

**Instytut Rozwoju Gospodarczego**

**SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA  
W WARSZAWIE**

---

Katarzyna Majchrzak

Łukasz Olejnik

## **KONIUNKTURA W HANDLU**

### **II kwartał 2022**

PL ISSN 2392-3709

---

Badanie okresowe nr 114

**Rada Programowa:**

Elżbieta Adamowicz (przewodnicząca), Joanna Klimkowska (sekretarz), Marek Rocki  
Marco Malgarini, Gernot Nerb, Ataman Ozyildrim, István János Tóth

**Komitet Redakcyjny i adres redakcji:**

Konrad Walczyk (redaktor naczelny)  
Katarzyna Majchrzak  
Łukasz Olejnik  
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

Publikacja została zrecenzowana zgodnie z wytycznymi MNiSW

Wersja elektroniczna czasopisma jest wersją pierwotną

**©Copyright by Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2022**

Wszelkie prawa zastrzeżone. All rights reserved.

**ISSN 2392-3709**

**Nr rej. PR 18397**

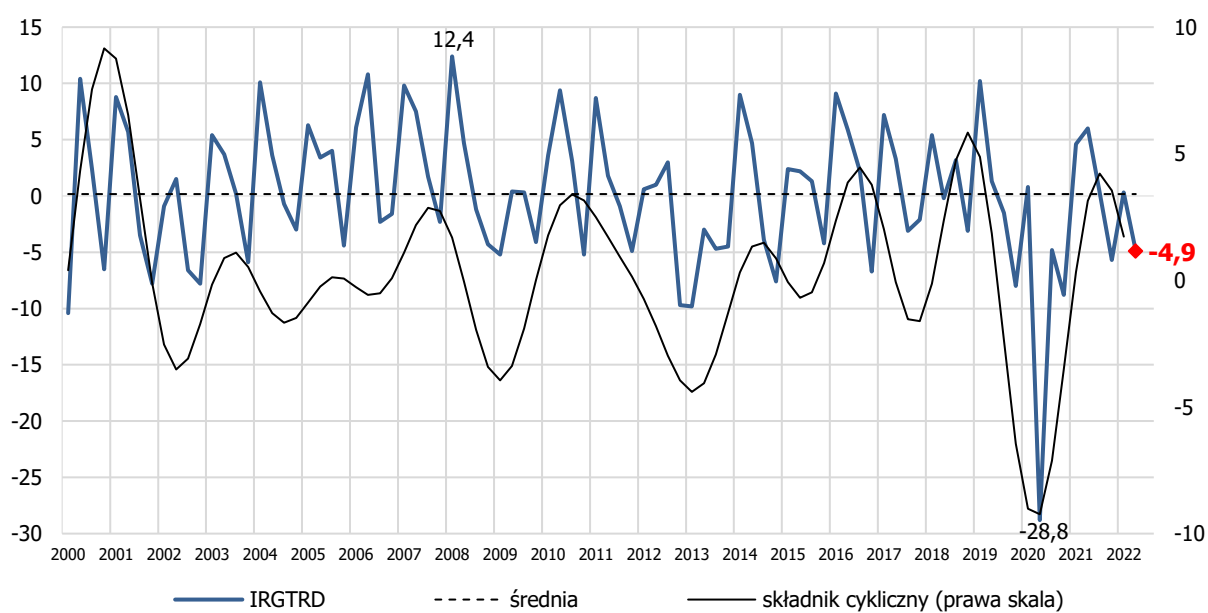
Informacje zawarte w niniejszym biuletynie oparte są na wynikach ankietowego badania koniunktury w handlu, przeprowadzonego przez IRG SGH po raz 114. W badaniu uczestniczyło 214 przedsiębiorstw. Metoda badawcza koniunktury opisana jest na stronie: <http://kolegia.sgh.waw.pl/pl/KAE/struktura/IRG/koniunktura/Strony/metody.aspx>.

---

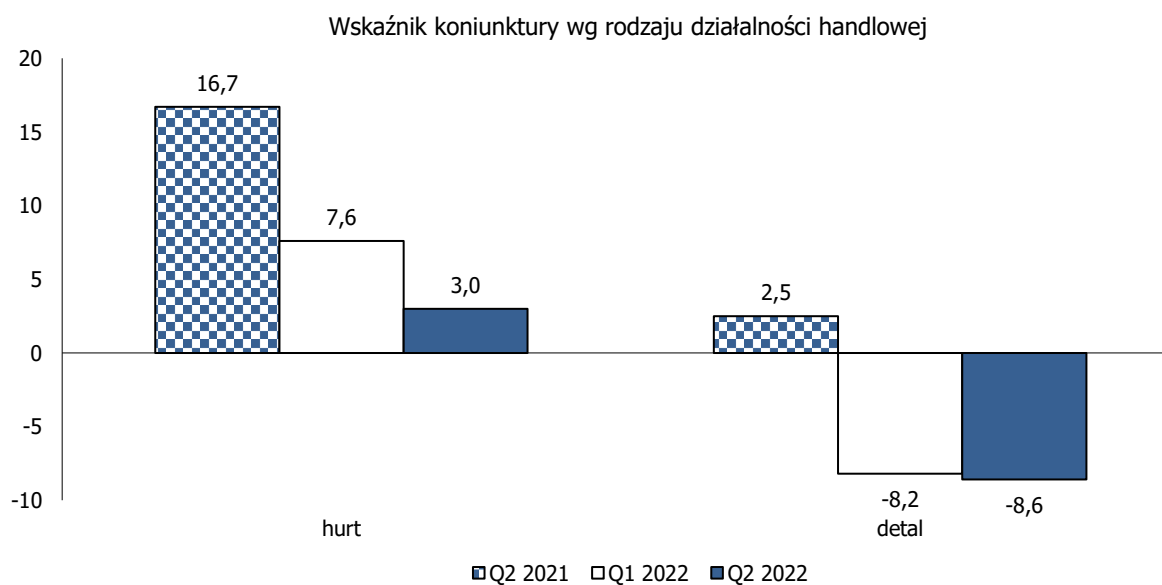
**SPIS TREŚCI**

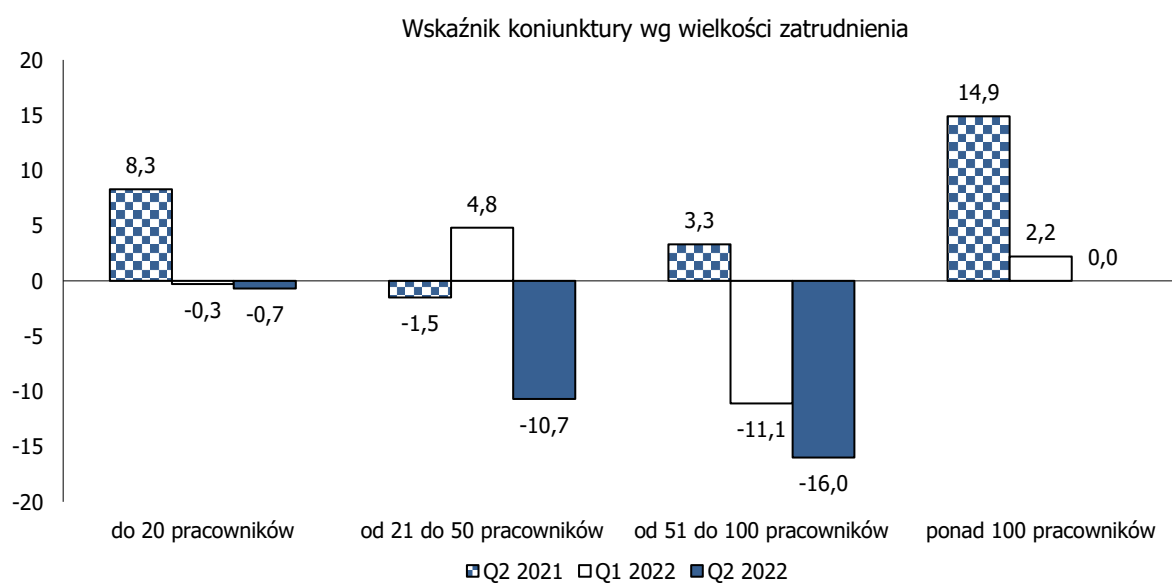
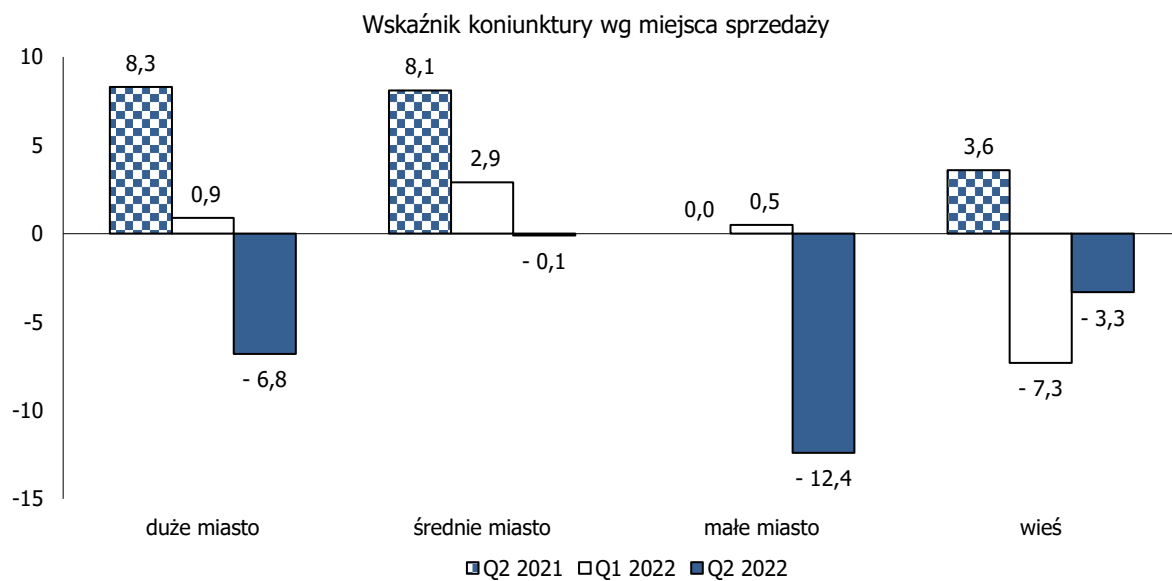
I.	WSKAŹNIK KONIUNKTURY .....	4
II.	WYNIKI BADANIA I WNIOSKI .....	6
	1. Wnioski ogólne .....	6
	2. Wyniki szczegółowe .....	9
	SYTUACJA EKONOMICZNA PRZEDSIĘBIORSTWA .....	9
	SYTUACJA FINANSOWA PRZEDSIĘBIORSTWA .....	11
	ZAPASY .....	13
	ZAKUPY OD DOSTAWCÓW KRAJOWYCH .....	15
	ZAKUPY OD DOSTAWCÓW ZAGRANICZNYCH .....	17
	ZATRUDNIENIE .....	19
	KONKURENCJA MIĘDZY PRZEDSIĘBIORSTWAMI HANDLOWYMI .....	21
	WOLUMEN SPRZEDAŻY .....	23
	POWIERZCHNIA MAGAZYNOWA .....	25
	OGÓLNA KONDYCJA PRZEDSIĘBIORSTWA .....	27
	CENY SPRZEDAŻY TOWARÓW .....	29
	CZYNNIKI UTRUDNIAJĄCE ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORSTW HANDLOWYCH .....	31
III.	SUMMARY .....	32

## I. WSKAŹNIK KONIUNKTURY



składowe salda	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	<b>Q2 2022</b>
1. wolumen sprzedaży - przewidywania	11,7	1,9	-2,4	-7,7	<b>0,6</b>
2. zakupy towarów od dostawców krajowych i zagranicznych - przewidywania	-2,0	0,3	-8,0	-10,7	<b>-6,5</b>
3. zapasy - stan	-8,4	1,2	6,6	-19,2	<b>8,9</b>
wskaźnik koniunktury (IRGTRD): $(1+2-3)/3$	6,0	0,3	-5,7	0,3	<b>-4,9</b>





## II. WYNIKI BADANIA I WNIOSKI

### 1. Wnioski ogólne

1. Koniunktura w handlu w II kwartale 2022 r. pogorszyła się. Wartość wskaźnika koniunktury IRG SGH (IRGTRD) zmniejszyła się w ciągu kwartału o 5,2 pkt i wynosi -4,9 pkt. Jest również niższa od średniej dla drugiego kwartału z ostatnich dziesięciu lat (wynosi ona -1,3 pkt) oraz od poziomu odnotowanego przed rokiem (6,0 pkt w II kwartale 2021 r.). Spadek wartości IRGTRD jest skutkiem wzrostu wielkości zapasów. Wartości pozostałych dwóch składowych wskaźnika koniunktury (przewidywanej wielkości sprzedaży i prognozowanych zakupów towarów) podwyższyły się. W II kwartale 2022 r. na polską gospodarkę oddziaływało szereg czynników związanych z rosyjską inwazją na Ukrainę, w tym przede wszystkim masowy napływ uchodźców generujących wyższy popyt na dobra konsumpcyjne oraz znaczący wzrost cen energii związany z zaburzeniami na rynku energii po wprowadzeniu międzynarodowych sankcji na Rosję. Ponadto, w II kwartale polski bank centralny kontynuował zacieśnianie polityki monetarnej (między marcem a majem referencyjna stopa NBP wzrosła z 3,50% do 5,25%), co wpłynęło na ograniczenie dostępności kredytów dla przedsiębiorstw.

2. W ciągu kwartału odnotowano spadek wartości wskaźnika dla wszystkich grup przedsiębiorstw według liczby zatrudnionych; największy dla przedsiębiorstw zatrudniających od 21 do 50 osób (z poziomu 4,8 pkt do -10,7 pkt) oraz firm zatrudniających od 51 do 100 osób (z -11,1 pkt do -16,0 pkt). W przypadku przedsiębiorstw dużych (powyżej 100 zatrudnionych) spadek był mniejszy (z 2,2 pkt do 0 pkt).

3. Pogorszenie się koniunktury sygnalizują firmy bez względu na rodzaj działalności handlowej. Największy spadek wartości wskaźnika IRGTRD, z poziomu 2,4 pkt w poprzednim kwartale do -2,0 pkt w obecnym, odnotowano dla przedsiębiorstw zajmujących się wszystkimi rodzajami handlu (hurt oraz detal). Podobny spadek (4,4 pkt) odnotowano dla przedsiębiorstw hurtowych.

4. O pogorszeniu się koniunktury informują przedsiębiorstwa prowadzące działalność we wszystkich ośrodkach. Największy spadek wartości wskaźnika, o 12,9 pkt, zanotowano dla przedsiębiorstw działających w małych miejscowościach (z poziomu 0,5 pkt w I kwartale 2022 r. do -12,4 pkt w II kwartale br.); najmniejszy, o 3,0 pkt, dla przedsiębiorstw handlowych ze średnich miejscowości. Dla wszystkich grup zakładów handlowych, pomimo spadków, wskaźnik przyjął wartość dodatnią.

5. Mimo pogorszenia się koniunktury poprawiła się zarówno sytuacja ogólna jak i finansowa przedsiębiorstw handlowych, poziom zakupów towarów pochodzenia krajowego i zagranicznego, poziom zapasów, wolumen sprzedaży, czy poziom zatrudnienia (choć wartość salda pozostała ujemna). Obniżyła się natomiast wielkość powierzchni magazynowej. Ankietowani ocenili ogólną kondycję swoich przedsiębiorstw jako dobrą. Przewidywania uczestników badania dotyczące perspektyw rozwoju ich firm w ciągu najbliższych 6 miesięcy są optymistyczne.

