Instytut Rozwoju Gospodarczego

SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA

W WARSZAWIE

Katarzyna Majchrzak

KONIUNKTURA W HANDLU

III kwartał 2015

PL ISSN 2392-3709

Badanie okresowe nr 87

BADANIA KONIUNKTURY GOSPODARCZEJ INSTYTUTU ROZWOJU GOSPODARCZEGO SGH

Rada Programowa:
Elżbieta Adamowicz (przewodnicząca), Joanna Klimkowska (sekretarz),
Marco Malgarini, Gernot Nerb, Ataman Ozyildrim, Janusz Stacewicz, István János Tóth

Komitet Redakcyjny i adres redakcji:
Konrad Walczyk (redaktor naczelny)
Katarzyna Majchrzak
Agnieszka Danelczyk

ul. Rakowiecka 22, 02-521 Warszawa
www.sgh.waw.pl/irg

Wydawnictwo:
Szkoła Główna Handlowa w Warszawa
al. Niepodległości 162, 02-554 Warszawa

Wersja elektroniczna czasopisma jest wersją pierwotną

Publikacja została zrecenzowana zgodnie z wytycznymi MNiSW

©Copyright by Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2015
Wszelkie prawa zastrzeżone. All rights reserved.

ISSN 2392-3709

Nr rej. PR 18397

Prenumerata:
Informacje dotyczące zamówień na prenumeratę pliku pdf znajdują się na stronie
www.sgh.waw.pl/instytuty/irg/warunki-prenumeraty

SPIS TREŚCI

I. UWAGI WSTĘPNE, METODYKA BADANIA 4

II. WSKAŹNIKI KONIUNKTURY 6
1. Ogólny wskaźnik koniunktury 6
2. Wskaźnik koniunktury w hurcie i w detalu 7
3. Wskaźnik koniunktury według wielkości ośrodków działania przedsiębiorstw 7
4. Wskaźnik koniunktury według grup zatrudnienia 8
5. Wskaźnik koniunktury według wybranych dziedzin działalności handlowej 9

III. WYNIKI BADANIA I WNIOSKI 10
1. Wnioski ogólne 10
2. Prezentacja wyników badań, zestawienie sald 13

IV. SUMMARY 25

I. UWAGI WSTĘPNE, METODYKA BADANIA

Badania koniunktury gospodarczej metodą testu są prowadzone w celu uzyskania informacji o stanie gospodarki. Do głównych zalet tych badań należą szybkość pozyskiwania informacji oraz ich aktualność. Jednym z ośrodków prowadzących badania koniunktury gospodarczej jest Instytut Rozwoju Gospodarczego SGH (IRG SGH). Instytut rozpoczął badania koniunktury w 1986 roku, korzystając z doświadczeń wiodących europejskich ośrodków: ISCO (*Istituto Nazionale per lo Studio Della Congiuntura*, obecnie ISAE) z Rzymu i IFO (*Institut für Wirtschaft*) z Monachium. Obecnie w IRG SGH prowadzone są badania koniunktury w przemyśle przetwórczym, rolnictwie, budownictwie, handlu, bankowości oraz badania kondycji gospodarstw domowych. Badanie koniunktury w handlu prowadzone jest nieprzerwanie od października 1993 roku.

Dane gromadzone w badaniach koniunktury są wykorzystywane zarówno do oceny bieżących zmian poziomów aktywności gospodarczej, jak również długookresowych trendów rozwojowych. Ponadto mogą być one również wykorzystywane do porównań międzynarodowych dzięki wykorzystaniu standaryzowanych narzędzi badawczych.

Źródłem informacji dla prowadzonych badań są odpowiedzi przedsiębiorstw handlowych, które dobrowolnie uczestniczą w badaniu. Gwarantuje to niezależność pozyskiwania informacji. Próba przedsiębiorstw do badań dobierana jest losowo (po dokonaniu warstwowania w populacji generalnej przedsiębiorstw), tak aby zapewnić jej reprezentatywność ze względu na podstawowe cechy populacji. Pytania kierowane do przedsiębiorstw handlowych mają charakter jakościowy.

Respondenci regularnie dokonują oceny poszczególnych zmiennych charakteryzujących w sposób wielowymiarowy działalność gospodarczą. Co kwartał przedmiotem badania są:

- zmiany ogólnej sytuacji przedsiębiorstw,
- sytuacja finansowa przedsiębiorstw,
- zapasy,
- zakupy od dostawców krajowych,
- zakupy od dostawców zagranicznych,
- zatrudnienie,
- ceny,
- konkurencja pomiędzy przedsiębiorstwami,
- ilość (wolumen) sprzedawanych towarów,
- powierzchnia magazynowa,
- ocena ogólnej sytuacji przedsiębiorstw,
- czynniki ograniczające polepszenie sytuacji przedsiębiorstw.

Dokonując oceny zmian, jakie nastąpiły w badanych obszarach działalności gospodarczej, respondenci wyróżniają dla każdego zjawiska trzy sytuacje:

- stan typowy (bez zmian),
- pogorszenie sytuacji (spadek) oraz
- polepszenie sytuacji (wzrost).

W każdym pytaniu ankiety respondenci oceniają według tego schematu zarówno sytuację bieżącą (stan), jak i przewidywania na najbliższe 6 miesięcy (prognoza). Nowy kwartał oceniany jest na początku, a nie na końcu danego kwartału.

Podstawą do oceny zjawiska są statystyki bilansowe (salda), obliczane dla wszystkich pytań ankiety jako różnice między odsetkiem odpowiedzi stwierdzających poprawę stanu a odsetkiem odpowiedzi stwierdzających jego pogorszenie, ważone wielkością zatrudnienia. Salda te przybierają wartości od -100 do +100. Na ich podstawie dokonywana jest ocena dynamiki poszczególnych zmiennych badanych w teście koniunktury.

Syntetyczną oceną koniunktury w handlu jest wskaźnik koniunktury liczony metodą IRG według następującego wzoru:

$$H = \frac{M + N - J}{3}$$

gdzie:

M − saldo zmian w wielkości sprzedaży w handlu w kolejnych 6 miesiącach następujących po miesiącu, w którym przeprowadzono badanie;

N − saldo zakupów towarów od dostawców krajowych i zagranicznych razem, dokonywanych przez przedsiębiorstwa handlowe w kolejnych 6 miesiącach następujących po miesiącu, w którym przeprowadzono badanie

J − saldo odpowiedzi na pytanie o stan zapasów w miesiącu, w którym przeprowadzono badanie.

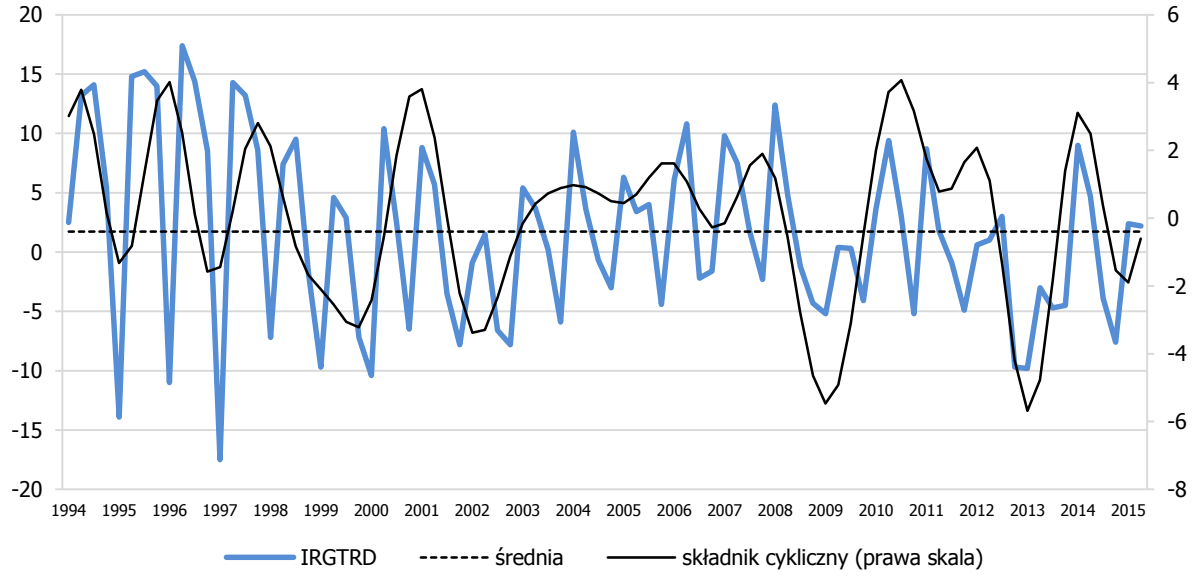
Wyniki ankiety są obliczane dla całego kraju w następujących przekrojach:

- charakter prowadzonej działalności (hurt, detal),
- wielkość ośrodków, w których prowadzą swoją działalność,
- wielkość przedsiębiorstw mierzona liczbą zatrudnionych,
- dziedziny działalności handlowej (branże).

Opracowanie przedstawia wyniki 87 edycji badania koniunktury w polskim handlu wewnętrznym i dotyczy przebiegu koniunktury w trzecim kwartale 2015 roku oraz prognozy na najbliższe sześć miesięcy. W badaniu uczestniczyło 156 przedsiębiorstw handlowych.

