

**Instytut Rozwoju Gospodarczego**

**SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA  
W WARSZAWIE**

---

Katarzyna Majchrzak

**KONIUNKTURA W HANDLU  
I kwartał 2016**

PL ISSN 2392-3709

---

Badanie okresowe nr 89

## **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. Madalińskiego 6/8, 02-513 Warszawa  
[www.sgh.waw.pl/irg](http://www.sgh.waw.pl/irg)

### **Wydawnictwo:**

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie  
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 2016**

Wszelkie prawa zastrzeżone. All rights reserved.

**ISSN 2392-3709**

**Nr rej. PR 18397**

## 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 |
| IV.  | KONIUNKTURA W HANDLU W 2015 R. ....   | 26 |

## 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 (saldo), 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.

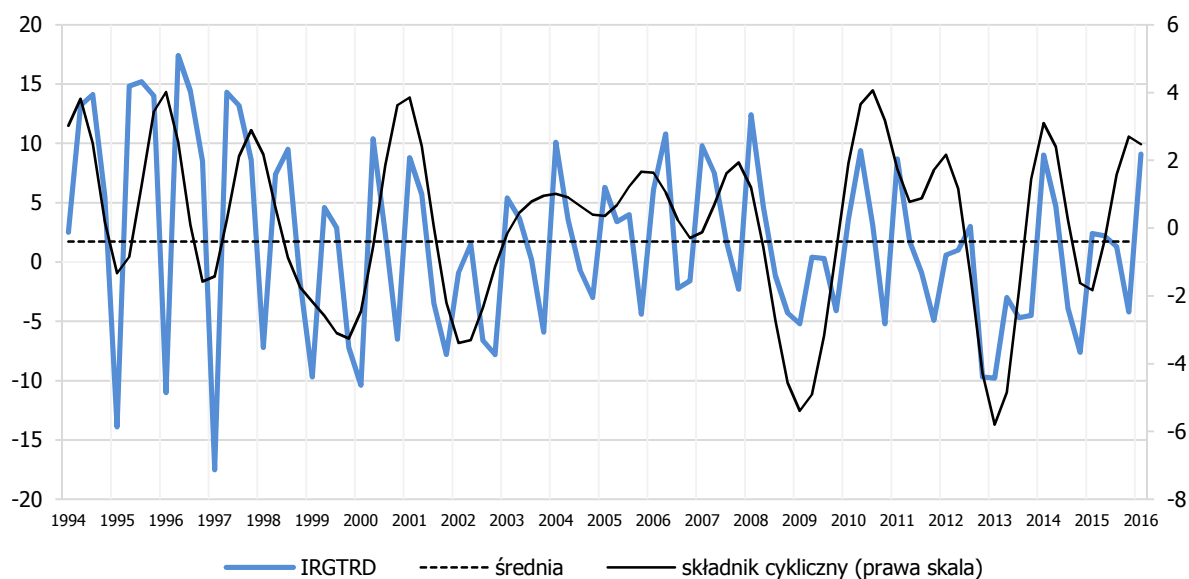
Wyniki ankiety są obliczane dla całego kraju w następujących przekrojach:

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

Opracowanie przedstawia wyniki 89 edycji badania koniunktury w polskim handlu wewnętrznym i dotyczy przebiegu koniunktury w pierwszym kwartale 2016 roku oraz prognozy na najbliższe sześć miesięcy. W badaniu uczestniczyło 136 przedsiębiorstw handlowych.

## II. WSKAŹNIKI KONIUNKTURY

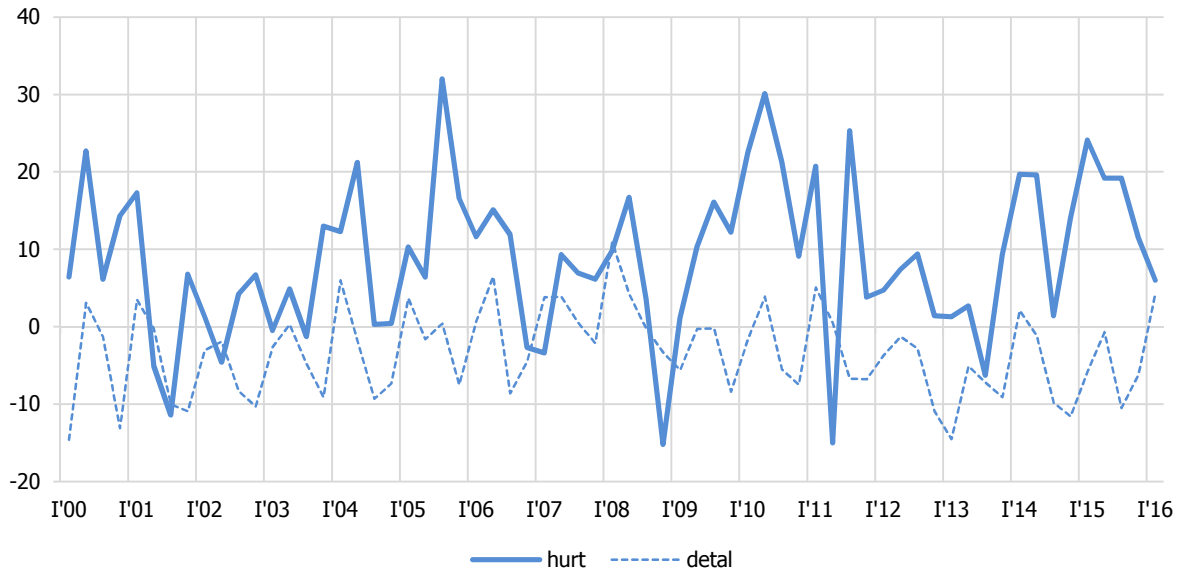
### 1. Ogólny wskaźnik koniunktury w handlu



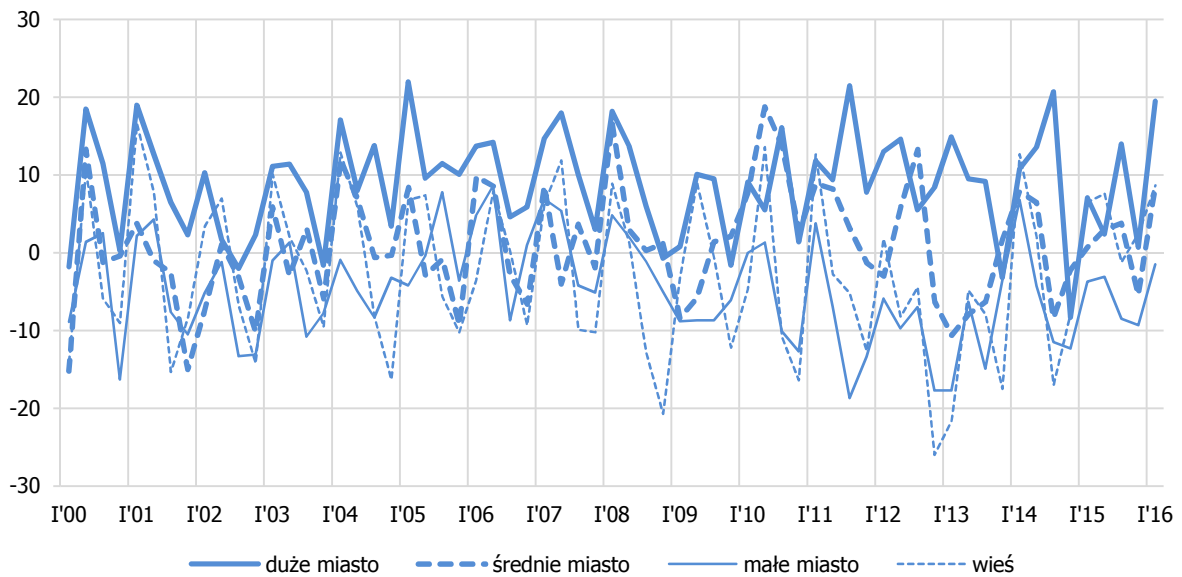
Wskaźnik koniunktury w polskim handlu wewnętrznym od I kwartału 2000 r. do I kwartału 2016 r.

| Lata | Q1         | Q2   | Q3   | Q4   |
|------|------------|------|------|------|
| 2016 | <b>9,1</b> |      |      |      |
| 2015 | 2,4        | 2,2  | 1,3  | -4,2 |
| 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 |

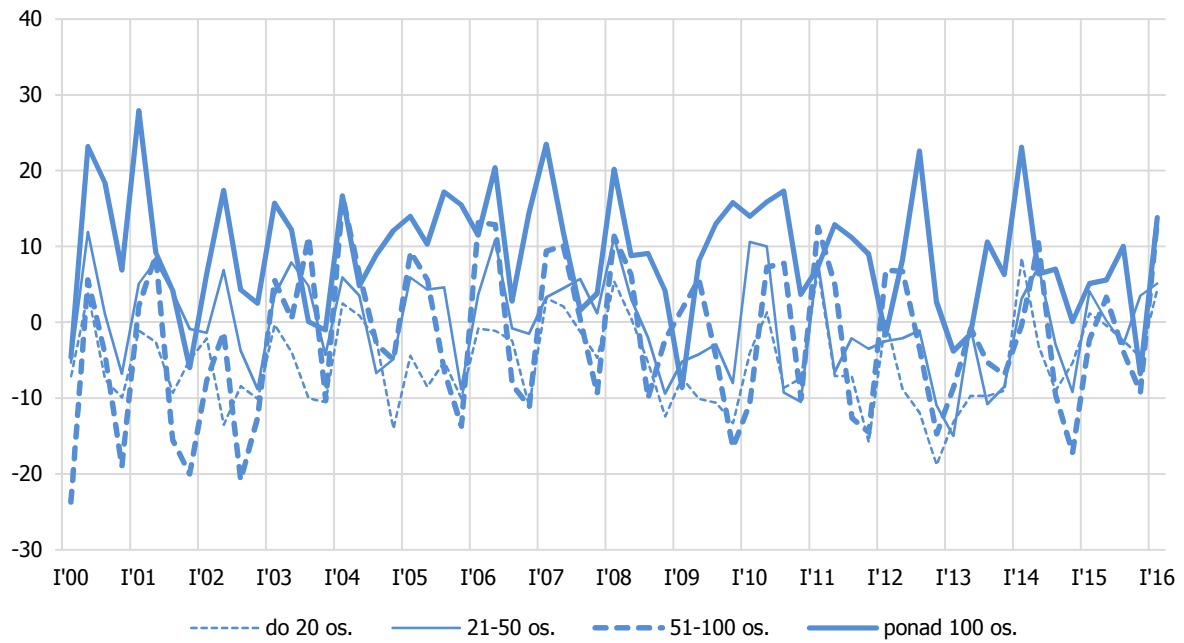
## 2. Wskaźnik koniunktury w hurcie i detalu



