

# HANDEL DETALICZNY ARTYKUŁAMI WYPOSAŻENIA WNĘTRZ W POLSCE 2026

ANALIZA RYNKU I PROGNOZY  
ROZWOJU NA LATA 2026-2031



Rynek wyposażenia wnętrz w 2025 r. wszedł w fazę ożywienia, w dużej mierze napędzanego przez dynamiczny rozwój sprzedaży internetowej, największego kanału sprzedaży na tym rynku. Motorem wzrostu sprzedaży online był z kolei kanał cross-border, który wzrósł r/r z dynamiką kilkudziesięcioprocentową. Bazując na konkurencyjnych cenach i szerokim asortymencie nie tylko przejął część popytu od innych kanałów, ale także wykreował dodatkowy popyt konsumencki.

Równolegle wzrosło znaczenie dyskontów niespożywczych, które zwiększają presję na sieci specjalistyczne zwłaszcza w kategoriach dekoracyjnych. Według prognoz PMR udział dyskontów niespożywczych w rynku wyposażenia wnętrz osiągnie poziom dwucyfrowy już w 2026 r. Rozwój tego formatu wynika przede wszystkim z atrakcyjnej polityki cenowej, rosnącej dostępności placówek oraz poszerzania oferty produktów z kategorii wyposażenia domu.

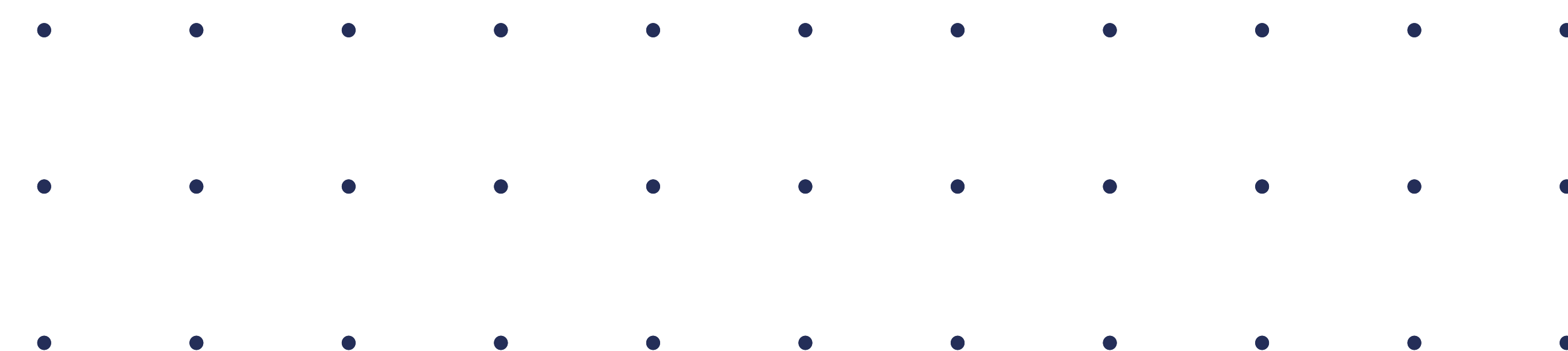
Efektom opisanych wyżej tendencji jest znacząca pozycja graczy niespecjalistycznych w zestawieniach największych graczy. O ile sieci dyskontowe takie jak Pepco czy Action od lat zaznaczają swoją obecność w czołówce, to pozycja platform cross-border takich jak Temu i AliExpress wzrosła znacząco w ciągu minionych kilku lat – obecnie plasują się one w top 5 największych graczy w kanale online i tuż poza pierwszą 10 na rynku ogółem.

Rosnąca konkurencja ma istotne znaczenie dla struktury całego rynku – kanały, które wcześniej miały charakter uzupełniający, obecnie przejmują znaczną część sprzedaży od sieci specjalistycznych. W efekcie rynek wyposażenia wnętrz staje się bardziej konkurencyjny, dynamiczny i wrażliwy na zmiany zachowań konsumenckich, co w dłuższej perspektywie może prowadzić do jego dalszej transformacji.

**Katarzyna Kuciel**

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

Autorka raportu „Handel detaliczny artykułami wyposażenia wnętrz w Polsce 2026”





## Zarząd i C-Level

Wyznaczanie kierunków rozwoju na rynku wyposażenia wnętrz do 2031 r. Podejmowanie decyzji inwestycyjnych w oparciu o prognozy rozwoju rynku mieszkaniowego.

