

Instytut Rozwoju Gospodarczego

**SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA
W WARSZAWIE**

Katarzyna Majchrzak

Łukasz Olejnik

KONIUNKTURA W HANDLU

I kwartał 2023

PL ISSN 2392-3709

Badanie okresowe nr 117

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

Wydawnictwo:

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

Publikacja została zrecenzowana zgodnie z wytycznymi MEiN

Wersja elektroniczna czasopisma jest wersją pierwotną

©Copyright by Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2023

Wszelkie prawa zastrzeżone. All rights reserved.

ISSN 2392-3709

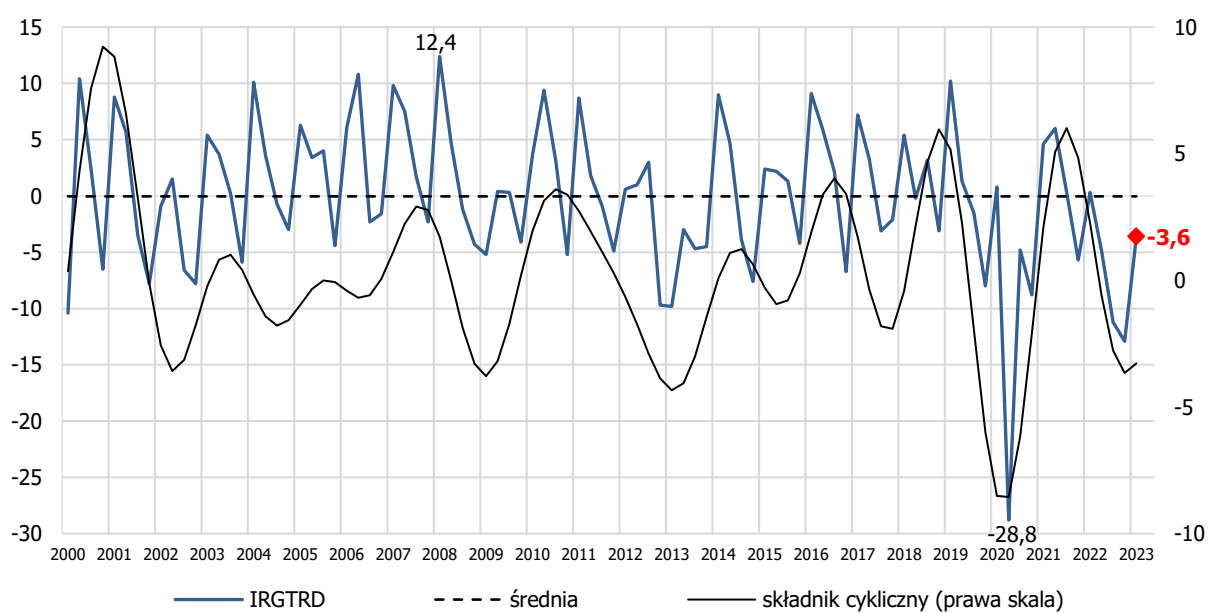
Nr rej. PR 18397

Informacje zawarte w niniejszym biuletynie oparte są na wynikach ankietowego badania koniunktury w handlu, przeprowadzonego przez IRG SGH po raz 117. W badaniu uczestniczyło 224 przedsiębiorstw. Metoda badawcza koniunktury opisana jest na stronie: <http://kolegia.sgh.waw.pl/pl/KAE/struktura/IRG/koniunktura/Strony/metody.aspx>.

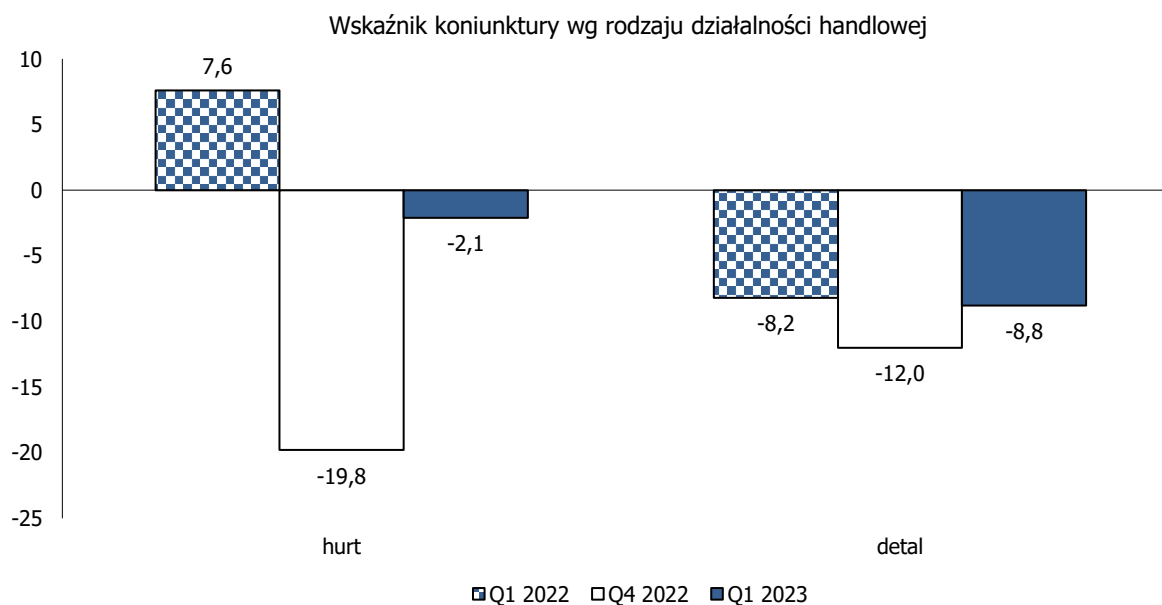
SPIS TREŚCI

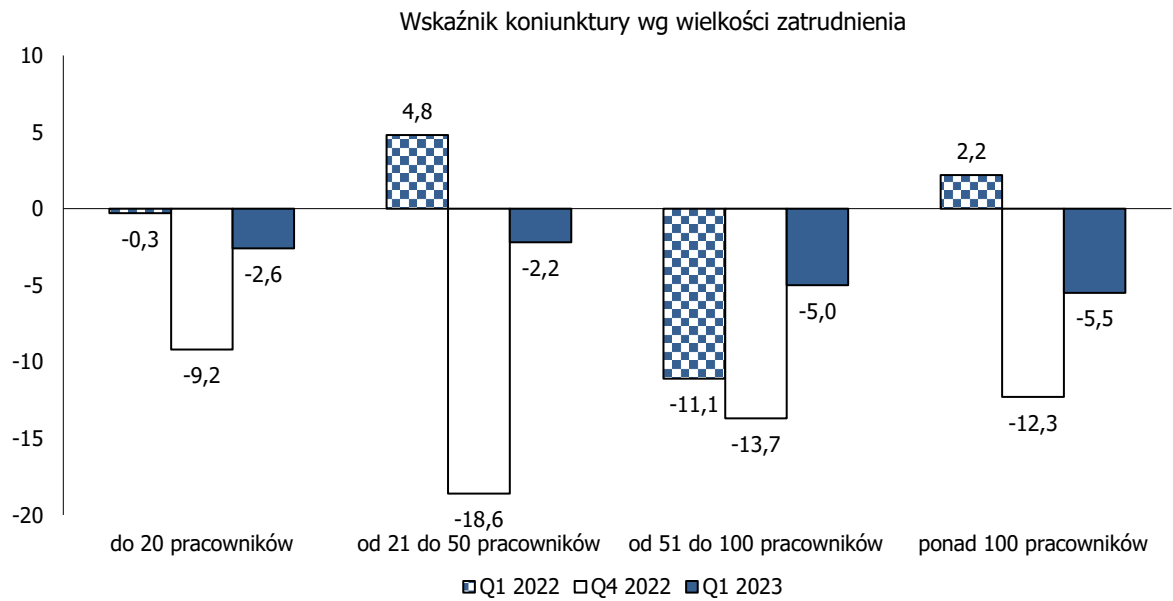
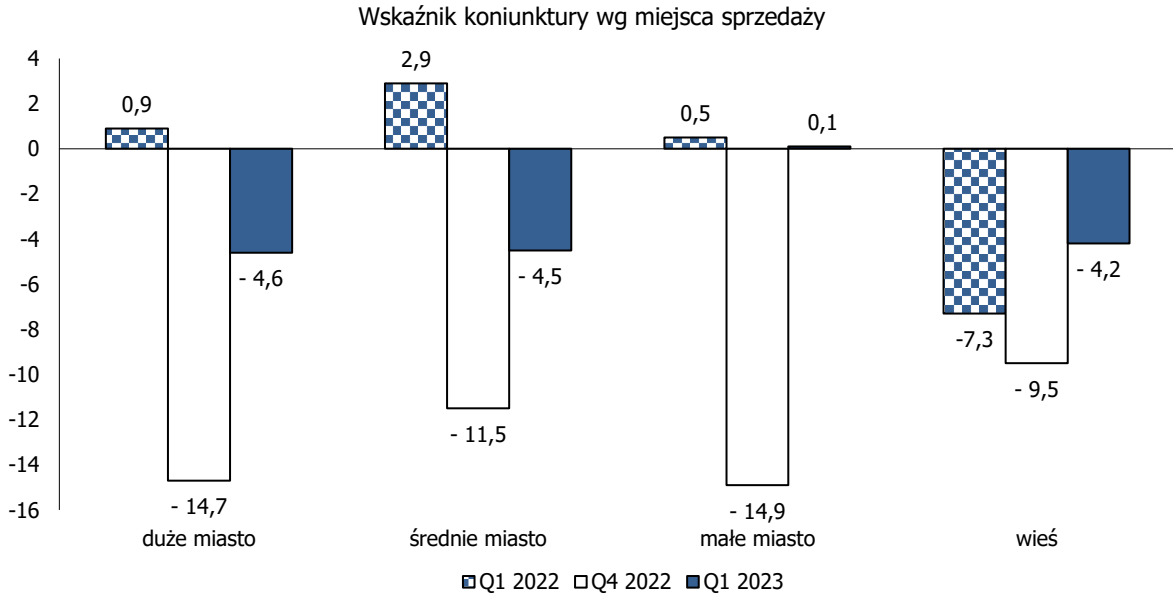
I.	WSKAŹNIK KONIUNKTURY	4
II.	WYNIKI BADANIA I WNIOSKI	6
	1. Wnioski ogólne	6
	2. Wyniki szczegółowe	9
	SYTUACJA EKONOMICZNA PRZEDSIĘBIORSTWA	9
	SYTUACJA FINANSOWA PRZEDSIĘBIORSTWA	11
	ZAPASY	13
	ZAKUPY OD DOSTAWCÓW KRAJOWYCH	15
	ZAKUPY OD DOSTAWCÓW ZAGRANICZNYCH	17
	ZATRUDNIENIE	19
	KONKURENCJA MIĘDZY 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
IV.	KONIUNKTURA W HANDLU W 2022 r.	33

I. WSKAŹNIK KONIUNKTURY



składowe salda	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	Q1 2023
1. wolumen sprzedaży - przewidywania	-7,7	0,6	-19,8	-25,3	-11,5
2. zakupy towarów od dostawców krajowych i zagranicznych - przewidywania	-10,7	-6,5	-16,4	-21,4	-6,6
3. zapasy - stan	-19,2	8,9	-2,5	-7,9	-7,4
wskaźnik koniunktury (IRGTRD)	0,3	-4,9	-11,2	-12,9	-3,6





II. WYNIKI BADANIA I WNIOSKI

1. Wnioski ogólne

1. Koniunktura w handlu w I kwartale 2023 r. poprawiła się. Wartość wskaźnika koniunktury IRG SGH (IRGTRD) zwiększyła się w ciągu kwartału o 9,3 pkt i wynosi -3,6 pkt. Pomimo wzrostu, jest niższa od średniej dla pierwszego kwartału z ostatnich dziesięciu lat (wynosi ona 4,5 pkt) oraz od poziomu odnotowanego przed rokiem (0,3 pkt w I kwartale 2022 r.).

Wzrost wartości IRGTRD jest skutkiem znaczącego wzrostu wartości spodziewanych zakupów produktów krajowych i zagranicznych, a także wzrostu prognozowanego wolumenu sprzedaży przy jednoczesnym nieznacznym spadku utrzymywanych zapasów. W I kwartale 2023 r. na polską gospodarkę w dalszym ciągu wpływ miały skutki rosyjskiej inwazji na Ukrainę 24 lutego 2022 r. Napływ dużej liczby uchodźców z Ukrainy spowodował wzrost popytu na dobra konsumpcyjne, który w kolejnych kwartałach utrwał się ze względu na dalsze pozostawanie znacznej części z nich na terenie Polski. Na przełomie 2022 i 2023 roku na siłę nabywczą polskich konsumentów w dalszym ciągu oddziaływała wysoka, lecz stabilizująca się inflacja (w styczniu wskaźnik wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych wyniósł 17,2% r/r), wynikająca przede wszystkim ze wzrostu cen nośników energii (wzrost o 34,0% r/r) oraz żywności i napojów bezalkoholowych (wzrost o 20,7% r/r), spowodowanego zakłóceniami w łańcuchach dostaw i kryzysem energetycznym.

2. W ciągu kwartału odnotowano wzrost wartości wskaźnika koniunktury w handlu dla wszystkich grup przedsiębiorstw, niezależnie od liczby zatrudnionych. Największy (o 16,4 pkt) dla przedsiębiorstw zatrudniających od 21 do 50 osób, najmniejszy o 6,6 pkt dla podmiotów zatrudniających do 20 osób. Pomimo wzrostów, wartość wskaźnika dla wszystkich grup pozostała ujemna.

3. Ujemne wartości wskaźnika koniunktury utrzymały się dla hurtowych i detalicznych przedsiębiorstw handlowych, odpowiednio: -2,1 pkt oraz -8,8 pkt. Dla przedsiębiorstw zajmujących się zarówno hurtową i detaliczną sprzedażą zanotowano dodatnią wartość wskaźnika (1,3 pkt).

4. O poprawie koniunktury informują przedsiębiorstwa prowadzące działalność w większości grup ośrodków. Największy wzrost wartości wskaźnika (o 15 pkt) odnotowano dla przedsiębiorstw działających w małych miejscowościach (z poziomu -14,9 pkt w IV kwartale 2022 r. do 0,1 pkt w I kwartale br.); najmniejszy, o 5,3 pkt, dla przedsiębiorstw handlowych położonych we wsiach. Pomimo poprawy, wskaźnik koniunktury dla większości grup zakładów handlowych utrzymał ujemne wartości.

5. Pogorszyła się zarówno sytuacja ogólna jak i finansowa przedsiębiorstw handlowych. Spadł również poziom zakupów produktów krajowych oraz wysokość zatrudnienia. Wzrósł poziom zakupów wyrobów zagranicznych oraz powierzchni magazynowej. Na zbliżonym poziomie jak w ubiegłym kwartale pozostał wolumen sprzedawanych towarów oraz wysokość utrzymywanych zapasów. Ankietowani ocenili ogólną kondycję swoich przedsiębiorstw jako dobrą. Przewidywania uczestników badania dotyczące perspektyw rozwoju ich firm w ciągu najbliższych 6 miesięcy są jednak pesymistyczne.

6. Od początku prowadzenia badań koniunktury w handlu przedsiębiorstwa niezmiennie uznają trzy czynniki za główne bariery utrudniające rozwój ich działalności: wysokie koszty zatrudnienia pracowników, niedostateczny popyt oraz konkurencję. Tak też było w I kwartale 2023 r. Odsetki ankietowanych, którzy wskazują na te trudności, wynoszą odpowiednio: 46,9% (50,1% w IV kwartale 2022 r.), 46,2% (47,1% przed kwartałem) i 39,0% (31,4% przed kwartałem). Wzrósł odsetek ankietowanych (7,4% vs 5,6% w IV kwartale br.), którzy nie dostrzegają istnienia barier dla swej działalności. Należy również zwrócić uwagę na trzy inne czynniki, których znaczenie zaczęło narastać

w ostatnich miesiącach, a mianowicie: wysokość oprocentowania kredytów (22,2%), niedostateczna podaż (12,8%) oraz możliwość uzyskania kredytów (7,1%).

