

Raport

Ranking hipermarketów

Idą święta. Ale zanim przyjdą, najpierw my pójdziemy do sklepów: po prezenty i zakupy na wigilijny stół. Nasz doroczny, trzeci już z kolei, ranking sieci hipermarketów ma ułatwić Państwu decyzje związane z wydawaniem pieniędzy na zakupy, nie tylko przedświąteczne.



Hej, kto Polak – na markety

PIOTR STASIAK, PAWEŁ WRABEC

Sprawdzamy, które sklepy są najtańsze, a które najbardziej przyjazne. Wyniki ankiety, jak co roku, publikujemy w grudniu, kiedy w hipermarketach gęsto od klientów. Na nasze zlecenie w piątek 4 listopada br., tuż po godzinie siedemnastej, do 24 sklepów największych sieci hipermarketów weszli „tajemniczy klienci” (ankieterzy instytutu GfK Polonia). Pakowali towary do koszyka, mierzyli czas stracony w kolejkach, sprawdzali jakość obsługi klienta. Na podstawie wypełnionej przez nich ankiety przygotowaliśmy ranking, który odpowiada na pytania – w której sieci najtaniej można zrobić duże zakupy, a która przykłada największą troskę do obsługi. O miejscu w rankingu decyduje łączna prezentacja w tych dwóch kategoriach.

W tegorocznym koszyku znalazło się 35 produktów. Ceny 29 z nich sprawdzali-

śmy również w roku ubiegłym. Po wyliczeniu średniej okazało się, że stosunkowo niewiele z nich zdrożało, większość cen spada. Na przykład cukier stanął o 13 proc., mąka o 22 proc., połówka sopočka o 9 proc. W sumie za te same towary (chodzi o koszyk „Polityki”) zapłaciliśmy średnio o 5 proc. mniej niż przed rokiem. To cieszy, bo przecież w całej gospodarce ceny rosną (inflacja liczona rok do roku według GUS wynosi 1,6 proc.). Co więcej, firma konsultingowa PMR wylczyła, że gospodarstwa domowe, które zaopatrują się w dużych sklepach samoobsługowych, oszczędzają 9 proc. swoich wydatków. Wiadac, że hipermarkety nie szaleją z cenami. Jakość ich towarów to już inna sprawa.

Ceny w hipermarketach są niskie, bo jest ich dużo i ostro ze sobą konkurują. Ostatnia korekta cen ma też i inne, zewnętrzne, przyczyny. W tym roku, podobnie jak w ubiegłym, na wartość koszyka silnie wpłynęły

Klasyfikacja ostateczna

1. Auchan	243,00	pkt
2. E.LECLERC	224,57	pkt
3. Carrefour	222,02	pkt
4. TESCO	216,66	pkt
5. real	214,34	pkt
6. Kaufland	212,52	pkt
7. Géant	204,82	pkt
8. hypernova	200,34	pkt

Wynik końcowy jest sumą punktów zdobytych za sklep najbardziej przyjazny i sklep najtańszy

skutki integracji z Unią Europejską. – Do lata 2004 r. wiele produktów żywnościowych nadmiernie drożało. Przed majem ludzie rzucili się na cukier i producenci wywindowali ceny. Teraz spuszczają z tonu, bo muszą opróżniać magazyny – wyjaśnia Wiesław Łopaciuk z Instytutu Ekonomiki Rolnictwa. Niskie ceny mąki to z kolei pokłosie dużych zapasów ziarna z ubiegłego roku. Ponieważ ceny zbóż w UE były niższe niż w Polsce, to mąka musiała stanieć.

Za wahaniami cen wielu produktów stała pogoda, od której zależą zbiory. W listopadzie za cytryny płaciliśmy o 12 proc. więcej, bo w 2005 r. wyjątkowo wcześniej skończyły się dostawy z Argentyny i handlowcy musieli sprowadzać droższe owoce z Hiszpanii. Wyjątkowo ciepła jesień w Polsce sprzyjała uprawie czerwonej papryki. W czasie ▶

Tygodnik

Śr. nakład 299515 egz.

Zasięg ogólnopolski

