

ŠPECIÁLNA SPRÁVA O COVID-19 | Štvrté vydanie | 28. apríla 2020

Odolnosť zákazníkov v časoch ekonomickej volatility



Prologis Seneca Park 500, Pembroke Park, Florida

Vo štvrtom pokračovaní našej špeciálnej správy o pandémii COVID-19 a jej dôsledkoch pre logistické nehnuteľnosti sa budeme podrobnejšie zaoberať dátami, ktoré sami získavame a zameriame sa na zákaznícke trendy, ktoré bolo možné sledovať v priebehu doterajších fáz pandémie.

Úvod

Dopyt po logistických nehnuteľnostiach sa bude i naďalej vyvíjať s tým, ako sa menia spotrebiteľské správanie a dodávateľské reťazce. Globálne portfólio spoločnosti Prologis má približne 1 miliardu štvorcových stôp a ilustruje rozmanitosť základne firemných logistických zákazníkov, pričom žiadny priemyselný sektor samostatne nemá v portfóliu viac než 15 % nájomný podiel. Táto rozmanitosť, spolu s kľúčovou rolou dodávateľských reťazcov v generovaní rozličných foriem príjmu, podporuje odolnosť segmentu voči aktuálnej situácii. Až 60 % zákazníckych odvetví totiž stále rastie.

Výskumné oddelenie Prologis Research rozdelilo dosahy COVID-19 na tri fázy: „stay-at-home“ ekonomiku, zotavovanie a „novú normu“. V tejto správe sme sa zamerali na prvé dve fázy a prepojili sme ich s kľúčovými trendmi, ktoré by mohli viesť k posilneniu alebo oslabeniu pozície logistických nehnuteľností v závislosti na segmentoch podnikania zákazníkov. Podľa americkej agentúry U.S. Census je výkonnosť odvetvia maloobchodu relatívna.¹ V našej ďalšej správe sa zameriame na poučenia plynúce zo súčasnej pandémie pre dodávateľské reťazce a zamierame sa na kľúčové priemyselné odvetvia a dlhodobější dosahy krízy.

Táto analýza sa však zameriava na krátkodobé vplyvy pandémie na ekonomiku:

1. **„Stay-at-home“ ekonomika.** Marcové predaje v jednotlivých kategóriách maloobchodu – optikou ich zastúpenia v logistických nehnuteľnostiach – vykazovali nárast o 730 základných bodov, čo znamená pokles na úrovni 1,4 % oproti celkovému poklesu odvetvia o 8,7 %.²
2. **Zotavovanie.** V priebehu predošlých recesií boli maloobchodné tržby v odvetviach, ktoré sú zastúpené medzi nájomcami logistických nehnuteľností, v porovnaní s maloobchodným sektorom ako celkom o 330 základných bodov vyššie.³

Logistické nehnuteľnosti vo fáze „stay-at-home“ ekonomiky

Hospodársky útlm a izolácia v rámci opatrení proti pandémie okliešťujú nové zdroje dopytu. Táto náhla zmena viedla k nárastu dopytu naprieč niektorými priemyselnými odvetviami a zvýraznila kľúčovú úlohu, ktorú v každodennom živote hrajú logistické nehnuteľnosti. V čase písania tejto správy dáta spoločnosti Prologis vykazovali v USA a Európe (od polovice marca do začiatku apríla) dvojciferný nárast počtu vytvorených ponúk a návrhov nájomných zmlúv (kľúčový ukazovateľ uzatvárania nových nájomov). Aj napriek oslabeniu ekonomiky si väčšina zákazníkov – zhruba 95 % po celom svete – zachovala aspoň čiastočne funkčnú prevádzku.

