

HANDEL DETALICZNY ARTYKUŁAMI RTV, AGD I SPRZĘTEM ELEKTRONICZNYM W POLSCE 2026

ANALIZA RYNKU I PROGNOZY
ROZWOJU NA LATA 2026-2031



Rok 2025 przyniósł kolejny etap silnego wzrostu rynku produktów RTV, AGD i sprzętu elektronicznego w Polsce, notując nominalny wzrost o blisko 7% w porównaniu z rokiem poprzednim. W 2025 r. rynek notuje wyższą dynamikę niż w 2024 r., zarówno w ujęciu nominalnym, jak i realnym. Przyspieszenie to wynika z dalszej poprawy sytuacji finansowej Polaków, będącej opóźnionym efektem rekordowego wzrostu realnych wynagrodzeń w 2024 r., przy jednocześnie nadal solidnej dynamice ich wzrostu w roku bieżącym, a także poprawy sytuacji na rynku mieszkaniowym.

Największym kanałem dystrybucji rynku produktów RTV, AGD i sprzętu elektronicznego w Polsce w 2025 r. była sprzedaż internetowa. Pozostając w ostatnich latach najszybciej rozwijającym się kanałem na rynku – zarówno w obszarze sklepów internetowych, jak i platform handlowych (głównie Allegro), czemu sprzyjał również rosnący udział sprzedaży transgranicznej (cross-border).

W 2025 r. konsumenci nadal wykazywali silną wrażliwość na cenę, choć widoczne były pierwsze oznaki stabilizacji zachowań zakupowych – coraz rzadziej odkładali zakup ze względu na cenę i częściej wybierali produkty odpowiadające ich potrzebom, zamiast najtańszych opcji. Jednocześnie rosła skłonność do bardziej świadomych decyzji – częściej porównywali oferty w ramach jednej sieci, korzystali z promocji oraz dokonywali zakupów „na zapas”. Takie zmiany w postawach konsumenckich pozytywnie wpłynęły na rynek, zwiększając jego dynamikę i stabilność.

**Karolina Szałas**

Senior Retail Market Analyst, PMR Market Experts/Hume's Institute

Autorka raportu „Handel detaliczny artykułami RTV, AGD i sprzętem elektronicznym w Polsce 2026”



Zarząd i C-Level

Strategiczne kierunki rozwoju dla rynku detalicznego do 2031 r. Uzasadnienie decyzji inwestycyjnych na podstawie prognoz długoterminowych.

Dział Sprzedaży

Optymalizacja kanałów sprzedaży (online vs. stacjonarne). Ustalanie realistycznych celów dla segmentów produktowych i regionów w oparciu o dane.

Dział Marketingu

Targetowanie kampanii i budowanie komunikacji. Dopasowanie strategii do szczegółowego profilu konsumenta i jego źródeł informacji.

Dział Finansowy

Prognozowanie przychodów. Budżetowanie oparte na prognozach makroekonomicznych (inflacja, siła nabywcza) i wartości całego rynku.

Dział Zakupów / Kategorii

Identyfikacja najszybciej rosnących kategorii produktowych i trendów. Wsparcie negocjacji z dostawcami i optymalizacja asortymentu.

Dział Analiz / BD

Benchmarking konkurencji (udziały, sieci). Identyfikacja nisz rynkowych i potencjału ekspansji w sektorze sprzętu elektronicznego.

Inwestycja w nasz raport to dostęp do kompleksowego zestawu narzędzi i profesjonalnego wsparcia, wykraczającego poza standardowy zakup danych.

W CENIE RAPORTU:

- Raport główny (PDF): pełna, szczegółowa analiza rynku RTV, AGD i sprzętu elektronicznego w Polsce 2026 i prognozy do 2031 r.
- Streszczenie menadżerskie (PowerPoint): kluczowe wnioski i strategiczne kierunki rozwoju, przygotowane do szybkiej prezentacji Zarządowi i C-Level.
- Baza danych (Excel): wszystkie dane i liczby z raportu, umożliwiające samodzielne agregowanie, analizę i tworzenie modeli wewnętrznych w Twojej organizacji.

W PMR Market Experts dbamy o to, by raport stał się praktycznym narzędziem pracy, wspierającym podejmowanie decyzji biznesowych. Zapewniamy jednocześnie dostęp do profesjonalnej pomocy i wiedzy naszych analityków.



Odpowiedzi na pytania

Nasi analitycy są dostępni, by wyjaśnić metodologię oraz wszelkie niejasności. Chcemy, abyś w pełni zrozumiał każdy element raportu.

W CENIE RAPORTU

Prezentacja raportu

Prezentacja podsumowująca kluczowe insighty – wsparcie w wewnętrznym kick-offie i przekazaniu wiedzy zespołom.

