

Koniunktura w handlu w latach 1994-2018

1. Wprowadzenie

Badania koniunktury w handlu w IRG SGH rozpoczęto w IV kwartale 1993 roku. W sumie do końca 2018 roku przeprowadzono sto ich edycji. Badania prowadzone są na reprezentatywnej próbie polskich przedsiębiorstw handlowych. Na przestrzeni lat wielokrotnie odświeżana była próba badawcza. W latach 1994-2009 ankiety wysyłano kwartalnie do 500-2500 przedsiębiorstw handlowych, zaś w latach 2010-2018 do 330-1600 przedsiębiorstw. W latach 1994-2018 współczynnik zwrotu wahał się między 8% a 50%. Przykładowo, w 2009 roku ankiety skierowano do około 700 przedsiębiorstw handlowych. Współczynnik zwrotu ankiet wyniósł wówczas – w zależności od kwartału – od 33% do 44%. Z kolei w pierwszym półroczu 2017 roku ankiety wysłano do ponad 330 przedsiębiorstw handlowych, a osiągnięty współczynnik zwrotu wyniósł 39% i 38%, odpowiednio w kwartałach pierwszym i drugim. W kolejnych dwóch kwartałach, po odświeżeniu próby, do wypełnienia ankiet angażowano w każdym kwartale powyżej 1500 przedsiębiorstw handlowych (1560 w III kwartale oraz 1514 w IV kwartale), uzyskując współczynnik zwrotu na poziomie odpowiednio: 8% oraz 9%.

Przesyłana do przedsiębiorstw handlowych ankieta obejmuje pytania dotyczące ich sytuacji ogólnej i finansowej, wielkości zapasów, zakupów od dostawców krajowych i zagranicznych, wielkości zatrudnienia, cen, konkurencji, wolumenów sprzedaży, powierzchni magazynowej oraz czynników utrudniających prowadzenie działalności handlowej. Ankietowani mają możliwość udzielania odpowiedzi w skali trzystopniowej. Są to oceny jakościowe. Dynamikę poszczególnych zmiennych ocenia się na podstawie wartości salda odpowiedzi, będącego różnicą między odsetkiem odpowiedzi wskazujących na poprawę sytuacji a odsetkiem odpowiedzi stwierdzających jej pogorszenie się. Salda odpowiedzi ważone są wielkością zatrudnienia. Przyjmują ona wartość z przedziału od -100 do +100. Wyniki agregowane są dla całego kraju oraz według charakteru działalności

[‡] Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie, Instytut Zarządzania Wartością

handlowej (działalność hurtowa, czy też detaliczna), wielkości miejscowości, w której działają przedsiębiorstwa handlowe, czy też wielkości przedsiębiorstwa handlowego, mierzonej liczbą zatrudnionych. Przez pierwsze kilkanaście lat prowadzonych badań wyniki agregowane były również według typów własności oraz rodzajów branż. Ostatecznie zrezygnowano z tych dwóch ostatnich podziałów ze względu na liczbę odpowiedzi niepozwalającą zachować reprezentatywność w poszczególnych grupach.

Ogólny wskaźnik koniunktury w handlu liczony jest metodą IRG jako średnia arytmetyczna trzech wskaźników: przewidywanego wolumenu sprzedaży, przewidywanej tendencji zakupu towarów od dostawców krajowych i zagranicznych oraz aktualnego stanu zakupów (ze znakiem ujemnym):

$$H = \frac{M + N - J}{3}$$

gdzie:

M – saldo zmian w wielkości sprzedaży w handlu w kolejnych sześciu miesiącach następujących po miesiącu, w którym przeprowadzono badanie;

N – saldo zakupów towarów od dostawców krajowych i zagranicznych razem, dokonywanych przez przedsiębiorstwa handlowe w kolejnych 6 miesiącach następujących po miesiącu, w którym przeprowadzono badanie;

