

Lata 2024 i 2025 przyniosły znaczące, choć zapowiadane od dawna zmiany w obszarze tzw. małej gastronomii. Wiązały się one przede wszystkim z **ekspansją sieci Żabka** – zarówno w zakresie nowych kategorii produktowych, jak i terytorialnym (**średni przyrost placówek o 10% r/r**). Proces ten zbiegł się z wyraźnym ożywieniem w handlu detalicznym oraz większą skłonnością konsumentów do swobodniejszego gospodarowania budżetem, w tym „odmrożenia” części środków przeznaczanych na jedzenie poza domem. **Odsetek Polaków ograniczających wydatki spadł do 62%** (o 9 p.p. mniej r/r), co potwierdza wyraźną poprawę nastrojów rynkowych.

Jak w tej nowej rzeczywistości konsumenci wybierają między sklepem a lokalami gastronomicznymi? Czy w przypadku przekąsek piekarniczych preferencje przesuwają się w stronę konkretnych formatów handlowych? I wreszcie – czy dynamiczny rozwój oferty gastronomicznej w sklepach hamuje częstotliwość zakupów w dojrzałych kategoriach rynku food-to-go?

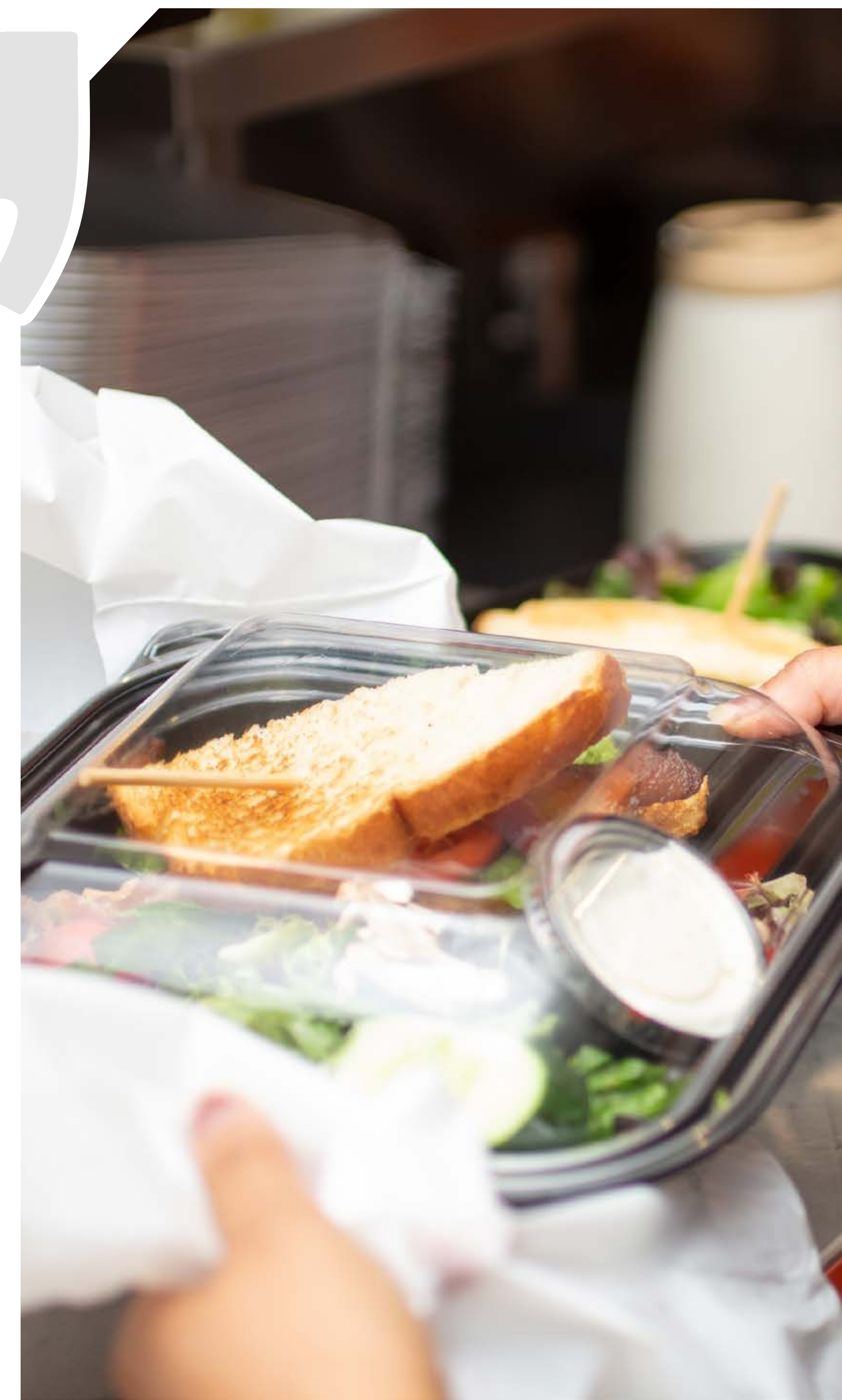
Odpowiedzi na te pytania znajdą Państwo w raporcie **„Handel detaliczny produktami food-to-go w Polsce 2026”**. Zapraszam do lektury!



