

Komentarz Ekonomiczny

Jak tłusty był czwartek?

Marcin Luziński, tel. 510 027 662, marcin.luzinski@santander.pl

Grzegorz Ogonek, tel. 609 224 857, grzegorz.ogonek@santander.pl

Tłusty czwartek to w Polsce dzień, w którym królują wyroby cukiernicze, zwłaszcza pączki i faworki. Postanowiliśmy przeanalizować wydatki kartowe naszych klientów dokonane w piekarniach i cukierniach, by zbadać, jak tłusty czwartek wpływa na zachowania konsumentów. Nasi klienci w piekarniach i cukierniach wydali w ten tłusty czwartek o 11% więcej niż w tłusty czwartek 2025 oraz o 270% więcej niż w zwykły czwartek, tydzień wcześniej. Ustaliliśmy też, że przeciętny rachunek w piekarniach i cukierniach jest w tłuste czwartki zwykle większy o ok. 75% niż w zwykły czwartek, a liczba dokonywanych tam płatności kartowych podwaja się.

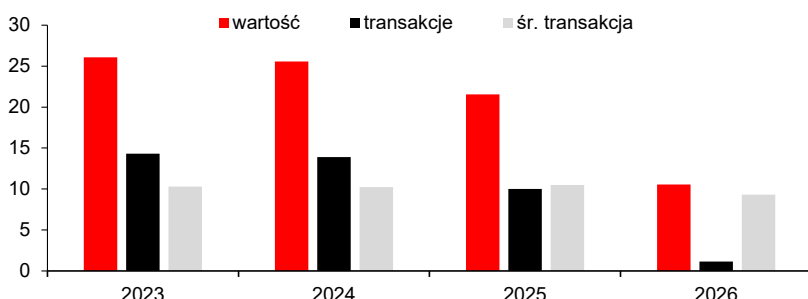
Jak dużo wydajemy w tłuste czwartki?

Tłusty czwartek to w Polsce dzień, w którym królują wyroby cukiernicze, zwłaszcza pączki i faworki. Nasza analiza wydatków kartowych w piekarniach i cukierniach, gdzie dostępne są słodkości, wskazuje, że w tłusty czwartek wydatki Polaków w sklepach tego typu potrafią być ponad trzykrotnie wyższe niż w zwykły dzień. W tłusty czwartek nie tylko częściej robimy zakupy w piekarniach i cukierniach (zwykle dwukrotnie częściej), ale też przeciętnie wydajemy więcej podczas pojedynczej transakcji, zwykle o 75%. W tym roku wartość wydatków w piekarniach i cukierniach w tłusty czwartek wyjątkowo mocno odstawała od tych realizowanych tydzień wcześniej – była wyższa o ok. 270%, inaczej mówiąc: była niemal czterokrotnie wyższa.

Tłusty czwartek ma też wpływ na wzorec wydatków w okoliczne dni – nieco więcej wydajemy w piekarniach i cukierniach w poprzedzającą go środę (to zapewne zaliczki lub kupowanie pączków zawczasu, żeby uniknąć porannych tłustoczwartkowych kolejek), a mniej w piątek, kiedy widocznie jesteśmy zbyt zastodzeni po czwartku i musimy odpocząć od słodczy. Skala obu zjawisk sięga 10-20% wydatków w środy i piątki dokonywanych w tygodniu poprzedzającym tłusty czwartek.

W ostatnich latach do walki o tłustoczwartkowego klienta przyłączyły się sieci dyskontowe. Nasze badanie nie obejmuje realizowanych w nich zakupów pączków. Zatem choć uzyskane przez nas wyniki pokazują szat zakupów w tłuste czwartki, to mogą wciąż nie doszacowywać zjawiska. Podejrzewamy, że to właśnie konkurencja ze strony sieci dyskontowych stoi za zarejestrowaną przez nas spadającą dynamiką wydatków kartowych w piekarniach i cukierniach w ostatnich latach.

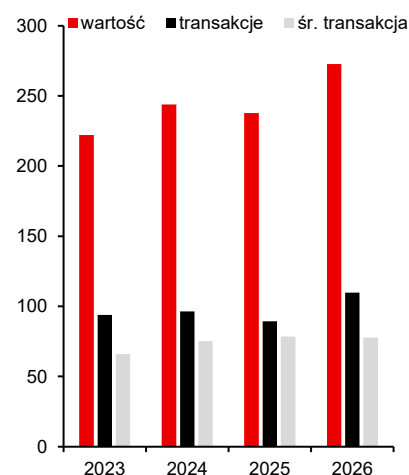
Wydatki kartowe w piekarniach i cukierniach w tłusty czwartek względem wydatków w poprzedni tłusty czwartek; zmiana wartości, liczby transakcji i przeciętnej płatności kartowej, w %