## Dział Sprzedaży

Optymalizacja strategii wielokanałowej. Wyznaczanie celów sprzedażowych w oparciu o potencjał poszczególnych kanałów sprzedaży.

## Dział Marketingu

Dostosowanie komunikacji do planów remontowych Polaków. Precyzyjne targetowanie na podstawie profilu kupującego oraz ścieżki zakupowej artykułów wnętrzarskich.

## Dział Finansowy

Budżetowanie i prognozowanie przychodów z uwzględnieniem czynników makroekonomicznych, takich jak inflacja cen wyposażenia oraz sytuacja na rynku kredytów hipotecznych.

## Dział Zakupów / Kategorii

Zarządzanie asortymentem (meble, art. wyposażeniowe) w oparciu o dane rynkowe. Optymalizacja portfolio produktów na podstawie trendów i potrzeb konsumentów.

## Dział Analiz / BD

Benchmarking sieci meblowych i monitoring ich udziałów rynkowych.

**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 artykułów wyposażenia wnętrz w Polsce wraz z prognozami rozwoju 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



## Zakres przedmiotowy

- ↳ Wartość rynku
- ↳ Struktura wartości rynku w podziale na kanały sprzedaży:
  - sieci sklepów specjalistycznych,
  - sieci DIY,
  - wielkopowierzchniowe sklepy spożywcze,
  - internet,
  - dyskonty niespożywcze,
  - inne typy sklepów.
- ↳ Prognozy dla:
  - całego rynku
  - poszczególnych kanałów rynku
- ↳ Ranking oraz profile głównych graczy na rynku

## Zakres rzeczowy

- ↳ Artykuły wyposażenia wnętrz, w tym:
  - meble
  - tekstylia domowe
  - oświetlenie
  - dekoracje
  - ogród i balkon
  - przechowywanie i wyposażenie
  - akcesoria łazienkowe

**Zakres czasowy** 2022-2025

**Perspektywa prognoz** 2026-2031

**Zakres przestrzenny** Polska

## Profil konsumenta kupującego meble oraz artykuły wyposażenia wnętrz

W ramach badania prezentujemy charakterystykę konsumenta kupującego meble oraz artykuły wyposażeniowe, w tym:

- miejsce zakupu mebli i artykułów wyposażenia wnętrz,
- ścieżka zakupowa,
- zakup i plany zakupu mebli i artykułów wyposażenia wnętrz,
- zachowania konsumenckie w obszarze zakupu mebli i artykułów wyposażenia wnętrz,
- źródła pomysłów i inspiracji na aranżację wnętrz,
- metryczka – szczegółowa charakterystyka socjodemograficzna konsumentów.

## Remonty Polaków

Badanie koncentruje się także na analizie aktywności remontowej Polaków, obejmującej zarówno działania zrealizowane, jak i planowane. W szczególności prezentujemy:

- skalę remontów przeprowadzonych w ostatnim roku oraz plany na przyszłość,
- miejsce, zakres prac oraz rodzaje remontowanych pomieszczeń,
- sposób realizacji prac (samodzielnie vs. zlecenie fachowcom),
- poniesione i planowane koszty oraz budżety remontowe,
- źródła finansowania remontów oraz przyczyny rezygnacji z prac.