## 3. Wskaźnik koniunktury według wielkości ośrodków działania przedsiębiorstw

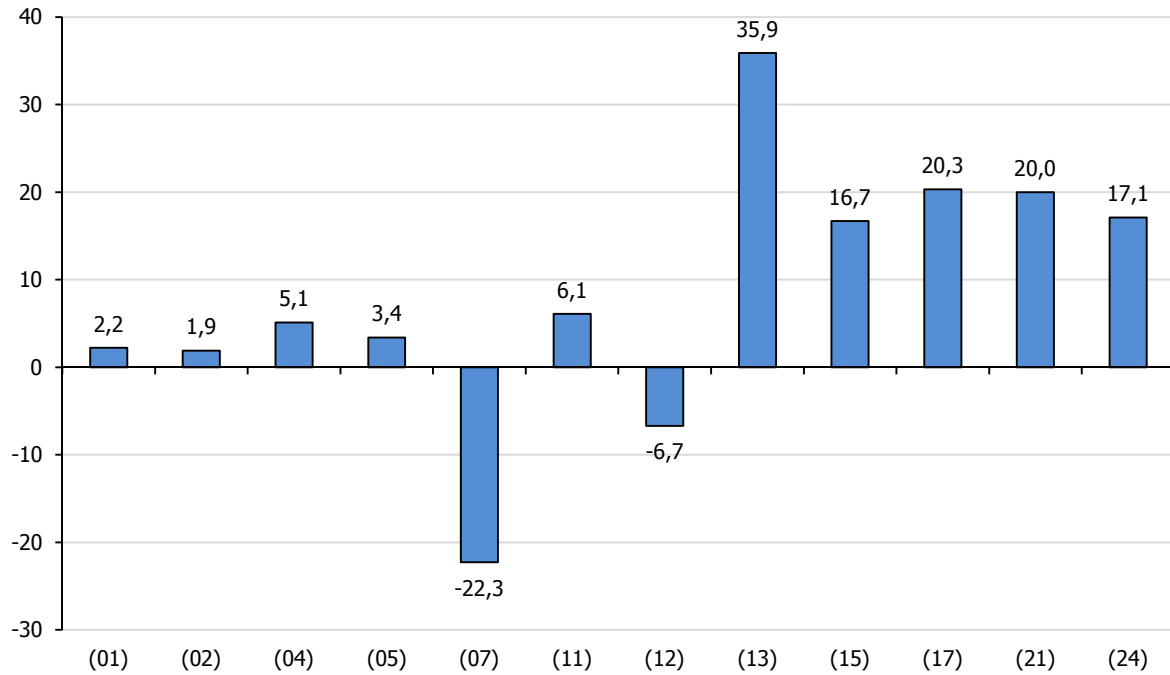


#### 4. Wskaźnik koniunktury według grup zatrudnienia





## 5. Wskaźnik koniunktury według wybranych dziedzin działalności handlowej



(01) artykuły z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych (niewyspecjalizowane punkty)

(02) pozostała sprzedaż (niewyspecjalizowane punkty)

(04) owoce i warzywa

(05) mięso i wyroby mięsne

(07) pieczywa, ciast, wyrobów mącznych i cukierniczych

(11) artykuły i sprzęt gospodarstwa domowego oraz RTV

(12) wyroby farmaceutyczne, medyczne, kosmetyki i artykuły toaletowe

(13) wyroby włókiennicze i odzież

(15) meble i sprzęt oświetleniowy

(17) drobne artykuły metalowe, farby, szkło

(21) płody rolne i żywe zwierzęta

(24) pozostała sprzedaż (punkty wyspecjalizowane)

### III. WYNIKI BADANIA I WNIOSKI

#### 1. Wnioski ogólne

1. Koniunktura w handlu w I kwartale 2016 r. uległa poprawie. Wartość wskaźnika koniunktury IRG SGH (IRGTRD) zwiększyła się o 13,3 punktu i obecnie wynosi +9,1 pkt. Wskaźnik koniunktury w handlu w I kwartale 2016 r. jest wyższy od poziomu odnotowanego przed rokiem (+2,4 pkt.) oraz od średniej dla pierwszego kwartału z ostatnich dziesięciu lat (wynosi ona +4,0 pkt.).

2. W przekroju według wielkości przedsiębiorstwa, mierzonej liczbą zatrudnionych, odnotowano wzrost wartości wskaźnika we wszystkich grupach przedsiębiorstw. Największy wzrost nastąpił w grupie przedsiębiorstw zatrudniających od 51 do 100 osób (z -9,2 pkt. do +13,5 punktu). Była to zarazem jedna z najwyższych wartości wskaźnika w tym kwartale. Nieznacznie wyższą (+13,8 pkt.) odnotowano dla przedsiębiorstw zatrudniających powyżej 100 osób. W badanym kwartale najniższą wartość wskaźnika, 1,6 pkt., zanotowano dla przedsiębiorstw zatrudniających od 21 do 50 pracowników.

3. Poprawę koniunktury zaobserwowano w przedsiębiorstwach zajmujących się sprzedażą detaliczną – wzrost o 10,5 pkt. (z -6,2 pkt. do +4,3 pkt.) – oraz w przedsiębiorstwach zajmujących się sprzedażą we wszystkich formach (detaliczną, hurtową i mieszaną) – wzrost o 27,5 pkt. (z -4,4 pkt. do +23,1 pkt.). W przypadku przedsiębiorstw prowadzących działalność hurtową wskaźnik pozostał na dodatnim poziomie, jednakże jego wartość w ciągu kwartału obniżyła się (+6 pkt. w I kwartale 2016 r. vs. +11,5 pkt. w IV kwartale 2015 r.).

4. Poprawę koniunktury zaobserwowano we wszystkich przekrojach według wielkości ośrodków, w których działają przedsiębiorstwa handlowe. Najwyższy wzrost wartości wskaźnika koniunktury zanotowano dla przedsiębiorstw z dużych miast (wzrost o 18,8 pkt. z 0,7 pkt. do 19,5 pkt.) oraz ze średnich miast (wzrost o 14,0 pkt. z -5,4 pkt. do 8,6 pkt.). W przypadku przedsiębiorstw z dużych miast była to zarazem najwyższa wartość wskaźnika koniunktury obliczanego w tym przekroju. Najniższy i jedyny ujemny wskaźnik koniunktury (w wysokości -1,5 pkt.) odnotowano dla przedsiębiorstw funkcjonujących w małych miastach.

5. Zmiany wartości wskaźnika koniunktury w poszczególnych branżach były zróżnicowane. W większości branż odnotowano wzrosty; największe w handlu: drewnem i materiałami budowlanymi, wyrobami włókienniczymi i odzieżą oraz pozostałą sprzedażą. Najwyższe wartości wskaźnika koniunktury w badanym kwartale odnotowano z kolei w branżach: wyrobów włókienniczych i odzieży, drobnych artykułów metalowych, farb i szkła, drewna i materiałów budowlanych. W najtrudniejszej sytuacji znajdują się przedsiębiorstwa zajmujące się handlem wyrobami farmaceutycznymi, medycznymi, kosmetykami i artykułami toaletowymi.

6. Wartość ogólnego wskaźnika koniunktury w handlu wzrosła w stosunku do poziomu z poprzedniego kwartału. Zmniejszyły się jednak wartości sald odpowiedzi na pytania dotyczące: zmian ogólnej sytuacji oraz sytuacji finansowej przedsiębiorstw handlowych, poziomu zapasów, poziomu zakupów od dostawców krajowych i zagranicznych, wielkości zatrudnienia oraz wolumenu sprzedawanych towarów. Pomimo tych negatywnych sygnałów przedsiębiorcy są optymistycznie nastawieni i ocenili swoją ogólną kondycję jako dobrą. Przewidywania dotyczące rozwoju ogólnej sytuacji w najbliższych 6 miesiącach są również umiarkowanie pozytywne.

7. Od początku badań koniunktury w handlu IRG SGH niezmiennie trzy czynniki ograniczały poprawę sytuacji przedsiębiorstw handlowych: konkurencja, koszty zatrudnienia pracowników,

niedostateczny popyt. Tak też było w analizowanym kwartale. W porównaniu z IV kwartałem 2015 r. zmniejszył się odsetek przedsiębiorstw uważających za bariery rozwoju: konkurencję (z 80,1 % do 69,0 %), koszty zatrudnienia pracowników (zmiana z 62,6 % do 58,8 %) oraz niedostateczny popyt (z 57,7 % do 56,7 %). Na kolejnych miejscach uplasowały się: inne (czynniki), niedostateczna podaż, możliwość uzyskania kredytów oraz powierzchnia sprzedaży.

8. Wartość salda odpowiedzi na pytanie dotyczące zmiany ogólnej sytuacji przedsiębiorstw handlowych zmniejszyła się w stosunku do IV kwartału 2015 r. o 17,6 pkt., osiągając poziom -21,5 pkt. Saldo jest jednak wyższe niż w analogicznym okresie ubiegłego roku (-26,1 pkt. w I kwartale 2015 r.). Przewidywania dotyczące najbliższych kilku miesięcy są optymistyczne. Przedsiębiorstwa oczekują poprawy swojej ogólnej sytuacji.

9. Ocena ogólnej sytuacji przedsiębiorstw handlowych przełożyła się na ich sytuację finansową. Wartość salda odpowiedzi na pytanie o zmianę sytuacji finansowej była o 13,3 pkt. niższa niż kwartał wcześniej oraz o 3,0 pkt. wyższa niż przed rokiem; wyniosła -19,0 pkt. Rozkład odpowiedzi jest następujący: 11,6 % badanych przedsiębiorstw uznało, że względem IV kwartału 2015 r. ich sytuacja poprawiła się, 57,7 % respondentów stwierdziło, że ich sytuacja nie uległa zmianie, natomiast 30,6 % badanych odnotowało jej pogorszenie. Podobnie jak w przypadku przewidywań dotyczących ogólnej sytuacji, przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się również poprawy swojej sytuacji finansowej w najbliższych miesiącach.

