

BRANŻA UPOMINKÓW REKLAMOWYCH W OBLICZU EPIDEMII COVID-19 - EDYCJA 2021

PODSUMOWANIE WYNIKÓW

W lipcu 2021 roku Polska Izba Artykułów Promocyjnych (PIAP) zrealizowała badanie skierowane do firm działających w branży upominków reklamowych.

Celem badania było zbadanie nastrojów panujących w branży w drugim roku epidemii COVID-19, poznanie najpoważniejszych trudności z jakimi borykają się uczestnicy rynku, ich oceny działań pomocowych prowadzonych przez polski rząd, a także monitoring zmian w działalności firm ze względu na restrykcje w organizowaniu imprez masowych, osobistych spotkań, czy eventów.

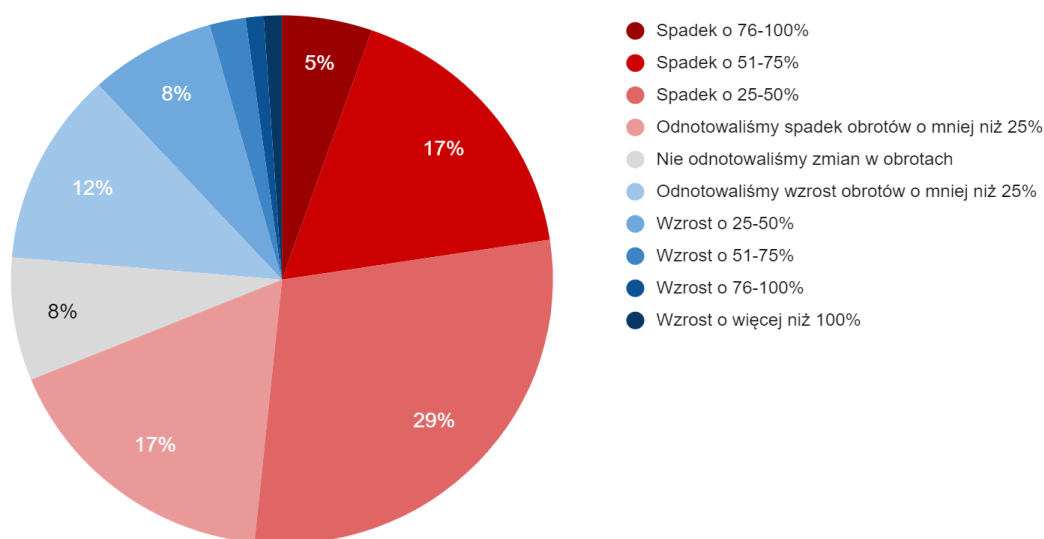
Odpowiedzi udzieliło 93 przedstawiciele firm: producentów i importerów artykułów reklamowych, agencji reklamowych, mediów i targów branżowych.

Pogłębienie spadków, jeszcze poczekamy na powrót do wyników sprzed COVID-19

Dwie na trzy ankietowane firmy przyznają, że odnotowały spadek obrotów w okresie styczeń-czerwiec 2021 w porównaniu do tego samego okresu w już pandemicznym roku 2020. Co trzecia firma ocenia spadek na 25-50%. Jedna czwarta firm odnotowała wzrost obrotów, z reguły niewielki, bo do 25%.

