

**PMR** MARKET  
EXPERTS

# HANDEL DETALICZNY ARTYKUŁAMI NIEŻYWNOCIOWYMI W POLSCE 2025

ANALIZA RYNKU I PROGNOZY  
ROZWOJU NA LATA 2025-2030



Artykuły nieżywnościowe – m.in. RTV, AGD, elektronika, wyposażenie wnętrz, DIY, odzież i obuwie – nie są produktami pierwszej potrzeby, ale silnie reagują na wahania popytu. W okresach wzmożonej niepewności gospodarczej lub wzrostu kosztów życia konsumenci ograniczają zakupy w tych kategoriach, co regularnie potwierdzają badania PMR Market Experts by Hume's. Detaliści mierzą się wtedy z niestabilną sprzedażą i wrażliwym cenowo klientem. W 2024 r. zaczął się jednak stopniowy powrót optymizmu – z różną dynamiką w zależności od segmentu.

Według naszych prognoz, w 2025 r. sprzedaż detaliczna wzrośnie o 8,6%, napędzana głównie przez towary nieżywnościowe. W ich przypadku spodziewamy się dynamiki na poziomie niskiego dwucyfrowego wzrostu – ponad dwukrotnie wyższej niż w segmencie towarów żywnościowych. W ujęciu realnym w obu segmentach odnotowane zostaną wzrosty. Na sprzedaż detaliczną w 2025 r. pozytywnie wpłyną rekordowe dochody Polaków z 2024 r., nadal silny wzrost wynagrodzeń oraz odbudowane oszczędności. To zgodne z mechanizmem międzyokresowego wygładzania ścieżki konsumpcji – względna stabilność konsumpcji mimo zmian w dynamice dochodów.

W kolejnych latach prognozujemy, że tempo wzrostu sprzedaży detalicznej towarów nieżywnościowych będzie wyższe niż w przypadku towarów żywnościowych. W efekcie udział produktów nieżywnościowych w całkowitej sprzedaży detalicznej będzie systematycznie rósł – co jest typowym zjawiskiem dla rozwiniętych gospodarek. W szerszej perspektywie, w latach 2006–2030, wzrost ten wyniesie ponad 13 p.p.

**Magdalena Filip**

Deputy Head Retail Market Analyst, PMR Market Experts/Hume's Institute

Autorka raportu „Handel detaliczny artykułami nieżywnościowymi w Polsce 2025”





Raport jest usystematyzowaniem i podsumowaniem prac PMR Market Experts by Hume's w różnych obszarach rynku handlu detalicznego, wyrastając z analiz i autorskich badań dotyczących głównych segmentach rynku retail. Jednocześnie przedstawia zestawienia uzupełnione o nowe, dotąd niepokrywane segmenty (m.in. chemii gospodarczej i środków czystości, artykułów dla zwierząt, produktów higieniczno-sanitarnych).

### **Główny cel**

Przedstawienie kompleksowej analizy rynku handlu detalicznego artykułami nieżywnościowymi w Polsce oraz prognoz jego rozwoju.

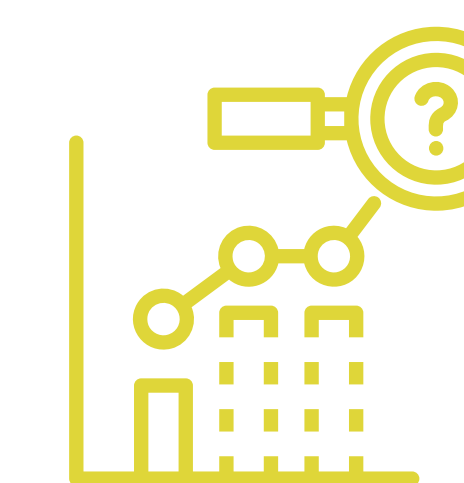
### **Cele dodatkowe**

- przedstawienie kluczowych czynników i trendów na rynku handlu detalicznego artykułami nieżywnościowymi (makroekonomicznych, popytowych, podaźowych, technologicznych, prawnych)
- przedstawienie kondycji polskiego konsumenta
- identyfikacja trendów w zachowaniu konsumentów offline i online, oraz przepływów między kanałami



