

Handel detaliczny: istotny wpływ restrykcji na wyniki sklepów

- Odbicie konsumpcji prywatnej w 3q20 nie znalazło odzwierciedlenia w przychodach handlu detalicznego, jednak znaczące zmniejszenie kosztów (efekt spadku wynagrodzeń na pracownika) wpłynęło na poprawę zysku netto (por. tabela).
- Zamknięcie centrów handlowych w listopadzie i ostatnich dniach grudnia skutkowało spadkiem sprzedaży detalicznej w 4q20 o 2,8% r/r (vs +1% r/r w 3q20), w tym szczególnie w sklepach z odzieżą i obuwiem (-18,5% r/r) oraz na stacjach paliw (-13,8% r/r). Wzrost sprzedaży dotyczył kategorii meble, rtv, agd (+4,8% r/r), co wskazuje na utrzymujący się silny popyt konsumentów na dobra trwałego użytku. Przedłużone na styczeń restrykcje pogłębiły negatywny trend w handlu. Konsumenci częściowo przestawili się na zakupy w internecie, to jednak nie zrekomensowało ubytku obrotów w sklepach stacjonarnych.**
- Po otwarciu sklepów od lutego, dzięki stabilnemu rynkowi pracy oraz wysokim oszczędnościom, koniunktura w handlu zacznie się poprawiać, a konsumpcja prawdopodobnie dość szybko się odbuduje.** Od marca dynamika sprzedaży r/r zacznie rosnąć głównie z uwagi na niską bazę odniesienia. Możliwe cofnięcie poluzowań, jako efekt nadciągającej trzeciej fali pandemii, zwiększa niepewność prowadzenia działalności handlowej. Ewentualne wprowadzenie nakazu używania maseczek medycznych podwyższy koszty zapewnienia bezpieczeństwa pracownikom sklepów.
- Kryzys sprawił, że konsumenci stali się bardziej wrażliwi na cenę. Szukają okazji, wybierając zakupy w dyskontach, supermarketach i internecie. **Wprowadzenie z początkiem 2021 dodatkowych obciążeń na branżę handlową w postaci podatku od sprzedaży detalicznej, opłaty cukrowej i opłaty maľpkowej najpewniej przełoży się na przeniesienie znacznej części kosztów na dostawców i konsumentów.** Łatwiej będzie to zrobić sklepom ogólnospożywczym, gdzie klienci nie rezygnują z zakupów niezbędnych towarów, trudniej sklepom odzieżowym, obuwniczym, rtv, agd, gdzie jest silna konkurencja. Uruchomienie platformy internetowej Amazon.pl dodatkowo zwiększy rywalizację.

Departament Analiz Ekonomicznych

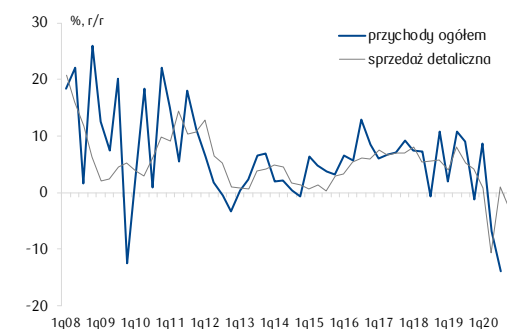
Zespół Analiz Sektorowych
analizy.sektorowe@pkobp.pl

Anna Senderowicz
 tel. 22 521 81 24

@PKO_Research

www.pkobp.pl/centrum-analiz

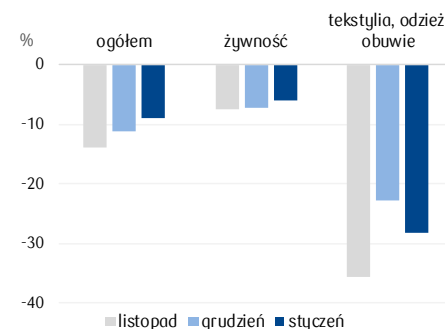
Wykres 1. Sprzedaż detaliczna vs przychody*