II. WSKAŹNIKI KONIUNKTURY

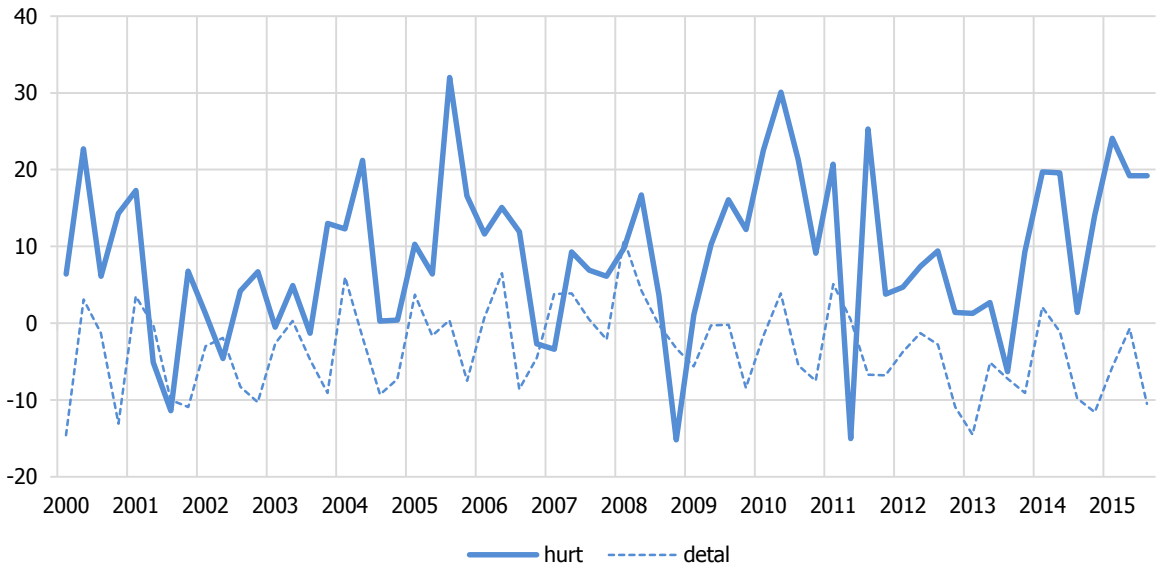
1. Ogólny wskaźnik koniunktury w handlu



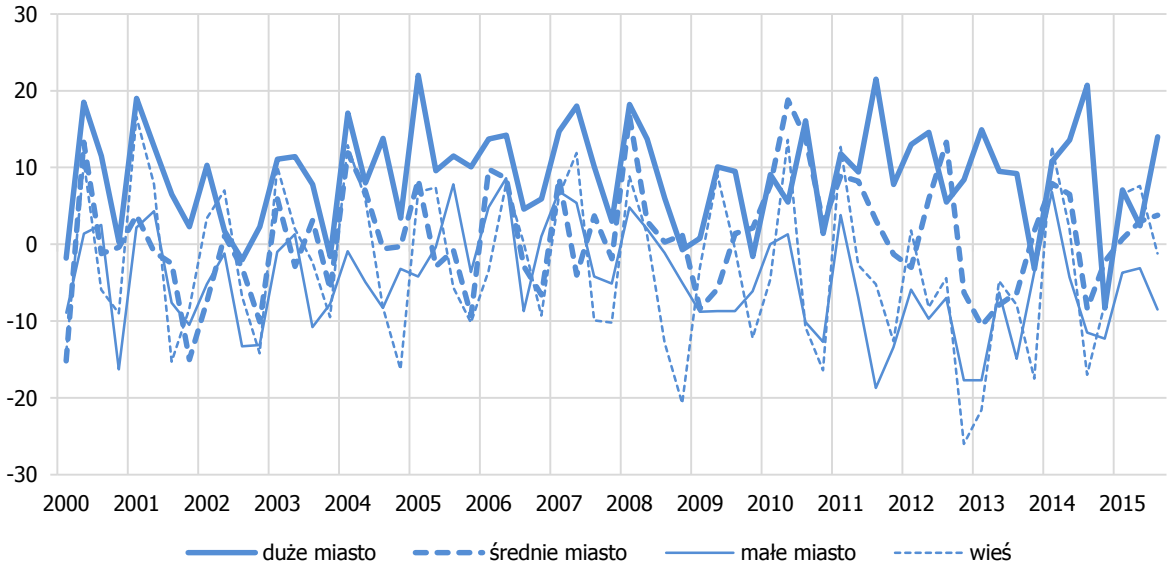
Wskaźnik koniunktury w polskim handlu wewnętrznym od I kwartału 2000 r. do III kwartału 2015 r.

Lata	Q1	Q2	Q3	Q4
2015	2,4	2,2	**1,3**	
2014	9,0	4,7	-3,9	-7,6
2013	-9,8	-3,0	-4,7	-4,5
2012	0,6	1,0	3,0	-9,7
2011	8,7	1,8	-0,9	-4,9
2010	3,6	9,4	3,1	-5,2
2009	-5,2	0,4	0,3	-4,1
2008	12,4	4,7	-1,2	-4,3
2007	9,8	7,5	1,7	-2,3
2006	6,1	10,8	-2,3	-1,6
2005	6,3	3,4	4,0	-4,4
2004	10,1	3,6	-0,7	-3,0
2003	5,4	3,7	0,2	-5,9
2002	-0,9	1,5	-6,6	-7,8
2001	8,8	5,7	-3,5	-7,8
2000	-10,4	10,4	2,4	-6,5

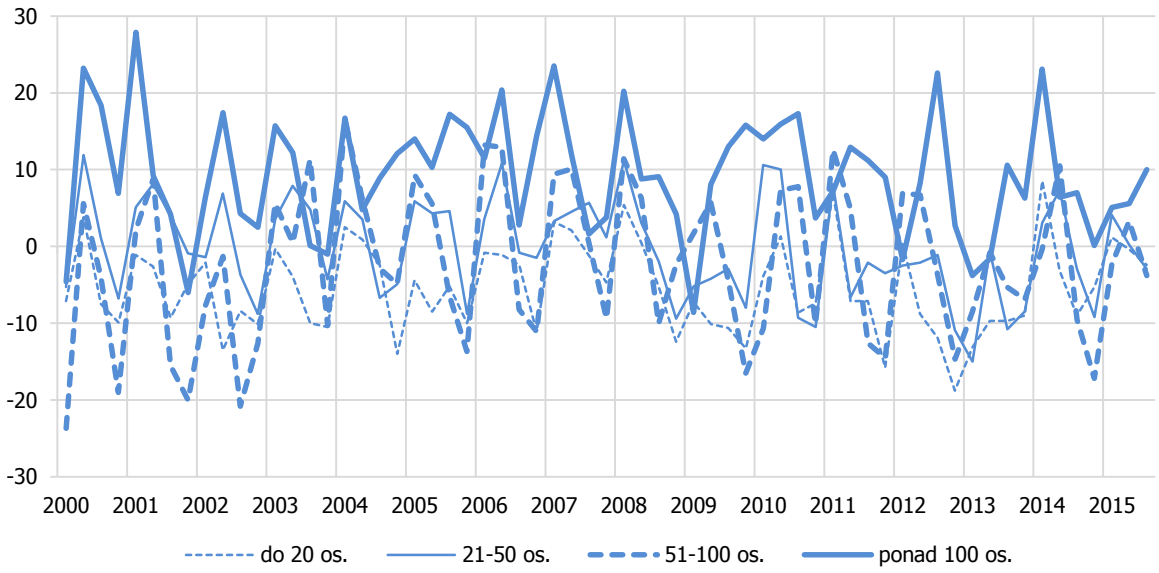
2. Wskaźnik koniunktury w hurcie i detalu



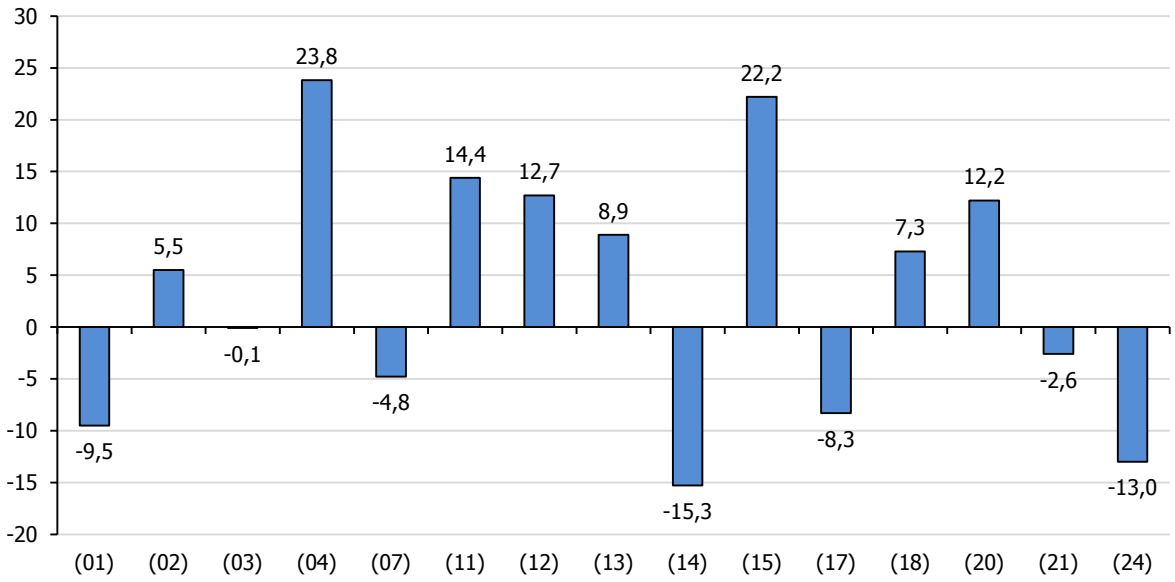
3. Wskaźnik koniunktury według wielkości ośrodków działania przedsiębiorstw



4. Wskaźnik koniunktury według grup zatrudnienia



5. Wskaźniki koniunktury według wybranych dziedzin działalności handlowej



(01) artykuły z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych (niewyspecjalizowane punkty)
(02) pozostała sprzedaż (niewyspecjalizowane punkty)
(03) artykuły wielobranżowe (np. markety, supermarkety)
(04) owoce i warzywa
(07) pieczywo, ciasta, wyroby mączne i cukiernicze
(11) artykuły i sprzęt gospodarstwa domowego oraz RTV
(12) wyroby farmaceutyczne, medyczne, kosmetyki i artykuły toaletowe
(13) wyroby włókiennicze i odzież
(14) obuwie i wyroby skórzane
(15) meble i sprzęt oświetleniowy
(17) drobne artykuły metalowe, farby, szkło
(18) pojazdy mechaniczne i części oraz akcesoria do nich
(20) paliwa i chemikalia przemysłowe
(21) płody rolne i żywe zwierzęta
(24) pozostała sprzedaż (punkty wyspecjalizowane)

III. WYNIKI BADANIA I WNIOSKI

1. Wnioski ogólne

1. Koniunktura w handlu w III kwartale 2015 r. w stosunku do poprzedniego kwartału uległa nieznacznemu pogorszeniu. Wartość wskaźnika koniunktury IRG SGH (IRGTRD) zmniejszyła o 0,9 punktu i obecnie wynosi +1,3 pkt. Jest jednak wyższa od średniej dla trzeciego kwartału z ostatnich dziesięciu lat (wynosi ona -0,4 pkt.) oraz od poziomu odnotowanego przed rokiem (-3,9 pkt.).

2. W przekroju według wielkości przedsiębiorstwa, mierzonej liczbą zatrudnionych, odnotowano wzrost wartości wskaźnika jedynie dla dużych przedsiębiorstw handlowych zatrudniających powyżej 100 pracowników – z poziomu +5,6 pkt. do +10,0 pkt. Dla pozostałych grup przedsiębiorstw otrzymano następujące wartości wskaźnika: -2,4 pkt. dla przedsiębiorstw zatrudniających do 20 osób, -2,9 pkt. dla przedsiębiorstw zatrudniających od 21 do 50 pracowników oraz -3,8 pkt. dla przedsiębiorstw zatrudniających od 51 do 100 osób.