10. Wartość salda zapasów obniżyła się w stosunku do minionego kwartału o 25,4 pkt. i wynosi -25,7 pkt. Wartość ta była również niższa niż w analogicznym okresie ubiegłego roku (spadek o 12,1 pkt.). Na aktualne saldo złożył się następujący rozkład odpowiedzi: 9,0 % badanych przedsiębiorstw uznało, że ich zapasy się zwiększyły, 56,3 % nie zadeklarowało żadnych zmian w ich poziomie, a 34,7 % respondentów stwierdziło ich zmniejszenie się. Przewidywany jest dalszy spadek poziomu utrzymywanych zapasów w nadchodzących miesiącach.

11. W ciągu ostatniego kwartału zarejestrowano duży spadek wartości salda zakupów od dostawców krajowych z 0,4 pkt. do -22,4 pkt. Wartość salda jest również niższa od wartości odnotowanej w analogicznym okresie ubiegłego roku (-18,9 pkt.). Prognozy na najbliższe miesiące są pozytywne; przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się wzrostu zakupów od dostawców krajowych.

12. O 5,4 punktu zmniejszyła się w ciągu kwartału wartość salda zakupów od dostawców zagranicznych (z poziomu -11,6 pkt. do -17,0 pkt.). Była ona zbliżona do wartości salda zanotowanej w analogicznym okresie ubiegłego roku (wynosiła wówczas -18,2 pkt.). Na bieżące saldo złożyły się następujące odpowiedzi: 5,3 % respondentów w I kwartale 2016 r. zwiększyło – w porównaniu z IV kwartałem 2015 r. – zakupy od dostawców zagranicznych, 72,5 % utrzymało je na dotychczasowym poziomie, natomiast 22,3 % 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 ulegnie dalszemu pogorszeniu (saldo oczekiwań wynosi -12,3 pkt.).

13. W ciągu ostatniego kwartału o 12,3 pkt. spadła wartość salda odpowiedzi na pytanie dotyczące wielkości zatrudnienia, osiągając poziom -18,4 pkt. Była jednak wyższa niż przed rokiem (-21,6 pkt. w I kwartale 2015 r.). Przedsiębiorstwa spodziewają się dalszego spadku zatrudnienia w nadchodzących miesiącach.

14. W I kwartale 2016 r. w 24,6 % przedsiębiorstw handlowych ceny wzrosły w porównaniu z IV kwartałem 2015 r. (w tym: w 5,7 % o więcej procent, w 12,1 % o tyle samo procent, a w 6,8 %

---

o mniej procent), w 65,1 % nie zmieniły się, natomiast w 10,3 % obniżyły się. Przedsiębiorstwa spodziewają się wzrostu cen w kolejnym kwartale.

15. W ostatnich trzech miesiącach zmniejszył się wolumen sprzedawanych towarów (spadek wartości salda o 20,7 punktu). Podobnie jak w minionym kwartale, wartość salda pozostała ujemna (-22,5 punktu) i wyższa niż przed rokiem (-26,9 punktu w I kwartale 2015 roku.). Na obecne saldo złożyły się następujące odpowiedzi: 17,3 % przedsiębiorstw handlowych uznało, że w I kwartale 2016 r. względem IV kwartału 2015 r. wolumen sprzedawanych przez nie towarów zwiększył się, 43,0 % respondentów wskazało, iż utrzymał się on na tym samym poziomie, natomiast u 39,8 % ankietowanych nastąpił spadek. Przedsiębiorstwa handlowe oczekują jednak wzrostu wielkości sprzedaży w najbliższym kwartale.

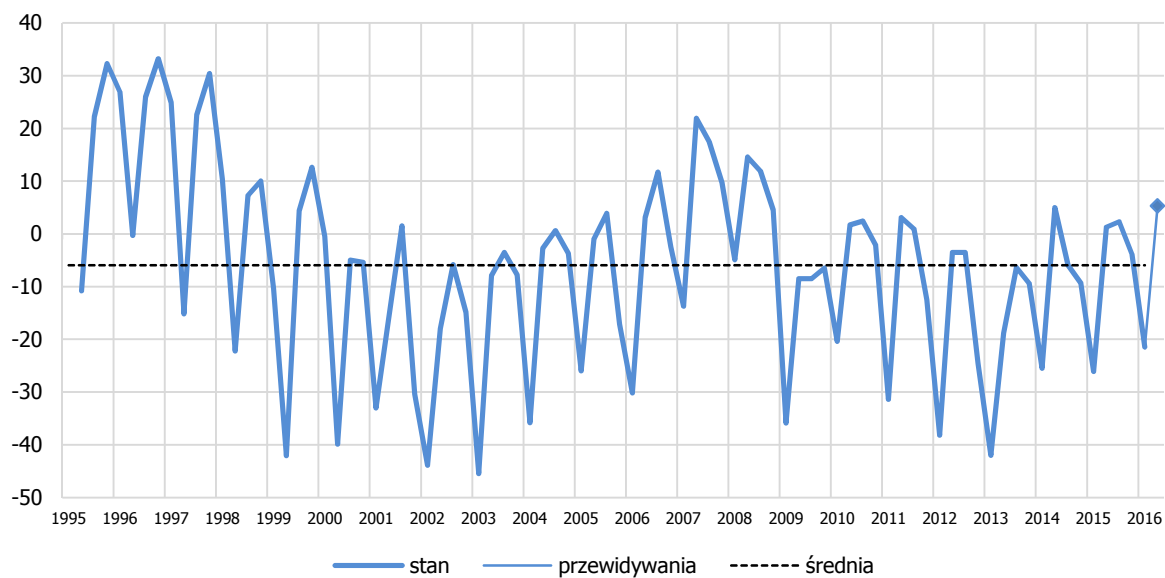
16. Ogólna powierzchnia magazynowa zmniejszyła się w ciągu kwartału (spadek salda o 3 pkt., z poziomu +0,8 pkt. do -2,2 pkt.). W skali roku również nastąpił spadek wartości salda (o -3,5 pkt.). Prognozy są nadal pesymistyczne. Przedsiębiorcy zamierzają zmniejszyć wielkość powierzchni magazynowej w kolejnych miesiącach.

17. Ogólna sytuacja przedsiębiorstw handlowych w I kwartale 2016 r. została przez nie oceniona jako dobra i wartość salda odpowiedzi na to pytanie wyniosła +6,4 punktu. Rozkład salda odpowiedzi był następujący: 21,0 % badanych przedsiębiorstw uznało ogólną kondycję swojego przedsiębiorstwa za dobrą, 64,4 % ankietowanych za średnią, natomiast 14,6 % za słabą. Przedsiębiorstwa handlowe przewidują poprawę swojej ogólnej sytuacji ekonomicznej w zbliżającym się okresie.

18. Od wielu lat na wysokim poziomie utrzymuje się dodatnia wartość salda odpowiedzi na pytanie dotyczące wzrostu konkurencji na rynku. W tej edycji badania spadła ona w stosunku do poprzedniego kwartału o 5,1 punktu i osiągnęła poziom +35,1 pkt. Był to zarazem najniższy poziom salda zarejestrowany od początku naszych badań. Rozkład odpowiedzi w analizowanym kwartale jest następujący: 36,2 % ankietowanych przedsiębiorstw uznało, że w I kwartale 2016 r. względem IV kwartału 2015 r. konkurencja dla nich wzrosła, 62,8 % nie zaobserwowało zmiany, a 1,1 % respondentów stwierdziło, że konkurencja dla nich zmniejszyła się. Przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się jednak wzrostu zagrożenia ze strony konkurencji w najbliższych miesiącach.

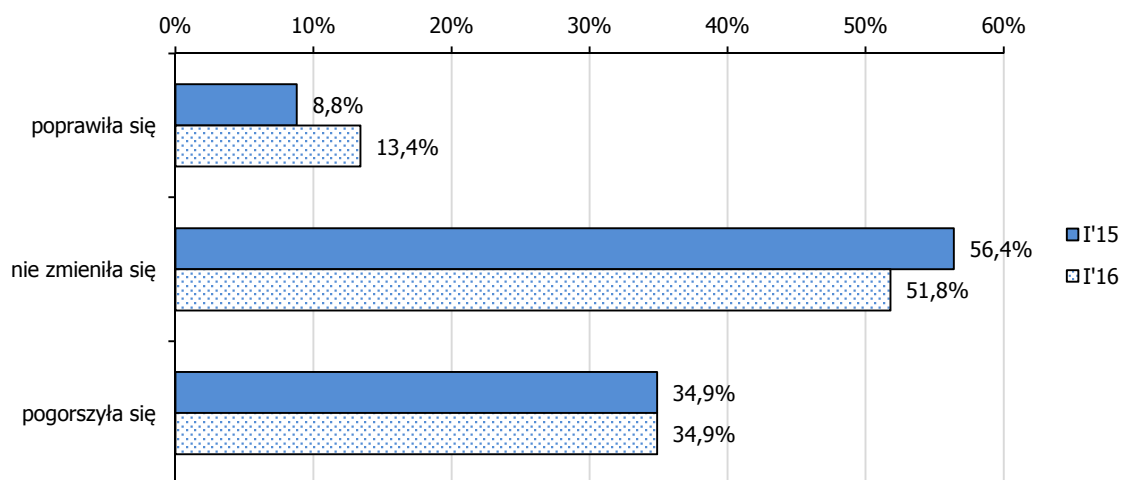
## 2. Prezentacja wyników badań i zestawienie sald