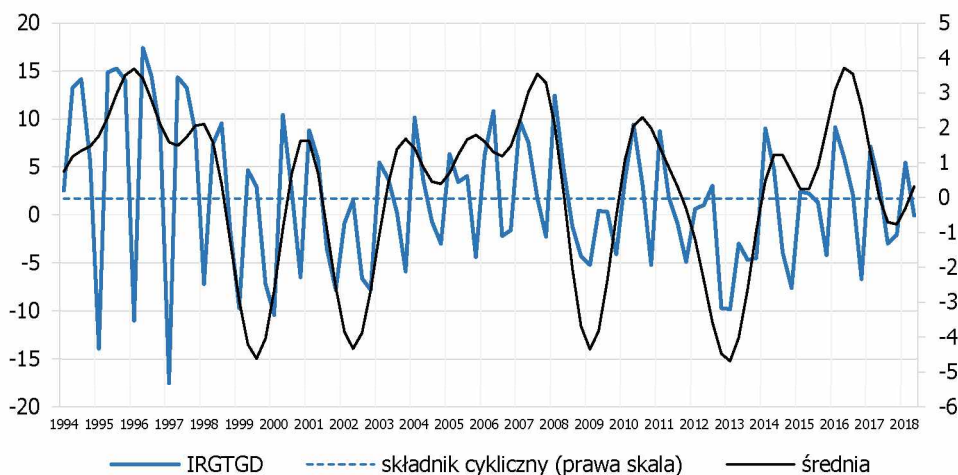
J – saldo odpowiedzi na pytanie o stan zapasów w miesiącu, w którym przeprowadzono badanie.

2. Wyniki badań koniunktury w handlu

Widoczny na Rysunku 1 przebieg ogólnego wskaźnika koniunktury (IRGTGD) w latach 1994-2018 wskazuje na jego sezonowy charakter. Najwyższe wartości wskaźnika koniunktury w handlu odnotowywane są w I kwartale każdego roku, co jest spowodowane szczytem aktywności w tym sektorze przypadającym na okres przed Świętami Wielkanocnymi. Najniższe zaś w czwartym kwartale. Zjawiskiem charakterystycznym obserwowanym w czasie prowadzonych badań jest również pewien pesymizm przedsiębiorców handlowych związany z sezonowym osłabieniem koniunktury. Średnia wartość wskaźnika koniunktury z ostatnich 20 lat dla pierwszego kwartału wynosi 3,4 pkt (najwyższą wartość dla tego kwartału wskaźnik osiągnął w 2008 r. w wysokości 12,4 pkt), zaś dla IV kwartału -5,1

pkt (najniższa wartość dla tego kwartału to -9,7 pkt w 2012 r., a najwyższa -1,6 pkt w 2016 r.).

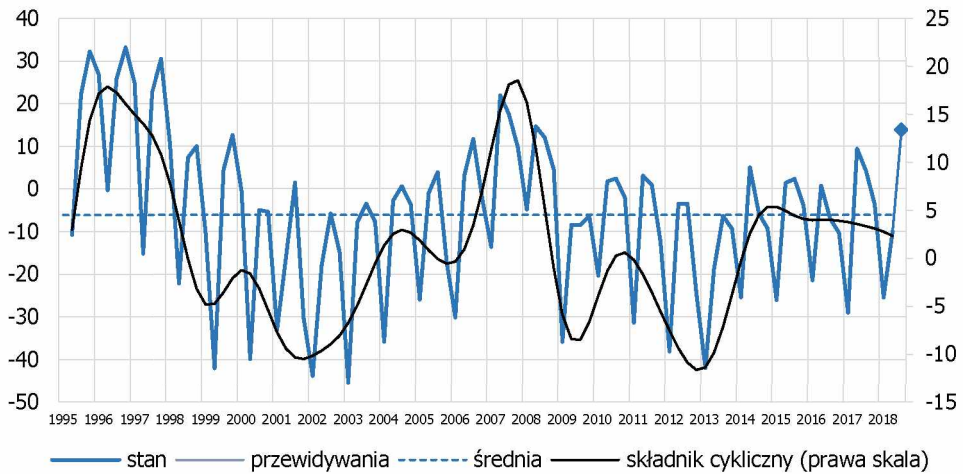
Na przestrzeni lat zmieniała się również aktywność gospodarcza przedsiębiorstw handlowych. W latach 1995-2001 przedsiębiorstwa handlowe wskazywały na zmniejszanie się aktywności gospodarczej. Sygnały te znalazły odzwierciedlenie w ich sytuacji finansowej. Z kolei w latach 2002-2007 zaobserwowano powolne nasilanie się aktywności gospodarczej przedsiębiorstw handlowych. Okresy poprawy i pogorszenia koniunktury były wówczas krótsze niż w poprzednich latach. Tendencja ta utrzymuje się do dziś. W latach 2008-2009 koniunktura w handlu kształtowała się pod silnym wpływem światowego kryzysu finansowego i gospodarczego. Przeważały ujemne wartości sald odpowiedzi na pytania dotyczące zmiany ogólnej oraz finansowej sytuacji przedsiębiorstw handlowych. Od 2013 roku obserwujemy poprawę koniunktury w handlu, ze szczytem przypadającym na 2017 rok, choć ogólny wskaźnik koniunktury nie osiągnął wysokości z roku 1996. Wartość ogólnego wskaźnika koniunktury dla I kwartału z ostatnich 10 lat wynosi 3,1 pkt (a więc jest tylko nieco niższa do średniej dla tego kwartału z ostatnich 20 lat).