Magdalena Filip

Deputy Retail Business Unit Director, PMR Market Experts/Hume's Institute

Autorka raportu „Handel detaliczny produktami Food to Go w Polsce 2026”



Zarząd i C-Level

Wyznaczanie strategicznych kierunków rozwoju na rynku food-to-go do 2031 r. Podejmowanie kluczowych decyzji inwestycyjnych w oparciu o analizę scenariuszy rozwoju.

Dział Sprzedaży

Optymalizacja strategii w kanałach convenience, dyskontach i na stacjach paliw. Wyznaczanie celów sprzedażowych w oparciu o potencjał formatów sklepów.

Dział Marketingu

Dostosowanie komunikacji do profilu konsumenta food-to-go. Precyzyjne targetowanie odbiorców na podstawie stylu życia oraz preferencji pokoleniowych.

Dział Finansowy

Budżetowanie i prognozowanie przychodów z uwzględnieniem czynników makro, takich jak inflacja cen żywności czy zmiany w dochodach rozporządzalnych.

Dział Zakupów / Kategorii

Zarządzanie asortymentem w oparciu o dane o wartości kategorii (ready-to-eat, ready-to-serve). Optymalizacja portfolio produktów i dań gotowych.

Dział Analiz / BD

Benchmarking kluczowych graczy i monitoring ich udziałów. Identyfikacja nisz rynkowych oraz analiza potencjału ekspansji.

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 produktów Food to Go w Polsce 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

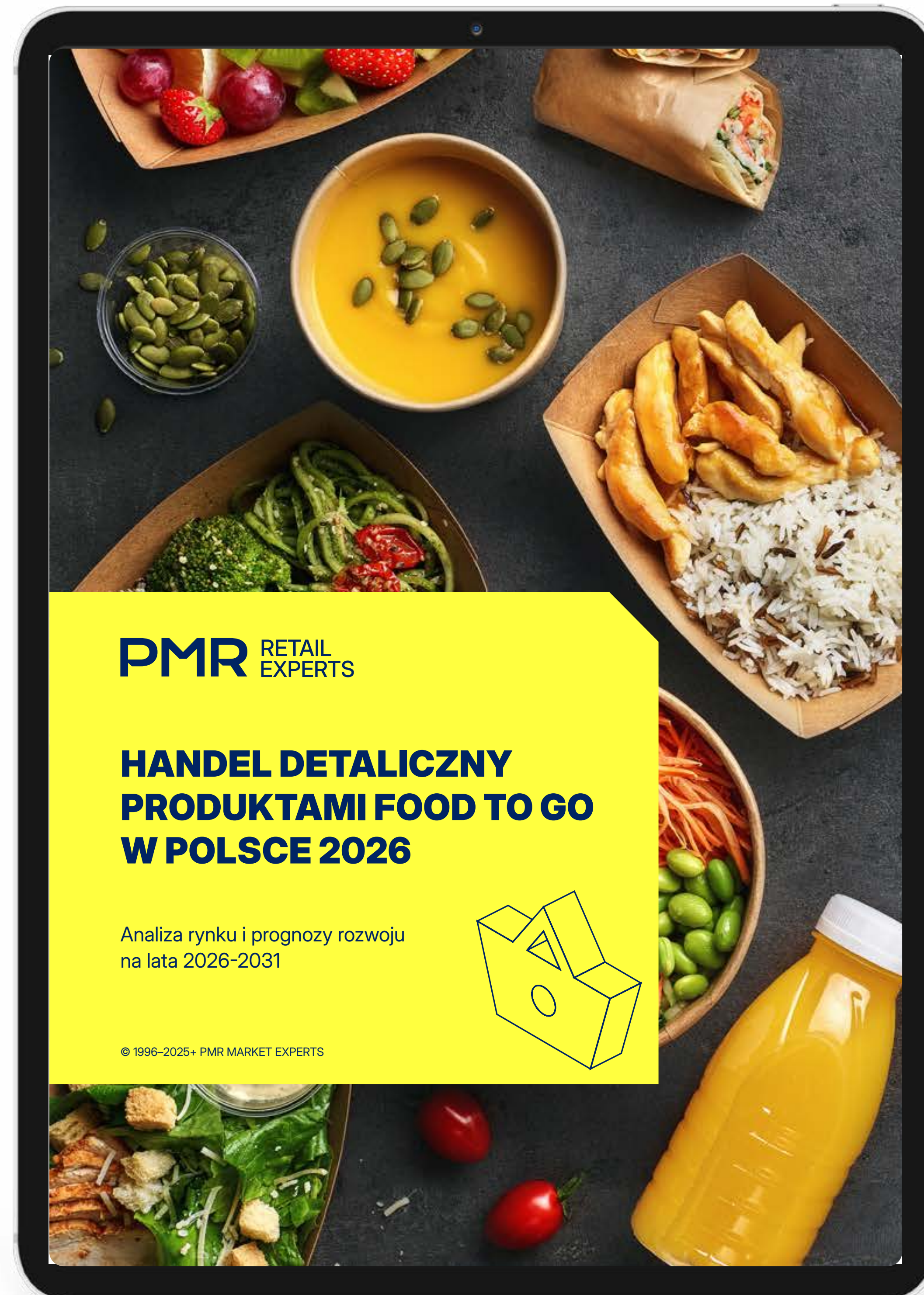
Prezentacja podsumowująca kluczowe insighty – wsparcie w wewnętrznym kick-offie i przekazaniu wiedzy zespołom.

