

Handelsbarometern

Svensk Handels indikator på optimismen och framtidsförväntningarna bland handels företag



September 2014

Feskarn i Saluhallen, Uppsala
Foto: Björn Mattisson

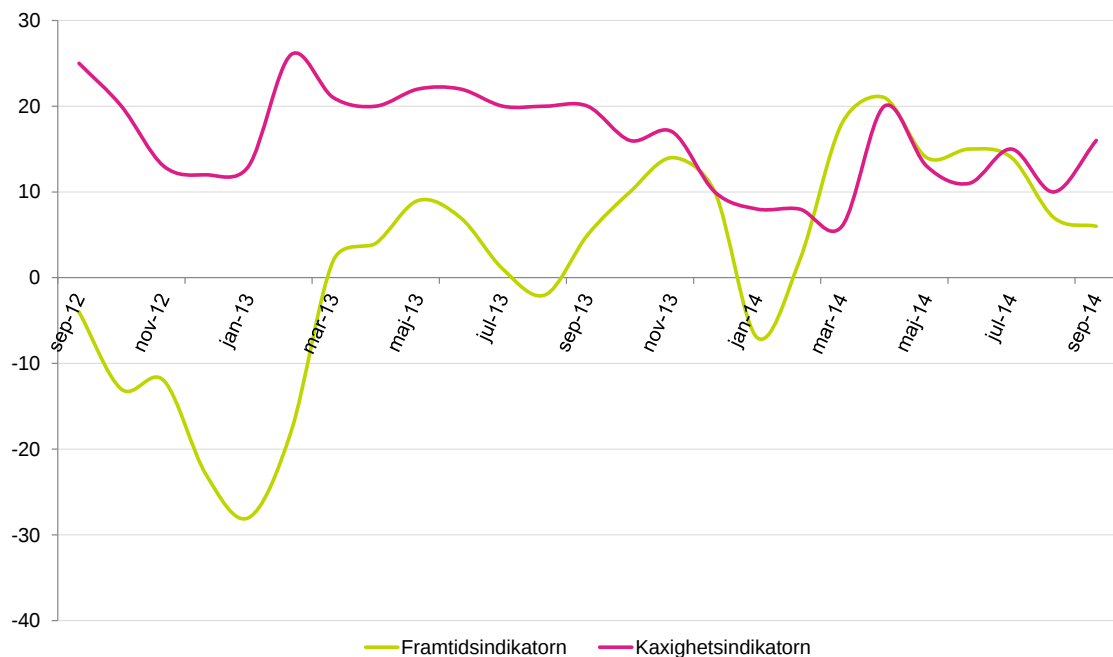
Osäkert politiskt läge gör handlarna avvaktande

- Handlarnas framtidstro sjunker marginellt i september månad och landar på plus 6, vilket är en minskning med en enhet från förra månadens notering på plus 7. Omkring hälften av de tillfrågade handlarna tror på en ökad försäljning under de kommande tre månaderna. Däremot tror få handlare att antalet anställda i detaljhandeln kommer att öka under samma period.
- Kaxighetsindikatorn ökar med sex enheter i september till nuvarande notering på 16. Kaxighetsindikatorn kan ses som ett mått på hur stor andel av handlarna som tror att de kommer att kunna öka sin marknadsandel under den kommande tremånadersperioden.

Handlarnas framtids- och kaxighetsfaktor

– Osäkerhet och politisk oro är aldrig bra för handeln och det tror jag drar ner handlarnas framtidsstro tills vi ser hur en ny regeringsbildning ser ut. Men i grunden finns en positiv grundsyn och vi ser en ekonomisk återhämtning som kommer gynna hushållens köpkraft, säger Jonas Arnberg, chefsekonom på Svensk Handel.