6. Od początku prowadzenia badań koniunktury w handlu przedsiębiorstwa niezmiennie uznają trzy czynniki za główne bariery utrudniające rozwój ich działalności: wysokie koszty zatrudnienia pracowników, konkurencję oraz niedostateczny popyt. Tak też było również w II kwartale 2022 r. Odsetki ankietowanych, którzy wskazują te problemy, wynoszą odpowiednio: 42,7% (59,3% w I kwartale 2022 r.), 42,2% (36,6%) i 29,5% (32,7% przed kwartałem). Wzrósł odsetek ankietowanych (15,1% vs 13,4%), którzy nie dostrzegają istnienia barier dla swej działalności. Należy również zwrócić uwagę na trzy inne czynniki, których znaczenie zaczęło spadać, a mianowicie: niedostateczną podaż (spadek w ciągu kwartału z 26,3% – wówczas najwyższa wartość od początku badania koniunktury w handlu – do 13,8%), wysokość oprocentowania kredytów (spadek z 16,8% – wówczas najwyższa

wartość od 2006 roku – do 13,8%) oraz możliwość uzyskania kredytów (spadek z 9,5% do 5,1%). Kolejne badania pokażą, na ile trwałe są te spadki. Póki co w wynikach badań nie widać wzrostu obaw przedsiębiorców co do oprocentowania kredytów i możliwości uzyskania pożyczek pomimo zacieśniania polityki monetarnej przez polski bank centralny.

7. Wartość salda odpowiedzi na pytanie o ogólną sytuację przedsiębiorstw handlowych poprawiła się o 31,6 pkt w porównaniu z I kwartałem 2022 r. do wysokości 3,8 pkt, wyższej o 24,3 pkt od poziomu sprzed roku (wówczas -20,5 pkt). Przedsiębiorstwa spodziewają się pogorszenia się swojej ogólnej sytuacji ekonomicznej w najbliższych miesiącach; wartość salda prognostycznego wynosi 0,8 pkt.

8. Poprawiła się również sytuacja finansowa przedsiębiorstw handlowych. Wartość salda zwiększyła się w ciągu kwartału o 30,3 pkt i wynosi -1,1 pkt. Jest również wyższa od wartości z II kwartału 2021 r. (wówczas -20,4 pkt). Rozkład odpowiedzi jest następujący: 17,9% badanych przedsiębiorstw uznało, że w stosunku do I kwartału 2022 r. ich sytuacja finansowa poprawiła się, 63,0% ankietowanych stwierdziło, że ich sytuacja nie uległa zmianie, natomiast 19,0% badanych odnotowało jej pogorszenie się. Przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się jednak pogorszenia się swojej sytuacji finansowej w kolejnych miesiącach.

9. Poziom zapasów zwiększył się względem I kwartału 2022 r. o 28,1 pkt i wynosi obecnie 8,9 pkt. Jest wyższy niż przed rokiem (wówczas -8,4 pkt). Rozkład odpowiedzi jest następujący: 22,5% badanych przedsiębiorstw uznało, że wielkość ich zapasów wzrosła, 64% nie stwierdziło żadnych zmian w ich poziomie, a 13,6% ankietowanych poinformowało o spadku wielkości zapasów. Przewidywane jest obniżenie się poziomu zapasów przedsiębiorstw handlowych w nadchodzących miesiącach; wartość salda prognostycznego wynosi -5,6 pkt.

10. W ciągu ostatniego kwartału wzrosła wielkość zakupów od dostawców krajowych. Wartość salda wzrosła z -20,2 pkt do 4,7 pkt. Jest również wyższa od wartości zanotowanej w II kwartale 2021 r. (wówczas -11,9 pkt). W kolejnych miesiącach przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się jednak spadku wielkości zakupów od dostawców krajowych.

11. Nieznacznie wzrosła wartość salda odpowiedzi na pytanie o wielkość zakupów od dostawców zagranicznych (-6,7 pkt obecnie vs -9,8 pkt w I kwartale). Jest jednak niższa niż w II kwartale 2021 r. (wówczas -2,6 pkt). Na bieżącą wartość salda złożyły się następujące odpowiedzi: 11,4% ankietowanych zwiększyło w porównaniu z I kwartałem 2022 r. zakupy od dostawców zagranicznych, 70,6% utrzymało je na dotychczasowym poziomie, natomiast 18,1% zmniejszyło je. Zdaniem handlowców, w nadchodzących miesiącach wielkość zakupów od dostawców zagranicznych zmniejszy się; wartość salda prognostycznego wynosi -9,7 pkt.

12. Zwiększył się nieznacznie poziom zatrudnienia w handlu. Pomimo wzrostu (z -6,0 pkt do -5,2 pkt), wartość salda pozostała ujemna. Jest jednak niższa niż w II kwartale 2021 r. (wówczas -1,2 pkt). Spodziewany jest niewielki spadek poziomu zatrudnienia w najbliższych miesiącach; wartość salda prognostycznego równa jest -5,4 pkt.

13. Podobnie jak w poprzednim kwartale, w ponad  $\frac{3}{4}$  ankietowanych przedsiębiorstwach ceny wzrosły w porównaniu z I kwartałem 2022 r. (z czego w: 48,9% o więcej procent, 24,1% o tyle samo procent i 8,1% o mniej procent), w 17,6% ceny nie zmieniły się, a w 1,4% obniżyły się. Wartość salda wynosi 79,7 pkt i jest wyższa o 13,2 pkt od wartości sprzed kwartału. Jest obecnie najwyższa od 2000 r. (podobnie jak stopa inflacji CPI). Częściej wzrost cen obserwowali przedsiębiorcy z dużych miast (86,5 pkt) niż małych miejscowości (68,5 pkt). Uczestnicy badania spodziewają się spowolnienia tempa wzrostu poziomu cen w następnych miesiącach; wartość salda prognostycznego jest równa 69,2 pkt.

14. Zwiększył się wolumen sprzedaży. Wartość salda wzrosła o 20,6 pkt i wynosi -6,0 pkt. Jest wyższa niż w analogicznym okresie ubiegłego roku (wówczas -18,2 pkt). Na obecną wartość salda złożyły się następujące odpowiedzi: 21,4% przedsiębiorstw handlowych uznało, że w II kwartale 2022 r. względem I kwartału 2022 r. wolumen sprzedawanych przez nie towarów zwiększył się, 51,2% wskazało, iż utrzymał się on na tym samym poziomie, natomiast 27,4% ankietowanych zanotowało spadek. Przedsiębiorstwa handlowe przewidują nieznaczny wzrost wielkości sprzedaży w najbliższym półroczu (wartość salda prognostycznego wynosi 0,6 pkt). Jednym z najbardziej prawdopodobnych wyjaśnień wzrostu deklarowanego wolumenu sprzedaży jest wzrost popytu w związku z napływem do Polski uchodźców z ogarniętej wojną Ukrainy.

15. Wartość salda odpowiedzi na pytanie o wielkość ogólnej powierzchni magazynowej spadła w ciągu kwartału z poziomu 4,1 pkt do 1,3 pkt, lecz jest wyższa o 2,4 pkt niż rok wcześniej. Uczestnicy badania planują zmniejszenie ogólnej powierzchni magazynowej w najbliższych miesiącach; wartość salda przewidywań wynosi -0,2 pkt.

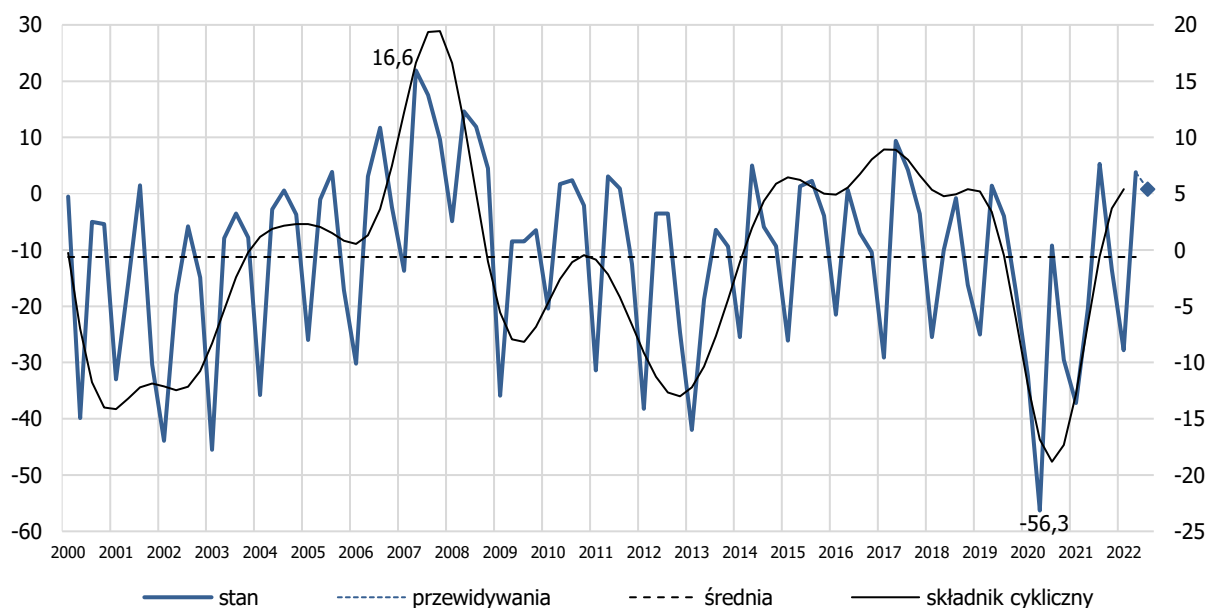
16. Ogólna sytuacja przedsiębiorstw handlowych w II kwartale 2022 r. została przez nie oceniona jako dobra. Wartość salda odpowiedzi na to pytanie wynosi 35,4 pkt. Jest wyższa niż w I kwartale (o 2,8 pkt) oraz o 14,2 pkt od wartości sprzed roku (wówczas 21,2 pkt). Aktualny rozkład odpowiedzi jest następujący: 41,9% badanych przedsiębiorstw uznało ogólną kondycję swojego przedsiębiorstwa za dobrą, 51,6% za średnią, natomiast 6,5% za słabą. Przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się pogorszenia się swojej ogólnej sytuacji w nadchodzącym półroczu; wartość salda prognostycznego jest równa 1,9 pkt.

17. Wartość salda odpowiedzi na pytanie dotyczące konkurencji na rynku zwiększyła się o 2,7 pkt w stosunku do poprzedniego kwartału, osiągając poziom 16,8 pkt. Jest on wyższy od wartości odnotowanej w analogicznym okresie 2021 r. (wówczas 9,6 pkt). Rozkład odpowiedzi jest następujący: 20% ankietowanych przedsiębiorstw uznało, że w II kwartale 2022 r. względem I kwartału 2022 r. konkurencja dla nich wzrosła, 76,8% nie zauważyło zmiany, zaś 3,2% odnotowało jej spadek. Przedsiębiorstwa spodziewają się podwyższenia zagrożenia konkurencyjnego w nadchodzących miesiącach.

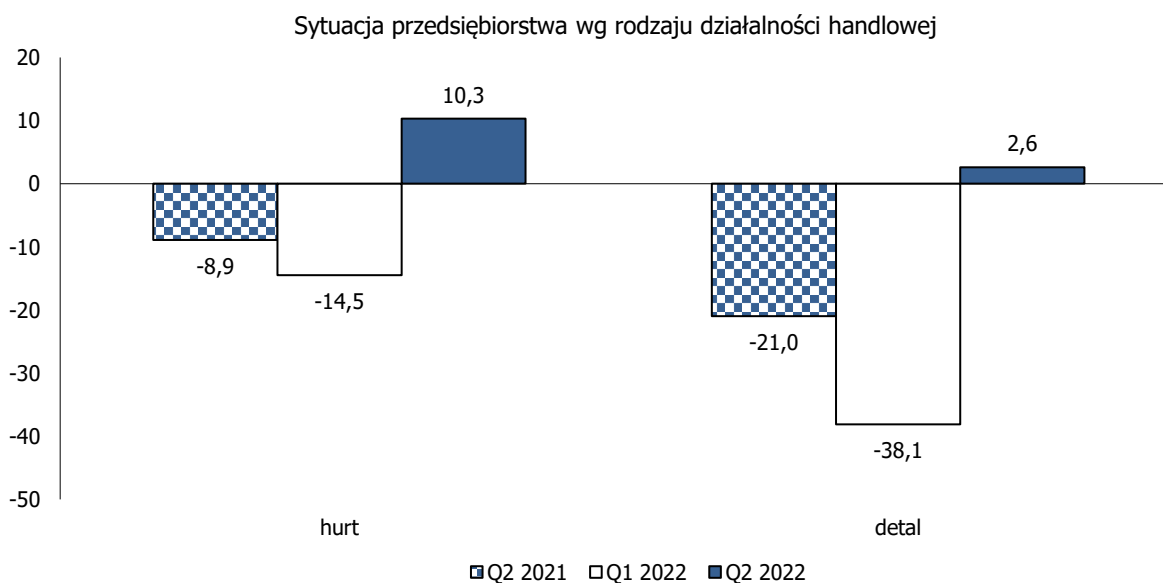


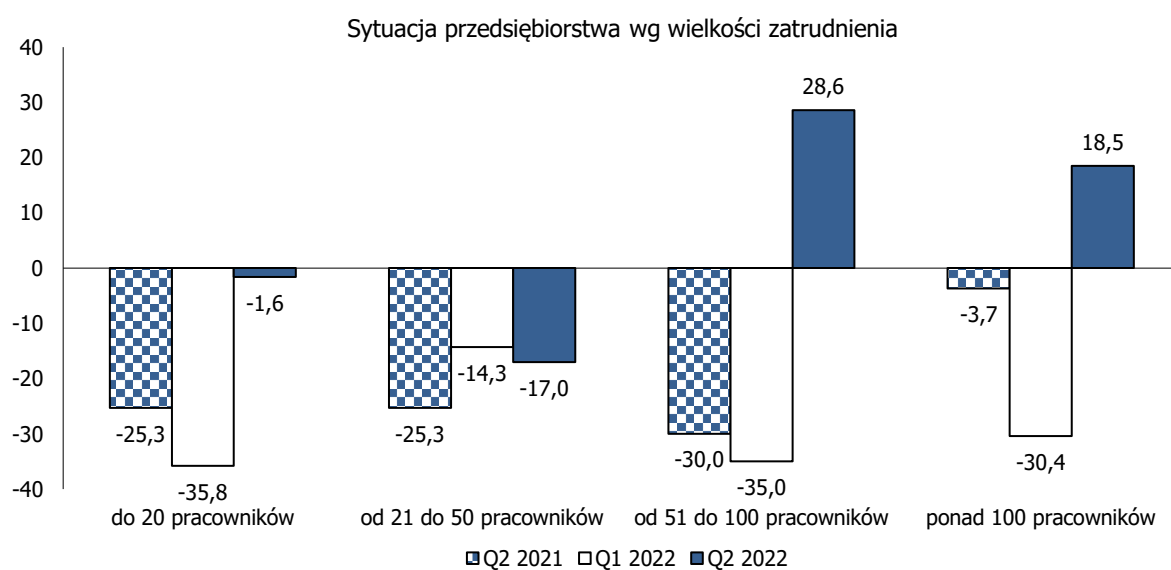
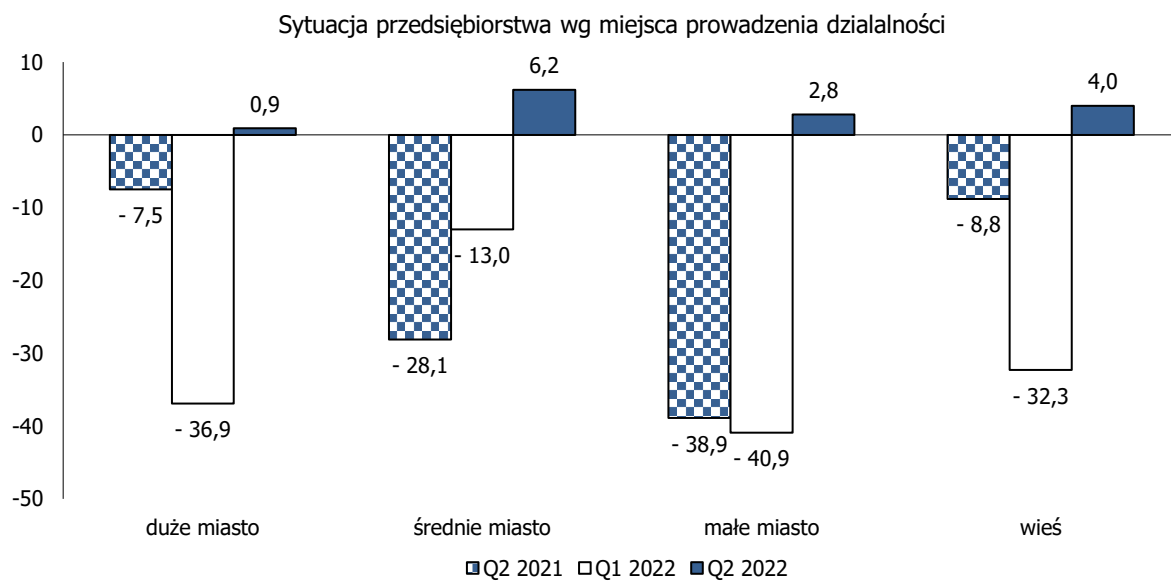
## 2. Wyniki szczegółowe