WYCENA INDYWIDUALNA

Konsultacje biznesowe

Przełożenie wyników raportu na specyficzne wyzwania Twojej firmy – dyskusja z naszymi ekspertami na temat optymalnych strategii i kierunków działania.

WYCENA INDYWIDUALNA

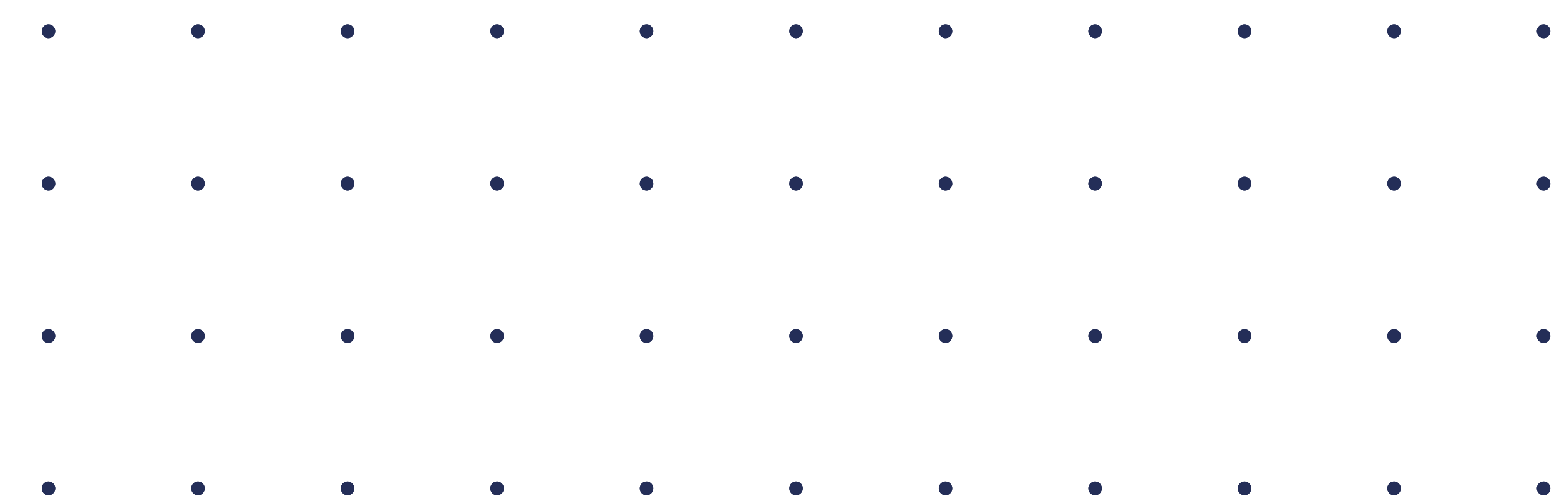


Wartość rynku i prognozy

- ↳ Prezentacja wartości rynku handlu detalicznego artykułami RTV, AGD i sprzętem elektronicznym w latach 2022-2025 wraz ze szczegółowymi prognozami jego rozwoju do 2031 r.
- ↳ Prognozy zmiany cen na rynku artykułów RTV, AGD i sprzętu elektronicznego oraz innych kluczowych czynników makroekonomicznych i demograficznych wpływających na popyt.
- ↳ Przedstawienie i analiza kluczowych czynników i trendów wpływających na rynek – w tym aspektów popytowych, podażowych, prawnych i technologicznych.

Segmentacja produktowa i struktura kanałów

- ↳ Analiza i prognozy rozwoju poszczególnych kategorii do 2031 r., w tym: duże i małe AGD, produkty RTV, sprzęt komputerowy i telefony oraz inny sprzęt elektroniczny.
- ↳ Dynamika kanałów sprzedaży do 2031 r. z analizą potencjału handlu internetowego i tradycyjnego.