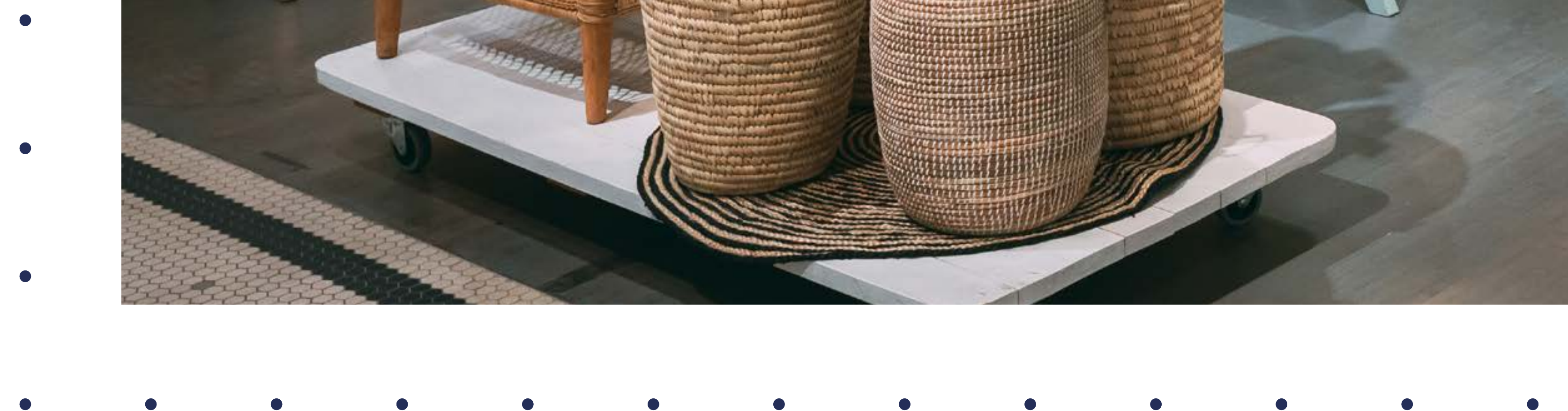
## Wyniki badania konsumenckiego

Termin realizacji:  
luty 2026 r.

Próba: **n= 1 300** Polaków

## Analiza otoczenia konkurencyjnego

- ↳ **Wartość sprzedaży i udziały rynkowe** największych graczy w całkowitym rynku artykułów wyposażenia wnętrz w Polsce.
- ↳ **Struktura rynku** według kanałów sprzedaży.
- ↳ **Główni gracze** na detalicznym rynku artykułów wyposażenia wnętrz oraz strategię ekspansji.
- ↳ **Kanał internetowy** z uwzględnieniem pozycji platform handlowych (polskich i zagranicznych).
- ↳ **Poziom koncentracji sektora.**
- ↳ **Trendy sektorowe** w dystrybucji detalicznej artykułów wyposażenia wnętrz.



