



Związki między deklaratywnymi a rzeczywistymi przesłankami podaży i popytu w sektorze handlu detalicznego

Dr hab. Mirosław Moroz, prof. UEW
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Agenda wystąpienia

1. Charakterystyka i rola handlu detalicznego
2. Przesłanki kształtowania poziomego popytu i podaży
3. Dane deklaratywne a dane rzeczywiste
4. Metodyka badań
5. Korelacje między danymi deklaratywnymi a danymi rzeczywistymi
6. Wnioski

Handel detaliczny

Istota handlu detalicznego polega na ekwiwalentnej wymianie dóbr i usług pomiędzy sprzedawcą a nabywcą, w niewielkich ilościach, bezpośrednio nabywcy, na jego osobisty użytek.

Cechą wyróżniającą sprzedaż detaliczną (w stosunku do handlu hurtowego) jest generalnie (Kosicka-Gębska M. et al., 2009, s. 18):

- duża liczba konsumentów
- znaczna liczba transakcji
- niewielka wartość transakcji
- zapłata za kupione towary następuje natychmiast.

Handel detaliczny kreuje konsumpcję i kształtuje ceny, pełniąc podstawową funkcję w kreowaniu i zaspakajaniu potrzeb konsumentów.

Handel detaliczny przyjmuje formę stacjonarną, ruchomą albo wysyłkową.

Handel detaliczny (2)

Handel, obok produkcji i usług, jest podstawowym przedmiotem działalności komercyjnej.

Ekonomiczne znaczenie handlu detalicznego w 2021 roku (30 największych..., 2022; GUS, dlahandlu.pl 2022):

1. Udział handlu detalicznego w kreowaniu PKB wynosił 18 %.
2. Handel detaliczny wygenerował 11 proc. wpływów z podatku od osób prawnych CIT w Polsce, uwzględniając nowy podatek od dużych sieci handlowych.
3. Udział przedsiębiorstw handlowych w ogólnej liczbie przedsiębiorstw w Polsce stanowi nieco ponad 11%.
4. Omawiany sektor stanowił rezerwar miejsc pracy - szacuje się, że w handlu zatrudnionych jest 1,5 – 2 mln osób (10 - 13 proc. ogólnej liczby pracowników).

Należy zaakcentować, że handel detaliczny oferuje relatywnie cenne miejsca pracy (zatrudnienie w niepełnym wymiarze godzin, w regionach o wysokim bezrobociu czy osobom o niezbyt wysokich kwalifikacjach).

Przesłanki popytu i podaży

Czynniki wpływające na kształtowanie popytu:

- Dynamika PKB
- Nastroje konsumenckie
- Stopa inflacji
- Zmiany cen dóbr pokrewnych i komplementarnych
- Poziom wynagrodzeń (nominalnych / realnych / do dyspozycji / rozporządzalnych)
- Stopa bezrobocia
- Aktywność zawodowa
- Populacja według grup wiekowych
- Dynamika sprzedaży detalicznej (w cenach bieżących/stałych)

Przesłanki popytu i podaży (2)

Czynniki wpływające na kształtowanie podaży:

- Liczba przedsiębiorstw
- Poziom natężenia walki konkurencyjnej
- Atrakcyjność sektora (rentowność → poziom cen i poziom kosztów, inflacja)
- Cena i dostępność czynników produkcji (nakładów)
- Dostępność i poziom wykształcenia zasobów ludzkich
- Stan i faza koniunktury
- Regulacje prawne (podatki, prawo pracy, ochrona środowiska, rachunkowość, itd.) + stabilność przepisów
- Poziom innowacyjności procesowej i produktowej

Dane deklaratywne a dane rzeczywiste

Cechy danych deklaracyjnych:

- subiektywność w gromadzeniu i przetwarzaniu danych badawczych:
 - pryzmat własnych doświadczeń
 - błędy poznawcze
 - niepełne kompetencje
 - nastrój chwili/emocje
- intersubiektywność postrzegania rzeczywistości:
 - przyjęte w danej zbiorowości poglądy (bańka informacyjna)
 - poprawność (polityczna)
- aproksymacja /asymptotyczne odzwierciedlenie rzeczywistości – przybliżony ogląd

rzeczywistości

Dane deklaratywne a dane rzeczywiste (2)

Cechy danych rzeczywistych:

- są wymierne
- pochodzą od strony trzeciej (podmiotu zewnętrznego)
- mierzą zjawiska obiektywne (nauki przyrodnicze) oraz intersubiektywne (nauki społeczne)
- przyjęta jest co do zasady operacjonalizacja zjawiska pod postacią miernika o znanym i przestrzeganym algorytmie obliczeń
- mają wystandardyzowany liczbę/zakres zmiennych dla agregatu złożonego.

Metodyka badań

1. Cel badań: określenie siły związku między zmiennymi deklaratywnymi i rzeczywistymi opisującymi popyt i podaż w sektorze handlu detalicznego
2. Problem badawczy: w jakim stopniu dane deklaratywne mogą służyć predykcji danych rzeczywistych w sektorze handlu detalicznego
3. Przedmiot badań: wybrane zmienne odzwierciedlające popyt i podaż w sektorze handlu detalicznego w Polsce w latach 2019 – 2022
4. Metody badawcze: krytyczna analiza literatury oraz analiza statystyczna
5. Okres badania: listopad 2019 - grudzień 2022r.

Procedura badawcza

1. Określenie problemów metodycznych do rozwiązania / założeń badania
2. Ustalenie zmiennych opisujących determinanty popytu i podaży w handlu detalicznym
3. Klasyfikacja zmiennych na deklaratywne i rzeczywiste oraz determinanty popytowe i podażowe
4. Określenie kryteriów wyboru zmiennych do badania związku
5. Zbadanie związków korelacyjnych między powyższymi przekrojami

Problemy metodyczne

- ❑ problem nie możliwości zastosowania założenia *ceteris paribus* – gospodarka jest żywą materią, z wieloma czynnikami działającymi równocześnie.
- ❑ problem przesunięcia czasowego między stanem deklarowanym (traktowanym jako stan wyjściowy), a stanem zmiennej rzeczywistej (traktowanej jako wynik reakcji) → dla dalszych obliczeń przyjęto 1 i 2 miesiące dla dwóch par zmiennych.
- ❑ problem ze zmienną wartością pieniądza w czasie – jedna ze zmiennych (dynamika sprzedaży detalicznej) jest wrażliwa na poziom inflacji → przyjęto do obliczeń ceny stałe, porównywalne w czasie.
- ❑ problem długości szeregu czasowego – co do zasady przyjęto 36 miesięczny szereg czasowy, jako wystarczająca liczbę obserwacji dla określenia korelacji.

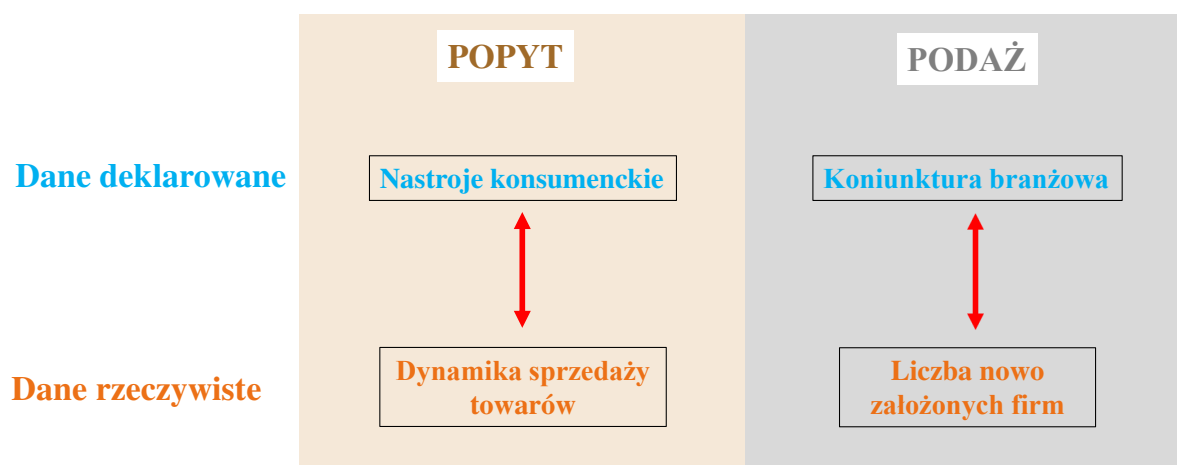
Zmienne popytowe i podażowe a dane deklaratywne i rzeczywiste