### SYTUACJA PRZEDSIĘBIORSTWA

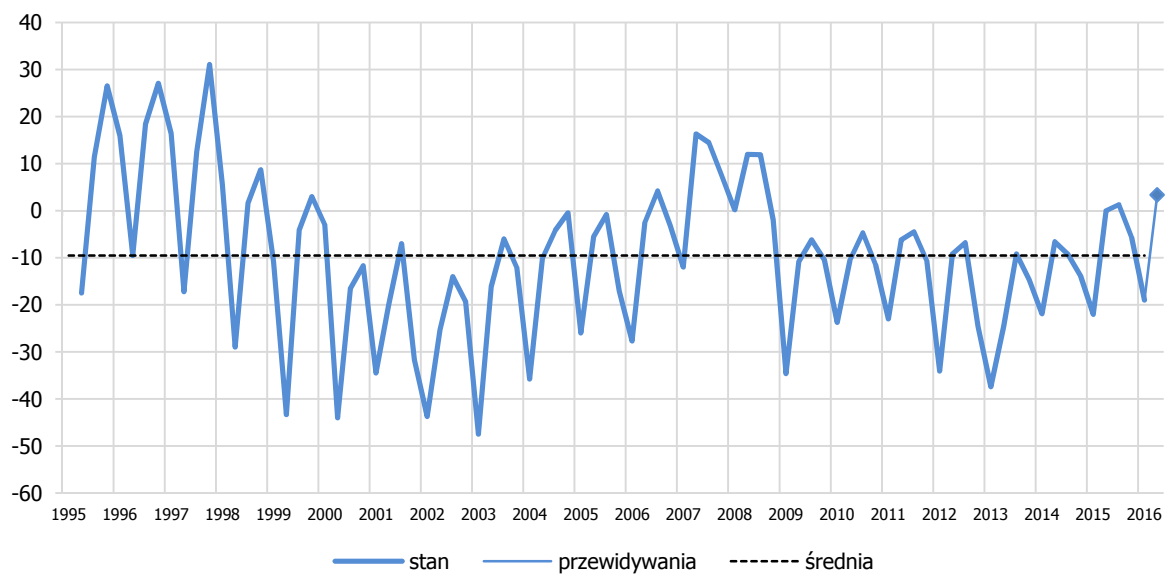


| sytuacja przedsiębiorstwa | Q1 2015 | Q2 2015 | Q3 2015 | Q4 2015 | Q1 2016      | przewidywania |
|---------------------------|---------|---------|---------|---------|--------------|---------------|
| stan                      | -26,1   | 1,3     | 2,3     | -3,9    | <b>-21,5</b> |               |
| przewidywania             |         |         |         |         |              | <b>5,3</b>    |

### Sytuacja przedsiębiorstwa – składowe salda

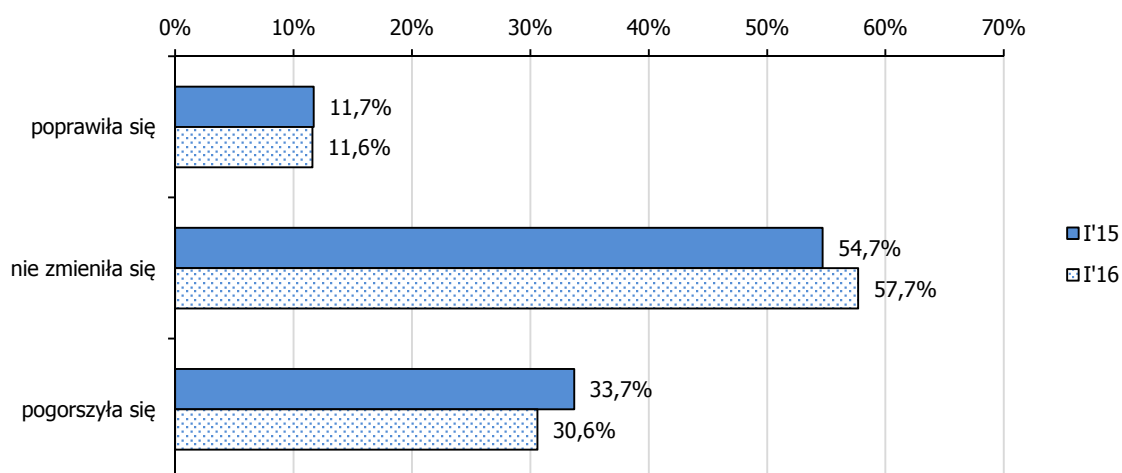


## SYTUACJA FINANSOWA

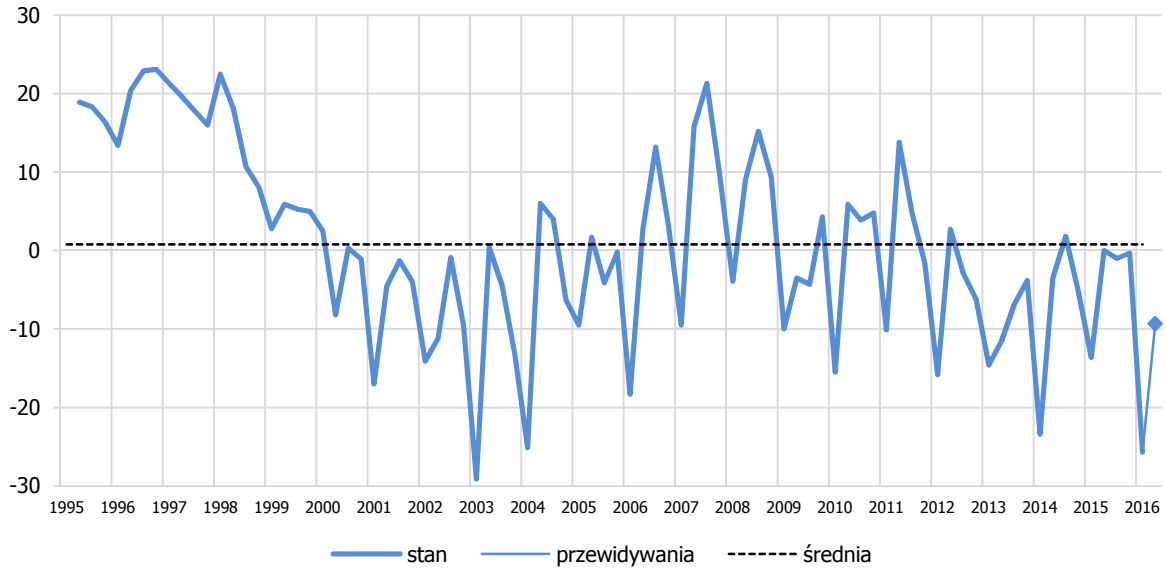


| sytuacja finansowa | Q1 2015 | Q2 2015 | Q3 2015 | Q4 2015 | Q1 2016      | przewidywania |
|--------------------|---------|---------|---------|---------|--------------|---------------|
| stan               | -22,0   | 0,0     | 1,3     | -5,7    | <b>-19,0</b> | <b>3,4</b>    |
| przewidywania      |         |         |         |         |              |               |

## Sytuacja finansowa – składowe salda

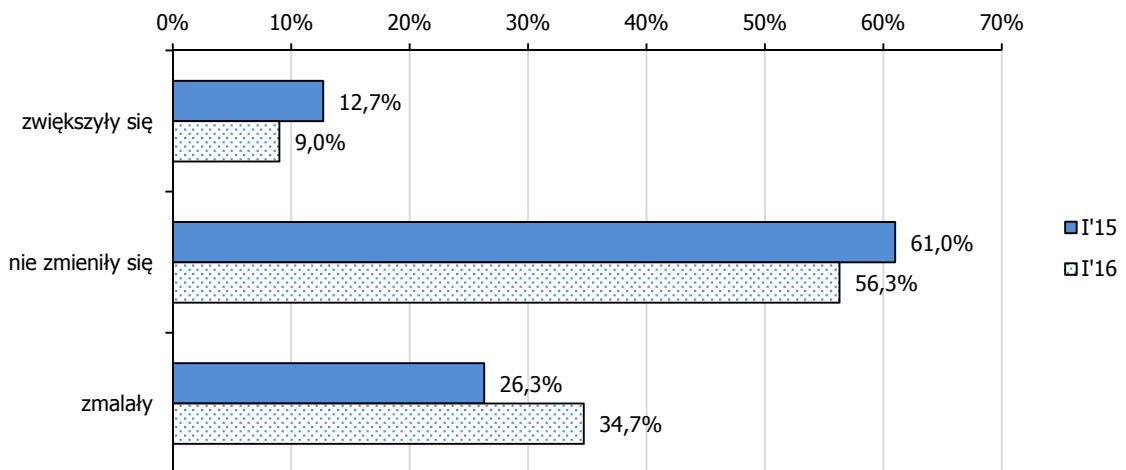


## ZAPASY

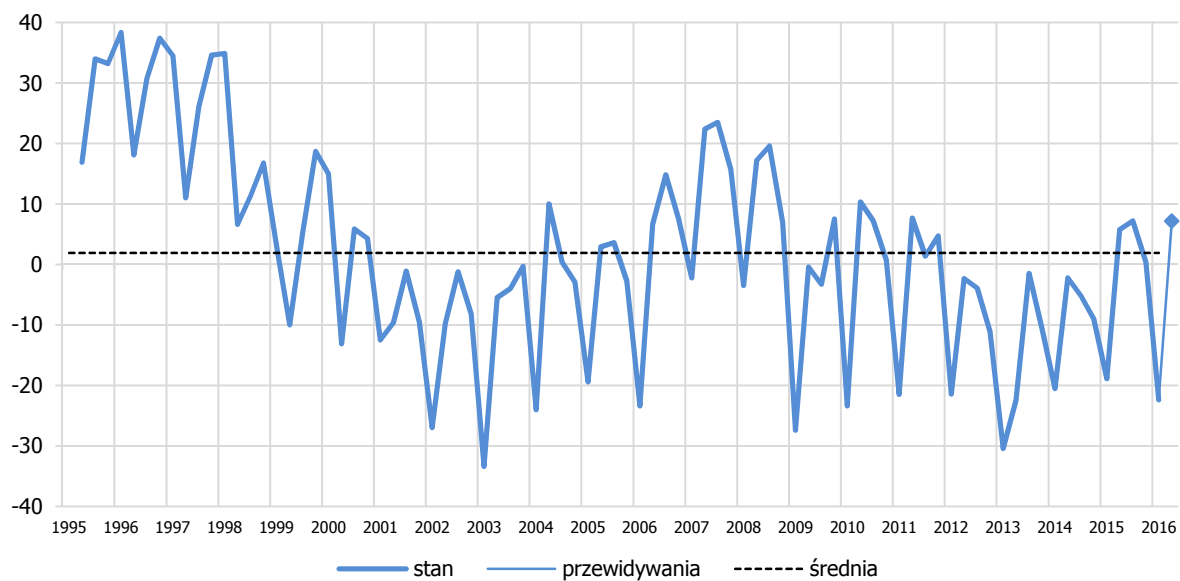


| zapasy        | Q1 2015 | Q2 2015 | Q3 2015 | Q4 2015 | Q1 2016      | przewidywania |
|---------------|---------|---------|---------|---------|--------------|---------------|
| stan          | -13,6   | 0,0     | -1,0    | -0,3    | <b>-25,7</b> |               |
| przewidywania |         |         |         |         |              | <b>-9,3</b>   |