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, struktura i prognozy

- ↳ **Wartość detalicznego rynku** produktów food-to-go w latach 2022-2025.
- ↳ **Struktura wartości rynku** w podziale na kanały sprzedaży (m.in. convenience, dyskonty, stacje paliw oraz sklepy piekarniczo-ciastkarskie).
- ↳ **Prognozy na lata 2026-2031** dla całego rynku oraz poszczególnych formatów sklepów.
- ↳ **Prognozy zmiany cen na rynku** produktów food-to-go oraz kluczowych wskaźników makroekonomicznych.

Segmentacja produktowa i struktura kanałów

- ↳ **Podział rynku na kluczowe segmenty:** ready-to-eat (dania na ciepło, kawa, napoje, przekąski piekarnicze, kanapki) oraz ready-to-serve (dania gotowe chłodzone).
- ↳ **Analiza kanałów:** dyskonty, hipermarkety, convenience, piekarnie-cukiernie.
- ↳ **Udział sprzedaży** w kanałach nowoczesnych vs. tradycyjnych wraz z prognozą do 2031 r.

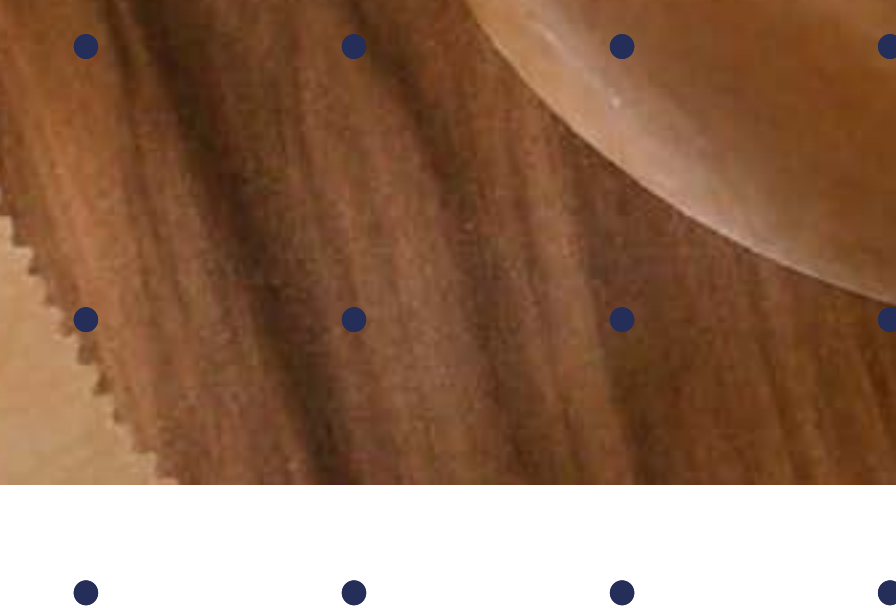
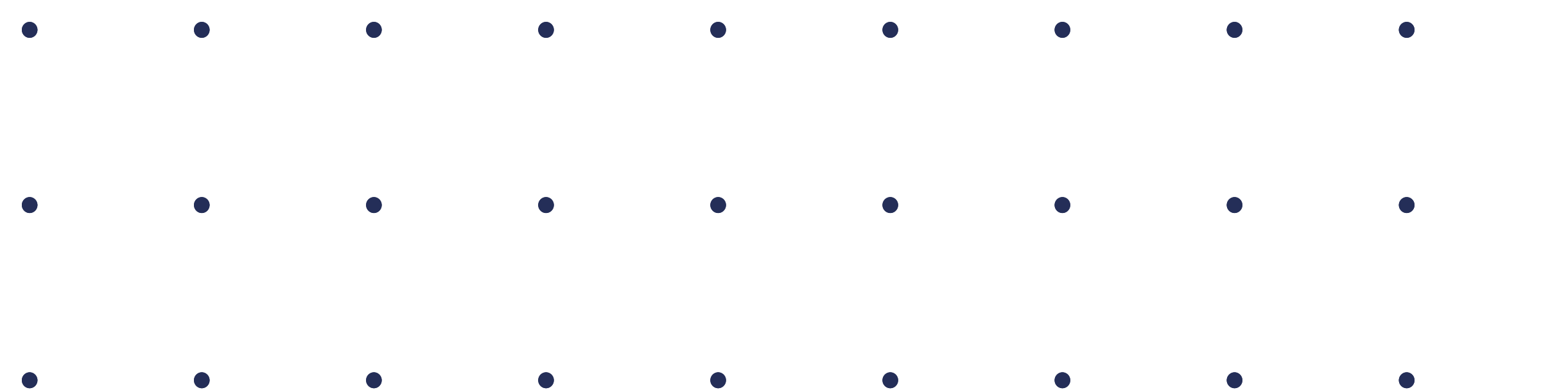


Profil konsumenta i analiza popytu

- ↳ Szczegółowy profil socjodemograficzny kupującego oraz penetracja zakupów w 34 badanych kategoriach produktowych.
- ↳ Analiza zachowań zakupowych: częstotliwość zakupów, preferowane pory dnia oraz miejsca zakupu posiłków on-the-go i czynniki ich wyboru.
- ↳ Profil osoby, która nie kupuje produktów typu ready-to-eat lub ready-to-serve oraz blokery decyzji zakupowych.
- ↳ Ścieżka zakupowa, misje zakupowe: analiza tendencji rozwojowych (zestawienie wyników badania z dwoma poprzednimi edycjami)

Struktura rynku i analiza formatów handlowych

- ↳ Wartość sprzedaży i udziały rynkowe największych graczy na rynku produktów food-to-go w Polsce.
- ↳ Najwięksi gracze na detalicznym rynku produktów food-to-go w Polsce w latach 2021-2025.
- ↳ Analiza strategii liderów w zakresie rozwoju oferty dań gotowych oraz małej gastronomii.