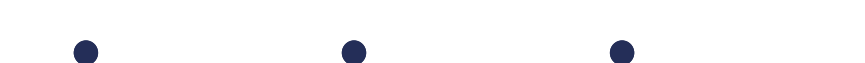
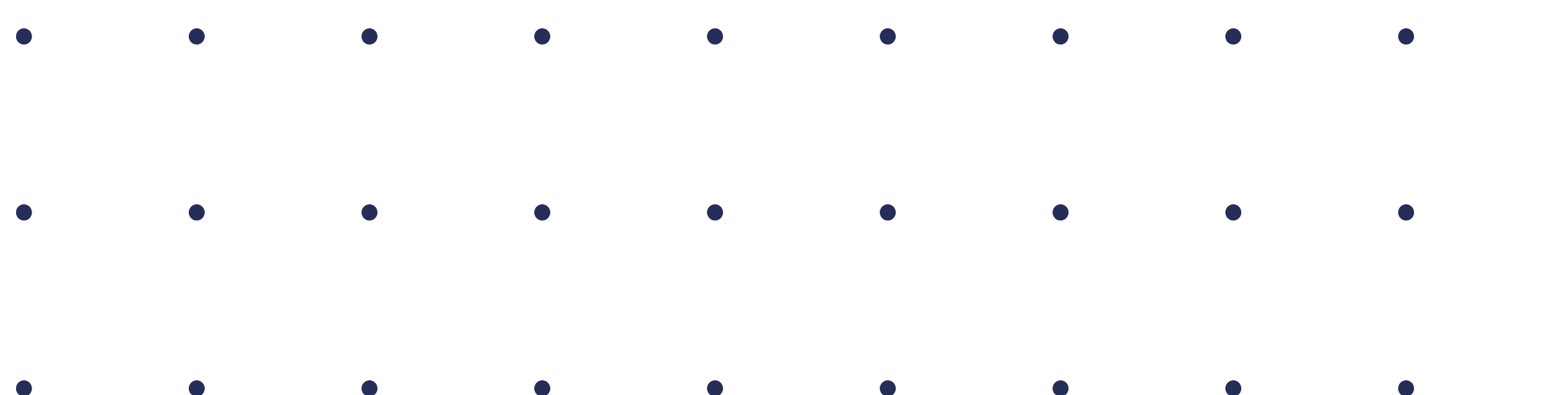


Profil konsumenta i analiza popytu

- ↳ Przedstawienie i **analiza zachowań konsumentów** kupujących artykuły RTV, AGD i sprzęt elektroniczny.
- ↳ **Badanie wpływu inflacji i innych czynników na strategię zakupowe Polaków** (np. tańsze alternatywy, poszukiwanie promocji, wybór marek premium).
- ↳ **Analiza kluczowych źródeł informacji**, z których klienci korzystają przy wyborze sprzętu oraz popularności marek własnych dyskontów spożywczych.

Benchmarking i główni gracze

- ↳ **Analiza i profilowanie głównych podmiotów** na detalicznym rynku artykułów RTV, AGD i sprzętu elektronicznego, w tym estymowana wartość ich sprzedaży.
- ↳ **Dane o dynamice sprzedaży i udziale rynkowym** największych graczy, co ułatwia benchmarking i ocenę ich dominacji.