7. Wartość salda odpowiedzi na pytanie o ogólną sytuację przedsiębiorstw handlowych obniżyła się o 5,5 pkt w porównaniu z IV kwartałem 2022 r., do wysokości -23,4 pkt, wyższej o 4,4 pkt od poziomu sprzed roku (wówczas -27,8 pkt). Przedsiębiorstwa spodziewają się pogorszenia się swojej ogólnej sytuacji ekonomicznej w najbliższych miesiącach; wartość salda prognostycznego wynosi -13,6 pkt.

8. Pogorszyła się również sytuacja finansowa przedsiębiorstw handlowych. Wartość salda zmniejszyła się w ciągu kwartału o 5,6 pkt i wynosi -23 pkt. Jest również wyższa od wartości z IV kwartału 2022 r. (wówczas -31,4 pkt). Rozkład odpowiedzi jest następujący: 9,9% badanych przedsiębiorstw uznało, że w stosunku do IV kwartału 2022 r. ich sytuacja finansowa poprawiła się, 57,1% ankietowanych stwierdziło, że ich sytuacja nie uległa zmianie, natomiast 32,9% badanych odnotowało jej pogorszenie się. Przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się dalszego pogorszenia się swojej sytuacji finansowej w kolejnych miesiącach.

9. Poziom zapasów zwiększył się względem IV kwartału 2022 r. o 0,5 pkt i wynosi obecnie -7,4 pkt. Jest również wyższy niż przed rokiem (wówczas -19,2 pkt). Rozkład odpowiedzi jest następujący: 15,8% badanych przedsiębiorstw uznało, że wielkość ich zapasów wzrosła, 61% nie stwierdziło żadnych zmian w ich poziomie, a 23,2% ankietowanych poinformowało o spadku wielkości zapasów. Przewidywane jest obniżenie się poziomu zapasów przedsiębiorstw handlowych w nadchodzących miesiącach; wartość salda prognostycznego wynosi -10,8 pkt.

10. W ciągu ostatniego kwartału spadła wielkość zakupów od dostawców krajowych z poziomu -14,0 pkt do -19,9 pkt. Jest jednak zbliżona do wartości zanotowanej w I kwartale 2022 r. (wówczas było to -20,2 pkt). Przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się dalszego spadku wielkości zakupów od dostawców krajowych w kolejnych miesiącach.

11. Wzrosła wartość salda odpowiedzi na pytanie o wielkość zakupów od dostawców zagranicznych (-6,3 pkt obecnie vs -9,9 pkt w IV kwartale). Jest również wyższa niż w I kwartale 2022 r. (wówczas -9,8 pkt). Na bieżącą wartość salda złożyły się następujące odpowiedzi: 13,8% ankietowanych zwiększyło w porównaniu z IV kwartałem 2022 r. zakupy od dostawców zagranicznych, 66,1% utrzymało je na dotychczasowym poziomie, natomiast 20,1% zmniejszyło je. Zdaniem handlowców, w nadchodzących miesiącach wielkość zakupów od dostawców zagranicznych będzie nadal zmniejszać się; wartość salda prognostycznego wynosi -6,4 pkt.

12. Nieznacznie zmniejszył się poziom zatrudnienia w handlu, z -10,7 pkt do -11 pkt. Jest on niższy niż w I kwartale 2022 r. (wówczas -6,0 pkt). Spodziewany jest dalszy spadek poziomu zatrudnienia w najbliższych miesiącach; wartość salda prognostycznego równa jest -10 pkt.

13. W 65,5% ankietowanych przedsiębiorstw w I kwartale 2023 r. ceny wzrosły w porównaniu z IV kwartałem 2022 r. (z czego w: 34,8% o więcej procent, 25,8% o tyle samo procent i 4,9% o mniej procent), w 28,4% ceny nie zmieniły się, a w 6,1% obniżyły się. Wartość salda w I kwartale 2023 r. jest jednak niższa o 12,7 pkt od wartości sprzed kwartału. Uczestnicy badania spodziewają się spadku tempa wzrostu poziomu cen w następnych miesiącach; wartość salda prognostycznego jest równa 63,1 pkt.

14. Zwiększył się wolumen sprzedaży. Wartość salda wzrosła o 0,7 pkt i wynosi -23,8 pkt. Jest wyższa niż w analogicznym okresie ubiegłego roku (wówczas -26,6 pkt). Na obecną wartość salda złożyły się następujące odpowiedzi: 14,5% przedsiębiorstw handlowych uznało, że w I kwartale 2023 r. względem IV kwartału 2022 r. wolumen sprzedawanych przez nie towarów zwiększył się, 47,2% wskazało, iż utrzymał się on na tym samym poziomie, natomiast 38,3% ankietowanych zanotowało

spadek. Po raz kolejny z rzędu przedsiębiorstwa handlowe przewidują spadek wielkości sprzedaży w najbliższym półroczu (wartość salda prognostycznego wynosi -11,5 pkt). Podobnie jak w poprzednich kwartałach, głównymi przyczynami zmniejszenia się deklarowanego wolumenu sprzedaży jest spadek popytu w związku ze wzrostem cen produktów i usług oraz związanym z nim spadkiem siły nabywczej konsumentów.

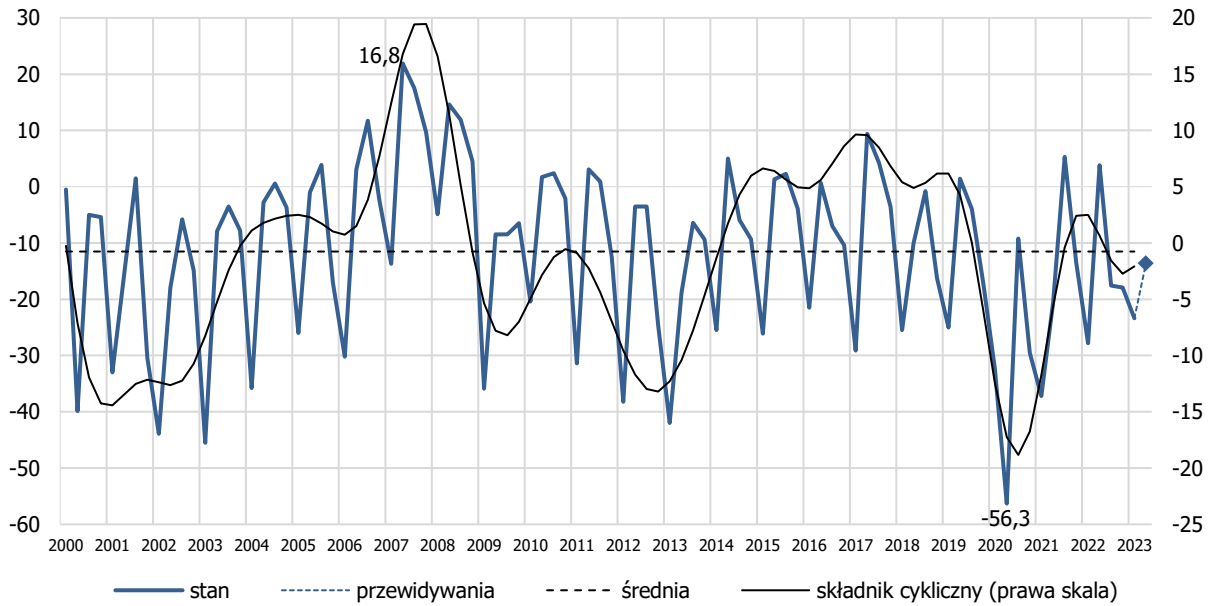
15. Wartość salda odpowiedzi na pytanie o wielkość ogólnej powierzchni magazynowej zwiększyła się w ciągu kwartału z poziomu 0,3 pkt do 2,0 pkt. Pomimo wzrostu pozostała niższa (o 2,1 pkt) niż rok wcześniej. Uczestnicy badania planują zmniejszenie ogólnej powierzchni magazynowej w najbliższych miesiącach; wartość salda przewidywań wynosi -0,2 pkt.

16. Ogólna sytuacja przedsiębiorstw handlowych w I kwartale 2023 r. została przez nie oceniona jako dobra. Wartość salda odpowiedzi na to pytanie wynosi 36,8 pkt. Jest wyższa niż w IV kwartale (o 4,5 pkt) oraz o 4,6 pkt od wartości sprzed roku (wówczas 32,2 pkt). Aktualny rozkład odpowiedzi jest następujący: 46,7% badanych przedsiębiorstw uznało ogólną kondycję swojego przedsiębiorstwa za dobrą, 43,4% za średnią, natomiast 9,9% za słabą. Przedsiębiorstwa handlowe spodziewają się pogorszenia się swojej ogólnej sytuacji w nadchodzącym półroczu; wartość salda prognostycznego jest równa -6,1 pkt.

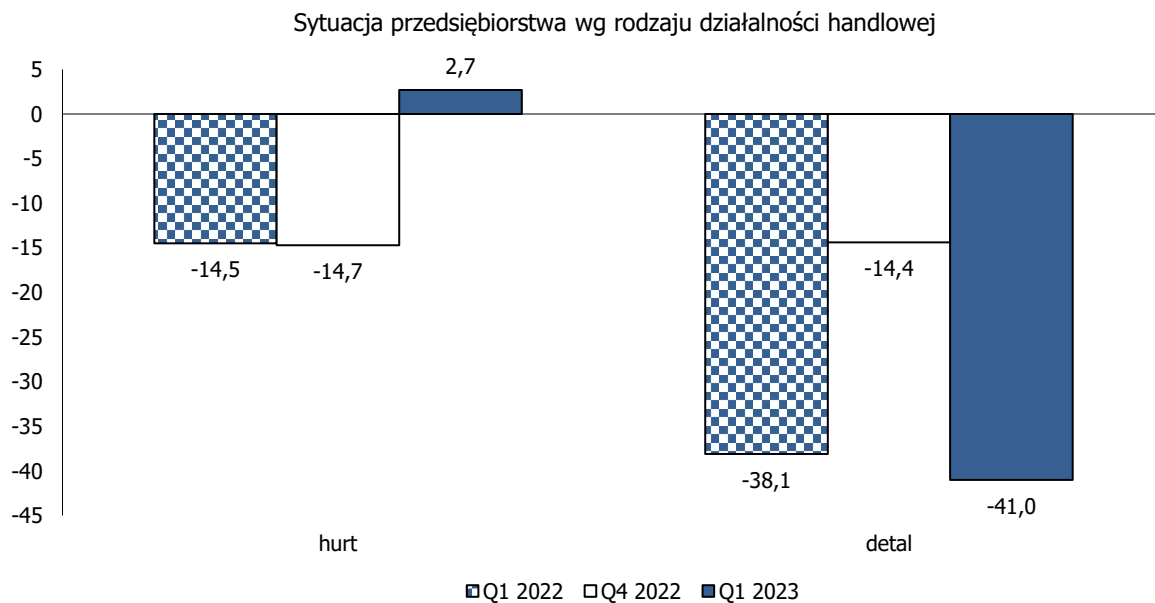
17. Wartość salda odpowiedzi na pytanie dotyczące konkurencji na rynku zwiększyła się o 5,1 pkt w stosunku do poprzedniego kwartału, osiągając poziom 19,1 pkt. Jest on wyższy od wartości odnotowanej w analogicznym okresie 2022 r. (wówczas 14,1 pkt). Rozkład odpowiedzi jest następujący: 20,4% ankietowanych przedsiębiorstw uznało, że w I kwartale 2023 r. względem IV kwartału 2022 r. konkurencja dla nich wzrosła, 78,3% nie zauważyło zmiany, zaś 1,3% odnotowało jej spadek. Przedsiębiorstwa spodziewają się wzrostu zagrożenia konkurencyjnego w nadchodzących miesiącach.

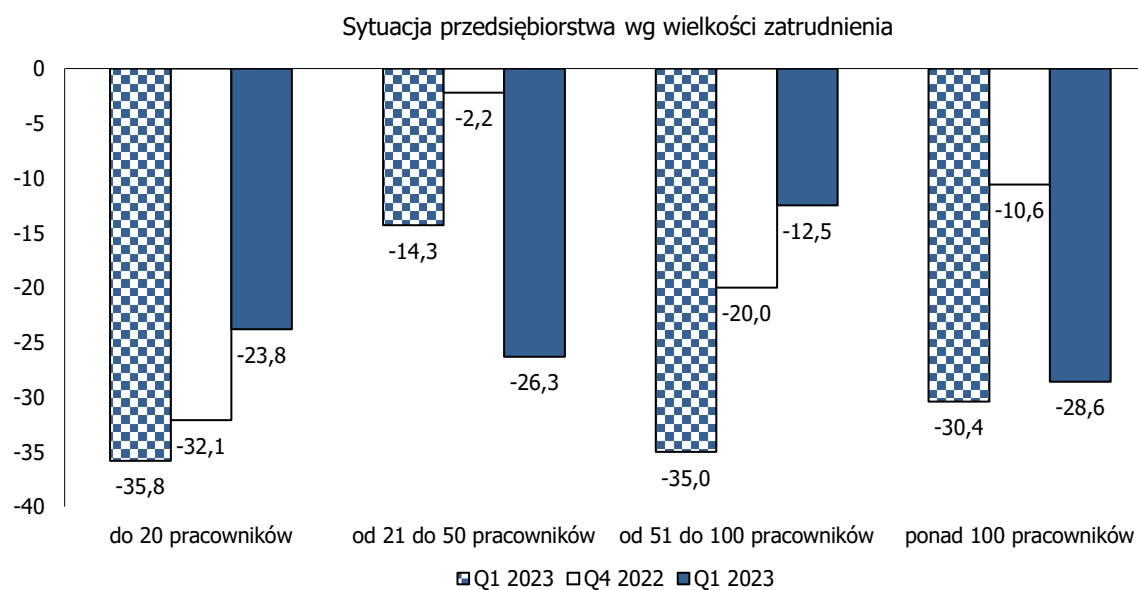
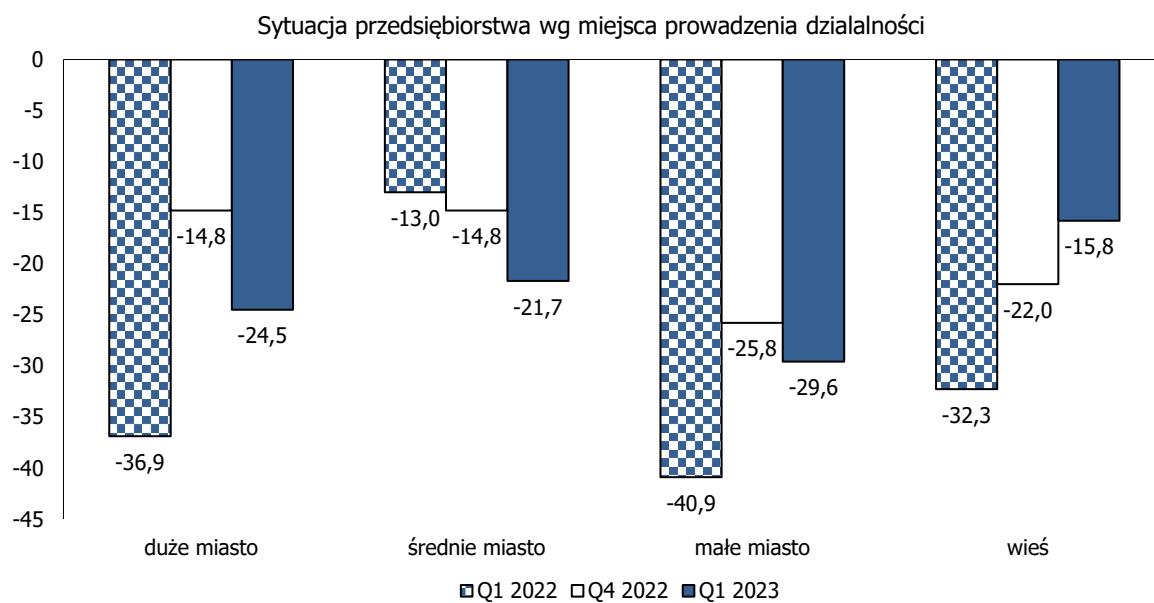
2. Wyniki szczegółowe

