

VI. KONIUNKTURA W HANDLU

1. Omówienie wyników

1. Koniunktura w handlu w I kwartale 2019 r. uległa poprawie. Wartość wskaźnika koniunktury IRG SGH (IRGTRD) zwiększyła się o 13,3 punktu i obecnie wynosi 10,2 pkt. Jest wyższa od poziomu odnotowanego przed rokiem (5,4 pkt w I kwartale 2018 r.) oraz od średniej dla I kwartału z ostatnich dziesięciu lat (4,6 pkt).

2. W przekroju według wielkości przedsiębiorstwa, mierzonej liczbą zatrudnionych, odnotowano wzrost wartości wskaźnika dla większości grup przedsiębiorstw, tj. przedsiębiorstw zatrudniających do 20 osób (z -4,4 pkt do 6,1 pkt), przedsiębiorstw zatrudniających od 21 do 50 osób (z -10,8 pkt do 11,4 pkt) oraz przedsiębiorstw zatrudniających od 51 do 100 pracowników (z -10,1 pkt do 13,8 pkt). Dla grupy przedsiębiorstw zatrudniających ponad 100 pracowników odnotowano wartość zbliżoną do poprzedniego kwartału, tj. 11,1 pkt (11,2 pkt w minionym kwartale). Dla wszystkich grup przedsiębiorstw wartość wskaźnika koniunktury jest dodatnia. W najlepszej sytuacji obecnie znajdują się średnie przedsiębiorstwa, zatrudniające od 51 do 100 osób.

3. W przekroju według rodzaju działalności handlowej poprawę koniunktury zanotowano dla przedsiębiorstw zajmujących się sprzedażą detaliczną (z -6,1 pkt do 4,4 pkt) oraz przedsiębiorstw trudniących się sprzedażą we wszystkich formach (hurtową, półhurtową oraz detaliczną) – z -0,1 pkt do 24,8 pkt. Niewielki spadek, z 2,6 pkt do 1,1 pkt, odnotowano jedynie dla grupy przedsiębiorstw zajmujących się sprzedażą hurtową. Pomimo spadku dla tej grupy utrzymała się dodatnia wartość wskaźnika koniunktury.

4. W przekroju według miejsca prowadzenia działalności poprawę koniunktury i dodatnie wskaźniki koniunktury zarejestrowano dla wszystkich grup przedsiębiorstw; najwyższy wzrost, o 20,9 pkt, dla przedsiębiorstw handlowych prowadzących działalność w dużych miastach, a najniższy o 4,5 pkt, dla tych, które zajmują się handlem w średnich miejscowościach.

5. Wartość ogólnego wskaźnika koniunktury w handlu zwiększyła się. Spadły jednak wartości sald odpowiedzi na pytania o ogólną i finansową sytuację przedsiębiorstw handlowych, zakupy produktów krajowych i zagranicznych, wielkość zatrudnienia, wolumen sprzedaży oraz poziom utrzymywanych zapasów. Mimo to ankietowani ocenili ogólną kondycję swoich przedsiębiorstw jako dobrą, a ich przewidywania dotyczące najbliższych 6 miesięcy są optymistyczne.

6. Od początku prowadzenia badań koniunktury w handlu przedsiębiorstwa niezmiennie wymieniają trzy czynniki utrudniające jego rozwój: silną konkurencję, wysokie koszty zatrudnienia pracowników i niedostateczny popyt. Tak też było w I kwartale 2019 r. W porównaniu z czwartym kwartałem 2018 r. wzrósł odsetek ankietowanych przedsiębiorstw wskazujących na: nasilenie się konkurencji – z 73% do 75%, wzrost kosztów zatrudnienia pracowników (z 69,3% do 74,1%) oraz niedostateczny popyt (z 41,9% do 59,9%). W dalszej kolejności uczestnicy badania wymienili: zbyt małą powierzchnię sprzedaży i magazynów, wysokie oprocentowanie kredytów oraz ich niską dostępność.

7. Wartość salda odpowiedzi na pytanie o ogólną sytuację przedsiębiorstw handlowych zmniejszyła się w porównaniu z IV kwartałem 2018 r. o 8,8 pkt, osiągając wysokość -25 pkt, zbliżoną do poziomu rok wcześniej (-25,5 pkt). Przedsiębiorstwa spodziewają się poprawy swojej ogólnej sytuacji w najbliższych miesiącach (wartość salda progностycznego wynosi 4,9 pkt).

8. Pogorszyła się również sytuacja finansowa przedsiębiorstw handlowych. Wartość salda wyniosła -26,4 pkt i jest o 10,5 pkt niższa niż kwartał wcześniej, lecz o 4,4 pkt wyższa od wartości z I kwartału 2018 roku. Rozkład odpowiedzi był następujący: 6,6% badanych przedsiębiorstw uznało,

że względem IV kwartału 2018 r. ich sytuacja finansowa poprawiła się, 60,4% respondentów stwierdziło, że ich sytuacja nie uległa zmianie, natomiast 33,0% badanych odnotowało jej pogorszenie się. Przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się poprawy swojej sytuacji finansowej w kolejnych miesiącach (wartość salda prognostycznego wynosi 0,0 pkt).

9. Wartość salda odpowiedzi na pytanie o wielkość zapasów spadła względem IV kwartału 2018 r. o 11,6 pkt i wynosi obecnie -17,9 pkt. Jest niższa również od wartości sprzed roku (wyniosła wówczas -9,6 pkt). Rozkład odpowiedzi jest następujący: 12,1% badanych przedsiębiorstw uznało, że ich zapasy się zwiększyły, 58% nie stwierdziło żadnych zmian w ich poziomie, a 30% ankietowanych poinformowało o spadku wielkości zapasów. Przewidywany jest wzrost poziomu zapasów przedsiębiorstw handlowych w nadchodzących miesiącach (wartość salda prognostycznego wynosi 6,3 pkt).

10. W ciągu ostatniego kwartału wartość salda odpowiedzi na pytanie o wielkość zakupów od dostawców krajowych obniżyła się z -3,0 pkt do -22,7 pkt. Jest również niższa od zanotowanej w I kwartale 2018 r. (o 4,1 pkt). Przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się jednak wzrostu zakupów od dostawców krajowych.

11. Znacznie spadła również wartość salda odpowiedzi na pytanie o wielkość zakupów od dostawców zagranicznych (z poziomu -1,9 pkt do -19,4 pkt). Jest o 5,1 pkt niższa niż w I kwartale 2018 roku. Na bieżącą wartość saldałożyły się następujące odpowiedzi: 5,4% respondentów zwiększyło – w porównaniu z IV kwartałem 2018 r. – zakupy od dostawców zagranicznych, 69,8% utrzymało je na dotychczasowym poziomie, natomiast 24,8% zmniejszyło je. Zdaniem handlowców, w kolejnych miesiącach wielkość zakupów od dostawców zagranicznych również się obniży, choć w mniejszym stopniu (wartość salda prognostycznego wynosi -6,0 pkt).

12. Zmniejszyła się wielkość zatrudnienia w handlu. W ciągu kwartału wartość salda obniżyła się o 2,4 pkt, osiągając poziom -17,6 pkt. Jest nieco wyższa niż rok wcześniej (o 1,0 pkt). Przedsiębiorstwa planują dalsze cięcia w zatrudnieniu, jednak w mniejszym stopniu niż w I kwartale 2019 r.

13. W 51,2% ankietowanych przedsiębiorstw handlowych ceny wzrosły w porównaniu z IV kwartałem 2018 r. (w tym: w 11,4% o więcej procent, w 25,1% o tyle samo procent, a w 14,7% o mniej procent), w 45% ceny nie zmieniły się, a w 3,8% obniżyły się. Uczestnicy badania spodziewają się dalszego wzrostu cen w kolejnych dwóch kwartałach.

14. Istotnie zmniejszył się wolumen sprzedawanych towarów. Wartość salda obniżyła się o 21,9 pkt i obecnie wynosi -29,5 pkt. Jest zbliżona do poziomu sprzed roku (była wówczas równa -26,7 pkt). Na obecną wartość saldałożyły się następujące odpowiedzi: 11,6% przedsiębiorstw handlowych uznało, że w I kwartale 2019 r. względem IV kwartału 2018 r. wolumen sprzedawanych przez nie towarów zwiększył się, 47,3% respondentów wskazało, iż utrzymał się on na tym samym poziomie, natomiast u 41,1% ankietowanych nastąpił spadek. Przedsiębiorstwa handlowe przewidują wzrost wielkości sprzedaży w najbliższym półroczu.

15. Wartość salda odpowiedzi na pytanie o wielkość ogólnej powierzchni magazynowej zwiększyła się, lecz pozostaje ujemna (-5,2 pkt). Jest nieco niższa (o 1,8 pkt) niż rok wcześniej. Prognozy są nadal pesymistyczne (wartość salda przewidywań wynosi -1,9 pkt).

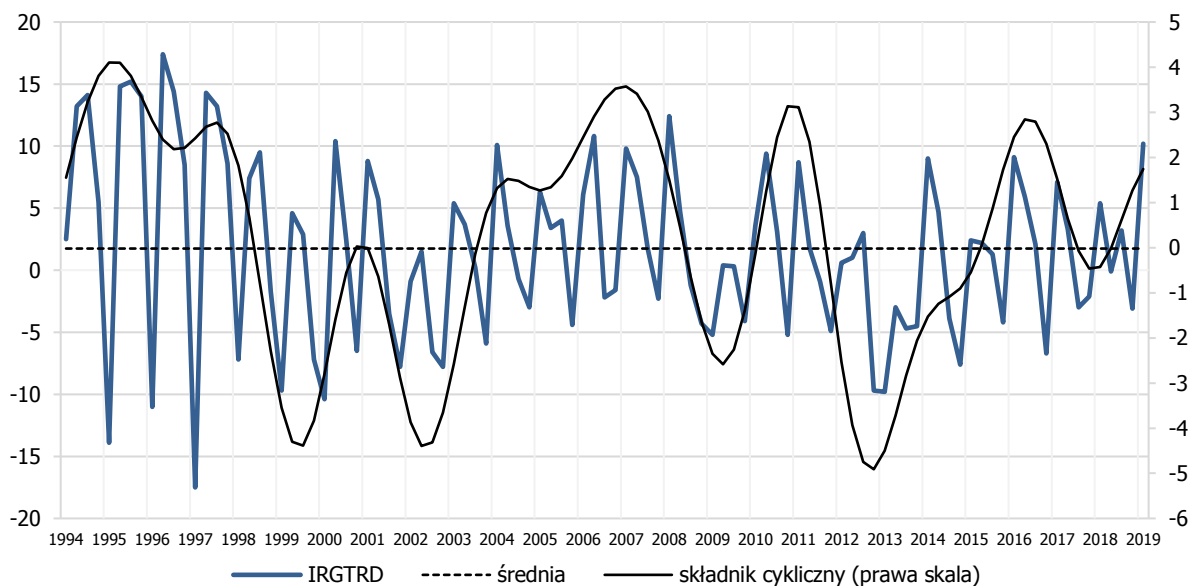
16. Ogólna sytuacja przedsiębiorstw handlowych w I kwartale 2019 r. została przez nie oceniona jako dobra. Wartość salda odpowiedzi na to pytanie wynosi 7,5 pkt i jest niższa od dziesięcioletniej średniej o 2,4 pkt. Rozkład odpowiedzi jest następujący: 21,4% badanych przedsiębiorstw uznało ogólną kondycję swojego przedsiębiorstwa za dobrą, 64,7% za średnią, natomiast 13,9% za słabą.

Przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się pogorszenia się swojej ogólnej sytuacji ekonomicznej w nadchodzącym półroczu (wartość salda prognostycznego jest równa 5,1 pkt).

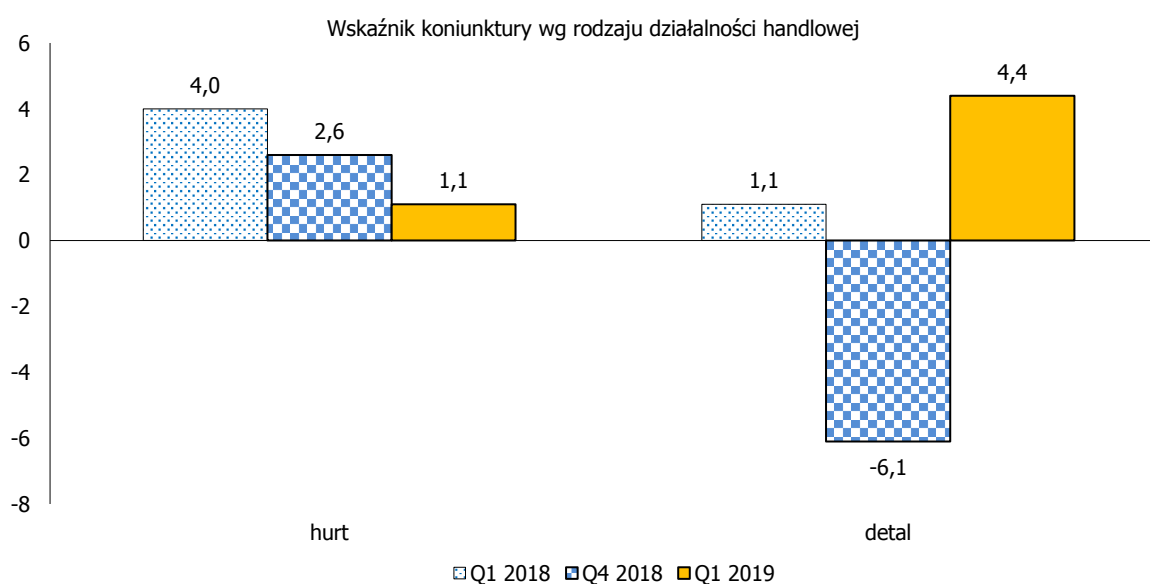
17. Wartość salda odpowiedzi na pytanie dotyczące konkurencji na rynku zmniejszyła się o 7,1 pkt w stosunku do poprzedniego kwartału, osiągając poziom 35,9 pkt. Jest ona jednak nieco wyższa od wartości odnotowanej w analogicznym okresie 2018 r. (34,4 pkt). Rozkład odpowiedzi był następujący: 38,3% ankietowanych przedsiębiorstw uznało, że w I kwartale 2019 r. względem IV kwartału 2018 r. konkurencja dla nich wzrosła, 59,3% nie zauważyło zmiany, zaś 2,4% odnotowało jej spadek. Przedsiębiorstwa spodziewają się nieznacznego wzrostu zagrożenia konkurencyjnego w najbliższym okresie.

