym poziomie rdr. Znikome spadki i wzrosty w poszczególnych województwach nie powinny być zauważalne po stronie zarządców galerii handlowych, podobnie jak zmiany dotyczące średniego i łącznego czasu wizyty. Jest to potwierdzenie niezmienności nawyków części klientów” – analizuje Sylwia Kaska.

Według ekspertki głównym czynnikiem, który zadecyduje o popularności centrów i galerii handlowych wśród klientów, będzie sytuacja ekonomiczna polskiego społeczeństwa. Jeżeli ona ulegnie poprawie, to również można spodziewać się mniejszych spadków ruchu czy zasięgu rdr. w czwartym kwartale 2024 roku.

Autorstwo: Proxi.Cloud

Zdjęcie: [Victoria Borodina](#) (CC0)

Nadesłano do portalu WolneMedia.net