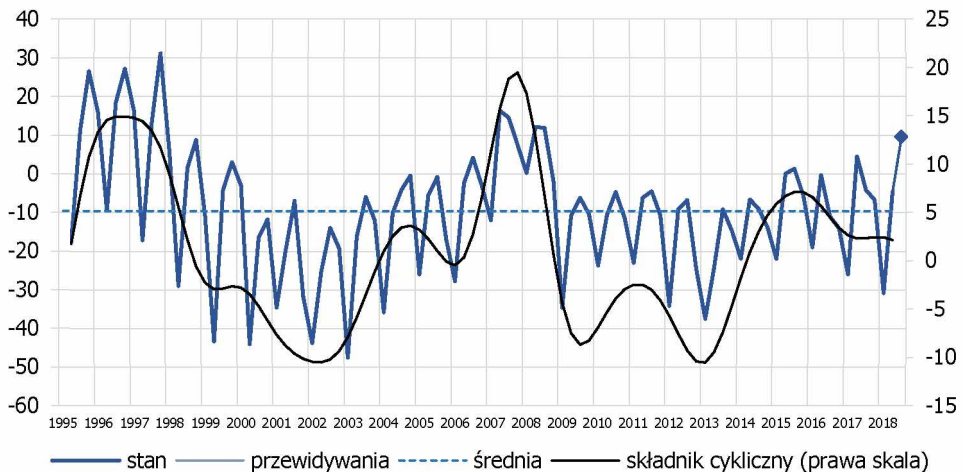
Rysunek 1. Wskaźnik koniunktury w handlu w latach 1994-2018.

Przez większość ponad dwudziestoletnich badań obserwowano ujemne wartości salda odpowiedzi we wszystkich kwartałach na pytanie o wielkość zakupów od dostawców zagranicznych. Zakupy od dostawców zagranicznych są wrażliwym wskaźnikiem koniunktury w polskim handlu. Silnie reagują wraz z pogarszaniem się koniunktury i bardzo powoli zmieniają się wraz z jej poprawą. Podobnie przedstawiała się sytuacja

w zakresie zakupów od dostawców krajowych. Również przeważały ujemne wartości salda. Częściej jednak niż w przypadku zakupów od dostawców zagranicznych pojawiały się dodatnie wartości wskaźnika. Towarzyszyła temu fluktuacja wielkości zapasów oraz utrzymywanej powierzchni magazynowej.