Źródło: GUS, PKO Bank Polski;

* przychody 3q20; sprzedaż detaliczna (ceny stałe) 4q20

Wykres 2. Spadek zamówień od klientów w segmencie handlu detalicznego w stosunku do sytuacji, gdyby nie było pandemii



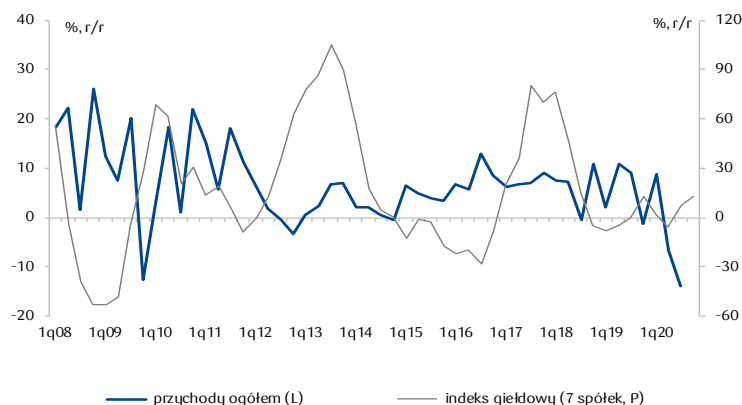
Źródło: GUS – badanie koniunktury, PKO Bank Polski

Wskaźniki finansowe branży

	jedn.	3q19	4q19	1q20	2q20	3q20	2q20 (r/r)	3q20 (r/r)
Przychody ogółem	mln zł	80 881	86 280	76 125	75 417	69 666	-6,8	-13,9
Przychody z eksportu w przychodach ogółem	%; pp	3,1	4,0	3,2	3,0	4,2	-0,3	1,1
Koszty ogółem	mln zł	78 575	81 656	75 034	74 277	66 642	-4,6	-15,2
Wydatki inwestycyjne	mln zł	2 065	2 737	1 863	1 539	1 298	-122	-767
Wynik finansowy netto	mln zł	1 747	3 878	825	749	2 376	-1 744	629
Stopa zysku netto	%; pp	2,18	4,57	1,11	1,02	3,47	-2,1	1,3
Podwyższona płynność	x	0,46	0,52	0,45	0,52	0,52	x	x
Rotacja zobowiązań	dni	47	49	50	46	51	0	4

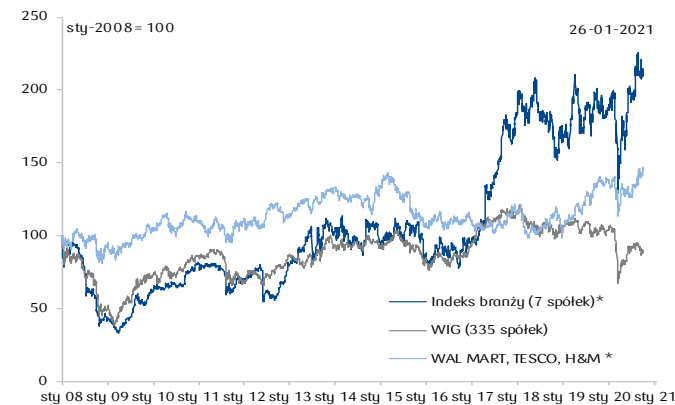
Źródło: baza PONT Info. GOSPODARKA na podstawie danych GUS, firmy o liczbie pracujących 50 i więcej osób; PKO Bank Polski; zmiana r/r w jednostkach referencyjnych, z wyjątkiem przychodów i kosztów (% r/r)

Wykres 3. Zmiana notowań wybranych spółek giełdowych vs dynamika przychodów branży