3. Poprawę koniunktury zaobserwowano jedynie dla przedsiębiorstw zajmujących się wszystkimi formami sprzedaży (detaliczną, hurtową i mieszaną) – wzrost z +2,2 pkt. do +12,0 pkt. W przypadku przedsiębiorstw prowadzących działalność detaliczną wskaźnik osiągnął wartość ujemną i niższą niż w poprzednim kwartale (-10,5 pkt. w III kwartale vs -0,7 pkt. w II kwartale). Bez zmian pozostał wskaźnik koniunktury dla przedsiębiorstw handlu hurtowego (+19,2 pkt.).

4. Wartość wskaźnika koniunktury w przekroju według wielkości ośrodków, w których działają przedsiębiorstwa handlowe, zwiększyła się w ciągu ostatniego kwartału dla przedsiębiorstw handlowych funkcjonujących w dużych i średnich miastach. Najwyższy wzrost odnotowano dla przedsiębiorstw z dużych miast (wzrost o 11,6 pkt., z +2,4 pkt. do +14,0 pkt.). Był to zarazem najwyższy wskaźnik koniunktury w tym przekroju. Z kolei najniższą wartość (-8,5 pkt.) odnotowano dla firm działających w małych miastach. Wskaźnik koniunktury dla przedsiębiorstw funkcjonujących na wsi był ujemny (-1,2 pkt.).

5. Zmiany wartości wskaźników koniunktury w poszczególnych branżach były zróżnicowane. W większości branż odnotowano wzrosty; największe w następujących branżach: wyrobów włókienniczych i odzieży, wyrobów farmaceutycznych, medycznych, kosmetyków i artykułów toaletowych oraz artykułów i sprzętu gospodarstwa domowego oraz RTV. Najwyższe aktualne salda wskaźników koniunktury w badanym kwartale odnotowano z kolei w branżach: meblarskiej, artykułów i sprzętu gospodarstwa domowego, RTV, jak również wyrobów farmaceutycznych, medycznych, kosmetyków i artykułów toaletowych oraz paliw i chemikaliów przemysłowych. Natomiast w najtrudniejszej sytuacji były przedsiębiorstwa zajmujące się handlem: obuwiem i wyrobami skórzanymi, artykułami z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych (niewyspecjalizowane punkty), drobnymi artykułami metalowymi, farbami i szkłem.

6. Choć ogólny wskaźnik koniunktury w handlu nieznacznie zmniejszył się w stosunku do poziomu z poprzedniego kwartału, zwiększyły się salda odpowiedzi na pytania dotyczące: zmian ogólnej sytuacji oraz sytuacji finansowej przedsiębiorstw handlowych, poziomu zakupów od dostawców krajowych i zagranicznych, wysokości zatrudnienia oraz wolumenu sprzedawanych towarów. Przedsiębiorcy są optymistycznie nastawieni i ocenili swoją ogólną kondycję jako dobrą. Przewidywania dotyczące ogólnej sytuacji w najbliższych 6 miesiącach są również pozytywne.

7. Od początku naszych badań niezmiennie cztery czynniki ograniczały poprawę sytuacji przedsiębiorstw handlowych: konkurencja, koszty zatrudnienia pracowników, niedostateczny popyt

oraz wysokość oprocentowania kredytów. W III kwartale trzy pierwsze czynniki pozostały bez zmian, natomiast na kolejnych miejscach uplasowały się: powierzchnia sprzedaży, inne (czynniki), możliwość uzyskania kredytów oraz niedostateczna podaż. Dopiero ósme miejsce zajął czynnik - wysokość oprocentowania kredytów. W porównaniu z drugim kwartałem 2015 r. zwiększył się odsetek przedsiębiorstw uważających konkurencję (z 70,2 % do 78,8 %), koszty zatrudnienia pracowników (z 54,0 % do 59,2 %) oraz wysokość oprocentowania kredytów (z 7,0 % do 7,7 %) za bariery poprawy sytuacji. Spadł natomiast odsetek przedsiębiorstw wskazujących na niedostateczny popyt (z 52,1 % do 46,6 %) jako czynnik ograniczający ich rozwój.

8. Saldo odpowiedzi na pytanie dotyczące zmiany ogólnej sytuacji przedsiębiorstw handlowych zwiększyło się w stosunku do II kwartału 2015 r. o 1,0 punkt i osiągnęło wartość 2,3 pkt. Saldo to było również wyższe niż w analogicznym okresie ubiegłego roku (-5,9 pkt. w III kwartale 2014 r.).

9. Ocena ogólnej sytuacji przedsiębiorstw handlowych przełożyła się na ich sytuację finansową. Saldo odpowiedzi na pytanie o zmianę sytuacji finansowej było o 1,3 pkt. wyższe niż kwartał wcześniej oraz o 10,5 pkt. wyższe niż przed rokiem i wyniosło 1,0 punkt. Na bieżące saldo złożył się następujący rozkład odpowiedzi: 20,2 % badanych przedsiębiorstw uznało, że względem II kwartału 2015 r. ich sytuacja poprawiła się, 60,9 % respondentów stwierdziło, że ich sytuacja nie uległa zmianie, natomiast 18,9 % badanych odnotowało jej pogorszenie. Przedsiębiorstwa handlowe przewidują dalszą poprawę swojej sytuacji finansowej w najbliższych miesiącach.

10. W poprzednim kwartale przedsiębiorstwa handlowe wskazywały, iż stan utrzymywanych zapasów jest za wysoki i planowały jego obniżenie. Znalazło to odbicie w badaniach tego kwartału. Saldo poziomu zapasów zmniejszyło się w minionym kwartale o 1,0 punkt i wynosi 1,0 pkt. Było ono również niższe niż w analogicznym okresie ubiegłego roku (+1,8 punktu w III kwartale 2014 r.). Na obecne saldo złożył się następujący rozkład odpowiedzi: 18,7 % badanych przedsiębiorstw uznało, że ich zapasy się zwiększyły, 61,6 % nie zadeklarowało żadnych zmian w ich poziomie, a 19,7 % respondentów stwierdziło ich obniżenie. W najbliższych miesiącach przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się dalszego obniżenia poziomu zapasów.

11. W ciągu ostatniego kwartału odnotowano wzrost salda zakupów od dostawców krajowych z 5,8 pkt. do 7,2 pkt. Wartość ta była również wyższa od wartości zarejestrowanej w analogicznym okresie ubiegłego roku (-5,2 pkt.). Prognozy na najbliższe miesiące są również pozytywne – przedsiębiorstwa handlowe przewidują zwiększenie zakupów od dostawców krajowych.

12. O 1,7 punktu zmniejszyło się w ciągu kwartału saldo zakupów od dostawców zagranicznych (z poziomu -6,4 pkt. do -8,1 pkt.). Było ono wyższe od salda zanotowanego w analogicznym okresie ubiegłego roku (wynosiło ono wówczas -18,2 pkt.). Na bieżące saldo złożył się następujący rozkład odpowiedzi: 11,2 % respondentów w III kwartale 2015 r. zwiększyło – w porównaniu z II kwartałem 2015 r. – zakupy od dostawców zagranicznych, 69,5 % utrzymało je na dotychczasowym poziomie, natomiast 19,3 % zmniejszyło je. Zakupy od dostawców zagranicznych asymetrycznie reagują na zmiany koniunktury, tzn. maleją przy spadku koniunktury i powoli zmieniają się wraz z jej poprawą. Zdaniem przedsiębiorców, w kolejnych miesiącach sytuacja nie ulegnie poprawie (saldo oczekiwań wynosi -5,7 pkt.).

13. Pomimo iż wartość salda odpowiedzi na pytanie dotyczące zatrudnienia zwiększyła się względem minionego kwartału (wzrost o 1,6 punktu), pozostała ujemna (-1,0 pkt). Była ona również znacznie wyższa niż przed rokiem (-22,4 pkt. w III kwartale 2014 r.). Przedsiębiorstwa spodziewają się dalszego spadku zatrudnienia w nadchodzących miesiącach.

14. W III kwartale 2015 r. w 28,5 % przedsiębiorstw handlowych ceny wzrosły w porównaniu z II kwartałem 2015 r. (w tym: w 7,4 % o więcej procent, w 10,7 % o tyle samo procent, a w 10,4 % o mniej procent), w 57,9 % nie zmieniły się, natomiast w 13,6 % obniżyły się. Przedsiębiorstwa spodziewają się dalszego wzrostu cen w kolejnym kwartale.

15. W ostatnich trzech miesiącach nieznacznie zwiększył się wolumen sprzedawanych towarów (o 1,0 punkt). Saldo było dodatnie (2,0 punkty) i nieco wyższe niż przed rokiem (-1,1 punktu w III kwartale 2014 roku.). Na obecne saldo złożył się następujący rozkład odpowiedzi: 24,8 % przedsiębiorstw handlowych uznało, że w III kwartale 2015 r. względem II kwartału 2015 r. wolumen sprzedawanych przez nie towarów zwiększył się, 52,4 % respondentów stwierdziło, iż utrzymał się on na tym samym poziomie, natomiast u 22,8 % ankietowanych nastąpił spadek. Przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się wzrostu wielkości sprzedaży w najbliższym kwartale.

