

Dział Analiz Makroekonomicznych

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

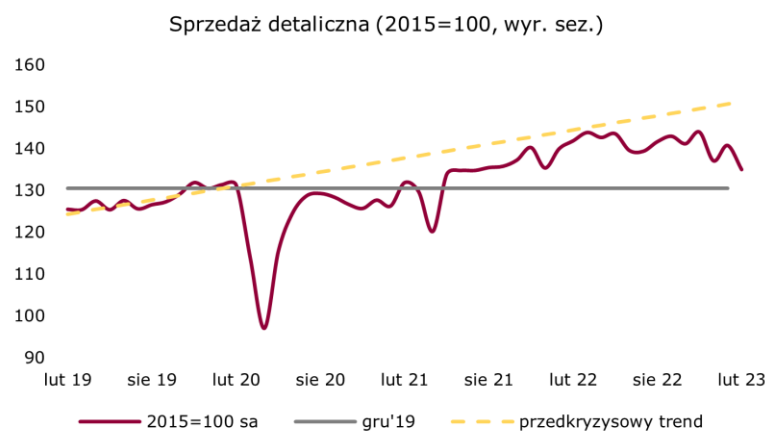
Marta Skrzypczyńska
Ekspert ds. analiz danych
ekonomicznych
marta.skrzypczyńska@alior.pl

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

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

Sprzedaż detaliczna bardziej "pod kreską"

Dynamika sprzedaży detalicznej w lutym w ujęciu r/r była po raz drugi od blisko dwóch lat ujemna. Spadek sprzedaży detalicznej w cenach stałych pogłębił się w lutym do -5,0% r/r, po spadku o 0,3% r/r w styczniu. Ten odczyt był jednocześnie dużo niższy od naszych i rynkowych oczekiwań. Po wyrównaniu sezonowym sprzedaż w lutym '23 skurczyła się o 4,1% m/m po wzroście o 2,7% m/m w styczniu. Dane z początku roku wskazują na pogłębianie się kryzysu w sprzedaży – trend spadkowy ma miejsce od 2Q'22. Ten obraz pokrywa się z badaniami koniunktury konsumenckiej GUS. W lutym, pomimo lekkiej ponownej poprawy, nastroje gospodarstw domowych pozostawały słabe. Dodatkowo najbardziej pogorszyły się możliwości dokonywania ważnych zakupów. Na podstawie wczorajszych danych GUS o zatrudnieniu i wynagrodzeniach można wnioskować, że fundusz wynagrodzeń realnie w dalszym ciągu się kurczy (roczna dynamika), co odzwierciedlają bieżące dane o sprzedaży. Napięte budżety gospodarstw domowych skutkują ograniczeniem konsumpcji, co zapewne zobaczymy w słabszym wyniku PKB w 1Q'23.



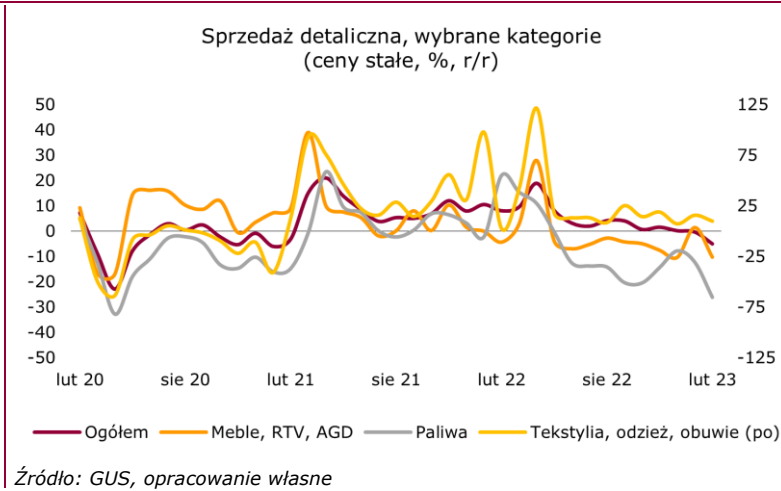
Źródło: GUS, opracowanie własne

Konsumenci w Polsce ograniczają zakupy podstawowych dóbr, jednocześnie niechętnie rezygnują z „drobnych luksusów”. W lutym w ujęciu r/r sprzedaż detaliczna wzrosła tylko w 3 kategoriach: tekstylia, odzież i obuwiu (9,9% r/r), farmaceutyki i kosmetyki (2,7% r/r) oraz pojazdy samochodowe, motocykle, części (7,5%). Tak silny wzrost i to w dodatku po raz pierwszy od ok. 1,5 roku w tej ostatniej kategorii zaskakuje. Ale w dużej mierze można go tłumaczyć efektami niskiej bazy – w lutym ub. roku dynamika wyniosła -20% r/r. Po raz drugi z rzędu od ok. 1,5 roku spadła sprzedaż żywności i napojów. Największe spadki sprzedaży r/r w lutym wystąpiły dla paliw (-26,2% r/r), mebli, rtv i agd (-10,3% r/r) oraz w sprzedaży prasy, książek i w wyspecjalizowanych sklepach (-8,9% r/r). W strukturze danych za luty widać wzrost skłonności do oszczędzania na wydatkach związanych z hobby/czasem wolnym, obniżenie popytu na dobra trwałe, a także podstawowe dobra jak żywność. Utrzymujący się znaczny wzrost sprzedaży odzieży i obuwiu jest być może powiązany z „efektem szminki”. W okresach gorszej koniunktury gospodarczej konsumenci mają tendencje do poprawy nastroju zakupami tańszymi, łatwiej dostępnymi niż droższe „dobra luksusowe”. W grę mogą też wchodzić dodatkowe zakupy przez/naręcznością obywateli Ukrainy. Tym niemniej w tym obszarze też można zauważyć pogorszenie momentum w lutym.

Dane o sprzedaży detalicznej w Internecie w lutym odzwierciedlają „nastrojowość” konsumentów. Sprzedaż przez Internet w cenach bieżących nieco w lutym wzrosła, o 1,7% m/m po dwóch miesiącach głębokich spadków w grudniu '22 oraz styczniu '23. Rok wcześniej, w lutym '22, sprzedaż przez Internet była niższa o 8,9% m/m. Udział sprzedaży przez Internet w sprzedaży „ogółem” podwyższył się w lutym o 0,4 p.p., do 8,7%. Trzeci miesiąc z rzędu widać spadek zainteresowania dobrami trwałego użytku jak meble, sprzęt rtv i agd. W stosunku do stycznia nieco wzrósł w lutym udział zakupów powiązanych z hobby/czasem wolnym (prasa, książki, wyspecjalizowane sklepy). Zaskakuje wzrost udziału sprzedaży odzieży i obuwiu w lutym. Styczeń był miesiącem zimowych wyprzedaży. Być może takie zjawisko powiązane jest z wyżej wspomnianym „efektem szminki”.

Raport Specjalny

wtorek, 21 marca 2023



Raport Specjalny

wtorek, 21 marca 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.