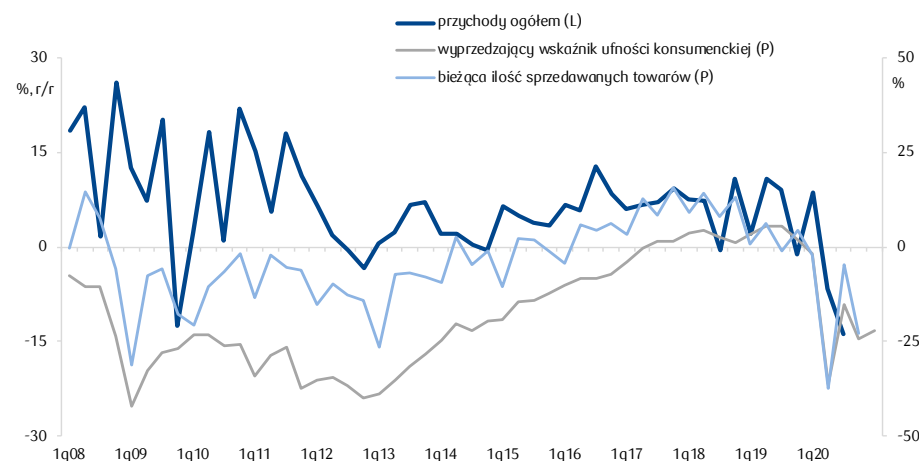
Źródło: GPW, GUS, PKO Bank Polski

Wykres 4. Notowania indeksu branży* vs benchmark zagraniczny vs WIG



Źródło: GPW, Reuters, PKO Bank Polski; * skład indeksu por. Aneks

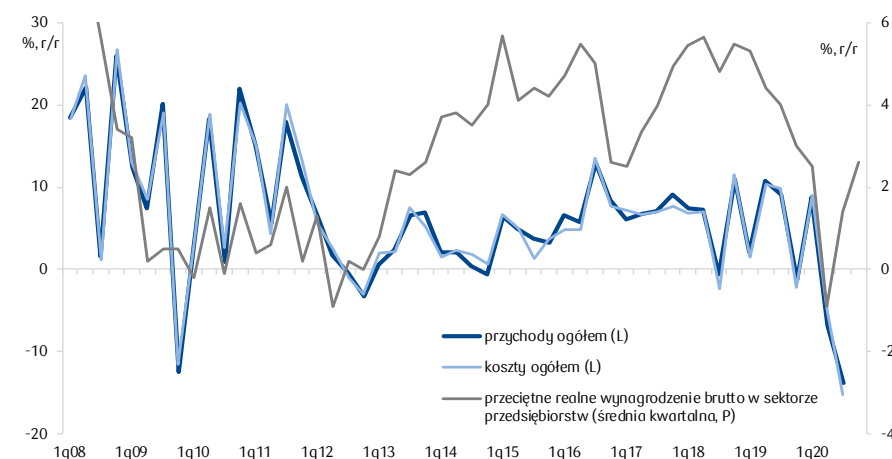
Wykres 5. Zmiana przychodów ogółem vs wskaźniki koniunktury



Źródło: GUS, PKO Bank Polski

Przychody branży są zależne od skłonności konsumentów do dokonywania zakupów. Rosnące ceny żywności i zamknięcie sklepów w centrach handlowych znacząco obniżyły konsumpcję prywatną w 4q20 (prognozowany spadek o 10,8% r/r vs +0,4% r/r w 3q20). Po znacznym spadku wyprzedzającego wskaźnika ufności konsumenckiej w 4q20 (-24,5 vs -15,3 w 3q20), początek 1q21 nie przyniósł większej poprawy nastrojów. Utrzymujące się obawy o poziom bezrobocia wstrzymują konsumentów przed ważnymi zakupami. W 4q20 przedsiębiorcy bardziej pesymistycznie niż w 3q20 ocenili perspektywę, w tym bieżącą ilość sprzedawanych towarów.

