

## ANALIZA

W najbliższych miesiącach mogą **zdrożeć dobra trwałego użytku** – meble, sprzęt RTV i AGD, samochody. Więcej zapłacimy także za zagraniczne wycieczki. To wina wysokich cen surowców i słabego złotego

# Trudne czasy dla handlu i dla klientów. Towary będą droższe, a kupujących mniej

Beata Tomaszewicz  
Patrycja Otto  
dgp@infopl

Nadchodzą cięższe czasy zarówno dla konsumentów, jak i handlowców. Złoty jest słaby, drożeją surowce, paliwa i energia. Jednak wytwórcy tylko częściowo przeliczają koszty na kupujących. Częściej obniżają marżę. A to przekłada się na wyniki firm.

Przedsiębiorcy, z którymi rozmawiali „DGP”, twierdzą, że wyższe koszty produkcji widać w cenach wyrobów, gdy na półki sklepowe trafiają nowe modele i kolekcje. To oznacza, że jesienne i zimowe ubrania, nowe modele sprzętu elektronicznego i gospodarstwa domowego czy samochodów będą droższe.

## Popyt spadnie

Jak mówi Katarzyna Harz, ekonomistka PKO BP, inflacja we wrześniu wyniosła, licząc rok do roku, 3,9 proc. Ale w tym czasie ceny paliwa do środków transportu wzrosły aż o 12,9 proc., koszty użytkowania mieszkani, w tym głównie nośniki energii (elektryczność, gaz, olej opałowy) o 7,9 proc. Wciąż drożeje też żywność – o 3,3 proc. A dla rodzin wyższe wymiennie pozycje to koszty stałe. Jeśli one rosną, ludzie szukają oszczędności. Zmniejszają wydatki na dobra trwałego użytku i kupują tańsze produkty.

Negatywny wpływ na decyzje o zakupach będzie miała sytuacja na rynku pracy. Bezrobocie od lipca utrzymuje się na poziomie 11,8 proc. Dynamika zatrudnienia maleje. – W kolejnych miesiącach możemy się spodziewać wzrostu bezrobocia, które będzie efektem wolniejszego wzrostu produkcji w przedsiębiorstwach. To przełoży się na wynagrodzenia. O podwyżki raczej będzie trudno – mówi Wojciech Matysiak, ekonomista Pekao SA. Dodaje, że z powodu słabego złotego gospodarstwom domowym rosną koszty obsługi zadłużenia kredytów w walutach, a wysokie stopy procentowe powodują, że także raty kredytów złotych są wysokie.

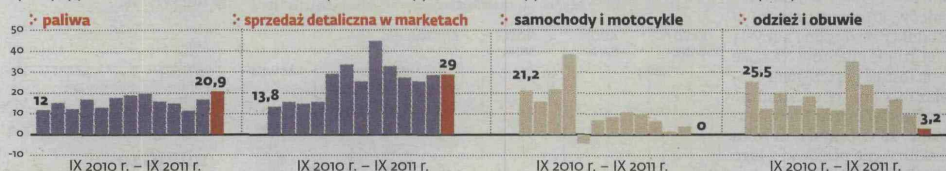
Wszystko to razem wzięte wpłynie na spadek skłonności do konsumpcji. Matysiak twierdzi, że sprzedaż detaliczna, która jeszcze we wrześniu trzymała się bardzo dobrze, bo wzrosła rok do roku o 11,4 proc., do końca roku wyhamuje do 6 – 6,5 proc. Ernest Pytlarczyk, ekonomista BRE, wróży jeszcze większe spowolnienie sprzedaży – do 5 proc. na koniec roku.

## Droższe meble, telewizory, auta

Problemy odczuli producenci i importerzy samochodów. Chociaż sprzedaż detaliczna

## Producenci nie przenoszą swoich kosztów na klientów, bo ci i tak z powodu inflacji uciekają z zakupami do tańszych hipermarketów

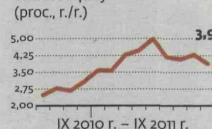
Spadł popyt na auta, odzież i obuwie, wzrósł na paliwa i zakupy w marketach (sprzedaż detaliczna, zmiana r./r. w proc.)



Produkcja przemysłowa trzyma się mocno (proc., r./r.)



Wzrost inflacji (proc., r./r.)



Źródło: Główny Urząd Statystyczny RM

ogółem rośnie, to sprzedaż aut we wrześniu w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku nie drgnęła. W dodatku to właśnie w tej branży, po producentach koksu i produktów z ropy naftowej, najbardziej rosły koszty wytwórstwa – o 2,6 proc. w porównaniu z sierpniem. To efekt słabego złotego, który wpływa na wzrost cen części i komponentów z importu.