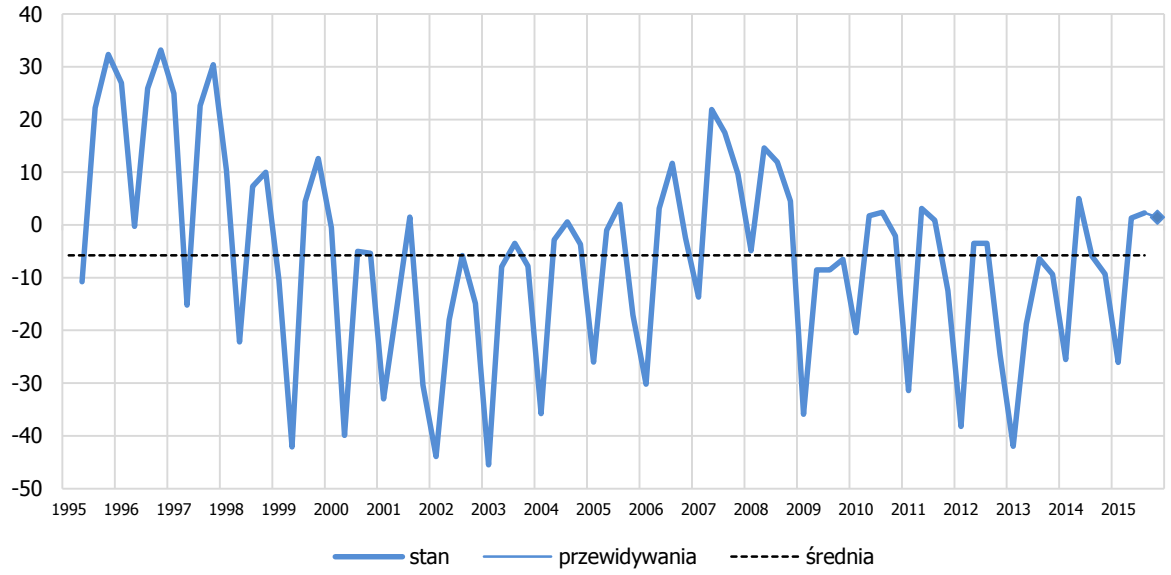
16. Ogólna powierzchnia magazynowa zmniejszyła się w ciągu kwartału (spadek salda o 2,8 pkt., z poziomu +1,9 pkt. do -0,9 pkt.). W skali roku nastąpił jednak niewielki wzrost salda (-0,2 pkt.). Przedsiębiorcy przewidują wzrost wielkości powierzchni magazynowej w kolejnym kwartale.

17. Ogólna sytuacja przedsiębiorstw handlowych w III kwartale 2015 r. została przez nie oceniona jako dobra i saldo odpowiedzi na to pytanie wyniosło +18,2 punktu. Na obecne saldo złożył się następujący rozkład odpowiedzi: 30,1 % badanych przedsiębiorstw uznało ogólną kondycję swojego przedsiębiorstwa za dobrą, 57,9 % ankietowanych za średnią, natomiast 11,9 % za słabą. Przedsiębiorstwa handlowe przewidują dalszą poprawę swojej ogólnej sytuacji ekonomicznej.

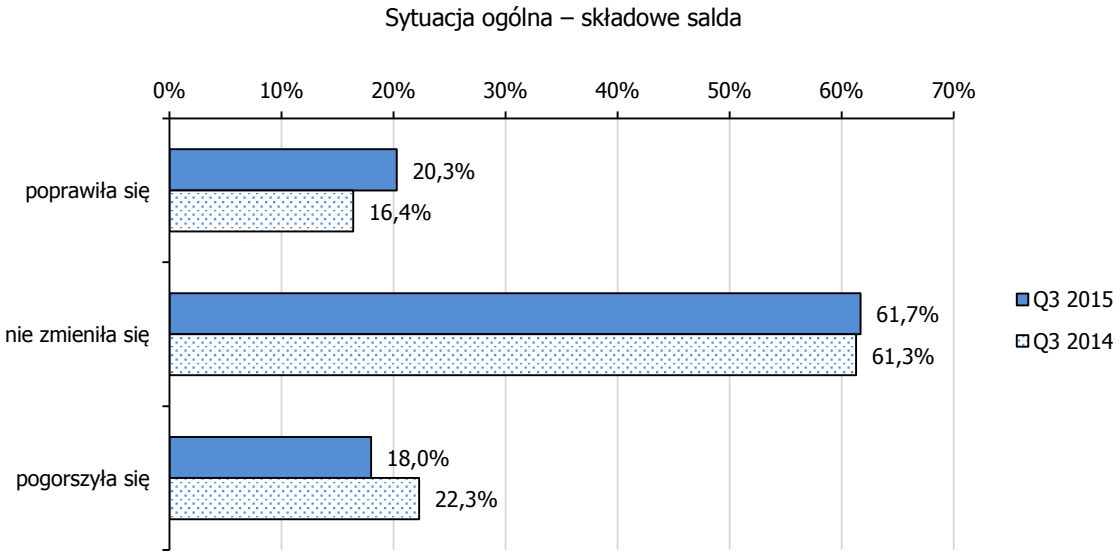
18. Od wielu lat na wysokim poziomie utrzymuje się dodatnie saldo odpowiedzi na pytanie dotyczące wzrostu konkurencji dla badanych przedsiębiorstw handlowych. W tej edycji badania wzrosło ono w stosunku do poprzedniego kwartału o 0,9 punktu i osiągnęło wartość +43,7 pkt. Na bieżące saldo składa się następujący rozkład odpowiedzi: 45,3 % ankietowanych przedsiębiorstw uznało, że w III kwartale 2015 r. względem II kwartału 2015 r. konkurencja dla nich wzrosła, 53,1 % nie zaobserwowało zmiany, a 1,6 % respondentów stwierdziło, że konkurencja dla nich zmniejszyła się. Pomimo trwających tendencji koncentracyjnych polski handel wciąż jest mocno rozdrobniony. Przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się niewielkiego spadku zagrożenia ze strony konkurencji w najbliższych miesiącach.

2. Prezentacja wyników badań i zestawienie sald

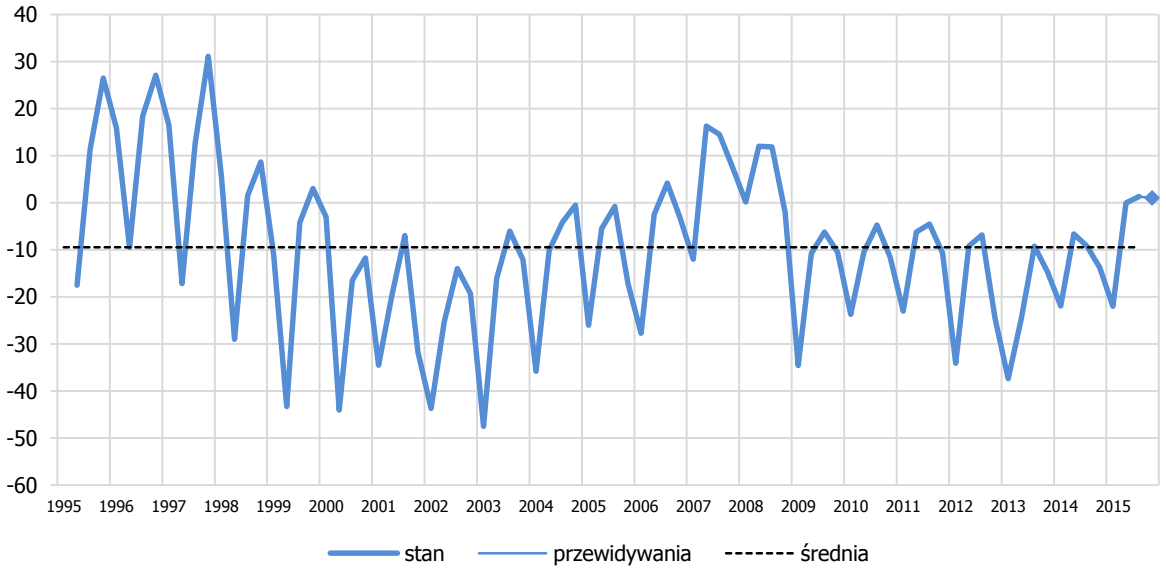
SYTUACJA OGÓLNA PRZEDSIĘBIORSTW HANDLOWYCH



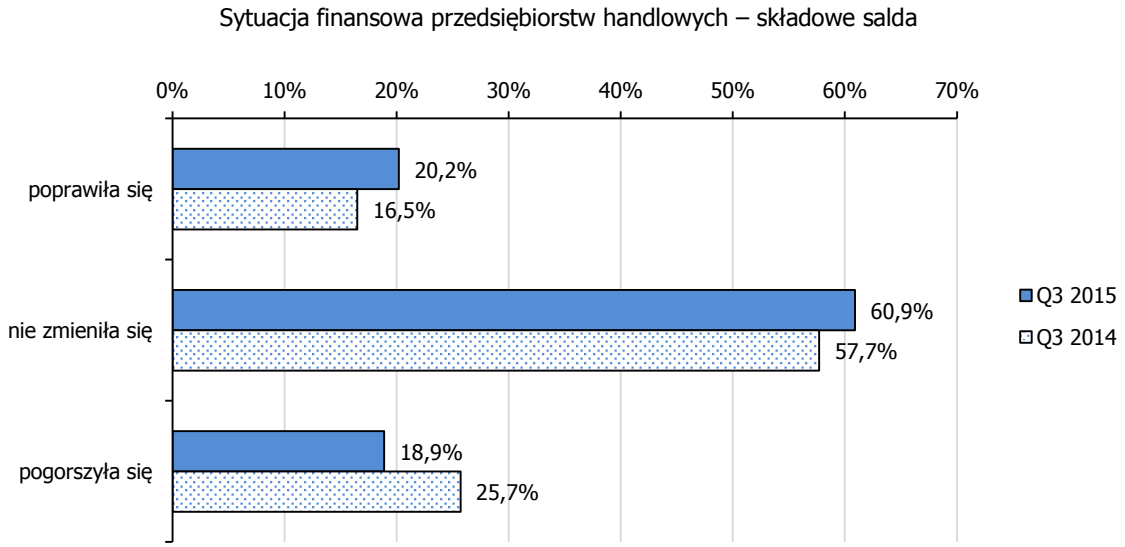
sytuacja ogólna	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
stan	5,0	-5,9	-9,3	-26,1	1,3	2,3
przewidywania	11,4	6,5	-11,3	4,4	14,3	1,4



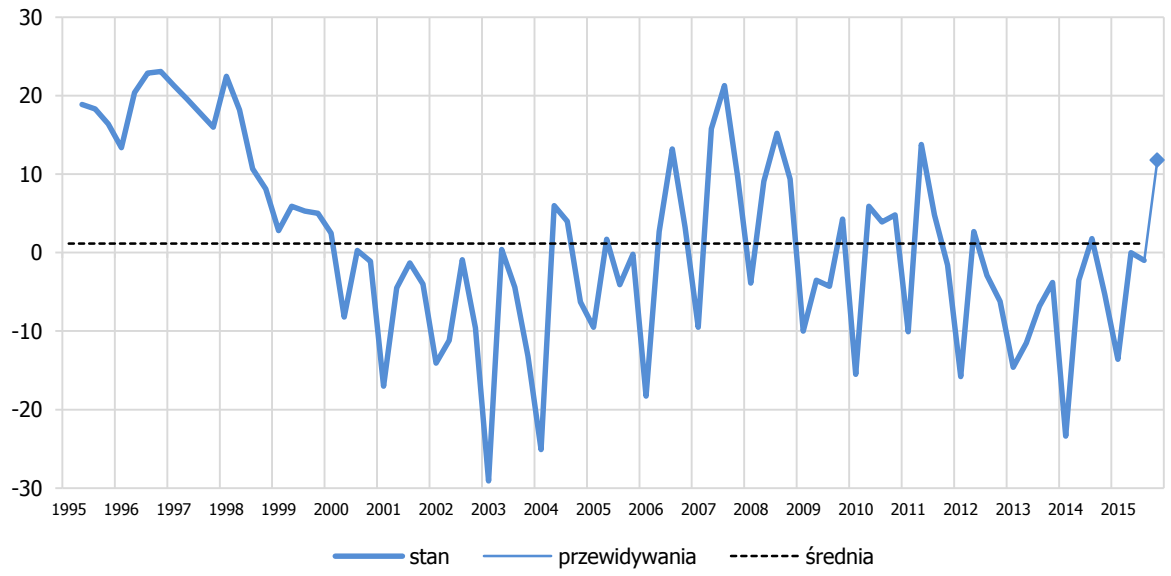
SYTUACJA FINANSOWA PRZEDSIĘBIORSTW HANDLOWYCH