### **Zakres czasowy**

2021-2024



### **Perspektywa prognoz**

2025-2030



### **Zakres przestrzenny**

Polska

## Jakie informacje zawiera raport?

- **wartość rynku** w latach 2021-2024 wraz z prognozami jego rozwoju do roku 2030
- **wartość największych segmentów produktowych** w latach 2021-2024 wraz z prognozami ich rozwoju do roku 2030
- **prognozy zmiany cen** w poszczególnych segmentach artykułów nieżywnościowych
- prognozy innych czynników makroekonomicznych i demograficznych
- **prognozy sprzedaży** dla różnych formatów handlowych działających w Polsce – identyfikacja najszybciej rozwijających się formatów handlowych
- **czynniki wpływające na rynek**: popytowe, podażowe, prawne i technologiczne
- **główni gracze** na rynku handlu detalicznego artykułami nieżywnościowymi w Polsce i w poszczególnych segmentach artykułów nieżywnościowych





## Zakres przedmiotowy

- wartość i struktura rynku
- wartość wybranych segmentów w handlu detalicznym artykułami nieżywnościowymi
- prognozy dla całego rynku
- profile największych firm na rynku

## Zakres rzeczowy

Segmenty:

- artykuły RTV, AGD, elektroniki użytkowej
- meble i wyposażenie
- artykuły DIY
- odzież, obuwie i akcesoria modowe
- kosmetyki
- zabawki
- artykuły dla zwierząt
- chemia gospodarcza

**WYNIKI AUTORSKIEGO  
BADANIA****1 001****KONSUMENTÓW  
DOTYCZĄCEGO ZAKUPÓW  
NA RYNKU PRODUKTÓW  
NIESPOŻYWCZYCH****Badanie konsumenckie**

Sondaż przeprowadzono z wykorzystaniem techniki CAWI (Computer Assisted Web Interview). Podczas realizacji sondażu kontrolowano próbę po kątem kluczowych zmiennych społeczno-demograficznych (płeć, wiek, wielkość miejsca zamieszkania), aby zapewnić odwzorowanie próby względem populacji dorosłych Polaków. Wyniki badania są reprezentatywne ze względu na płeć, wiek i miejsce zamieszkania dla populacji dorosłych Polaków. Maksymalny błąd oszacowania wynosi +/-3 p.p. przy zakładanym poziomie ufności 95%.

**Struktura kwestionariusza obejmowała kilka bloków pytań:**

- zakupy w ramach określonych kategorii produktowych
- miejsca zakupu w ramach określonych kategorii produktowych
- częstotliwość zakupu określonych kategorii produktowych
- deklarowane wydatki (ostatni zakup w ramach określonej kategorii produktowej)
- proporcje pomiędzy kanałami zakupu online i offline
- metryczka

## Prognozy dodatkowych wskaźników ujęte w raporcie

Opracowując raport sporządzono długoterminowe prognozy rozwoju rynku z wykorzystaniem modeli ekonometrycznych oraz 5-letnich szeregów czasowych.

Prognozy obejmują okres 2025-2030. Rok 2024 to estymacje PMR w oparciu o dane wstępne i odczyty z rynku za I-III kw. 2024 r.

Oprócz prognoz dla wartości rynku, kanałów sprzedaży i kategorii, raport zawiera również prognozy wybranych wskaźników makroekonomicznych, w tym:

- PKB per capita oraz realna dynamika PKB,
- inflacja CPI w poszczególnych segmentach artykułów nieżywnościowych,
- średnioroczna stopa bezrobocia BAEL oraz realna dynamika przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w Polsce,
- realna dynamika dochodu rozporządzalnego gospodarstw domowych w Polsce oraz konsumpcji prywatnej,
- liczba rezydentów w Polsce oraz udziały poszczególnych grup demograficznych.

**Sprawdzalność prognoz  
PMR Market Experts  
publikowanych w raportach  
jest wysoka - typowy  
poziom błędu (MAPE)  
to zwykle mniej niż 3%.**



## 10 powodów, dla których warto zainwestować w ten raport

**1** **Kompleksowy obraz rynku non-food w Polsce**  
Analiza 8 kluczowych segmentów: RTV/AGD, meble, DIY, odzież i obuwie, kosmetyki, zabawki, chemia gospodarcza, artykuły dla zwierząt.

**2** **Dostęp do precyzyjnych prognoz na lata 2025–2030**  
Raport zawiera 5-letnie prognozy opracowane na podstawie modeli ekonometrycznych (m.in. ARIMA, VAR, regresje wielorakie).

**3** **Możliwość porównania własnej pozycji rynkowej**  
Benchmark sprzedaży w danej kategorii do rynku ogółem (online oraz stacjonarnie), weryfikacja dynamiki własnych przychodów na tle branży.