Niebawem branża stanie więc przed dylematem – jak

## Wzrosnie bezrobocie, więc o podwyżkach trzeba zapomnieć

podnieść ceny samochodów przy słabnącym popycie. O inne rozwiązanie – obniżenie marży – trudno. – Marża dilerów czy importerów to ok. 10 proc. wartości auta, a więc niedużo – mówi Jakub Faryś, prezes Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego. Przynajmniej, że nowe modele, które wejdą na rynek, mogą być droższe o 4 – 5 proc.

Na ceny w branży mają też wpływ katastrofy. Tsunami i trzęsienie ziemi w Japonii spowodowały zniszczenia i przestoje w tamtejszych fabrykach. Spadek podaży spowodował wzrost cen. Później wsparł go jeszcze jen, który umocnił się do euro, gdy do europejskiej waluty słabił złoty. A ponieważ transakcje w sektorze motoryzacyjnym rozliczane są w euro, to dodatkowo wpłynęło na ceny aut w Polsce.

Przed takim samym dylematem – podnieść ceny czy obniżyć marżę – stoi branża RTV/AGD, która po sierpniowym zastojem w wrześniu nieoczekiwanie miała 5,8 proc. wzrost sprzedaży. Tymczasem od produkcji np. telewizorów aż 95 proc. części sprowadzanych jest z zagranicy.

– Dlatego słaby złoty to dla nas szczególny problem – przyznaje Cezary Murynowicz, menedżer z Sharp Electronics. – Jak na razie wyższe ceny zakupu części nie mają wpływu na ostateczną cenę gotowego produktu, bo mogłyby zablokować popyt. Obawiamy się, że klient nie zaakceptowałby podwyżki. Nie jest jednak wykluczone, że nowe modele telewizorów, które wejdą na rynek na przełomie roku, będą droższe, ale najwyżej do 10 proc. – dodaje.

Z wyższymi cenami muszą się także liczyć klienci planujący zakup mebli. – Już w tym miesiącu zdecydowaliśmy się na podniesienie cen wyrobów gotowych. Podwyżki były różne w zależności od asortymentu. Najwyższa wyniosła 5 proc. – mówi Andrzej Marek, prezes Klera. Podniósł ceny, bo więcej go kosztuje eksportowana skóra. Wzrosły też koszty wytworzenia pianki czy waty, do których produkcji używa się ropy.

## Droższe wakacje za granicą

Branża turystyczna niechętnie mówi o podwyżkach. – Ceny sprzedawanych obecnie ofert turystycznych, zarówno tych zimowych, jak i słonecznych w Egipcie czy na Wyspach Kanaryjskich pozostają na poziomie zbliżonym do ubiegłego roku, bo wyjazdy były kontraktowane przy niższych kursach – mówi Iwona Sokołowska, dyrektor pionu sprzedaży w portalach Wakacje.pl i EasyGo.pl. – Różnice są raczej kosmetyczne i sięgają najwyżej kilku procent – dodaje.

Ale kilka procent – np. 5 – w przypadku wycieczki za 4 tys. zł oznacza podwyżkę o 200 zł. – Rosnące kursy walut nie muszą, ale mogą mieć wpływ na ewentualne podwyżki paliwowe i wydatki na miejscu wypoczynku, na wycieczki, restauracje, skipas-

sy czy rozliczenia transakcji kartami – zaznacza Iwona Sokołowska.

## Odzież nie musi drożeć

Po bardzo dobrym lipcu i sierpniu, kiedy branża odzieżowa i obuwnicza miały odpowiednio 17,1 i 9,6 proc. wzrostu sprzedaży, wrzesień okazał się słaby – tylko 3,2 proc. I to mimo że ubrania tanieją (w porównaniu z wrześniem ubiegłego roku o 2,9 proc.). Z powodu słabnącego popytu branża, która również jest narażona na zmiany kursowe i wzrosty cen surowców – bawełny, gumy, kauczuku, ropy itd. – unika podwyżek.

– Nasze koszty importu rosną od kilku kwartałów. Do najważniejszych powodów należą wzrost kosztów płac na Dalekim Wschodzie, rosnące ceny surowców, aprecjacja juana wobec dolara czy też ostatnio osłabiający się złoty – przyznaje

Piotr Nowjalis, wiceprezes zarządu NG2. – Mam wiele sposobów, by utrzymać swoje marże na dotychczasowych, wysokich poziomach, a jednocześnie nie podwyższać cen detalicznych. Na przykład rosnąca skala współpracy z chińskimi producentami pozwala nam negocjować atrakcyjne rabaty i upusty. Pewną część kontraktów płacimy również w formie przedpłaty i zaliczek, co dla naszych kontrahentów jest atrakcyjną formą finansowania, a nam umożliwia zabezpieczenie poziomów cen przed wahaniami na dłuższy okres – wyjaśnia Nowjalis. W tym półroczu dla kolekcji z sezonu jesień/zima nie spodziewa się podwyżek, podobnie jak dla kolejnej na wiosnę/lato 2012.