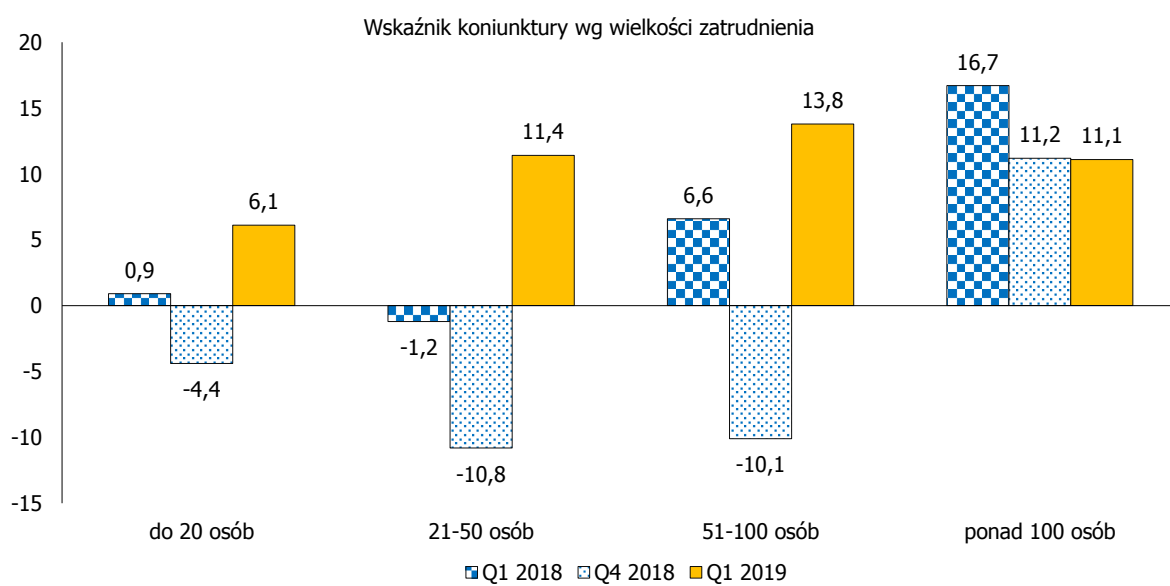
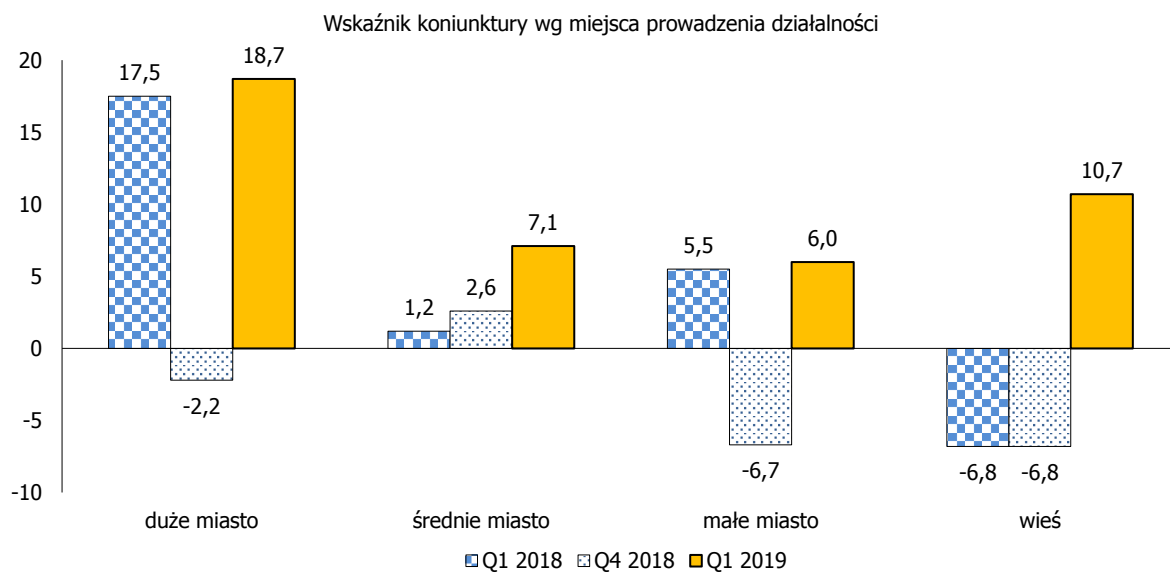
2. Wyniki szczegółowe

WSKAŹNIK KONIUNKTURY

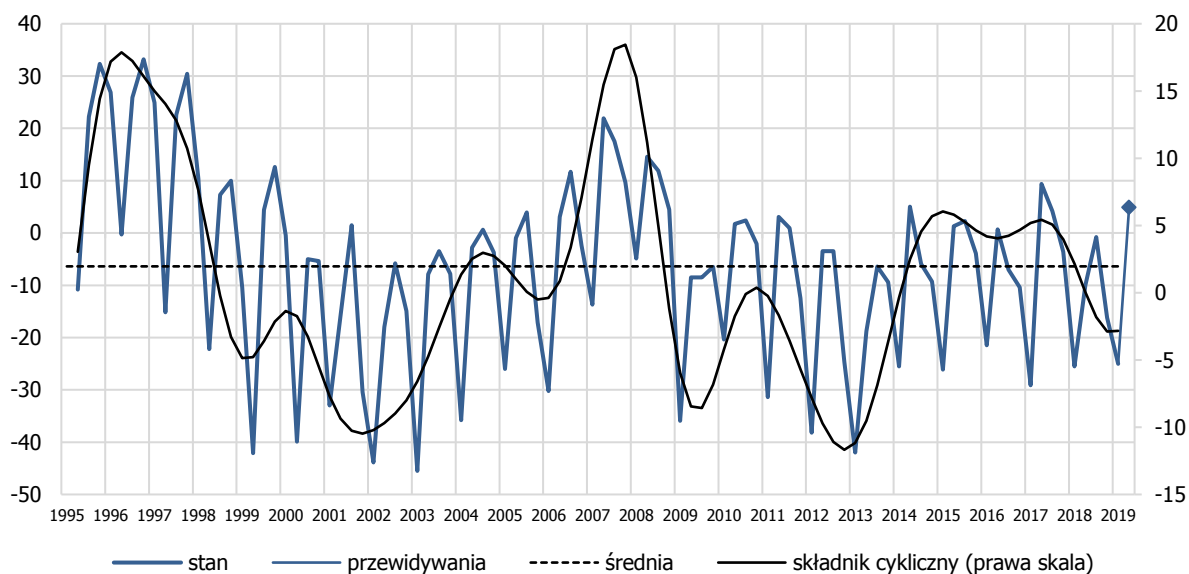


składowe salda	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019
1. wolumen sprzedaży - przewidywania	7,0	8,6	0,4	-7,6	9,1
2. zakupy towarów od dostawców krajowych i zagranicznych - przewidywania	-0,7	1,7	-1,8	-8,0	3,6
3. zapasy - stan	-9,6	10,7	-10,9	-6,3	-17,9
wskaźnik koniunktury (IRGTRD): $(1+2-3)/3$	5,4	-0,1	3,2	-3,1	10,2

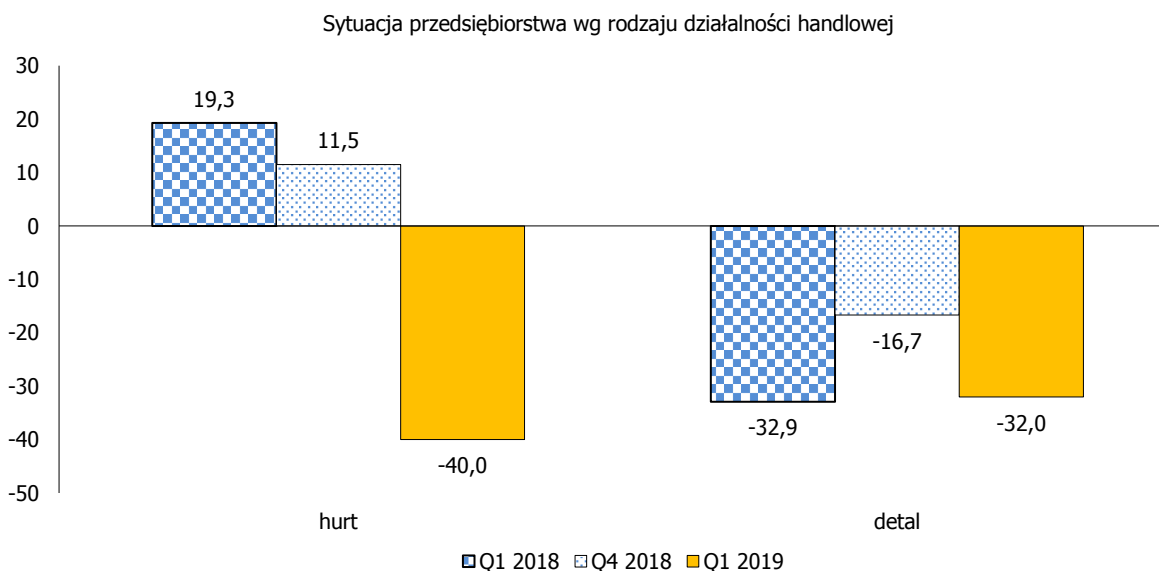


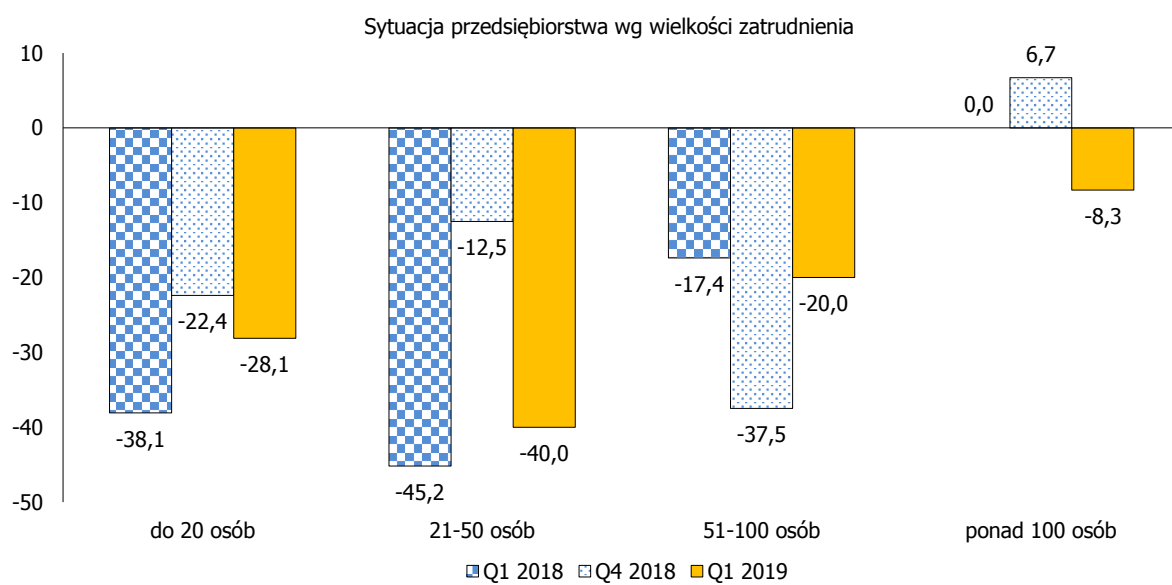
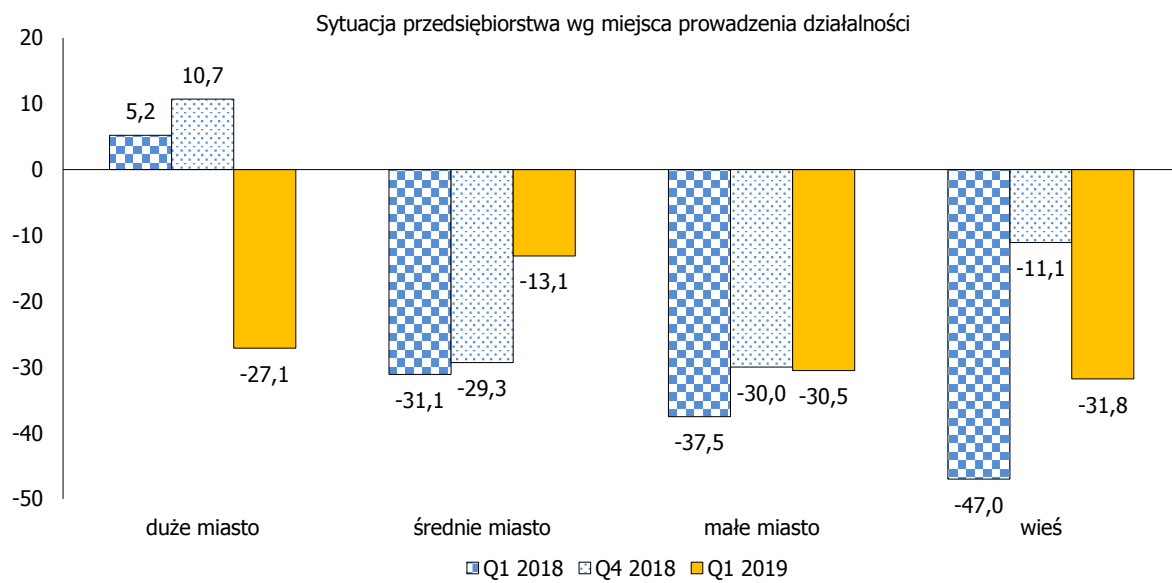


SYTUACJA PRZEDSIĘBIORSTWA

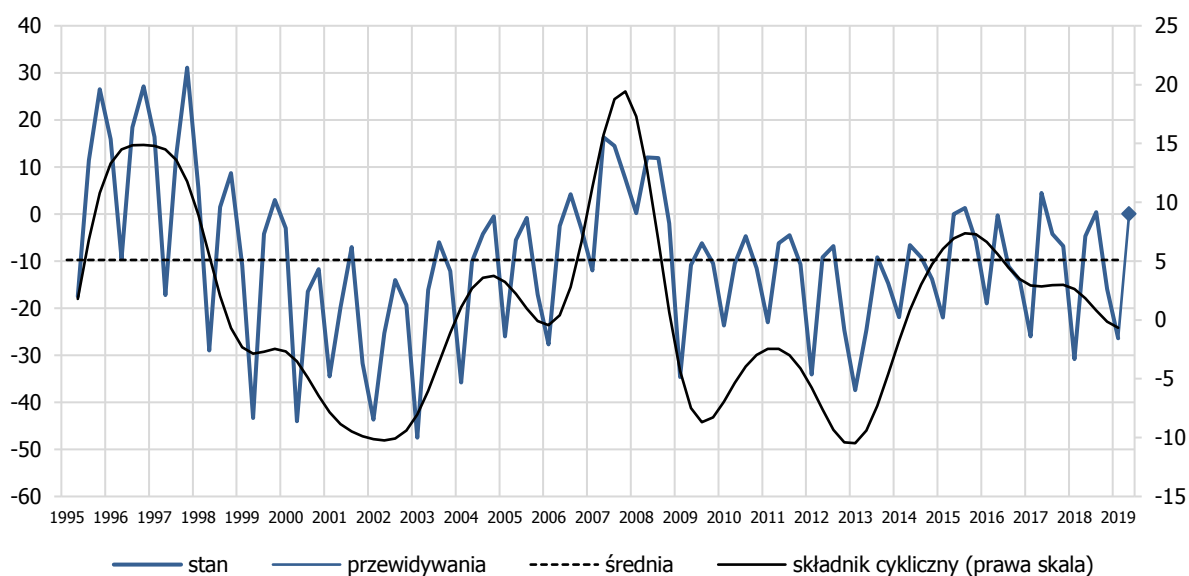


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	przewidywania
1. poprawa	7,3	15,1	21,1	12,4	4,2	27,2
2. brak zmiany	59,9	59,8	57,0	58,9	66,5	50,5
3. pogorszenie	32,8	25,1	21,9	28,6	29,2	22,3
saldo (1.-3.)	-25,5	-10,0	-0,8	-16,2	-25,0	4,9