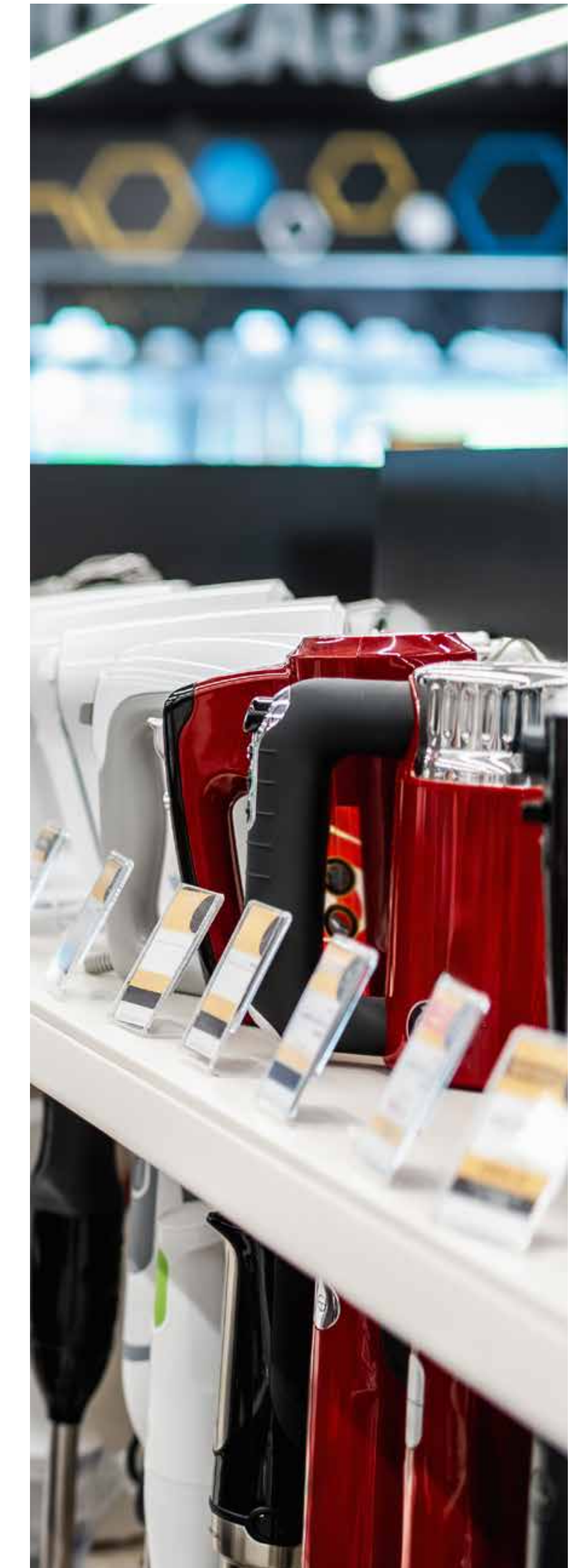


Kanały sprzedaży

- ↳ sprzedaż internetowa
- ↳ sieci specjalistyczne
- ↳ operatorzy komórkowi
- ↳ indywidualne sklepy specjalistyczne
- ↳ sklepy spożywcze
- ↳ pozostałe kanały

Kategorie produktowe

- ↳ duże AGD
- ↳ małe AGD
- ↳ produkty RTV i sprzęt fotograficzny
- ↳ sprzęt komputerowy i telefony
- ↳ inny sprzęt elektroniczny





Metoda i wielkość próby

- ↳ Metoda badania: badanie ankietowe zrealizowano techniką CAWI.
- ↳ Wielkość próby: badanie przeprowadzono w listopadzie 2025 r. na próbie n=808.
- ↳ Próba celowa: do badania zaproszono wyłącznie osoby, które w ciągu roku poprzedzającego badanie dokonały zakupu nowego artykułu z kategorii: duże/male AGD, RTV, sprzęt fotograficzny, komputery, telefony lub inny sprzęt elektroniczny.

Kluczowe obszary badania - o co pytaliśmy konsumentów?

- ↳ Wpływ inflacji na strategie zakupowe: tańsze alternatywy, poszukiwanie promocji, marki premium.
- ↳ Źródła informacji: kluczowe źródła wykorzystywane przy wyborze sprzętu RTV/AGD (recenzje, porównywarki, itp.).
- ↳ Wyposażenie i popyt: poziom wyposażenia gospodarstw domowych oraz popyt na dodatkowe usługi przy zakupach elektroniki.
- ↳ Marka i trendy: analiza popularności marek własnych dyskontów spożywczych oraz stosunek do ekologii i potencjał wypożyczania sprzętu.
- ↳ Profil kupującego: szczegółowy profil socjodemograficzny decydenta oraz charakterystyka jego gospodarstwa domowego.

1

Kompleksowy obraz rynku RTV i AGD w Polsce

Wartość rynku oraz perspektywy do 2031 r. wraz z analizą wszystkich głównych segmentów rynku w podziale na kanały online i offline.

2

Dostęp do precyzyjnych prognoz na lata 2026-2031

Raport zawiera 5-letnie prognozy opracowane na podstawie modeli ekonometrycznych (m.in. ARIMA, VAR, regresje wielorakie).

3

Porównania między segmentami i kanałami sprzedaży

Możliwość sprawdzenia, które kategorie i kanały rosną najszybciej oraz gdzie opłaca się inwestować (np. e-commerce, dyskonty niespożywcze).

4

Wgląd w zachowania i preferencje konsumentów

Profil kupującego, częstotliwość zakupów, czynniki wyboru miejsca zakupu, wpływ promocji, social mediów i trendów proekologicznych.

5

Analiza konkurencji i udziałów rynkowych

TOP gracze w każdej kategorii i kanale sprzedaży wraz z dynamiką, udziałami rynkowymi oraz liczbą sklepów.

6

Makroekonomiczne i demograficzne uwarunkowania rynku

Prognozy wskaźników takich jak inflacja CPI, PKB, dochód rozporządzalny, liczba mieszkańców i grupy demograficzne.

7

Możliwość benchmarkingu własnej sprzedaży

Porównanie wyników firmy z wynikami rynku w danej kategorii i kanale sprzedaży.

8

Wsparcie decyzji strategicznych i inwestycyjnych

Dane jako podstawa do decyzji zarządu, działów strategii, sprzedaży i marketingu, a także analiz dla banków i funduszy inwestycyjnych.

9

Dodatkowe materiały - dane źródłowe w Excelu

Umożliwiają samodzielne agregowanie danych, analizę własną i tworzenie modeli wewnętrznych w organizacji.

