

Handelsbarometern

Svensk Handels indikator
över framtidsförväntningarna
bland handelns företag

November 2015



Fortsatt ökad försäljning men tro på minskad lönsamhet i handeln

- Handelsbarometerns framtidsindikator fortsätter att ge en positiv och en negativ bild av handelns framtidsutsikter. Det positiva är att försäljningen väntas öka, det negativa är att lönsamhet och antal anställda väntas minska. Sammantaget hamnar framtidsindikatorn på -16 för november 2015.
- 43 procent av de tillfrågade handlarna tror att försäljningen i den egna butiken kommer att öka under de kommande tre månaderna jämfört med samma period föregående år.

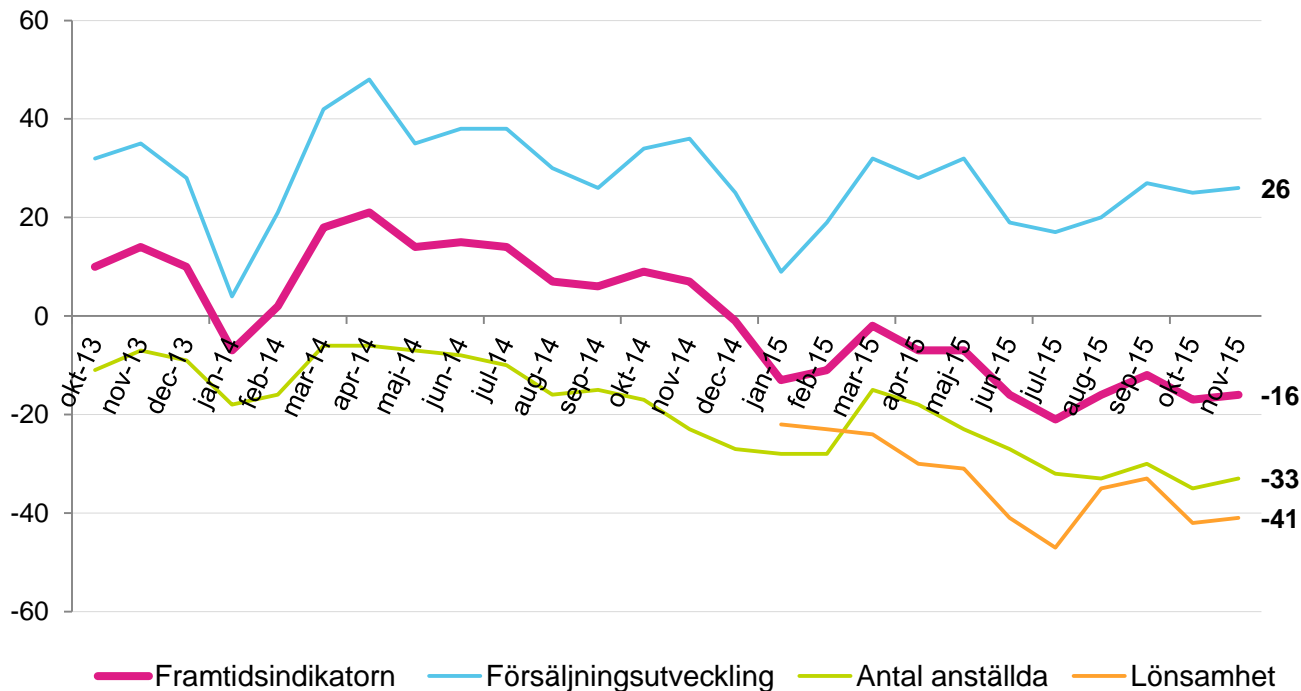
Framtidsindikatorn väger samman handlarnas förväntningar på försäljningsutveckling, nyanställningar och lönsamhetsutveckling. Ett negativt värde indikerar att andelen handlare som har dystert framtidstro är större än andelen handlare som är optimistiska inför den kommande tremånadersperioden.

Observera att beräkningsmodellen för framtidsindikatorn uppdaterades i januari 2015, vilket gör att direkta jämförelser med värden för framtidsindikatorn från år 2014 och tidigare bör hanteras med viss försiktighet.

Den kampanjdrivna försäljningen pressar handlarnas marginaler

– Vi ser fram emot ett nytt rekord i årets julhandel, låt oss också hoppas på att handelns lönsamhet följer med och inte dras ner av en växande rea- och kampanjbertonad försäljning, säger Jonas Arnberg, chefsekonom på Svensk Handel.