Handlarnas framtids- och kaxighetsindikator

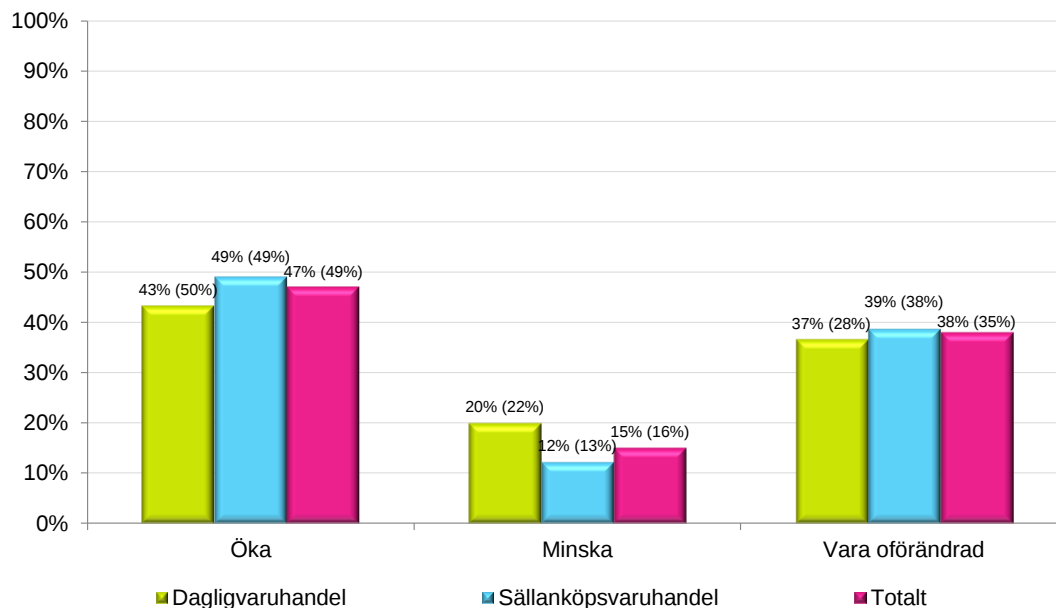


Jonas Arnberg, Svensk Handel

Fortfarande stark tro på ökad försäljning

Andelen handlare som tror på en försäljningsökning i den egna butiken under de kommande tre månaderna har legat stadigt omkring 50 procent sedan i våras. I september månad sjunker andelen något, från 49 till 47 procent.

Hur tror du att försäljningen i din butik kommer att utvecklas de kommande tre månaderna?
(Föregående månads siffror inom parentes.)

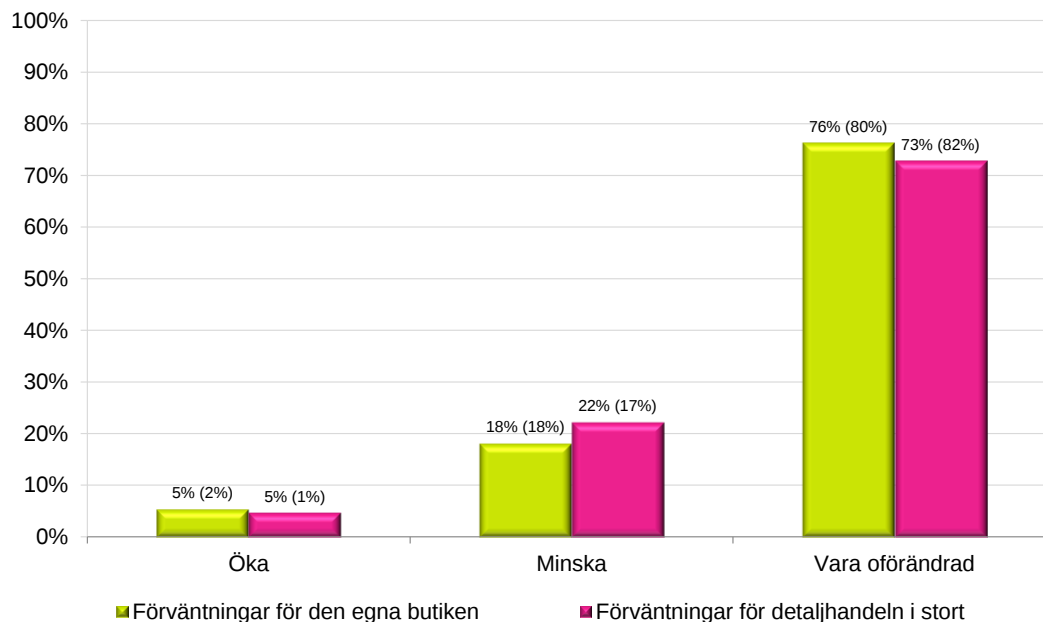


Få nyanställningar att vänta i handeln

Majoriteten av handlarna som tillfrågats i Handelsbarometern tror inte att antalet anställda i detaljhandeln kommer att förändras under de kommande tre månaderna.