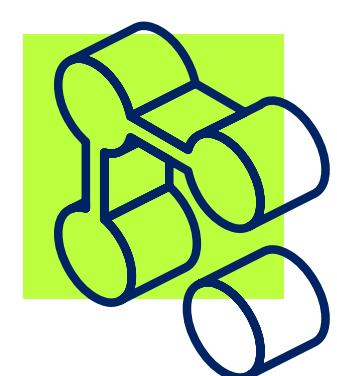
10

Autorskie badania i doświadczenie

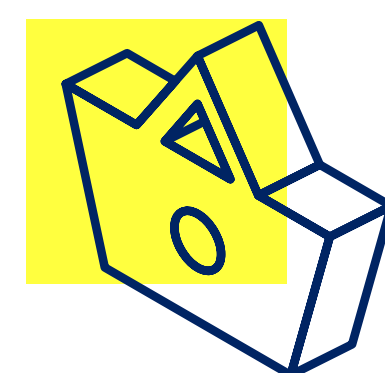
Łączone źródła danych (pierwotne, wtórne), 20+ lat doświadczenia na rynku, metodologia oparta na dziesiątkach zmiennych.

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:



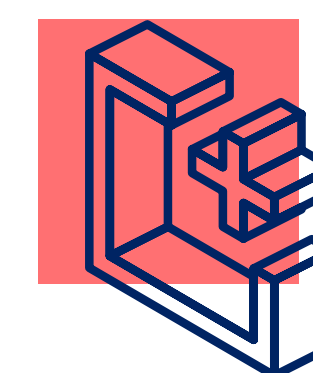
Digital & ICT



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**.