**4** **Analiza udziałów rynkowych i pozycji konkurencji**  
Zestawienie największych graczy pod względem przychodów na rynku artykułów nieżywnościowych oraz w wyodrębnionych segmentach.

**5** **Syntetyczne zestawienie trendów i insightów konsumenckich**  
Wyniki badań jakościowych i ilościowych pozwalające lepiej zrozumieć sylwetkę i zachowania zakupowe konsumentów.

**6** **Makroekonomiczne i demograficzne uwarunkowania rynku**  
Raport zawiera prognozy wskaźników takich jak inflacja CPI, PKB, dochód rozporządzalny, liczba mieszkańców i grupy demograficzne

**7** **Wiedza o dominujących trendach**  
Identyfikacja sił popytowych, podaźowych, technologicznych i prawnych; wpływ inflacji, e-commerce, segmentacji cenowej.

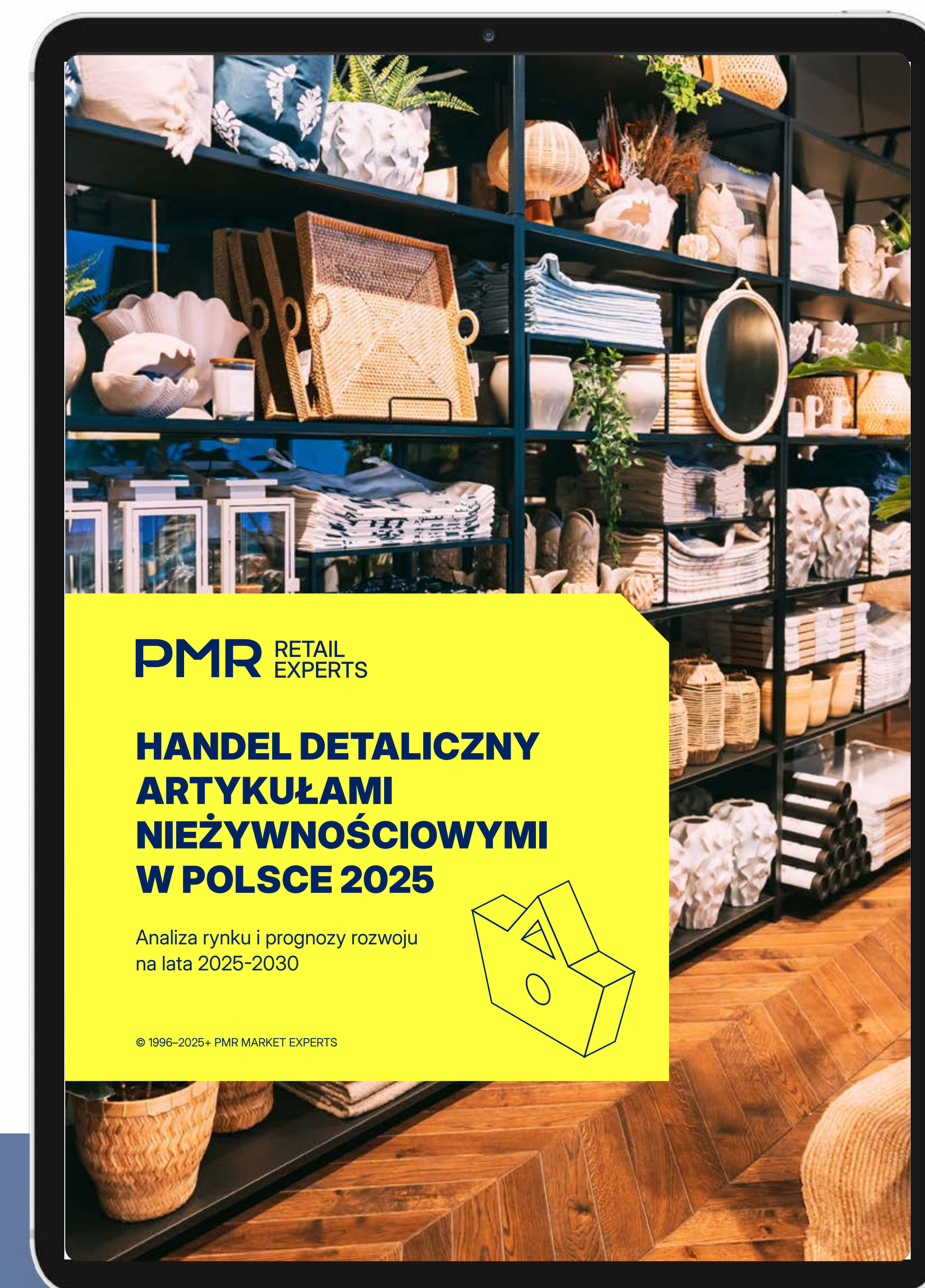
**8** **Wsparcie dla decyzji strategicznych i inwestycyjnych**  
Narzędzie dla zarządów, banków, funduszy, działów strategii – umożliwia identyfikację rosnących kategorii i obszarów inwestycyjnych.