Nové zdroje dopytu formujú nasledujúce faktory:

- **Zásobovanie.** S ohľadom na dlhodobý pobyt doma si začali spotrebitelia rýchlo vytvárať zásoby potravín a spotrebného tovaru. Tieto položky nakupovali u širokej škály maloobchodníkov, ktorí spoločne predstavujú viac než 24 % zákazníckej základne Prologis (ďalej len zákaznícka základňa).⁴ V marci vzrástol predaj potravín v Spojených štátoch o takmer 30 %.⁵ Rýchle dopĺňovanie tovaru do regálov zvýšilo objem dodávok potravín. Čo sa týka sektoru e-commerce, koncom apríla zostáva doručovanie v rámci rovnakého či nasledujúceho dňa stále náročné.
- **Zdravotná podpora.** Dopyt po zdravotných potrebách, liečivách a osobných ochranných prostriedkoch sa po celom svete značne zvýšil, ale premenlivosť ohnisk nákazy COVID-19 tiež zdôraznila potrebu dodávateľských reťazcov schopných rýchlo reagovať. Zdravníctvo predstavuje asi 5 % zákazníckej základne Prologis a k našim zákazníkom v tomto segmente patria predovšetkým spoločnosti zamerané na zdravotnícky materiál a vybavenie.
- **Zvyšovanie kapacít.** Zastavenie prác v Číne spôsobilo, že sa objem doručovaných zásielok zdvojnásobil v čase, keď mnoho firemných zákazníkov nemalo voľné kapacity. To vyvolalo potrebu krátkodobého rozšírenia priestorov v celom rade odvetví spolu s prudkým nárastom dopytu zo strany logistických spoločností zameraných na riadenie dodávateľského reťazca. Krátkodobé prenájmy v priebehu 30 dní do 17. apríla 2020 medziročne vzrástli o 40 %.
- **Uzavretie kancelárií a škôl.** Takmer zo dňa na deň prestalo mnoho domácností dochádzať do práce a školy či navštevovať spoločenské akcie. Svoje aktivity začali sústrediť doma. Maloobchodný predaj vybraných produktov v rámci diverzifikovaných maloobchodných kategórií (~ 8 % zákazníckej základne) a elektroniky/spotrebičov (~ 8 %) prudko vzrástol; príkladom takých produktov sú školské potreby, počítače/monitory a stoly/stoličky.
- **Obmedzenie mobility.** Obchod prešiel extrémnym modálnym posunom. Predbežné odhady naznačujú, že tržby z e-commerce

v marci vzrástli o 50 % (v porovnaní s nedávnym trendom na úrovni ~ 15 %) a vzrástli tiež zisky v predtým menej výkonných segmentoch, napríklad v obchode s potravinami. V marci a apríli predstavovali nájom pre e-fulfillment spoločnosti takmer 40 % všetkých nových prenájmov. Navyše 11 %, respektíve 5 % zákazníckej základne podniká v odvetviach prepravy/distribúcie a obalov/papierových materiálov, a tieto segmenty boli tiež ovplyvnené nárastom objemu zásielok.

Marcové maloobchodné predaje zdôrazňujú odolnosť a výkonnosť logistiky. Vývoj maloobchodného predaja v Spojených štátoch poukázal v „stay-at-home“ fáze na dve odlišné cesty vývoja odvetví. Tabuľka nižšie uvádza zmeny maloobchodných predajov (spolu s podielom v zákazníckej základni segmentu logistických nehnuteľností) k 31. marcu 2020.⁶ Približne 60 % z týchto zákazníkov zaznamenalo rast a 40 % eviduje pokles zisku. Celkovo **odvetvia zastúpené**

VÝKON SEKTORU POČAS PANDÉMIE COVID-19

PODNIKATELSKÝ SEKTOR ZÁKAZNÍKA	PODIEL V ZÁKAZNÍCKEJ ZÁKLADNI (%)	RAST, MAREC 2020 (MEDZIMESAČNÝ,)	VÁŽENÁ MIERA RASTU (%)
MALOOBCHOD CELKOVO		-8,7	
LOGISTIKA, VÁŽENÝ PRIEMER		-1,4	
Potraviny a nápoje	10,9	+25,6	+2,8
Diverzifikovaný maloobchod	8,5	+12,2	+1,0
Spotrebný tovar†	9,0	+10,8	+1,0
Obaly/papier†	5,6	+10,8	+0,6
Zdravníctvo	4,8	+4,3	+0,2
Doprava/prepravné služby *	13,1	+1,9	+0,2
Stavebníctvo/majstrovanie	7,8	+1,3	+0,1
Priemysel/stroje†	7,2	-5,4	-0,4
Autodiely	7,0	-6,2	-0,4
Elektronika/spotrebiče	9,8	-15,1	-1,5
Obchodné domy	0,6	-19,7	-0,1
Športové potreby	3,9	-23,3	-0,9
Reštaurácie	1,2	-26,5	-0,3
Domáce potreby	6,3	-26,8	-1,7
Predaj áut	0,3	-27,1	-0,1
Oblečenie	3,9	-50,5	-2,0
Rastúce priemyselné odvetvia	59,7	10,0	
Priemyselné odvetvia v recesii	40,3	-18,4	

Poznámka: Zákaznícka základňa nezahŕňa poskytovateľov logistických služieb s viacerými zákazníkmi a spoločnosť, ktoré sú klasifikované ako kancelárie/iní, čo značí, že miera rastu zodpovedá celkovej hodnote.