SYTUACJA EKONOMICZNA PRZEDSIĘBIORSTWA

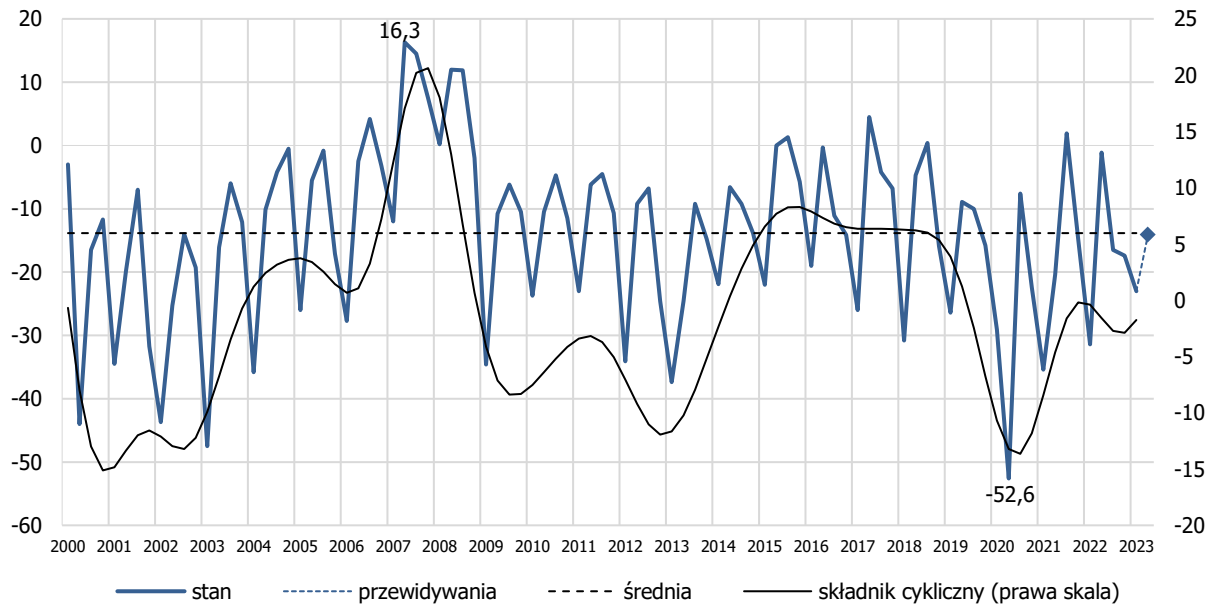


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	Q1 2023	przewidywania
1. poprawa	8,5	25,4	15,1	12,6	10,5	17,2
2. brak zmiany	55,2	53,0	52,2	56,9	55,6	52,1
3. pogorszenie	36,3	21,6	32,7	30,5	33,9	30,8
Saldo	-27,8	3,8	-17,6	-17,9	-23,4	-13,6

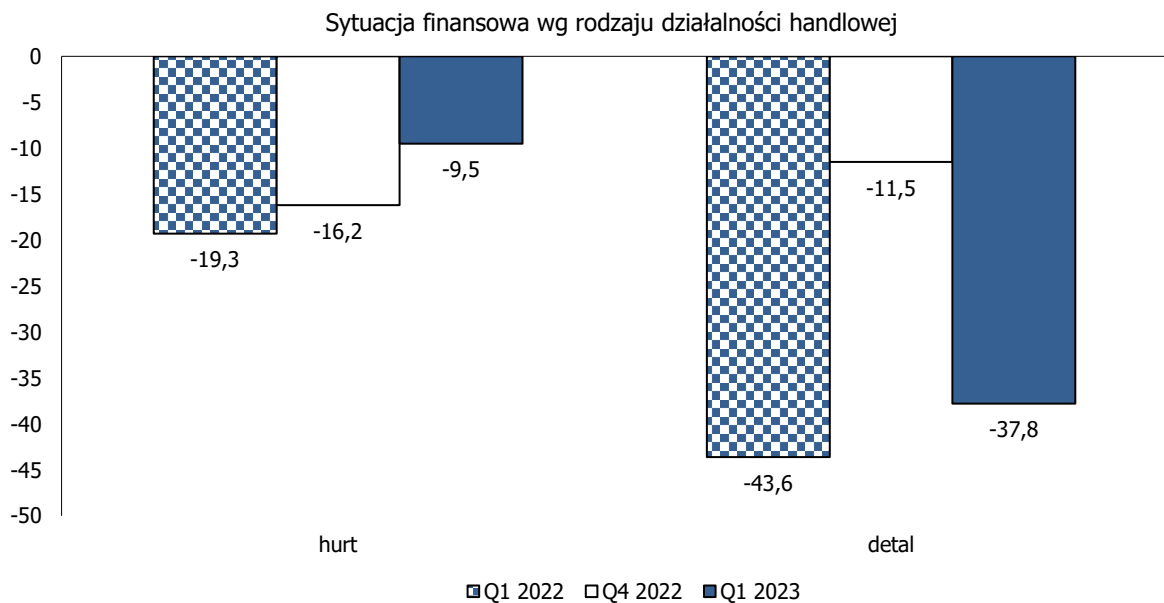


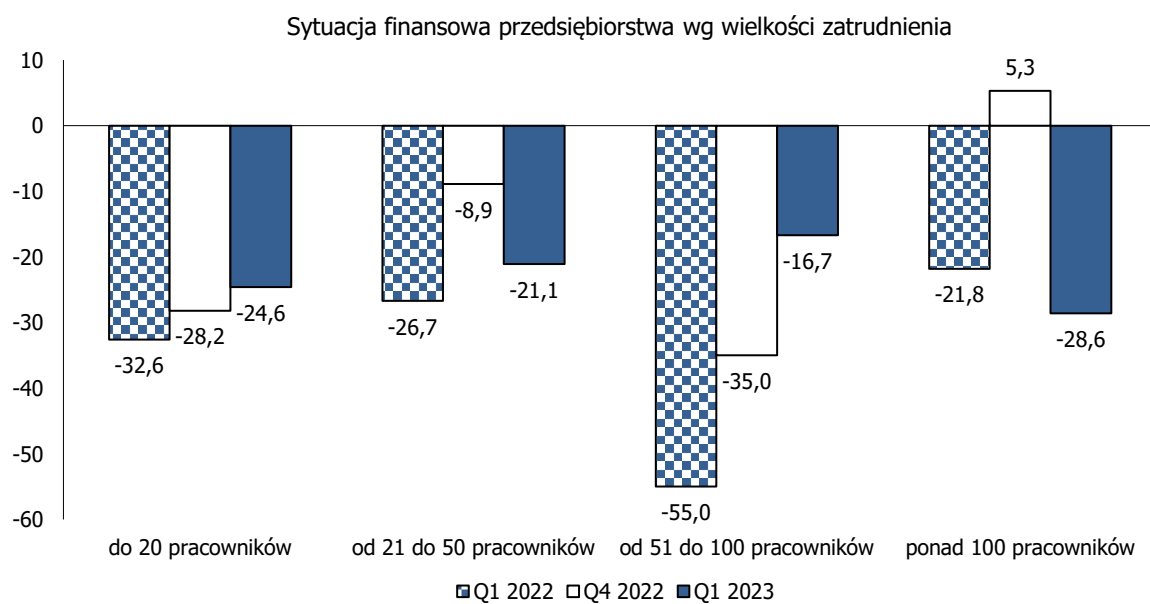
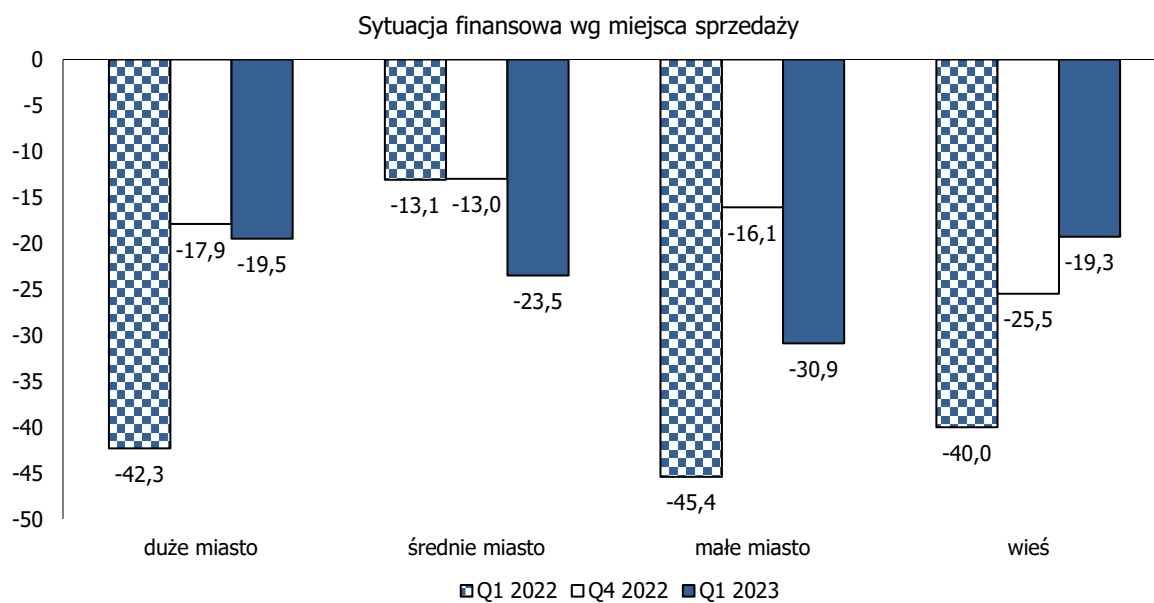


SYTUACJA FINANSOWA PRZEDSIĘBIORSTWA

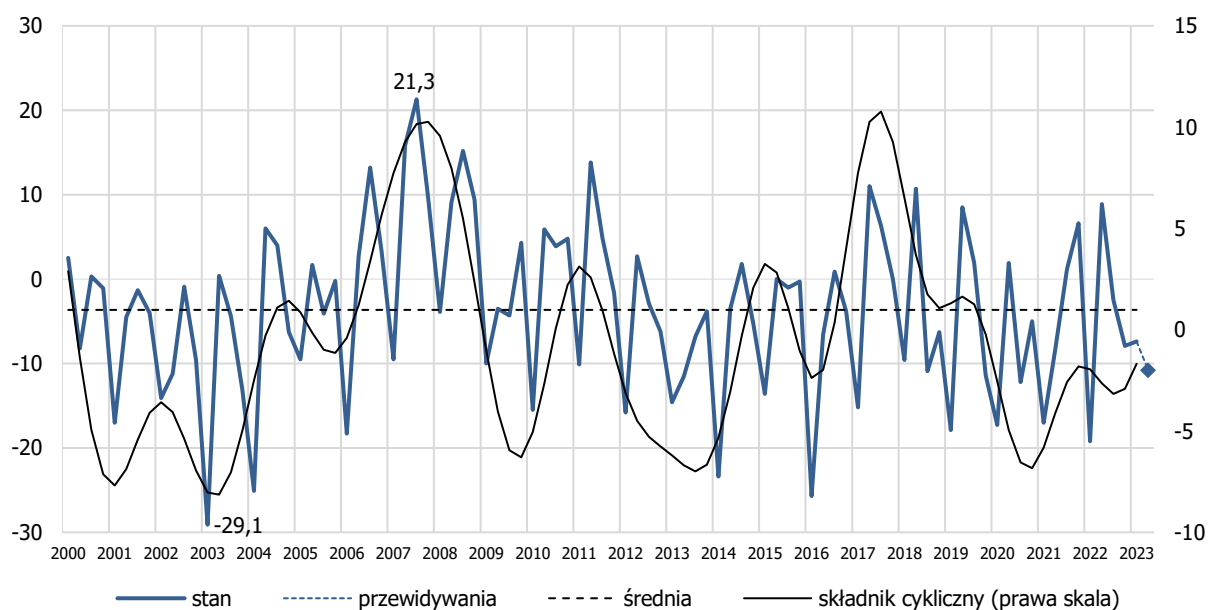


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	Q1 2023	przewidywania
1. poprawa	7,5	17,9	9,9	12,0	9,9	14,4
2. brak zmiany	53,6	63,0	63,7	58,5	57,1	57,2
3. pogorszenie	38,9	19,0	26,4	29,4	32,9	28,5
saldo	-31,4	-1,1	-16,5	-17,4	-23,0	-14,1