20+

lat doświadczenia

600+

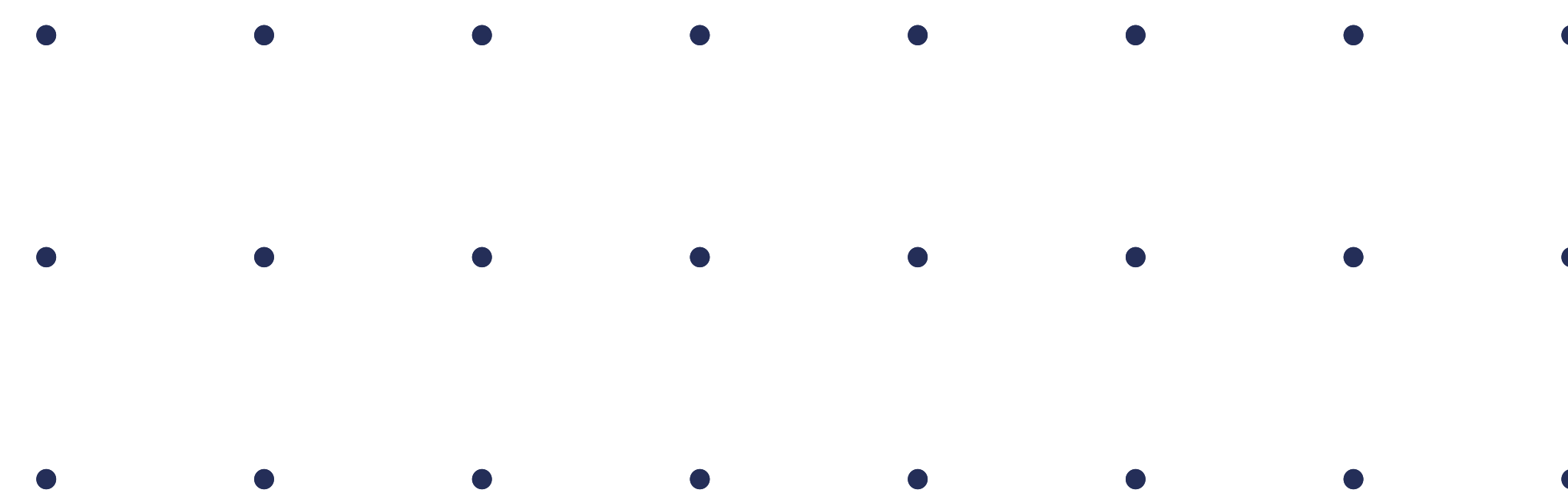
klientów globalnych

5 000+

przebadanych marek

50+

analizowanych krajów



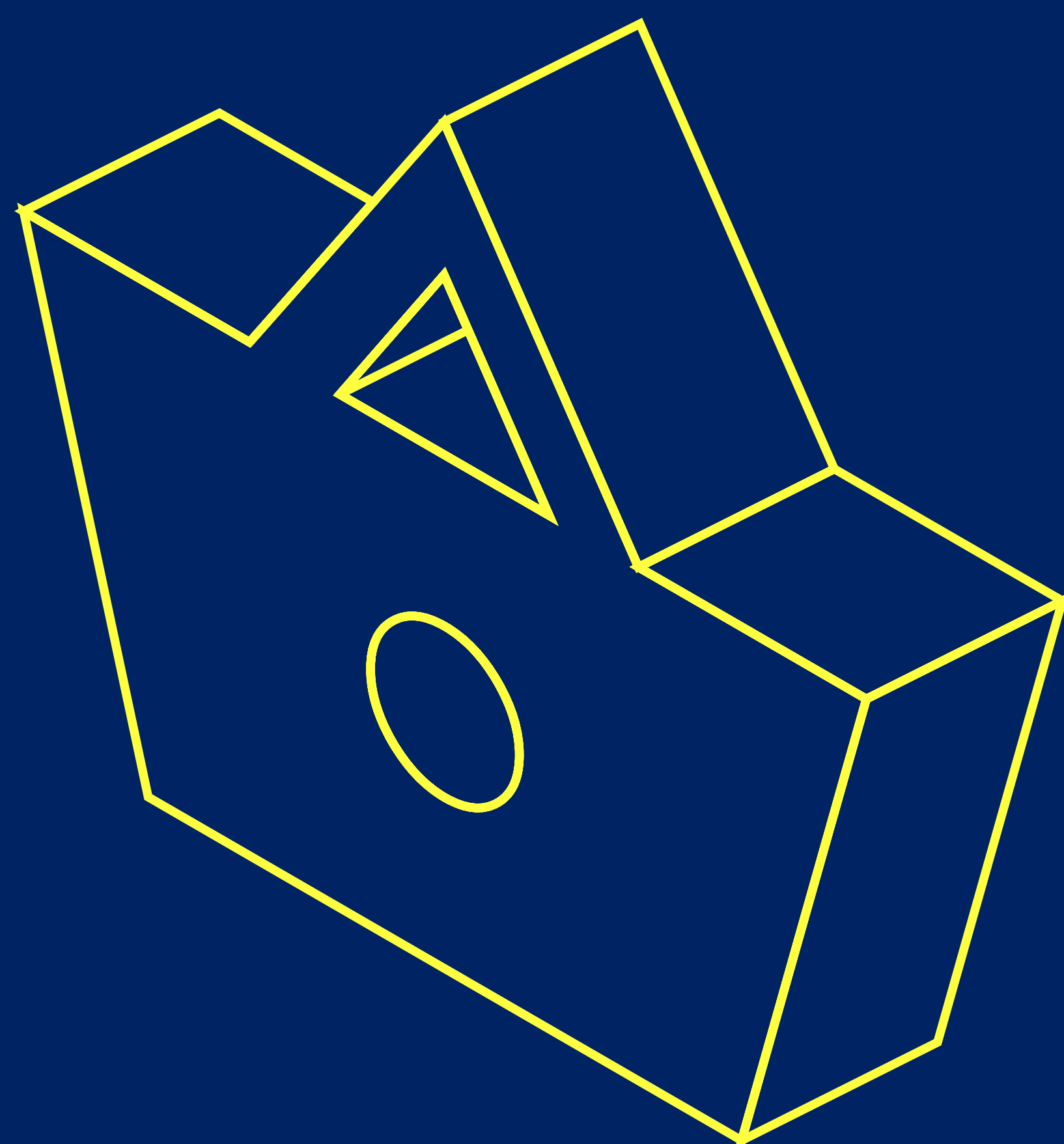
Zaufało nam już ponad 600 firm, w tym:

L'ORÉAL



SEPHORA





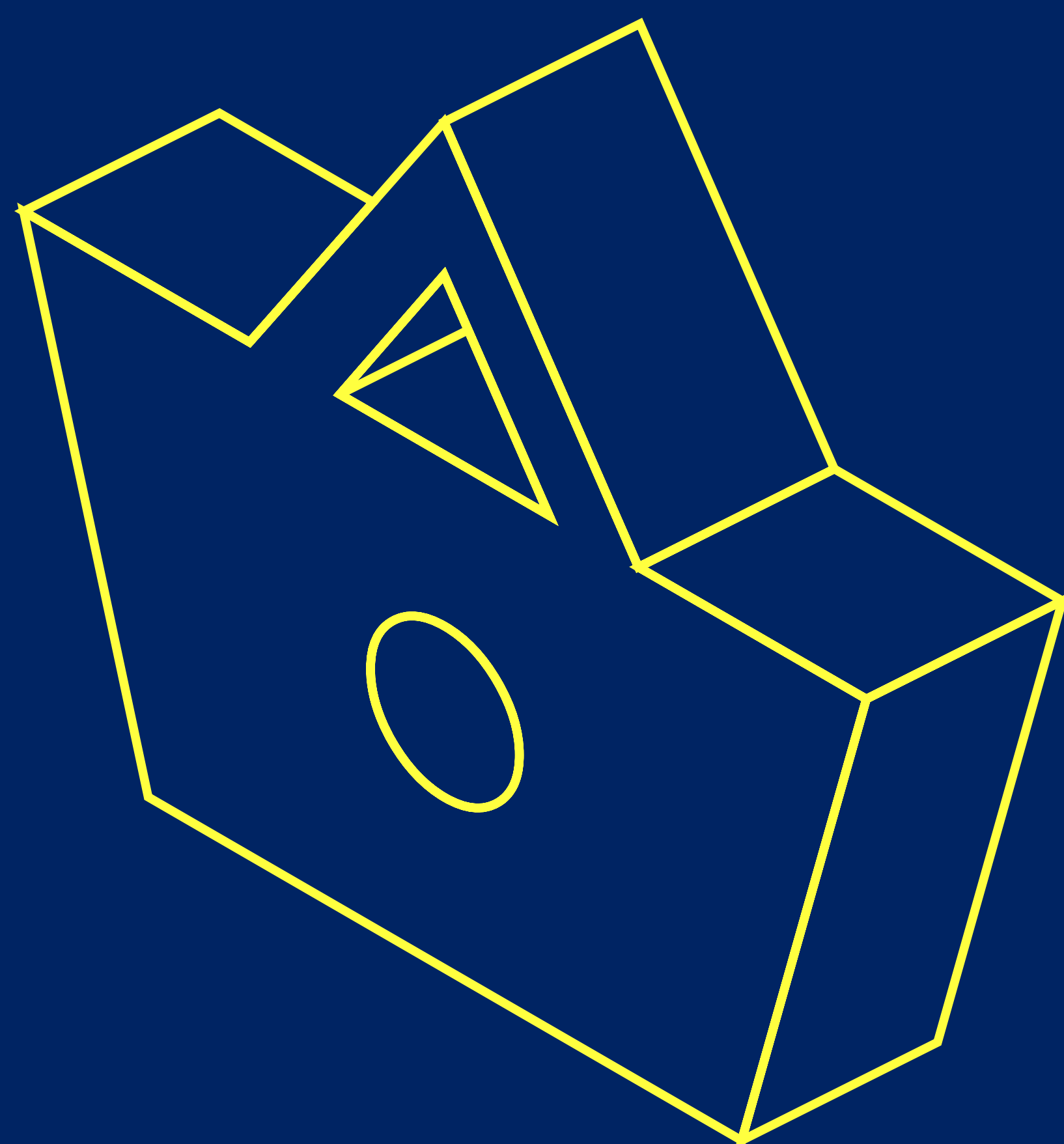
RAPORTY RETAIL 2026

FMCG

- Handel detaliczny **artykułami kosmetycznymi** w Polsce
- Handel detaliczny **artykułami spożywczymi** w Polsce

NON-FOOD

- Handel detaliczny **odzieżą i obuwem** w Polsce
- Handel detaliczny **artykułami sportowymi** w Polsce
- Handel detaliczny **produktami dla dzieci** w Polsce
- Handel detaliczny **artykułami DIY** w Polsce
- Handel detaliczny **artykułami DIY** w Rumunii
- Handel detaliczny **artykułami wyposażenia wnętrz** w Polsce
- Handel detaliczny **artykułami RTV, AGD i sprzętem elektronicznym** w Polsce
- Rynek **dyskontów niespożywczych** w Polsce
- Handel detaliczny **artykułami nieżywnościowymi** w Polsce (2025)



RAPORTY RETAIL 2026

GASTRONOMIA

- Rynek **HoReCa** w Polsce
 - ↳ dodatkowa aktualizacja danych: marzec, wrzesień, grudzień
- Rynek **dostaw do HoReCa** w Polsce
- Handel detaliczny **produktami Food to Go** w Polsce
- Rynek **catering**u dietetycznego w Polsce
- Rynek **catering**u dietetycznego w Czechach

E-COMMERCE

- Handel internetowy w Polsce

TYGODNIK

- PMR Retail Insight (Poland, Hungary, Romania, Slovakia, Czech Republic)

Brakuje Ci odpowiedzi na Twoje wyzwanie biznesowe? Zagłębimy się w ten temat i dostarczymy rozwiązanie!

W Hume's Institute oferujemy niestandardowe, pogłębione analizy, koncentrując się na badaniach od eksploracji trendów, przez modelowanie przyszłości rynku, aż po segmentację klientów i testy innowacji. Pomagamy naszym klientom poznać odpowiedzi na kluczowe pytania, dostarczając rzetelną wiedzę opartą na faktach zarówno w obszarze B2B, jak i B2C.

MOŻEMY WSPIERAĆ CIĘ W 6 STRATEGICZNYCH OBSZARACH BIZNESOWYCH:

Rynek

Analiza potencjału rynku i jego struktury. 5-letnie prognozy, modelowanie scenariuszy i identyfikacja trendów.

Klient

Segmentacja i mapowanie procesów decyzyjnych (Customer Journey). Badanie satysfakcji i ukrytych potrzeb.

Produkty

Testy innowacji i koncepcji produktowych, optymalizacja portfolio produktowego, cen oraz kluczowych cech decyzyjnych.