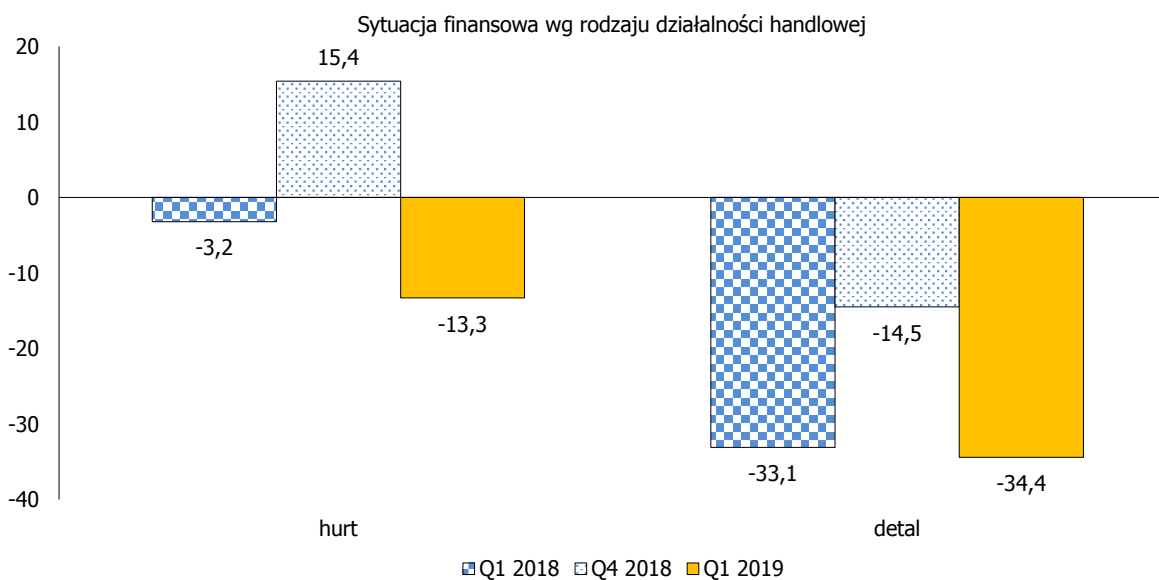


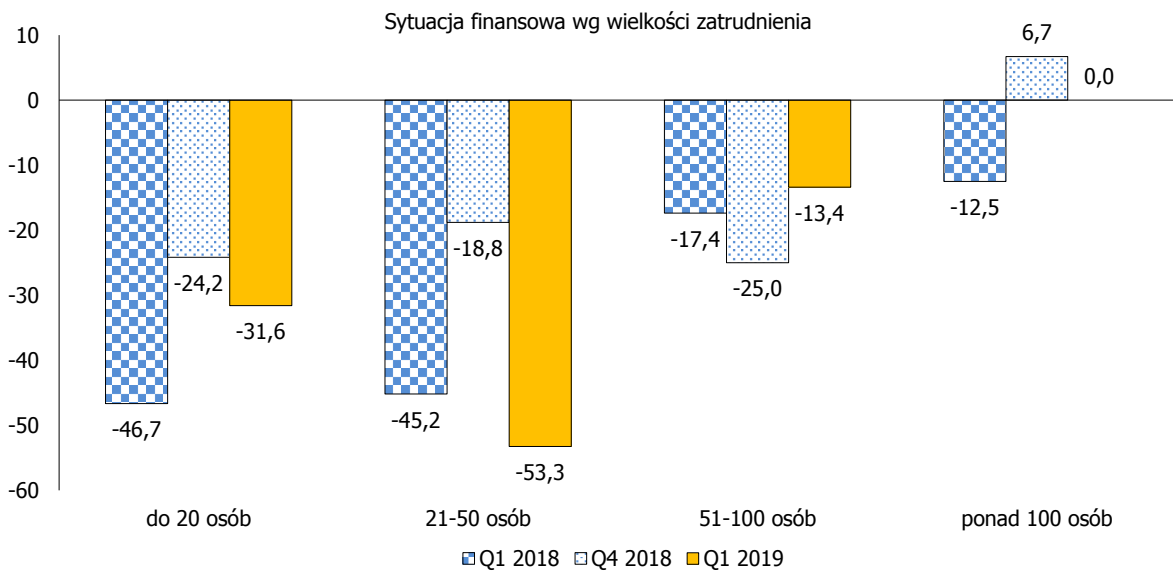
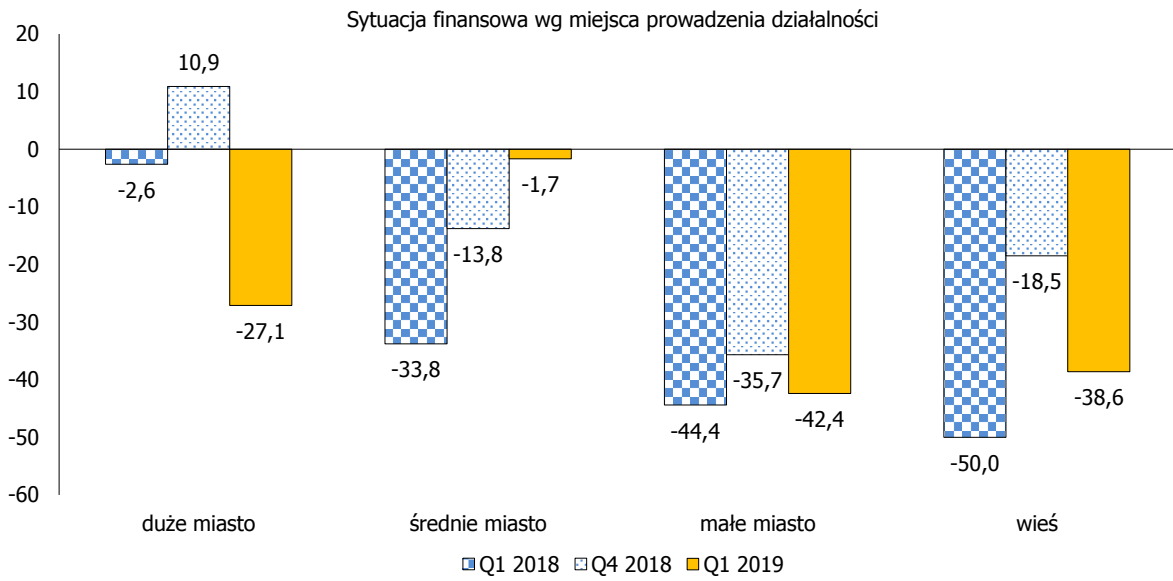


SYTUACJA FINANSOWA

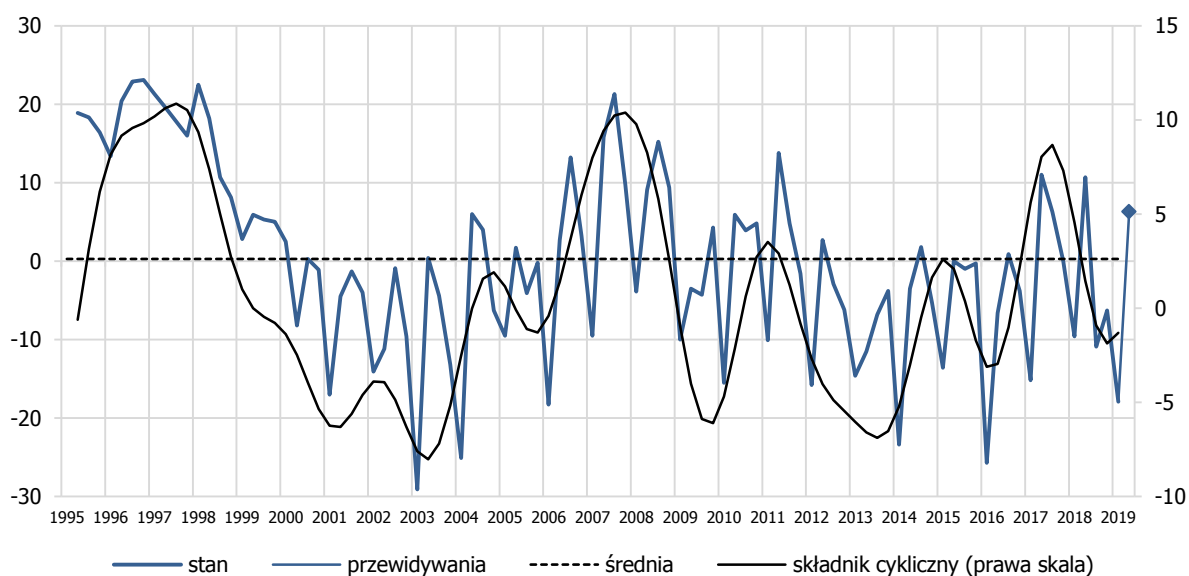


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	przewidywania
1. poprawa	5,5	14,9	21,3	15,4	6,6	23,8
2. brak zmiany	58,2	65,5	57,9	53,3	60,4	52,4
3. pogorszenie	36,3	19,6	20,9	31,3	33,0	23,8
saldo (1.-3.)	-30,8	-4,7	0,4	-15,9	-26,4	0,0

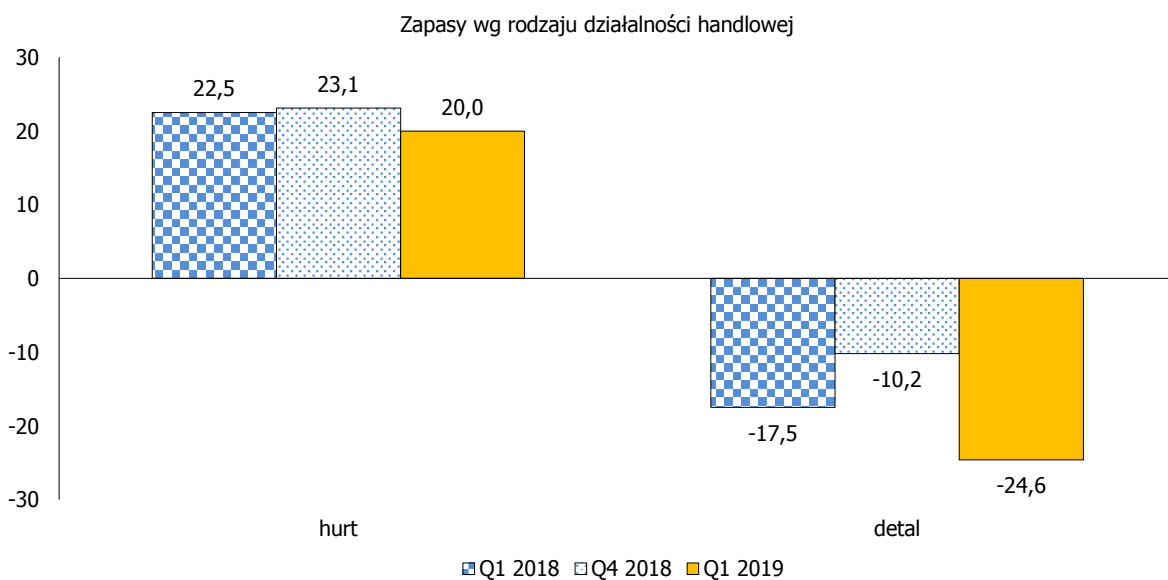


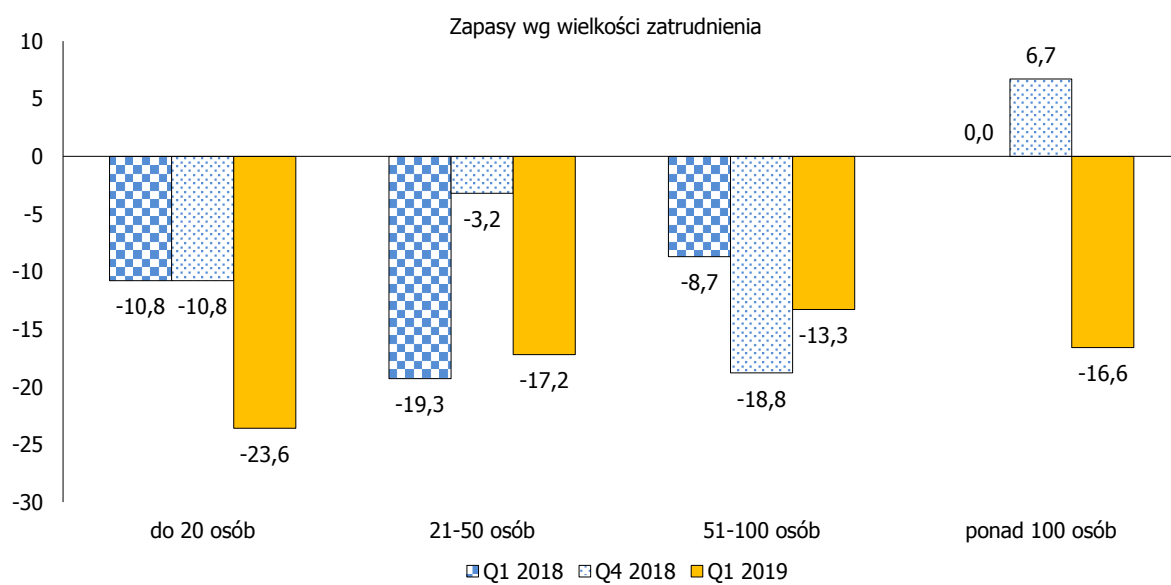
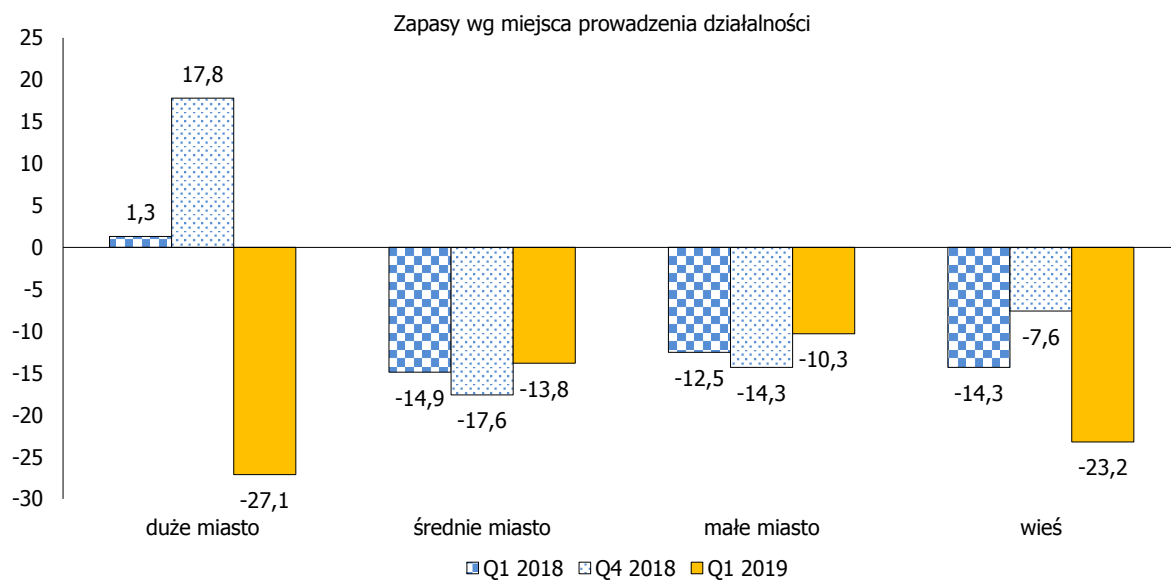