**9** **Dodatkowe materiały – dane źródłowe w Excelu**  
Umożliwiają samodzielne agregowanie danych, analizę własną i tworzenie modeli wewnętrznych w organizacji.

**10** **Autorskie badania i doświadczenie**  
Łączone źródła danych (pierwotne, wtórne), 20+ lat doświadczenia na rynku, metodologia oparta na dziesiątkach zmiennych.

## Na jakie pytania odpowiadamy w raporcie?

- Ile wart jest rynek handlu detalicznego w Polsce?
- Jaki udział w nim mają artykuły nieżywnościowe i jak będzie się zmieniał w okresie prognozy?
- Jakie są prognozy jego rozwoju w ciągu najbliższych pięciu lat?
- Jakie są dominujące trendy na rynku handlu detalicznego w Polsce?
- W jaki sposób wysoka inflacja wpływa na rynek artykułów nieżywnościowych w Polsce?
- Jaka jest realna dynamika rynku handlu detalicznego artykułami nieżywnościowymi w Polsce?



**BAZA DANYCH** - wraz z raportem otrzymają Państwo najważniejsze dane do samodzielnej agregacji w arkuszu Excel.

# PMR Market Experts to marka raportów rynkowych opracowywanych przez Hume's Institute

W PMR Market Experts od ponad 20 lat tworzymy cykliczne raporty branżowe. Nasze główne specjalizacje:

- Digital & ICT
- Retail
- Pharma & Healthcare
- Construction

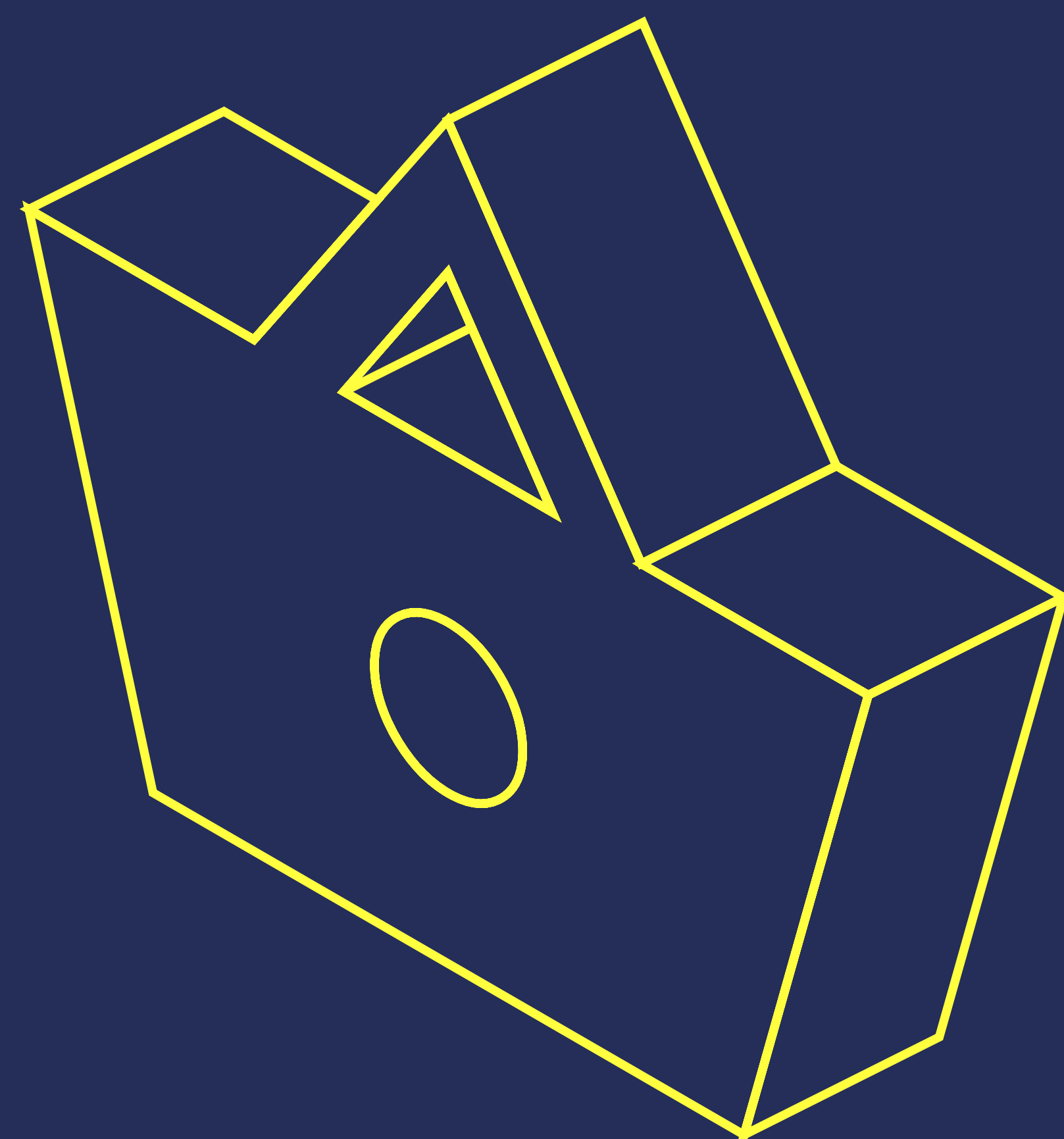
Nasze raporty to coś więcej niż zestawienie faktów – to rzetelna wiedza oparta na sprawdzonej metodologii. Łączymy dane pierwotne i wtórne, własne algorytmy oraz modele ekonometryczne, by dostarczyć precyzyjnych informacji o rynku, jego wartościach, dynamice, segmentach i głównych graczach.