Inni producenci odzieży także twierdzą, że jeśli popyt będzie słaby, to zejść z marży. A mają z czego, bo w tym

## rozmowa



TOMASZ STARUS

główny analityk i dyrektor biura oceny ryzyka w Euler Hermes

## Które branże odczują wzrost inflacji, spadek wartości złotego i wysokie ceny surowców?

Wysokie ceny surowców odczuwają wszystkie przedsiębiorstwa. W mniejszym stopniu te cieszące się znaczącą, czy wręcz quasi-monopolistyczną pozycją na rynku (np. wytwórcy paliw i energii), gdyż mogą one przełożyć większość, jeśli nie cały wzrost cen, na odbiorców. Dostarcyciele towarów i usług konsumpcyjnych mają gorzej, bo z jednej strony odczuwają boleśnie wzrost cen surowców, z drugiej zaś – ich odbiorcy dysponują malejącą realną siłą nabywczą, są zatem zmuszeni oszczędniej kupować. Co więcej – presja na jak najniższą cenę powoduje wzrost zainteresowania tańszymi towarami sprzedawanymi pod markami własnymi sieci handlowych. Tracą na tym producenci mali i średniej wielkości, którzy nie są w stanie do-

sektorze sięgają one nawet kilkuset procent.

W trudniejszej sytuacji są producenci żywności. Ich marże sięgają 3 – 5 proc. Nie bardzo jest z czego schodzić. Dlatego ceny, choć wolniej niż średnia inflacja, to nadal idą w górę. W dodatku wzrosty często są nieprzewidywalne, bo koszty produkcji zależą od zmiennych czynników, jak na przykład urodzaj.

– W branży spożywczej mamy do zcywienia z ogromną presją cenową nie tylko ze strony konsumentów, lecz także dystrybutorów żywności. Oni coraz mocniej walczą o udziały na warty ponad 220 mld zł rynku detalicznym – tłumaczy Andrzej Gantner, dyrektor generalny Polskiej Federacji Producentów Żywności. – Na szczęście w związku z ustabilizowaniem się sytuacji na rynku surowców, w tym zwłaszcza w segmencie cukru, kakao czy zboża, podwyżki cen do końca roku nie powinny przekroczyć 1,5 proc. – dodaje.

Producenci będą ratować się eksportem, który w związku ze słabym złotym kwitnie, bo polskie produkty stały się atrakcyjne cenowo na zagranicznych rynkach.

Jednak z eksportu nie uda się pokryć całego niedoboru z niższego zarobku w kraju. Udział eksportu w całości sprzedaży sięga obecnie około 30 proc. Dlatego w branży rosną zatory płatnicze. Jak wynika z programu monitorowania przeterminowanych płatności D&B Poland Bismode Group – DunTrade średnie zadłużenie na jedną firmę wynosi 77 tys. zł. W konsekwencji firmy z sektora spożywczego czekają upadłości. Chyba że zakończą wojnę cenową. Ale wtedy żywność zdrożeje.

stosować cen do wymagań sieci handlowych, a trudno im zrezygnować z obecności w placówkach handlu nowoczesnego.

## A jak sytuacja wygląda w innych branżach?

Rosnące wydatki, w tym mieszkaniowe, skłaniają konsumentów do rezygnacji z zakupu towarów i usług, które nie są niezbędne do życia. Cierpią producenci, sprzedawcy odzieży i obuwia, a także dostawcy artykułów gospodarstwa domowego i elektroniki użytkowej. Ci ostatni odczuwają również spadek popytu spowodowany słabą koniunkturą na rynku mieszkaniowym, będącą konsekwencją zaostrzenia kryteriów przyznawania kredytów hipotecyjnych.

Jakie to może mieć dla nich konsekwencje? Przedsiębiorstwa w słabej kondycji, o niskiej rentowności, zadłużone, będą ograniczać skalę działalności, a część z nich upadnie. Inni będą musieli się pogodzić z utratą części marży, by pozostać w biznesie. Jeszcze inni, ci o silnej pozycji przetargowej, oferujący towary bądź usługi, dla których trudno znaleźć alternatywę, będą podnosić ceny.