### SYTUACJA EKONOMICZNA PRZEDSIĘBIORSTWA

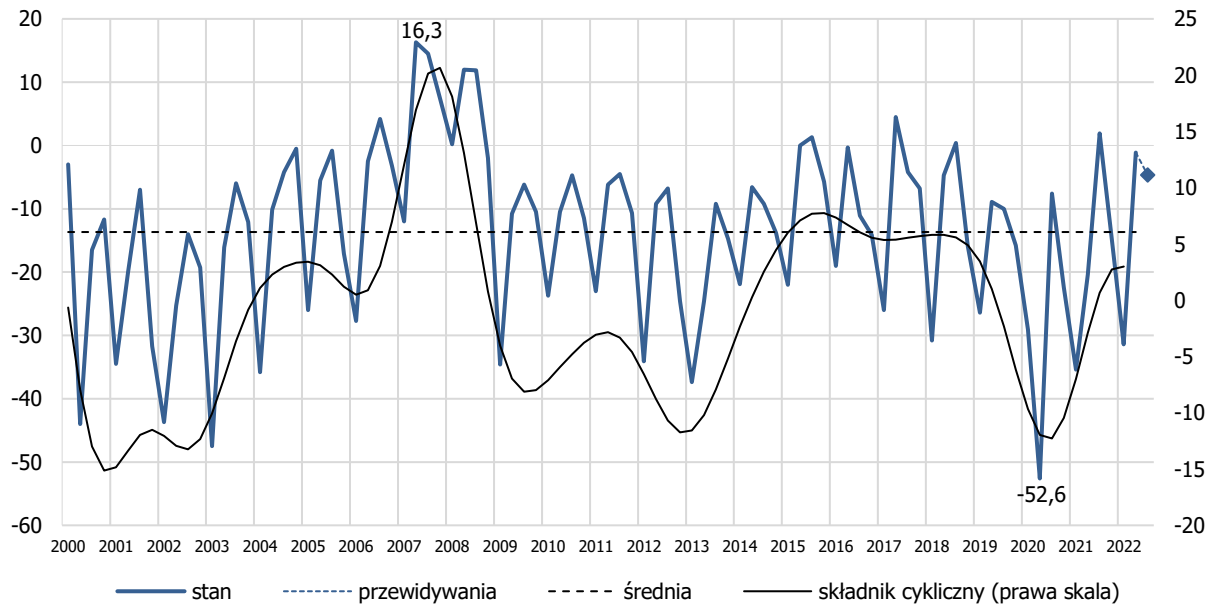


warianty odpowiedzi - odsetki	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	<b>Q2 2022</b>	przewidywania
1. poprawa	14,9	22,2	15,1	8,5	<b>25,4</b>	21,9
2. brak zmiany	49,7	60,9	56,2	55,2	<b>53,0</b>	57,0
3. pogorszenie	35,4	16,9	28,6	36,3	<b>21,6</b>	21,1
saldo (1.-3.)	-20,5	5,3	-13,5	-27,8	<b>3,8</b>	0,8



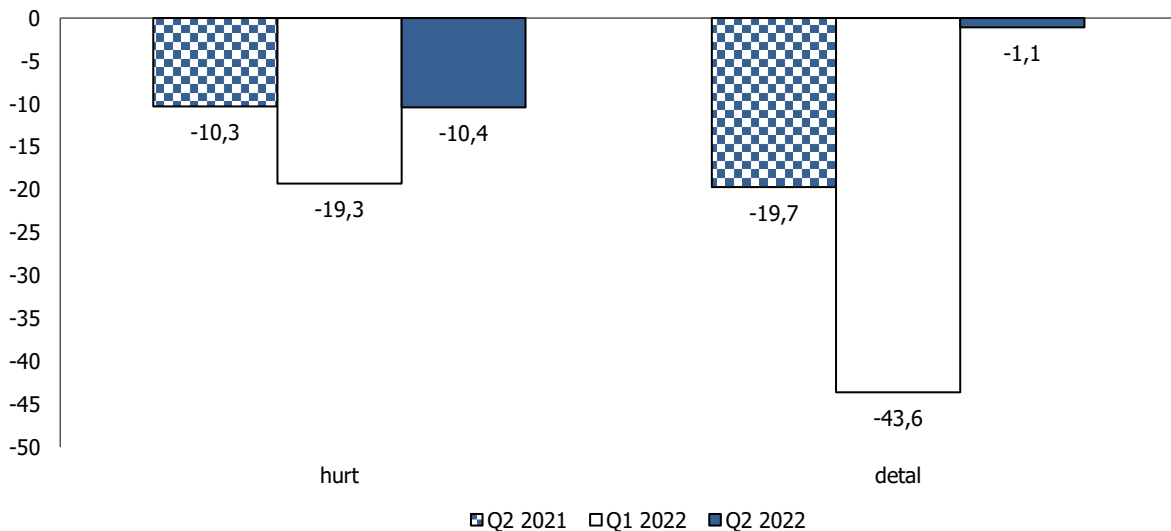


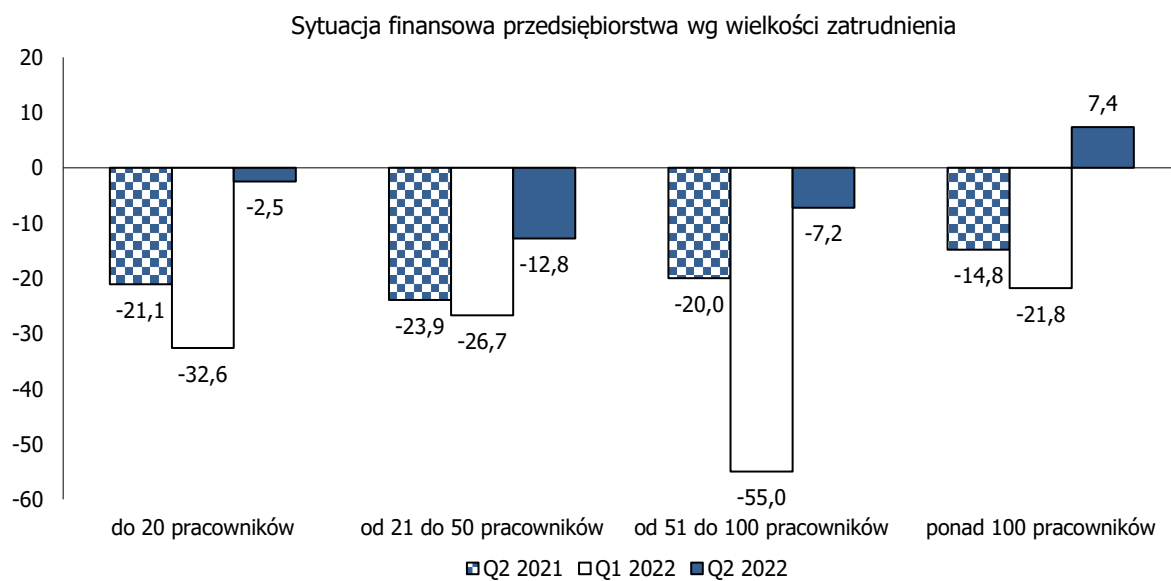
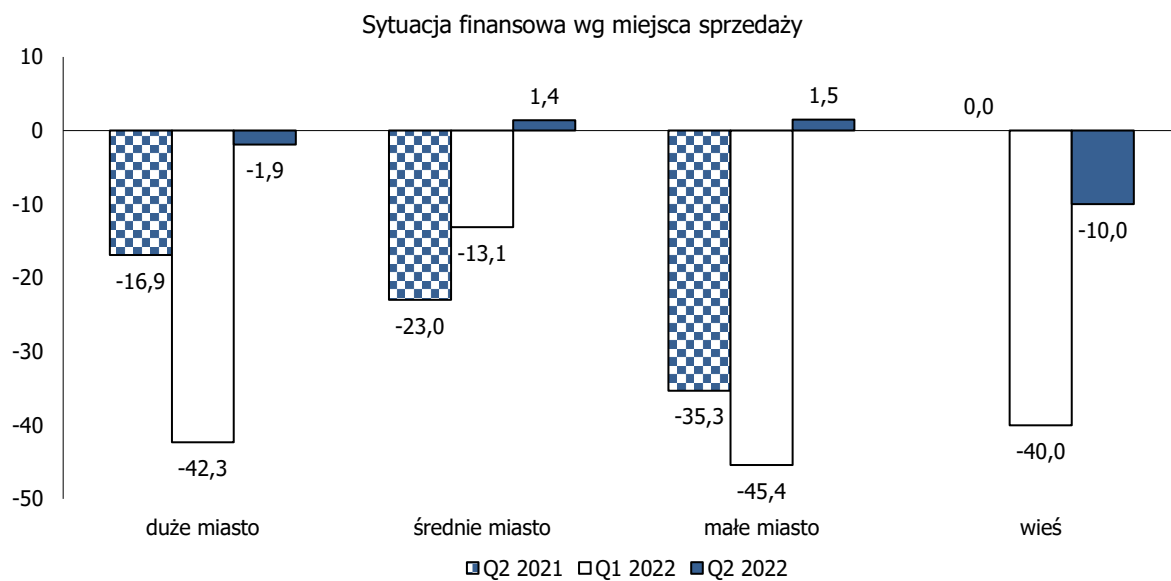
## SYTUACJA FINANSOWA PRZEDSIĘBIORSTWA



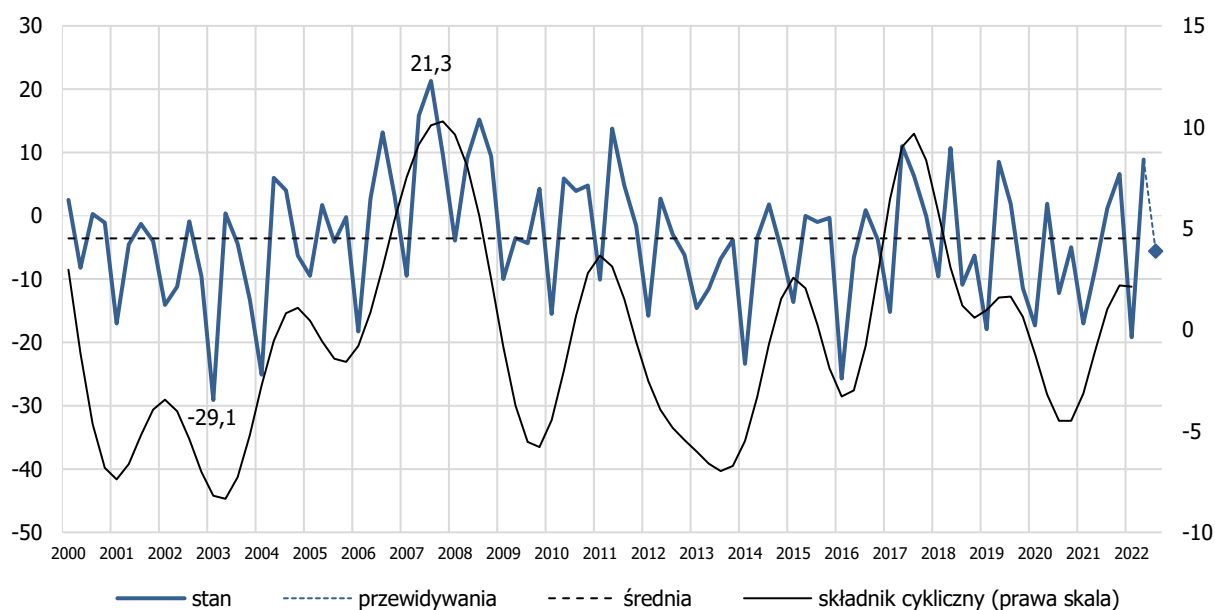
warianty odpowiedzi - odsetki	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	<b>Q2 2022</b>	przewidywania
1. poprawa	11,4	17,4	14,9	7,5	<b>17,9</b>	17,7
2. brak zmiany	56,8	67,1	55,4	53,6	<b>63,0</b>	59,9
3. pogorszenie	31,8	15,5	29,7	38,9	<b>19,0</b>	22,4
saldo (1.-3.)	-20,4	1,9	-14,8	-31,4	<b>-1,1</b>	-4,7