Handlarnas framtidsindikator



Jonas Arnberg, Svensk Handel

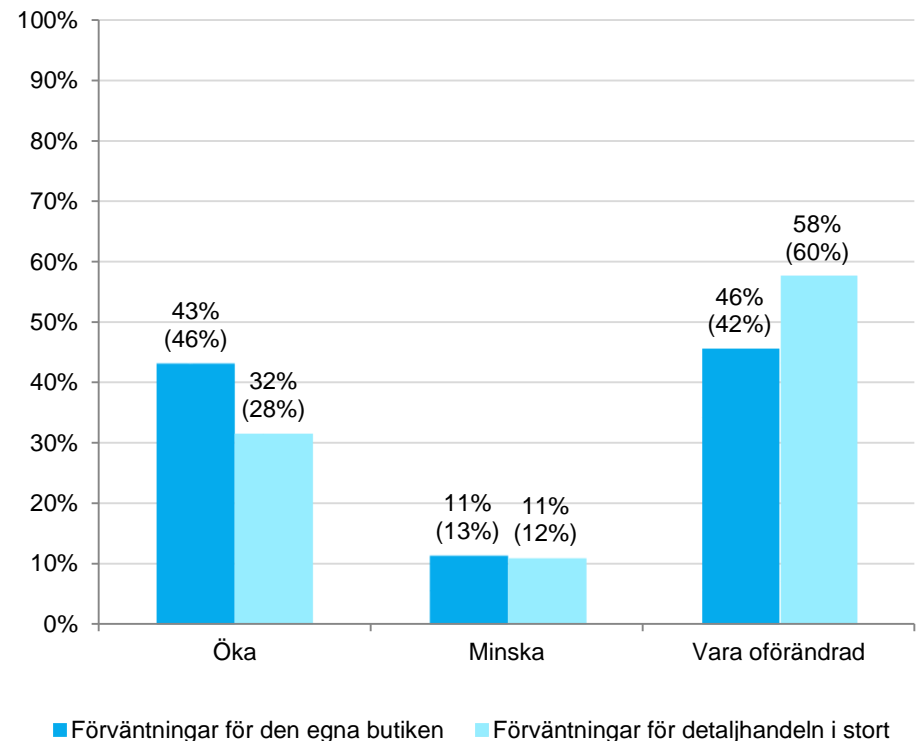
Handlarna spår en ökad eller oförändrad försäljning

43 procent av de tillfrågade handlarna tror att försäljningen i den egna butiken kommer att öka under de kommande tre månaderna jämfört med samma period föregående år.

Majoriteten av handlarna tror dock på en oförändrad försäljning och endast en liten andel menar att handeln kommer att minska de kommande tre månaderna i jämfört med samma period förra året.

Den annalkande julhandeln spås samtidigt slå rekord i år igen. Trenden under året talar för att det framförallt är sällanköpsvaruhandeln som gynnas av det låga ränteläget, inflationen och den generellt stabila svenska ekonomin. Vad gäller dagligvaruhandeln så är prognosen positiv men något lägre.

Hur tror du att försäljningen i din butik och i detaljhandeln i stort kommer att utvecklas under de närmaste tre månaderna? (Föregående månads siffror inom parentes.)



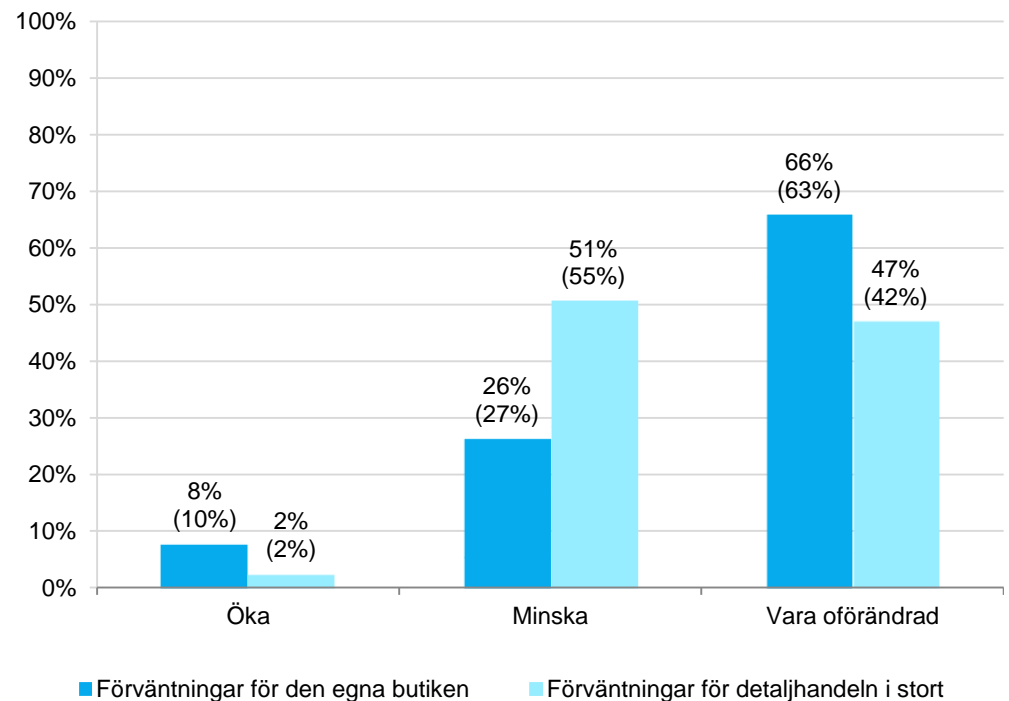
Svag tro på nyanställningar

Endast 8 procent av handlarna kommer att öka antalet medarbetare i den egna butiken under de kommande tre månaderna jämfört med förra årets bemanning.