ZAPASY

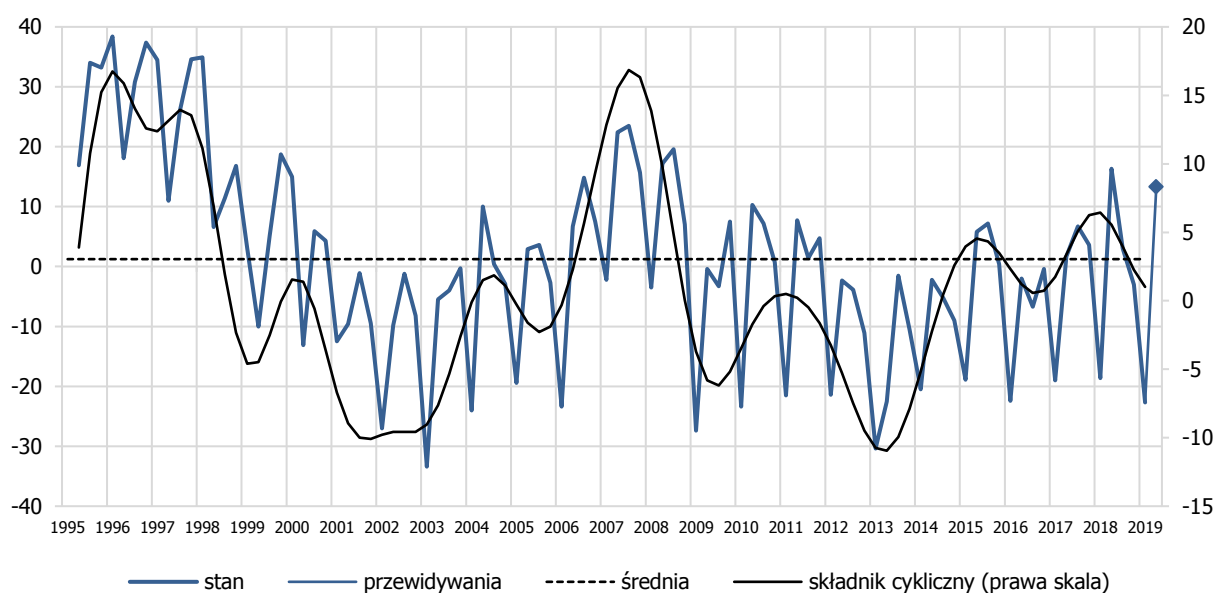


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	przewidywania
1. wzrost	14,3	24,9	11,3	16,0	12,1	21,9
2. brak zmiany	61,8	60,9	66,5	61,8	58,0	62,5
3. spadek	23,9	14,2	22,2	22,3	30,0	15,6
saldo (1.-3.)	-9,6	10,7	-10,9	-6,3	-17,9	6,3

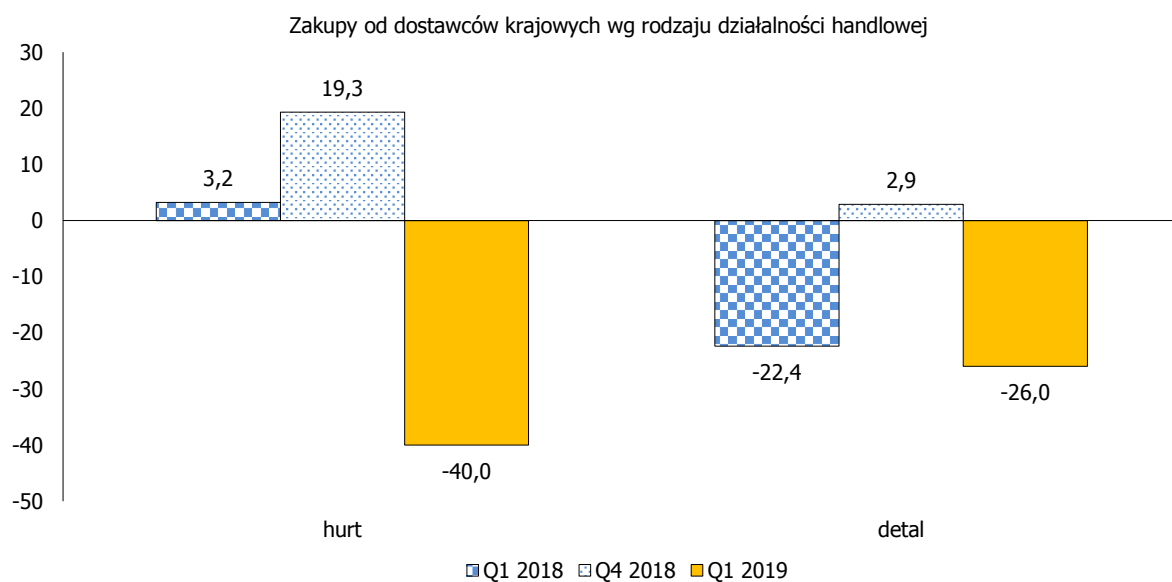


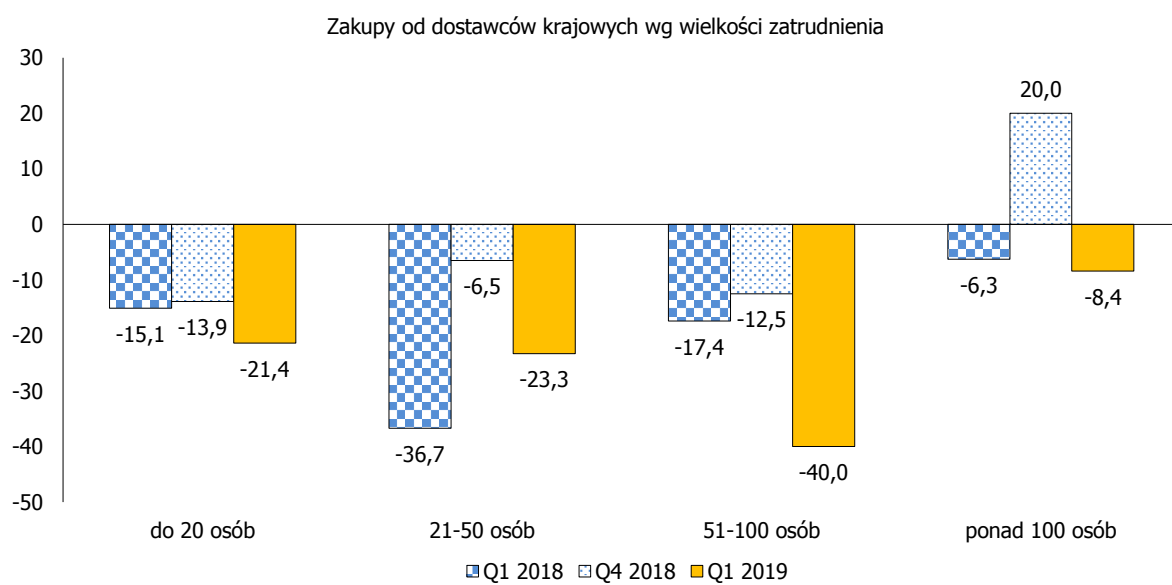
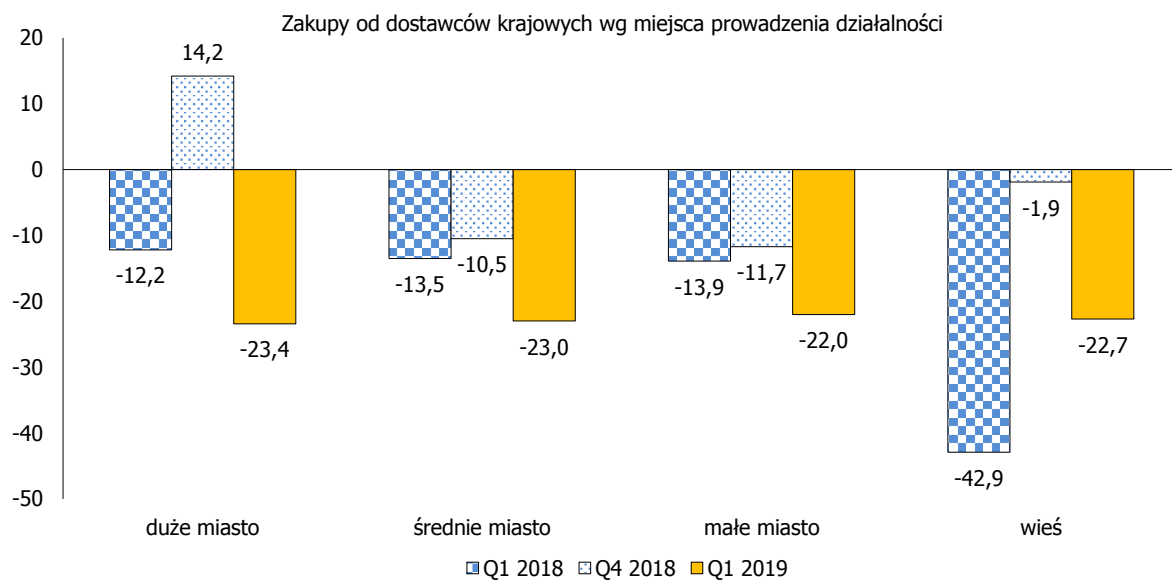


ZAKUPY OD DOSTAWCÓW KRAJOWYCH

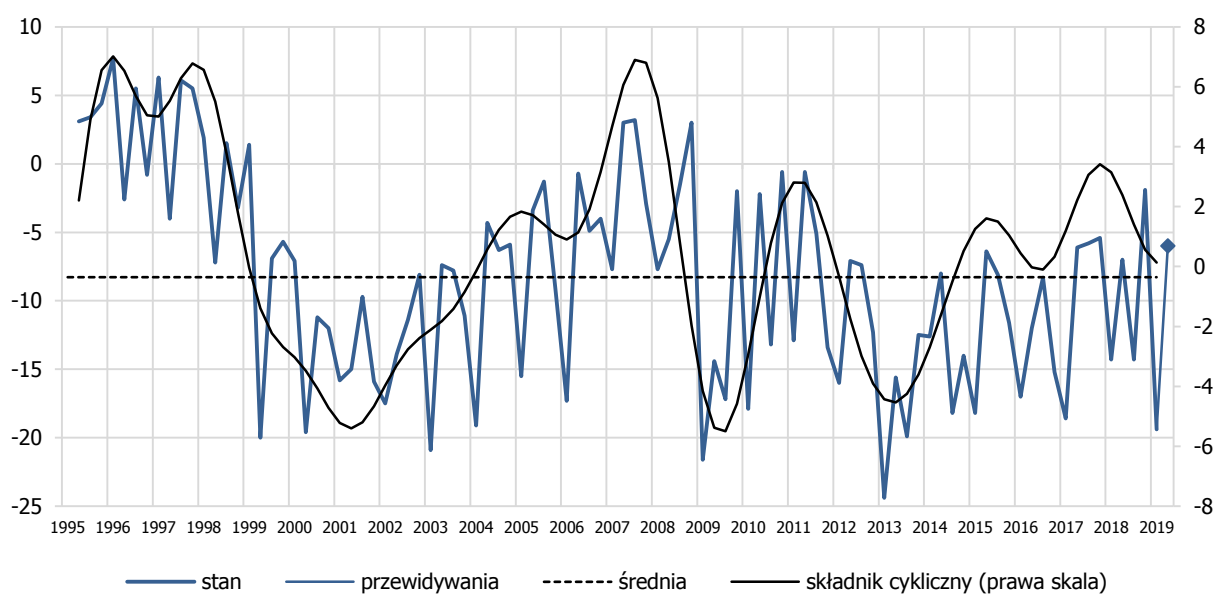


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	przewidywania
1. wzrost	11,9	27,0	21,1	17,9	9,5	27,1
2. brak zmiany	57,6	62,3	60,8	61,3	58,3	59,0
3. spadek	30,5	10,7	18,1	20,9	32,2	13,8
saldo (1.-3.)	-18,6	16,3	3,0	-3,0	-22,7	13,3