* Ukazovateľ rastu maloobchodných tržieb (bez automobilového priemyslu/pohonných hmôt/stravovacích služieb)

† Ukazovateľ váženého priemeru bežného tovaru/potravin/produktov pre zdravie a osobnú starostlivosť/predaj mimo obchodu

‡ Ukazovateľ marcového rastu priemyselnej produkcie

v segmente logistických nehnuteľností prekonal národný priemer o 730 základných bodov, s poklesom o 1,4 %, pričom maloobchod ako celok zaznamenal pokles o 8,7 %.

Segmenty s rizikom. V dôsledku zmeny správania spotrebiteľov čelia niektoré priemyselné odvetvia náročným výzvam. Podiel zákazníkov priamo zasiahnutých krízou (predaj áut, cestovanie/cestovný ruch/organizovanie veľkých podujatí/zábavný priemysel, reštaurácie, obchodné domy, letectvo/ropa a plyn) dosahuje v zákazníckej základni nízku úroveň 3-4 %. Uvedené odvetvia budú v niektorých svojich segmentoch pravdepodobne čeliť výzvam, obzvlášť zo strany malých a stredných podnikov, ktoré bez ohľadu na podporu vlády nemajú dostatočnú operatívnu flexibilitu, aby mohli čeliť dôsledkom pandémie. Firmy, ktoré majú významné zastúpenie týchto zákazníkov, pôsobia hlavne v odvetviach dopravy/distribúcie, potravinárstva a nápojov, prípadne odevov/športového vybavenia.

- **Automobilový priemysel.** Zákazníci v automobilovom priemysle (~ 6 % zákazníckej základne) čelili ťažkostiam na strane ponuky už pri pozastavení prác v Číne a boli zasiahnutí prudkým spomalením predaja v dôsledku nakupovania z domu a obmedzenia v cestovaní. Avšak z pohľadu zastúpenia v segmente logistických nehnuteľností je výrazná väčšina zákazníkov z automobilového sektoru zameraná skôr na servis existujúcich vozových parkov, než na predaj. To sa prejaví vyšším dopytom, keď sa návyky v cestovaní budú vracieť do normálu.
- **Cestovanie/cestovný ruch/spoločenské akcie/zábava.** Títo zákazníci spolu predstavujú približne 1 % zákazníckej základne s vysokou mierou koncentrácie na trhoch ako sú Stredná Florida, Las Vegas alebo Orange County.
- **Reštaurácie.** Zásobovatelia reštaurácií predstavujú menej ako 1 % logistickej zákazníckej základne, hoci niektorí zákazníci zo sektoru potravinárstva a nápojov pravdepodobne obsluhujú okrem reštaurácií aj predajne potravín.
- **Obchodné domy/oblečenie/športové vybavenie.** Obchodné domy tvoria menej ako 1 % zákazníckej základne. Segment odevov/športových potrieb predstavuje 6-7 %.
- **Ropa a plyn.** Spoločnosti zamerané na tieto komodity nie sú hlavným zdrojom dopytu po logistických nehnuteľnostiach. Spoločne tvoria menej ako 0,5 % zákazníckej základne.

Výstavba v ekonomickej fáze „stay-at-home“. Harmonogramy výstavby sa predlžujú. Projekty, ktoré sú už rozostavané alebo vopred prenajaté budú dokončené v krátkom časovom horizonte. Nová výstavba je výrazne obmedzená.