**Jesteśmy częścią Hume's Institute** – agencji badawczej 360° specjalizującej się w badaniach ilościowych i jakościowych, prognozowaniu oraz predykcjach rynkowych.

**Doświadczenie w analizie i weryfikacji danych** PMR Market Experts, **unikatowe insighty** oraz **sprawdzone prognozy** dostarczane przez Hume's Institute dają realną wiedzę i przewagę naszym Klientom.

Z naszych usług skorzystało już ponad 600 klientów na całym świecie. **Przebadaliśmy ponad 5 000 marek, działając na ponad 50 rynkach.** Zaufaniem obdarzyły nas największe firmy - **współpracujemy z 70% marek z prestiżowej listy Fortune 500.**





# RETAIL

ANALIZA RYNKU

15-LETNIE PROGNOZY ROZWOJU

- Handel detaliczny artykułami RTV, AGD i sprzętem elektronicznym w Polsce
- Handel detaliczny produktami Food to Go w Polsce
- Handel detaliczny artykułami kosmetycznymi w Polsce
- Handel detaliczny artykułami DIY w Polsce
- Handel detaliczny artykułami wyposażenia wnętrz w Polsce
- Rynek HoReCa w Polsce (dodatkowa aktualizacja danych: marzec, wrzesień, grudzień)
- Handel detaliczny artykułami spożywczymi w Polsce
- Handel detaliczny odzieżą i obuwem w Polsce
- Handel detaliczny artykułami sportowymi w Polsce
- Handel detaliczny produktami dla dzieci w Polsce
- **Handel internetowy** w Polsce (dodatkowa aktualizacja danych: marzec)
- Rynek cateringu dietetycznego w Polsce
- Handel detaliczny artykułami nieżywnościowymi w Polsce
- Rynek opieki i produktów dla zwierząt w Polsce
- Rynek dostaw do HoReCa w Polsce
- Rynek dyskontów niespożywczych w Polsce
- **Diet catering** market in Czech Republic
- **Clothing and footwear** retail market in Czech Republic
- Tygodnik: **PMR Retail Insight** (Poland, Hungary, Romania, Slovakia, Czech Republic)

NOWOŚCI



**KONTAKT:**

**Beata Michalska**

Business Development Manager

tel.: +48 607 636 904

[beata.michalska@pmrmarketexperts.com](mailto:beata.michalska@pmrmarketexperts.com)



**BIURO**

Królewska 57  
30-081 Kraków, Polska



**KONTAKT**

tel.: +48 609 290 093  
+48 782 011 000  
[sales@pmrcorporate.com](mailto:sales@pmrcorporate.com)  
[info@pmrcorporate.com](mailto:info@pmrcorporate.com)



**WWW**

[pmrmarketexperts.com](http://pmrmarketexperts.com)  
[mypmr.pro](http://mypmr.pro)  
[humes.pl](http://humes.pl)