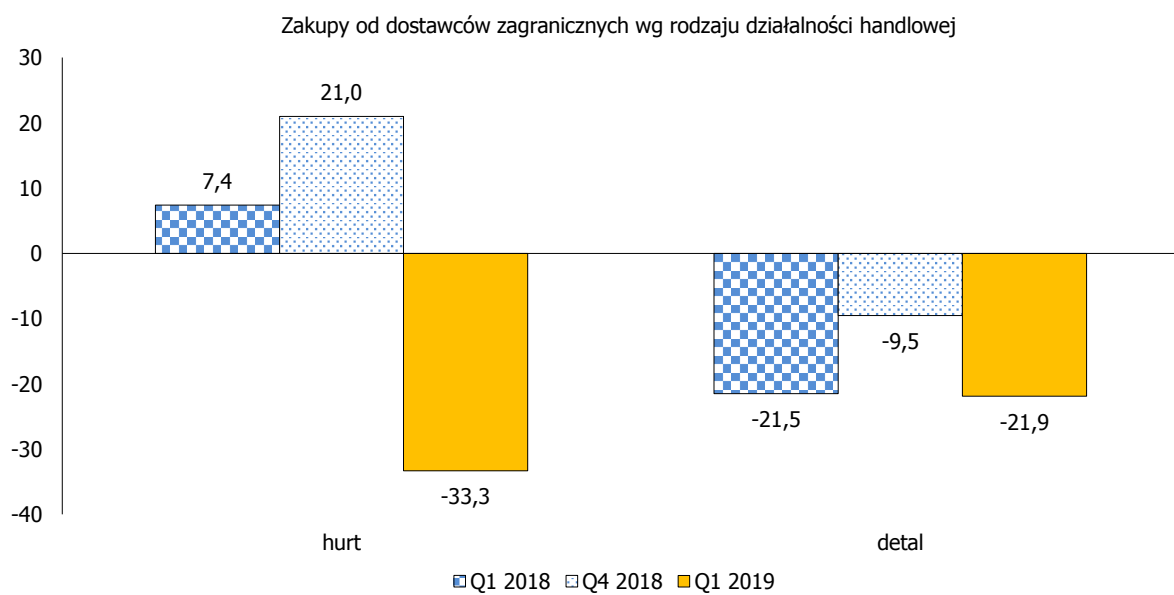


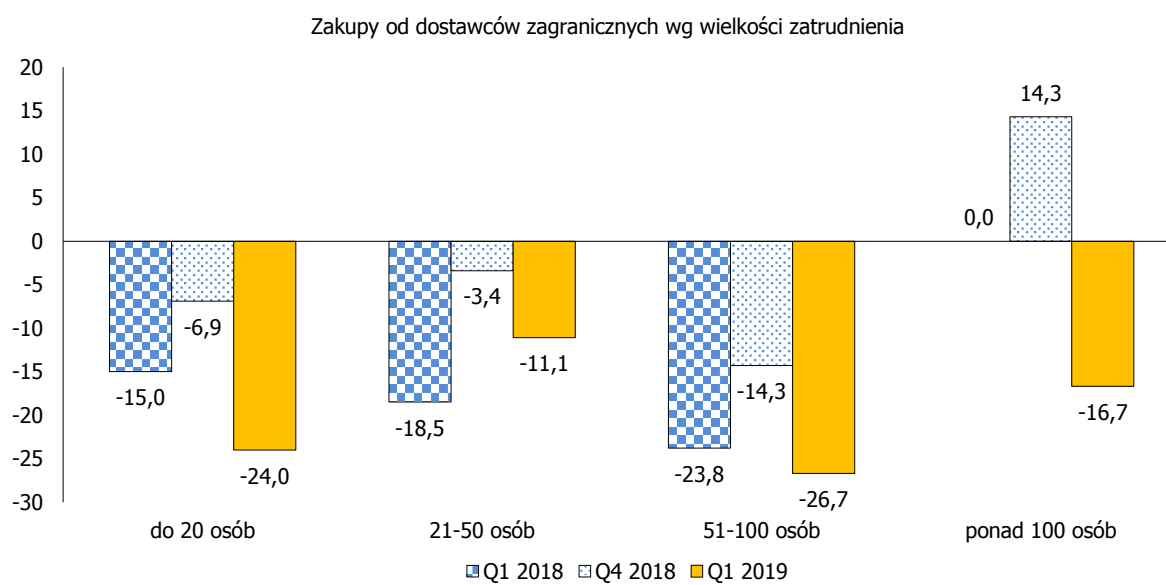
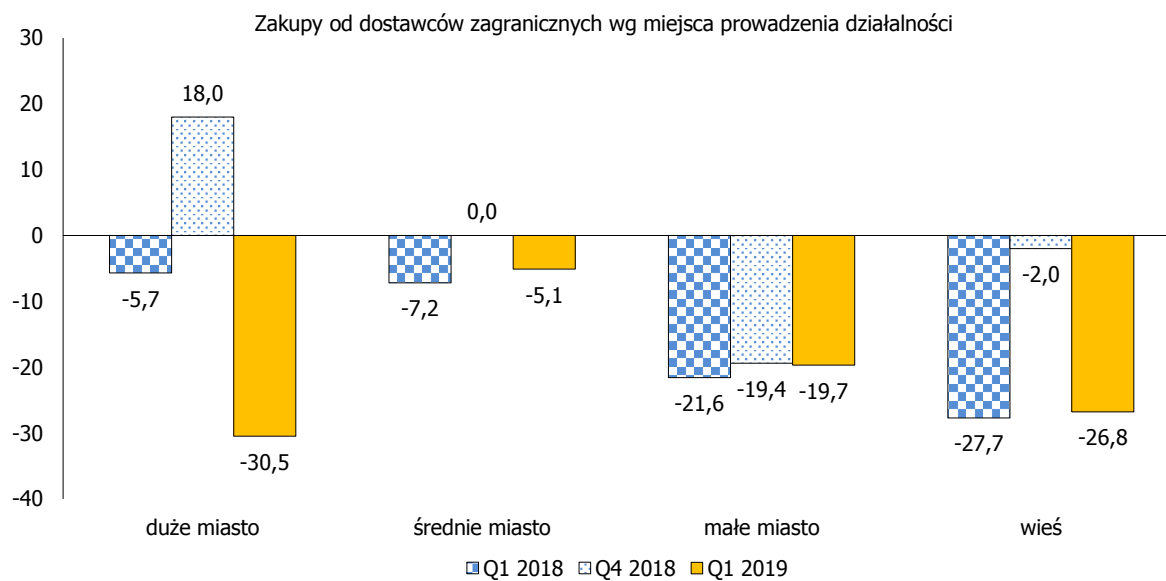


ZAKUPY OD DOSTAWCÓW ZAGRANICZNYCH

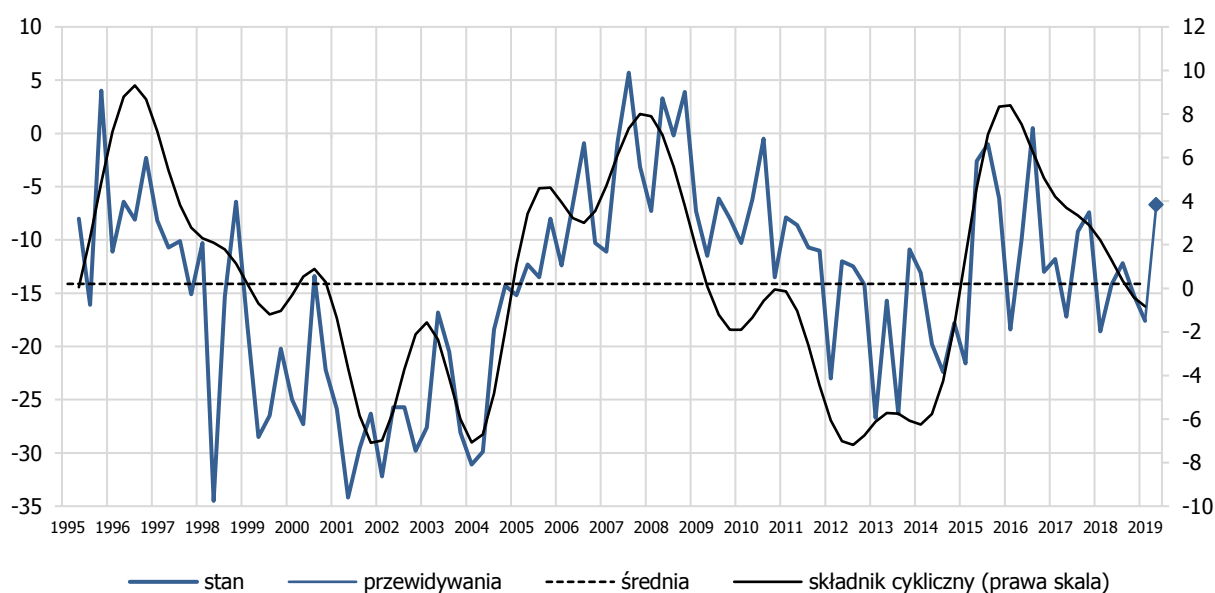


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	przewidywania
1. wzrost	9,2	7,5	9,0	11,7	5,4	10,9
2. brak zmiany	67,3	78,0	67,6	74,8	69,8	72,1
3. spadek	23,5	14,5	23,3	13,6	24,8	16,9
saldo (1.-3.)	-14,3	-7,0	-14,3	-1,9	-19,4	-6,0

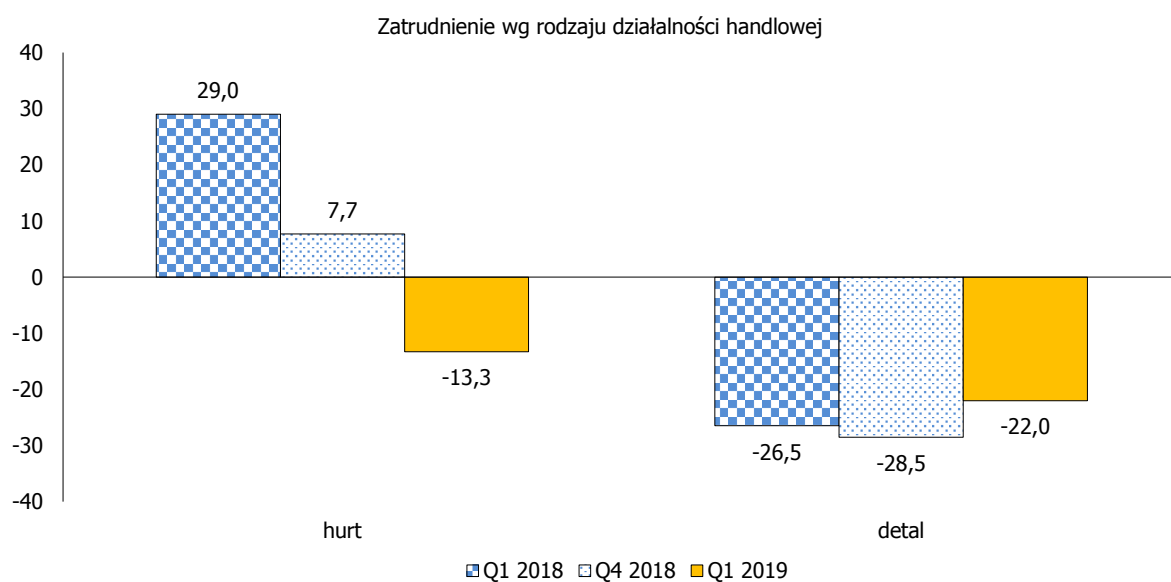


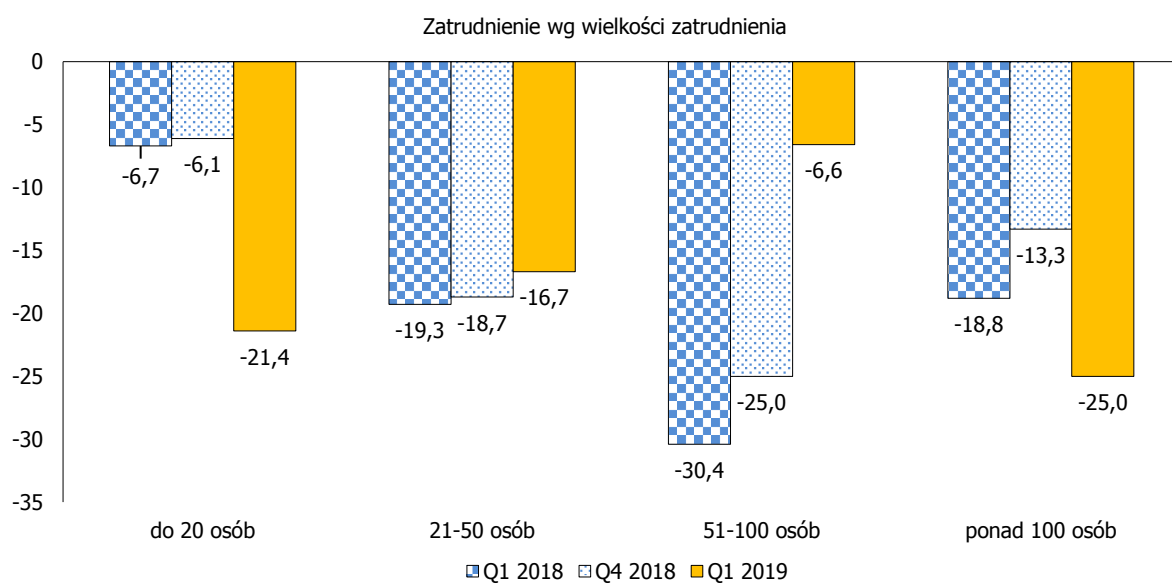
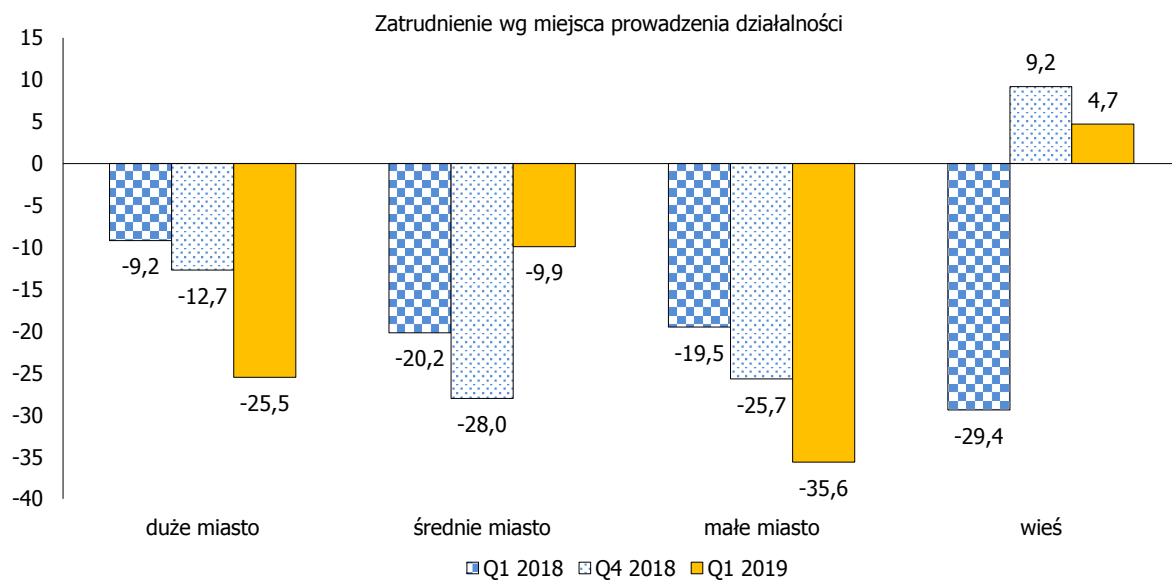


ZATRUDNIENIE

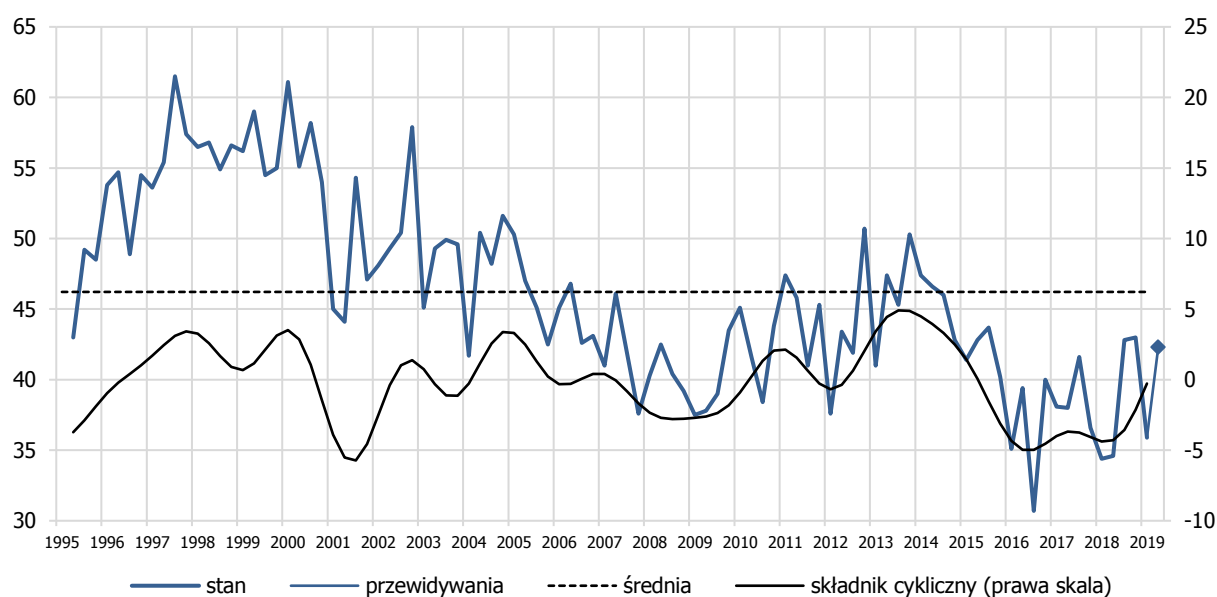


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	przewidywania
1. wzrost	12,5	8,7	12,1	9,7	4,8	8,1
2. brak zmiany	56,4	68,4	63,6	65,4	72,9	77,0
3. spadek	31,1	22,9	24,3	24,9	22,2	14,8
saldo (1.-3.)	-18,6	-14,2	-12,2	-15,2	-17,6	-6,7