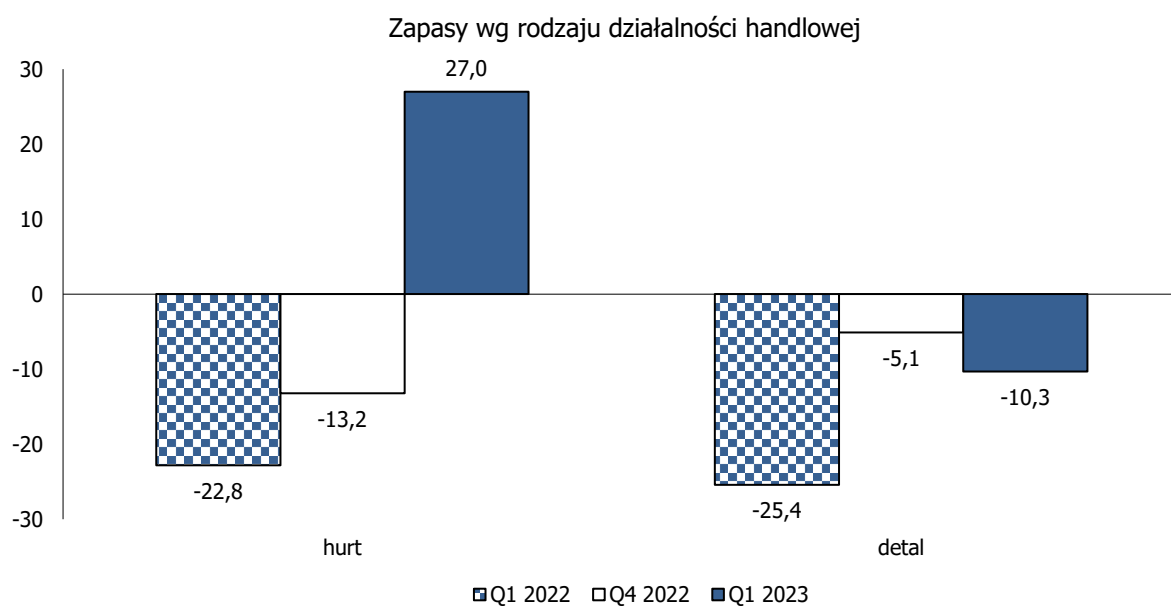


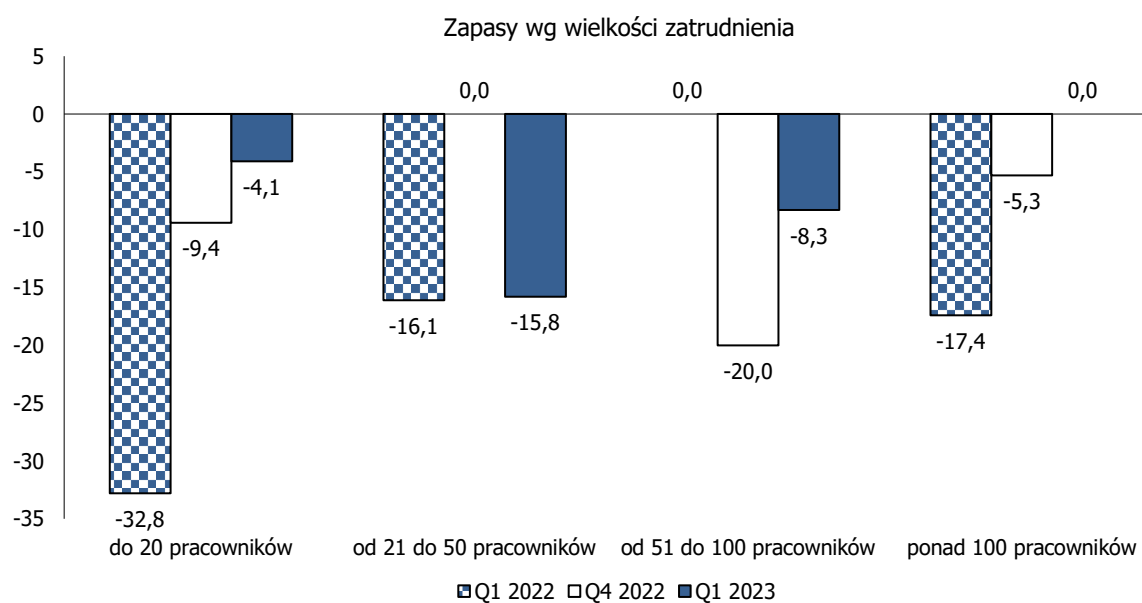
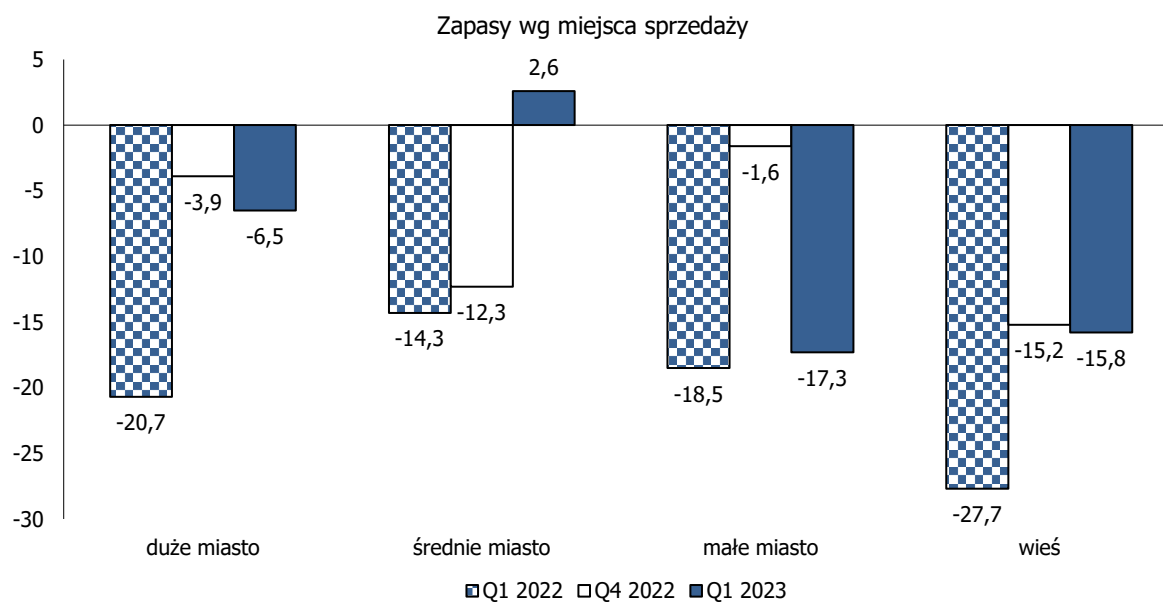


ZAPASY

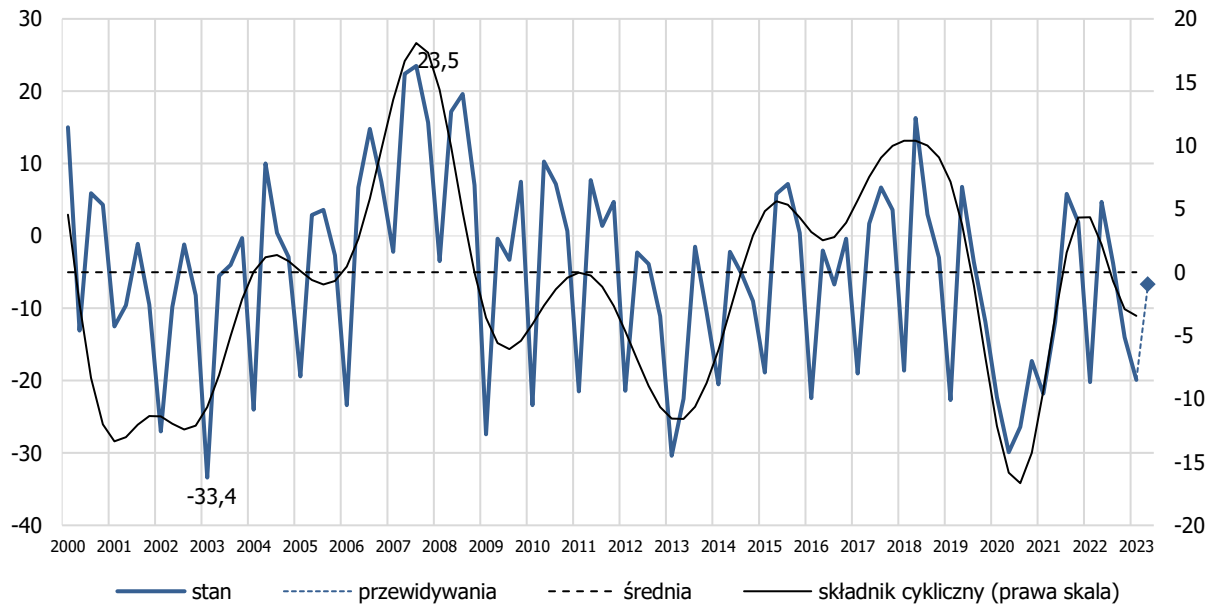


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	Q1 2023	przewidywania
1. wzrost	13,4	22,5	16,3	13,8	15,8	10,5
2. brak zmiany	54,0	64,0	64,8	64,5	61,0	68,2
3. spadek	32,6	13,6	18,8	21,7	23,2	21,3
saldo	-19,2	8,9	-2,5	-7,9	-7,4	-10,8



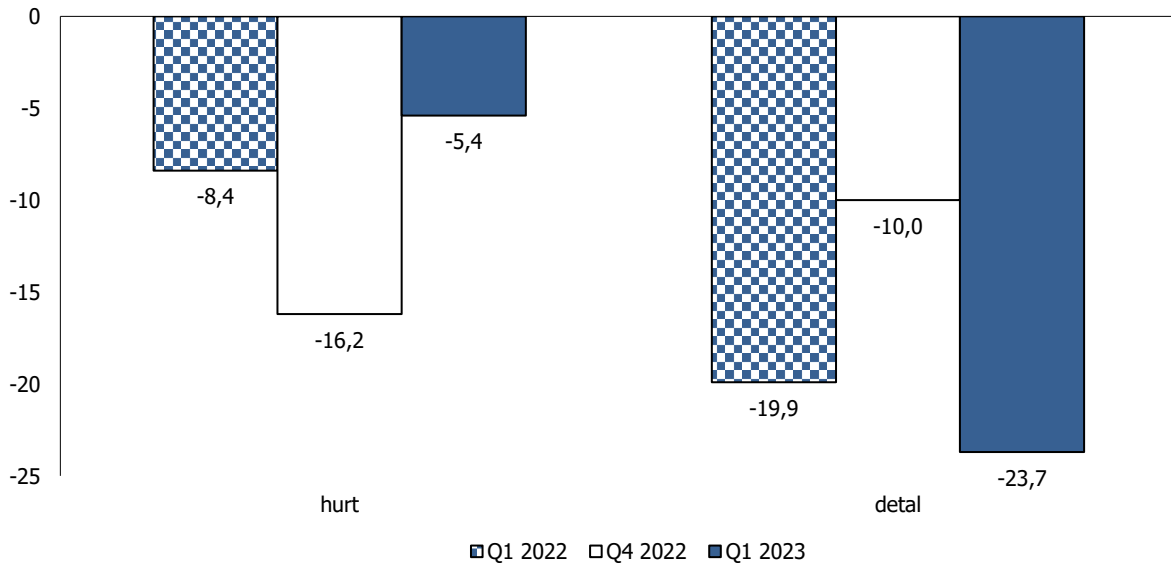


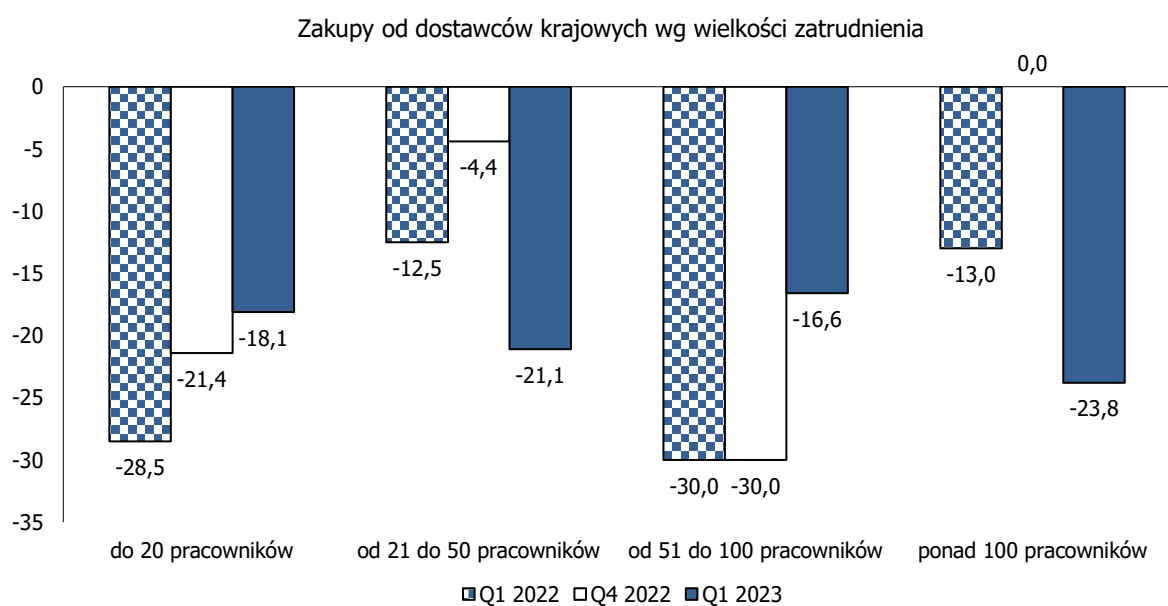
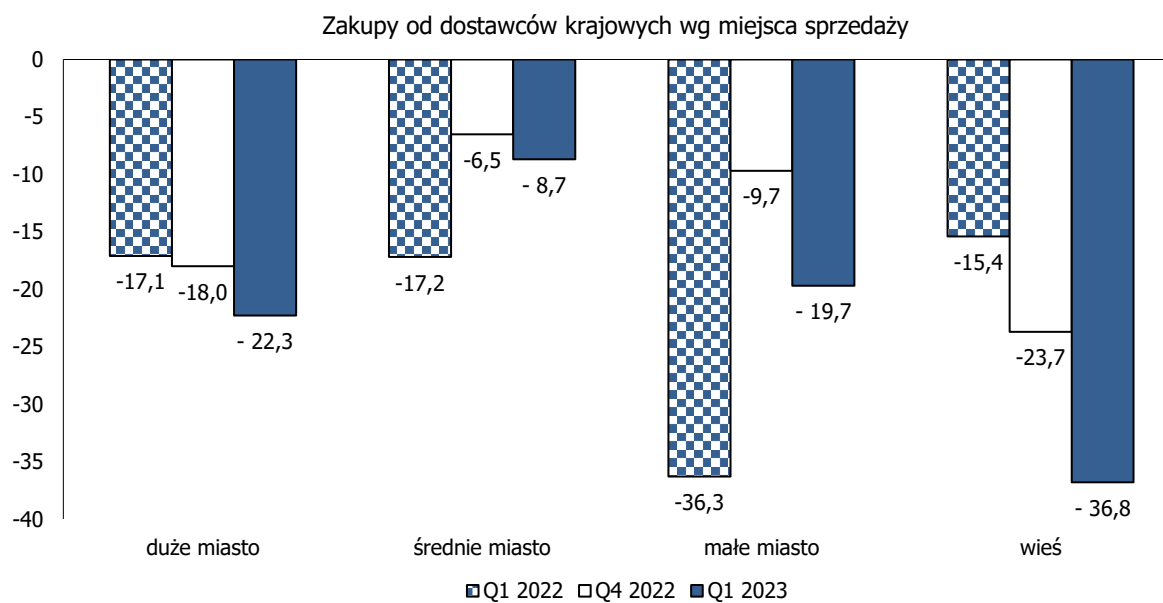
ZAKUPY OD DOSTAWCÓW KRAJOWYCH



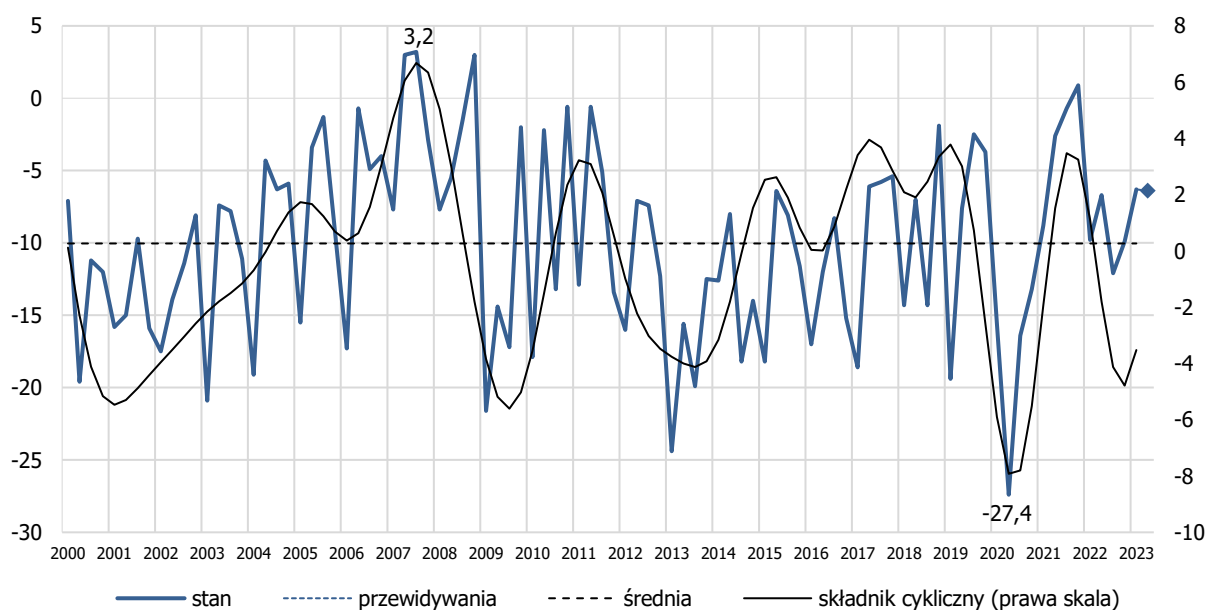
warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	Q1 2023	przewidywania
1. wzrost	8,2	19,1	12,1	9,0	5,4	10,5
2. brak zmiany	63,4	66,5	72,1	68,1	69,4	72,2
3. spadek	28,4	14,4	15,9	23,0	25,3	17,2
saldo	-20,2	4,7	-3,8	-14,0	-19,9	-6,7