Wykres 6. Zmiana przychodów i kosztów ogółem vs zmiana realnego przeciętnego wynagrodzenia brutto w sektorze przedsiębiorstw

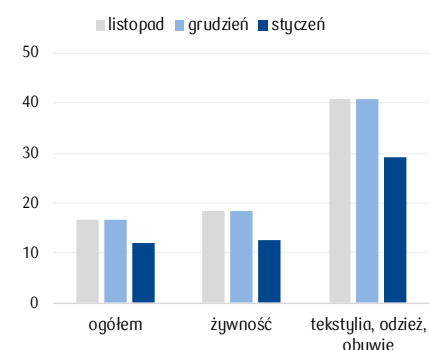


Źródło: GUS, PKO Bank Polski

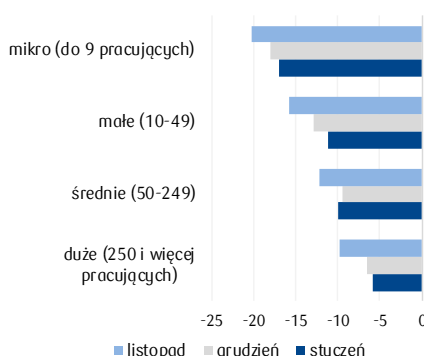
Realne wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw w 4q20 wzrosły o 2,6% r/r (vs 1,4% r/r w 3q20), niemniej utrzymujące się obawy o poziom bezrobocia pozostawały czynnikiem ograniczającym wydatki konsumentów w sklepach. Równocześnie wzrost oszczędności jest przesłanką zwiększenia konsumpcji po zniesieniu ograniczeń pandemicznych. Oszczędności w dużej mierze mogą trafić do sektora usług (m.in. hotele, turystyka) oraz handlu.

Wykresy 7. Konsekwencje pandemii COVID-19 dla działalności firm prowadzących handel detaliczny

Firmy o zagrożonej stabilności na skutek pandemii (% ankietowanych ogółem)



Spadek (%) zamówień składanych przez klientów w ocenie ankietowanych firm



Źródło: GUS, PKO Bank Polski

Według badania koniunktury GUS w styczniu 2021 spadł udział przedsiębiorców sygnalizujących zagrożenie stabilności firmy na skutek pandemii (11,9% vs 16,6% w grudniu 2020). 48,5% sklepów spożywczych określiło skutki COVID-19 jako nieznaczne, 33% jako poważne, 12,6% jako zagrażające stabilności firmy. W przypadku sklepów tekstylnodzieżowych i obuwniczych udziały przedstawiały się następująco: 3,6% - nieznaczne, 67,1% - poważne, 29,3% - zagrażające stabilności firmy.

W styczniu nastąpiła poprawa względem grudnia ocen przedsiębiorców odnośnie wielkości zamówień składanych przez klientów. Zmniejszenie zamówień jest najbardziej dotkliwe dla mikroprzedsiębiorców.

Aneks: Skład indeksu giełdowego branży oraz benchmark zagraniczny

Indeks branży	Indeks krajowy (GPW)	Benchmark zagraniczny
Handel detaliczny	7 spółek: dobór spółek pod kątem reprezentowania różnych segmentów handlu detalicznego AmRest Holdings SE, CCC SA, Eurocash, Dino, Intersport Polska SA, LPP SA, VRG SA	H&M - szwedzka firma odzieżowa, z siedzibą w Sztokholmie; H&M prowadzi ponad 5 tys. sklepów, zatrudnia 126 tys. osób, przychody roczne na poziomie 24,8 mld USD, zysk 1,5 mld USD (2019). Tesco - największa brytyjska sieć hipermarketów i supermarketów z rocznymi przychodami 84,2 mld USD i zyskiem 1,7 mld USD. Wal-Mart Stores - amerykańska sieć supermarketów, największy na świecie sprzedawca detaliczny z rocznymi przychodami w 2019 w wysokości 548,7 mld USD i zyskiem netto 19,7 mld USD. W 11700 sklepach w 28 krajach zatrudnionych jest 2,2 mln osób.