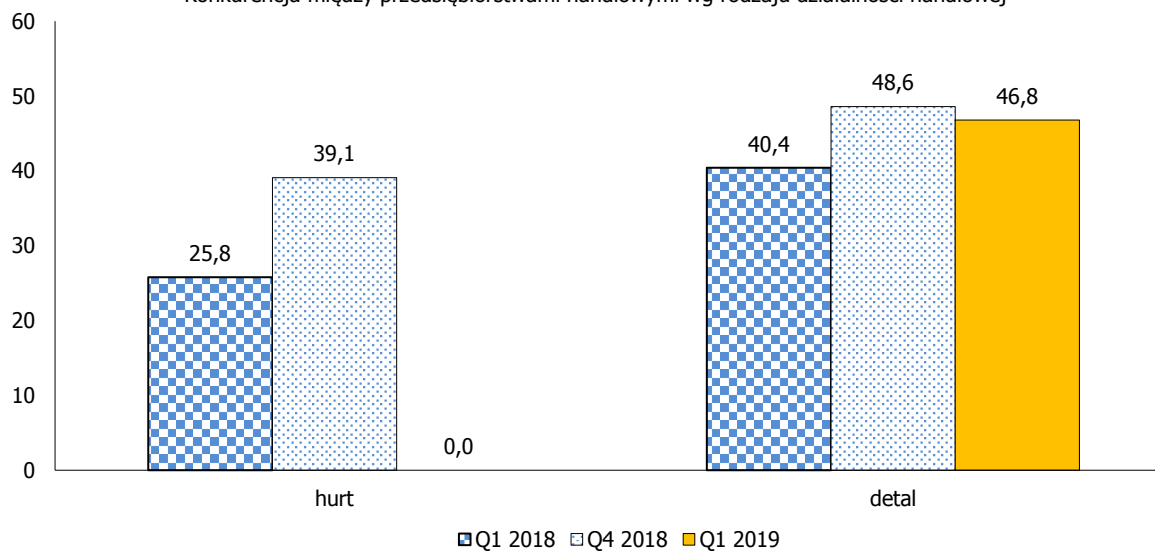


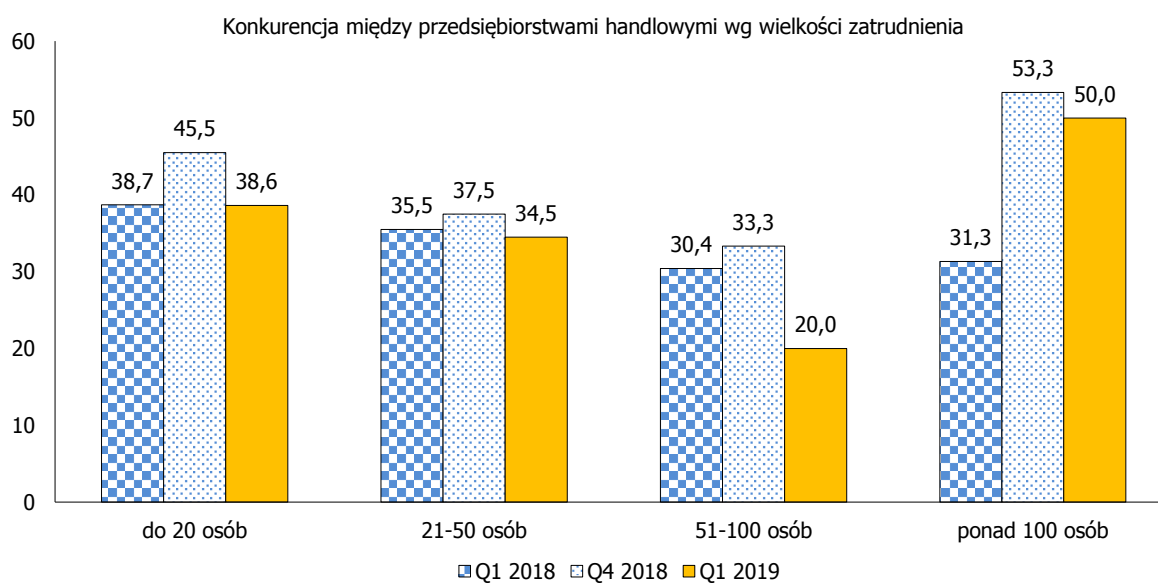
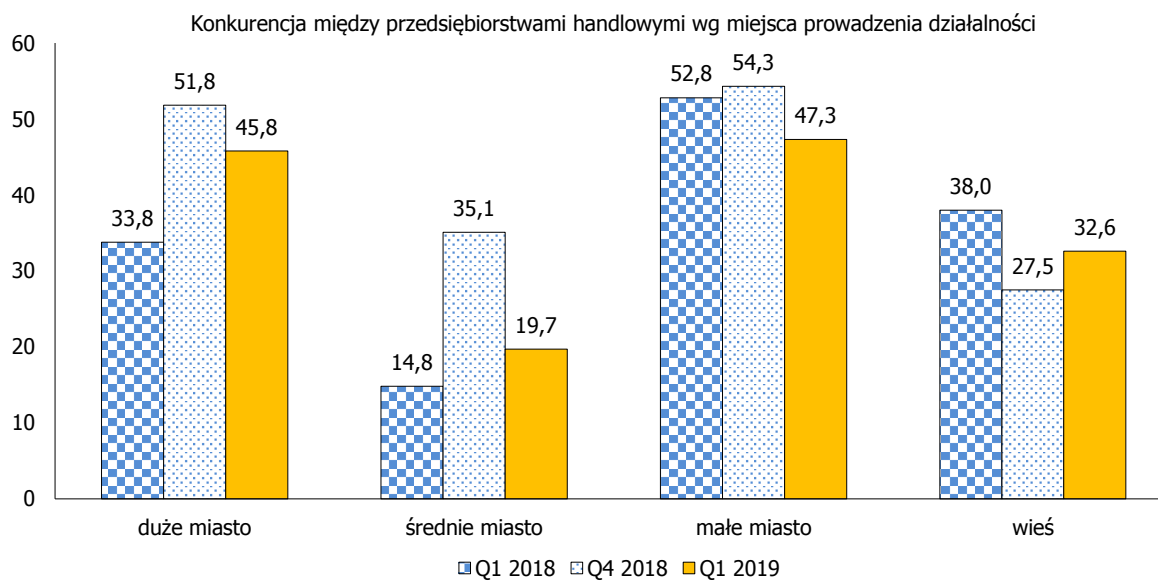
KONKURENCJA MIĘDZY PRZEDSIĘBIORSTWAMI HANDLOWYMI



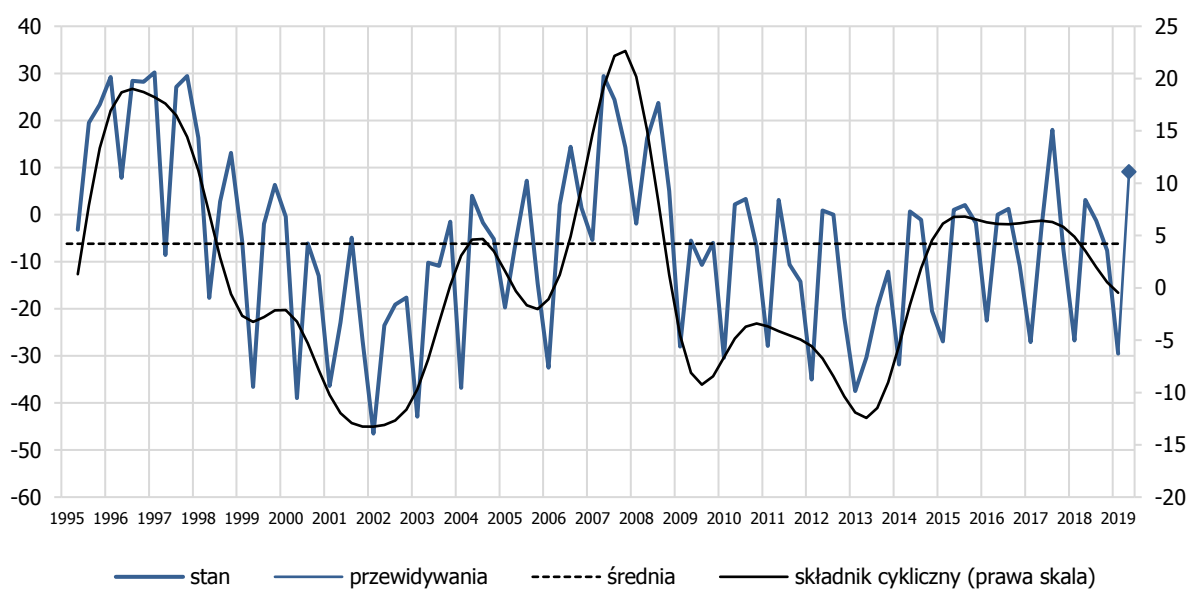
warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	przewidywania
1. wzrost	35,5	36,6	43,2	43,0	38,3	41,5
2. brak zmiany	63,4	61,4	56,4	57,0	59,3	56,5
3. spadek	1,1	2,0	0,4	0,0	2,4	1,9
saldo (1.-3.)	34,4	34,6	42,8	43,0	35,9	39,6

Konkurencja między przedsiębiorstwami handlowymi wg rodzaju działalności handlowej

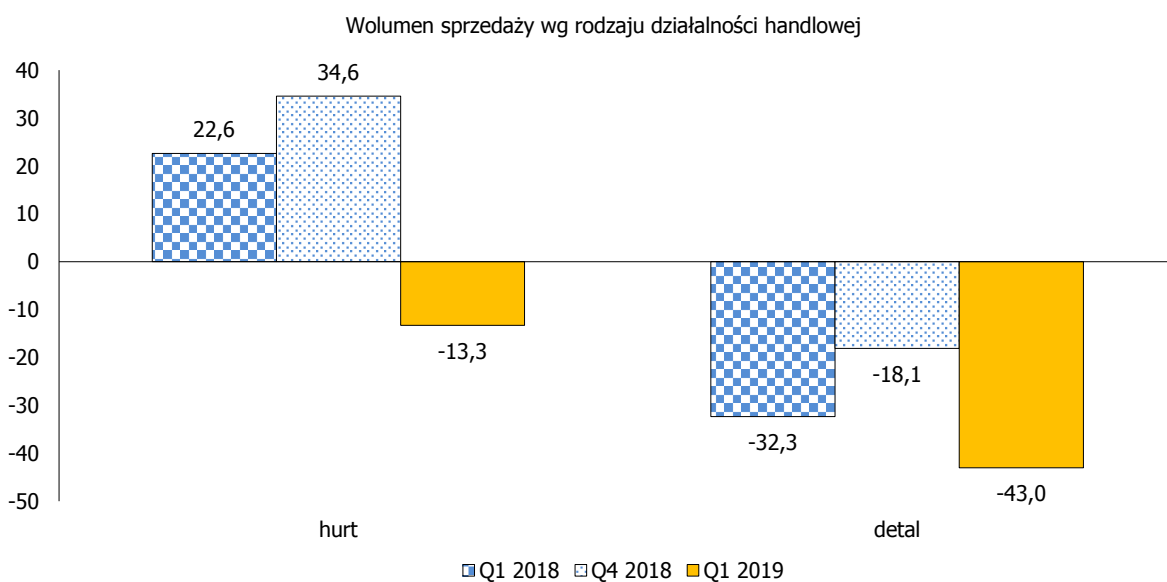


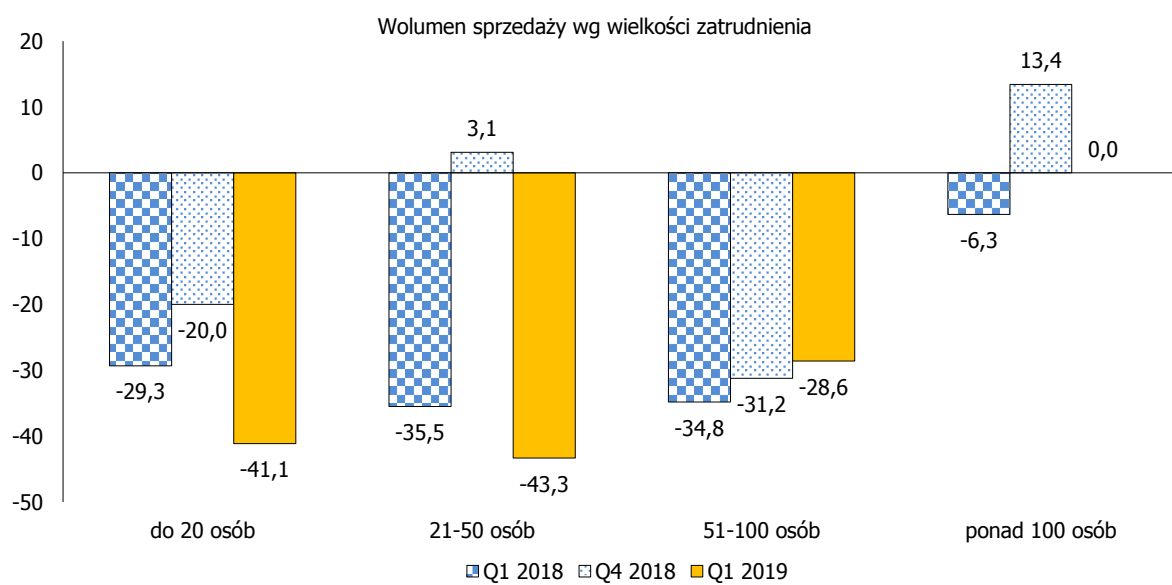
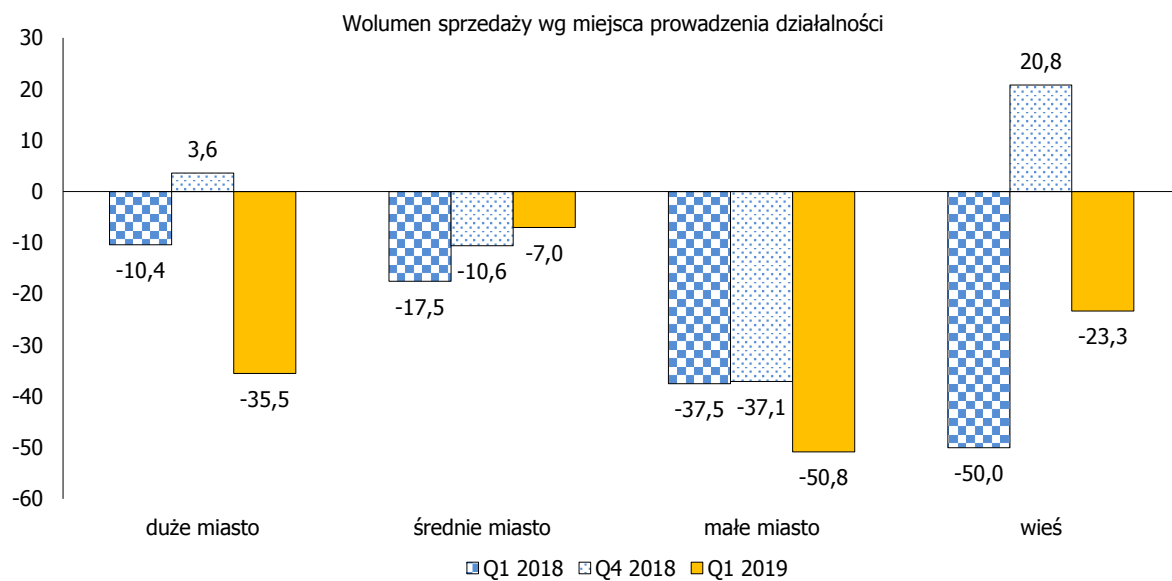


