



Informacja prasowa

Warszawa, 23 stycznia 2016 r.

Sprzedaż rośnie, wyzwania również

Handel z dużą uwagą przygląda się danym o sprzedaży detalicznej. Dla sieci handlowych, dystrybutorów, sprzedawców towarów i usług, to jedne z tych informacji, które decydują o ich stanie obecnym, a także o perspektywach na przyszłość.

Biorąc pod uwagę najnowsze dane GUS, handel ma powody do zadowolenia. W porównaniu z listopadem, w grudniu 2016 r. zanotowano wzrost sprzedaży detalicznej o 20,6 proc., a w okresie styczeń - grudzień zwiększyła się ona w skali roku o 5,7 proc. Dane są bardzo dobre, przewyższające oczekiwania ekonomistów.

Polish National Sales Awards (PNsA), organizacja promująca dobre praktyki i standardy w sprzedaży, poprosiła o komentarz przedstawicieli firm i organizacji z nią współpracujących.

Główny Ekonomista Business Centre Club, prof. Stanisław Gomułka, potwierdza, że wyniki są jednymi z lepszych w ostatnich latach: – *Opublikowane przez GUS dane o sprzedaży detalicznej w roku 2016 wskazują na znaczącą poprawę w porównaniu z latami 2012-2015. W okresie styczeń-grudzień 2016 sprzedaż detaliczna była w cenach stałych o 5,7 proc. wyższa niż przed rokiem, wobec wzrostu o 3,7 proc. w roku 2015. Te dane dotyczą jednak tylko przedsiębiorstw handlowych i niehandlowych z liczbą pracujących powyżej dziewięciu osób. Dynamika wzrostu w tej kategorii przedsiębiorstw była od lat wyższa niż dynamika sprzedaży detalicznej ogółem, z uwagi na malejący udział w sprzedaży małych przedsiębiorstw. GUS zwraca uwagę na to, że wzrost sprzedaży był m.in. „wynikiem zmian organizacyjnych, jakie miały miejsce pod koniec 2015 roku.*

Na zamiany organizacyjne w supermarketach jako powód wzrostu sprzedaży detalicznej, wskazuje Renata Juskiewicz, Prezes Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji. Wylicza także inne powody wzrostów. – *Zdaniem POHiD są to: stosunkowo niskie bezrobocie, zakończona deflacja w Polsce, przeformatowanie sklepów, zwiększenie środków na promocję, znaczący wzrost ilości placówek sklepów średnio-powierzchniowych, spadek depozytów gospodarstw domowych i oczywiście okres świąteczny.*

Ze wzrostu sprzedaży detalicznej zadowolone są firmy związane ze sprzedażą detaliczną. **Katarzyna Rybicka, Członek Zarządu, Dyrektor ds. Strategii i Rozwoju, AMPLUS sp. z o.o., zwraca uwagę na zmianę świadomości konsumentów.** – *Bardzo cieszą nas wzrosty w kategorii żywności i napojów. Oczywistym jest fakt, że wzrost siły nabywczej prowadzi do zwiększenia konsumpcji. W sektorze żywności, szczególnie świeżych warzyw, owoców i przetwórstwa, obserwujemy pozytywny trend związany z podniesieniem świadomości znaczenia jakości i bezpieczeństwa produktów. Według ogólnodostępnych badań, ponad 49 proc. Polaków stara się unikać żywności, która zawiera sztuczne dodatki i konserwanty, a większość z nas starannie czyta etykiety i składy produktów. To sprawia, że produkty naturalne, pozbawione konserwantów zyskują coraz większą liczbę zwolenników. Najlepszym tego przykładem jest rynek soków NFC (Not From Concentrate), którego*



dynamika wzrostu jest imponująca. Coraz częściej również zdajemy sobie sprawę, że taka właśnie żywność musi kosztować więcej, więc świadomie wydajemy na nią więcej.

Prognozy dla rynku sprzedaży na 2017 r. są optymistyczne. Prof. Stanisław Gomułka: – „Nie mamy jeszcze danych o sprzedaży detalicznej ogółem w roku 2016, ale w oparciu o opublikowane informacje można oczekiwać, że spożycie indywidualne wzrosło realnie w tym roku o około 4 proc. Taki wzrost trzeba uznać za stosunkowo wysoki. W roku 2016 konsumpcja była stymulowana nie tylko programem 500+, ale przede wszystkim silnym wzrostem funduszu płac, bo na znaczny wzrost płac realnych nałożył się też znaczny wzrost zatrudnienia. W roku 2017 dalszy wzrost zatrudnienia jest jeszcze możliwy, ale w dużo wolniejszym tempie niż w ostatnich kilku latach. W roku 2018 i później trzeba oczekiwać stabilizacji lub nawet spadku zatrudnienia, w reakcji na obniżenie wieku emerytalnego. Natomiast rosnąć może tempo wzrostu płac. Generalnie tempo wzrostu sprzedaży detalicznej powinno się utrzymać w roku 2017 na poziomie zbliżonym do roku 2016.

Dobra kondycja rynku, a także pozytywne oczekiwania co do jego perspektyw, są dla firm zajmujących się sprzedażą powodem do optymizmu, ale stanowią też wyzwanie do sprostania jego oczekiwaniom. Elżbieta Pełka, Prezes Zarządu PNSA, zalicza do nich m.in. dokonujące się zmiany pokoleniowe, w tym wchodzenie na rynek pokolenia millenialsów i generacji multitasking, a także starzenie się społeczeństwa. – Wyzwaniem jest również digitalizacja procesów sprzedażowych i obsługi klienta w niektórych sektorach oraz coraz bardziej zaawansowane zmiany w procesach dystrybucji – mówi Elżbieta Pełka.

PolishNational Sales Awards jest pierwszym przedsięwzięciem w Polsce, które poprzez organizowany Konkurs PNSA promuje dobre praktyki i standardy sprzedaży. Głównym celem PNSA jest działanie na rzecz rozwoju przedsiębiorstw poprzez wspieranie działów sprzedaży przy jednoczesnym tworzeniu etosu profesjonalnego sprzedawcy. Odbývający się już po raz dziewiąty Konkurs PNSA jest przeznaczony dla wszystkich pracowników działów sprzedaży, a także dla trenerów i pracowników działu obsługi klienta.

Więcej informacji na temat konkursu PNSA oraz wszelkie aktualności znajdują się pod następującymi linkami:

<http://pnsa.pl>

<https://www.facebook.com/polishnationalsalesawards/>

<https://www.linkedin.com/grps/PNSA-Polish-National-Sales-Awards-2889114/about>

<https://twitter.com/ElzbietaPelka>

Kontakt dla mediów:
Agnieszka Nowakowska
e-mail: agnieszka.nowakowska@epcreatives.pl
kom. (+48) 600 073 558