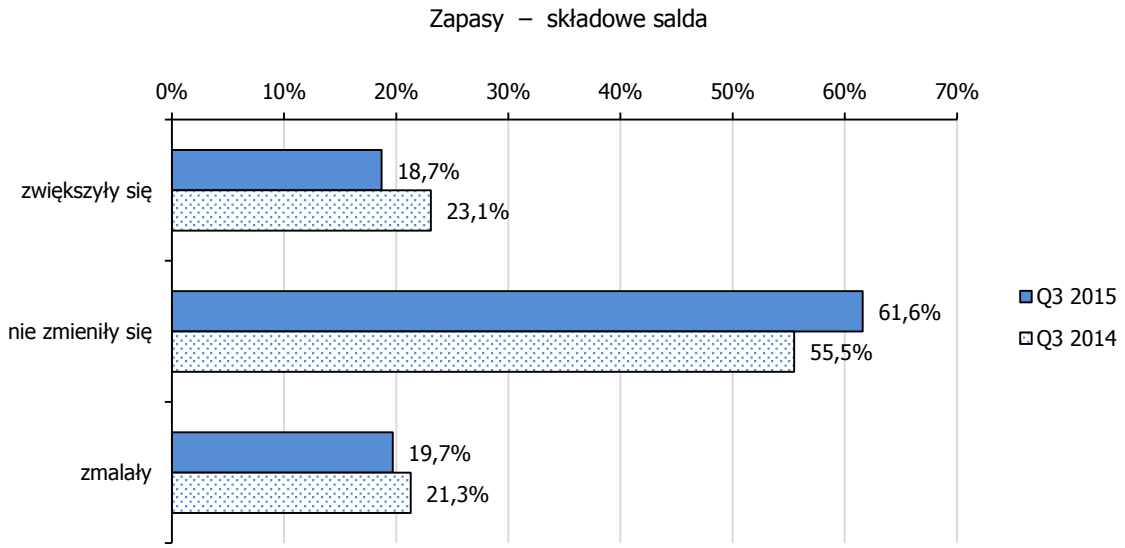
sytuacja finansowa	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
stan	-6,6	-9,2	-13,8	-22,0	0,0	1,3
przewidywania	9,6	-0,3	-9,9	2,7	13,4	1,0



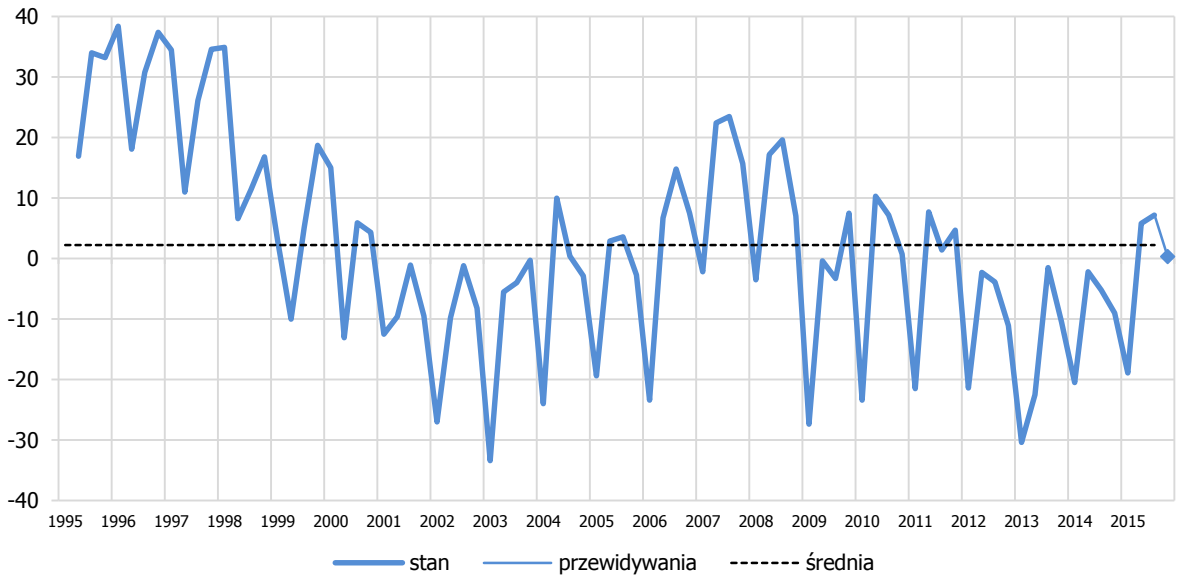
ZAPASY PRZEDSIĘBIORSTW HANDLOWYCH



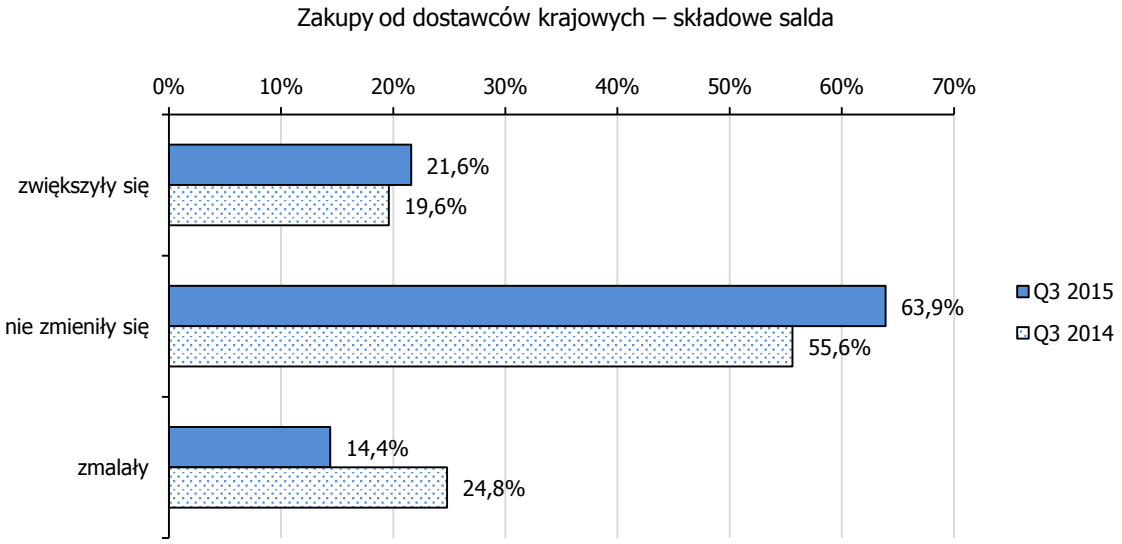
zapasy	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
stan	-3,5	1,8	-5,3	-13,6	0,0	-1,0
przewidywania	2,9	-13,0	-23,9	-15,5	-15,9	-11,8