| | Dane deklaratywne | Dane rzeczywiste |
|------------------|--|--|
| Zmienne popytowe | <ul style="list-style-type: none">• Nastroje konsumenckie• Zmiany cen dóbr pokrewnych i komplementarnych | <ul style="list-style-type: none">• Dynamika PKB• Stopa inflacji• Poziom wynagrodzeń (nominalnych / realnych / do dyspozycji / rozporządzalnych)• Stopa bezrobocia• Aktywność zawodowa• Populacja według grup wiekowych• Dynamika sprzedaży detalicznej (w cenach bieżących/stałych) |
| Zmienne podażowe | <ul style="list-style-type: none">• Stan i faza koniunktury• Poziom natężenia walki konkurencyjnej• Regulacje prawne (podatki, prawo pracy, ochrona środowiska, rachunkowość, itd.) + stabilność przepisów | <ul style="list-style-type: none">• Liczba przedsiębiorstw• Atrakcyjność sektora (rentowność → poziom cen i poziom kosztów, inflacja)• Cena i dostępność czynników produkcji (nakładów)• Dostępność i poziom wykształcenia zasobów ludzkich |

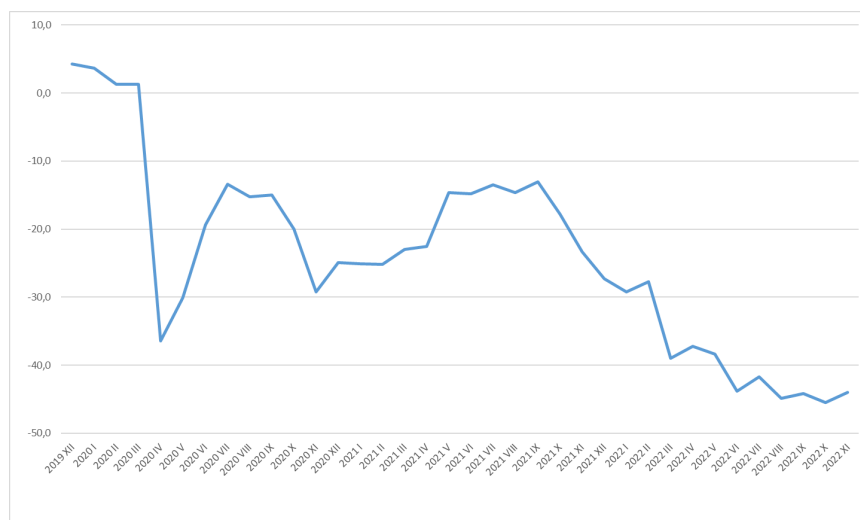
Określenie kryteriów wyboru zmiennych do badania związku

1. Zachodzi związek logiczny między daną deklaratywną a rzeczywistą
2. Zmienne są agregatami, oddającymi szeroki obraz danego zjawiska
3. Dane dostarczone są przez wiarygodną stronę trzecią (podmiot badawczy, podmiot statystyki państwowej)
4. Dane zbierane są w sposób ciągły, w układzie miesięcznym
5. Statystyczna skala pomiarowa: skala ilorazowa