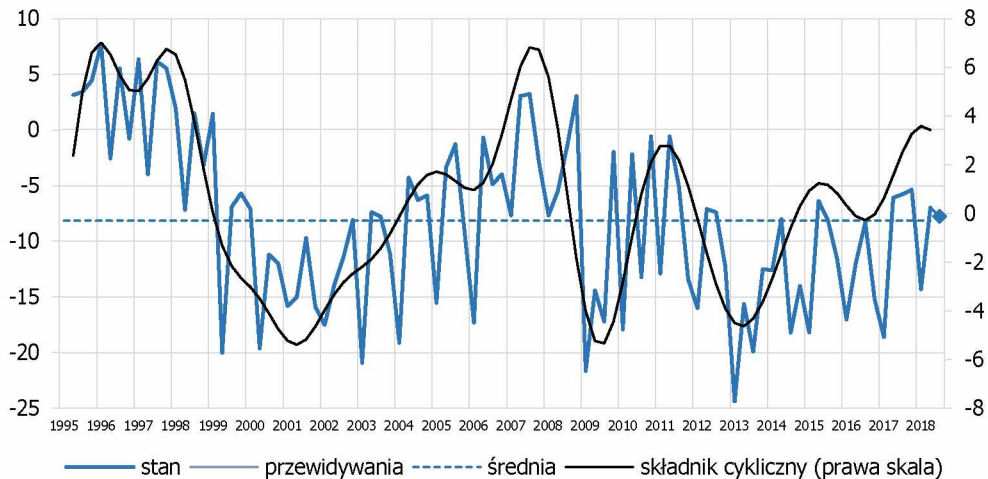


Rysunek 2. Zmiany ogólnej sytuacji przedsiębiorstw handlowych w latach 1995-2018.

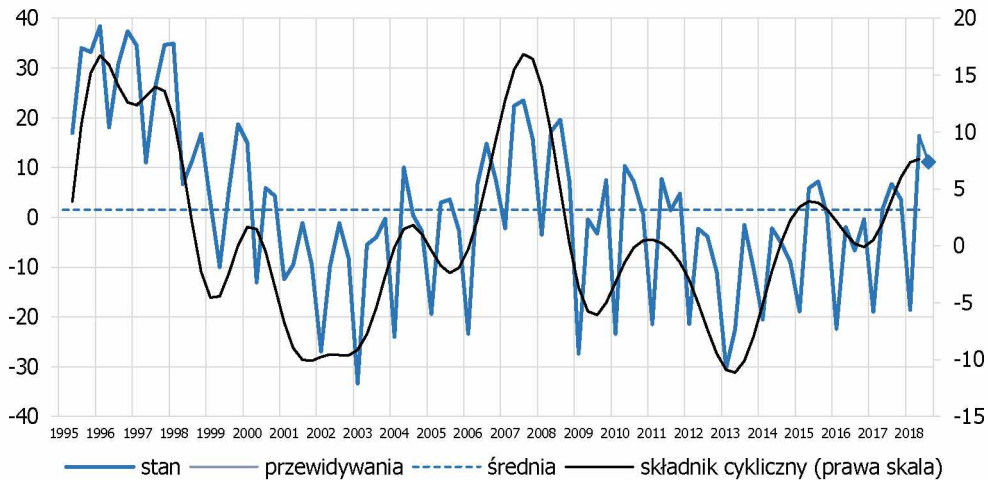


Rysunek 3. Zmiany sytuacji finansowej przedsiębiorstw handlowych w latach 1995-2018.

Podobnie jak w przypadku zakupów od dostawców zagranicznych, przez wszystkie lata prowadzonych badań obserwowano ujemne wartości salda odpowiedzi na pytanie o wielkość zatrudnienia (wyjątek stanowiły trzecie kwartały lat 1995, 2007 i 2016 oraz drugi kwartał 2008 r.).



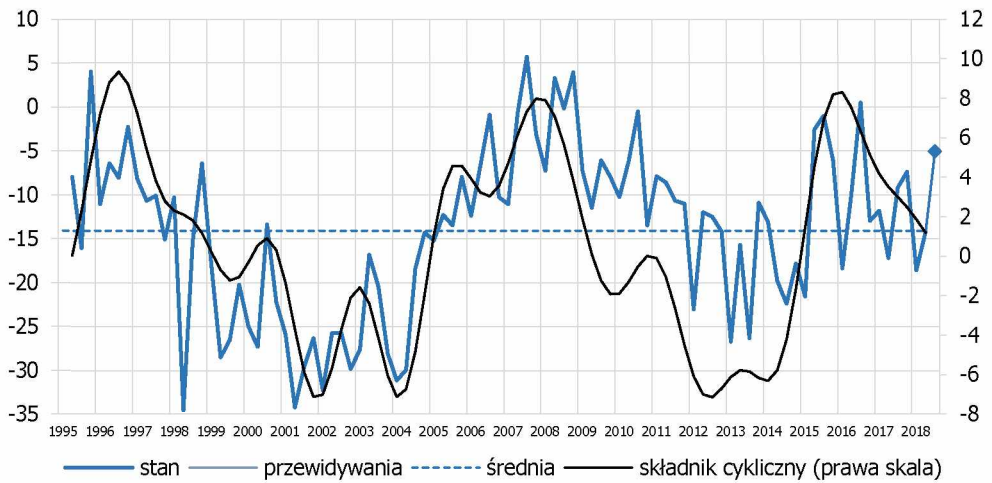
Rysunek 4. Zakupy od dostawców zagranicznych w latach 1995-2018.