Zakres rzeczowy

- ↳ rynek produktów food-to-go
- ↳ segment produktów ready-to-eat
- ↳ segment produktów ready-to-serve

Kanały sprzedaży

- ↳ Dyskonty
- ↳ Convenience
- ↳ Sklepy na stacjach paliw
- ↳ Sklepy piekarniczo-ciastkarskie
- ↳ Pozostałe sklepy dużego formatu
- ↳ Małe sklepy ogólnospożywcze
- ↳ Pozostałe kanały



BADANIE KONSUMENCKIE



Metoda i wielkość próby

- ↳ Metoda badania: badanie ankietowe zrealizowane techniką CAWI.
- ↳ Wielkość próby: badanie przeprowadzone na reprezentatywnej próbie **n=1 824** dorosłych Polaków.
- ↳ Próba celowa: do badania zaproszono osoby, które w ciągu ostatnich 3 miesięcy dokonały zakupu gotowych posiłków, przekąsek lub napojów w punktach handlowych (m.in. convenience, stacje paliw, dyskonty).

Kluczowe obszary badania - o co pytaliśmy konsumentów?

- ↳ miejsce zakupu i miejsce konsumpcji,
- ↳ zakupy produktów: spontaniczność zakupów, częstotliwość zakupów,
- ↳ powody zakupów produktów oraz powody niekupowania produktów z danego segmentu,
- ↳ średnia kwota wydawana na zakup produktów,
- ↳ rodzaje kupowanych produktów food-to-go,
- ↳ zwyczaje dotyczące zakupu produktów food-to-go,
- ↳ styl życia, a zakup dań gotowych,
- ↳ pokolenia, a podejście do dań gotowych,
- ↳ cross-selling kategorii produktowych food-to go.

DANIA NA CIEPŁO

- ↳ Frytki
- ↳ Kebab
- ↳ Pizza na kawałki
- ↳ Hamburger/cheeseburger
- ↳ Hot-dog
- ↳ Zapiekanka
- ↳ Wrap, tortilla, burrito
- ↳ Nuggetsy/polędwiczki na patyku
- ↳ Tost/panini/kanapka na ciepło
- ↳ Churros
- ↳ Ser w panierce

NAPOJE NA WYNOS

- ↳ Kawa
- ↳ Herbata
- ↳ Gotowy koktajl/shake
- ↳ Świeże soki
- ↳ Smoothie
- ↳ Bubble tea
- ↳ Matcha/chai latte

PRZEKĄSKI

- ↳ Drożdżówka
- ↳ Pączek/donut
- ↳ Croissant
- ↳ Wytrawne/słone wypieki
- ↳ Przekąski z ciasta francuskiego ze słodkim nadzieniem
- ↳ Przekąski z ciasta francuskiego z wytrawnym nadzieniem
- ↳ Kanapki/bajgle
- ↳ Muffin

DANIA GOTOWE DO SPOŻYCIA

- ↳ Dania garmazeryjne
- ↳ Dania obiadowe kuchni polskiej
- ↳ Dania obiadowe kuchni świata
- ↳ Zupy/zupy-kremy
- ↳ Dania gotowe do kupienia w stoikach
- ↳ Sushi
- ↳ Świeże sałatki



Zakres prognoz PMR Market Experts by Hume's

Na potrzeby raportu sporządzono długoterminowe prognozy rozwoju rynku z wykorzystaniem modeli ekonometrycznych oraz 10-letnich szeregów czasowych.

Raport dostarcza prognoz dla kluczowych segmentów i otoczenia makroekonomicznego:

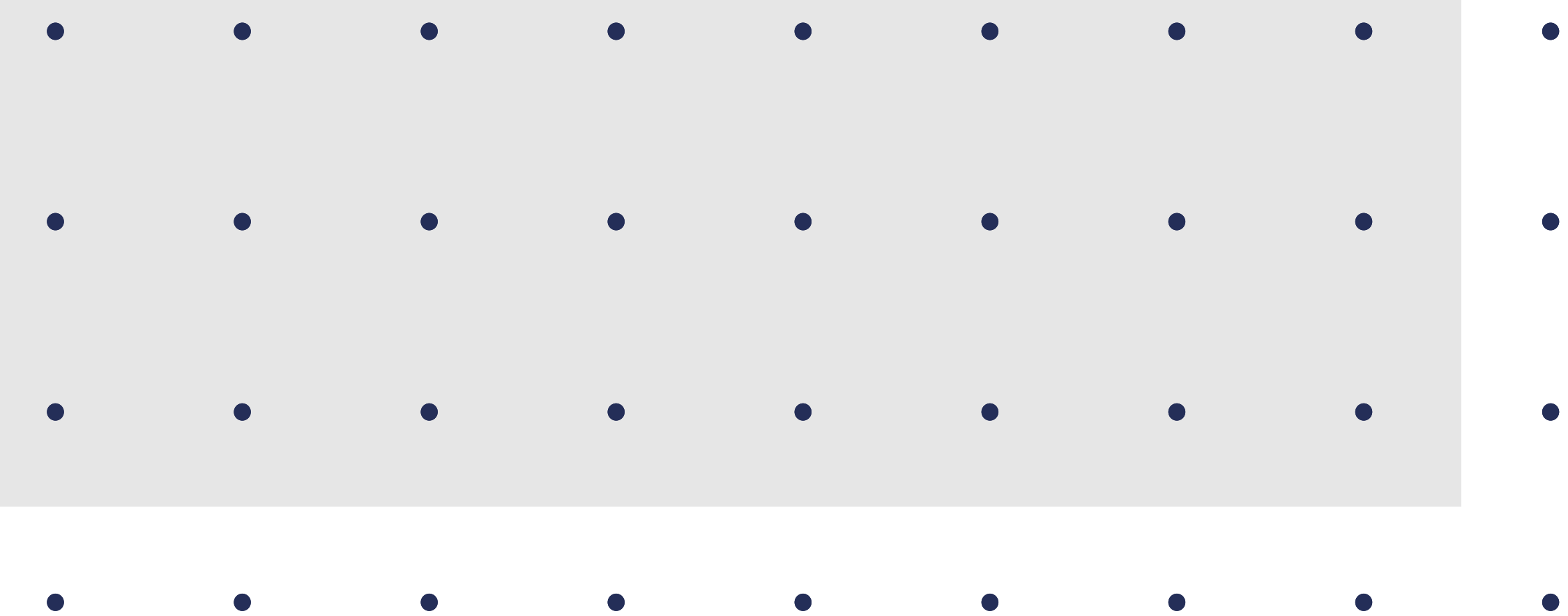
- ↳ Wartość rynku: prognozy dla całkowitej oraz detalicznej wartości rynku produktów food-to-go w Polsce.
- ↳ Segmenty produktowe: prognozy rozwoju dla segmentów ready-to-eat oraz ready-to-serve.
- ↳ Kanały sprzedaży: prognozy zmian w strukturze rynku z uwzględnieniem podziału na kanały sprzedaży.

Zaawansowany wsad makroekonomiczny

Prognozy są wspierane przez szczegółową analizę wybranych wskaźników makroekonomicznych, kluczowych dla dynamiki popytu:

- ↳ PKB: prognozy dla PKB per capita i realnej dynamiki PKB.
- ↳ Dochód i wynagrodzenia: realna dynamika dochodu rozporządzalnego gospodarstw domowych oraz przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto.
- ↳ Inflacja: prognozy inflacji CPI oraz prognozowane zmiany cen żywności i napojów bezalkoholowych.
- ↳ Demografia: liczba rezydentów w Polsce oraz udziały poszczególnych grup demograficznych.
- ↳ Rynek pracy: średnioroczna stopa bezrobocia BAEL.

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





1 **Kompleksowy obraz rynku produktów Food-to-go w Polsce**
Poznasz wartość rynku oraz prognozy do 2031 r. wraz z analizą głównych segmentów rynkowych w podziale na kanały sprzedaży.

2 **Dostęp do precyzyjnych prognoz na lata 2026-2031**
Otrzymasz 5-letnie prognozy opracowane na podstawie modeli ekonometrycznych.

3 **Ready-to-Eat vs. Ready-to-Serve**
Zrozumiesz dynamikę wzrostu dań gorących i napojów (np. hot-dogi, kawa) względem asortymentu dań gotowych (chłodzonych i półkowych).

4 **Wgląd w zachowania i preferencje konsumentów**
Poznasz zwyczaje zakupowe przedstawicieli różnych generacji, zobaczysz wpływ wieku na skłonność do zakupu w badanych kategoriach produktowych.

5 **Analiza kanałów sprzedaży**
Dowiesz się, który kanał (convenience, dyskonty czy stacje paliw) najszybciej przejmuje udziały w rynku food-to-go.

6 **Benchmarking konkurencji**
Sprawdzisz, jak na tle całego rynku radzą sobie liderzy oraz poznasz ich estymowane przychody i udziały w sprzedaży produktów food-to-go.

7 **Unikatowe dane rynkowe**
Uzyskasz dostęp do sprawdzonych danych rynkowych: realnej wartości rynku, udziałów konkurencji oraz unikalnych wyników badań konsumenckich.

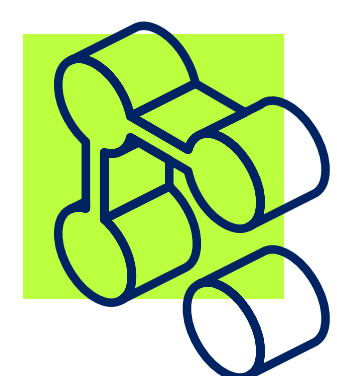
8 **Makroekonomiczne i demograficzne uwarunkowania rynku**
Zrozumiesz, jak inflacja cen żywności, zmiany w dochodach rozporządzalnych Polaków oraz nowoczesny styl życia wpływają na popyt na produkty food-to-go.