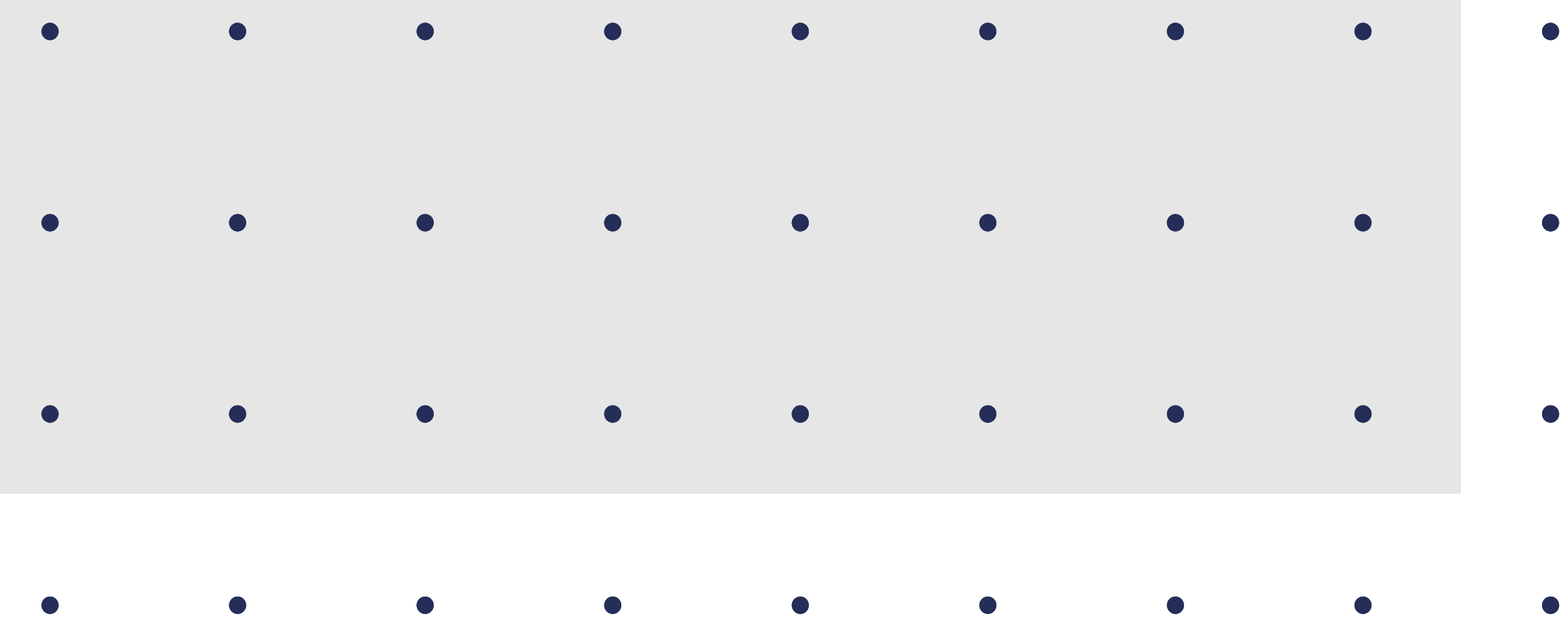


## Zaawansowany wsad makroekonomiczny

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, konsumpcji prywatnej oraz przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto.
- ↳ Inflacja i stopy procentowe: prognozy inflacji CPI, cen artykułów wyposażenia wnętrz oraz wysokość średniorocznej stopy WIBOR.
- ↳ Demografia: liczba rezydentów w Polsce wraz z podziałem na udziały poszczególnych grup demograficznych.
- ↳ Rynek pracy: prognozy średniorocznej stopy bezrobocia według metodologii BAEL.

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





## Trafność prognoz publikowanych w raporcie „Handel detaliczny artykułami wyposażenia wnętrz w Polsce”

Aby zweryfikować trafność prognoz obliczyliśmy średni bezwzględny błąd procentowy (MAPE), który określa, jak bardzo nasze prognozy różniły się średnio od rzeczywistych wartości.

Błąd prognozy dla **wartości całego rynku artykułów wyposażenia wnętrz** w Polsce:

edycja 2025	edycja 2024	edycja 2023
0,7%	0,8%	2,3%

Równie precyzyjne okazały się **prognozy dla kluczowych kanałów**:

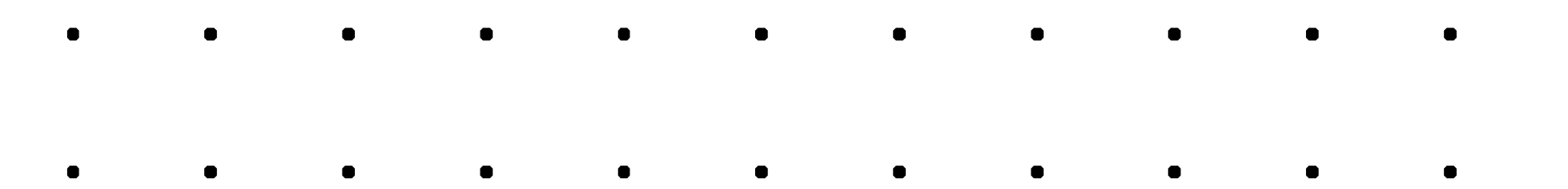
	edycja 2025	edycja 2024
sieci specjalistyczne	1,0%	4,6%
sprzedaż przez Internet	2,0%	3,6%

Dokładność ta została potwierdzona także na poziomie pozostałych 6 analizowanych kanałów. W zdecydowanej większości z nich błąd prognoz nie przekroczył 5%.

**Mediana błędu prognoz:**

**1,0%**

**w raporcie 2025 r.  
(vs 3,5% w 2024 r.)**





**1**

## Obraz rynku artykułów wyposażenia wnętrz w Polsce

Wartość rynku oraz jego struktura i dynamika wraz z analizą głównych kanałów sprzedaży.

**2**

## Dostęp do precyzyjnych prognoz na lata 2026-2031

5-letnie prognozy opracowane na podstawie zaawansowanych modeli ekonometrycznych.

**3**

## Kanały sprzedaży

Wartość rynku według kanałów sprzedaży m.in. sieci specjalistycznych, e-commerce i dyskontów niespożywczych oraz prognozy ich rozwoju.

**4**

## Monitoring konkurencji

Udziały rynkowe i strategie największych graczy, co pozwoli na skuteczny benchmarking.

**5**

## Wgląd w zachowania i preferencje konsumentów

Aktualne plany remontowe Polaków oraz zakupy mebli i artykułów wyposażenia wnętrz, miejsca zakupu, ścieżki zakupowe i inne.