WOLUMEN SPRZEDAŻY

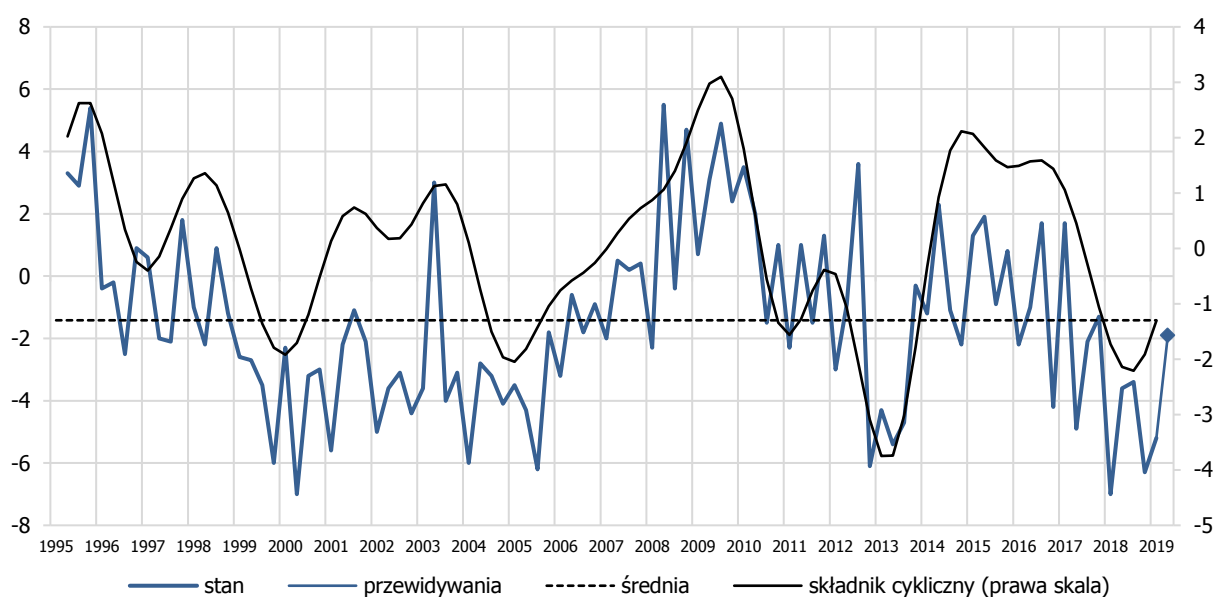


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	przewidywania
1. wzrost	15,4	28,7	23,3	18,1	11,6	30,4
2. brak zmiany	42,5	45,7	52,1	56,1	47,3	48,3
3. spadek	42,1	25,6	24,6	25,7	41,1	21,3
saldo (1.-3.)	-26,7	3,1	-1,3	-7,6	-29,5	9,1

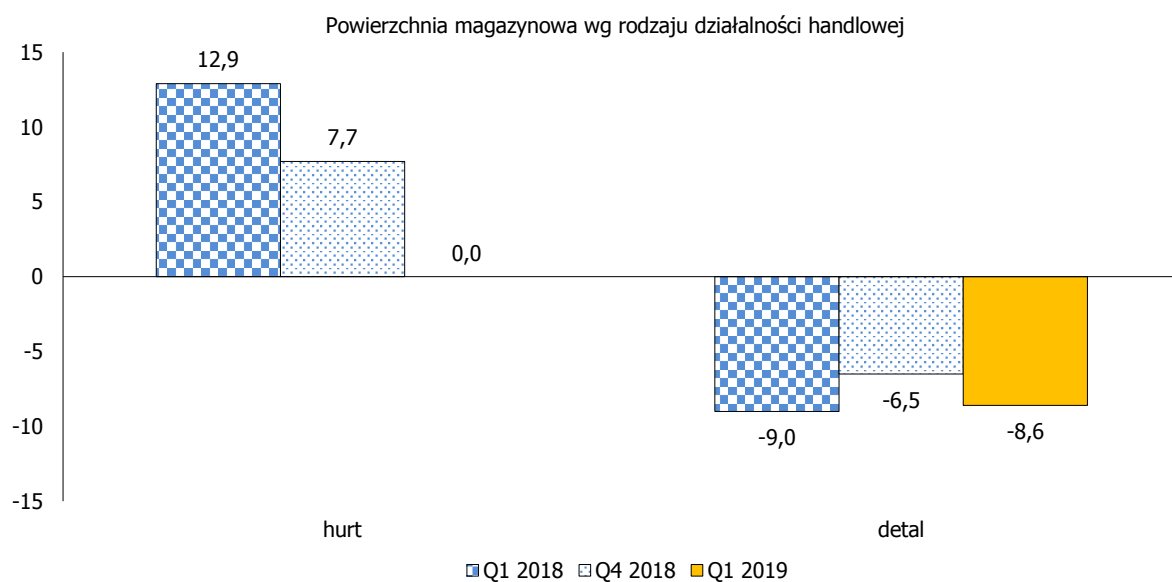


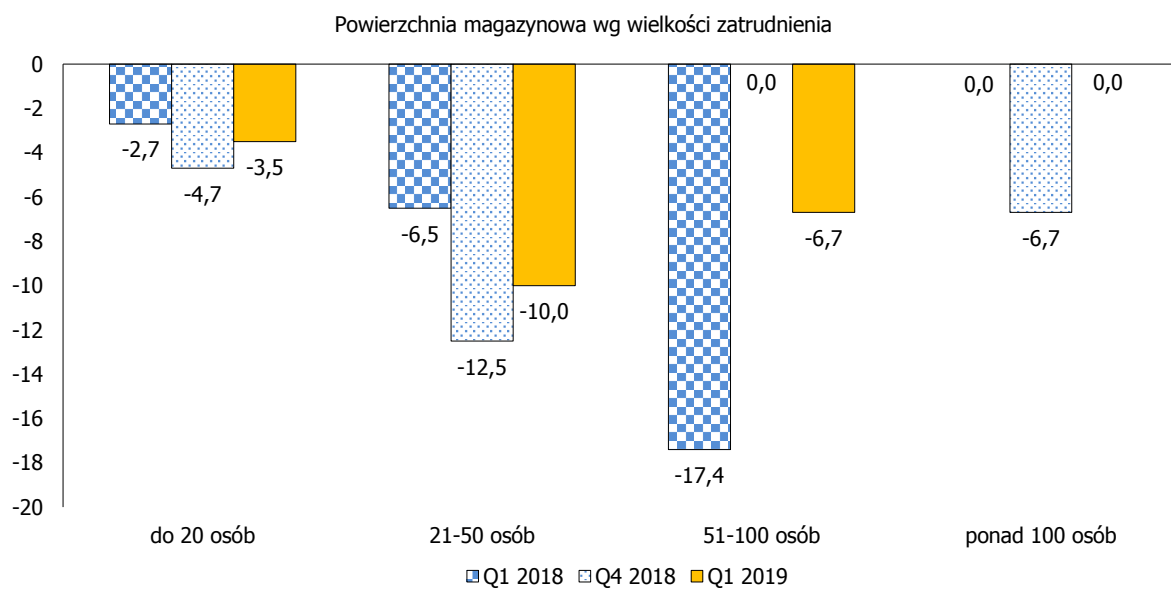
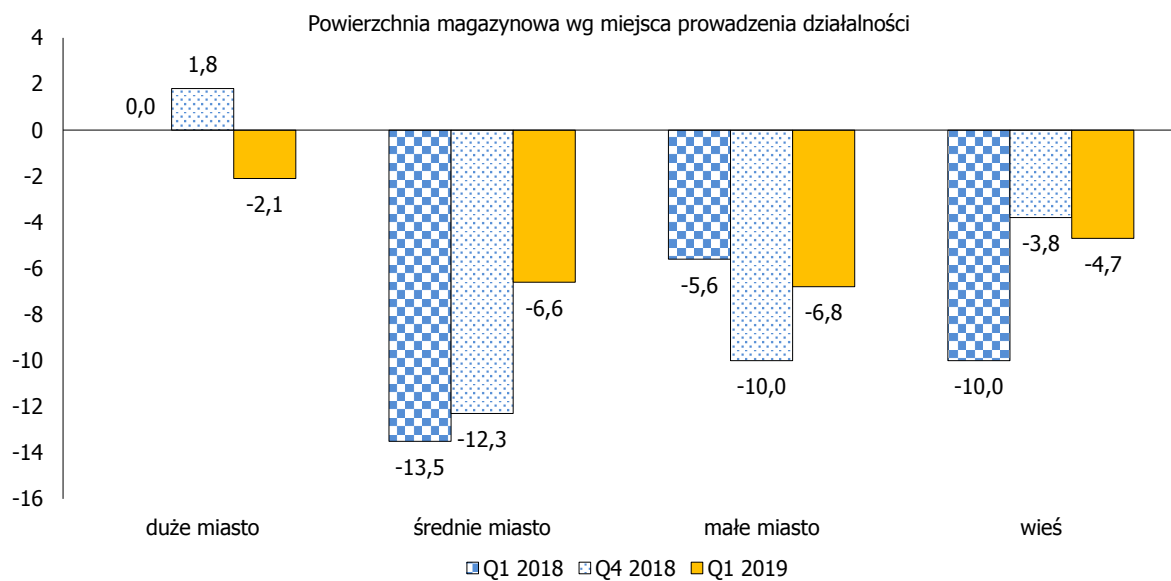


POWIERZCHNIA MAGAZYNOWA

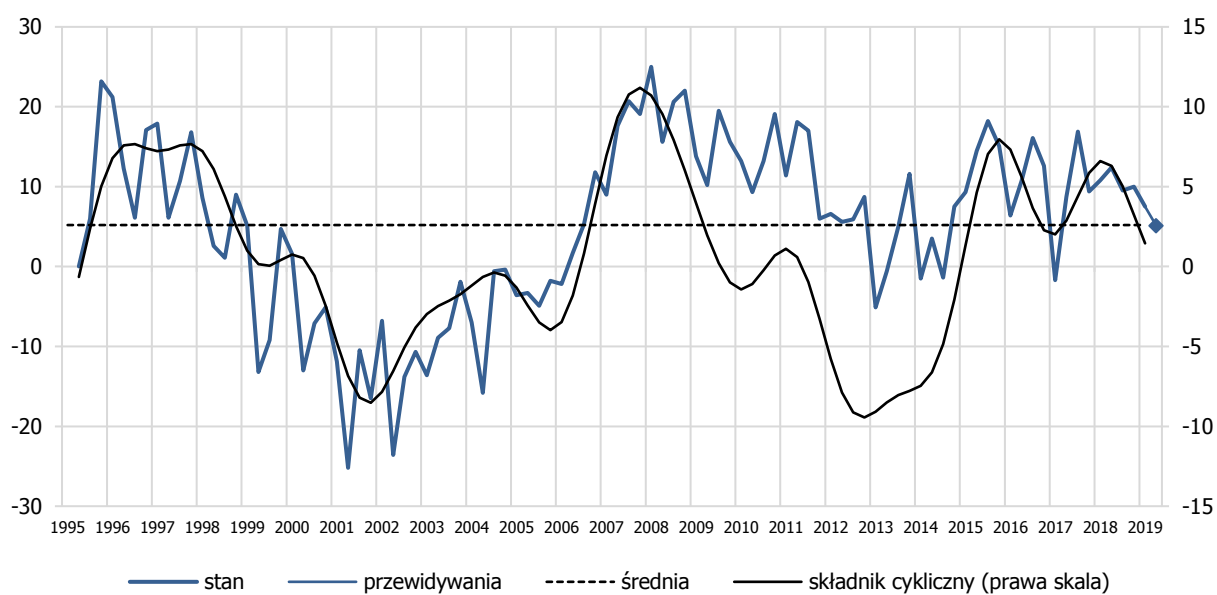


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	przewidywania
1. wzrost	2,2	4,7	1,7	1,3	0,5	3,3
2. brak zmiany	88,6	87,0	93,2	91,1	93,8	91,4
3. spadek	9,2	8,3	5,1	7,6	5,7	5,2
saldo (1.-3.)	-7,0	-3,6	-3,4	-6,3	-5,2	-1,9