Zakupy od dostawców krajowych wg rodzaju działalności handlowej



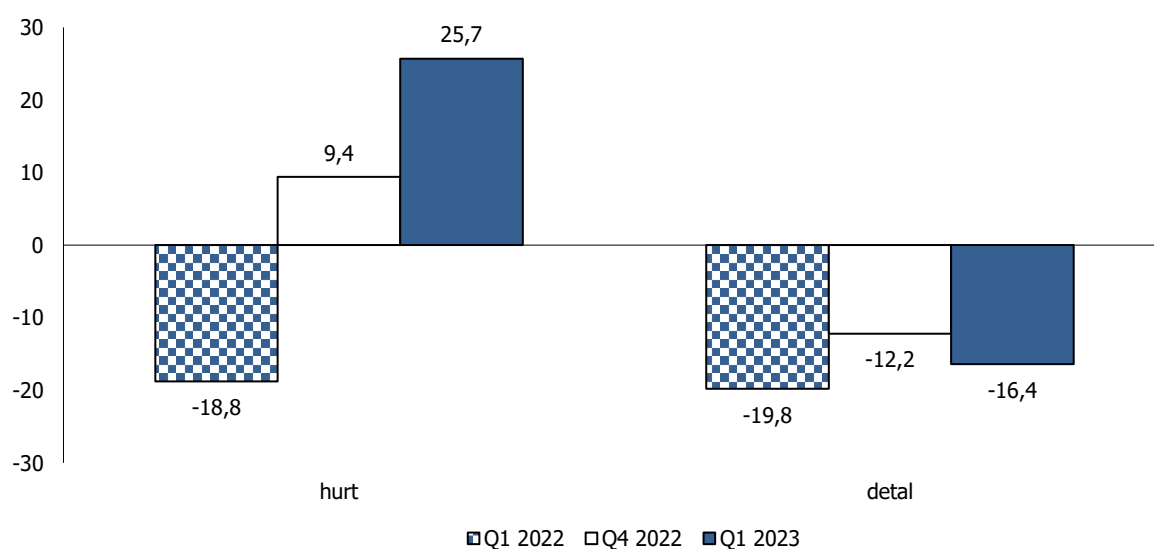


ZAKUPY OD DOSTAWCÓW ZAGRANICZNYCH

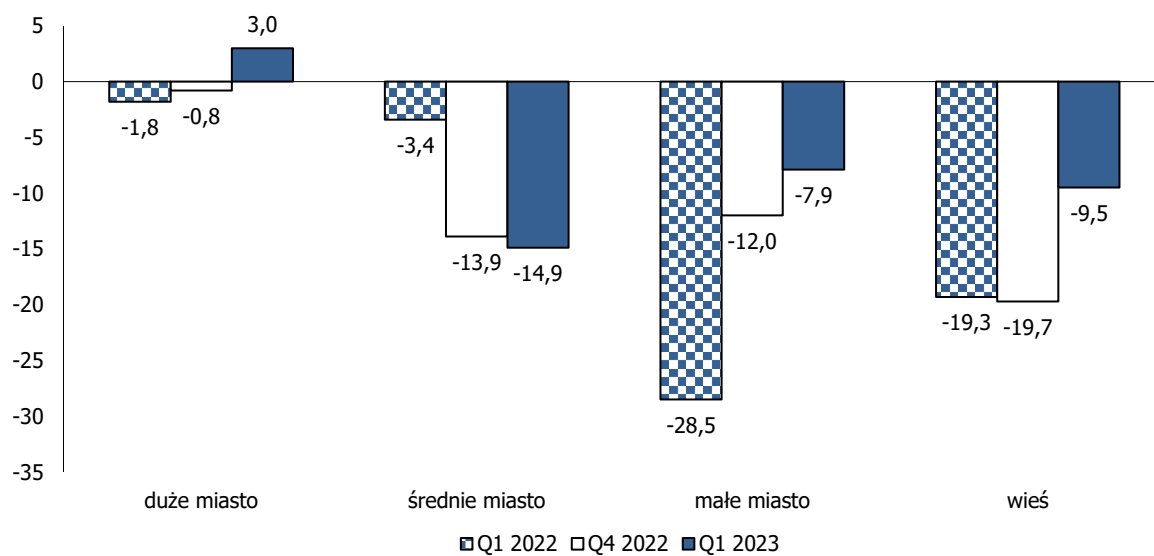


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	Q1 2023	przewidywania
1. wzrost	10,3	11,4	9,7	10,2	13,8	9,0
2. brak zmiany	69,7	70,6	68,5	69,7	66,1	75,6
3. spadek	20,1	18,1	21,8	20,1	20,1	15,4
saldo	-9,8	-6,7	-12,1	-9,9	-6,3	-6,4

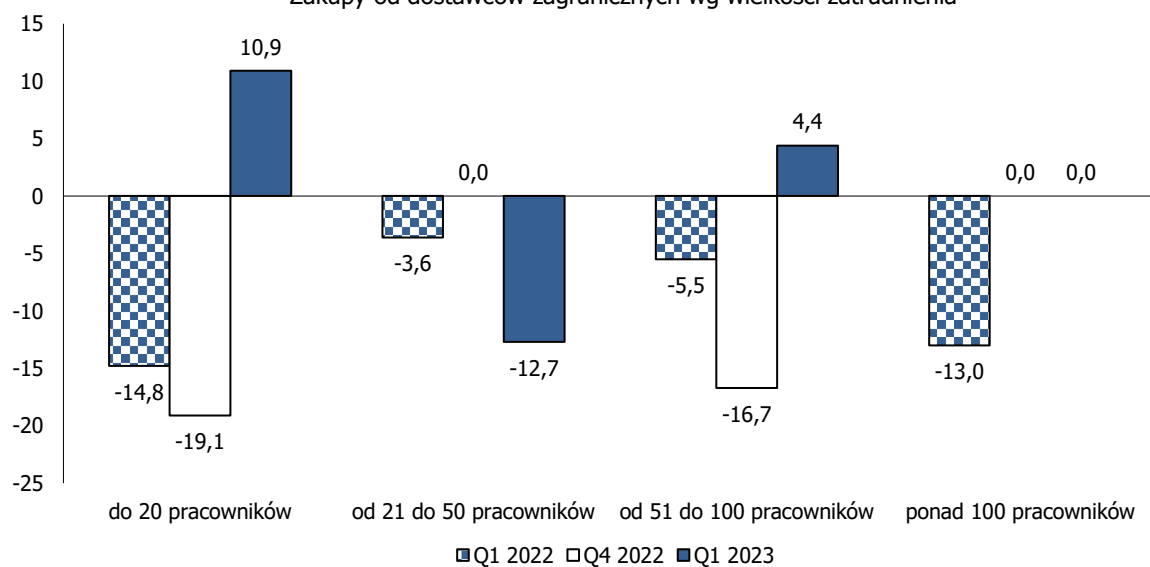
Zakupy od dostawców zagranicznych wg rodzaju działalności handlowej



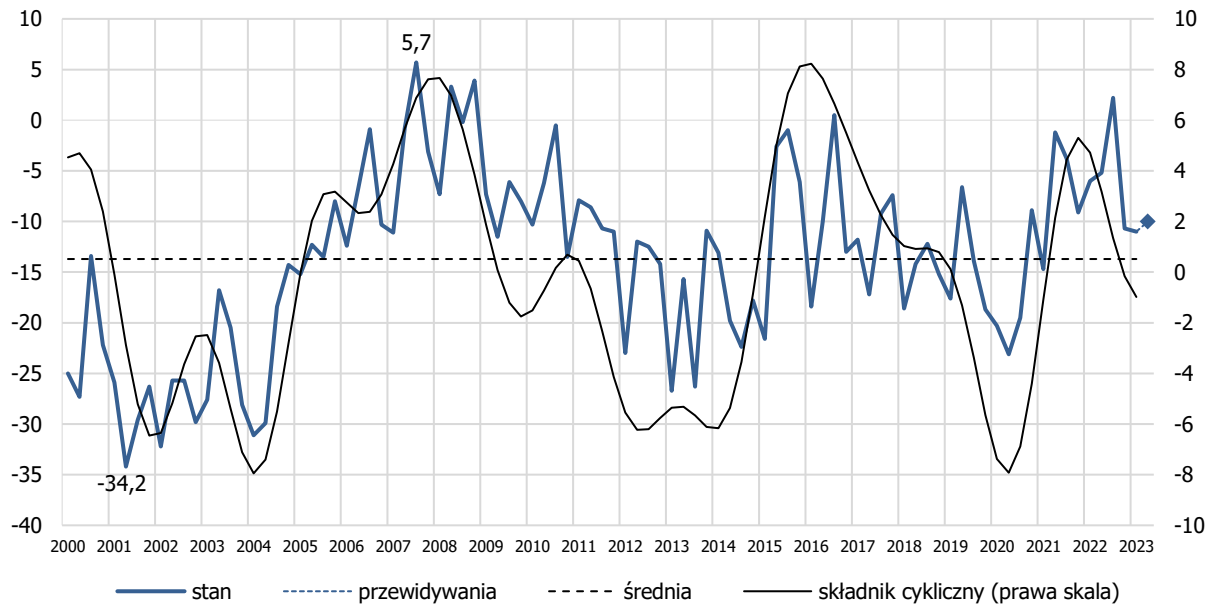
Zakupy od dostawców zagranicznych wg miejsca sprzedaży



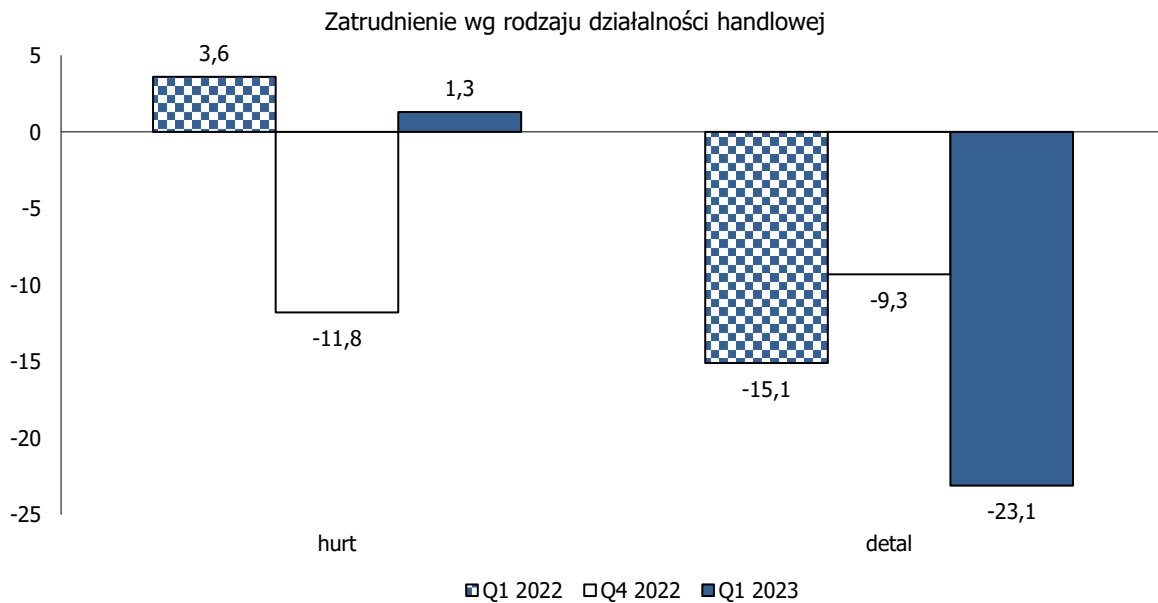
Zakupy od dostawców zagranicznych wg wielkości zatrudnienia

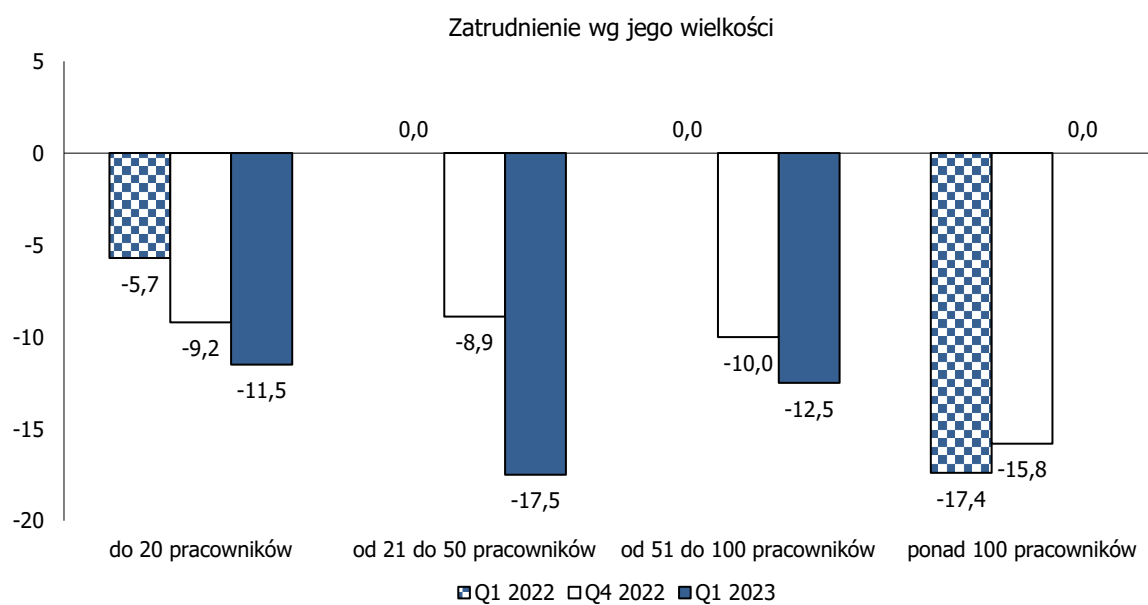
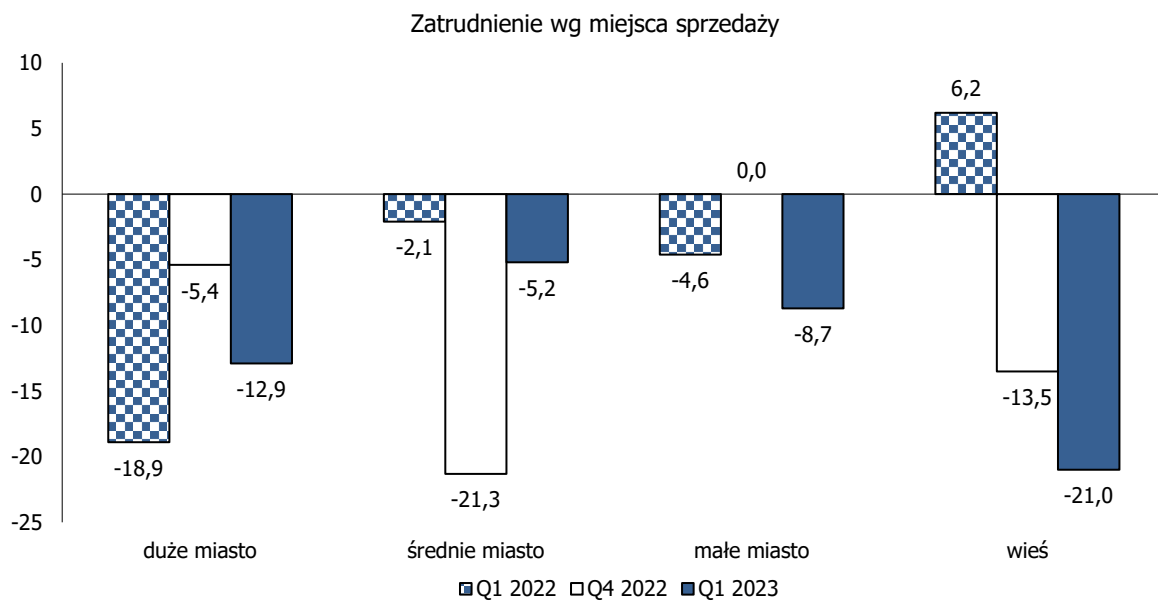