5 procent av handlarna tror att antalet anställda i branschen som helhet kommer att öka. Detta är en liten ökning från förra månaden då endast 1 procent av handlarna trodde på fler anställda i handeln.

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



Konsumenterna har makten

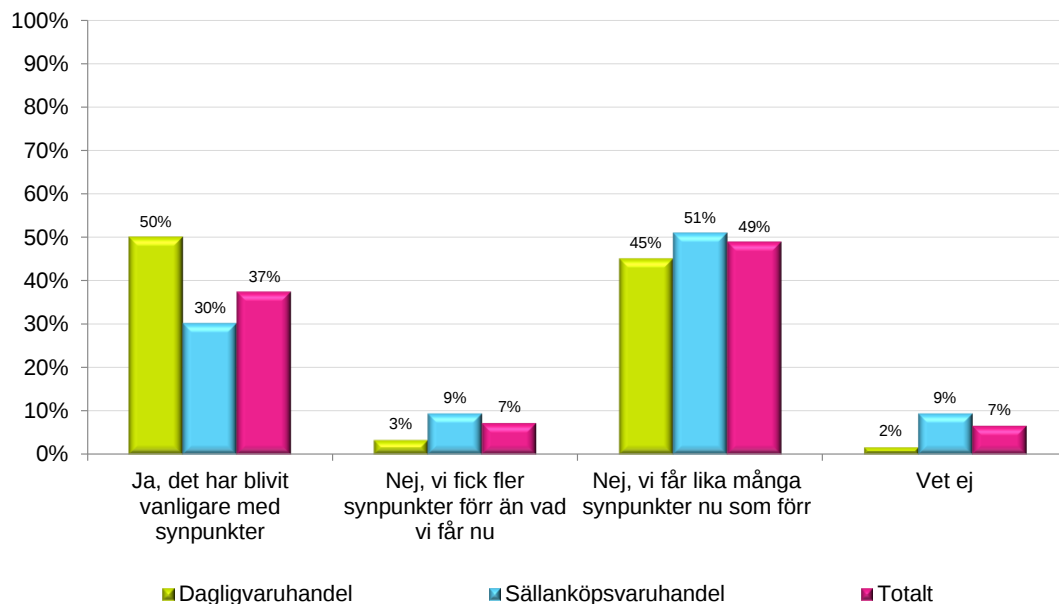
I september månad fick handlarna i panelen även svara på frågor om vilka synpunkter och önskemål de får av kunderna avseende varusortimentet.

– Så här i valtider kan vi konstatera att direktdemokratien i Sverige ökar, i alla fall när det gäller konsumentmakt. Via handeln kan konsumenten göra sin röst hörd, inte bara vart fjärde år utan varje dag. Kunderna ställer allt högre krav och har större möjlighet att påverka vad som säljs och hur det produceras, säger Jonas Arnberg på Svensk Handel.

Synpunkter från kunderna allt vanligare

Hälften (50 procent) av dagligvaruhandlarna upplever att de får fler synpunkter och önskemål från kunderna nu än vad de fick för några år sedan. Bland sällanköpsvaruhandlarna uppgår andelen till 30 procent.

Jämfört med för några år sedan, upplever ni att det har blivit vanligare att kunderna framför synpunkter på butikens sortiment?