Wybrane zmienne do określenia korelacji



Nastroje konsumenckie



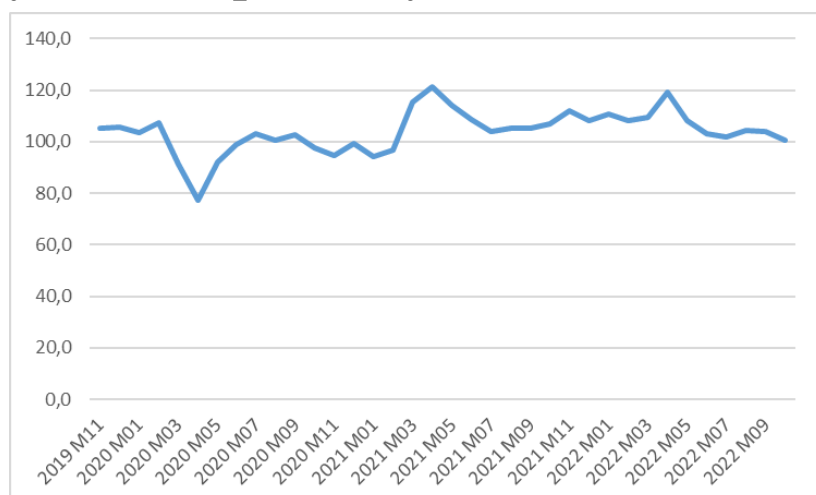
Wskaźnik ufności konsumenckiej może przyjmować wartości od -100 do +100.

Obliczany jako średnia:

- ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego,
- ocen zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju,
- ocen obecnego dokonywania ważnych zakupów.

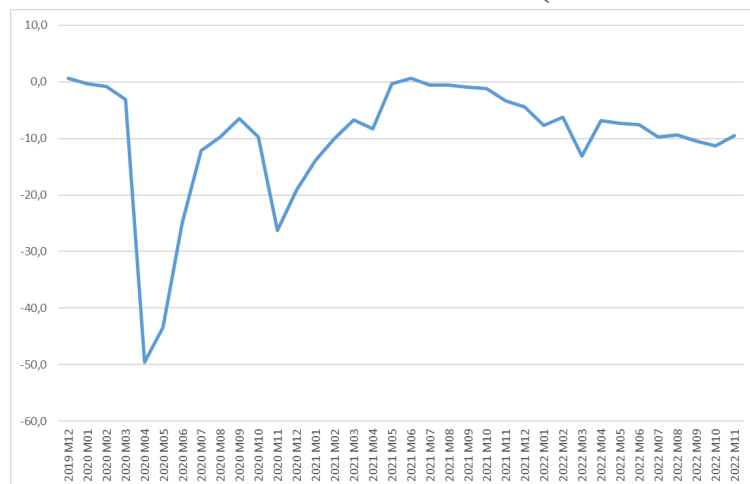
Bieżący Wskaźnik Ufności Konsumenckiej, okres: XII 2019 – XI 2022, źródło: GUS

Dynamika sprzedaży towarów



Sprzedaż detaliczna towarów dla wszystkich segmentów handlu detalicznego (ogółem), okres: XI 2019 – X 2022, sprzedaż w cenach stałych nieodsezonowana, źródło: GUS

Koniunktura branżowa (w handlu detalicznym)