- **Praktické obmedzenia všeobecne spomaľujú tempo výstavby.** Výstavba je spomalená radom faktorov, napríklad: obmedzená dostupnosť pracovnej sily, náročné zabezpečovanie potrebných povolení a kontrol, nedostatok vybavenia a materiálov.
- **Odlišné právne obmedzenia.** V USA štyri štáty a niekoľko miest zakázali v čase písania tejto správy všetku výstavbu, ktorá nie je nevyhnutná. V Európe je v mnohých krajinách výstavba stále pozastavená, ale obmedzenia vo výrobe a stavebníctve sú medzi prvými, ktoré sa majú pomaly rušiť (napríklad v Španielsku).
- **Nová výstavba je značne obmedzená.** Vnímanie rizika nedostatočného zaplnenia nových priestorov spôsobilo, že mnoho vlastníkov nehnuteľností zastavilo plánovanú špekulatívnu výstavbu, vrátane projektov vo fáze tesne pred začatím.

Logistické nehnuteľnosti vo fáze zotavovania z COVID-19

Vzhľadom na to, že situácia sa naďalej vyvíja, očakávame, že dopyt po logistických nehnuteľnostiach bude utmienený. A to jednak kvôli pomalému oživovaniu hospodárstva alebo preto, že bude prevládať dopyt po iných odvetviach s cieľom zmierniť dopady krízy. V tejto fáze bude vývoj v segmente naďalej dôležitý, ale menej intenzívna ekonomická aktivita bude tiež znamenať, že odolnosť zákazníkov bude ešte viac závisieť od ich prístupu ku kapitálu a schopnostiach prevádzkovej flexibility.

- **Znovuotvorenie s obmedzeniami.** Tvrdo zasiahnuté odvetvia sa pravdepodobne ešte nejakú dobu nevrátia k bežnej prevádzke. Limity obsadenosti nastavené pre podniky poskytujúce služby, ako sú reštaurácie a zábavné zariadenia, môžu vo fáze zotavovania držať ich zisky naďalej znížené.
- **Návyky spojené s pobytom doma pretrvávajú.** Pôvodné spotrebiteľské návyky sa môžu vracieť pomaly. Príkladom je víkendová dopravná prevádzka v Číne, ktorá aj so zrušenými obmedzeniami zostáva výrazne pod úrovňou pred COVID-19. Preferovanie dovozu objednávok domov a domáceho stravovania môže byť trvalejšie. To by viedlo k pretrvávajúcemu dopytu po potravinách a základnom tovare, ktorý domácnosti potrebujú na zotrvanie v domácom režime. Výsledkom by bolo prostredie s vyššími nárokmi na objem prepraveného tovaru a zároveň strata výhod plynúcich zo spotrebnej rozmanitosti spojenej s dochádzaním za prácou či školou.

VÝKON SEKTORU PODĽA POSLEDNÝCH ZÁZNAMOV

PODNIKATEĽSKÝ SEKTOR ZÁKAZNÍKA	PODIEL V ZÁKAZNÍCKEJ ZÁKLADNI (%)	RAST, DVE PREDCHÁDZAJÚCE RECESIE (MEDZIMESAČNÝ, %)	VÁŽENÁ MIERA RASTU (%)
MALOOBCHOD CELKOVO		-6,1	
LOGISTIKA, PRIEMER		-2,8	
Diverzifikovaný maloobchod	8,5	+13,5	+1,1
Zdravotníctvo	4,8	+8,0	+0,4
Potraviny a nápoje	10,9	+3,7	+0,4
Reštaurácie	1,2	+1,7	+0,0
Doprava/prepravné služby *	13,1	-1,4	-0,2
Športové potreby	3,9	-2,7	-0,1
Autodiely	7,0	-3,1	-0,2
Spotrebný tovar†	9,0	-3,6	-0,3
Obaly/papier‡	5,6	-3,6	-0,2
Obchodné domy	0,6	-5,9	-0,0
Oblečenie	3,9	-6,9	-0,3
Priemysel/stroje‡	7,2	-9,6	-0,7
Stavebníctvo/majstrovanie	7,8	-9,7	-0,8
Elektronika/spotrebiče	9,8	-11,3	-1,1
Domáce potreby	6,3	-12,3	-0,8
Predaj áut	0,3	-19,4	-0,1

Poznámka: Zákaznícka základňa nezahŕňa poskytovateľov logistických služieb s viacerými zákazníkmi a spoločnosti, ktoré sú klasifikované ako kancelárie/iní, čo značí, že miera rastu zodpovedá celkovej hodnote.