**6**

## Makroekonomiczne i demograficzne uwarunkowania rynku

Jak inflacja, sytuacja na rynku mieszkaniowym oraz stopy procentowe wpływają na popyt na artykuły wyposażenia wnętrz.

**7**

## Ekspertskie wsparcie po zakupie raportu

Możliwość konsultacji z autorami raportu pozwala w pełni wykorzystać potencjał raportu i odnieść konkretne liczby do specyfiki Twojej firmy.

**8**

## Unikatowe dane rynkowe

Dostęp do sprawdzonych danych rynkowych: wartości rynku, udziałów konkurencji oraz unikalnych wyników badań.

**9**

## Dodatkowe materiały – dane źródłowe w Excelu

Możliwość samodzielnego agregowania danych, analizy własnej i tworzenia modeli wewnętrznych w organizacji.

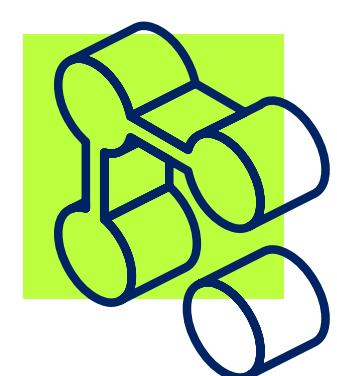
**10**

## Doświadczenie

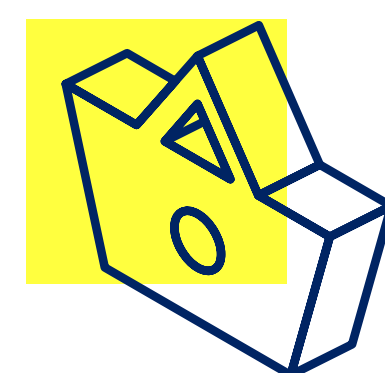
Łączone źródła danych (pierwotne, wtórne), 20+ lat doświadczenia na rynku, metodologia oparta na dziesiątkach zmiennych.