Zmiany w obrotach styczeń-czerwiec 2021 wobec tożsamego okresu 2020

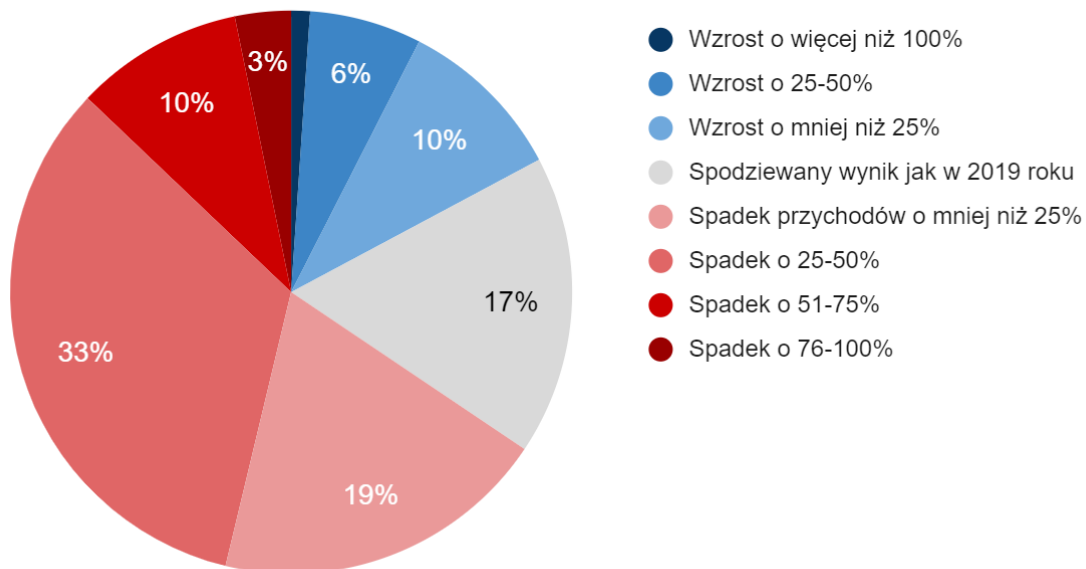
N=93



65% ankietowanych ocenia, że w roku 2021 uzyskają przychody niższe niż w ostatnim pełnym roku przed pandemią (2019). Jedynie co piąta firma prognozuje wzrosty w porównaniu do roku 2019.

Prognozowany przychód 2021 w porównaniu do roku 2019

N=93



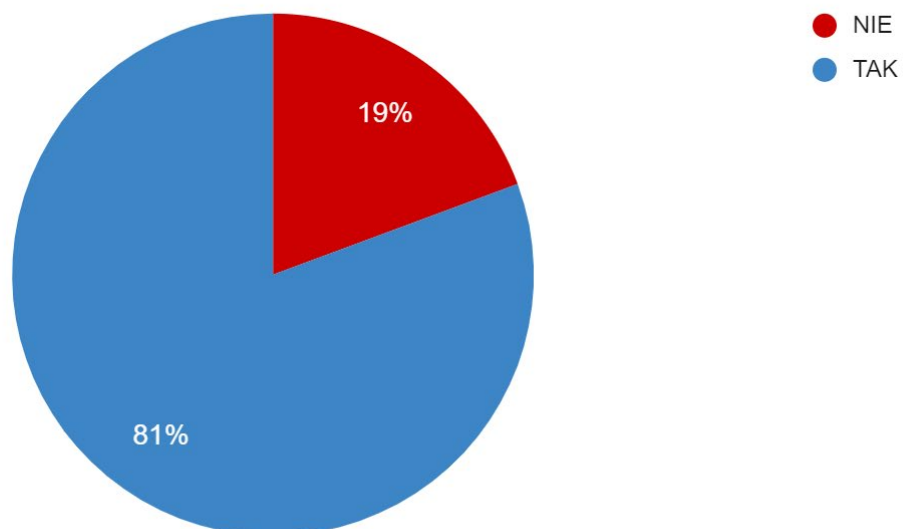
Pomoc od państwa jest, ale nieadekwatna i niewystarczająca

Pomoc finansowa od państwa w ramach walki ze skutkami COVID-19 dotarła do przedsiębiorców, jednak jest oceniana jako niedostosowana do potrzeb i problemów firm dotkniętych kryzysem, ponadto niewystarczająca.