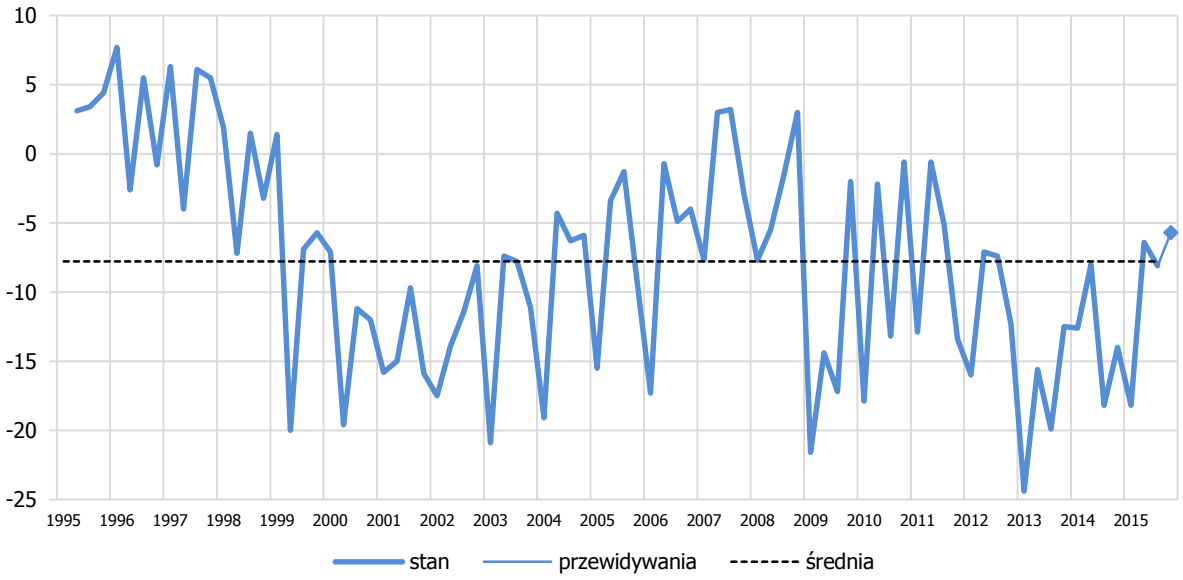
ZAKUPY OD DOSTAWCÓW KRAJOWYCH



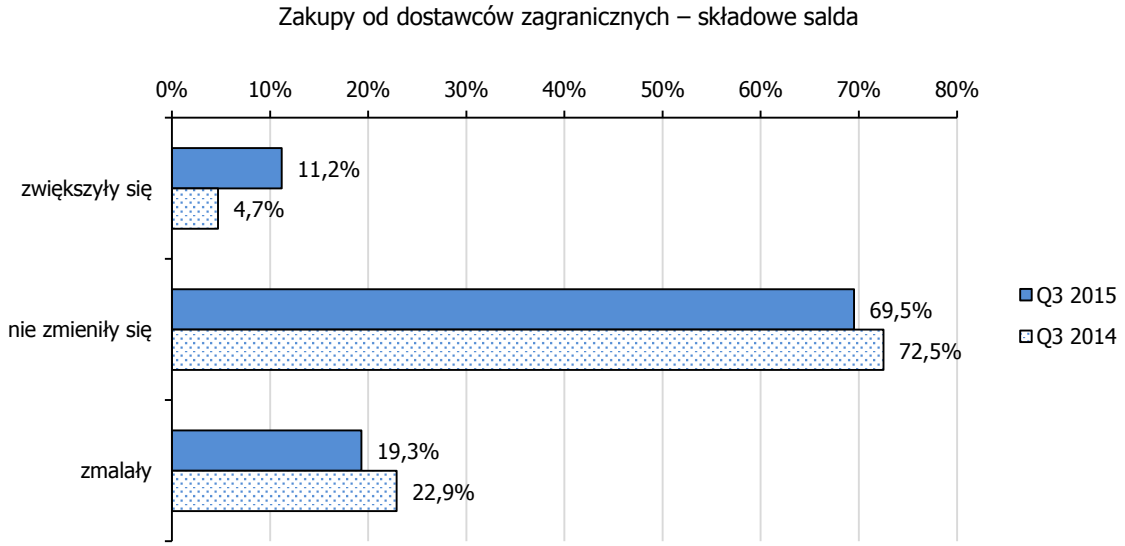
zakupy od dostawców krajowych	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
stan	-2,2	-5,2	-9,0	-18,9	5,8	7,2
przewidywania	4,5	-6,0	-10,5	-3,3	4,8	0,3



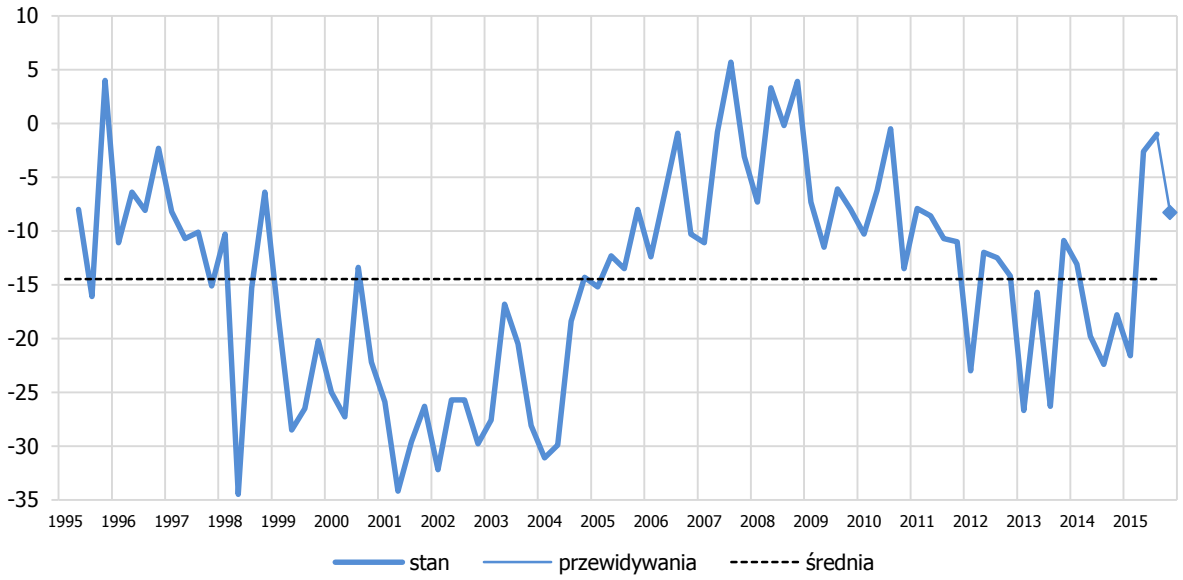
ZAKUPY OD DOSTAWCÓW ZAGRANICZNYCH



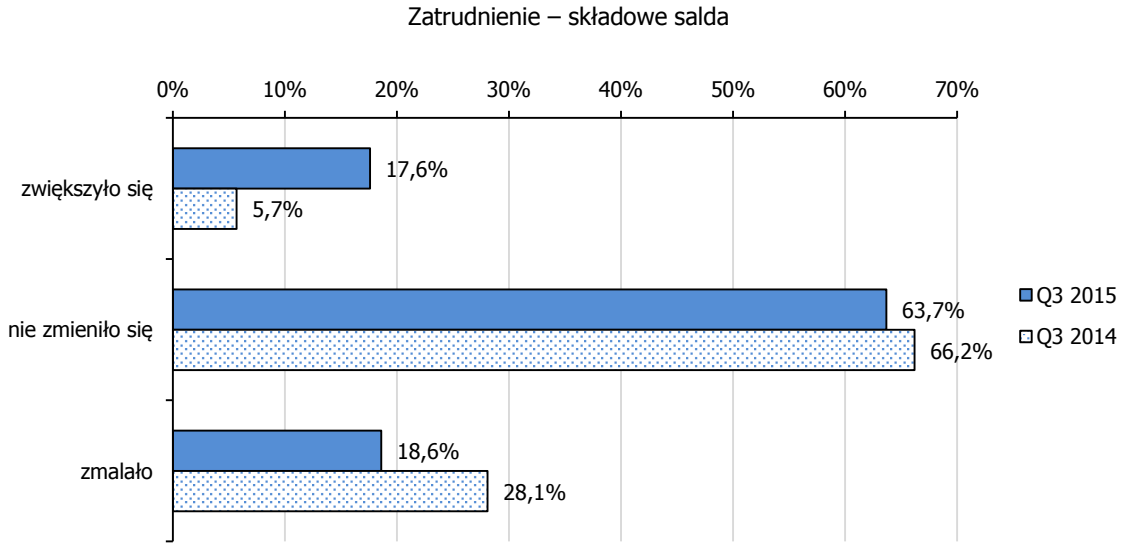
zakupy od dostawców zagranicznych	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
stan	-8,0	-18,2	-14,0	-18,2	-6,4	-8,1
przewidywania	-2,8	-10,1	-15,0	-7,8	-11,7	-5,7



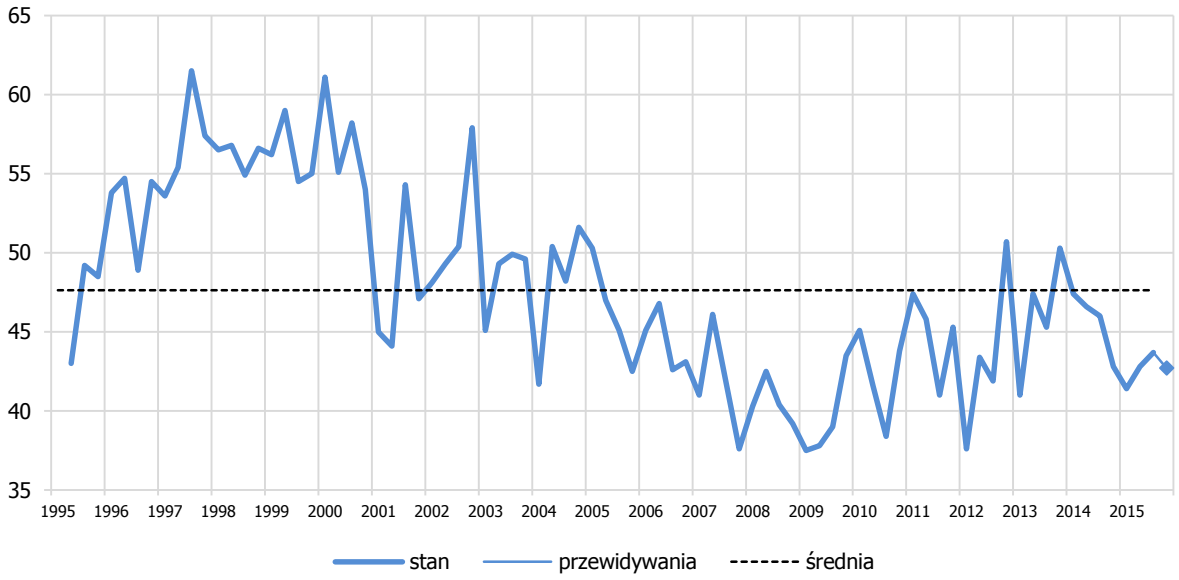
ZATRUDNIENIE W PRZEDSIĘBIORSTWACH HANDLOWYCH



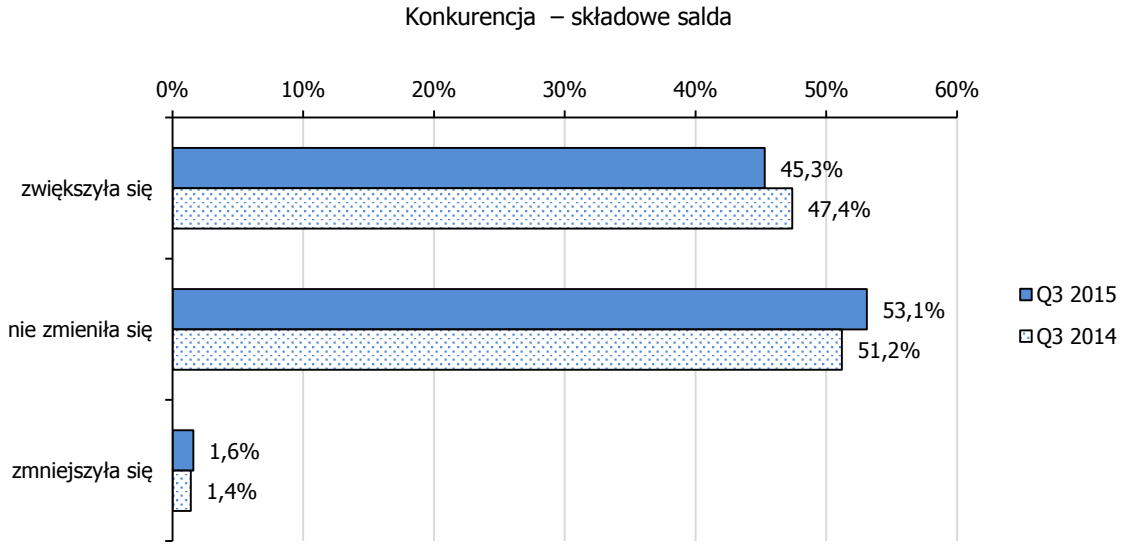
zatrudnienie	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
stan	-19,8	-22,4	-17,8	-21,6	-2,6	-1,0
przewidywania	-10,9	-15,9	-16,6	-13,9	-3,2	-8,3



