



Badanie i Raport Koszyk Zakupowy ASM SFA dostarcza konsumentom oraz całej branży FMCG rzetelnych i wiarygodnych analiz w obszarze cen najpopularniejszych produktów oraz trendów na dynamicznie zmieniającym się rynku. Eksperti ASM SFA w cyklach miesięcznych badają ceny analogicznego koszyka zakupowego, w którym znalazło się 40 najchętniej wybieranych produktów FMCG (tych samych marek i o tych samych gramaturach) z 10 różnych kategorii. Badanie jest przeprowadzane w 13 tradycyjnych sieciach handlowych jak i kanale e-commerce.

Średnia cena koszyka zakupowego

323,03 zł

We wrześniu 2025 r. średnia cena koszyka zakupowego zawierającego najpopularniejsze artykuły codziennego użytku wyniosła 323,03 zł. W ujęciu miesięcznym to wzrost o 5,43 zł czyli 1,71%.

Koszyk minimalny (bazujący na najniższych cenach produktów) wyniósł 248,00 zł (więcej o 7,17 zł niż w sierpniu br.), natomiast koszyk maksymalny (przygotowany w oparciu o najwyższe ceny) - 385,33 zł (więcej o 6,14 zł niż w sierpniu br.)

najtańszy koszyk



Auchan
286,58 zł

23,58%

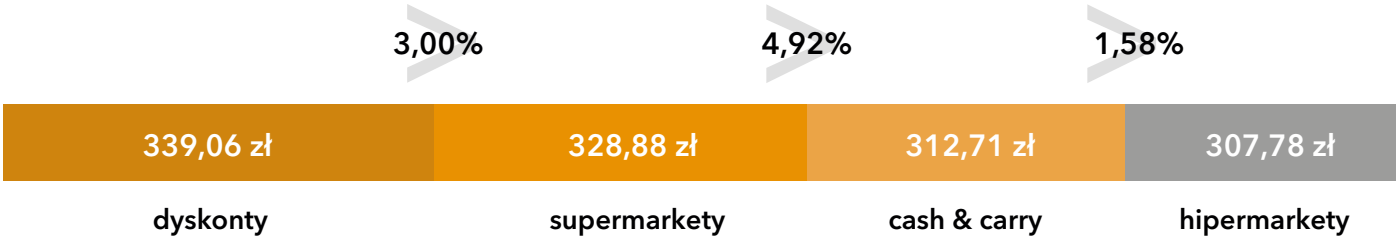


Netto
354,17 zł

najdroższy koszyk

Wartość koszyka zakupowego w podziale na sektory

Najtańsze zakupy można było zrobić w hipermarketach, gdzie średnia wartość koszyka zakupowego wyniosła 307,78 zł. Nieco drożej było w sklepach Cash & Carry (312,71 zł) oraz supermarketach (328,88 zł). Natomiast najdroższe zakupy oferowały dyskonty - 339,06 zł.



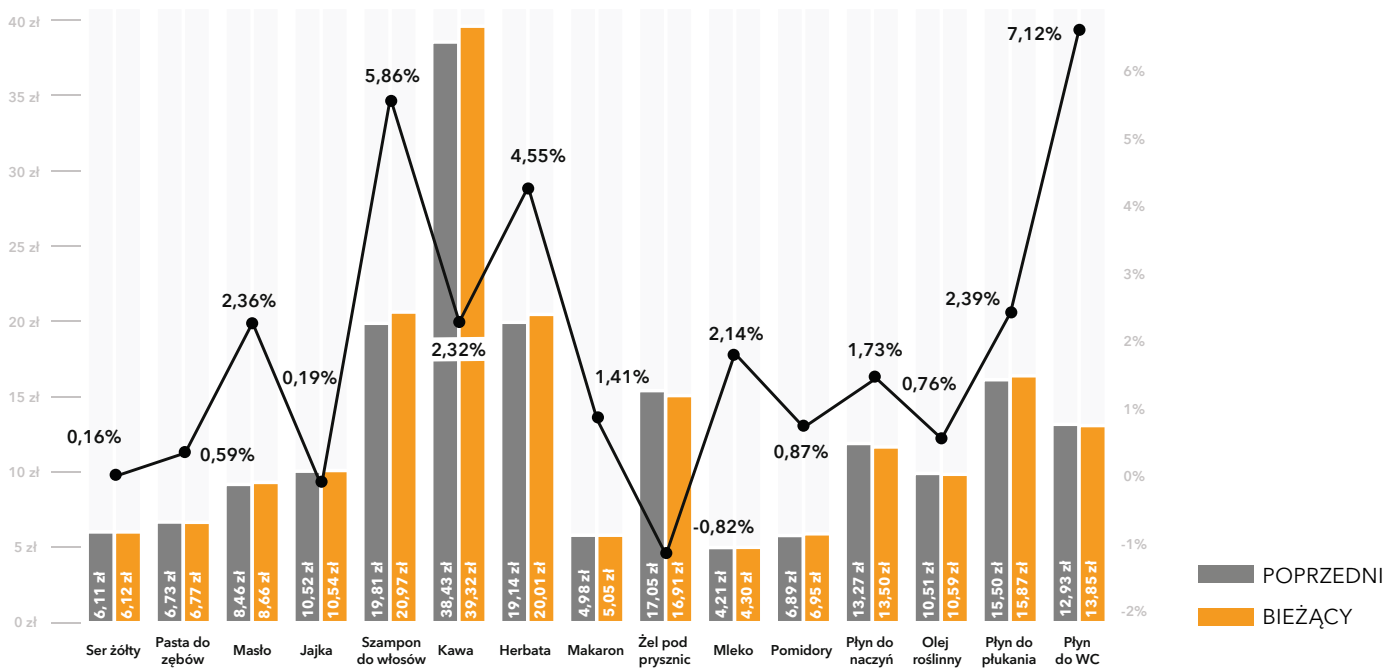
Wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały

W zestawieniu kanałów sprzedaży najczęściej za zakupy trzeba było zapłacić w dark store (362,44 zł). Nieco mniej w kanale e-grocery (345,30 zł) oraz w sieci tradycyjnej (323,03 zł). Natomiast najtańsze zakupy (316,65 zł) można było zrobić w sieciach hybrydowych.



Top 15 produktów

Eksperti ASM FSA z przebadanych produktów wyselekcjonowali 15 o największym znaczeniu dla konsumentów. Do selekcji produktów zastosowano tzw. indeks mocy, który pokazuje z jaką siłą dany produkt oddziałuje na kupującego. Wskaźnik ten zlicza takie parametry jak: niezbędność produktu, zaangażowanie cenowe czy też gotowość zmiany sklepu na inny.



ASM SFA dzięki ponad 20-letniej znajomości rynku, zasięgowi działania, szerokim kompetencjom oraz autorskim know-how krajowych i zagranicznych ekspertów, oferuje w pełni sprawdzone i zintegrowane działania z zakresu merchandisingu i outsourcingu sił sprzedaży.