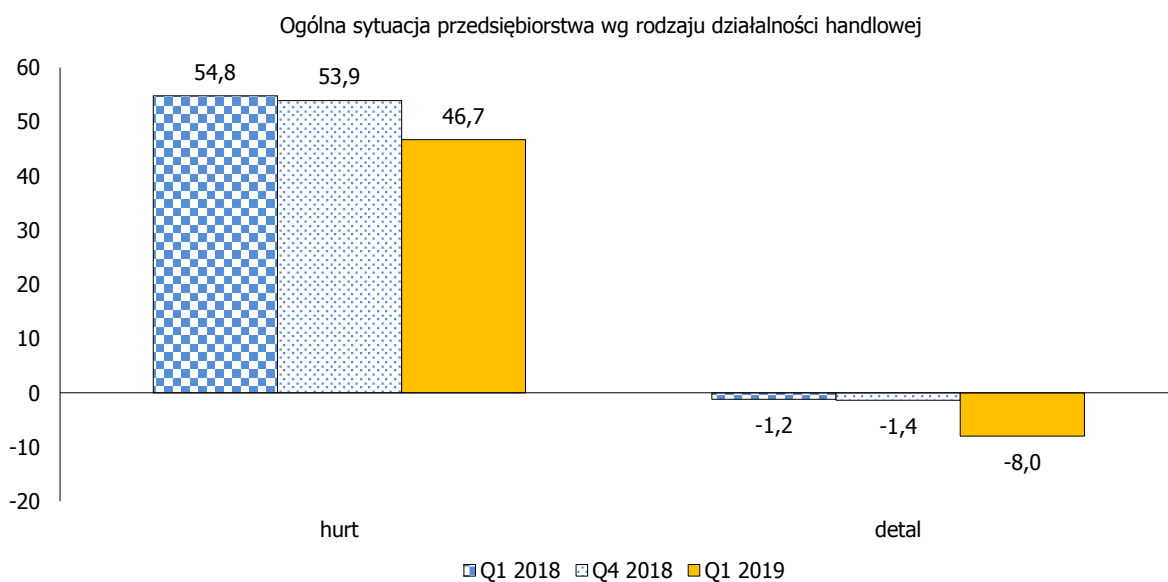


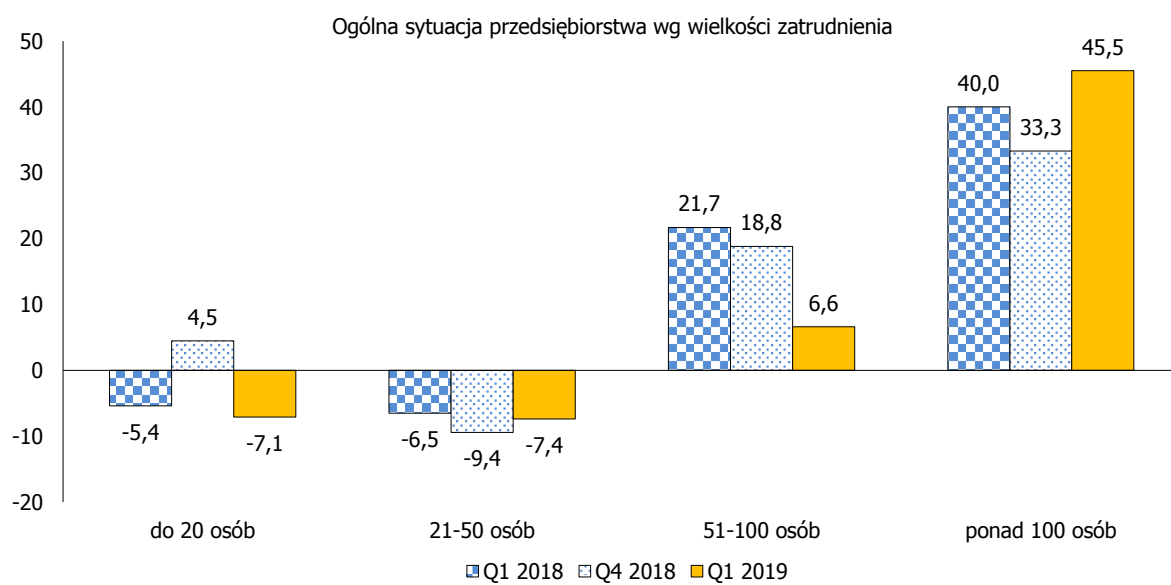
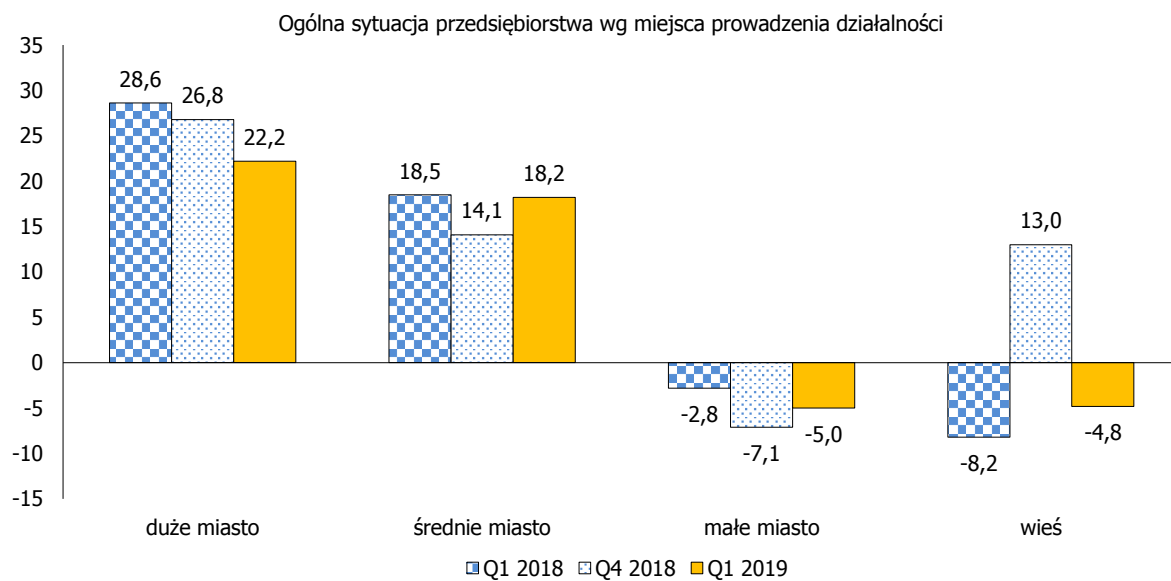


OGÓLNA SYTUACJA PRZEDSIĘBIORSTWA



warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	przewidywania
1. dobra	25,0	27,6	21,9	26,3	21,4	19,7
2. średnia	60,8	57,2	65,7	57,5	64,7	65,7
3. słaba	14,2	15,2	12,4	16,3	13,9	14,6
saldo (1.-3.)	10,8	12,4	9,5	10,0	7,5	5,1

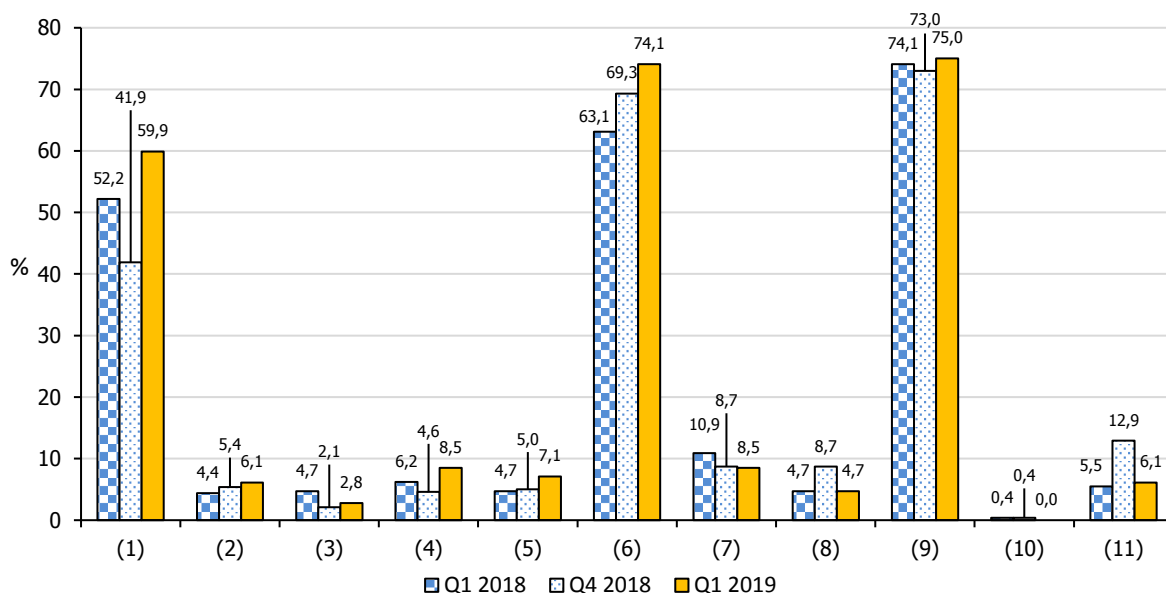




CENY TOWARÓW

	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019
1. wzrost	50,7	49,0	57,9	55,5	51,2
o więcej	15,8	8,4	18,5	25,0	11,4
o tyle samo	24,4	27,7	30,0	23,3	25,1
o mniej	10,5	12,9	9,4	7,2	14,7
2. brak zmiany	45,5	47,0	38,2	41,7	45,0
3. spadek	3,8	4,0	3,9	2,5	3,8
saldo (1.-3.)	46,9	45,0	54,0	53,0	47,4

CZYNNIKI OGRANICZAJĄCE POPRAWĘ SYTUACJI PRZEDSIĘBIORSTW HANDLOWYCH



- (1) niedostateczny popyt
- (2) niedostateczna podaż sprzedawanych towarów
- (3) jakość towarów
- (4) wysokość oprocentowania kredytów
- (5) możliwość uzyskania kredytów
- (6) koszty zatrudnienia pracowników
- (7) powierzchnia sprzedaży
- (8) wielkość magazynów
- (9) konkurencja
- (10) nie występują
- (11) inne

3. Koniunktura w handlu w 2018 r.

W 2018 roku IRG SGH przeprowadził kolejne cztery edycje badania koniunktury w polskim handlu. Po odświeżeniu próby badawczej w III kwartale 2017 r., do wypełnienia ankiet angażowano w każdym kwartale 2018 r. od 1174 do 1307 przedsiębiorstw handlowych, osiągając współczynnik zwrotu na poziomie 11%-12%. Badania prowadzone były na reprezentatywnej próbie polskich przedsiębiorstw handlowych. Wyniki badań zostały rozpowszechnione wśród polskich środowisk opiniotwórczych oraz przedstawione w środkach masowego przekazu.

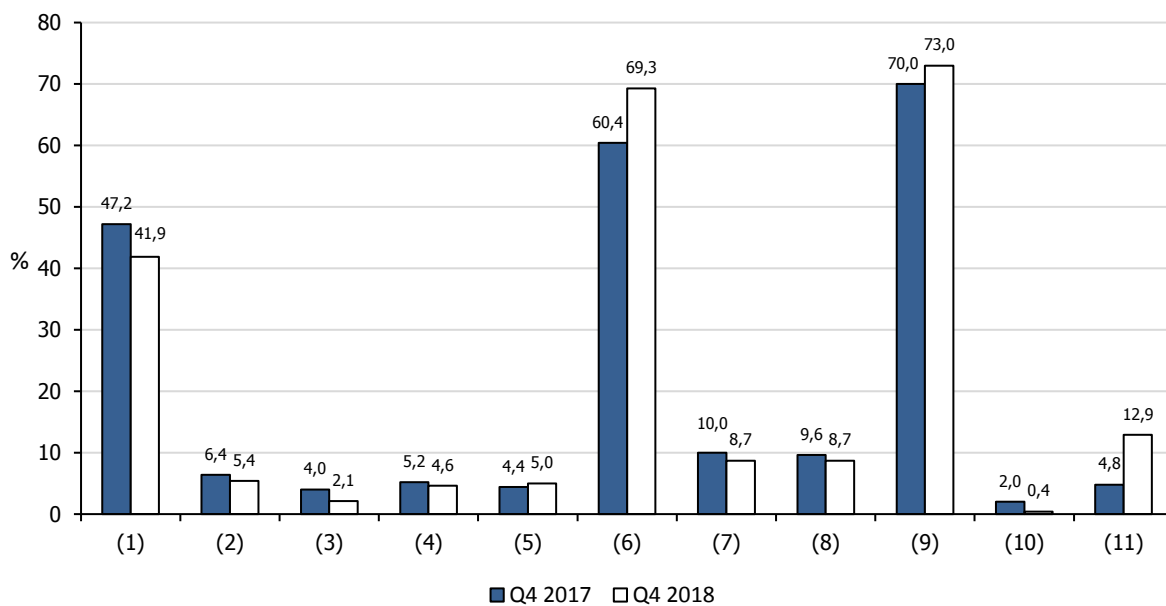
W 2018 roku dodatnie wartości wskaźnika koniunktury zaobserwowano w pierwszym i trzecim kwartale, odpowiednio: 5,4 pkt oraz 3,2 pkt. W pierwszym kwartale wartość wskaźnika była wyższa od średniej dla tego okresu z ostatnich dziesięciu lat (wynosi ona 3,1 pkt), lecz niższa od wartości odnotowanej rok wcześniej (7,1 pkt). Z kolei w trzecim kwartale była wyższa niż przed rokiem oraz od średniej z ostatnich dziesięciu lat (wynosi ona 0,05 pkt). Osłabienie się koniunktury, które nastąpiło w II kwartale, było słabsze niż zwykle o tej porze roku. Z kolei w IV kwartale odnotowana wartość wskaźnika koniunktury była niższa niż rok wcześniej, ale wyższa od średniej długookresowej (dla czwartego kwartału). Obserwowane w 2018 roku wahania koniunktury w handlu przekładały się na sytuację finansową i zarazem ogólną przedsiębiorstw handlowych.

Kolejny rok z rzędu obserwowaliśmy spadek zakupów od dostawców zagranicznych (ujemne wskaźniki odnotowano we wszystkich kwartałach, odpowiednio: -14,3, -7,0, -14,3 oraz -1,9 pkt). Zakupy od dostawców zagranicznych są wrażliwym wskaźnikiem koniunktury w polskim handlu, który asymetrycznie reaguje na jej zmiany, tzn. silnie rośnie wraz z pogarszaniem się koniunktury i powoli maleje wraz z jej poprawą. Towarzyszyła temu fluktuacja wielkości zakupów od dostawców krajowych i zapasów.

Przez cały 2018 rok wartości salda odpowiedzi na pytanie o wielkość zatrudnienia były ujemne i utrzymywały się na dwucyfrowym poziomie (w kolejnych kwartałach wyniosły: -18,6, -14,2, -12,2 pkt oraz -15,2 pkt). Presja na redukcję zatrudnienia była widoczna już w poprzednich latach. Rok 2018 pokazał, że istnieją dalsze możliwości cięcia etatów handlowych.

Nieprzerwanie od wielu lat utrzymuje się na wysokim poziomie saldo odpowiedzi na pytanie dotyczące konkurencji dla badanych przedsiębiorstw handlowych. Tak było również w 2018 roku. Pomimo postępującej 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.

Od początku badania koniunktury w handlu przez IRG SGH niezmiennie trzy czynniki ograniczają polepszenie się sytuacji przedsiębiorstw handlowych: konkurencja między nimi, wysokie koszty zatrudnienia pracowników oraz niedostateczny popyt. W IV kwartale 2018 roku – w stosunku do analogicznego okresu 2017 roku – zwiększył się odsetek przedsiębiorstw uważających konkurencję oraz koszty zatrudnienia pracowników za główne czynniki ograniczające ich rozwój, odpowiednio: z 70,0% do 73,0% oraz z 60,4% do 69,3%. Zmniejszył się natomiast, z 47,2% do 41,9%, odsetek przedsiębiorstw handlowych wskazujących na niedostateczny popyt jako barierę dla działalności handlowej (rys. niżej).



- (1) niedostateczny popyt
- (2) niedostateczna podaż sprzedawanych towarów
- (3) jakość towarów
- (4) wysokość oprocentowania kredytów
- (5) możliwość uzyskania kredytów
- (6) koszty zatrudnienia pracowników
- (7) powierzchnia sprzedaży
- (8) wielkość magazynów
- (9) konkurencja
- (10) nie występują
- (11) inne