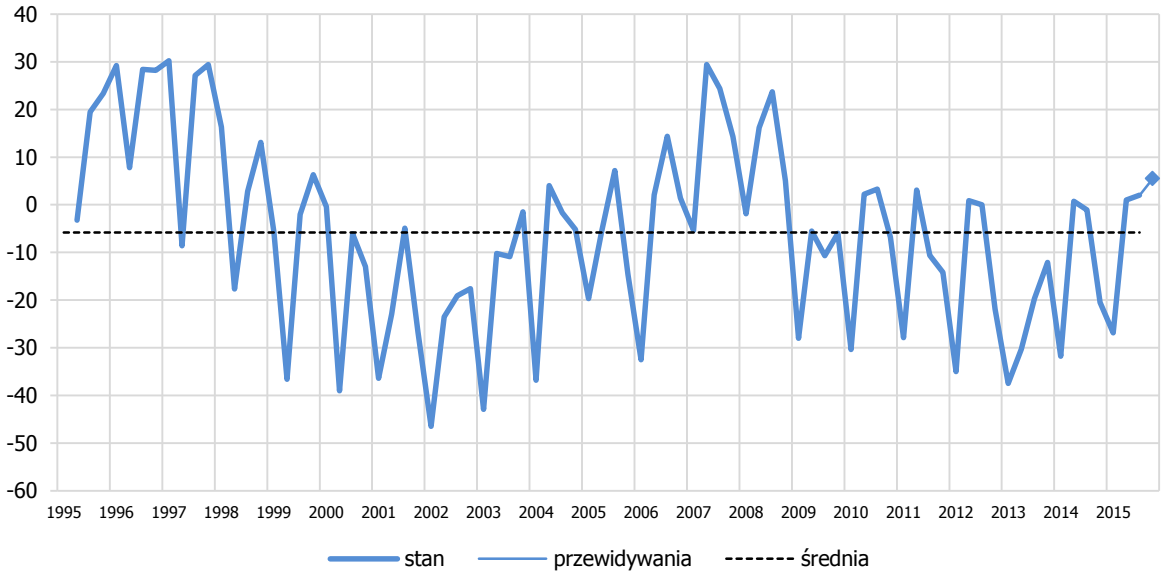
KONKURENCJA POMIĘDZY PRZEDSIĘBIORSTWAMI HANDLOWYMI



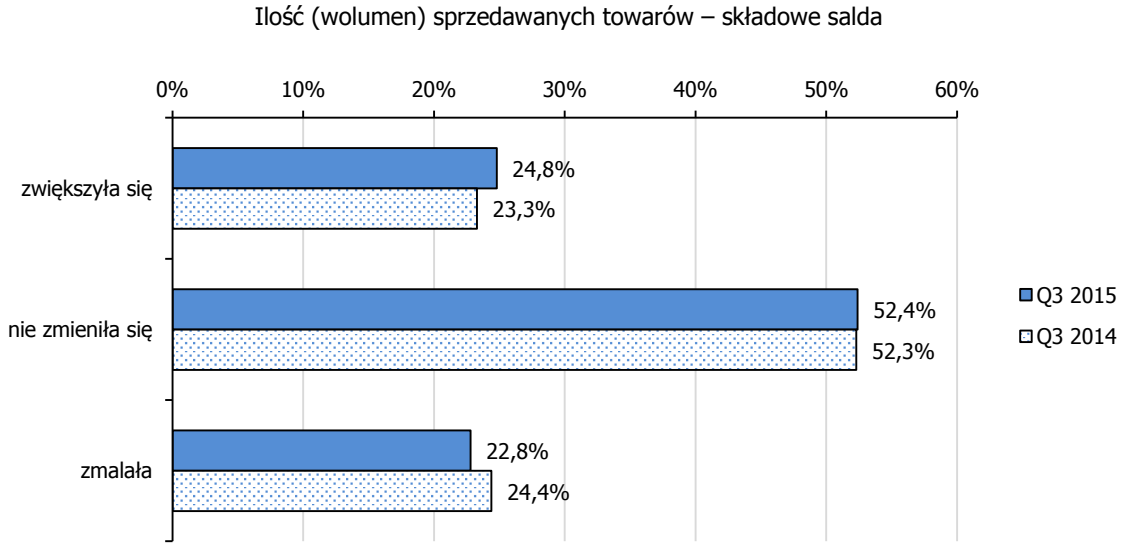
konkurencja	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
stan	46,6	46,0	42,8	41,4	42,8	43,7
przewidywania	42,3	37,3	41,3	40,7	40,1	42,7



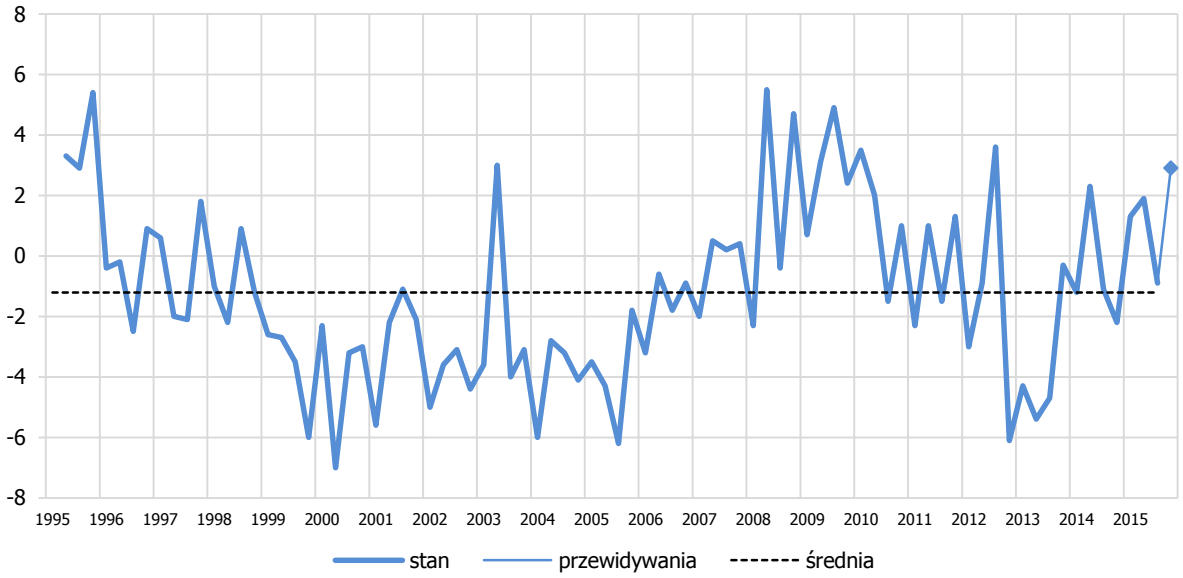
ILOŚĆ SPRZEDAWANYCH TOWARÓW



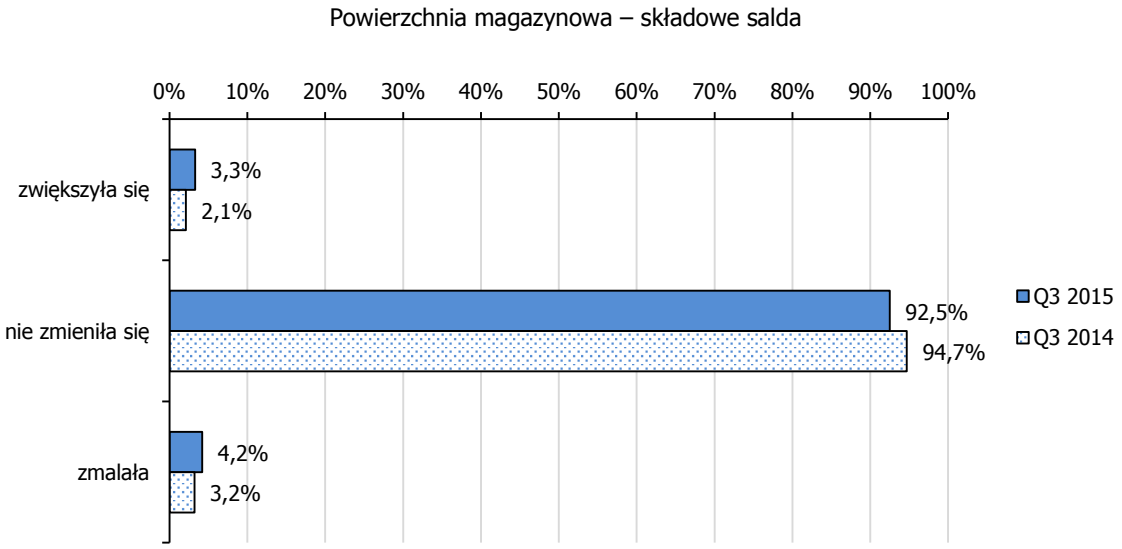
ilość sprzedawanych towarów	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
stan	0,7	-1,1	-20,5	-26,9	1,0	2,0
przewidywania	9,7	-1,9	-15,3	-1,0	9,9	5,5