9 **Dodatkowe materiały - dane źródłowe w Excelu**
Otrzymasz dane w formacie, który umożliwi Ci ich samodzielne agregowanie, analizę i tworzenie modeli wewnętrznych w organizacji.

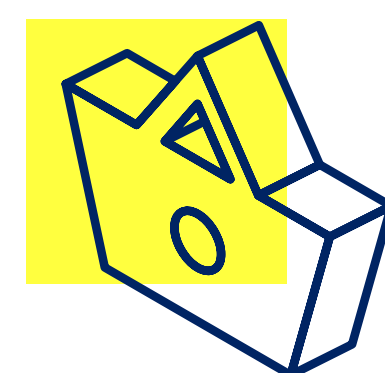
10 **Doświadczenie**
Skorzystasz z 20+ lat doświadczenia i metodologii opartej na dziesiątkach zmiennych oraz łączonych źródłach danych pierwotnych i wtórnych.

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:



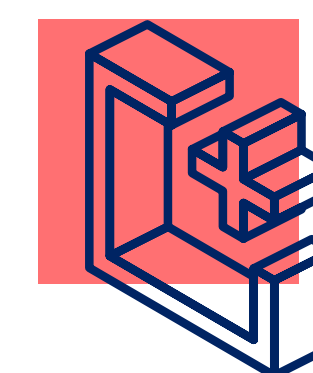
Digital & ICT



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+

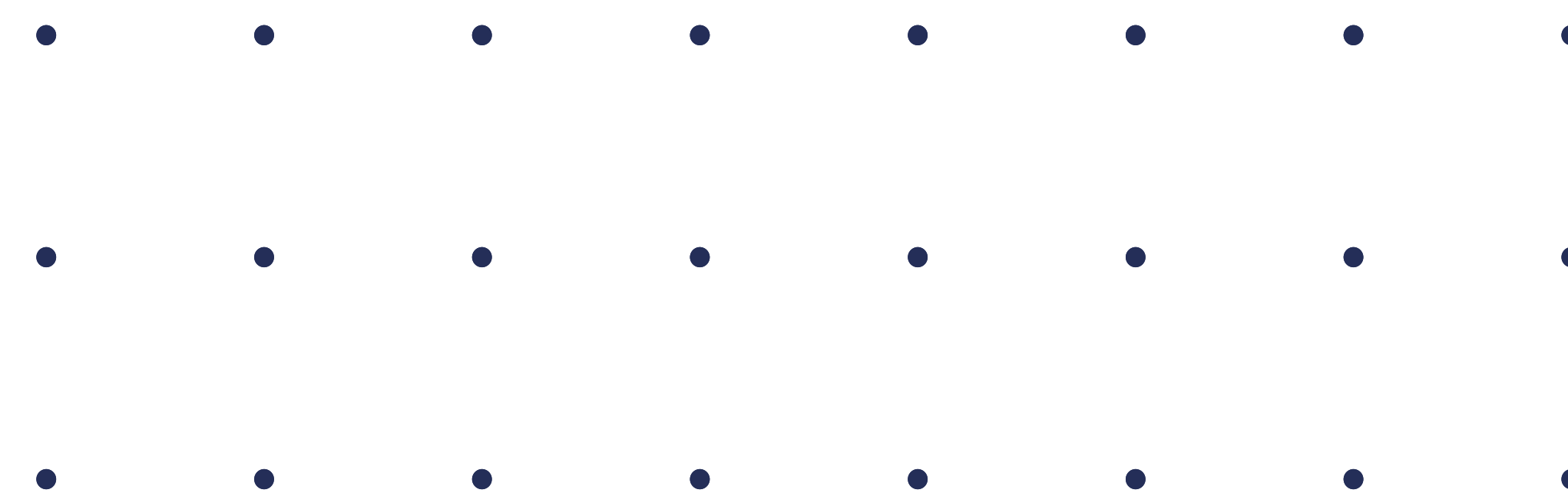
klientów globalnych

5 000+

przebadanych marek

50+

analizowanych krajów



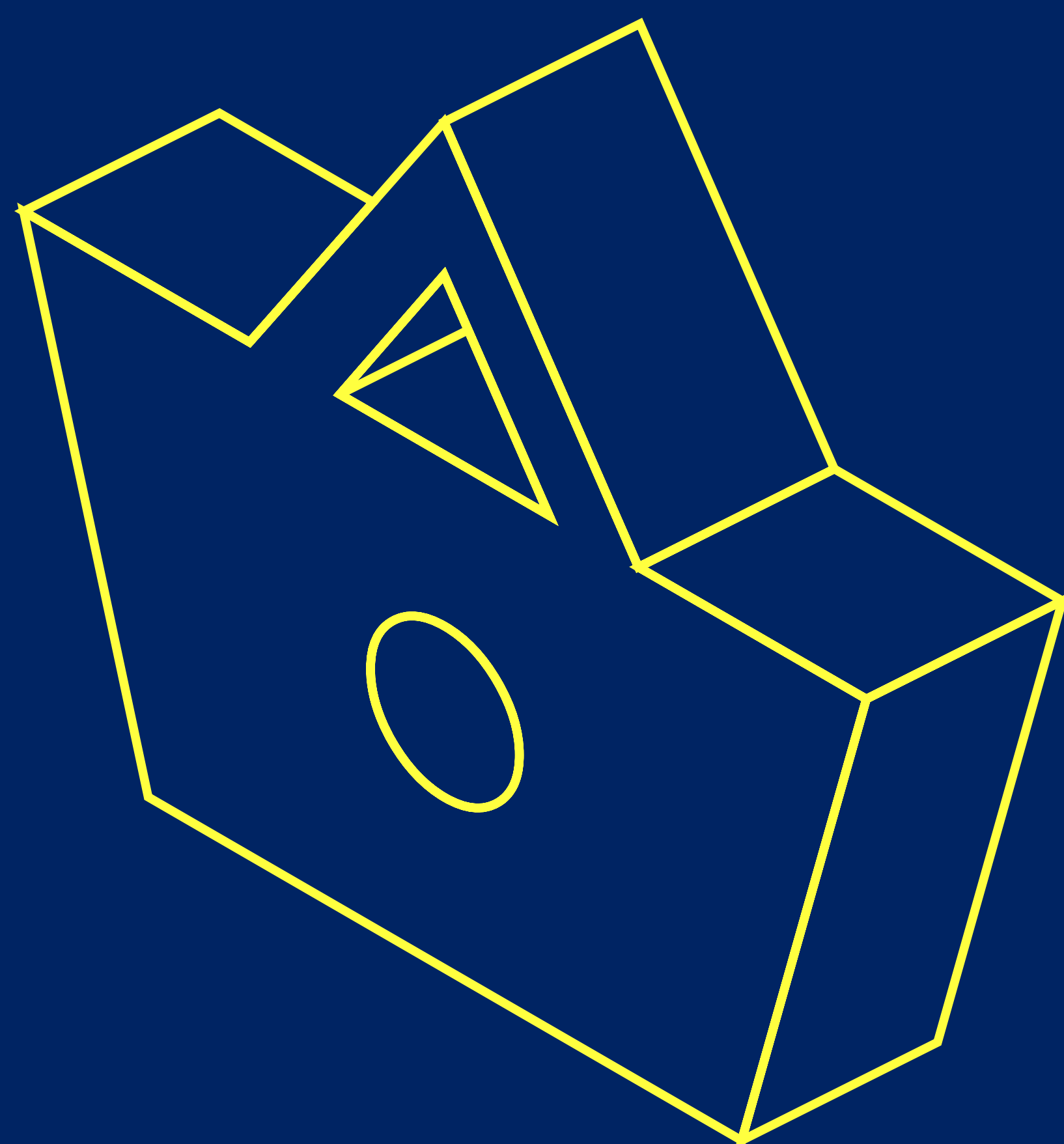
Zaufało nam już ponad 600 firm, w tym:

L'ORÉAL



SEPHORA





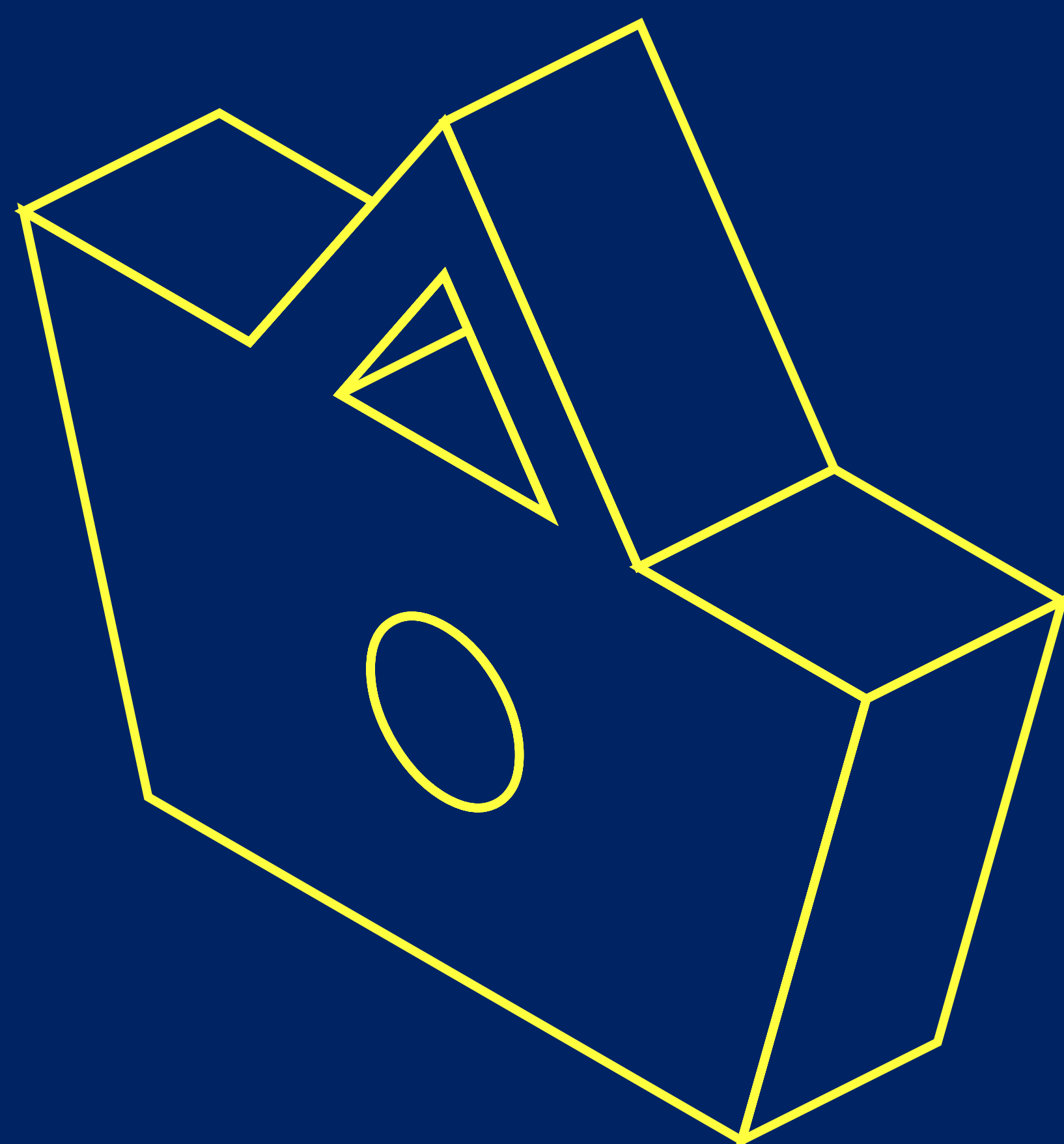
RAPORTY RETAIL 2026

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 (2025)

E-COMMERCE

- Handel internetowy w Polsce