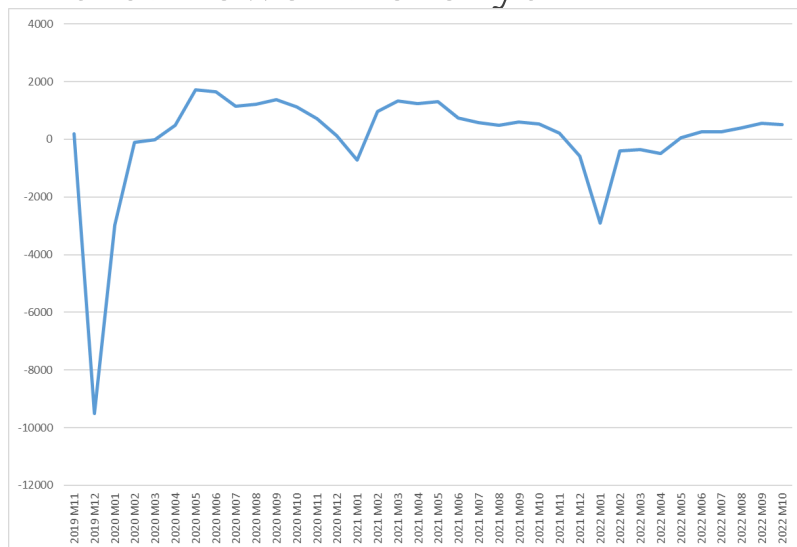


Wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury – wskaźnik złożony (m.in. bieżąca ogólna sytuacja gospodarcza przedsiębiorstwa, przewidywana sytuacja finansowa przedsiębiorstwa, przewidywane zatrudnienie).

Gdy wskaźnik jest większy od zera odnotowywany jest "dobry" klimat koniunktury. W przeciwnym wypadku klimat jest oceniany jako "zły".

Wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury, okres: XII 2019 – XI 2022, źródło: GUS

Liczba nowo założonych firm



Liczba nowo powstałych firm w dziale 47 PKD (Handel detaliczny, z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi), okres: XI 2019 – X 2022, źródło: GUS

Związek między nastrojem konsumenckim a dynamiką sprzedaży towarów (strona popytowa)

| Statystyki | |
|-------------------------|--------------|
| Wsp. korelacji Pearsona | -0,188943328 |
| R kwadrat | 0,035699581 |
| Dopasowany R kwadrat | 0,007337804 |
| Błąd standardowy | 14,92974182 |
| Obserwacje | 36 |
| Wartość-p | 0,269754325 |

Istnieje bardzo słaba ujemna relacja między nastrojem konsumenckim a dynamiką sprzedaży towarów. Powyższy związek nie jest istotnej statystycznie.

Związek między koniunkturą w handlu detalicznym a liczbą nowopowstałych firm w sektorze

| Statystyki | |
|-------------------------|--------------|
| Wsp. korelacji Pearsona | -0,340660815 |
| R kwadrat | 0,116049791 |
| Dopasowany R kwadrat | 0,090051256 |
| Błąd standardowy | 11,12669639 |
| Obserwacje | 36 |
| Wartość-p | 0,042043038 |

Istnieje umiarkowana ujemna zależność między postrzeganym przez przedsiębiorców klimatem koniunktury w branży a liczbą zakładanych firm. Powyższy związek jest istotny statystycznie.

Wnioski

Przeprowadzone analizy statystyczne dały mieszany obraz współzależności między danymi deklaratywnymi a danymi rzeczywistymi. W przypadku przesłanek popytowych zaobserwowano bardzo słabą ujemną relację nie istotną statystycznie, podczas gdy dla przesłanek podaźowych – istnieje ujemna umiarkowana relacja istotna statystycznie.

Teoretyczne założenia o istnieniu pozytywnej zależności między daną deklaratywną a daną rzeczywistą nie potwierdziło się zarówno dla popytu i podaży (ujemna korelacja w obu przypadkach).

Prowadzi to do potwierdzenia zdroworozsądkowego poglądu o luźnym związku danych deklaratywnych i danych rzeczywistych.

Próba badawcza, jak i wskazane problemy metodyczne, nie pozwalają na sformułowanie uniwersalnych uogólnień (kwestia *ceteris paribus*, dobór zmiennych, czasookres). Niezbędne są dalsze badania, uwzględniające odmienny zestaw założeń i/lub danych.

Dziękuję za uwagę