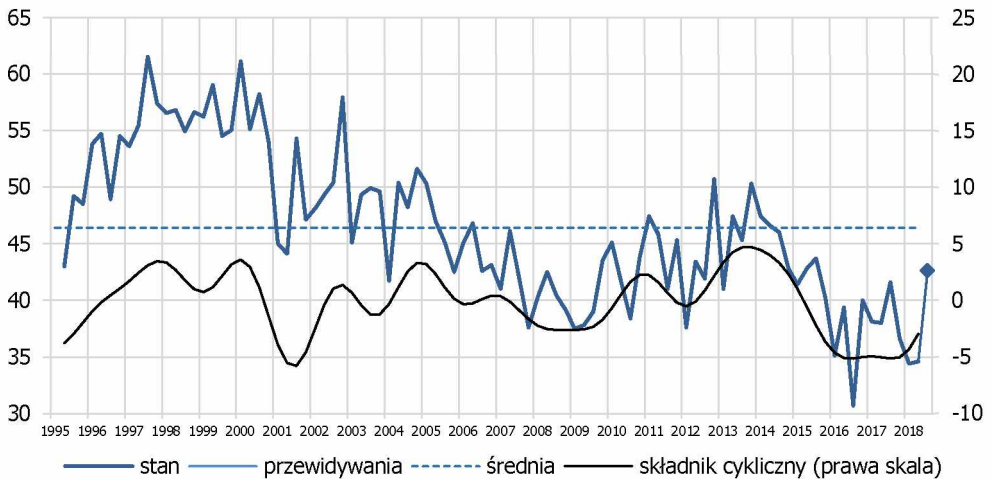
Rysunek 5. Zakupy od dostawców krajowych w latach 1995-2018.

Nieprzerwanie od wielu lat utrzymuje się na wysokim poziomie saldo odpowiedzi na pytanie dotyczące konkurencji dla badanych przedsiębiorstw handlowych. Wartość salda wahała się w przedziale od 30,7 pkt (historyczne minimum w trzecim kwartale 2016 r.) do 61,1 pkt (historyczne maksimum w I kwartale 2000 r.). Pomimo postępującej przez ostatnie lata w polskim

handlu koncentracji oraz będącego jej efektem spadku liczby mniejszych sklepów jest on ciągle rozproszony. Polski handel nadal charakteryzuje się bardziej strukturą konkurencyjną niż zachowaniami konkurencyjnymi. Zdecydowanie większe korzyści osiągają konsumenci z nasilenia się procesów koncentracyjnych niż z zagrożenia konkurencyjnego, na jakie narzekają przedsiębiorstwa handlowe.

