

## Dział Analiz Makroekonomicznych

**Agata Filipowicz-Rybicka**  
Główny Ekonomista  
Dyrektor Działu Analiz  
Makroekonomicznych  
agata.filipowicz-rybicka@alior.pl

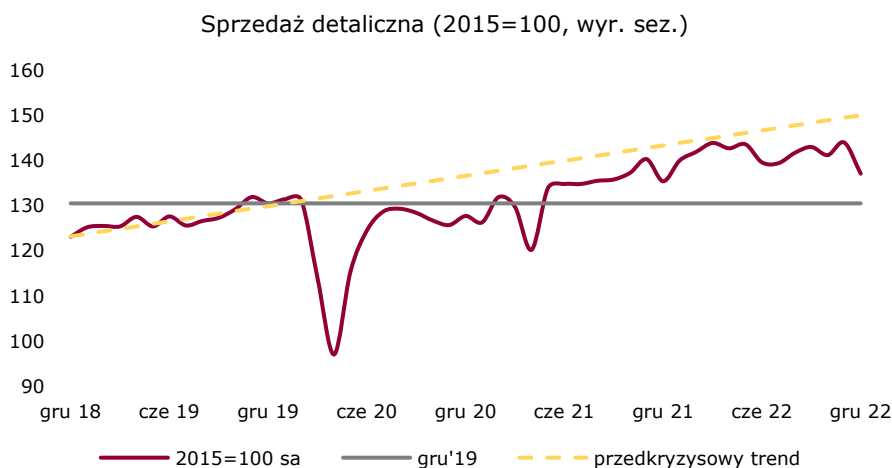
**Marta Skrzypczyńska**  
Ekspert ds. analiz danych  
ekonomicznych  
marta.skrzypczyńska@alior.pl

**Jakub Szczepaniec**  
Ekspert ds. analiz danych  
ekonomicznych  
jakub.szczepaniec@alior.pl

**Alior Bank S. A.**  
ul. Łopuszańska 38D  
02-232 Warszawa

## Sprzedaż detaliczna – mocne hamowanie

**Grudniowe dane o sprzedaży detalicznej pokazały obraz słabnącego potencjału krajowego konsumenta.** Dynamika sprzedaży detalicznej w cenach stałych mocno w grudniu osłabła – do 0,2% r/r wobec 1,6% r/r w listopadzie oraz 8,0% r/r w grudniu 2021. Grudniowy odczyt był jednocześnie dużo niższy od oczekiwań rynkowych na poziomie 1,4% r/r. W ujęciu m/m po wyrównaniu sezonowym spadek sprzedaży pogłębił się do -4,8% wobec -0,3 m/m w listopadzie. W całym 2022 r. dynamika sprzedaży wyhamowała do 5,0% r/r wobec 8,1% r/r w 2021 r. Jeszcze do marca 2022 poziom sprzedaży miał szansę „dogonić” przedpandemiczny trend, jednakże od kwietnia ta szansa malała i na koniec grudnia sprzedaż „cofnęła się” do poziomu z października 2021. Jednocześnie styczniowe badania koniunktury konsumenckiej z br. pokazują, że nastroje gospodarstw domowych są nadal słabe, choć poprawiły się trzeci miesiąc z rzędu. Oceny są lepsze we wszystkich kategoriach z wyjątkiem jednej – możliwości oszczędzania pieniędzy. Fundusz wynagrodzeń w sektorze przedsiębiorstw od kilku miesięcy realnie kurczy się (patrząc na dynamikę roczną) i przewidujemy, że ta tendencja utrzyma się na przestrzeni co najmniej kilku kolejnych miesięcy. Będzie się to przekładać na osłabienie dochodu rozporządzalnego gospodarstw domowych i konsumpcji gospodarstw domowych. W 1Q'23 zakładamy obniżenie się wzrostu konsumpcji indywidualnej do 0,2% r/r.