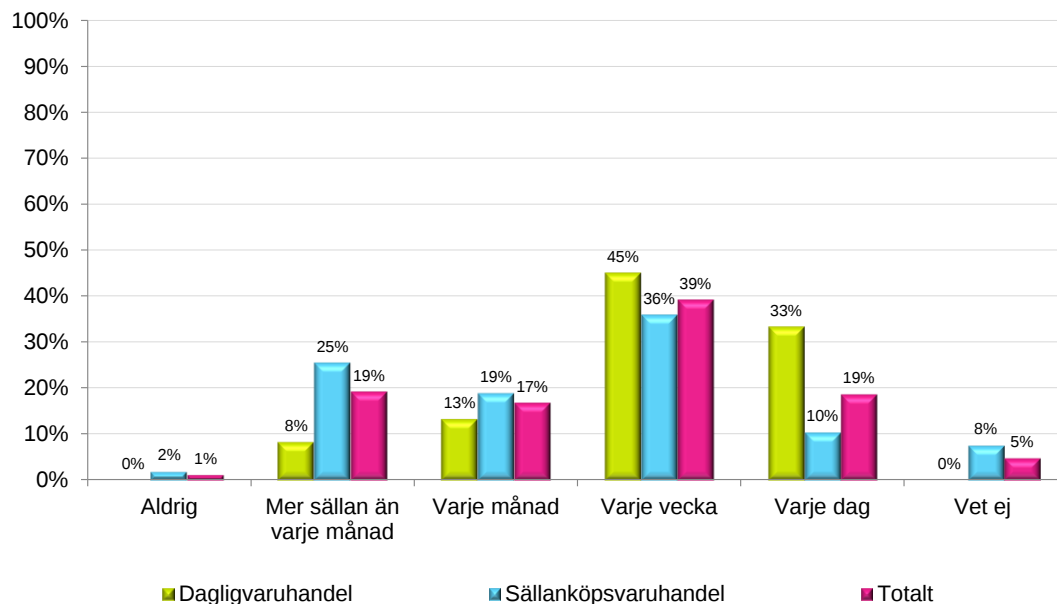


Kunderna kommer med synpunkter varje vecka

En majoritet av handlarna, 58 procent, uppger att de får synpunkter från kunderna avseende butikens sortiment minst någon gång i veckan.

Synpunkter från kunderna ser ut att vara vanligare i dagligvaruhandeln. En tredjedel av dagligvaruhandlarna svarar att de får synpunkter och förslag från kunderna varje dag.

Hur ofta får din butik synpunkter och förslag från kunderna avseende butikens sortiment?