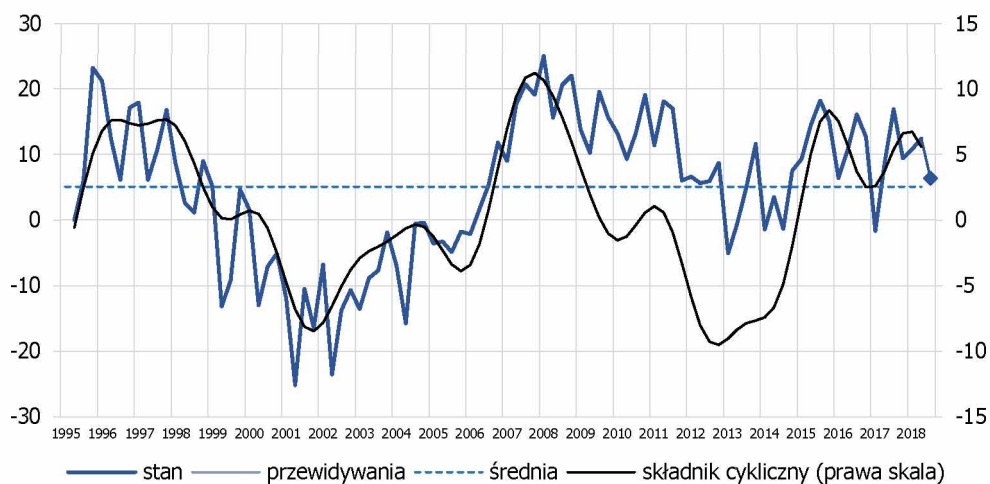


Rysunek 6. Zatrudnienie w przedsiębiorstwach handlowych w latach 1995-2018.



Rysunek 7. Konkurencja między przedsiębiorstwami handlowymi w latach 1995-2018.

W latach 1995-1998 przedsiębiorstwa handlowe oceniały swoją kondycję jako dobrą. Z wyjątkiem pierwszego i drugiego kwartału 1999 r., wszystkie wartości salda odpowiedzi na pytanie dotyczące ogólnej kondycji firm były dodatnie. Sytuacja zmieniła się na początku 2000 roku i trwała do końca 2008 r. Przedsiębiorstwa handlowe podkreślały wówczas, iż ich kondycja jest słaba. Od 2009 r. do 2018 r. obserwujemy znacznie większy optymizm wśród przedsiębiorców. Otwarcie wskazują na swoją ogólną, dobrą kondycję (wyjątek stanowią I i II kwartał 2013 r., II kwartał 2014 r. oraz I kwartał 2017 r.).

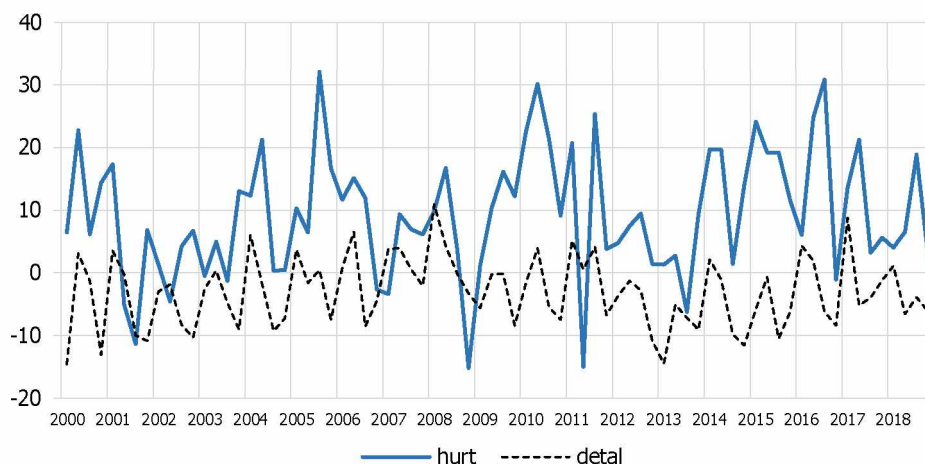


Rysunek 8. Ogólna sytuacja przedsiębiorstw handlowych w latach 1995-2018.