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



Beata Michalska

Business Development Manager

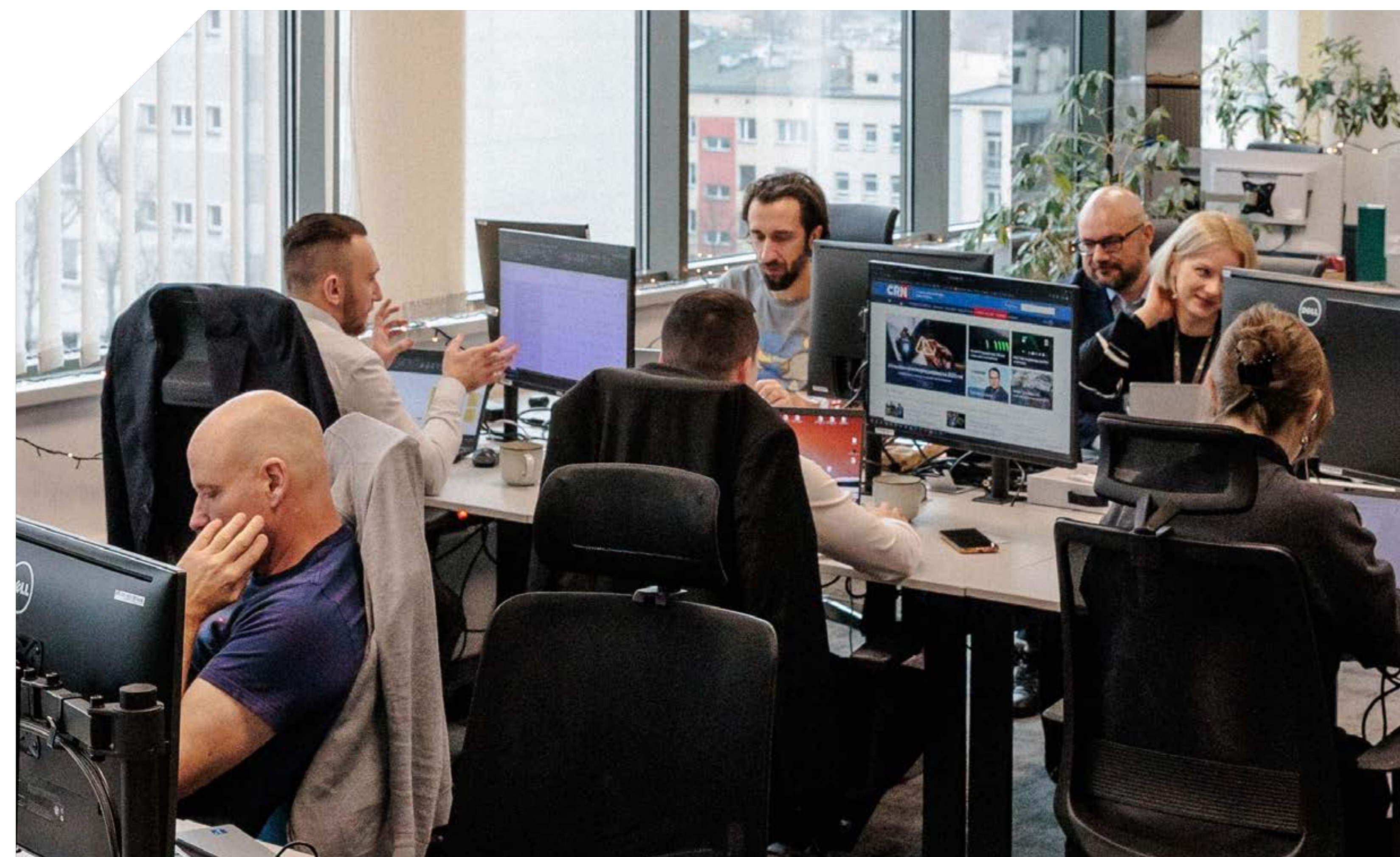
tel.: +48 607 636 904

beata.michalska@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