80% respondentów skorzystało z pomocy finansowej udzielanej w ramach przeciwdziałania skutkom gospodarczym epidemii COVID-19. Ponad połowa firm jednocześnie stwierdza, że pomoc ta jest całkowicie niewystarczająca lub niewystarczająca. Tylko 5% uważa, że otrzymało wystarczającą jej wielkość. Dodatkowo $\frac{2}{3}$ badanych uznaje, że pakiety pomocowe od Państwa nie są dostosowane do potrzeb i problemów przedsiębiorców dotkniętych kryzysem.

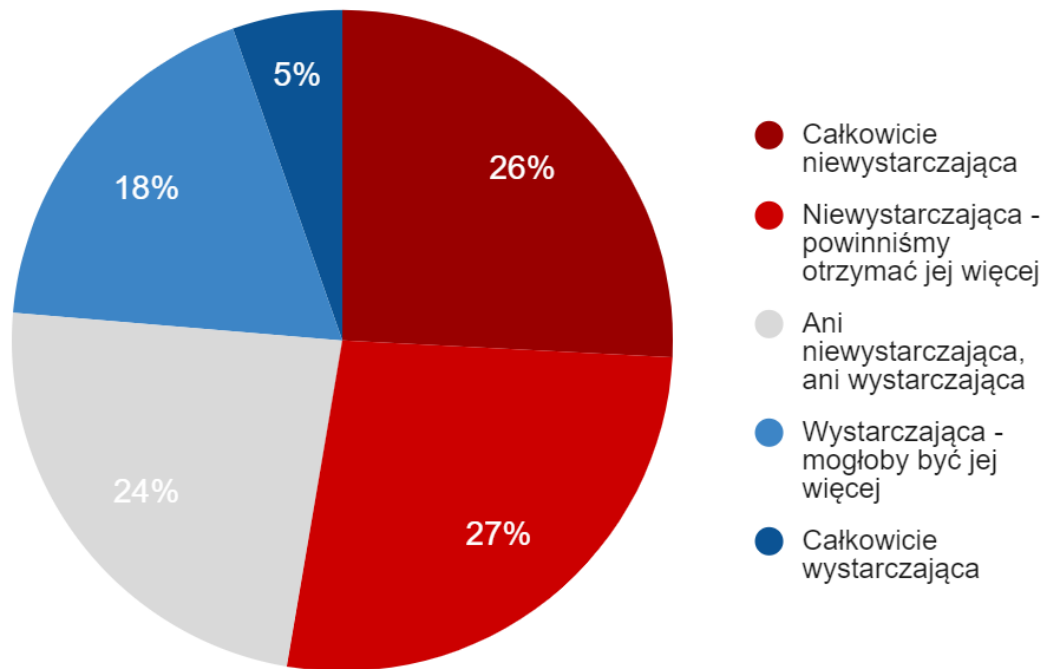
Skorzystanie z państwowej pomocy finansowej w celu przeciwdziałania skutkom pandemii