Konkurencja

Benchmarking, analiza strategii kluczowych graczy i monitoring przyszłych działań konkurentów.

Dystrybucja

Analiza optymalnych kanałów sprzedaży i ich efektywności. Badanie procesów zakupowych w różnych kanałach.

Marketing i komunikacja

Badanie skuteczności kampanii i dopasowania komunikacji. Audyt wizerunku i pozycjonowania marki.



Kontakt



Iwona Pacyniak

Business Development Manager

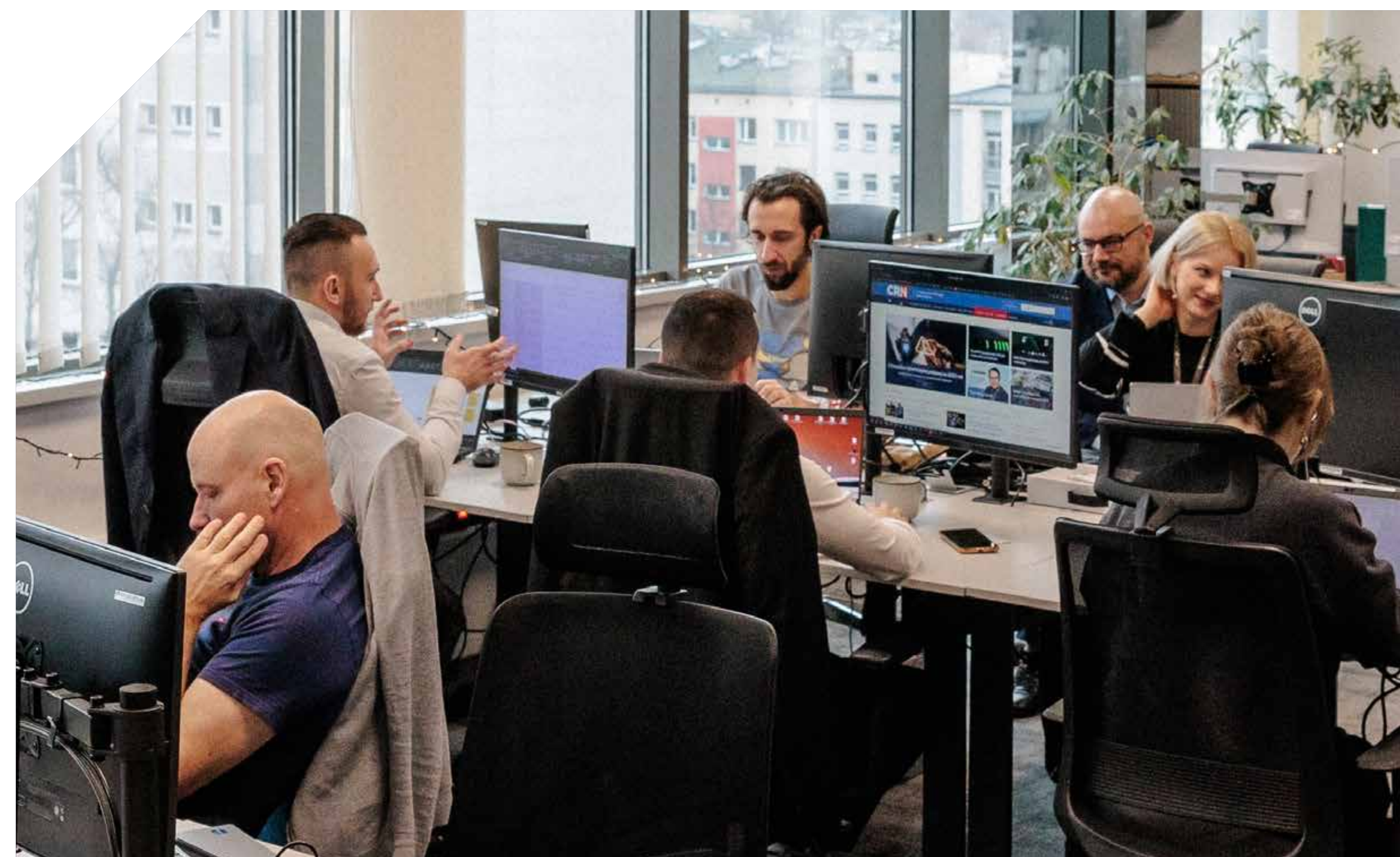
tel.: +48 721 710 501

iwona.pacyniak@pmrmarketexperts.com

pmrmarketexperts.com

• mypmr.pro

• humes.pl



Królewska 57
30-081 Kraków
Polska



+48 609 290 093
+48 782 011 000
sales@pmrcorporate.com
info@pmrcorporate.com