## Sytuacja finansowa wg rodzaju działalności handlowej

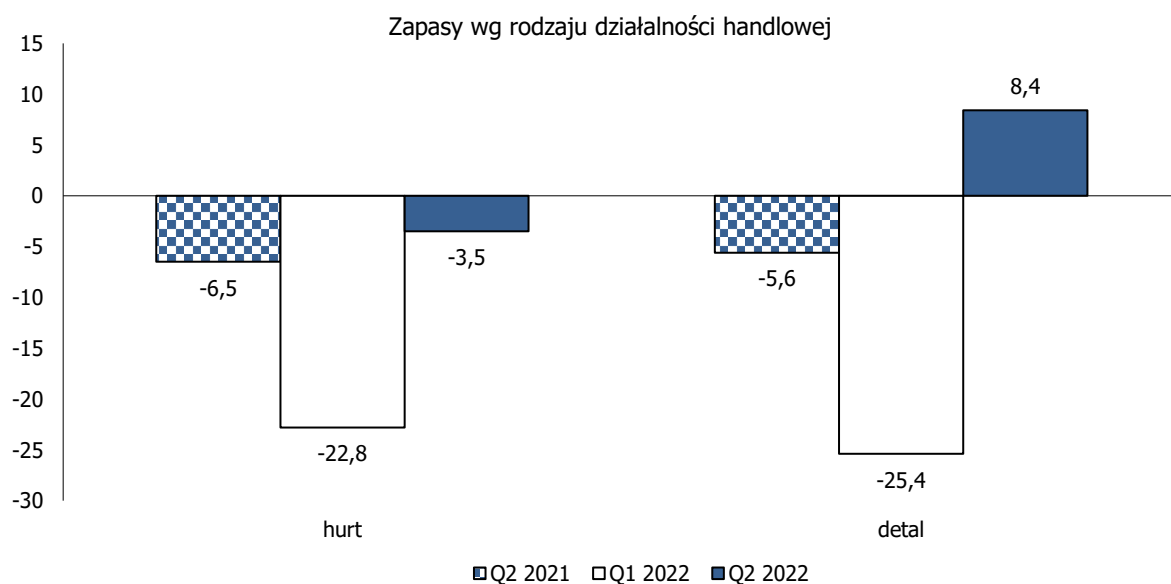


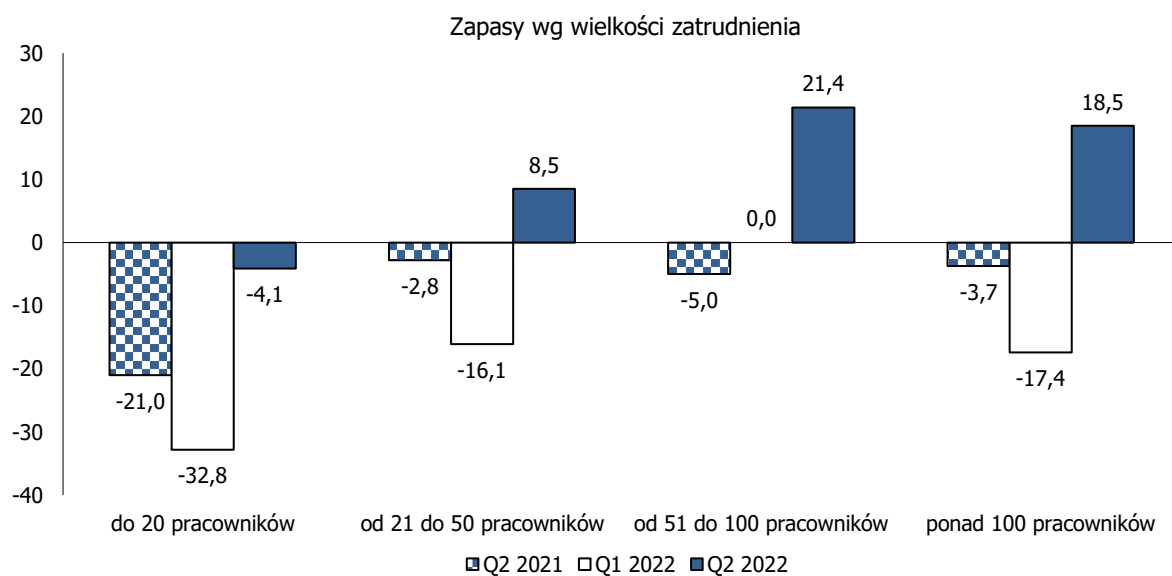
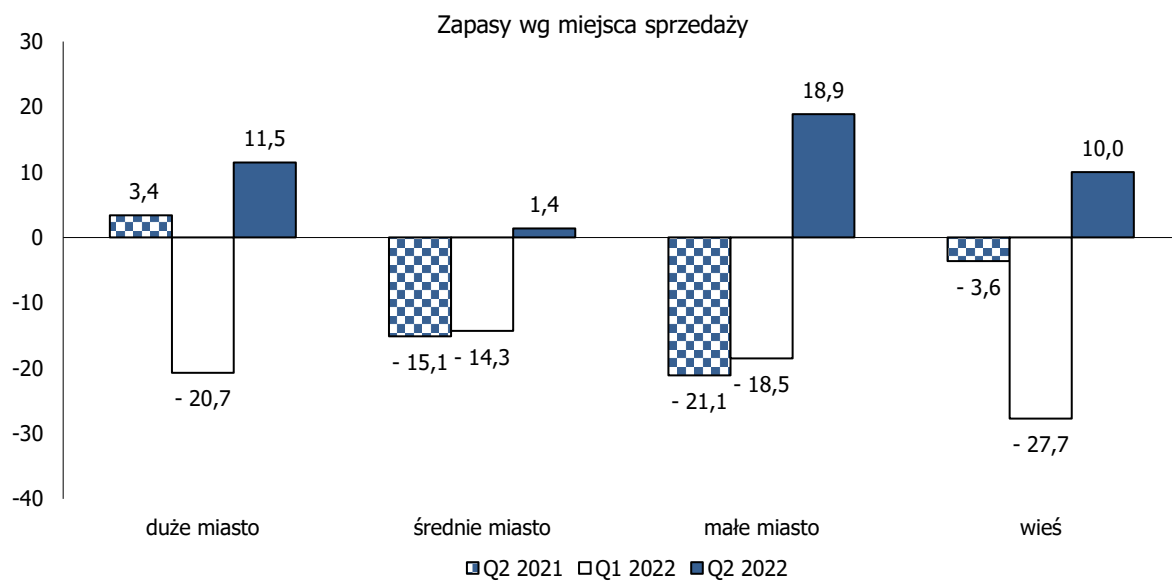


## ZAPASY

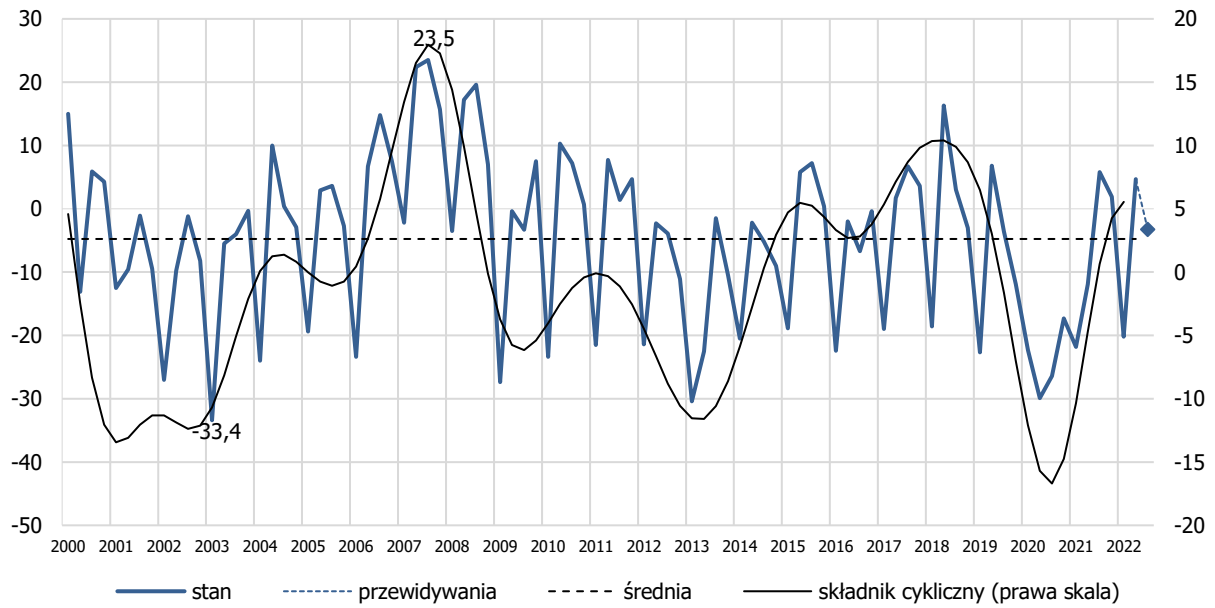


warianty odpowiedzi - odsetki	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	<b>Q2 2022</b>	przewidywania
1. wzrost	18,9	20,8	24,2	13,4	<b>22,5</b>	12,9
2. brak zmiany	53,8	59,7	58,2	54,0	<b>64,0</b>	68,6
3. spadek	27,3	19,6	17,6	32,6	<b>13,6</b>	18,5
saldo (1.-3.)	-8,4	1,2	6,6	-19,2	<b>8,9</b>	-5,6



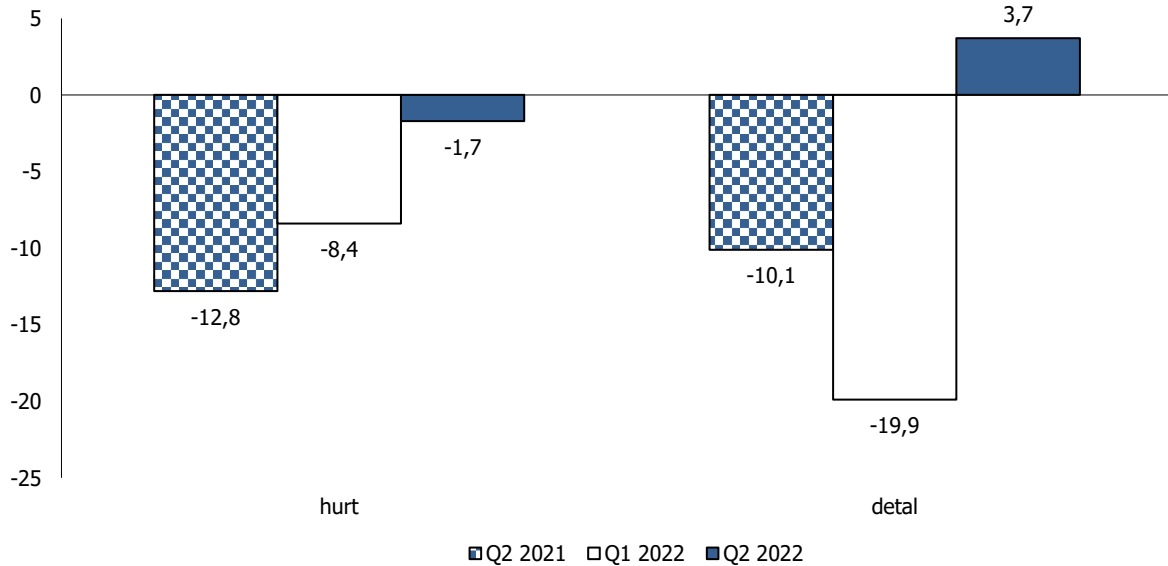


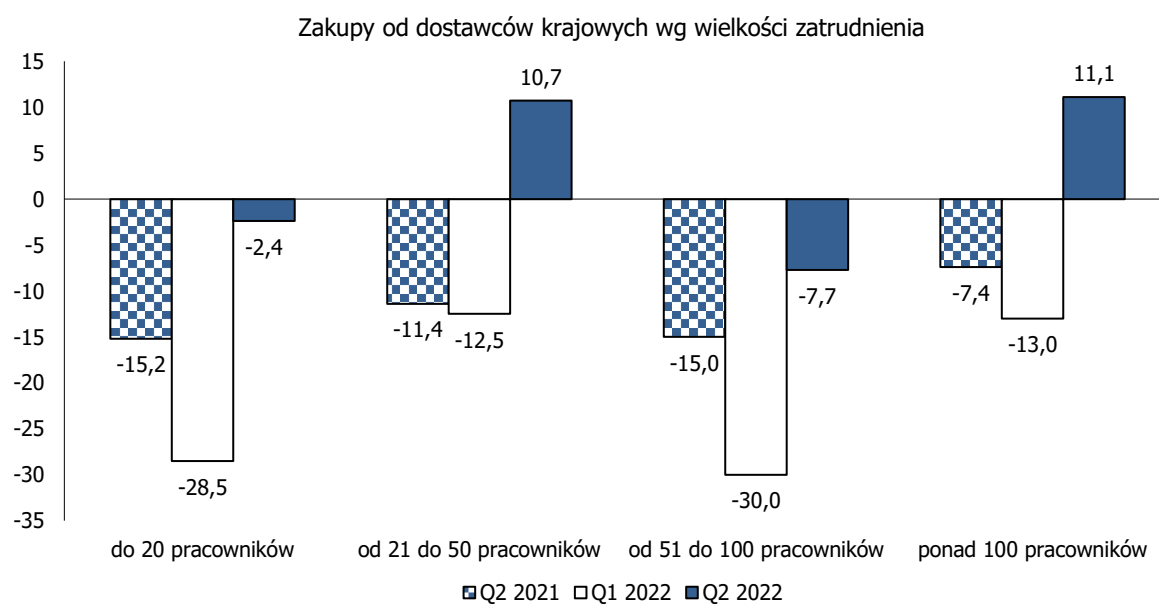
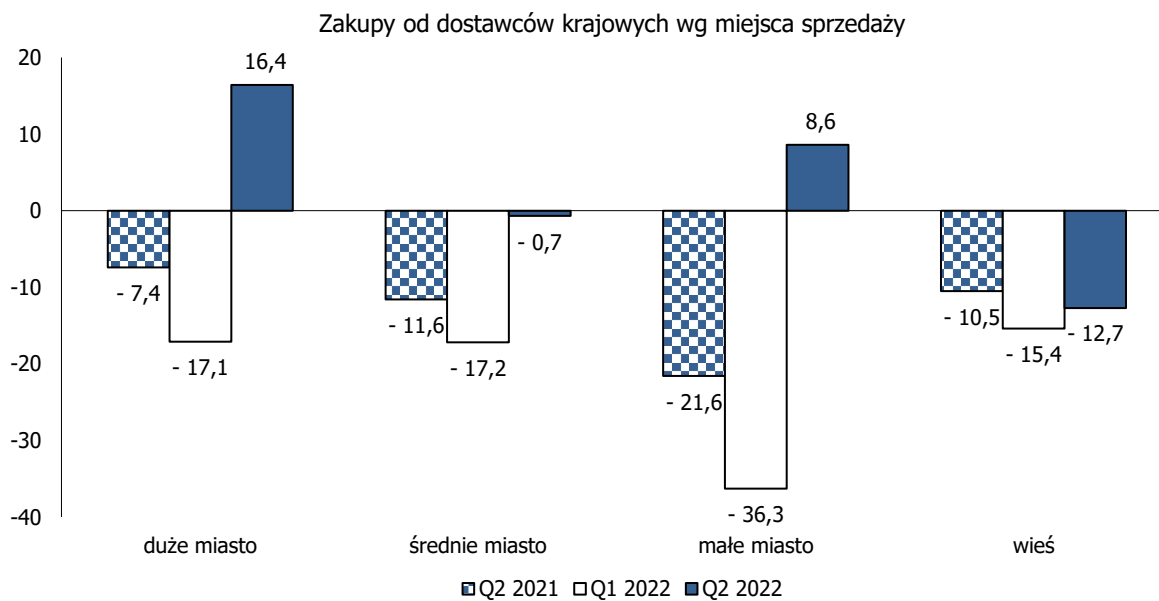
## ZAKUPY OD DOSTAWCÓW KRAJOWYCH



warianty odpowiedzi - odsetki	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	<b>Q2 2022</b>	przewidywania
1. wzrost	14,8	23,4	19,3	8,2	<b>19,1</b>	15,0
2. brak zmiany	58,5	59,0	63,4	63,4	<b>66,5</b>	66,8
3. spadek	26,7	17,6	17,4	28,4	<b>14,4</b>	18,3
saldo (1.-3.)	-11,9	5,8	1,9	-20,2	<b>4,7</b>	-3,3

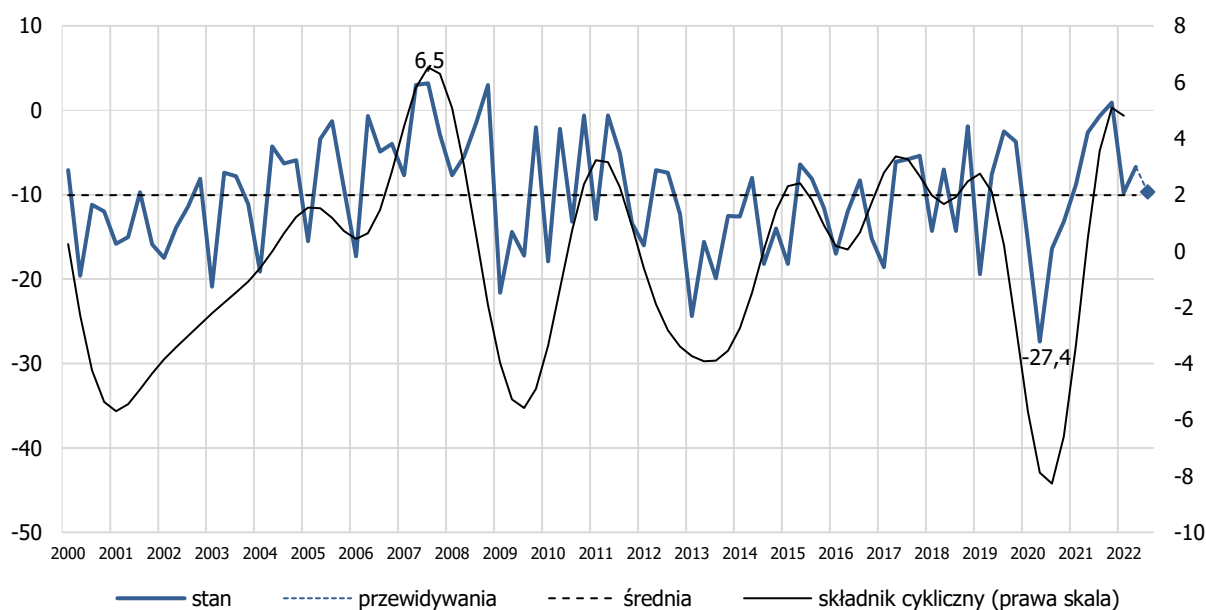
## Zakupy od dostawców krajowych wg rodzaju działalności handlowej