* Ukazovateľ rastu maloobchodných tržieb (bez automobilového priemyslu/pohonných hmôt/stravovacích služieb)

† Ukazovateľ váženého priemeru bežného tovaru/potravin/produktov pre zdravie a osobnú starostlivosť/predaj mimo obchodu

‡ Ukazovateľ rastu priemyselnej produkcie

- **Tovar, bez ktorého sa dá zaobiť, charakterizujú typické cyklické vzory.** Keď sa dôvera spotrebiteľov naruší, klesá pravdepodobnosť rozsiahleho nakupovania produktov, ktoré nie sú nevyhnutné pre život. Všeobecne platí, že firmy predávajúce autá, domáce potreby, elektroniku/prístroje a odevy/športové potreby vykazujú značné straty.

Predchádzajúci vývoj v segmentoch maloobchodného predaja dokazuje odolnosť sektoru logistických nehnuteľností. Veľký dôraz na zabezpečenie základných denných potrieb sa prejavil naprieč zákazníkmi logistických nehnuteľností aj v raste tržieb počas posledných dvoch recesií. Priemerný kumulatívny pokles najvyššej úrovne v jednotlivých kategóriách odhaľuje významný rast diverzifikovaných výdavkov na maloobchod, zdravotníctvo, potraviny a nápoje. Celkovo odvetvia zastúpené v logistických nehnuteľnostiach prekonali národný priemer o 330 základných bodov. Maloobchodný predaj poklesol o 2,8 %, zatiaľ čo na národnej úrovni pokles predstavoval 6,1 %.

Výstavba počas fázy zotavovania. Výrazné zníženie kapacít a zvýšenie citlivosti na riziká vo fáze „stay-at-home“ ekonomiky budú aj počas zotavovania ovplyvňovať stavebnú aktivitu. Podľa prieskumu uskutočneného organizáciou Associated General Contractors of America, v dňoch 6.-9. apríla, približne 40 % stavebných firiem v dôsledku pandémie COVID-19 nariadilo dovolenku alebo prepúšťalo svojich zamestnancov.⁷ Naďalej bude pravdepodobne ťažké zabezpečiť financovanie stavieb, čo obmedzí novú špekulatívnu výstavbu. Kým nebude k dispozícii vakcína na širokú distribúciu, pravdepodobne budú na staveniskách zavedené bezpečnostné opatrenia, ktoré by mohli ďalej predlžovať harmonogramy výstavby.

Záver

Diverzita podporuje odolnosť. Zákaznícka základňa odvetvia logistických nehnuteľností pozostáva zo spoločností, ktorým aktuálne zmeny v spotrebiteľskom správaní prinášajú rad výhod, ale aj výziev. V konečnom súčte predaje prekonávajú maloobchodné odvetvie ako celok.

- V súčasnej ekonomickej situácii, keď väčšina ľudí pracuje z domova, rastie dopyt vo veľkých spotrebiteľských odvetviach, ako sú potraviny a nápoje, diverzifikovaný maloobchod, spotrebný tovar a doprava/distribúcia. Údaje z maloobchodného sektoru ukazujú, že približne 60 % odvetví zastúpených medzi zákazníkmi logistických nehnuteľností rastie, zatiaľ čo 40 % zápasí s obmedzeniami.
- Vo fáze zotavovania by sa zákazníci, ktorí boli schopní prispôsobiť sa novým vzorcom správania spotrebiteľov, mali čoraz viac zameriavať na optimalizáciu svojich dodávateľských reťazcov na „novú normu“, vrátane opätovného posúdenia ideálneho pomeru medzi objemom zásob a predajom. Z hľadiska maloobchodných predajov sa počas recesií historicky lepšie darí zákazníkovi, ktorí podnikajú s tovarom každodennej potreby.

V našej ďalšej správe sa budeme zaoberať poučeniami plynúcimi z pandémie so zameraním na kľúčové zákaznícke odvetvia a dlhodobější dopady, akými sú úroveň zásob, e-fullfilment alebo stratégia sourcingu.