## Zapasy – składowe salda

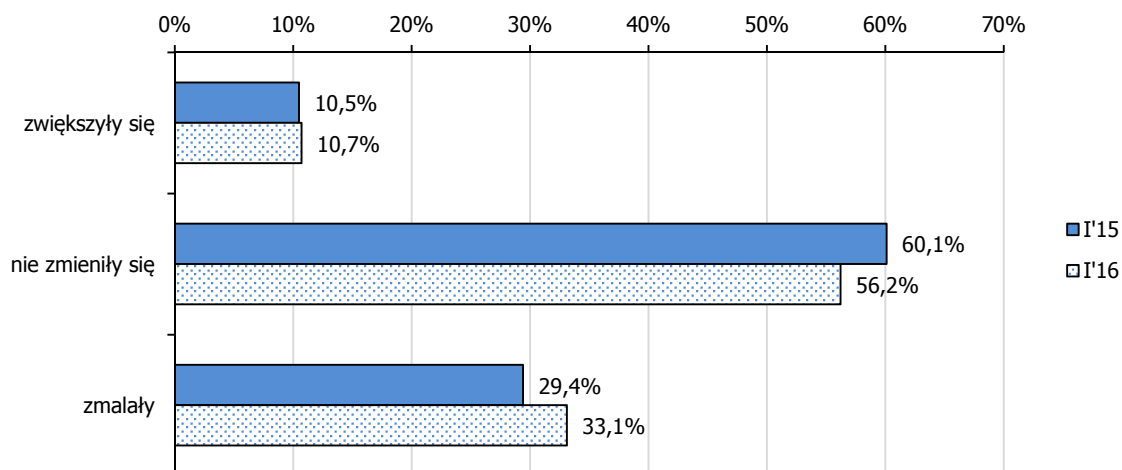


## ZAKUPY OD DOSTAWCÓW KRAJOWYCH



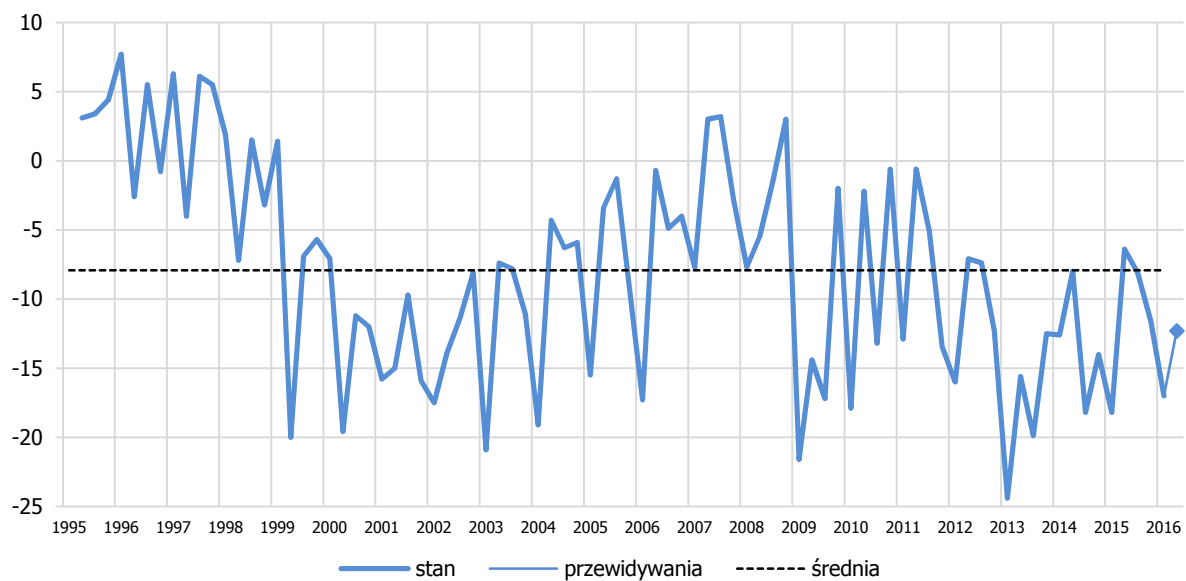
| zakupy od dostawców krajowych | Q1 2015 | Q2 2015 | Q3 2015 | Q4 2015 | Q1 2016      | przewidywania |
|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|--------------|---------------|
| stan                          | -18,9   | 5,8     | 7,2     | 0,4     | <b>-22,4</b> |               |
| przewidywania                 |         |         |         |         |              | <b>7,2</b>    |

## Zakupy od dostawców krajowych – składowe salda



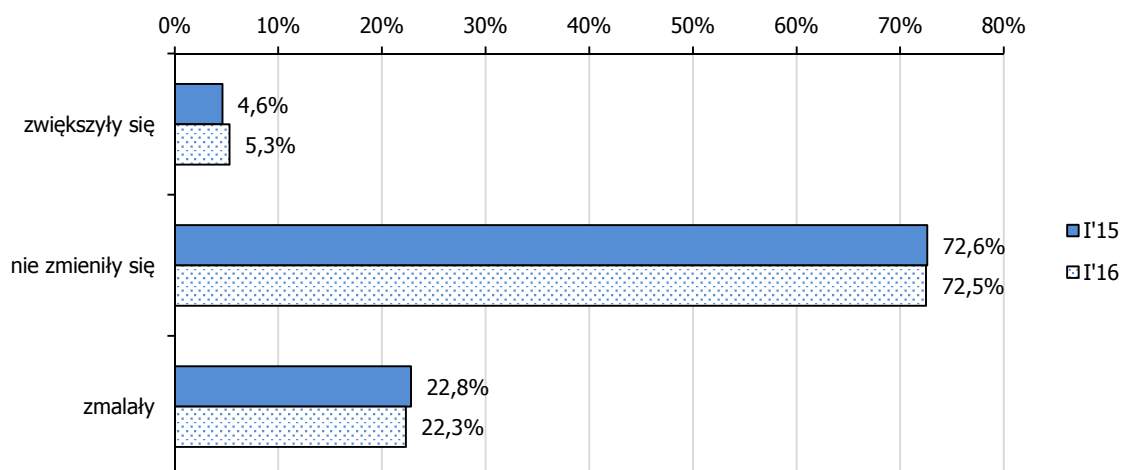


## ZAKUPY OD DOSTAWCÓW ZAGRANICZNYCH

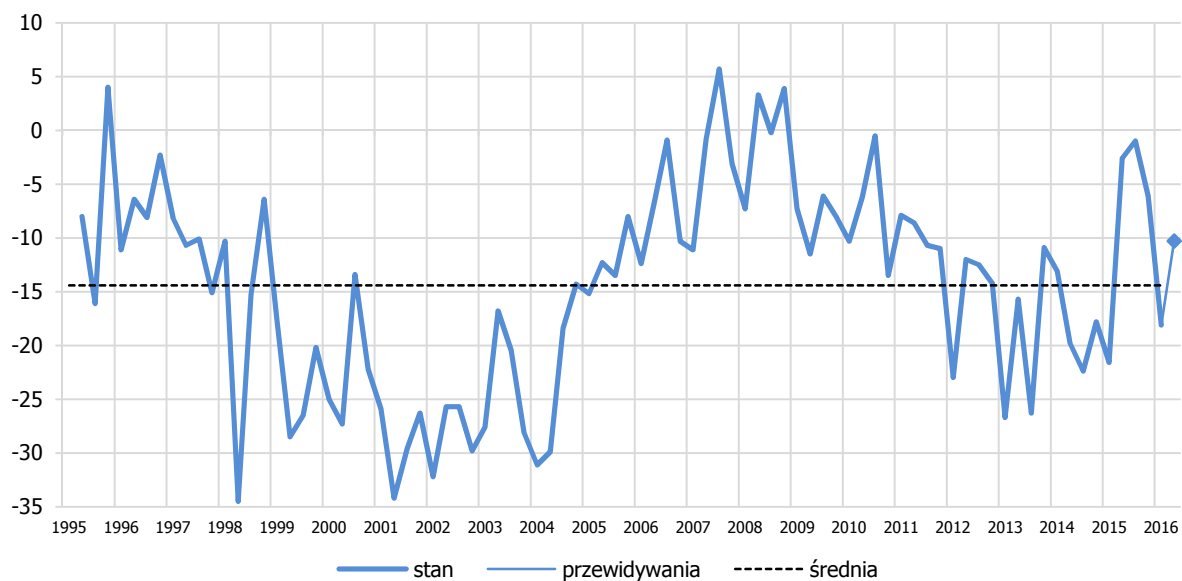


| zakupy od dostawców zagranicznych | Q1 2015 | Q2 2015 | Q3 2015 | Q4 2015 | Q1 2016      | przewidywania |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|---------|--------------|---------------|
| stan                              | -18,2   | -6,4    | -8,1    | -11,6   | <b>-17,0</b> |               |
| przewidywania                     |         |         |         |         |              | <b>-12,3</b>  |