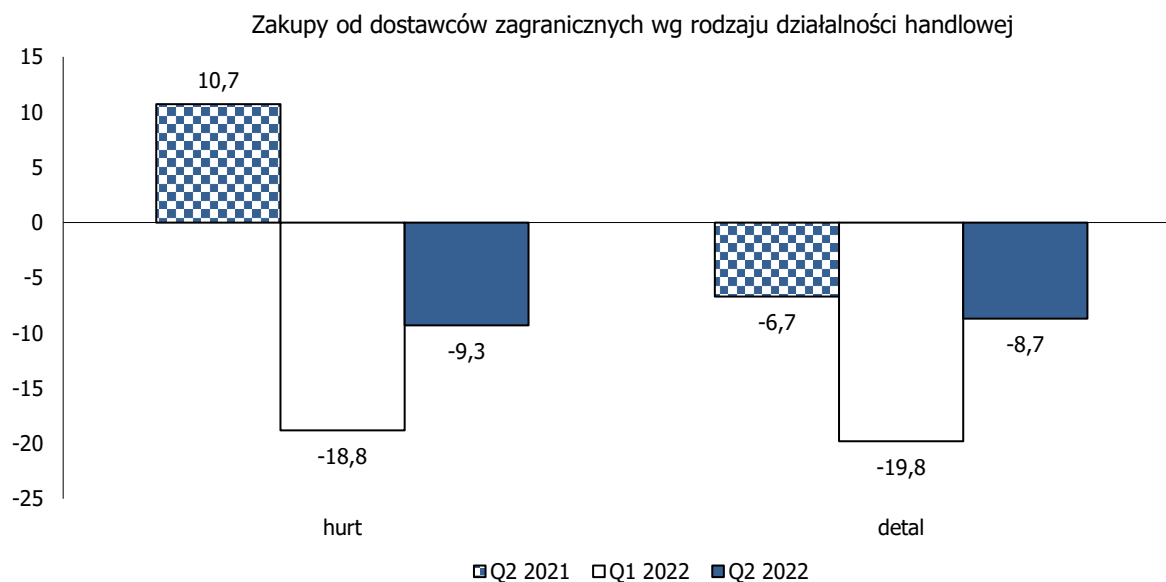


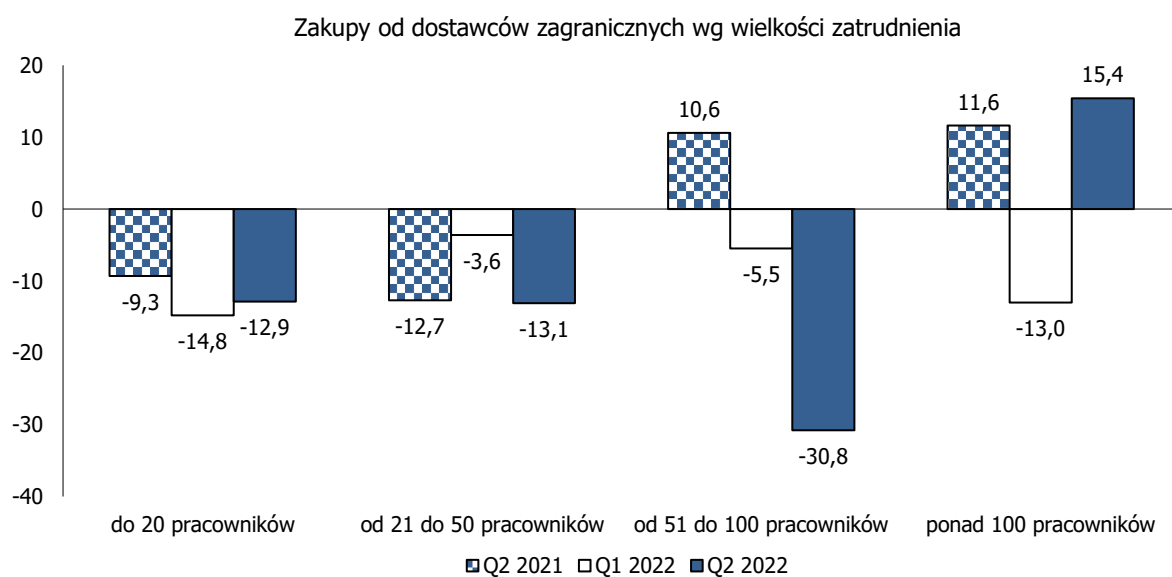
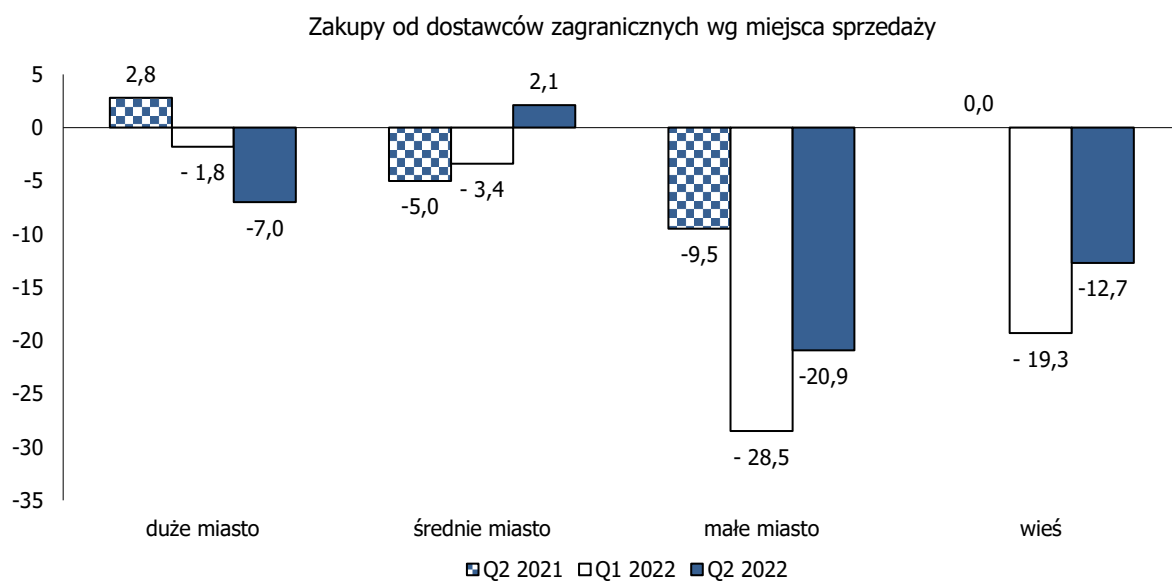


## ZAKUPY OD DOSTAWCÓW ZAGRANICZNYCH

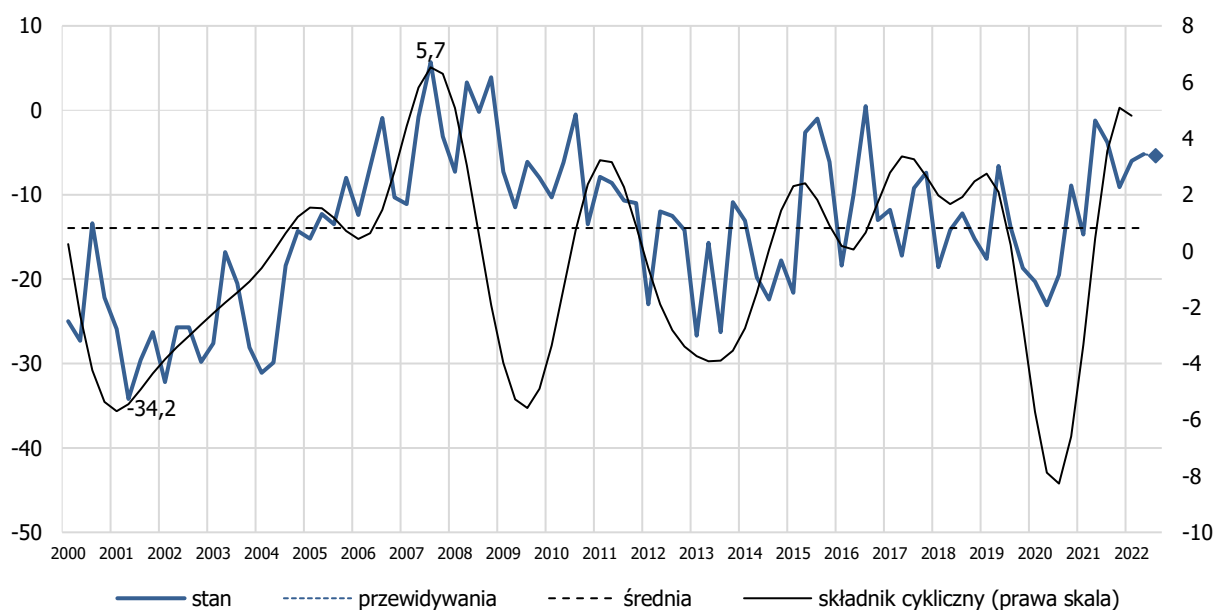


warianty odpowiedzi - odsetki	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	<b>Q2 2022</b>	przewidywania
1. wzrost	12,6	11,9	13,9	10,3	<b>11,4</b>	7,0
2. brak zmiany	72,2	75,6	73,1	69,7	<b>70,6</b>	76,3
3. spadek	15,2	12,6	13,0	20,1	<b>18,1</b>	16,7
saldo (1.-3.)	-2,6	-0,7	0,9	-9,8	<b>-6,7</b>	-9,7

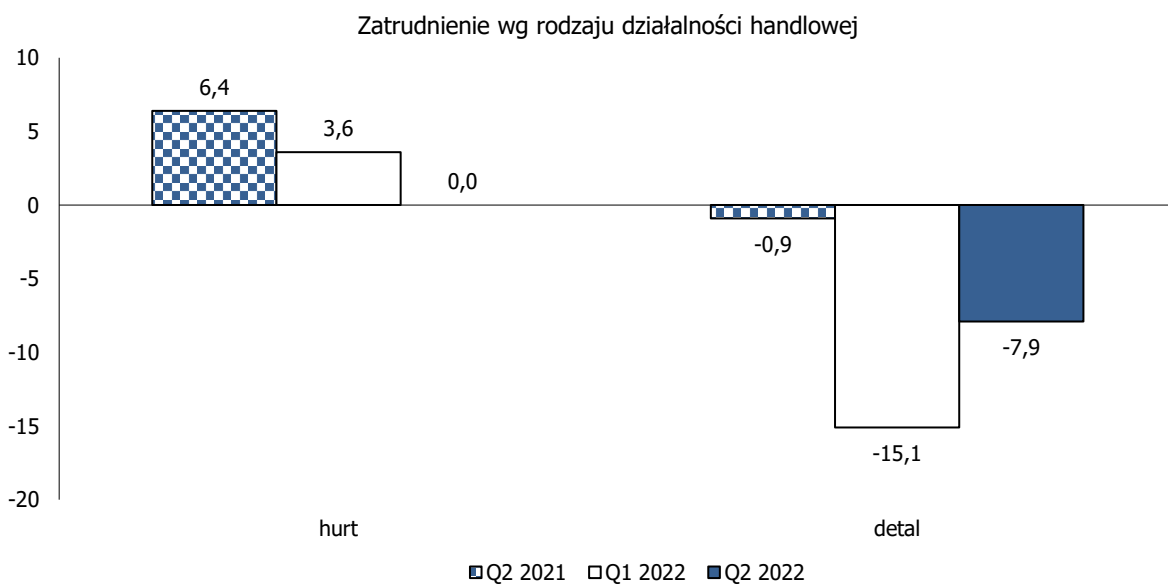


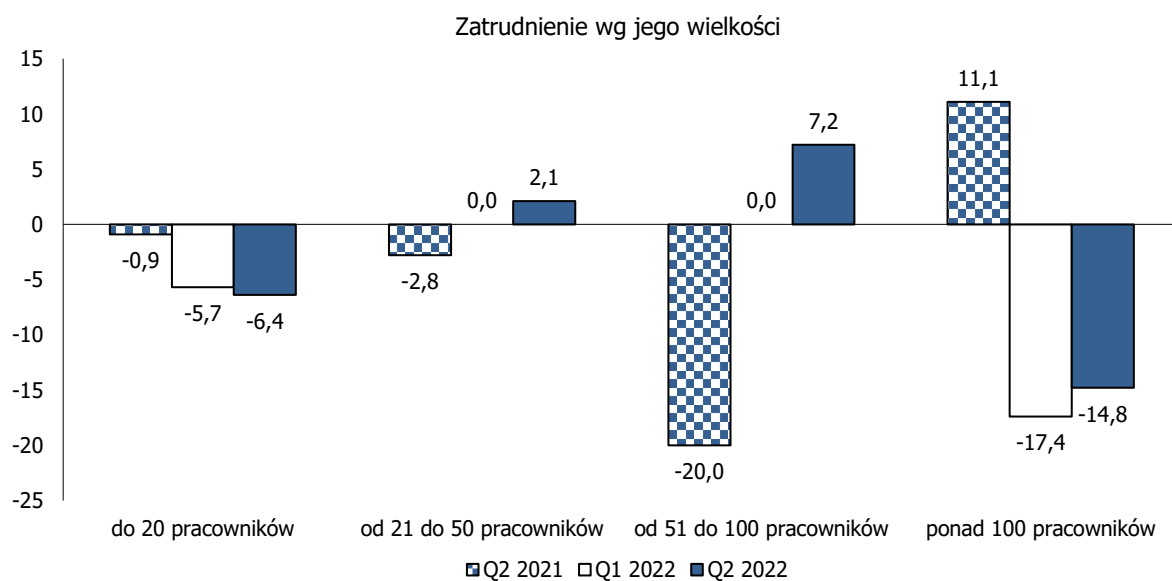
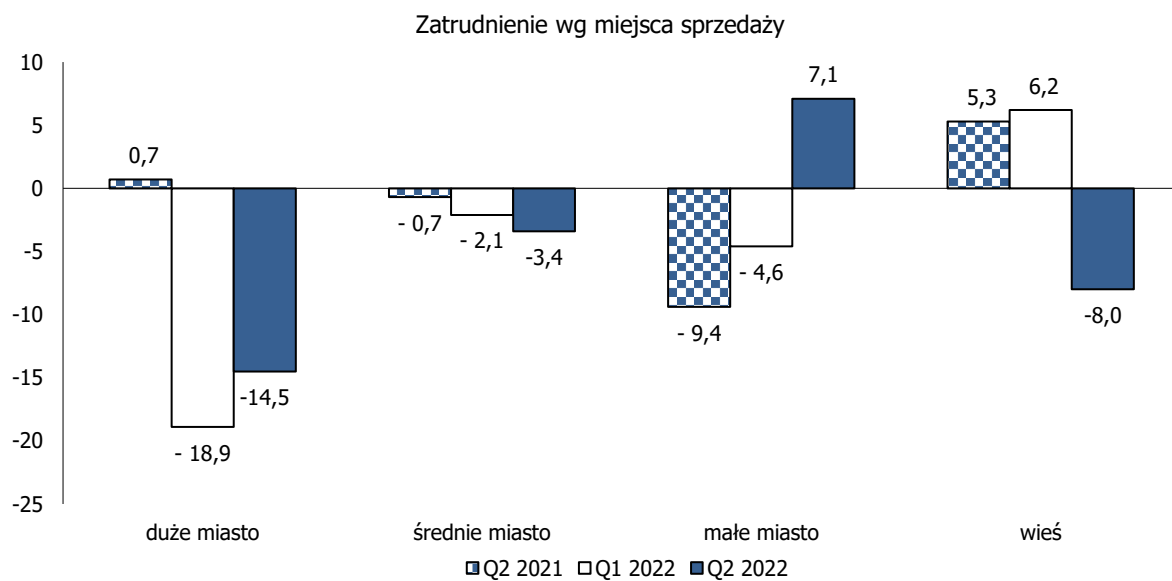


## ZATRUDNIENIE

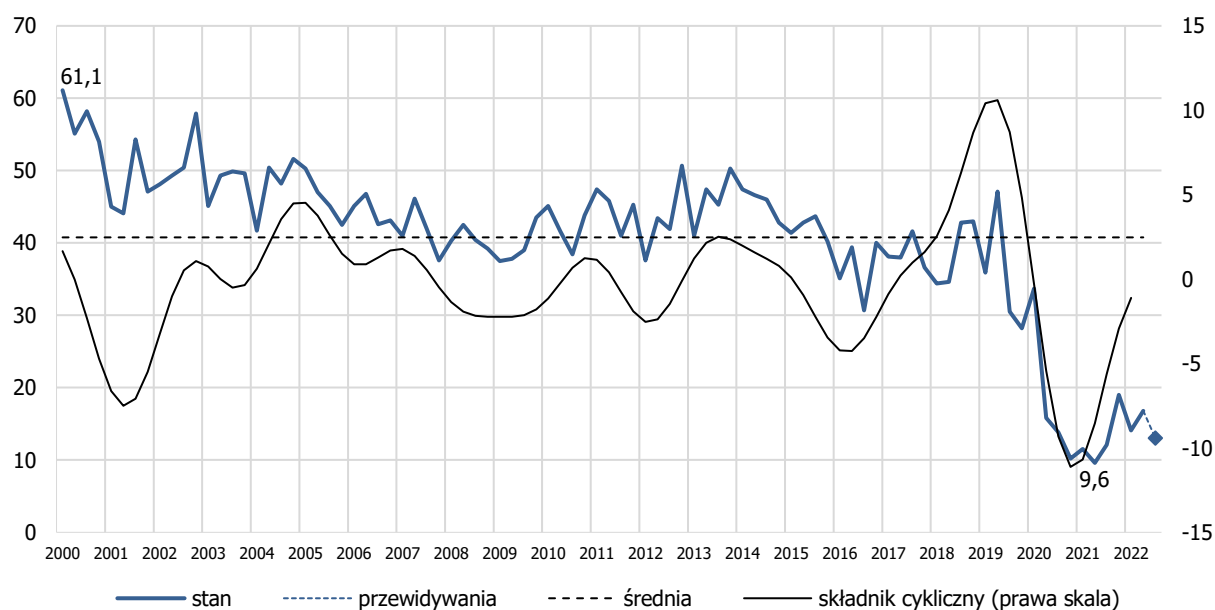


warianty odpowiedzi - odsetki	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	<b>Q2 2022</b>	przewidywania
1. wzrost	11,2	11,6	8,3	8,3	<b>8,9</b>	7,9
2. brak zmiany	76,5	73,0	74,3	77,4	<b>77,0</b>	78,9
3. spadek	12,4	15,4	17,4	14,3	<b>14,1</b>	13,3
saldo (1.-3.)	-1,2	-3,8	-9,1	-6,0	<b>-5,2</b>	-5,4