ZATRUDNIENIE

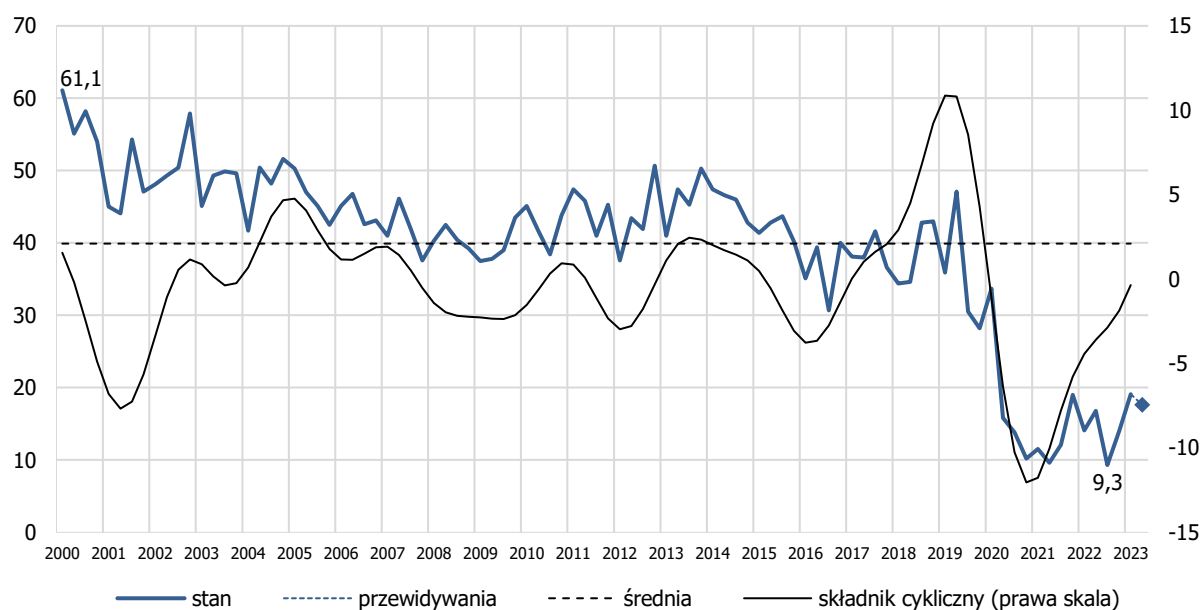


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	Q1 2023	przewidywania
1. wzrost	8,3	8,9	10,1	8,1	7,1	6,6
2. brak zmiany	77,4	77,0	81,9	73,1	74,7	76,8
3. spadek	14,3	14,1	7,9	18,8	18,1	16,6
saldo	-6,0	-5,2	2,2	-10,7	-11,0	-10,0



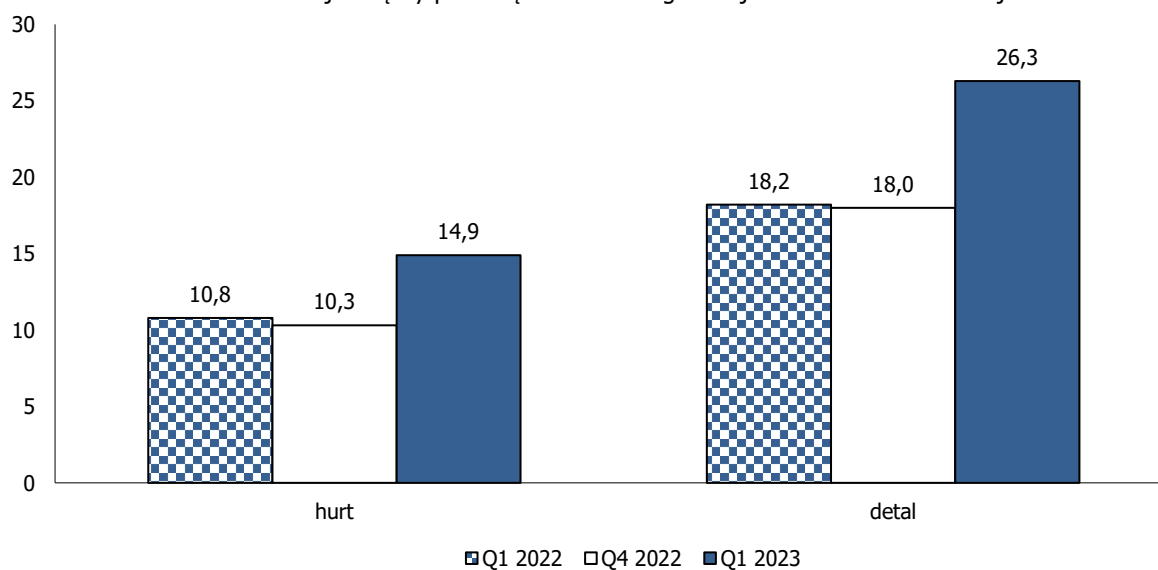


KONKURENCJA MIĘDZY PRZEDSIĘBIORSTWAMI HANDLOWYMI

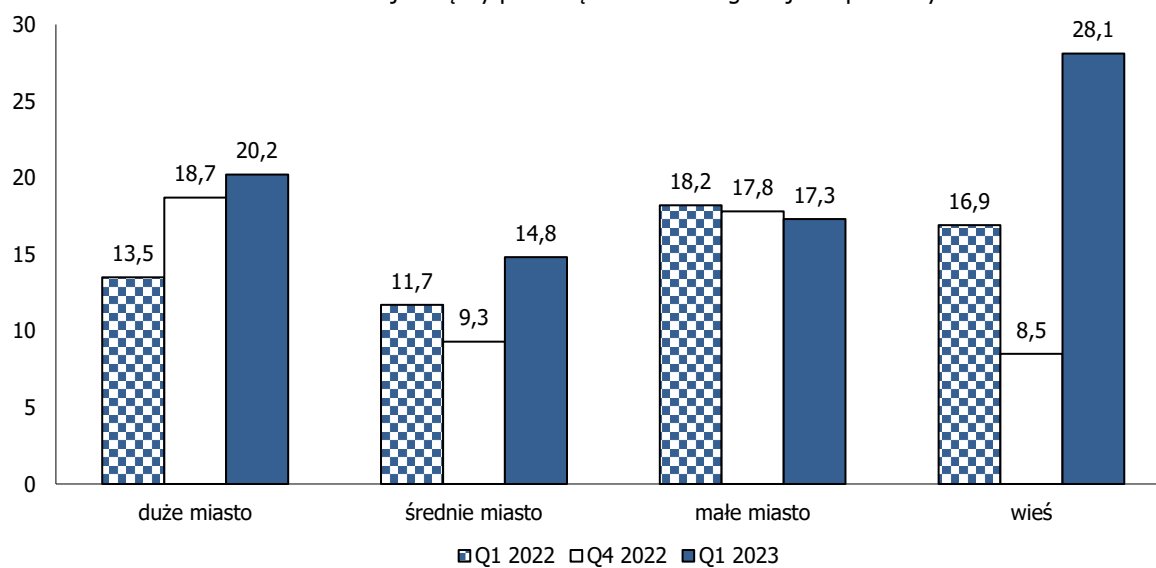


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	Q1 2023	przewidywania
1. wzrost	17,5	20,0	14,2	16,0	20,4	19,1
2. brak zmiany	79,1	76,8	80,8	82,1	78,3	79,3
3. spadek	3,4	3,2	4,9	2,0	1,3	1,5
saldo	14,1	16,8	9,3	14,0	19,1	17,6

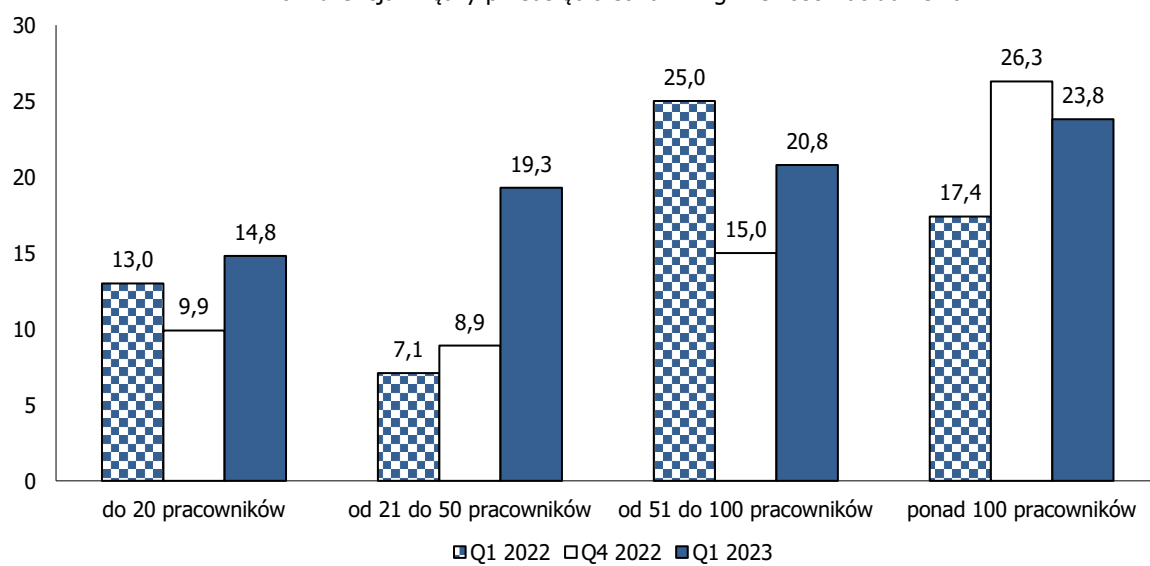
Konkurencja między przedsiębiorstwami wg rodzaju działalności handlowej



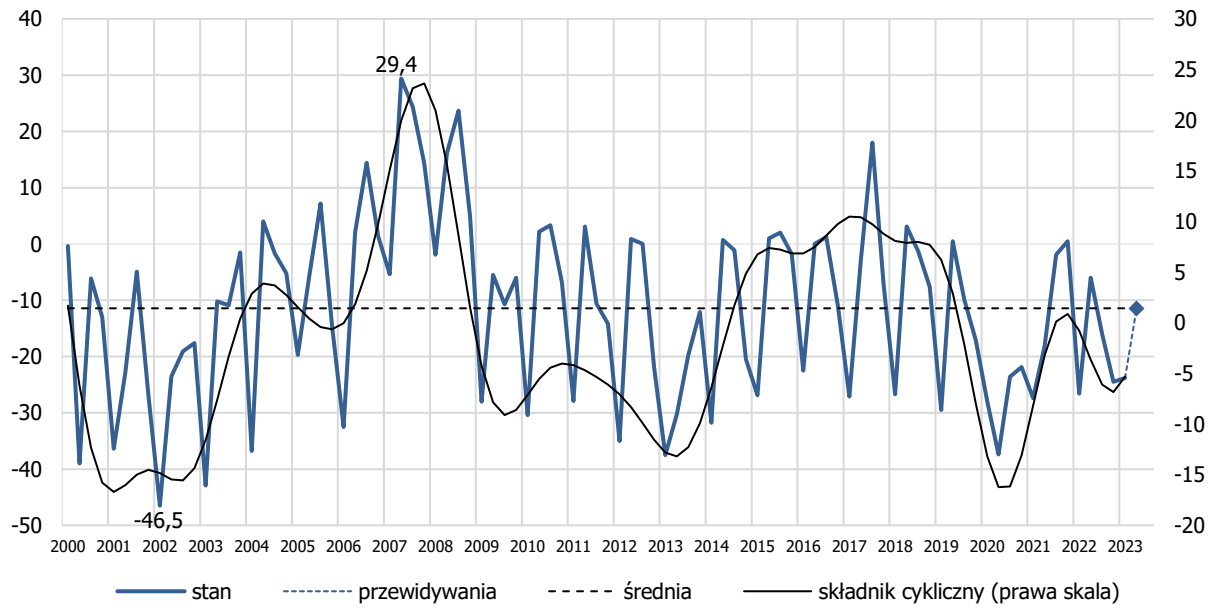
Konkurencja między przedsiębiorstwami wg miejsca sprzedaży



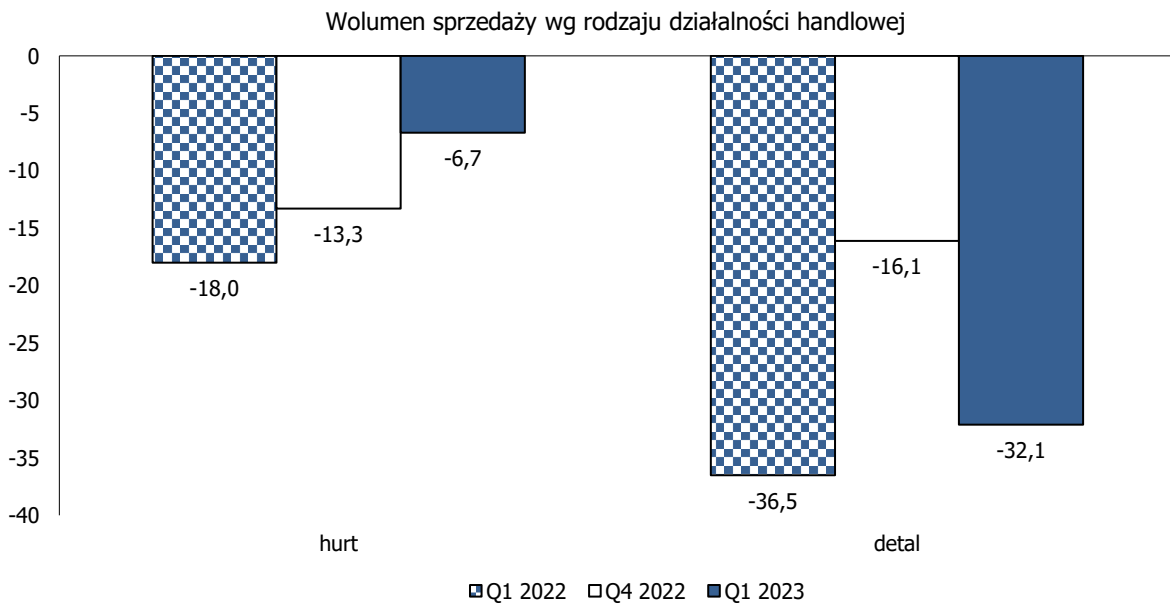
Konkurencja między przedsiębiorstwami wg wielkości zatrudnienia