Att många av handlarna dessutom väljer att minska antalet medarbetare är beaktansvärt.

Enligt handelsbarometerns framtidsindikator sjunker den förväntade lönsamheten samtidigt som kostnaden för att anställa har ökat. Den höjda arbetsgivaravgiften för unga är möjligen något som påverkar beslutet att inte anställa.

Hur tror du att antalet medarbetare i din butik och i detaljhandeln i stort kommer att utvecklas under de kommande tre månaderna? Jämför med samma period föregående år. (Föregående månads siffror inom parentes.)



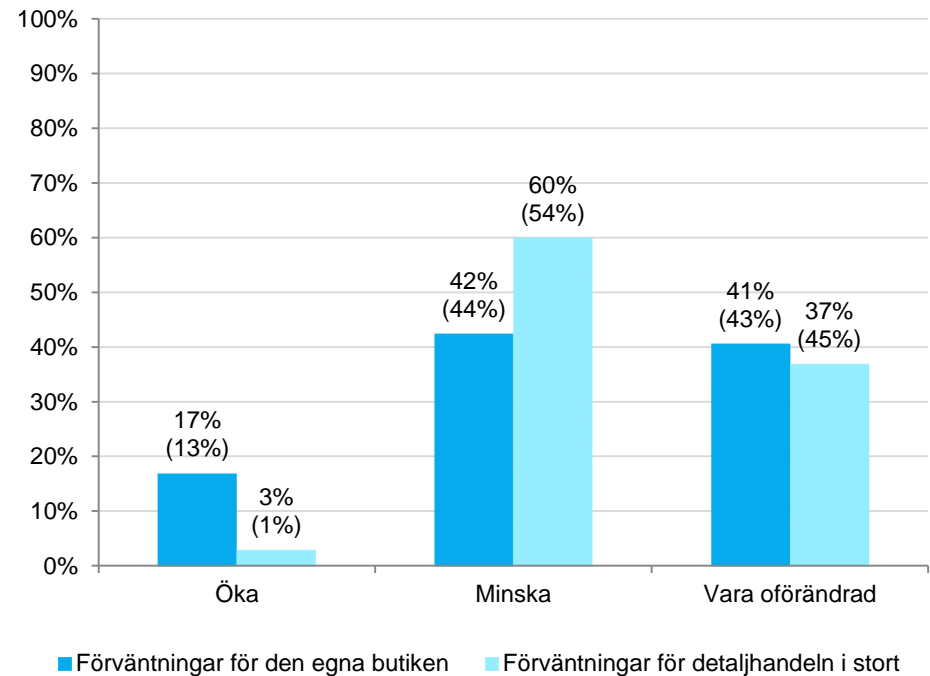
Pessimism angående framtida lönsamhet

Den pågående trenden att handeln blir allt mer kampanjdriven innebär att försäljningsvolymen ökar men att det blir allt svårare för handlare att ta ut fullt pris på sina varor.

Exempelvis introduktionen av amerikanska fenomen såsom Black Friday och Cyber Monday, bidrar till konsumenternas förändrade köpbeteende vilket i sin tur påverkar handlarnas marginaler.

Intressant att notera är diskrepansen mellan handlarnas bedömning av branschen som helhet och sitt egna företag. Ett psykologisk fenomen som uppstår när man ombeds bedöma sig själv och andra.

Hur tror du att vinstmarginalen kommer att utvecklas, för din butik och för detaljhandeln i stort, under de närmaste 3 månaderna? Jämför med samma period föregående år. (Föregående månads siffror inom parentes.)



Kontakt

För mer information ring gärna:

Jonas Arnberg, chefsekonom Svensk Handel, 010-471 85 75

Svensk Handels pressjour, 010-471 86 50

Om Handelsbarometern

Handelsbarometern är Svensk Handels månatligen återkommande indikator för optimismen bland medlemsföretagen. Handelsbarometern tas fram i samarbete med HUI Research och ger en inblick i hur branschens företag tror att omsättning och sysselsättning kommer att utvecklas de kommande tre månaderna. Rapporten baseras på en undersökning som varje månad distribueras via webbenkät till en panel bestående av cirka 500 butikschefer och butiksägare. Dessa har blivit rekryterade specifikt för att medverka i panelen för Handelsbarometern och representerar detaljhandeln som helhet. Panelen förnyas löpande då HUI Research rekryterar nya panelmedlemmar varje månad. Svarsfrekvensen för Handelsbarometern uppgår varje månad till cirka 40 procent.

Handelsbarometerns Framtidsindikator beräknas från och med januari 2015 som det genomsnittliga nettotalet för sex frågor som rör butikschefernas framtida förväntningar på försäljning, antalet medarbetare och lönsamhetsutveckling de kommande tre månaderna. Frågorna ställs dels för den egna butiken, dels för detaljhandeln i stort.