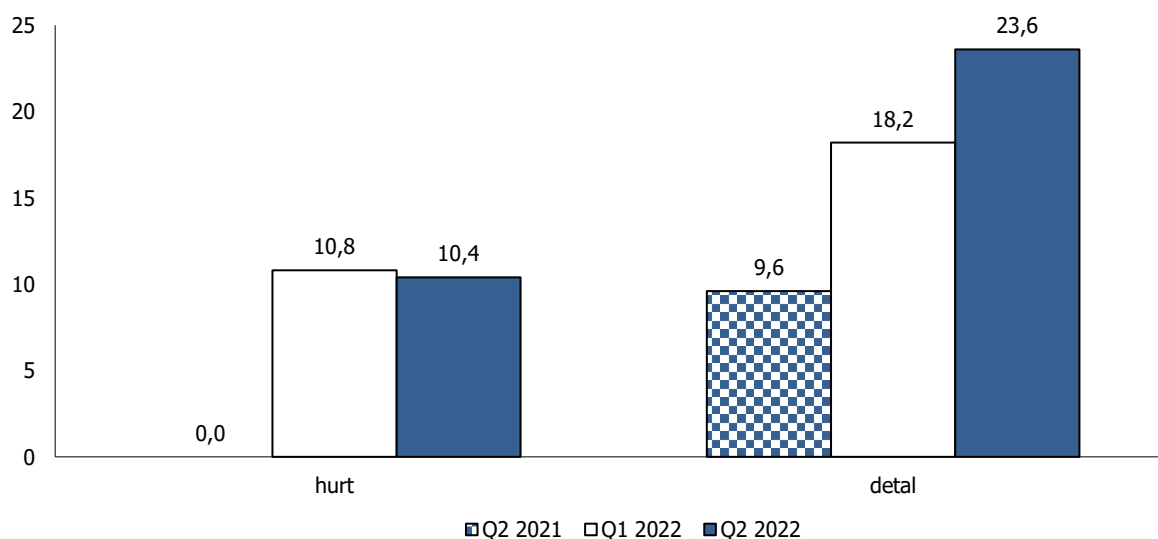


## KONKURENCJA MIĘDZY PRZEDSIĘBIORSTWAMI HANDLOWYMI

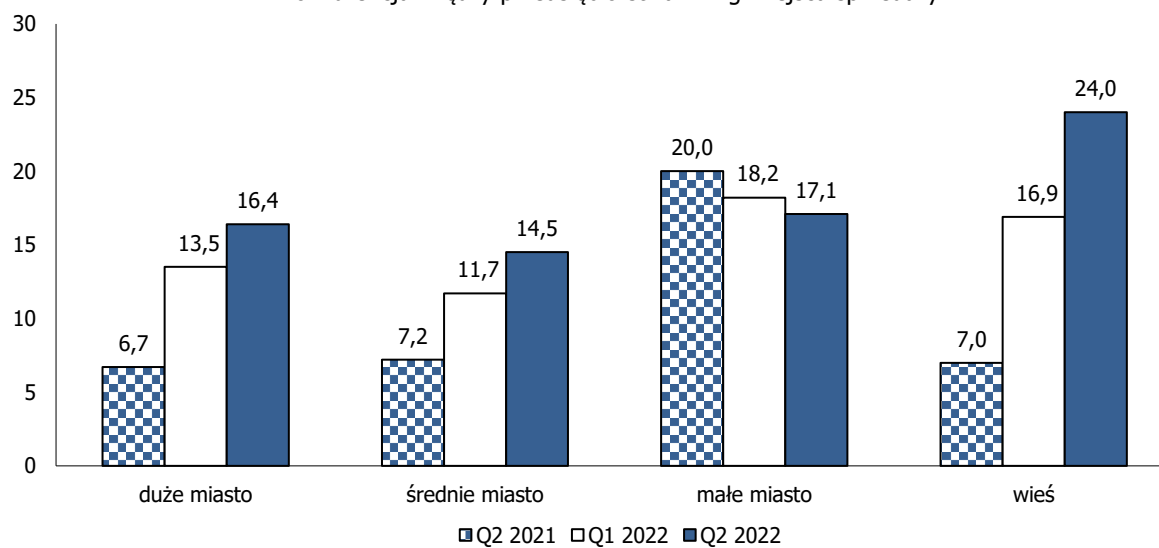


warianty odpowiedzi - odsetki	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	<b>Q2 2022</b>	przewidywania
1. wzrost	14,0	17,6	21,4	17,5	<b>20,0</b>	16,3
2. brak zmiany	81,6	76,9	76,2	79,1	<b>76,8</b>	80,5
3. spadek	4,4	5,5	2,4	3,4	<b>3,2</b>	3,3
saldo (1.-3.)	9,6	12,1	19,0	14,1	<b>16,8</b>	13,0

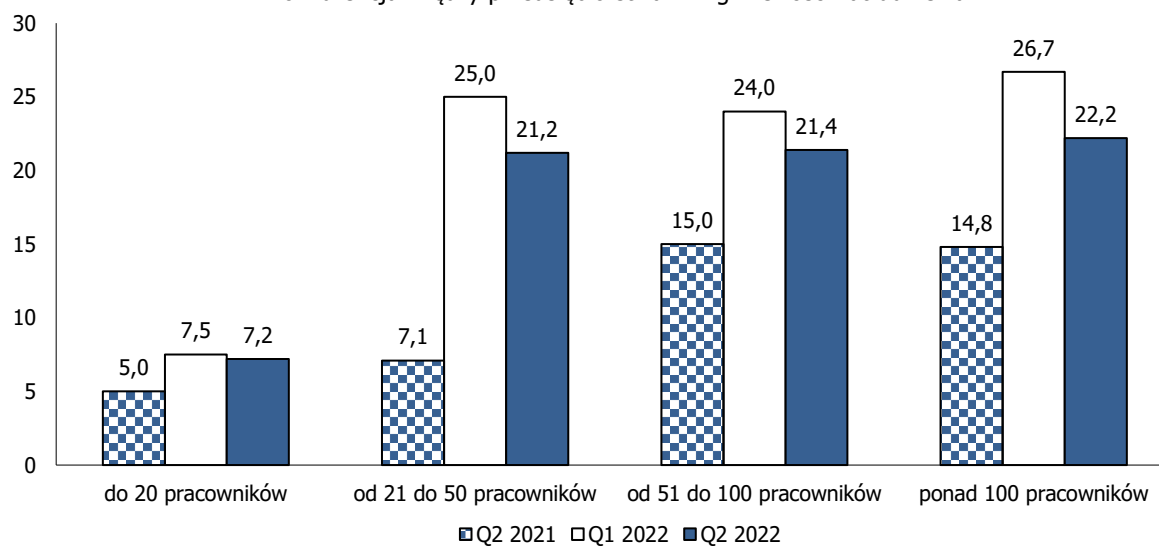
## Konkurencja między przedsiębiorstwami wg rodzaju działalności handlowej



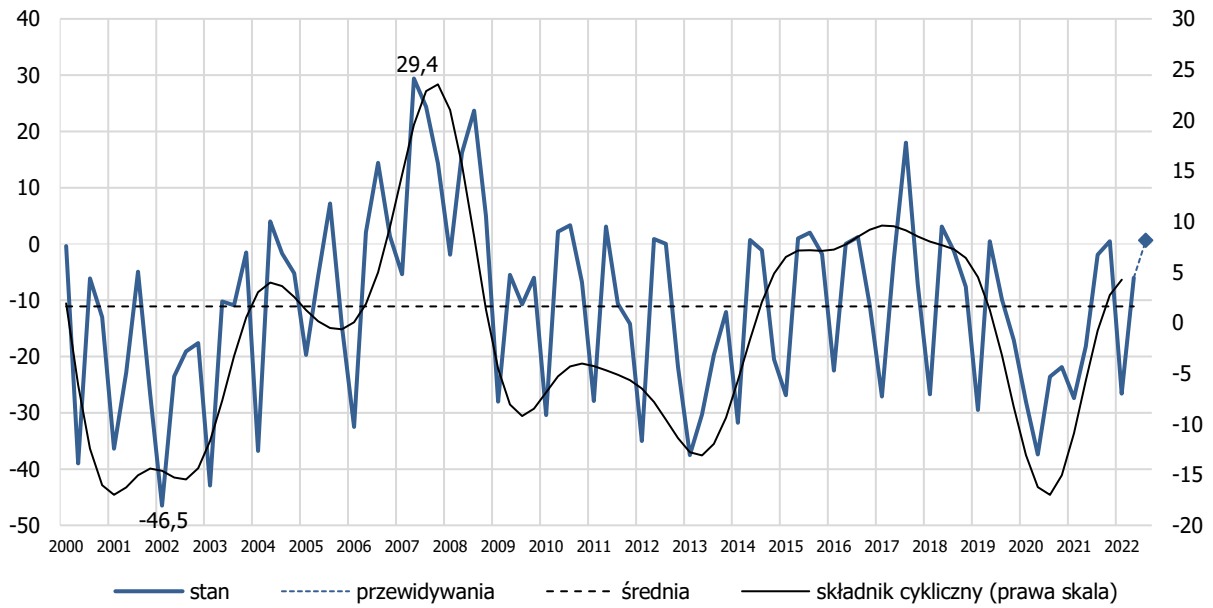
Konkurencja między przedsiębiorstwami wg miejsca sprzedaży



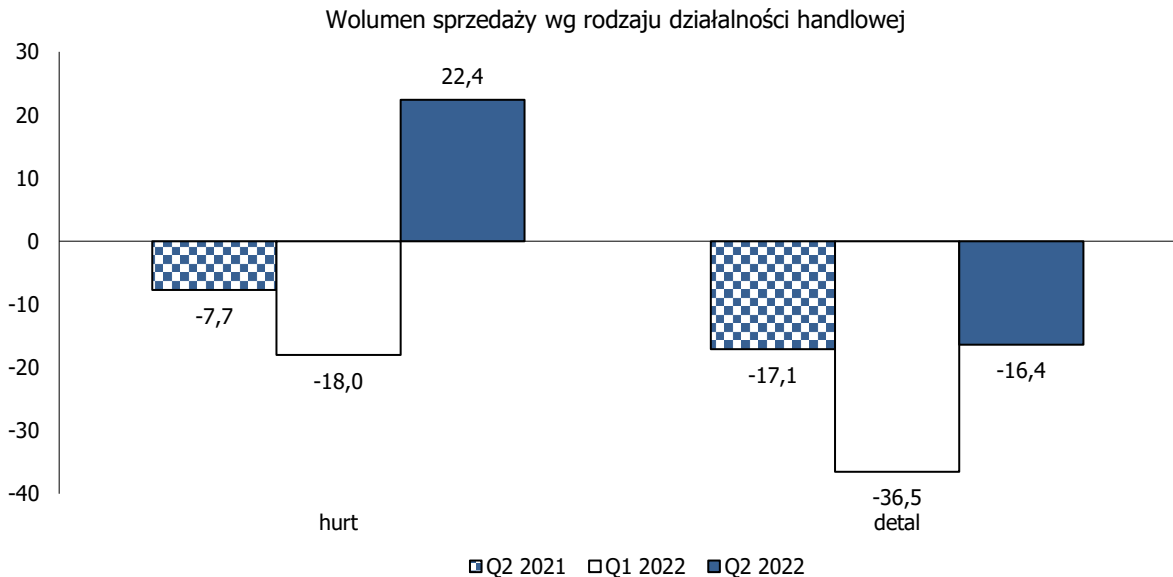
Konkurencja między przedsiębiorstwami wg wielkości zatrudnienia

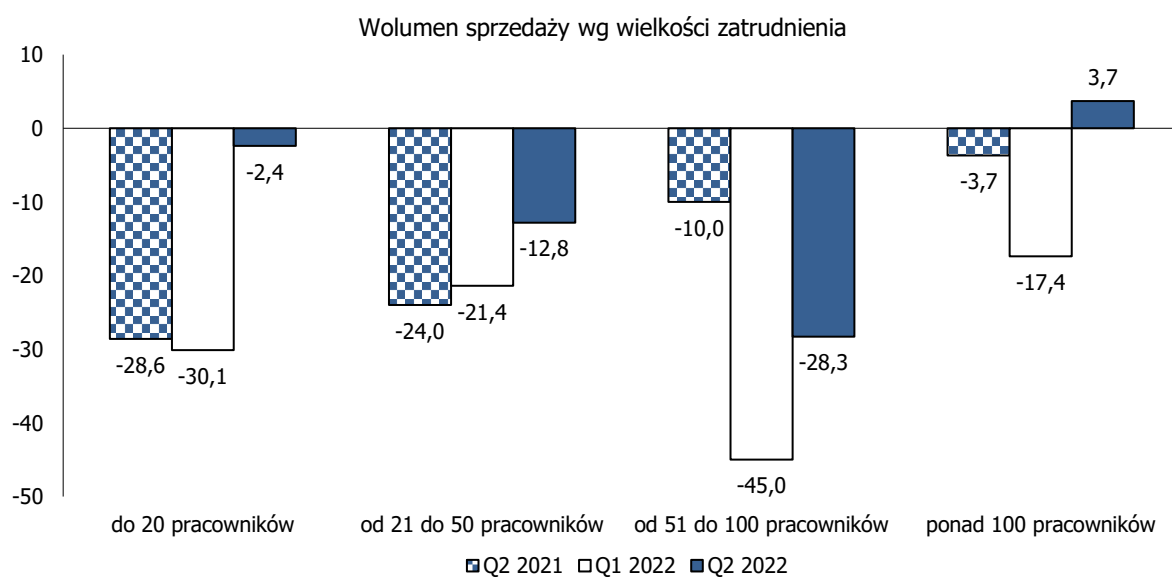
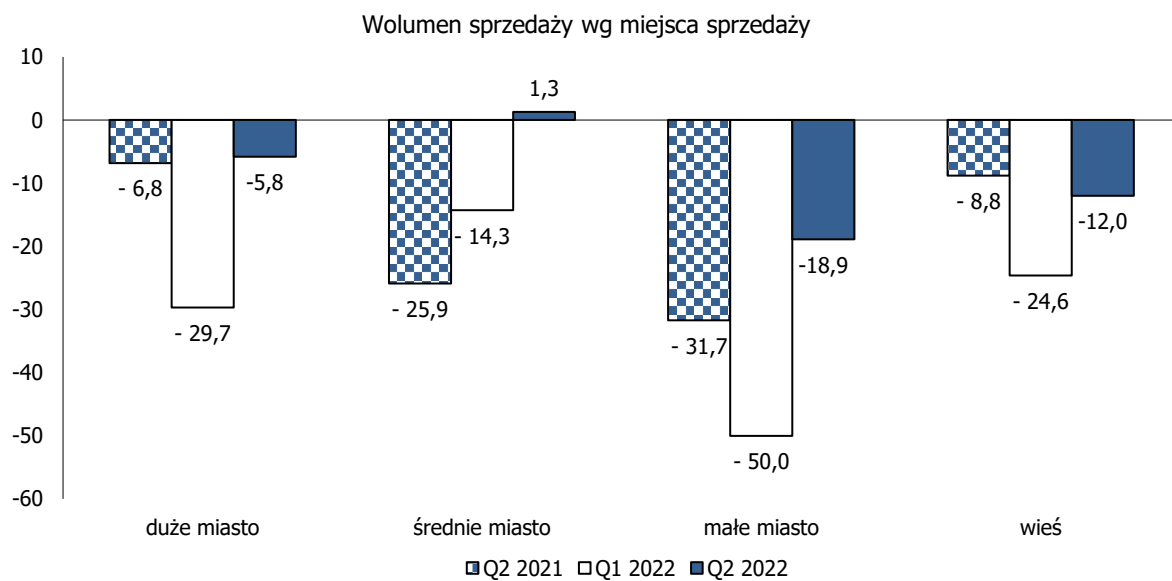