## Zakupy od dostawców zagranicznych – składowe salda

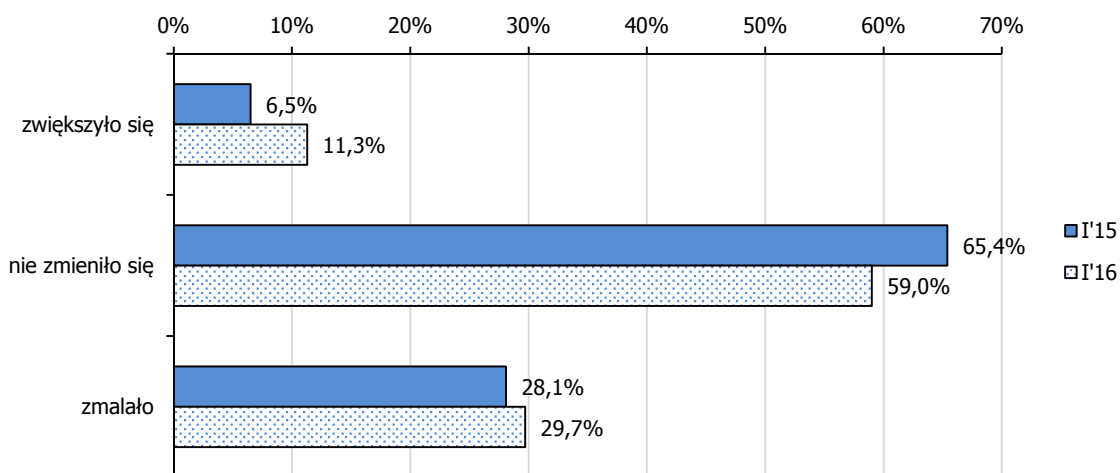


## ZATRUDNIENIE

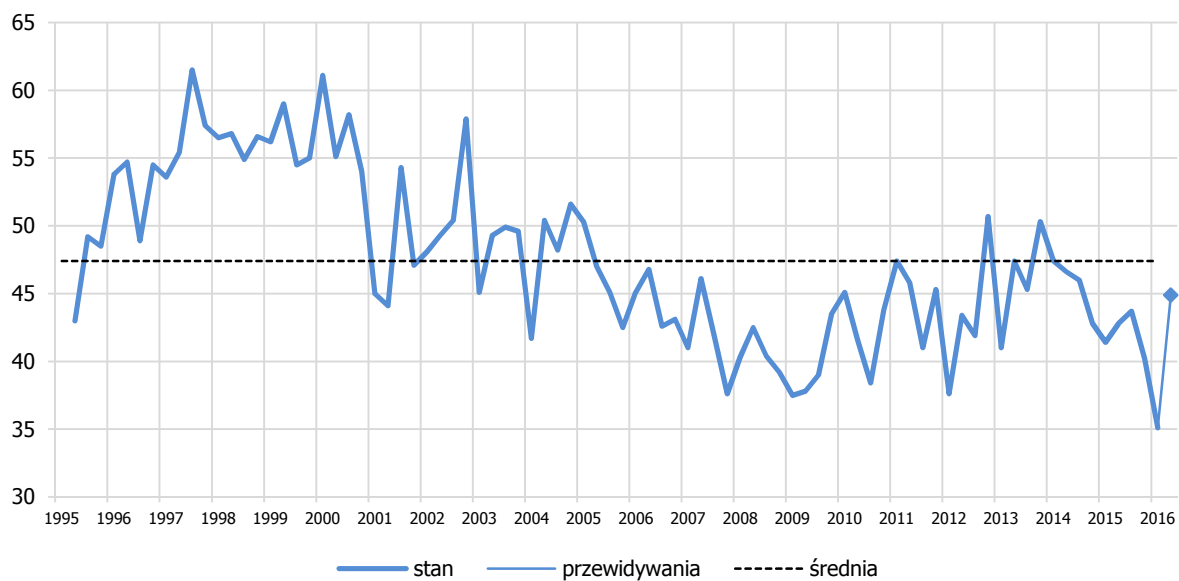


| zatrudnienie  | Q1 2015 | Q2 2015 | Q3 2015 | Q4 2015 | Q1 2016      | przewidywania |
|---------------|---------|---------|---------|---------|--------------|---------------|
| stan          | -21,6   | -2,6    | -1,0    | -6,1    | <b>-18,1</b> |               |
| przewidywania |         |         |         |         |              | <b>-10,3</b>  |

## Zatrudnienie – składowe salda

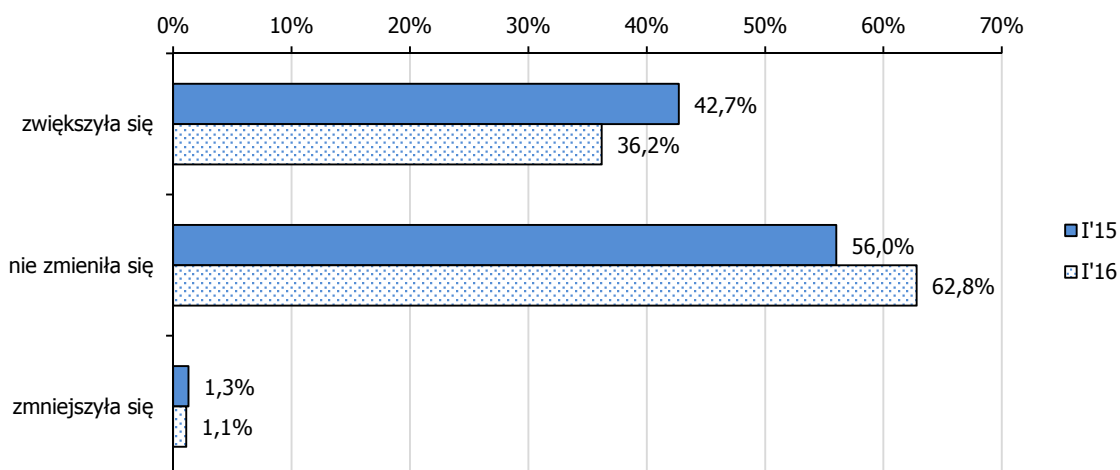


## KONKURENCJA POMIĘDZY PRZEDSIĘBIORSTWAMI HANDLOWYMI

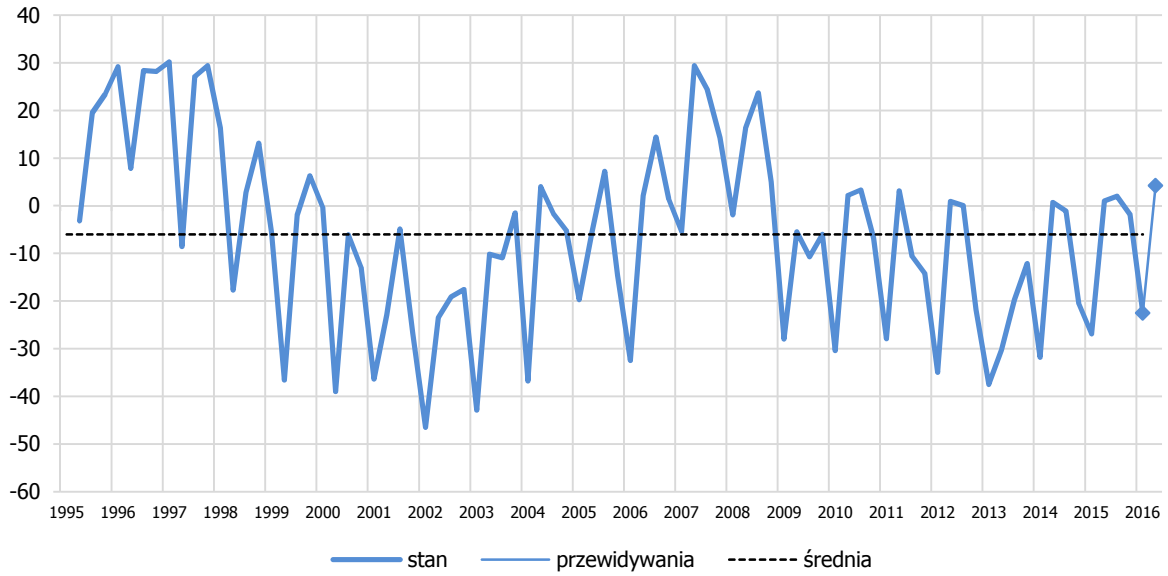


| konkurencja   | Q1 2015 | Q2 2015 | Q3 2015 | Q4 2015 | Q1 2016     | przewidywania |
|---------------|---------|---------|---------|---------|-------------|---------------|
| stan          | 41,4    | 42,8    | 43,7    | 40,2    | <b>35,1</b> |               |
| przewidywania |         |         |         |         |             | <b>44,9</b>   |

## Konkurencja – składowe salda

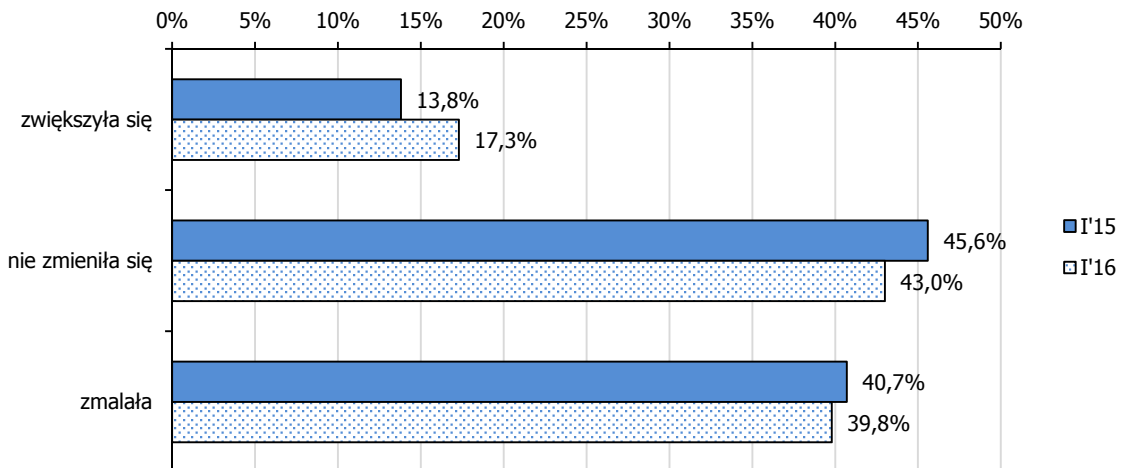


## WOLUMEN SPRZEDAŻY

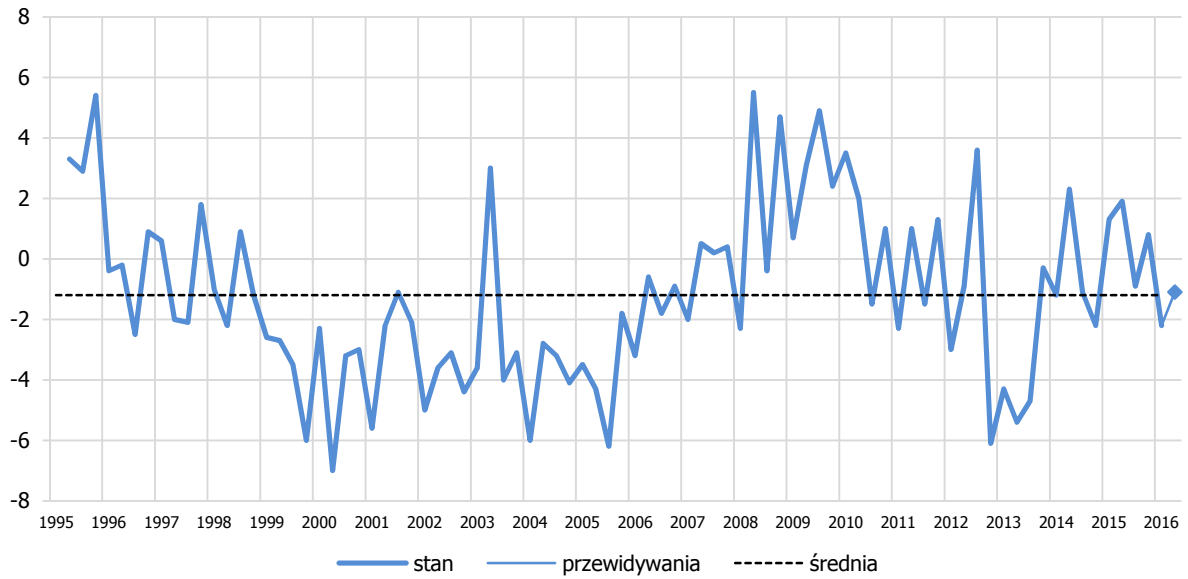


| wolumen sprzedaży | Q1 2015 | Q2 2015 | Q3 2015 | Q4 2015 | Q1 2016      | przewidywania |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|--------------|---------------|
| stan              | -26,9   | 1,0     | 2,0     | -1,8    | <b>-22,5</b> | <b>4,2</b>    |
| przewidywania     |         |         |         |         |              |               |