## 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:



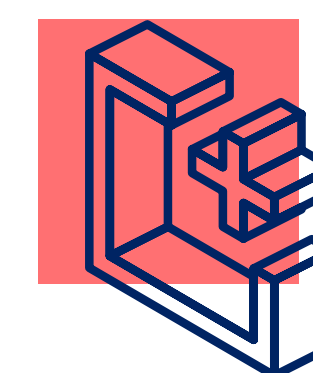
**Digital & ICT**



**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+**

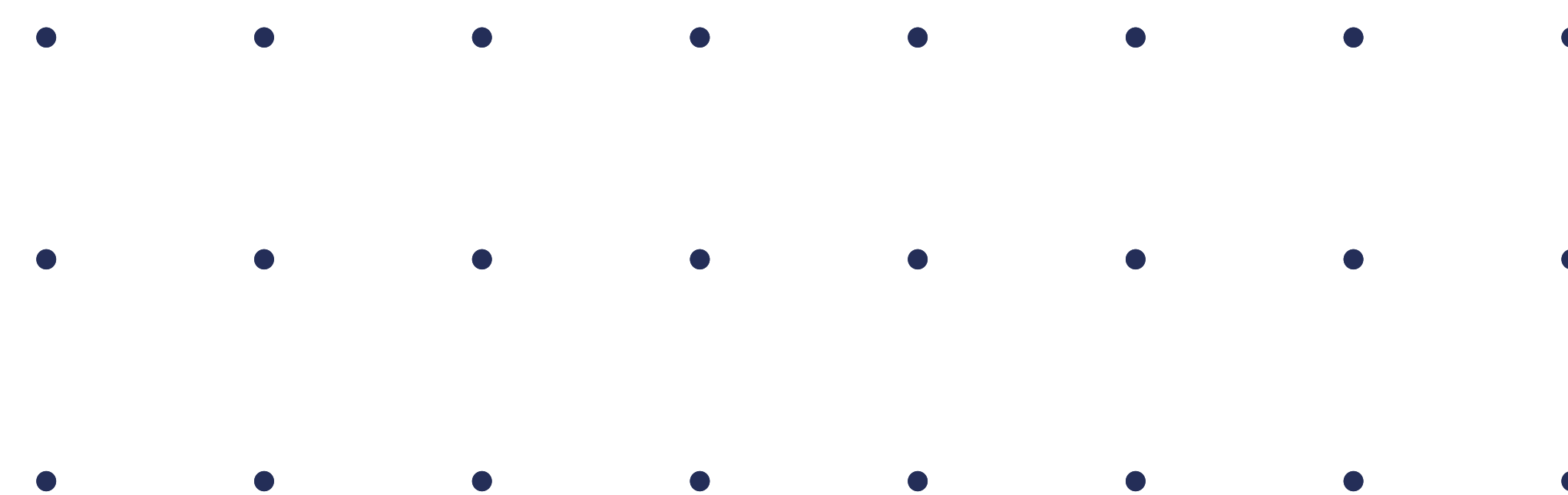
klientów globalnych

**5 000+**

przebadanych marek

**50+**

analizowanych krajów



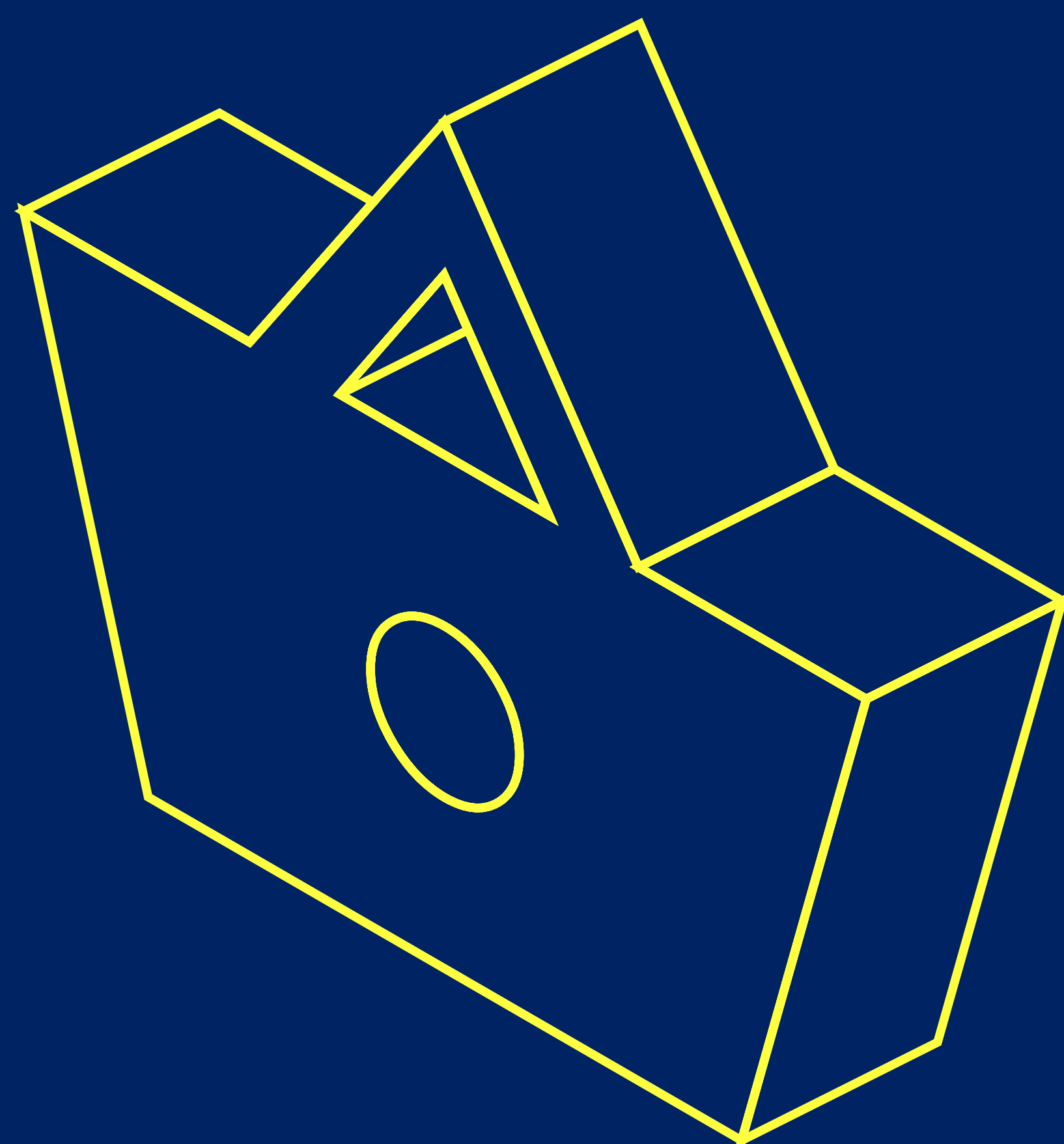
## Zaufało nam już ponad 600 firm, w tym:

L'ORÉAL



SEPHORA





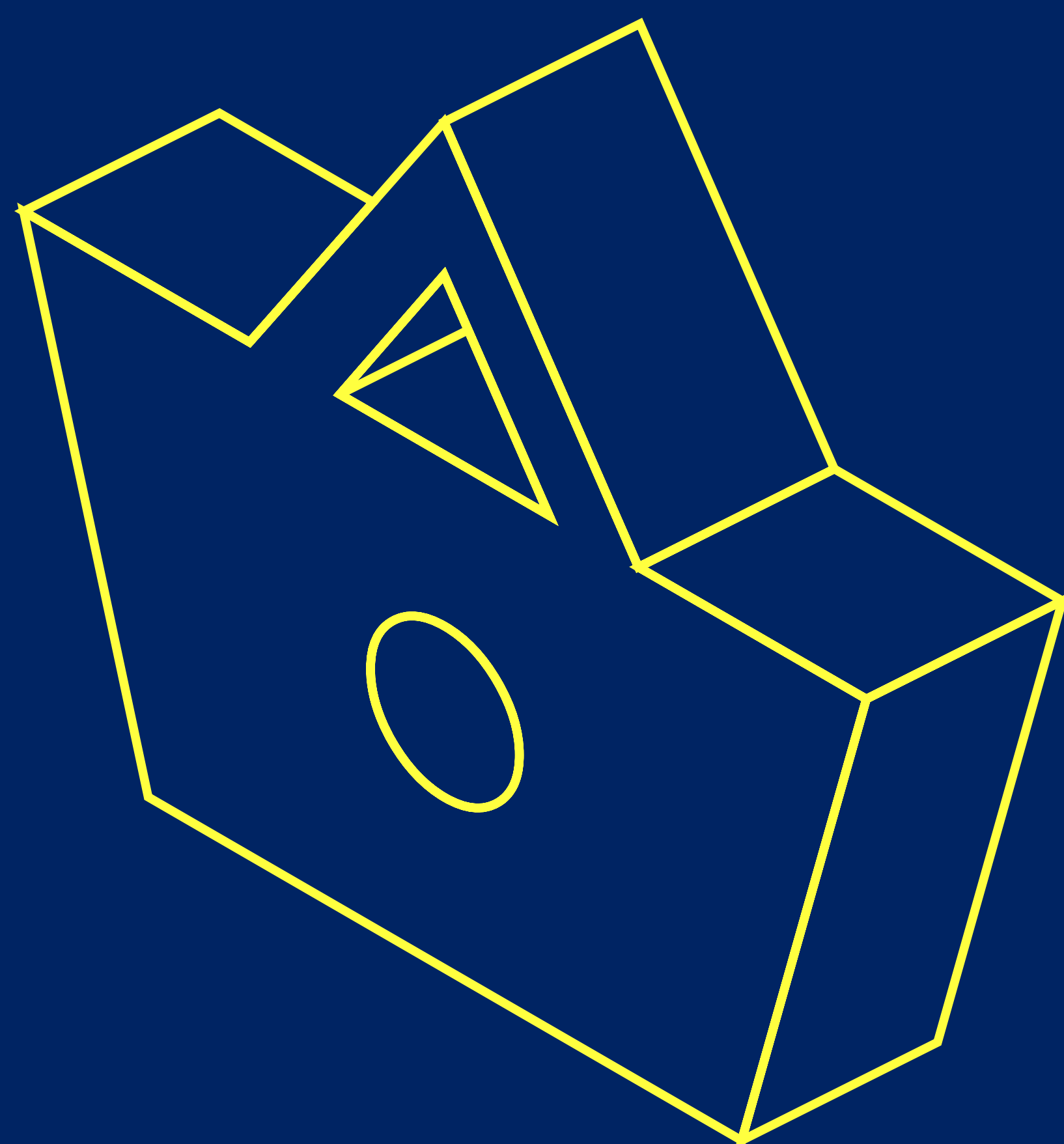
# RAPORTY RETAIL 2026

## 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 (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

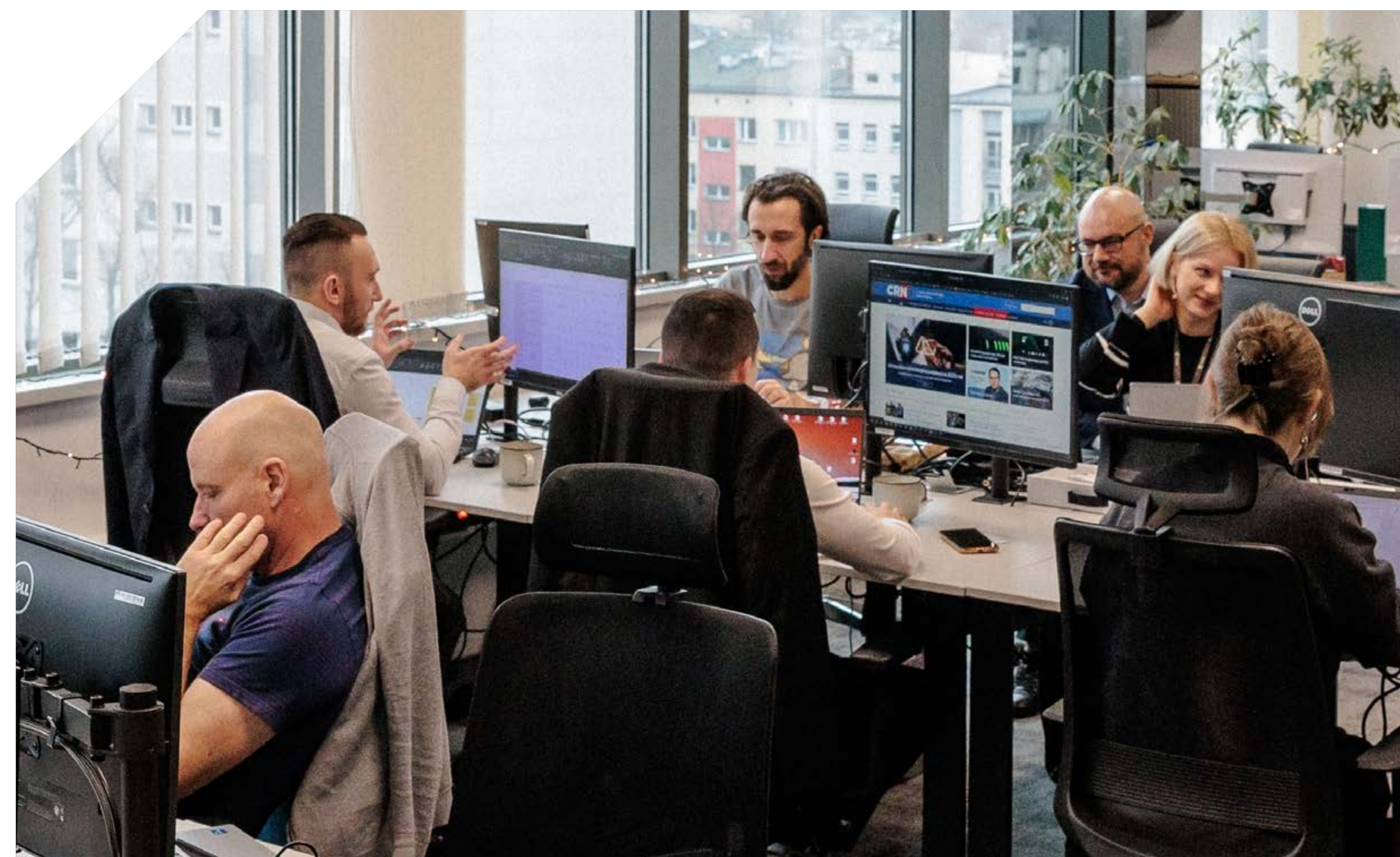
tel.: +48 607 636 904

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

[pmrmarketexperts.com](http://pmrmarketexperts.com)

• [mypmr.pro](http://mypmr.pro)

• [humes.pl](http://humes.pl)



Królewska 57  
30-081 Kraków  
Polska



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