N=93



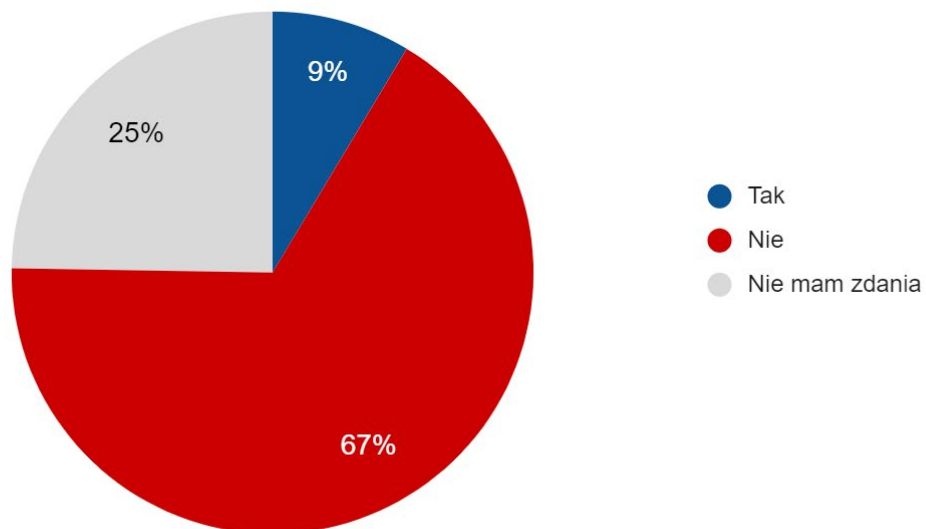
Ocena pomocy finansowej od państwa

N=93



Czy pakiety pomocowe od państwa są dostosowane do potrzeb i problemów przedsiębiorców dotkniętych COVID-19

N=93

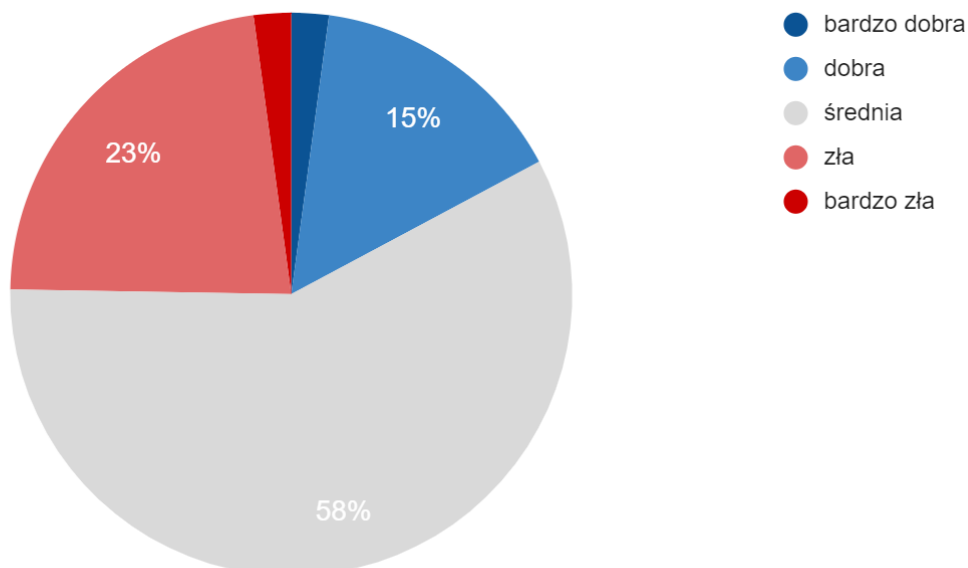


Branża boryka się ze zmniejszonym popytem, wysokimi kosztami i niepewnością gospodarczo-polityczną

Większość firm, bo prawie 60%, ocenia sytuację w branży jako średnią. Jedna piąta firm określa sytuację na rynku jako złą, choć drugie tyle uznaje, że branża ma się dobrze.