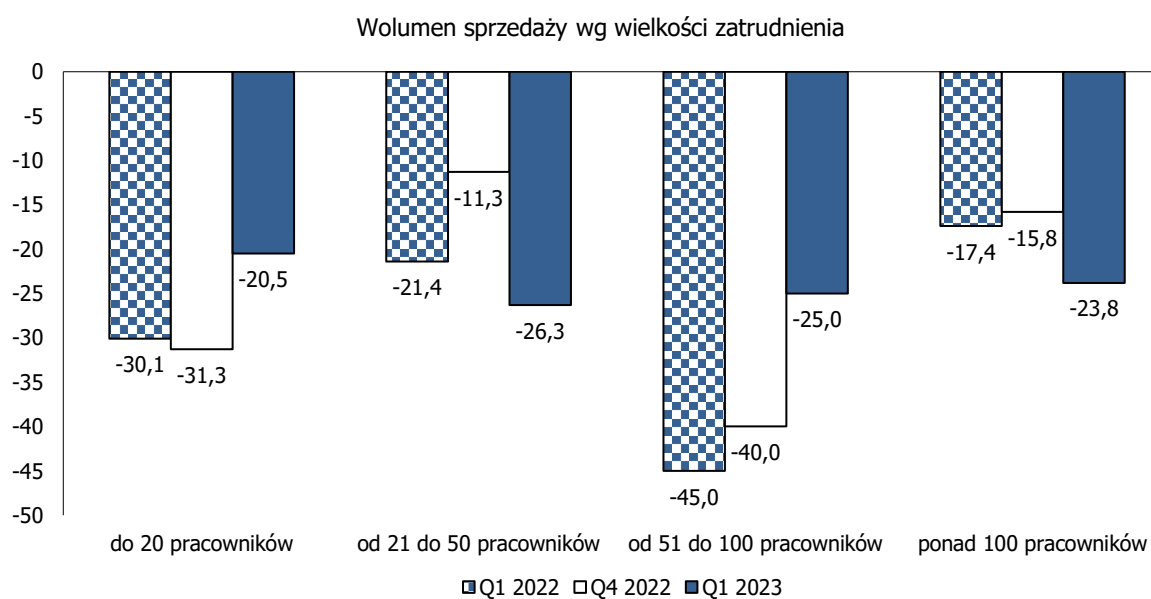
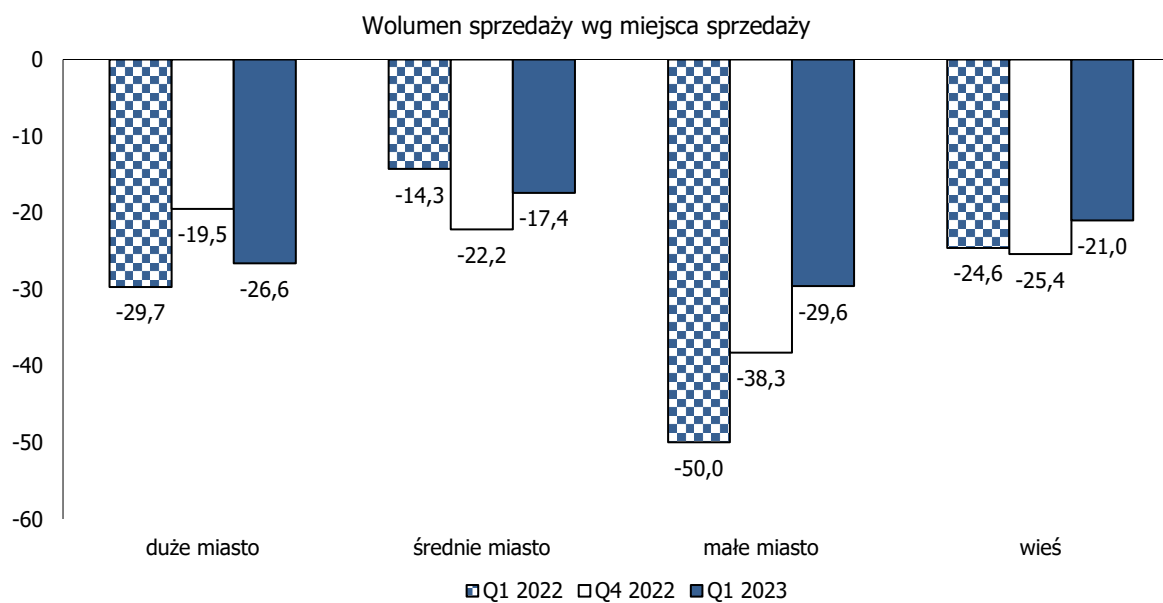


WOLUMEN SPRZEDAŻY

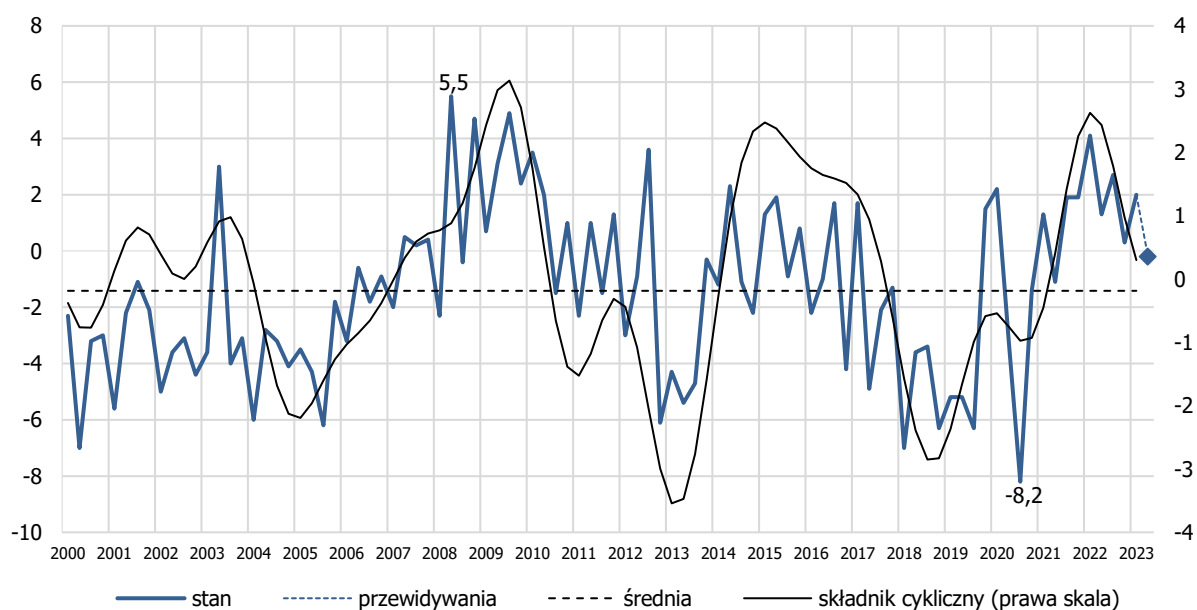


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	Q1 2023	przewidywania
1. wzrost	12,6	21,4	16,2	10,7	14,5	16,3
2. brak zmiany	48,2	51,2	51,5	54,1	47,2	55,9
3. spadek	39,2	27,4	32,3	35,2	38,3	27,8
saldo	-26,6	-6,0	-16,1	-24,5	-23,8	-11,5

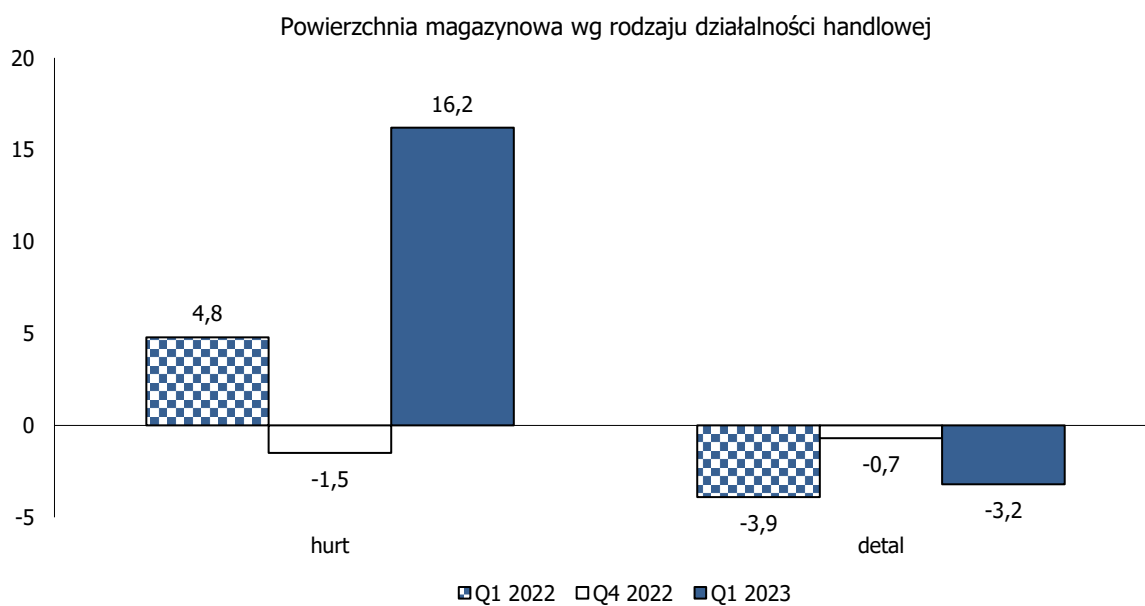


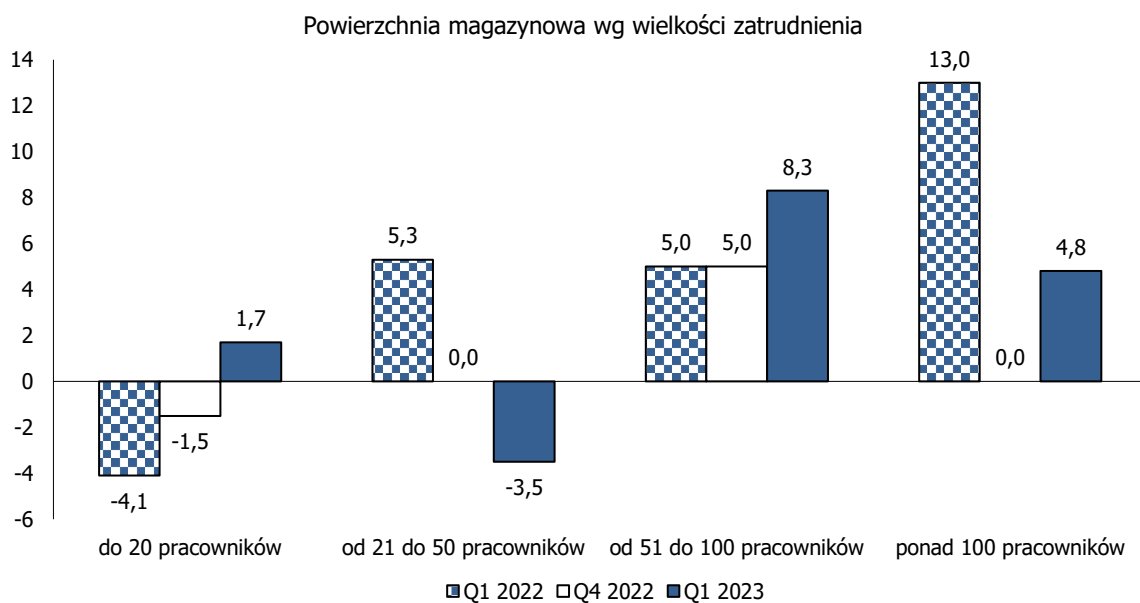
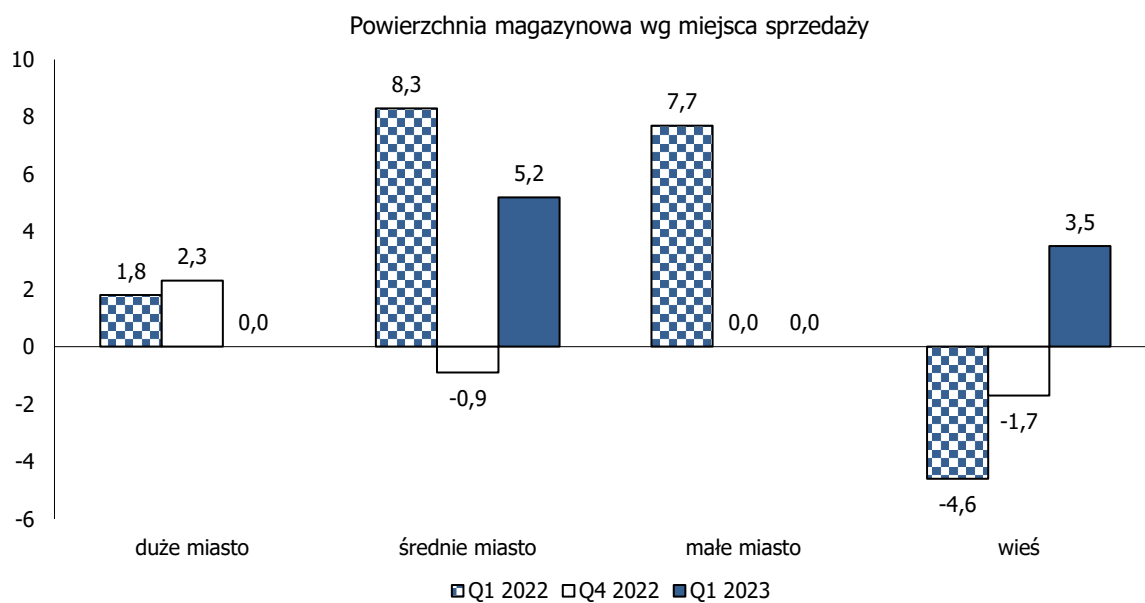


POWIERZCHNIA MAGAZYNOWA

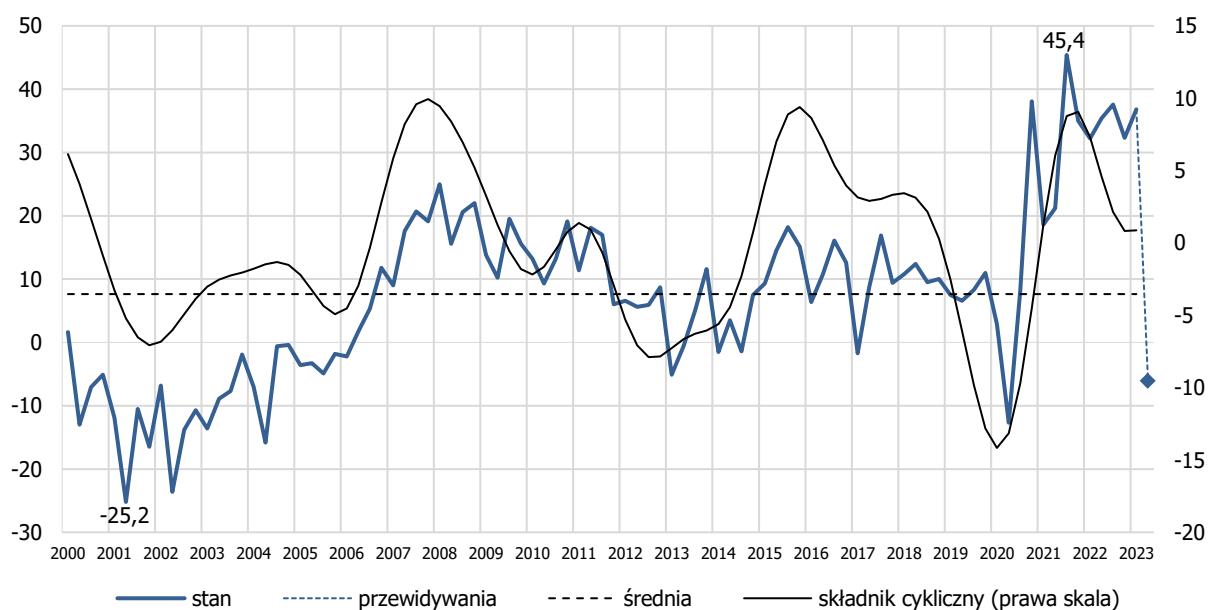


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	Q1 2023	przewidywania
1. wzrost	8,0	3,5	4,9	1,1	4,6	4,6
2. brak zmiany	88,1	94,3	92,9	98,0	92,9	90,6
3. spadek	3,9	2,2	2,2	0,8	2,6	4,8
saldo	4,1	1,3	2,7	0,3	2,0	-0,2