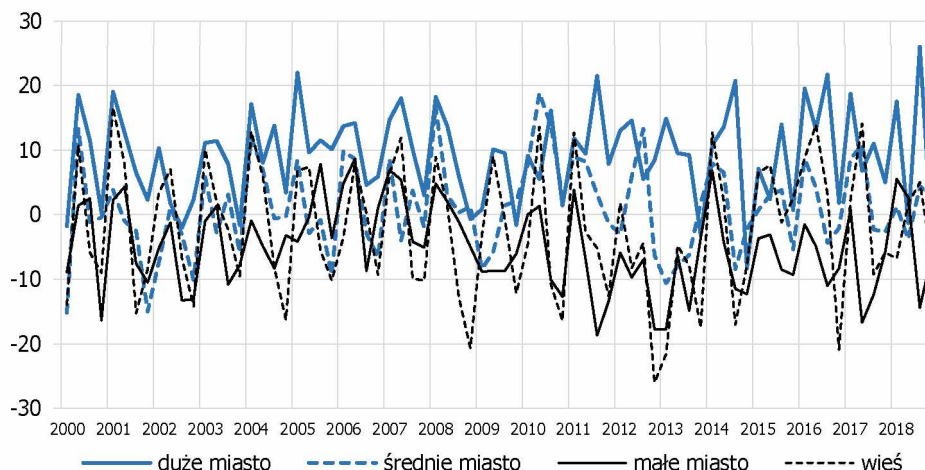
Przez wszystkie lata utrzymywało się duże zróżnicowanie koniunktury w analizowanych przekrojach: form sprzedaży, wielkości ośrodków działania oraz liczby zatrudnionych. Na przestrzeni ostatnich dwudziestu lat, w których prowadzone były w IRG badania koniunktury, w Polsce zdecydowanie lepiej radziły sobie przedsiębiorstwa prowadzące działalność hurtową, niż detaliczną. Prowadzone badania pokazują również, iż w analizowanym okresie lepiej radziły sobie przedsiębiorstwa handlowe działające w dużych miastach. Zaobserwowano, iż im większy jest ośrodek, w którym prowadzona jest działalność handlowa, w tym lepszej sytuacji znajdują się przedsiębiorstwa handlowe. Podobną zależność zaobserwowano w zakresie wielkości zatrudnienia. Im większą liczbę pracowników zatrudnia przedsiębiorstwo handlowe, w tym lepszej znajduje się sytuacji.

Od początku badania koniunktury w handlu przez IRG SGH niezmiennie trzy czynniki ograniczają polepszenie się sytuacji

przedsiębiorstw handlowych: konkurencja, wysokie koszty zatrudnienia pracowników oraz niedostateczny popyt. W omawianym okresie odsetek przedsiębiorstw wskazujących na konkurencję jako czynnik ograniczający ich rozwój wahał się od 74,6% na początku 2000 r. do 71% pod koniec 2018 r. (maksymalnie 81,5% w I kwartale 2017 r.). Z kolei na koszty zatrudnienia pracowników wskazywało w zależności od okresu od 58,1% do 70,1% ankietowanych, zaś niedostateczny popyt od 63,7% w I kwartale 2000 r. do 44,0% pod koniec 2018 r. (maksymalnie 80,4% w I kwartale 2002 r.).

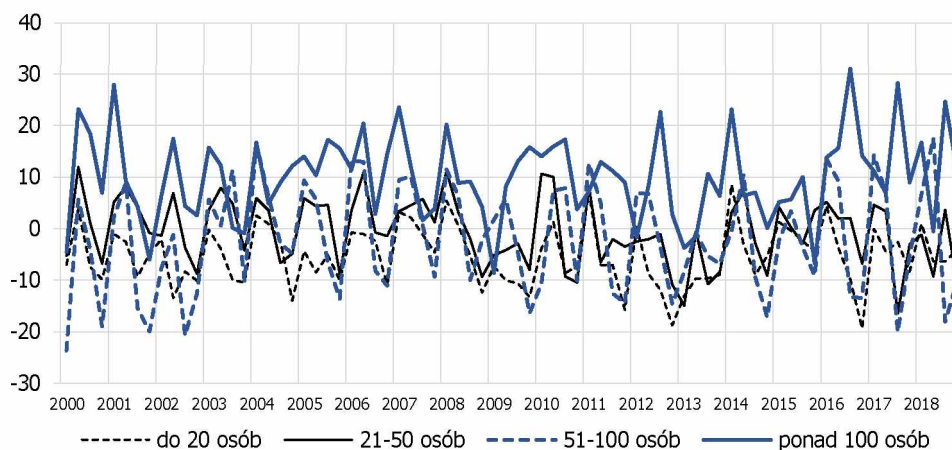


Rysunek 9. Wskaźniki koniunktury według rodzaju działalności handlowej w latach 2000-2018.