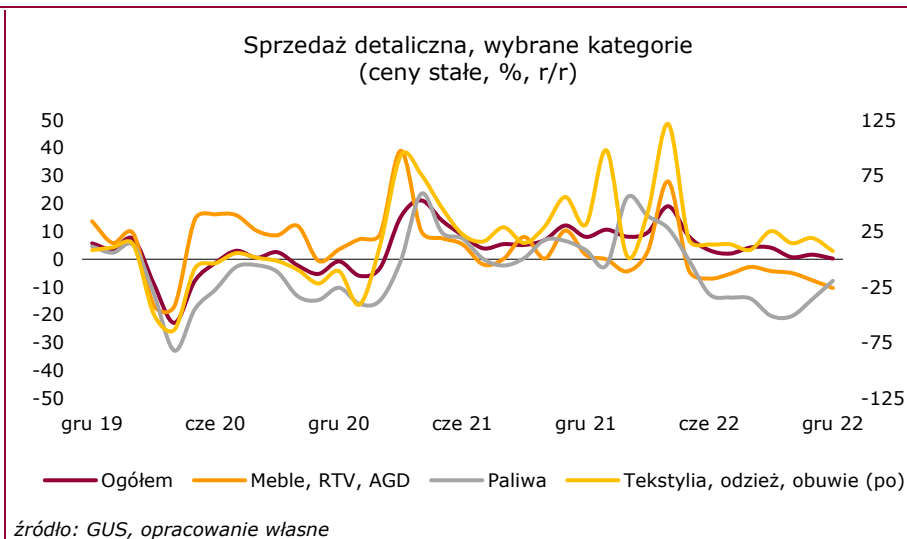
źródło: GUS, opracowanie własne

**Grudniowa struktura sprzedaży detalicznej odzwierciedla zmiany nawyków gospodarstw domowych.** W grudniu w ujęciu r/r sprzedaż detaliczna wzrosła zaledwie w 3 kategoriach: farmaceutyki i kosmetyki (7,6% r/r), tekstylia, odzież i obuwiu (7,2% r/r) oraz żywność i napoje (1,9% r/r). Największe spadki sprzedaży utrzymują się dla elektroniki i wyposażenia mieszkań (-10,4% r/r oraz paliw (-7,8% r/r), a w grudniu głęboki spadek (-8,0% r/r) odnotowano także w sprzedaży prasy, książek i w wyspecjalizowanych sklepach. W ujęciu m/m widać zakupy przedświąteczne. W stosunku do listopada najbardziej sprzedaż wzrosła dla żywności i napojów (20,1% m/m), farmaceutyków i kosmetyków (18,7% m/m) oraz prasy, książek i pozostałej sprzedaży w wyspecjalizowanych sklepach (30,7% m/m). Struktura danych jednakże sugeruje, że wyczerpuje się m.in. potencjał w obszarze modowym, mocnym na przestrzeni ostatnich miesięcy. Tu negatywne znaczenie mogło mieć złagodzenie warunków pogodowych. W obszarze dóbr użytkowych z zakresu elektroniki i wyposażenia mieszkań pogłębia się dekoniunktura wywołana m.in. słabością rynku nieruchomości. Tegoroczne zakupy żywnościowe na święta również nie były wybujałe, zaledwie o 1,9% r/r wyższe w cenach stałych. Coraz mniej wydatków idzie także na zakupy związane z czasem wolnym (prasa, książki, sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach).

**Grudniowe dane o sprzedaży detalicznej w Internecie potwierdzają znaczne wyhamowanie sprzedaży po „wyprzedazowym” listopadzie.** Sprzedaż przez Internet w cenach bieżących w grudniu obniżyła się o blisko 10% m/m wobec wzrostu w listopadzie o 25,2%, a sam udział sprzedaży przez Internet w sprzedaży „ogółem” obniżył się o 2,4 p.p., powracając do poziomu z października 9,5%. Zdecydowanie widać wpływ listopadowych wyprzedazów i wcześniejszych zakupów świątecznych. W grudniu wzrost sprzedaży przez Internet miał miejsce tylko w jednej kategorii – „prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach”, o 15,5% m/m, podczas gdy w pozostałych kategoriach sprzedaż spadła m/m. W porównaniu z listopadem, w grudniu najbardziej i znacząco w sprzedaży przez Internet obniżył się udział w kategorii „tekstylia, odzież, obuwiu” (zmiana o 7,5 p.p) oraz „inne” (spadek o 4,7 p.p.).

# Raport Specjalny

poniedziałek, 23 stycznia 2023



# Raport Specjalny

poniedziałek, 23 stycznia 2023



Powyższy materiał (dalej Materiał) został przygotowany przez Dział Analiz Makroekonomicznych Alior Bank SA. Właścicielem Materiału jest Alior Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie. Powielanie bądź publikowanie Materiału lub jego części bez pisemnej zgody Alior Bank S.A. jest zabronione.

Materiał ma charakter informacyjny, w szczególności nie stanowi: rekomendacji inwestycyjnej w rozumieniu Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) NR 596/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie nadużyć na rynku (rozporządzenie w sprawie nadużyć na rynku) oraz uchylające dyrektywę 2003/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady i dyrektywy Komisji 2003/124/WE, 2003/125/WE i 2004/72/WE, rekomendacji udzielonej w związku ze świadczeniem usługi doradztwa inwestycyjnego (usługa doradztwa inwestycyjnego jest świadczona na podstawie odrębnej umowy o doradztwo inwestycyjne), porady inwestycyjnej o charakterze ogólnym, badania inwestycyjnego, jak również nie może być traktowany jako usługa doradztwa podatkowego bądź prawnego.

Alior Bank S.A. podjął starania aby Materiał został sporządzony w sposób rzetelny, z zachowaniem zasad metodologicznej poprawności oraz z należytą starannością.

Materiał wyraża wiedzę oraz poglądy autorów według stanu na dzień sporządzenia. Alior Bank S.A. nie zobowiązuje się do aktualizacji Materiału po dniu publikacji. Materiał został sporządzony na podstawie ogólnodostępnych informacji, uznanych przez Dział Analiz Makroekonomicznych za wiarygodne, przy czym Alior Bank S.A. ani sporządzający Materiał pracownicy nie ponoszą odpowiedzialności za rzetelność oraz prawdziwość materiałów źródłowych sporządzonych przez podmioty trzecie, a wykorzystanych do opracowania Materiału.

Materiał może zawierać prognozy co do zdarzeń przyszłych, które są niepewne oraz są obciążone ryzykiem błędu.

Podjmując decyzje inwestycyjne Klient powinien kierować się własną, niezależną oceną. Klient ponosi pełną odpowiedzialność za skutki swoich decyzji inwestycyjnych.

Źródłem danych są m.in. GUS, NBP, PAP, Refinitiv, Bloomberg, GPW, prasa finansowa i internetowe serwisy finansowo-ekonomiczne.