Ocena sytuacji w branży

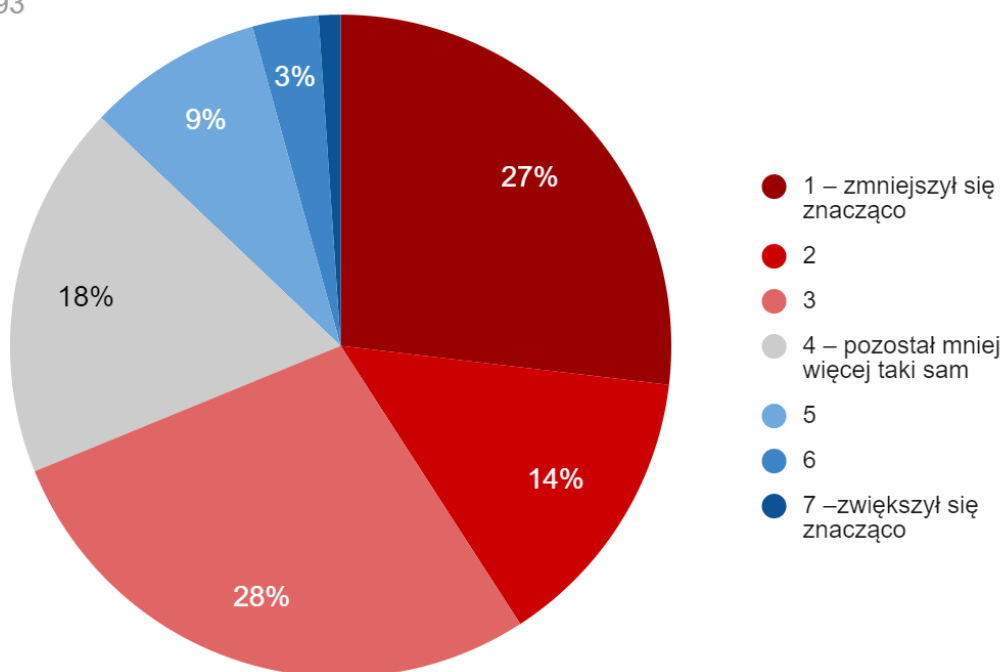
N=93



70% ankietowanych stwierdziło, że popyt na ich produkty i usługi zmniejszył się w porównaniu z rokiem 2019. Jedynie co 10 firma odnotowała wzrost zainteresowania odbiorców swoją ofertą.

Popyt na usługi/produkty w 2021 wobec 2019

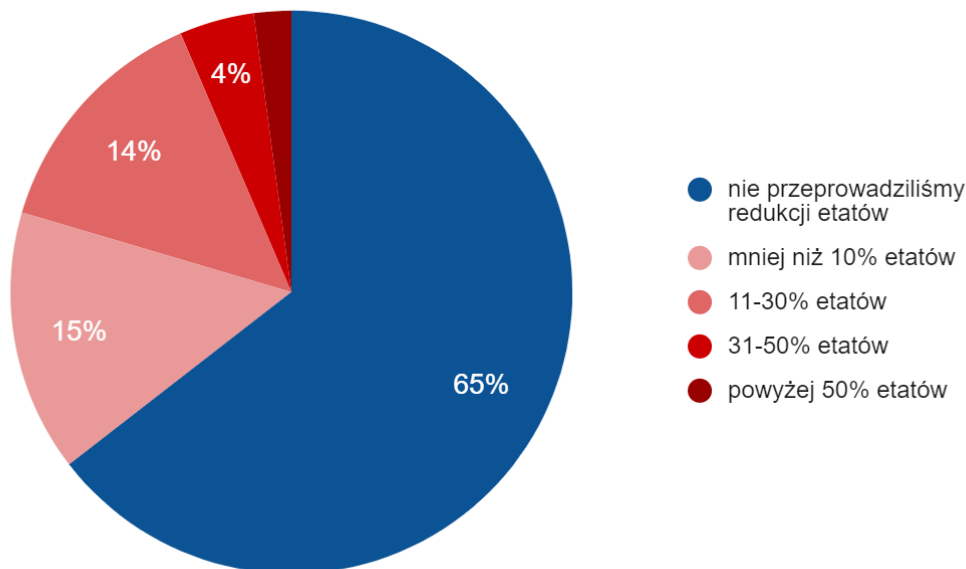
N=93



W edycji badania z roku 2020 nieco ponad połowa firm planowała zwolnienia. Ostatecznie, 65% badanych firm nie przeprowadziło redukcji etatów wskutek pandemii COVID-19. Spośród pozostałej grupy która przeprowadziła zwolnienia, zlikwidowanych zostało mniej niż 10%, lub do 30% etatów. A zatem firmy które były zmuszone zwolnić pracowników dokonywały jedynie korekt w swoim działaniu, raczej niż dramatycznych ruchów czy cięć.