## Wolumen sprzedaży – składowe salda

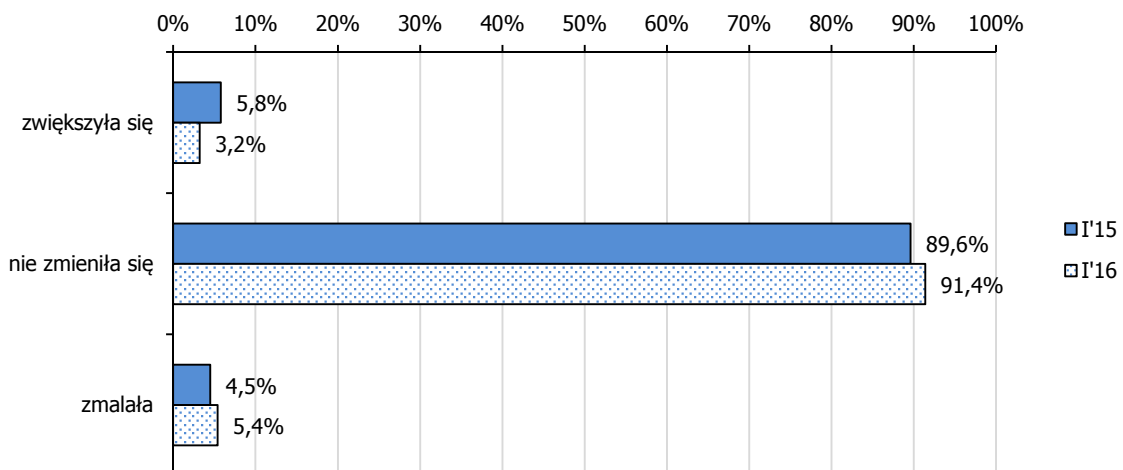


## POWIERZCHNIA MAGAZYNOWA

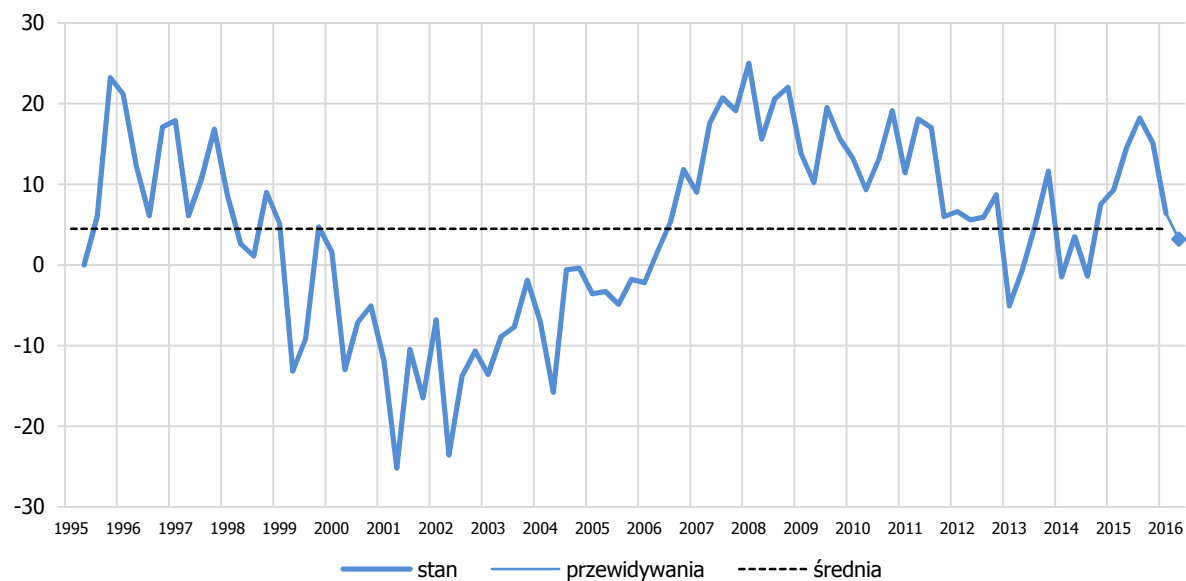


| powierzchnia magazynowa | Q1 2015 | Q2 2015 | Q3 2015 | Q4 2015 | Q1 2016     | przewidywania |
|-------------------------|---------|---------|---------|---------|-------------|---------------|
| stan                    | 1,3     | 1,9     | -0,9    | 0,8     | <b>-2,2</b> |               |
| przewidywania           |         |         |         |         |             | <b>-1,1</b>   |

### Powierzchnia magazynowa – składowe salda

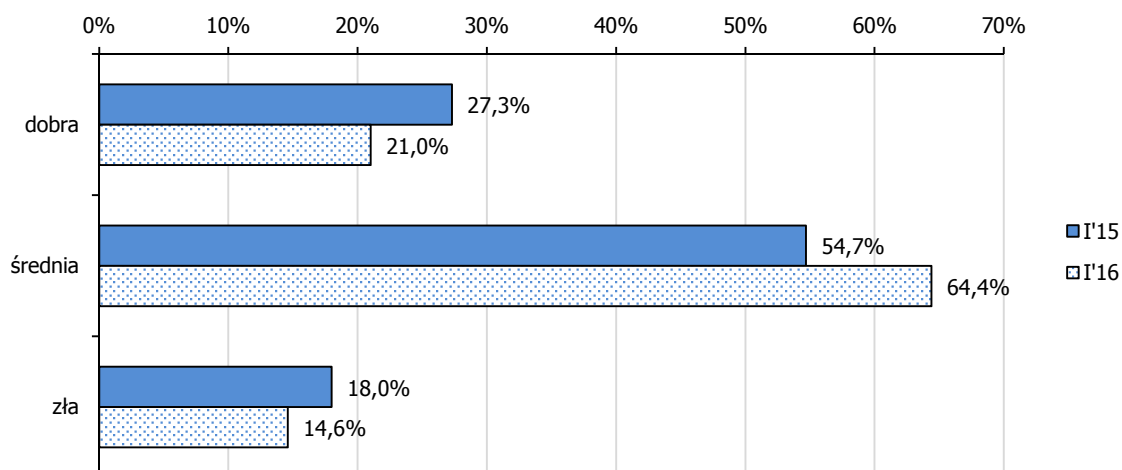


## OGÓLNA SYTUACJA PRZEDSIĘBIORSTWA

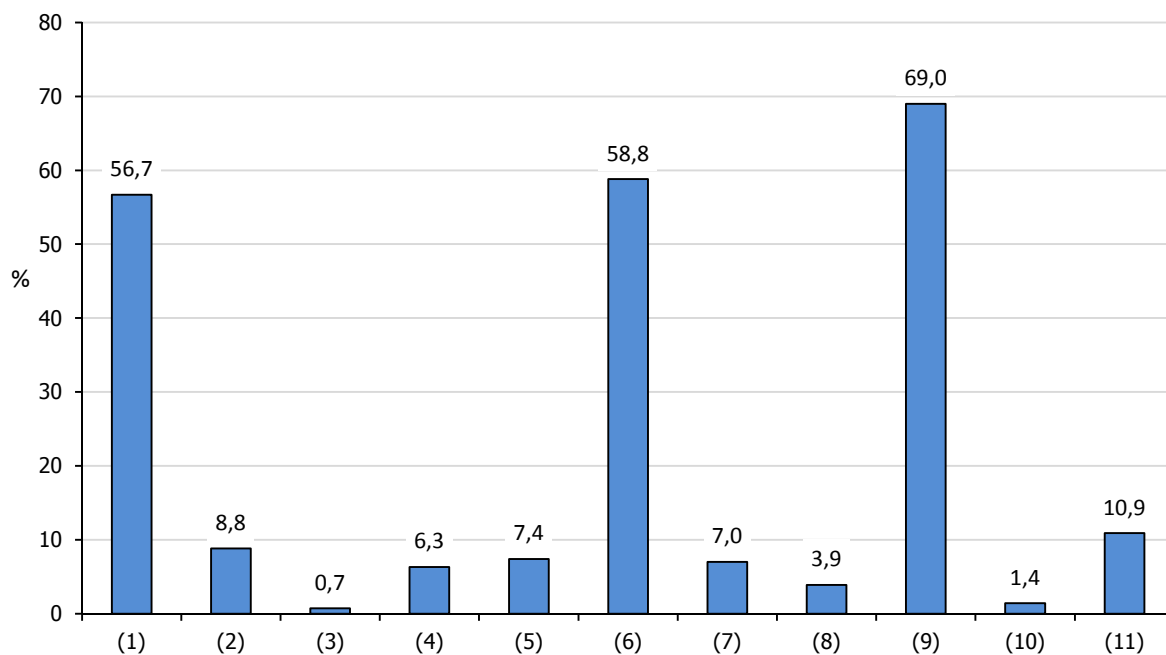


| ogólna sytuacja przedsiębiorstwa | Q1 2015 | Q2 2015 | Q3 2015 | Q4 2015 | Q1 2016    | przewidywania |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|------------|---------------|
| stan                             | 9,3     | 14,5    | 18,2    | 15,1    | <b>6,4</b> |               |
| przewidywania                    |         |         |         |         |            | <b>3,2</b>    |

## Ogólna sytuacja przedsiębiorstwa – składowe salda



## CZYNNIKI OGRANICZAJĄCE POPRAWĘ SYTUACJI PRZEDSIĘBIORSTWA



- (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 I KWARTAŁU 2016 R.

| Kwartał        | Wzrost<br>ogółem<br>% | w tym:        |                  |              | Bez zmian<br>% | Spadek<br>% |
|----------------|-----------------------|---------------|------------------|--------------|----------------|-------------|
|                |                       | o więcej<br>% | o tyle samo<br>% | o mniej<br>% |                |             |
| <b>Q1 2016</b> | <b>24,6</b>           | <b>5,7</b>    | <b>12,1</b>      | <b>6,8</b>   | <b>65,1</b>    | <b>10,3</b> |
| Q4 2015        | 23,1                  | 6,6           | 6,6              | 9,9          | 69,3           | 7,7         |
| 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 1<sup>st</sup> quarter of 2016 business situation in the trade sector improved in comparison with the previous quarter. The IRG SGH trade confidence indicator (IRGTRD) quarterly increased by 13.3 pts to +9.1 pts. It is 2.4 pts up from the respective 2015 figure and similar to the first-quarters' average over the last ten years, which amounts to +4.0 pts.