Rysunek 10. Wskaźnik koniunktury według miejsca prowadzenia działalności handlowej w latach 2000-2018.

Na kolejnych miejscach w rankingu czynników ograniczających rozwój działalności uplasowały się: wysokość oprocentowania kredytów (od 28,5% w I kwartale 2000 r. poprzez 37,6% w III kwartale 2001 r. do 8,3% w III kwartale 2018 r.), wielkość magazynów (od 10,1% w I kwartale 2000 r. poprzez 11,6% w II kwartale 2000 r. do 3,7% w III kwartale 2018 r.), zbyt mała powierzchnia sprzedaży (maksymalnie 17,5% ankietowanych – II kwartał 2000 r.), możliwość uzyskania kredytów (maksymalnie 18,7% wskazań w III kwartale 2007 r.), niedostateczna podaż (maksymalnie 10,8% wskazań), czy jakość (maksymalnie 2,5% wskazań) (Tabela 1).



Rysunek 11. Wskaźnik koniunktury według wielkości zatrudnienia w przedsiębiorstwach handlowych w latach 1994-2018.

Tabela 1. Czynniki ograniczające polepszenie sytuacji przedsiębiorstw handlowych w latach 1994-2018 (odsetki ankietowanych w %).

	Q2 1994	2Q 2000	2Q 2010	2Q 2018
Konkurencja	61,5	74,9	74,7	73,0
Niedostateczny popyt	60,7	70,3	55,5	45,9
Wysokość oprocentowania kredytów	52,2	30,1	12,2	7,3
Koszty zatrudnienia pracowników	28,1	60,1	64,5	63,7
Inne	21,2	16,0	6,1	6,2
Niedostateczna wielkość magazynów	18,6	11,6	9,0	2,7
Niedostateczna wielkość powierzchni sprzedaży	16,3	17,5	11,2	12,7
Możliwość uzyskania kredytów	14,5	6,6	7,5	9,3
Niedostateczna podaż	8,6	3,8	7,5	2,3
Jakość towarów	2,2	0,7	1,7	2,3
Nie występują	2,2	1,8	0,7	2,7

3. Zakończenie

Badania koniunktury w handlu są jednymi z sześciu badań koniunktury prowadzonymi przez Instytut Rozwoju Gospodarczego Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Na cykl badań koniunktury gospodarczej w Polsce, oprócz badań koniunktury w handlu składają się: koniunktura w przemyśle przetwórczym, koniunktura w rolnictwie, koniunktura w budownictwie, koniunktura w bankowości oraz badania kondycji gospodarstw domowych. Dzięki regularnemu charakterowi wszystkich badań możliwa jest systematyczna, kompleksowa analiza koniunktury gospodarczej.

Badania prowadzone są metodą testu koniunktury, co umożliwia względnie szybkie uzyskanie ocen formułowanych przez podmioty gospodarcze, dotyczących ich aktualnej kondycji oraz przewidywań co do rozwoju przyszłej sytuacji. Zaletą prowadzonych badań jest również ich porównywalność w czasie oraz z innymi badaniami prowadzonymi przez różne krajowe i zagraniczne ośrodki jak GUS, czy Eurostat. Należy mieć również świadomość, że badania te dostarczają informacji o kierunkach zmian obserwowanych w gospodarce, a nie o poziomie kształtowania się danego zjawiska w danej chwili. Służą zatem do analiz trendów rozwoju gospodarczego. Stąd też, aby móc wykorzystywać wyniki badań koniunktury w analizach bieżącej i przyszłej sytuacji gospodarczej, konieczne jest dysponowanie odpowiednio długimi szeregami danych wynikowych (przynajmniej pięcioletnie okresy).

Należy mieć świadomość pewnych wyzwań związanych z prowadzonymi badaniami, do których należą między innymi: prawidłowy dobór próby (jej rozmiar, struktura, reprezentatywność), subiektywizm odpowiedzi udzielanych przez ankietowanych (pojawiające się niekiedy w badaniach jawne mylne oceny sytuacji), czy też desezonalizacja wyników badań i izolacja składnika cyklicznego.