Przeprowadzona redukcja etatów

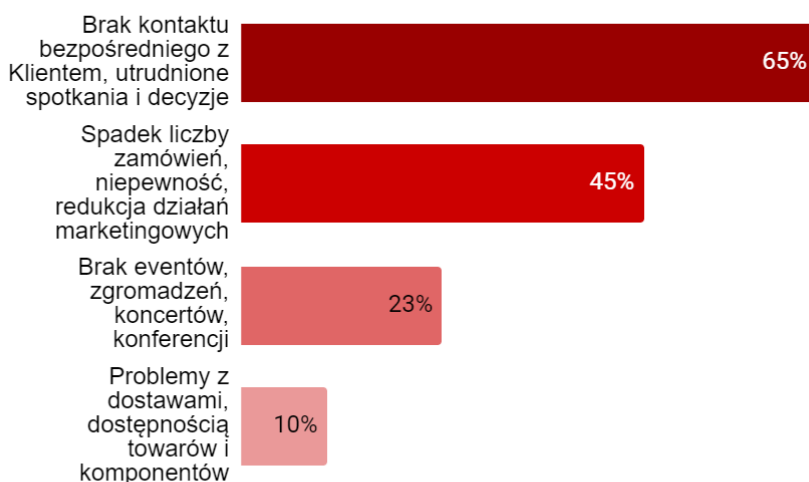
N=93



Prawie połowa przedsiębiorców zaobserwowała zakłócenia w działalności spowodowane społeczną izolacją klientów i zmianą ich zachowań. Najczęściej wymieniane trudności to brak kontaktu bezpośredniego z Klientem i spadek liczby zamówień spowodowany niepewnością, zmniejszaniem budżetów marketingowych. Respondenci zwracali uwagę na takie czynniki jak: "strach przed kontaktami społecznymi", "Klienci zamknięci w domach nie mogli się spotykać ze swoimi Klientami, wręczać gadżetów", "praca zdalna co sprawiło, że [...] wiele zamówień stało się niepotrzebnych lub bardzo odwlekanych w czasie", "widoczny był fakt, że ważniejsze były inne sprawy niż te zawodowe", a dalej wymieniany był brak zgromadzeń - imprez zarówno masowych, eventów, konferencji, a także zawieszenie możliwości świętowania czy obchodzenia jubileuszy, podróżowania, zamknięcie hoteli.

