



Uniwersytet
Ekonomiczny
w Katowicach



blisko

międzynarodowo



przez całe życie

Konsumpcja i zakupy w czasach pandemii COVID 19

Grzegorz Maciejewski

Barbara Kucharska Mirosława Malinowska

Informacje na temat przeprowadzonych badań

- **Czas:** Listopad 2020
- **Technika badawcza:** ankieta online - Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna.
- **Wielkość próby:** 1045 dorosłych Polaków
- **Dobór próby:** kwotowy ze względu na wiek, płeć i miejsce zamieszkania.



Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach



Uniwersytet
Ekonomiczny
w Katowicach



blisko

międzynarodowo



przez całe życie

ZMIANY W ZACHOWANIACH KONSUMENTÓW W WYNIKU PANDEMII

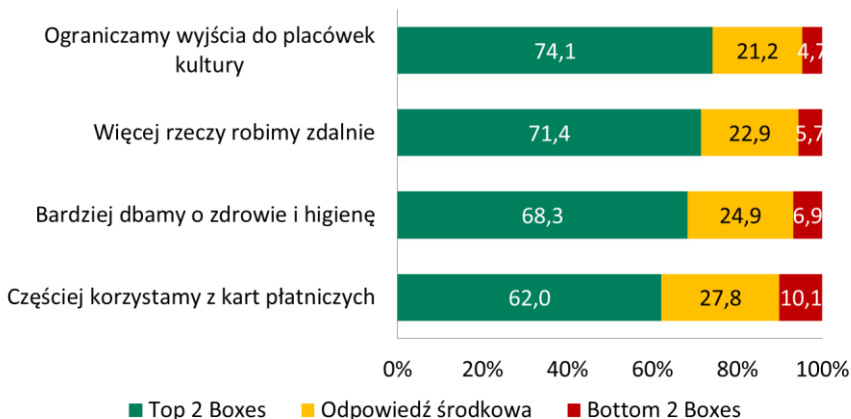
ZMIANY W ZACHOWANIACH W WYNIKU PANDEMII COVID 19 DEKLARACJE BADANYCH

- Jakie zmiany w zachowaniach Pana/i oraz członków Pana/i gospodarstwa domowego wystąpiły w wyniku pandemii COVID 19?
- Pięciostopniowa skala Likerta z odpowiedzią środkową „*ani się zgadzam, ani się nie zgadzam*”
- 16 stwierdzeń
- Współczynnik rzetelności α Cronbacha 0,910



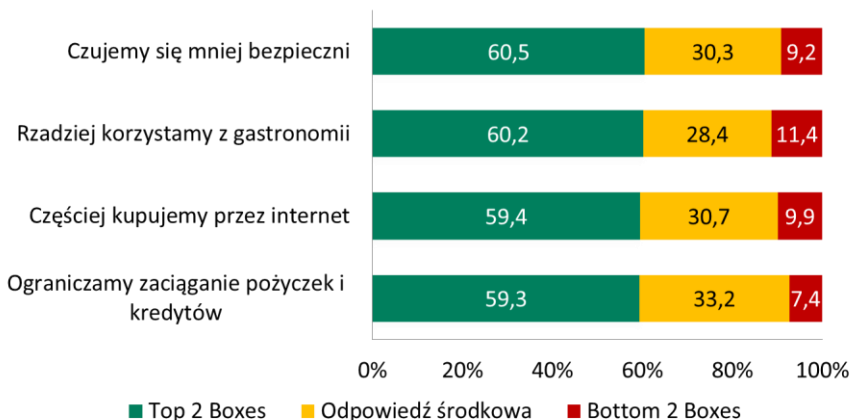
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

ZMIANY W ZACHOWANIACH W WYNIKU PANDEMII COVID 19 DEKLARACJE BADANYCH



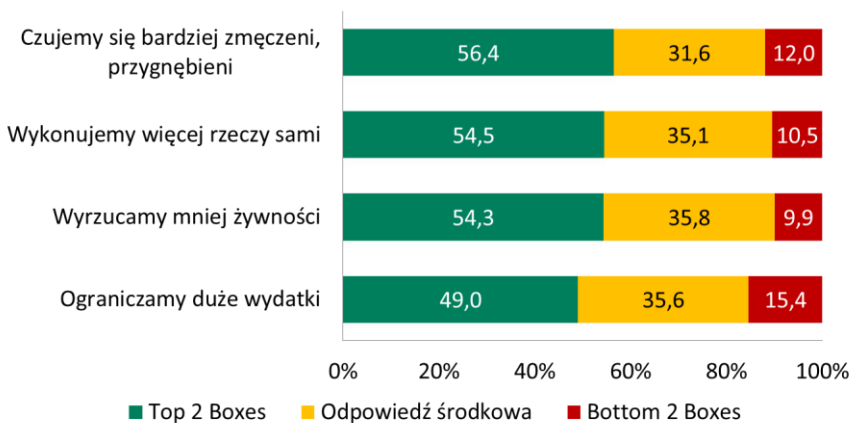
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