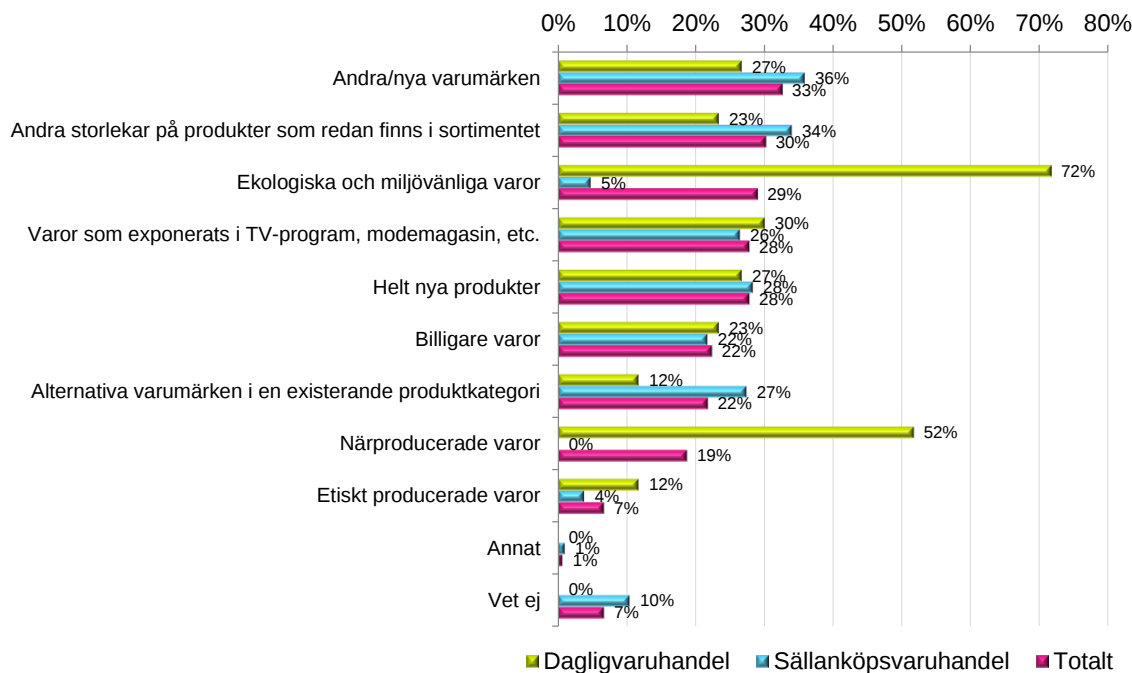


Ekologiska, miljövänliga och närproducerade varor mest efterfrågade i dagligvaruhandeln

De mest efterfrågade produkterna i dagligvaruhandeln är helt klart ekologiska, miljövänliga och närproducerade varor. 72 procent av dagligvaruhandlarna uppger att ekologiska och miljövänliga varor är mest efterfrågade.

I sällanköpsvaruhandeln är det istället andra/nya varumärken eller andra storlekar kunderna frågar efter.

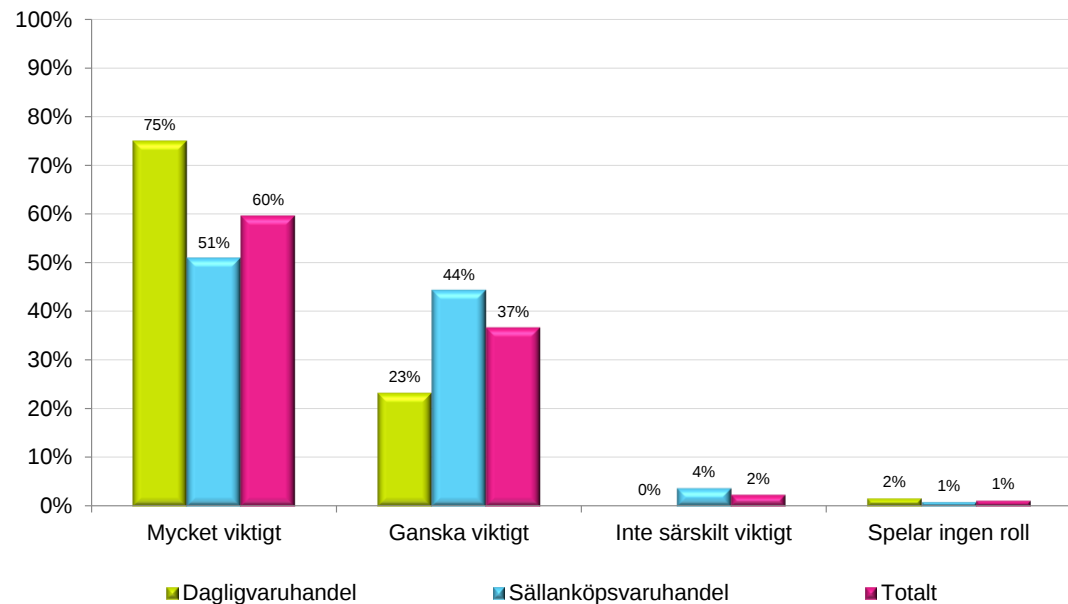
Vilken typ av produkter efterfrågar era kunder oftast i ert sortiment?
Flera svar möjliga.



Viktigt att tillgodose kundernas önskemål

En majoritet av handlarna, 60 procent, anser att det är mycket viktigt att kunna tillgodose kundernas önskemål om nya produkter. Ytterligare 37 procent anser att det är ganska viktigt.

Hur viktigt anser ni att det är att kunna tillgodose kundernas önskemål på nya varor?



Kontakt

För mer information ring gärna: Jonas Arnberg, chefsekonom, 010-471 85 75

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 som det genomsnittliga nettotalet för fyra frågor som rör butikschefernas framtida förväntningar på försäljning och antalet medarbetare i den egna butiken samt för detaljhandeln i stort under de kommande tre månaderna

Handelsbarometerns Kaxighetsindikator beräknas som nettotalet för en fråga om butikschefernas framtida förväntan om sin egen försäljningsutveckling i förhållande till försäljningsutvecklingen för detaljhandeln i stort.