## WOLUMEN SPRZEDAŻY



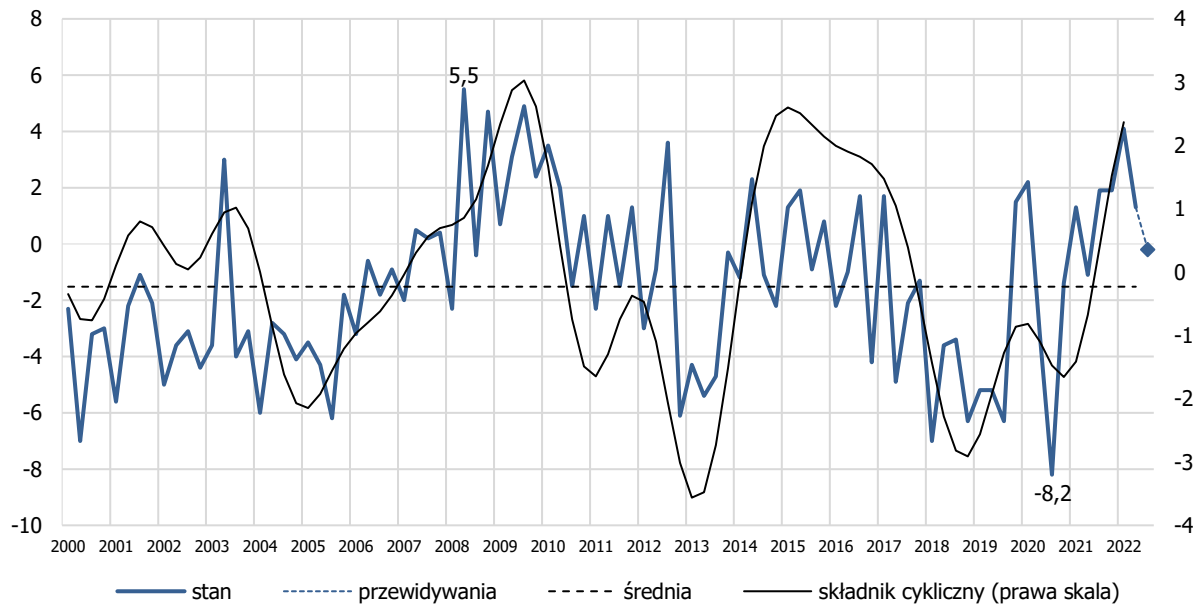
warianty odpowiedzi - odsetki	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	<b>Q2 2022</b>	przewidywania
1. wzrost	20,0	22,9	25,7	12,6	<b>21,4</b>	21,1
2. brak zmiany	41,7	52,3	49,1	48,2	<b>51,2</b>	58,4
3. spadek	38,2	24,8	25,2	39,2	<b>27,4</b>	20,5
saldo (1.-3.)	-18,2	-1,9	0,5	-26,6	<b>-6,0</b>	0,6



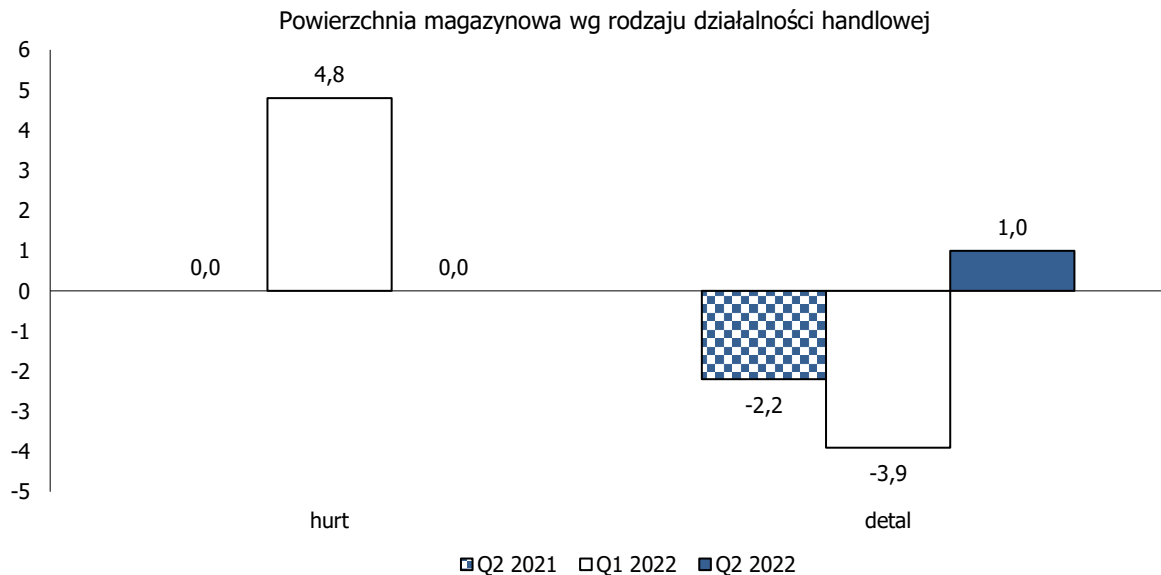


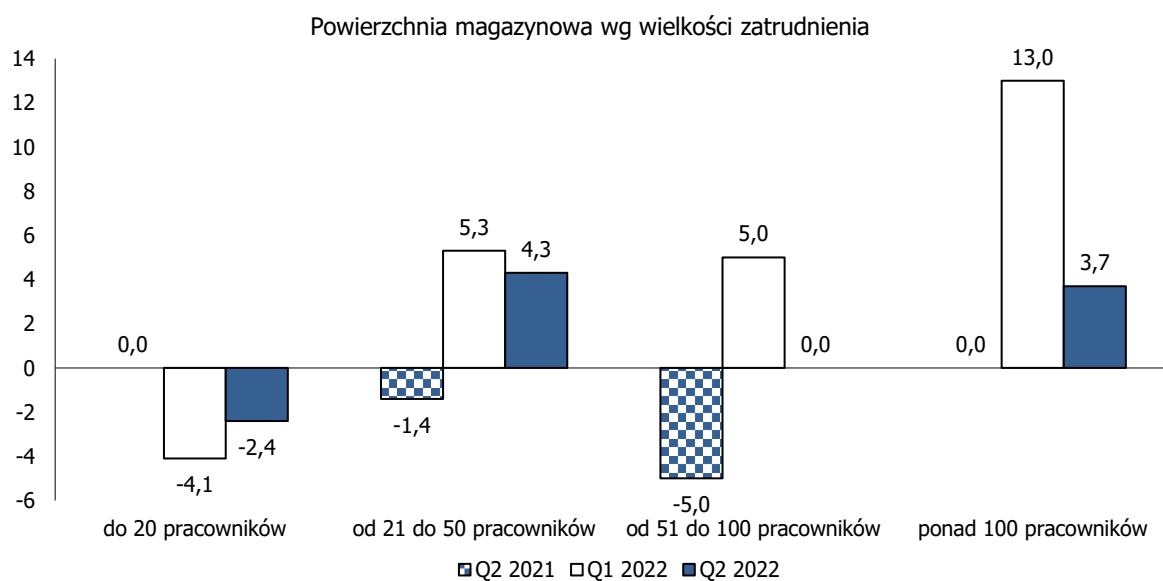
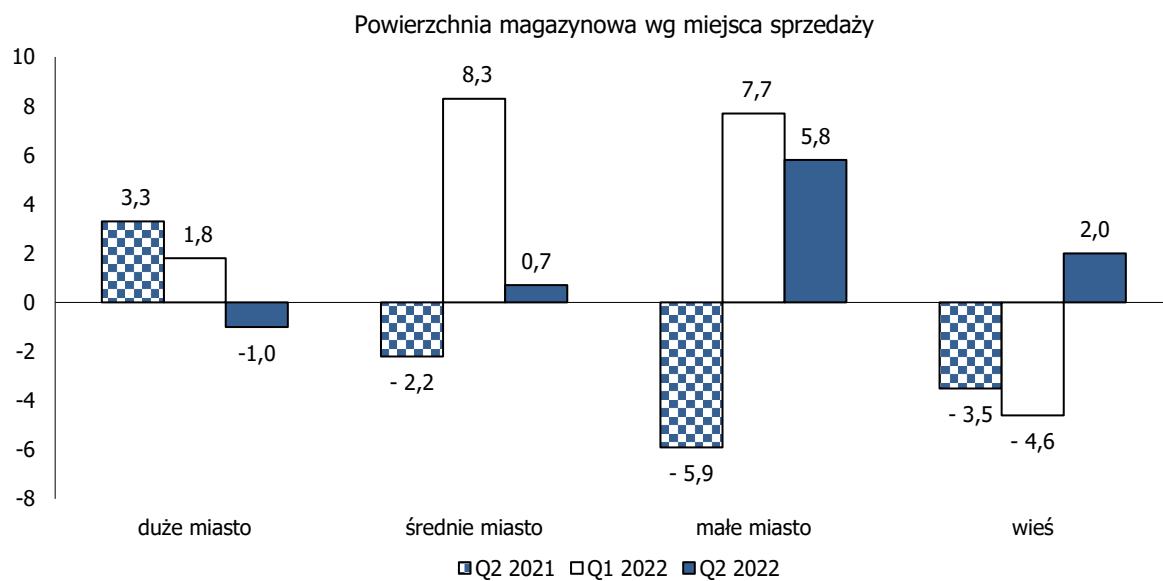


## POWIERZCHNIA MAGAZYNOWA

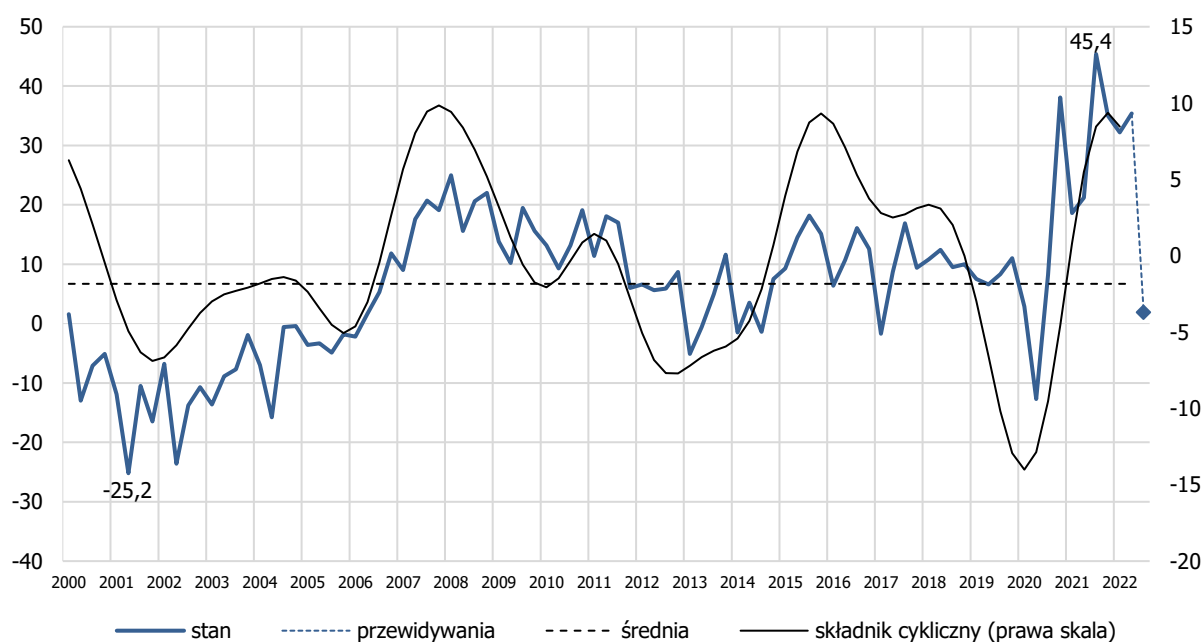


warianty odpowiedzi - odsetki	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	<b>Q2 2022</b>	<i>przewidywania</i>
1. wzrost	3,3	4,8	5,9	8,0	<b>3,5</b>	<i>3,3</i>
2. brak zmiany	92,3	92,3	90,2	88,1	<b>94,3</b>	<i>93,2</i>
3. spadek	4,4	2,9	4,0	3,9	<b>2,2</b>	<i>3,5</i>
saldo (1.-3.)	-1,1	1,9	1,9	4,1	<b>1,3</b>	<i>-0,2</i>