ZMIANY W ZACHOWANIACH W WYNIKU PANDEMII COVID 19 DEKLARACJE BADANYCH



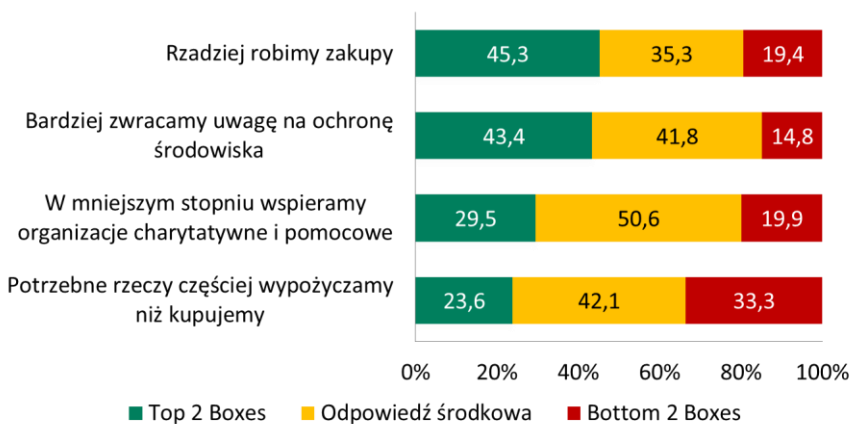
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

ZMIANY W ZACHOWANIACH W WYNIKU PANDEMII COVID 19 DEKLARACJE BADANYCH



Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

ZMIANY W ZACHOWANIACH W WYNIKU PANDEMII COVID 19 DEKLARACJE BADANYCH



Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

COVID 19 A DEGRADACJA ŚRODOWISKA

- Jaki wpływ na powstanie pandemii COVID 19 Pan/i zdaniem ma postępująca degradacja środowiska naturalnego spowodowana nieodpowiedzialną działalnością człowieka w obszarze wykorzystania zasobów naturalnych, produkcji i konsumpcji?
- Proszę wpisać wartość od 0 do 100 %, gdzie 0 to całkowity brak wpływu, a 100 całkowity wpływ.

N	Ważne	1045
	Braki danych	0
Średnia		40,24
Mediana		40,00
Dominanta		0,00
Percentyle	25	10,00
	50	40,00
	75	62,50



Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach



ZMIANY W SPOSOBIE DOKONYWANIA ZAKUPÓW W WARUNKACH PANDEMII COVID 19

Badani na zakupach – samoocena poczucia bezpieczeństwa w warunkach pandemii

- Na zakupach blisko **63% badanych czuje się bezpiecznie**, przy czym w zdecydowanym stopniu poczucie bezpieczeństwa deklaruje 14%
- Na zakupach **nie czuje się bezpiecznie 12% badanych**



Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

**Według 60% badanych
najlepszym miejscem dokonywania zakupów
w czasie pandemii jest sklep dyskontowy**



Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

ZACHOWANIA ZAKUPOWE W WARUNKACH PANDEMII COVID 19



Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

ZACHOWANIA ZAKUPOWE W WARUNKACH PANDEMII COVID 19



Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

ROZWIĄZANIA STOSOWANE W SKLEPACH W WARUNKACH PANDEMII – deklaracje i oceny badanych

- Według ponad 70% badanych najlepiej dostosowane do zasad obsługi klienta w warunkach pandemii są **dyskonty – Biedronka i Lidl**
- Dla około 70% badanych rozwiązania stosowane w sklepach w warunkach pandemii są **ważne**
- Ponad 50% badanych dobrze **ocenia** rozwiązania stosowane w sklepach w warunkach pandemii

Maseczka
Dystans
Dezynfekcja
Ilość klientów
Godziny otwarcia



Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

ZNACZENIE ROZWIĄZAŃ STOSOWANYCH W SKLEPACH W WARUNKACH PANDEMII – deklaracje badanych (w%)

Wyszczególnienie	Ważne	Nieważne
Dostępność środków dezynfekcji rąk	17,6	12,5
Zastanianie ust i nosa przez personel	73,5	9,4
Zastanianie ust i nosa przez klientów	73,6	9,3
Wyznaczanie bezpiecznych odległości między klientami	72,2	10,5
Kontrolowanie ilości klientów w sklepie	69,8	13,0
Wydłużenie czasu otwarcia sklepów	67,1	11,1



Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

**ROZWIĄZANIA STOSOWANE W SKLEPACH
W WARUNKACH PANDEMII – oceny badanych
(w%)**

Wyszczególnienie	Dobre	Złe
Dostępność środków dezynfekcji rąk	73,9	7,7
Zasłanianie ust i nosa przez personel	69,0	10,9
Zasłanianie ust i nosa przez klientów	62,3	15,8
Wyznaczanie bezpiecznych odległości między klientami	57,7	19,2
Kontrolowanie ilości klientów w sklepie	54,7	21,4
Wydłużenie czasu otwarcia sklepów	67,6	6,8