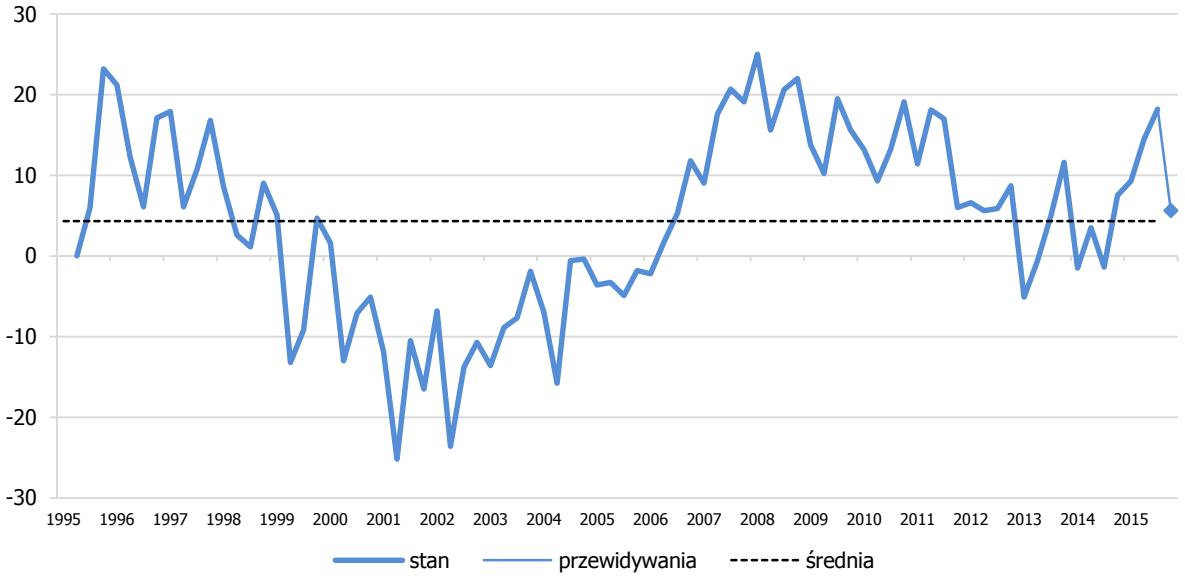
POWIERZCHNIA MAGAZYNOWA



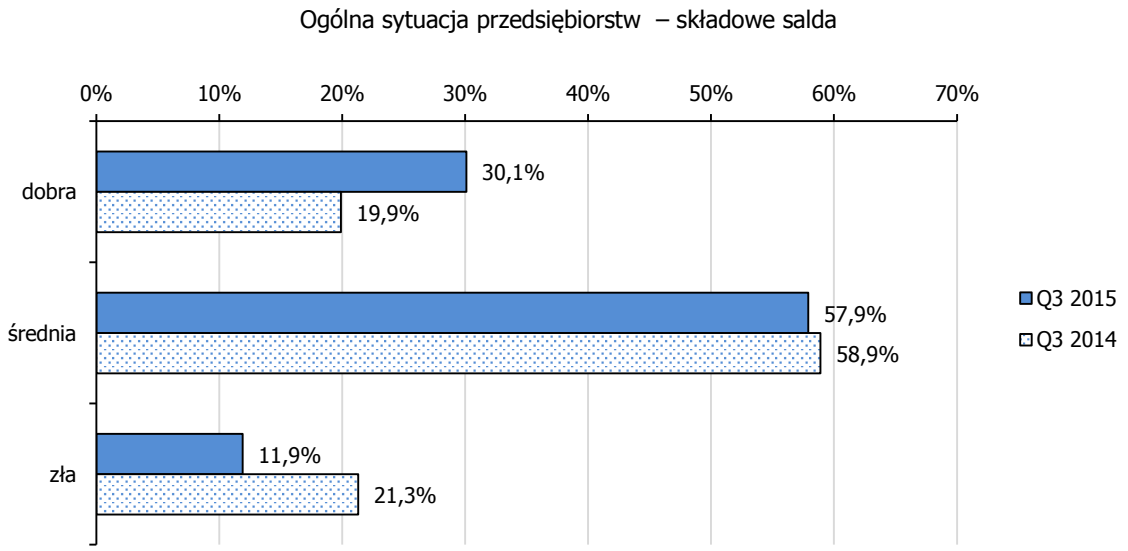
powierzchnia magazynowa	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
stan	2,3	-1,1	-2,2	1,3	1,9	-0,9
przewidywania	1,0	-2,8	2,1	-2,6	-3,5	2,9



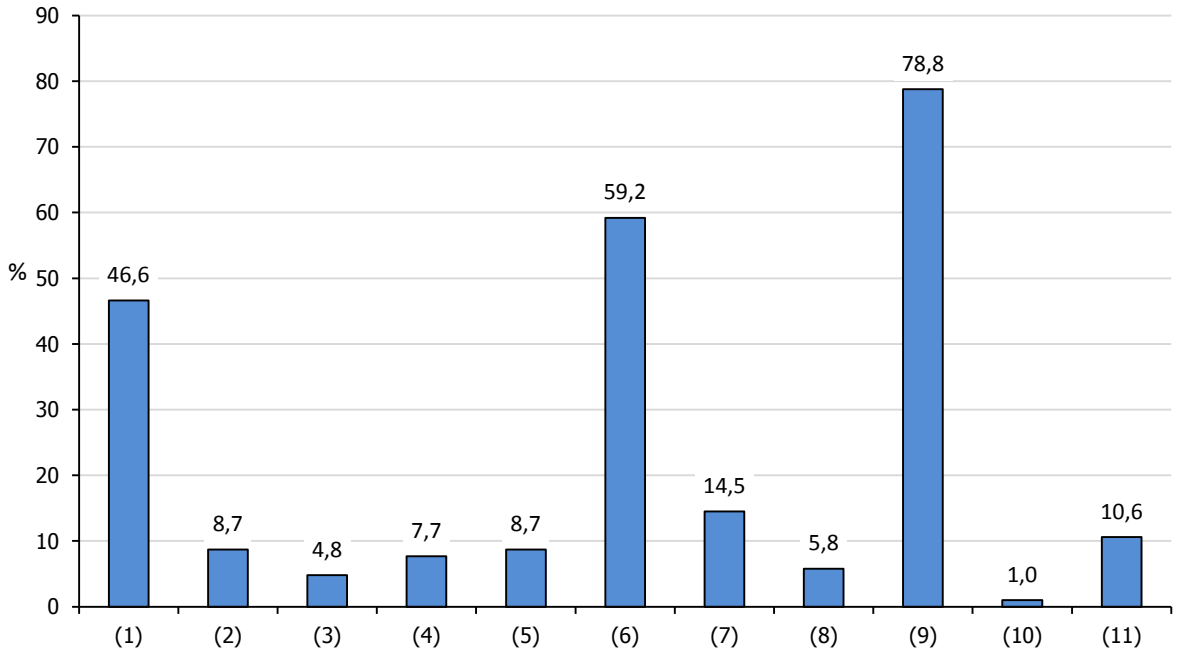
OGÓLNA SYTUACJA PRZEDSIĘBIORSTW HANDLOWYCH



ogólna sytuacja przedsiębiorstw	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015
stan	3,5	-1,4	7,5	9,3	14,5	18,2
przewidywania	7,5	1,5	-14,9	-0,4	10,0	5,6



CZYNNIKI OGRANICZAJĄCE POPRAWĘ SYTUACJI PRZEDSIĘBIORSTW HANDLOWYCH



(1) niedostateczny popyt
(2) niedostateczna podaż sprzedawanych towarów
(3) jakość towarów
(4) wysokość oprocentowania kredytów
(5) możliwość uzyskania kredytów
(6) koszty zatrudnienia pracowników
(7) powierzchnia sprzedaży
(8) wielkość magazynów
(9) konkurencja
(10) nie występują
(11) inne

POZIOM CEN TOWARÓW W BADANYCH PRZEDSIĘBIORSTWACH HANDLOWYCH OD I KWARTAŁU 2010 R. DO III KWARTAŁU 2015 R.

Kwartał	Wzrost ogółem	w tym:			Bez zmian	Spadek
		o więcej	o tyle samo	o mniej		
	%	%	%	%	%	%
Q3 2015	**28,5**	**7,4**	**10,7**	**10,4**	**57,9**	**13,6**
Q2 2015	27,8	6,4	15,0	6,4	55,6	16,6
Q1 2015	26,8	7,5	13,7	5,6	56,2	17,0
Q4 2014	23,1	7,1	7,1	8,9	62,5	14,3
Q3 2014	31,3	4,6	19,2	7,5	57,3	11,4
Q2 2014	44,2	10,1	22,4	11,7	48,6	7,3
Q1 2014	37,9	11,7	14,5	11,7	54,8	7,4
Q4 2013	42,6	13,4	18,0	11,2	50,3	7,1
Q3 2013	37,1	8,9	19,6	8,6	51,5	11,3
Q2 2013	42,8	14,8	17,0	11,0	49,2	7,9
Q1 2013	46,0	12,6	18,8	14,6	40,1	13,9
Q4 2012	55,5	16,3	26,7	12,5	38,7	5,8
Q3 2012	59,7	12,6	27,7	19,4	33,9	6,5
Q2 2012	56,9	23,7	17,9	15,3	37,3	5,8
Q1 2012	61,5	26,0	22,3	13,2	29,2	9,3
Q4 2011	55,5	22,1	18,7	14,7	39,5	5,0
Q3 2011	59,7	19,8	29,7	10,2	38,4	2,0
Q2 2011	69,9	34,6	25,0	10,3	26,5	3,7
Q1 2011	58,7	30,3	19,5	8,9	38,0	3,3
Q4 2010	56,4	14,6	26,7	15,1	37,8	5,9
Q3 2010	49,2	14,3	27,6	7,3	41,4	9,4
Q2 2010	50,2	9,4	25,7	15,1	44,9	4,9
Q1 2010	47,5	12,7	24,4	10,4	44,9	7,6

IV. SUMMARY

In the 3rd quarter of 2015 business situation in the trade sector deteriorated in comparison with the previous quarter. The IRG SGH confidence indicator (IRGTRD) quarterly decreased by 0.9 pt to +1.3 pt. It was however higher than the third-quarters' average over the last ten years (which amounted to -0.4 pts), and was 5.2 pts up from the July 2014 figure.

The changes of IRGTRD varied depending on the business profile of trading firms. For the majority of them a rise in IRGTRD was recorded, the highest one for traders operating in the following markets: textiles and clothing; pharmaceuticals, medical products, cosmetics, beauty products; household appliances and articles, audiovisual equipment. Business situation was reported to be favourable in the following industries: furniture and lighting equipment; household appliances and articles, audiovisual equipment; pharmaceuticals, medical products, cosmetics, beauty products; fuel and industrial chemicals.

The business indicator increased for big enterprises (employing more than 100 persons) and those operating in big and medium-size towns. According to all the other groups of traders business situation worsened.

The balance of overall standing of trading enterprises grew, compared to the previous quarter, by 1.0 pt and amounted to +2.3 pts, the figure higher than recorded one year earlier by 8.2 pts. The assessment of overall situation of trading enterprises was much in line with their financial standing – the balance of the latter amounted to +1.3 pts. The balance of purchases from domestic suppliers increased by 1.4 pt, and the balance of purchases from foreign suppliers declined by 1.7 pt. The balance of employment grew by 1.6 pt. Trading enterprises assessed their overall standing in the 3rd quarter of 2015 as good, and the balance amounted to +18.2 pts.

In Q3 2015, as compared to the previous quarter, 28.5 % of trading enterprises increased their selling prices (of which 7.4% reported price increases higher than a quarter earlier, 10.7% – the same, and 10.4% – smaller increases), 57.9% of traders did not change prices, and 13.6% lowered their prices.

Since the beginning of the survey three main factors, such as competition, labor cost and insufficient demand, have been pointed out as barriers to improvement in overall standing of trading enterprises.