Źródło: Santander Bank Polska

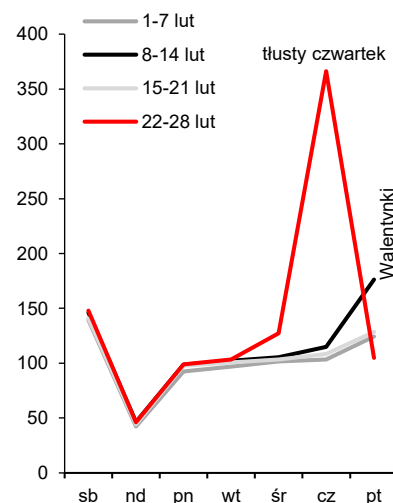
Jeśli porównywać ze sobą wydatki kartowe w piekarniach i cukierniach w kolejne tłuste czwartki, to tegoroczne były wyższe o 11% niż w 2025 r. W latach 2023-2025 było to kolejno 26%, 26% i 22%. Widoczny jest zatem wyraźny spadek dynamiki wydatków w cukierniach i piekarniach. Jesteśmy w stanie stwierdzić, że ten spadek dynamiki wynika z wyraźnego hamowania wzrostu liczby dokonywanych transakcji kartowych. W 2026 r. liczba transakcji przyrosta jedynie o 1,4% r/r, podczas gdy w poprzednich latach zwiększyła

Wydatki kartowe w piekarniach i cukierniach w tłusty czwartek względem wydatków w poprzedzający go zwykły czwartek; zmiana wartości, liczby transakcji i przeciętnej płatności kartowej, w %



Źródło: Santander Bank Polska

Wydatki kartowe w piekarniach i cukierniach w lutym 2025 r. wg dni tygodnia, średnia wartość w pierwszym tygodniu = 100



Źródło: Santander Bank Polska

Departament Analiz Ekonomicznych:

al. Jana Pawła II 17, 00-854 Warszawa
 email: ekonomia@santander.pl
www.santander.pl/serwis-ekonomiczny
Piotr Bielski 691 393 119
Bartosz Białas 517 881 807
Adrian Domitrz 571 664 004
Marcin Luziński 510 027 662
Grzegorz Ogonek 609 224 857

się o 10% (2025 r.) i ok. 14% (2024 i 2023 r.). Natomiast zmiana przeciętnego rachunku była dość stabilna i rosta o ok. 10% w ostatnich latach.

Choć do takiego układu danych pasowałaby hipoteza, że liczba transakcji nie rośnie szybko, bo jesteśmy już blisko „punktu nasycenia” pączkami, to bardziej wiarygodne wydaje nam się wytłumaczenie, że popyt nadal rośnie, ale przeniósł się częściowo do sieci dyskontowych – a wraz z nim transakcje kartowe. Taką interpretację podpowiadają też nadal rosnące realne dochody do dyspozycji gospodarstw domowych oraz całkiem dobre poziomy wskaźnika nastrojów konsumenckich.

Niniejsza publikacja przygotowana przez Santander Bank Polska S.A. ma charakter wyłącznie informacyjny i nie stanowi oferty ani rekomendacji do zawarcia transakcji kupna lub sprzedaży jakiegokolwiek instrumentu finansowego. Informacje przedstawione w niniejszej publikacji nie mają charakteru porad inwestycyjnych ani doradztwa. Podjęto wszelkie możliwe starania w celu zapewnienia, że informacje zawarte w tej publikacji nie są nieprawdziwe i nie wprowadzają w błąd, jednakże Bank nie gwarantuje dokładności i kompletności tych informacji oraz nie ponosi odpowiedzialności za wykorzystywanie tych informacji oraz straty, które mogły w konsekwencji tego wyniknąć. Prognozy ani dane odnoszące się do przeszłości nie stanowią gwarancji przyszłych cen instrumentów finansowych lub wyników finansowych. Santander Bank Polska S.A. jego spółki zależne oraz którykolwiek z jego lub ich pracowników mogą być zainteresowani którąkolwiek z transakcji, papierów wartościowych i towarów wymienionych w tej publikacji. Santander Bank Polska S.A. lub jego spółki zależne mogą świadczyć usługi dla lub zabiegać o transakcje z którąkolwiek spółką wymienioną w tej publikacji. Niniejsza publikacja nie jest przeznaczona do użytku prywatnych inwestorów. Klienci powinni kontaktować się z analitykami Banku oraz przeprowadzać transakcje poprzez jednostki Santander Bank Polska S.A. w jurysdykcjach swoich krajów, chyba że istniejące prawo zezwala inaczej. W przypadku tej publikacji zastrzeżone jest prawo autorskie oraz obowiązuje ochrona praw do baz danych.

W sprawie dodatkowych informacji, dostępnych na życzenie, prosimy kontaktować się z: Santander Bank Polska S.A., Pion Zarządzania Finansami, Departament Analiz Ekonomicznych, al. Jana Pawła II 17, 00-854 Warszawa, Polska, telefon 22 534 1887, e-mail: ekonomia@santander.pl, www.santander.pl