Poznámky

1. Vývoj vo výnosoch používame pre ilustráciu relatívneho rastu odvetvia. Môže informovať o miere rastu dopytu po logistických nehnuteľnostiach, ale nie je dokonalým ukazovateľom. Všetky zmienky o zákaznickej základni odkazujú na globálne portfólio Prologis, ktoré sa líši od celého trhu.
2. Výpočty Prologis Research na základe dát U.S. Census
3. Posledné dve recesie počas kalendárnych rokov 2002 a 2009
4. Na základe globálneho portfólia Prologis k 15. aprílu 2020
5. Správa U.S. Census Advance Retail Sales z marca 2020
6. Portfólio Prologis, podľa základného nájomného
7. https://www.agc.org/sites/default/files/Files/Communications/2020_Coronavirus_FourthEditionFinal_.pdf

Výhladové vyhlásenia

Tento materiál nesmie byť vykladaný ako ponuka predaja cenných papierov alebo ako žiadosť o ponuku kúpy cenných papierov. Na základe tohto materiálu sa neočakáva žiadna akcia. Ide len o všeobecnú informáciu o zákazníkoch Prologis.

Táto správa je čiastočne založená na verejne dostupných informáciách, ktoré považujeme za dôveryhodné, avšak neuádzame, že tieto informácie sú presné alebo úplné a teda že by sa na nich malo spoliehať. Správa neobsahuje žiadne vyhlásenie o presnosti a úplnosti informácií v nej obsiahnutých. Vyjadrené názory sú platné iba k dátumu správy. Spoločnosť Prologis odmieta akúkoľvek zodpovednosť za túto správu, a to najmä vo veci priamych alebo nepriamych záruk, výpovedí, chýb alebo opomenutí obsiahnutých v správe.

Odhady, predpovede alebo predpoklady obsiahnuté v tomto dokumente sú výhladovými vyhláseniami. Hoci sa domnievame, že očakávania uvedené vo výhladových vyhláseniach sú primerané, nemôžeme zaručiť, že sú ako také správne. Odhady môžu byť ovplyvnené známymi aj neznámymi rizikami, neistotami a ďalšími faktormi, ktoré môžu viesť k tomu, že sa skutočné výsledky budú výrazne líšiť od predpokladaných. Výhladové vyhlásenia sú platné iba k dátumu správy. Jednoznačne odmietame povinnosť aktualizovať alebo meniť výhladové vyhlásenia obsiahnuté v tomto dokumente v súlade s našimi očakávaniami alebo zmenami okolností.

Bez predchádzajúceho písomného súhlasu spoločnosti Prologis nemôže byť žiadna časť tohto materiálu (i) rozmnožovaná, fotografovaná alebo akoukoľvek inou formou duplikovaná alebo (ii) ďalej šírená.

O výskumnom oddelení Prologis Research

Výskumné oddelenie Prologis Research sa zaoberá základnými a investičnými trendmi a potrebami zákazníkov spoločnosti Prologis, aby mohlo byť nápomocné pri zisťovaní príležitostí a prispieť k vyhnutiu sa rizikám naprieč štyrmi kontinentmi. Tím sa podieľa na rozhodovaní o investíciách a dlhodobých strategických iniciatívach, vydáva tiež vlastnú bielu knihu a ostatné výskumné správy. Spoločnosť Prologis publikuje výskum o dynamike trhov ovplyvňujúcich podnikanie jej zákazníkov, vrátane aspektov globálnych dodávateľských reťazcov a vývoja v logistike a realitných odvetviach. Výskumný tím Prologis spolupracuje so všetkými oddeleniami spoločnosti s cieľom uľahčovať vstup spoločnosti Prologis na nové trhy, jej expanziu, akvizície a rozvojové stratégie.

O spoločnosti Prologis

Prologis, Inc. je globálny líder v oblasti logistických nehnuteľností, ktorý sa zameriava na trhy s vysokým rastom a vysokými prekážkami vstupu. K 31. marcu 2019 spoločnosť vlastnila (či už samostatne alebo formou spoločných investičných podnikov) nehnuteľnosti a developerské projekty s celkovou očakávanou rozlohou približne 965 miliónov stôp štvorcových (90 miliónov metrov štvorcových) v 19 krajinách.

Prologis prenajíma moderné distribučné priestory pestrej škále približne 5 500 zákazníkov z dvoch hlavných oblastí: business-to-business a retailového/online fulfillmentu.