Departament Analiz Ekonomicznych

PKO Bank Polski SA
ul. Puławska 15, 02-515 Warszawa
t: 22 521 80 84
email: DAE@pkobp.pl

Główny Ekonomista, Dyrektor Departamentu

Piotr Bujak	piotr.bujak@pkobp.pl	22 521 80 84
-------------	--	--------------

Zespół Analiz Sektorowych

	analizy.sektorowe@pkobp.pl	22 521 81 23
Michał Koleśnikow	michal.kolesnikow@pkobp.pl	22 521 81 23
Aleksandra Balkiewicz-Żerek	aleksandra.balkiewicz-zerek@pkobp.pl	22 521 56 59
dr Mariusz Dziwulski	mariusz.dziwulski@pkobp.pl	22 521 81 88
Piotr Krzysztofik	piotr.krzysztofik@pkobp.pl	22 521 81 25
Filip Romanowski	filip.romanowski@pkobp.pl	22 521 87 39
Anna Senderowicz	anna.senderowicz@pkobp.pl	22 521 81 24
Karolina Sędzimir	karolina.sedzimir@pkobp.pl	22 521 81 28

Zespół Analiz Nieruchomości

	analizy.nieruchomosci@pkobp.pl	22 521 51 80
Wojciech Matysiak	wojciech.matysiak@pkobp.pl	22 521 51 80
dr Agnieszka Grabowiecka-Łaszek	agnieszka.grabowiecka-laszek@pkobp.pl	22 521 81 22
Aleksandra Majek	aleksandra.majek@pkobp.pl	22 521 80 84
Marcin Morawiecki	marcin.morawiecki@pkobp.pl	22 521 72 24
Katarzyna Piętka-Kosińska	katarzyna.pietka-kosinska@pkobp.pl	22 521 65 15

Zespół Analiz Makroekonomicznych

	analizy.makro@pkobp.pl	22 521 67 97
--	--	--------------

Materiał zatwierdził: Michał Koleśnikow

Informacje i zastrzeżenia:

Niniejszy materiał („Materiał”) ma charakter wyłącznie informacyjny oraz nie stanowi oferty w rozumieniu ustawy - Kodeks cywilny, ani rekomendacji do zawarcia transakcji kupna, sprzedaży lub innego rodzaju przeniesienia któregośkolwiek instrumentu finansowego. Bank dołożył wszelkich racjonalnych i niezbędnych starań, aby informacje zamieszczone w Materiale były rzetelne oraz oparte na wiarygodnych źródłach.

Informacje zawarte w Materiale nie mogą być traktowane jako propozycja nabycia którychkolwiek instrumentów finansowych, usługa doradztwa inwestycyjnego lub podatkowego ani jako forma świadczenia pomocy prawnej. Prognozy oraz dane zawarte w Materiale nie stanowią zapewnienia uzyskania określonych wyników jakichkolwiek transakcji finansowych ani przyszłych cen którychkolwiek instrumentów finansowych.

Materiał nie stanowi badania inwestycyjnego ani publikacji handlowej w rozumieniu Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2017/565 z dnia 25 kwietnia 2016 r. uzupełniającego dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE w odniesieniu do wymogów organizacyjnych i warunków prowadzenia działalności przez firmy inwestycyjne oraz pojęć zdefiniowanych na potrzeby tej dyrektywy.

Bank i jego spółki (podmioty) zależne oraz pracownicy tych podmiotów mogą być zainteresowani zawarciem lub być stroną transakcji finansowych, w tym zawartych na instrumentach finansowych, których wynik jest uzależniony od czynników (danych i informacji) wymienionych w Materiałach.