Zakłócenia w działalności firm spowodowane COVID-19

N=31

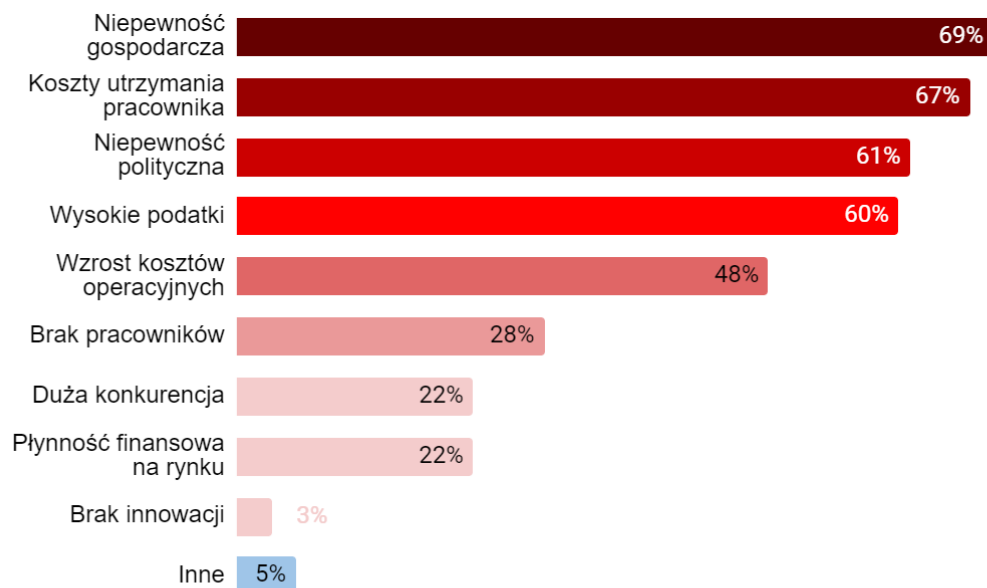


Ponad 2/3 przedsiębiorców wymieniło niepewność gospodarczą i koszty utrzymania pracowników jako największe przeszkody w prowadzeniu działalności gospodarczej. Dalej, ponad połowa respondentów wskazała wysokie podatki i niepewność polityczną jako

problematyczne. Kilka głosów dotyczyło rosnących cen i malejących marż, problemów z transportem z Chin.

Największe problemy w prowadzeniu działalności gospodarczej

N=93

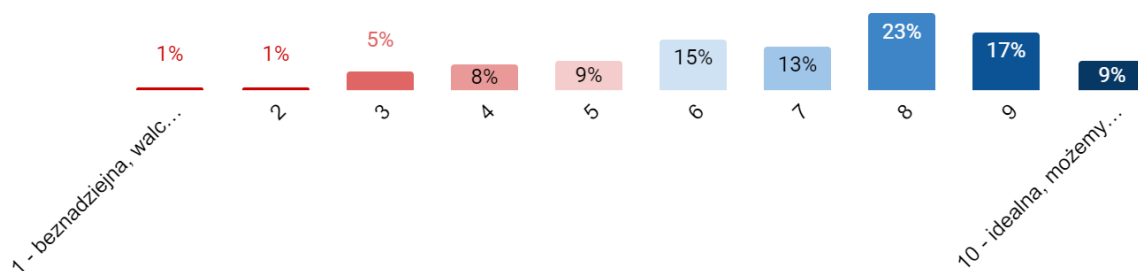


Wiara we własne siły i walka o lepszą przyszłość

Pomimo niesprzyjających rozwojowi warunków zewnętrznych, przedsiębiorcy są umiarkowanymi optymistami jeśli chodzi o ocenę kondycji własnych firm. Większość odpowiedzi na dziesięciostopniowej skali, gdzie 1 oznaczało: "beznadziejna, walczymy o przetrwanie", a 10: "idealna, możemy spokojnie inwestować w rozwój", zostało udzielonych w zakresie od 6 do 9, co można uznać za wolę walki o własne organizacje i wiarę we własne siły.

Ocena obecnej kondycji firmy

N=93



Potwierdzają to komentarze udzielone spontanicznie na końcu badania: "robić swoje i przygotować się na rozkwit po zakończeniu pandemii"; "wiele [...] możliwości sprzedaży

naszych produktów utraconych będzie bezpowrotnie, pozostaje zatem liczyć, że pojawią się nowe”; “przetrwają najlepsi”.

Nieco ponad połowa firm ankietowanych, pomimo trudnej sytuacji na rynku, spodziewa się zysku i to nie uwzględniając pomocy finansowej otrzymanej od państwa polskiego w ramach przeciwdziałania skutkom epidemii. Tylko 15% przyznaje, że ich firma w 2021, bez uwzględnienia pomocy, odnotowałaby stratę z działalności gospodarczej. Biorąc pod uwagę W świetle wszystkich powyższych danych, wynik ten można interpretować jako oznakę zaradności i skuteczności działania firm z branży, które wydają się kierować zasadą przywołaną przez jednego z respondentów “umiesz liczyć? licz na siebie”.

Prognoza wyniku finansowego 2021 - bez pomocy finansowej otrzymanej od państwa

N=93