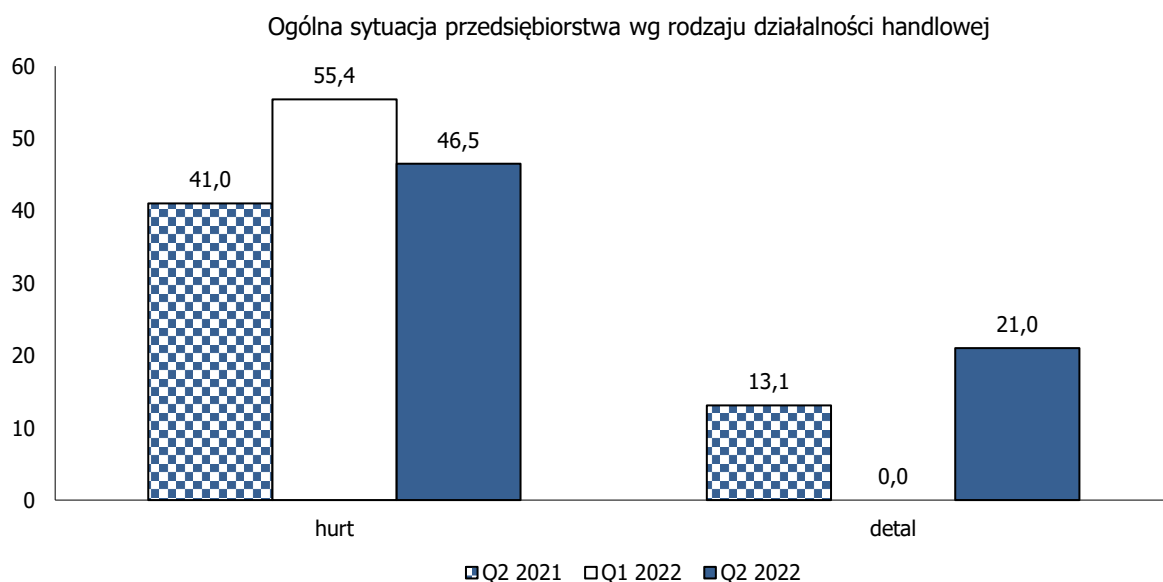


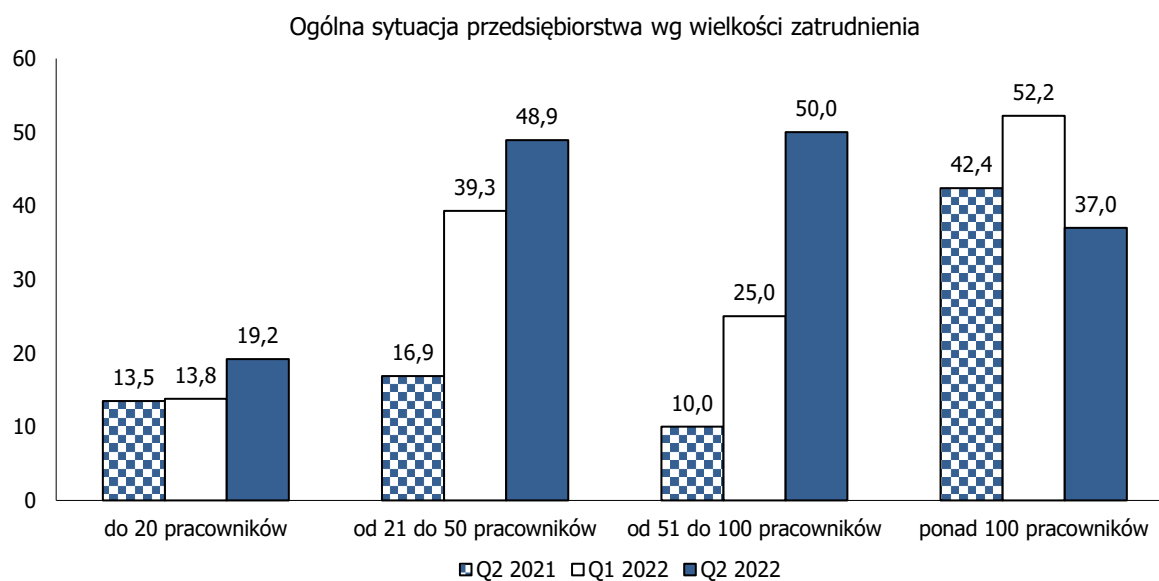
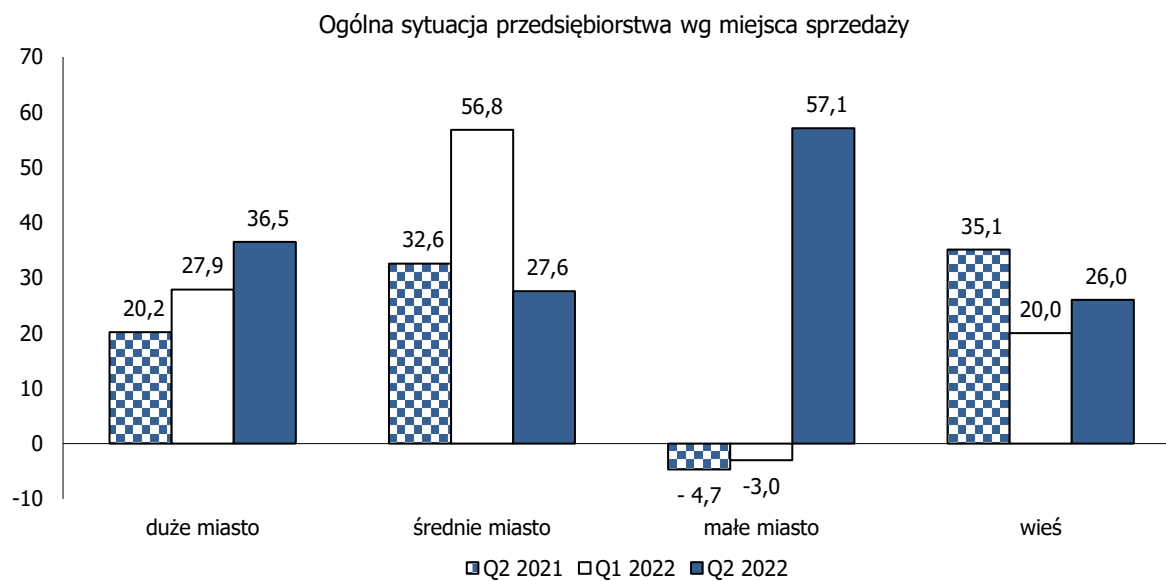


## OGÓLNA KONDYCJA PRZEDSIĘBIORSTWA

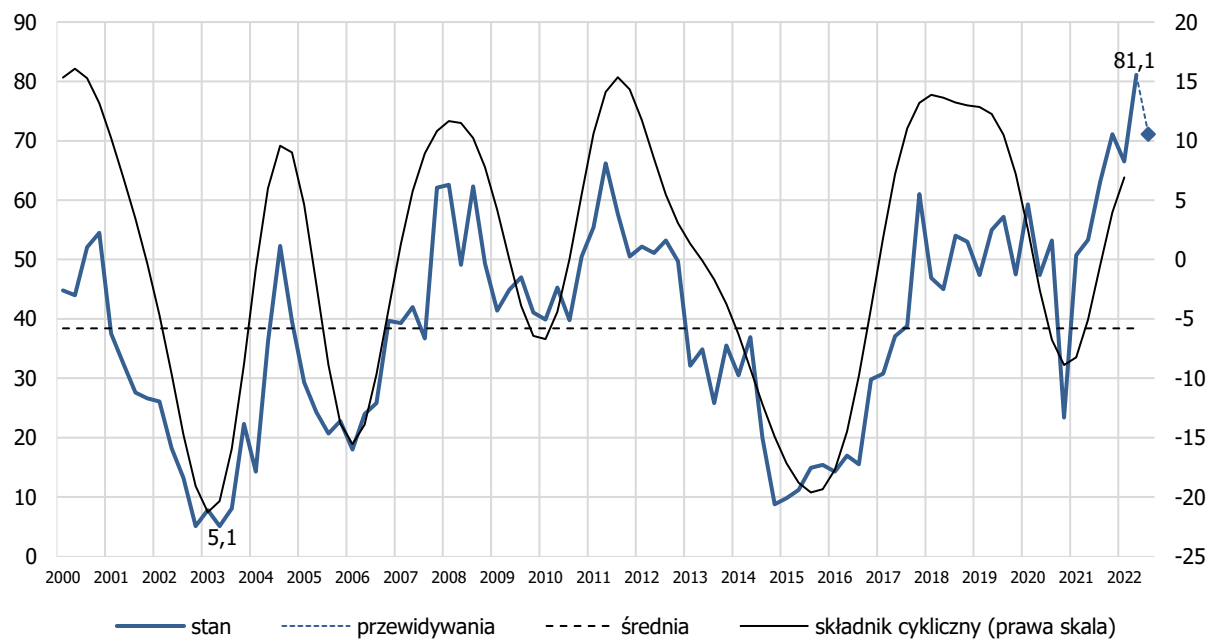


warianty odpowiedzi - odsetki	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	<b>Q2 2022</b>	przewidywania
1. dobra	34,8	52,4	45,2	45,6	<b>41,9</b>	16,0
2. średnia	51,5	40,6	44,6	41,0	<b>51,6</b>	69,9
3. słaba	13,6	7,0	10,2	13,4	<b>6,5</b>	14,1
saldo (1.-3.)	21,2	45,4	35,0	32,2	<b>35,4</b>	1,9



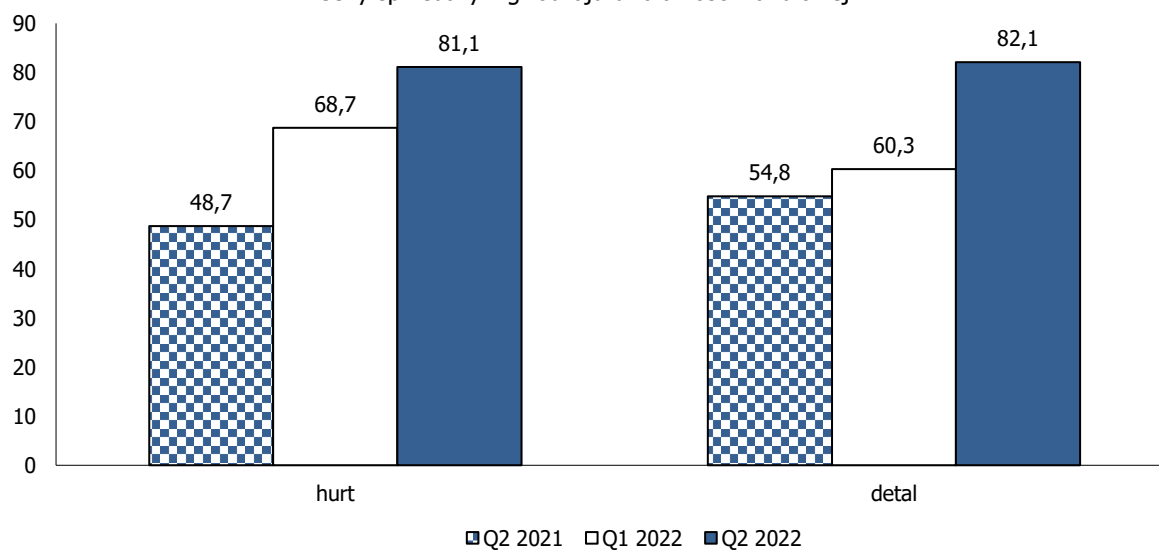


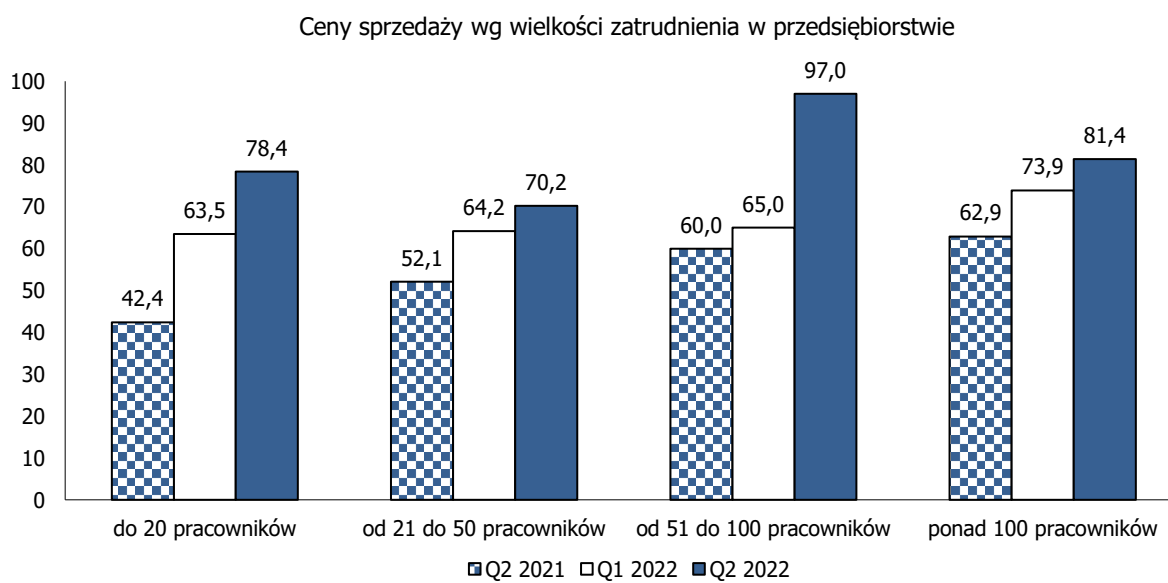
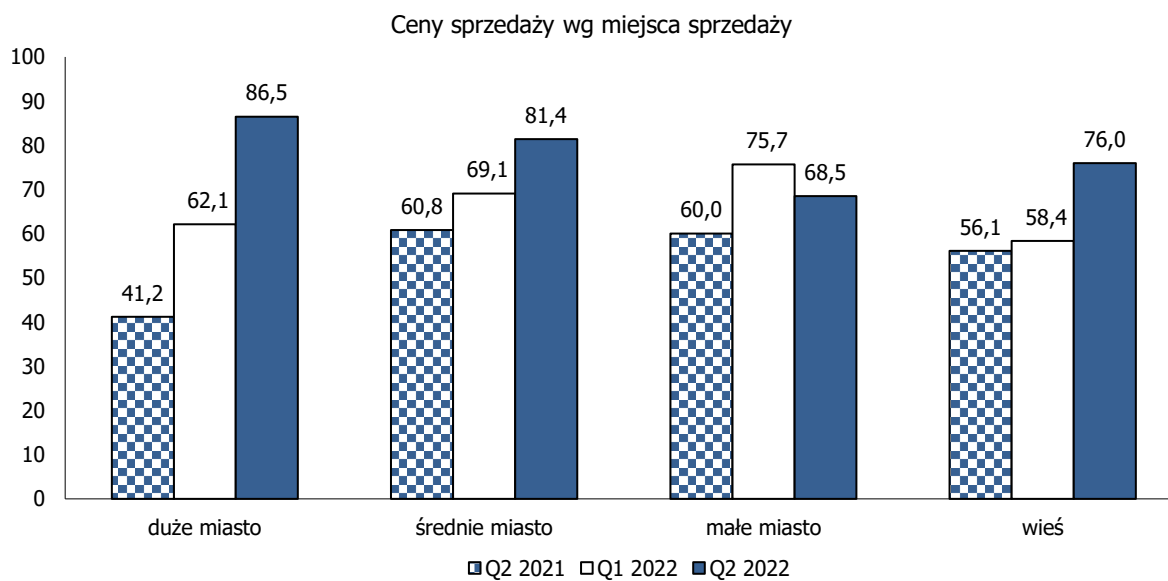
## CENY SPRZEDAŻY TOWARÓW



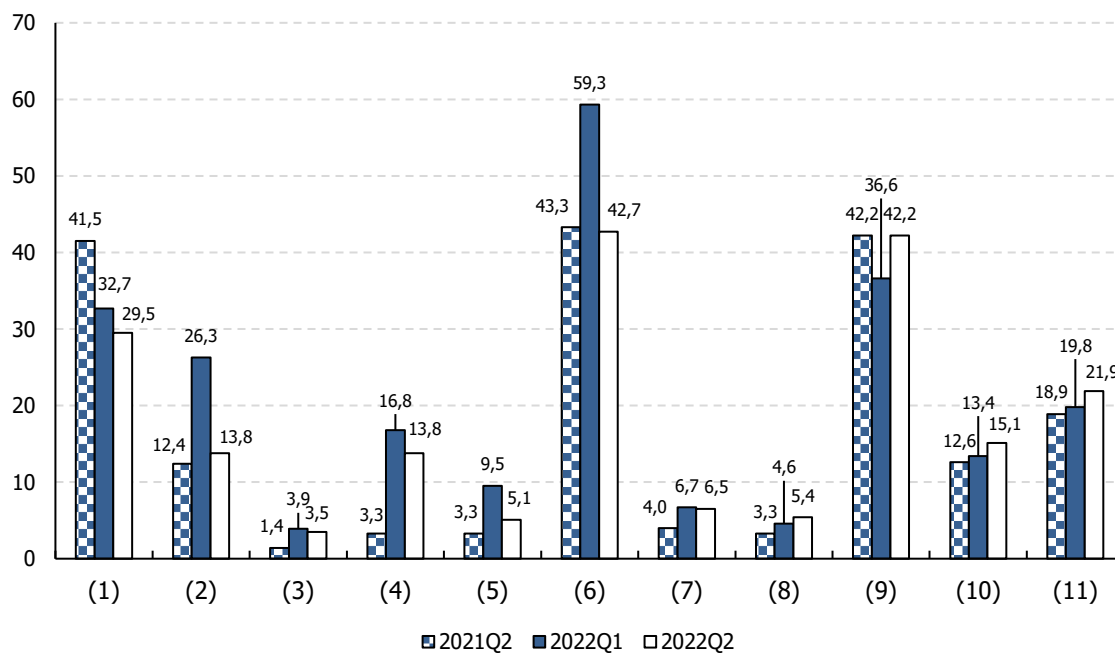
	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	<b>Q2 2022</b>
1. wzrost	58,0	66,0	74,0	72,9	<b>81,1</b>
o więcej	30,4	41,7	47,7	41,8	<b>48,9</b>
o tyle samo	18,0	16,6	16,2	22,9	<b>24,1</b>
o mniej	9,6	7,7	10,1	8,2	<b>8,1</b>
2. brak zmiany	37,4	31,1	23,1	20,6	<b>17,6</b>
3. spadek	4,7	2,9	2,9	6,4	<b>1,4</b>
saldo (1.-3.)	53,3	63,1	71,1	66,5	<b>79,7</b>

## Ceny sprzedaży wg rodzaju działalności handlowej





## CZYNNIKI UTRUDNIAJĄCE ROZWÓJ 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

**III. SUMMARY**

Business situation in the trade sector decreased in the 2<sup>nd</sup> quarter of 2022. The IRG SGH trade confidence indicator (IRGTRD) quarterly declined by 5.2 pts to -4.9 pts. It is 10.9 pts lower from the respective year 2021 figure, and below the first-quarters' average over the last ten years (which amounts to -1.3 pts). Nevertheless, general and financial situation of traders improved. They increased domestic and foreign purchases, as well as employment. Firms expect their trading activity to increase within the next two quarters.