

21.12 Sprzedaż detaliczna w listopadzie 2022 roku

Główny Urząd Statystyczny zaprezentował informacje o handlu detalicznym w listopadzie br. Sprzedaż w ujęciu nominalnym okazała się o 0,3% wyższa niż w październiku (wtedy sprzedaż m/m wzrosła o 2,3%) i o 18,4% wyższa niż przed rokiem (w październiku roczna dynamika sprzedaży w cenach bieżących wynosiła 18,3%). W okresie I-XI br. sprzedaż w ujęciu nominalnym wzrosła o 20,3% r/r.

Statystyki sprzedaży detalicznej sporządzane w ujęciu cen stałych pokazują spadek sprzedaży o 0,3% w ujęciu miesięcznym i wzrost o 1,6% w stosunku do listopada 2021 roku.

Dane okazały się wyższe od oczekiwań rynkowych i prognoz KIG. W listopadzie często występującym zjawiskiem jest korekta wyników sprzedaży w stosunku do października.

Ogólny wzrost sprzedaży detalicznej (w cenach bieżących) w ujęciu miesięcznym udało się uzyskać dzięki lepszym wynikom w grupach: tekstylia, odzież i obuwiu (wzrost o 8,9%); prasa książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach (wzrost o 8,8%); meble, rtv i agd (wzrost o 5,7%) oraz farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny (wzrost o 3,9%). W stosunku do października br. spadła sprzedaż paliw stałych, ciekłych i gazowych (o 5,6%); pozostałych (o 4,7%); żywności, napojów i wyrobów tytoniowych (o 2,2%) oraz pojazdów samochodowych, motocykli, części (o 0,7%).

Zgodnie z danymi w ujęciu rocznym (w cenach bieżących) wzrost sprzedaży udało się osiągnąć we wszystkich analizowanych przez GUS grupach. Sprzedaż tekstyliów, odzieży i obuwiu wzrosła o 27,8%; żywności, napojów i wyrobów tytoniowych o 25,7%; paliw stałych, ciekłych i gazowych o 21,0%; farmaceutyków, kosmetyków, sprzętu ortopedycznego o 15,3%; pozostałych o 14,8%; sprzedaż w kategorii prasa, książki, pozostała sprzedaż w niewyspecjalizowanych sklepach o 9,8%; mebli, rtv i agd o 4,6% a sprzedaż pojazdów samochodowych, motocykli i części wzrosła o 2,1%.

GUS zaprezentował również miesięczne dane o sprzedaży przez Internet. W porównaniu z październikiem sprzedaż w cenach bieżących wzrosła we wszystkich analizowanych grupach – ogółem o 25,2%. Wpływ na ten wynik miały wzrosty sprzedaży w takich grupach jak m.in.: żywność, napoje i wyroby tytoniowe (o 37,1%); meble, rtv i agd (o 34,1%); prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach (o 31,7%), odzież i obuwiu (o 30,3%).

Można zakładać, że wysoka dynamika sprzedaży internetowej w listopadzie wynika z przygotowań do okresu świątecznego, gdy wiele zakupów przez internet dokonywanych jest wcześniej niż w sklepach stacjonarnych.

Z szacunków KIG (GUS podaje tylko dane miesięczne) wynika, że w ujęciu rocznym sprzedaż internetowa ogółem w listopadzie wzrosła o około 24%. Największy wzrost sprzedaży w stosunku do listopada ub. r. zanotowała sprzedaż pojazdów samochodowych, motocykli i części (o 76,1%) oraz pozostałych (o 68,0%)

W listopadzie br. handel internetowy stanowił 11,9% ogółu sprzedaży detalicznej. Miesiąc wcześniej udział ten wynosił 9,5%. Największy udział sprzedaży internetowej w całości sprzedaży detalicznej danego produktu w listopadzie br. miały takie kategorie jak: prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach (udział 31,5%); tekstylia, odzież, obuwiu (27,2%); meble, rtv, agd (21,1%).