The changes of IRGTRD varied depending on the business profile of trading companies. For the majority of them a growth in IRGTRD was recorded, the greatest for traders operating in the following markets: timber and building materials, textiles and clothing, and other sales. The highest indicator was recorded for trade of: textiles and clothing, small metal articles, paints, glass, and timber and building materials. Firms trading in pharmaceuticals, medical products, cosmetics, beauty products reported their business situation worsened the most.

The balance of overall standing of trading enterprises decreased, compared to the previous quarter, by 17.6 pts and amounted to -21.5 pts, the figure higher by 4.6 pts than recorded one year earlier. The assessment of overall situation of trading enterprises was much in line with their financial standing – the balance of the latter amounted to -19.0 pts. The balance of purchases from domestic suppliers decreased by 22.8 pts, and the balance of purchases from foreign suppliers dropped by 3.5 pts. The balance of employment declined by 5.4 pts. Trading enterprises assessed their overall standing in the 1<sup>st</sup> quarter of 2016 as good, and the balance amounted to +6.4 pts.

In Q1 2016, as compared to the previous quarter, 24.6% of trading companies increased their selling prices (of which 5.7% reported price increases higher than a quarter earlier, 12.1% – the same, and 6.8% – smaller increases), 65.1% of traders did not change prices, and 10.3% lowered their prices.

Since the beginning of the survey three main factors, specifically: competition, labour cost and insufficient demand, have been reported as barriers to improvement in overall standing of trading companies.

## V. KONIUNKTURA W HANDLU W 2015 R.

W 2015 roku IRG SGH przeprowadził kolejne cztery edycje badań koniunktury w polskim handlu. W I kwartale 2015 roku ankiety wysłano do 426 przedsiębiorstw handlowych. 40 % z nich udzieliło odpowiedzi. W kolejnych kwartałach do wypełnienia ankiet angażowano ponad 500 przedsiębiorstw handlowych (576 w II kwartale, 581 w III kwartale oraz 525 w IV kwartale), osiągając współczynnik zwrotu na poziomie, odpowiednio: 30, 27 i 28 %. Badania prowadzone były na reprezentatywnej próbie polskich przedsiębiorstw handlowych. Wyniki badań były szeroko rozpowszechniane wśród polskich środowisk opiniotwórczych oraz prezentowane w środkach masowego przekazu.

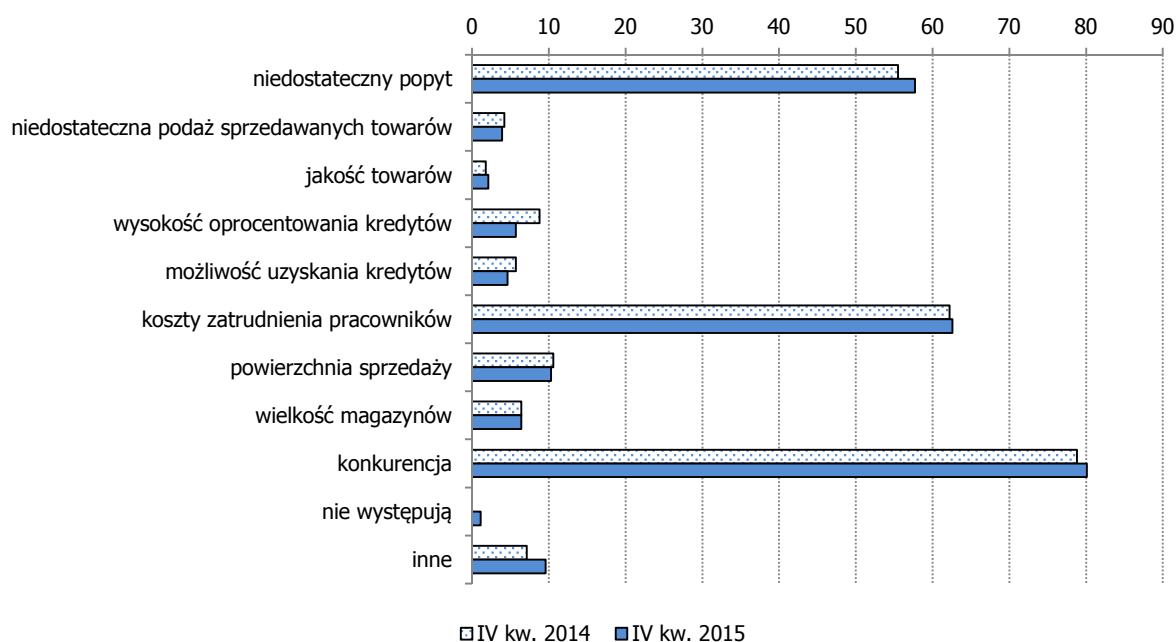
W 2015 roku dodatnie wartości wskaźnika koniunktury utrzymywały się w pierwszych trzech kwartałach: 2,4 punktu w I kwartale, 2,2 pkt. w II kwartale oraz 1,3 pkt. w III kwartale. W pierwszych dwóch kwartałach wartości wskaźnika były niższe od średnich dla tych okresów z ostatnich dziesięciu lat oraz od wartości odnotowanych rok wcześniej (o odpowiednio: 1,4 i +1,7 pkt.). W III kwartale koniunktura w handlu uległa nieznacznemu pogorszeniu – nastąpił spadek wartości wskaźnika w ciągu kwartału o 0,9 punktu do poziomu +1,3 pkt. Był to jednak poziom wyższy od średniej dla tego okresu z ostatnich dziesięciu lat (wynosi ona -0,4 punktu) oraz od poziomu odnotowanego rok wcześniej (-3,9 pkt.). Znaczne pogorszenie koniunktury odnotowano w IV kwartale; wartość wskaźnika koniunktury zmniejszyła o 5,5 punktu, osiągając poziom -4,2 punktu. Wskaźnik koniunktury w IV kwartale 2015 roku był zbliżony do średniej dla tego okresu z ostatnich dziesięciu lat (wynosi ona -4,8 punktu). Pogorszenie koniunktury w handlu, które nastąpiło w II półroczu, objawiło się pogarszającą się sytuacją – ogólną i finansową – przedsiębiorstw tego sektora, spadkiem wielkości zatrudnienia, spadkiem zakupów od dostawców zagranicznych oraz spadkiem wielkości zapasów.

W I i IV kwartale 2015 roku przedsiębiorstwa handlowe sygnalizowały pogarszanie się swojej ogólnej sytuacji. Sygnały te znalazły odzwierciedlenie w ich sytuacji finansowej. W I i IV kwartale odnotowano ujemne wartości salda odpowiedzi na pytanie dotyczące zmiany sytuacji finansowej (odpowiednio: -22,0 pkt. i -5,7 pkt.). Kolejny rok z rzędu obserwowaliśmy spadek zakupów od dostawców zagranicznych (ujemne wskaźniki odnotowano we wszystkich kwartałach). Zakupy od dostawców zagranicznych są wrażliwym wskaźnikiem koniunktury w polskim handlu. Silnie reagują wraz z pogarszaniem się koniunktury i powoli zmieniają się wraz z jej poprawą. Nieco inaczej przedstawiała się sytuacja w zakresie zakupów od dostawców krajowych. Przez wszystkie kwartały 2015 roku (z wyjątkiem pierwszego) następował wzrost zakupów od dostawców krajowych; dodatnie wskaźniki koniunktury odnotowano w II, III i IV kwartale. Towarzyszył temu również spadek wielkości zapasów. Wyjątkiem był drugi kwartał, w którym zapasy pozostały na niezmiennym poziomie w stosunku do pierwszego kwartału.

Przez cały rok wartości salda odpowiedzi na pytanie o zmianę wielkości zatrudnienia były ujemne; wyniosło, odpowiednio: -21,6, -2,6, -1,0 oraz -6,1 pkt., co oznacza, iż w 2015 roku zatrudnienie w przedsiębiorstwach tego sektora stale zmniejszało się.

Nieprzerwanie od wielu lat utrzymuje się na wysokim poziomie saldo odpowiedzi na pytanie dotyczące wzrostu konkurencji dla badanych przedsiębiorstw handlowych. Tak było również w 2015 roku. Pomimo postępującej w polskim handlu koncentracji oraz będącego jej efektem spadku liczby mniejszych sklepów jest on ciągle rozproszony. Polski handel nadal charakteryzuje się bardziej strukturą konkurencyjną niż zachowaniami konkurencyjnymi. Zdecydowanie większe korzyści osiągają konsumenci z nasilenia procesów koncentracyjnych niż z zagrożenia konkurencyjnego, na jakie narzekają przedsiębiorstwa handlowe.

Od początku badania koniunktury w handlu przez IRG SGH niezmiennie trzy czynniki ograniczają polepszenie sytuacji przedsiębiorstw handlowych: konkurencja, koszty zatrudnienia pracowników oraz niedostateczny popyt. W IV kwartale 2015 roku – w stosunku do analogicznego okresu 2014 roku – wzrósł odsetek przedsiębiorstw uważających konkurencję oraz koszty zatrudnienia pracowników za czynniki ograniczające ich rozwój, odpowiednio: z 78,8 % do 80,1 % i z 62,2 % do 62,6 %. Spadł natomiast odsetek przedsiębiorstw (z 55,0 % do 46,6 %) wskazujących na niedostateczny popyt jako barierę rozwoju działalności.



Przez cały rok utrzymywało się duże zróżnicowanie koniunktury w analizowanych przekrojach: rodzajowym, form sprzedaży, wielkości ośrodków działania oraz wielkości przedsiębiorstw.