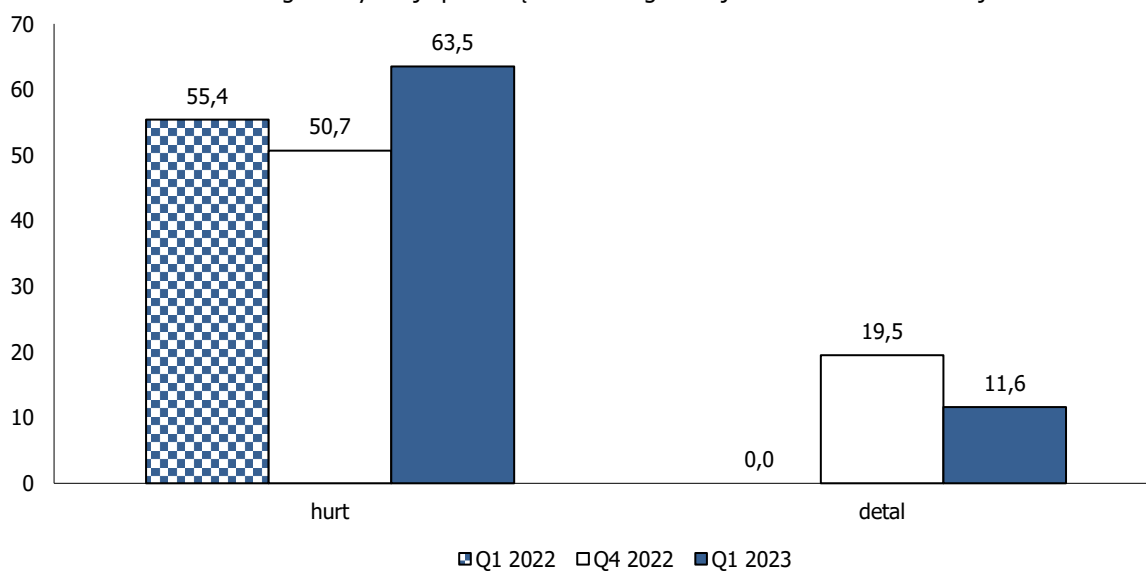


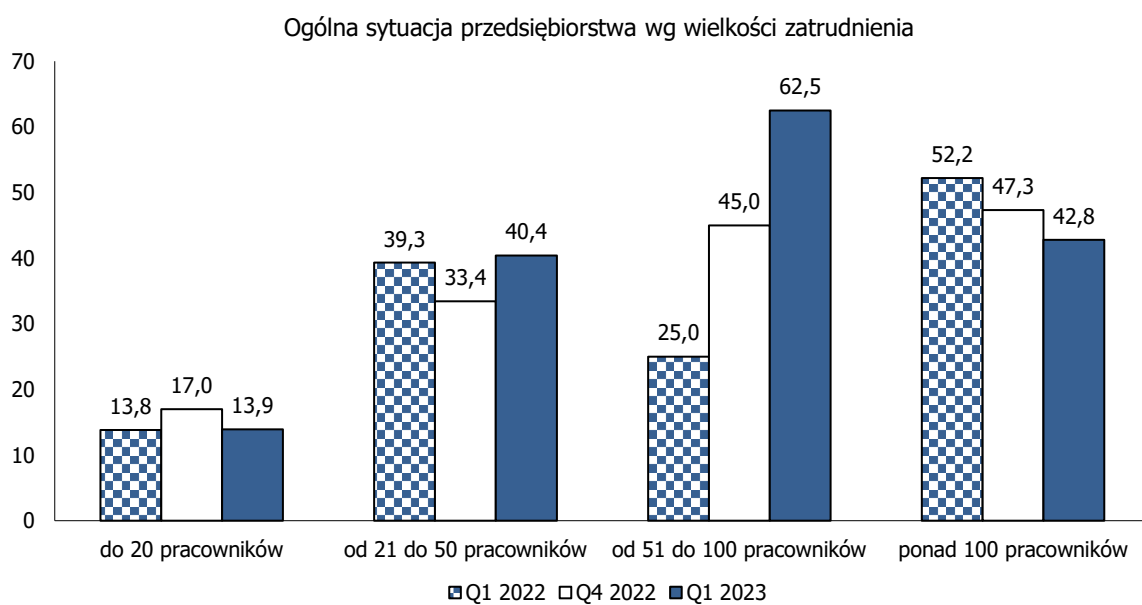
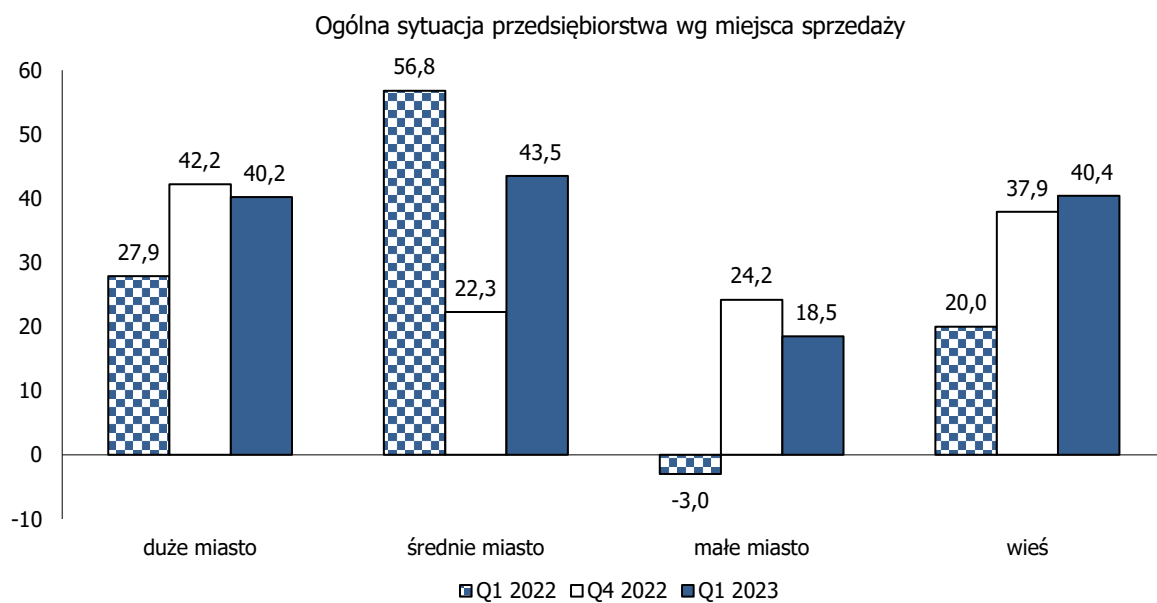
OGÓLNA KONDYCJA PRZEDSIĘBIORSTWA



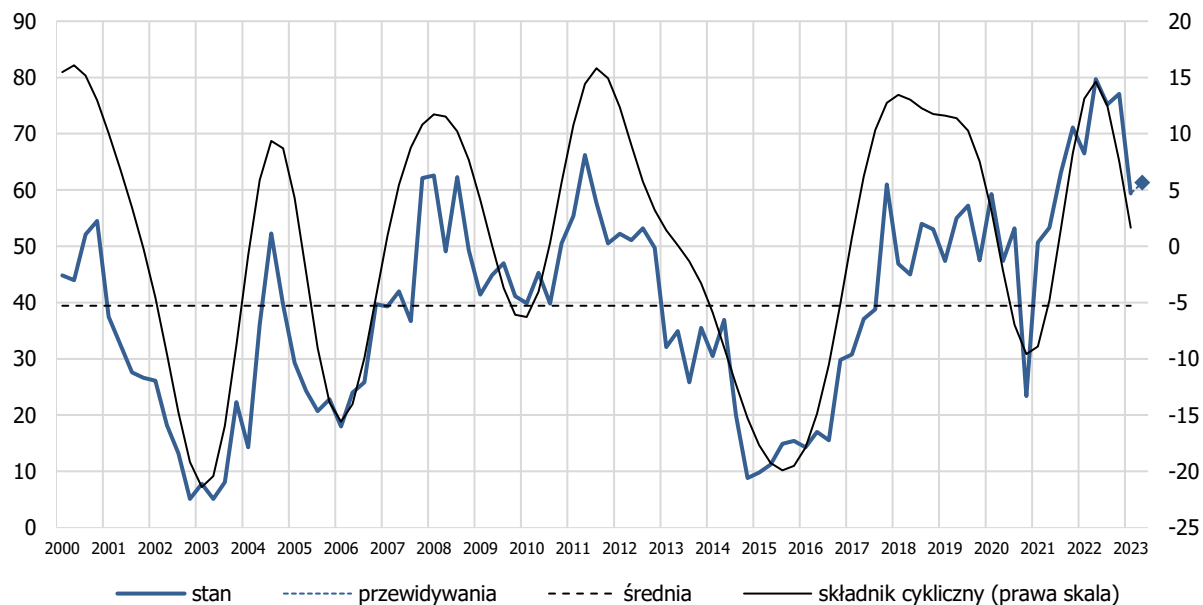
warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	Q1 2023	przewidywania
1. dobra	45,6	41,9	45,5	39,6	46,7	15,1
2. średnia	41,0	51,6	46,6	53,1	43,4	63,8
3. słaba	13,4	6,5	7,9	7,3	9,9	21,2
saldo	32,2	35,4	37,6	32,3	36,8	-6,1

Ogólna sytuacja przedsiębiorstwa wg rodzaju działalności handlowej



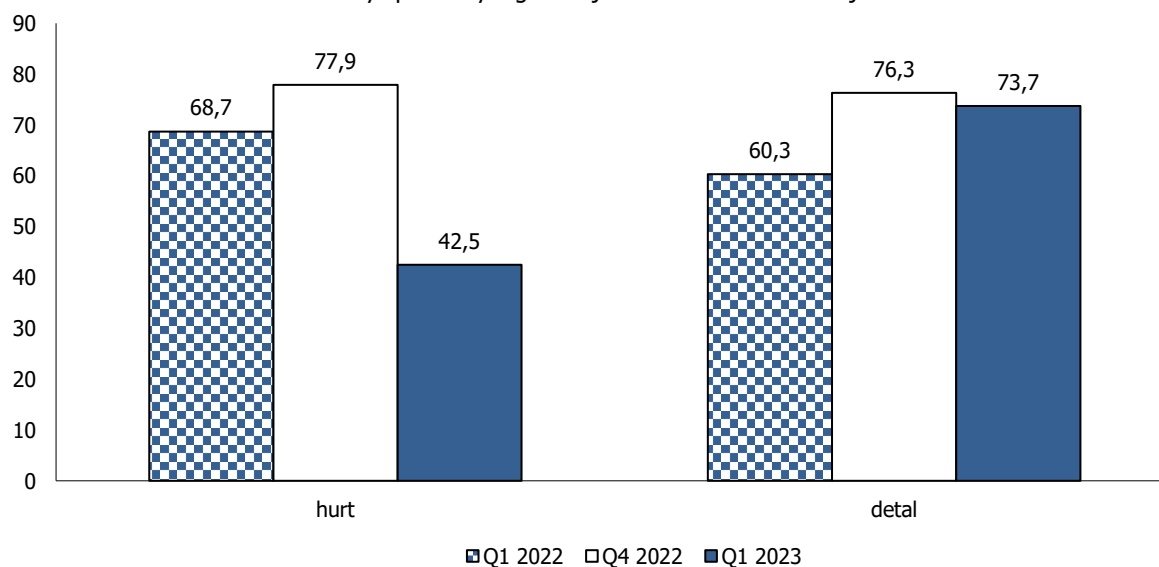


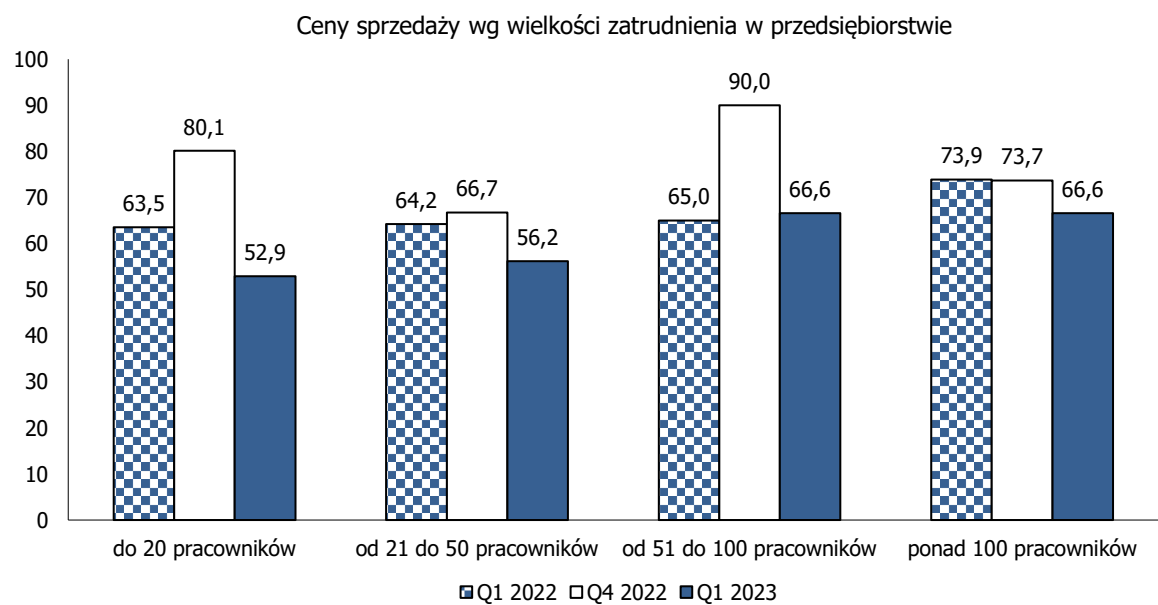
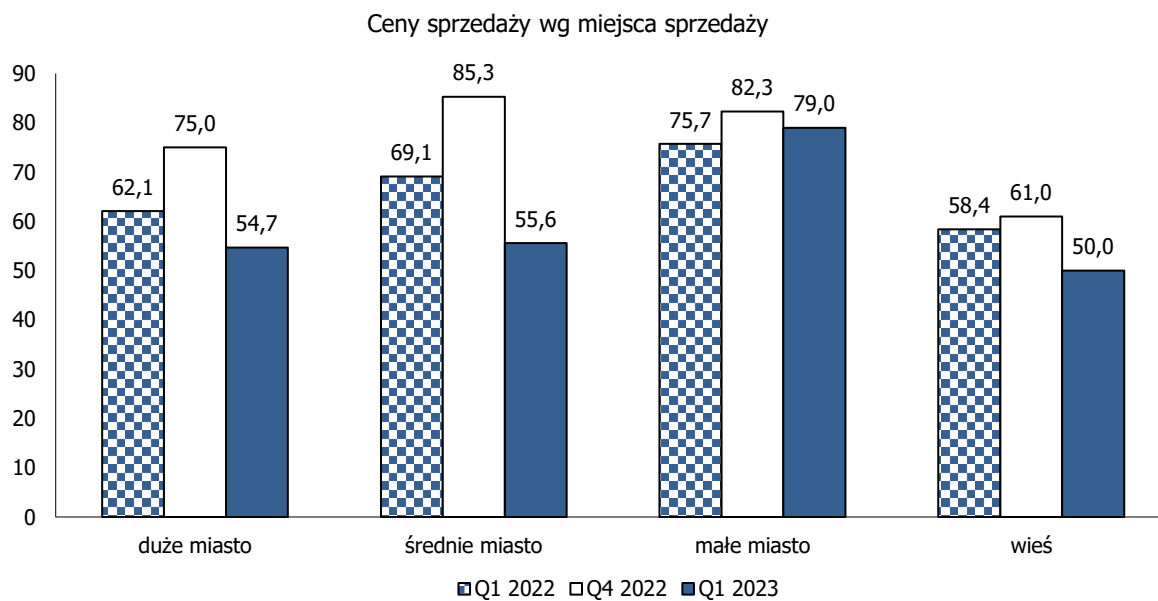
CENY SPRZEDAŻY TOWARÓW



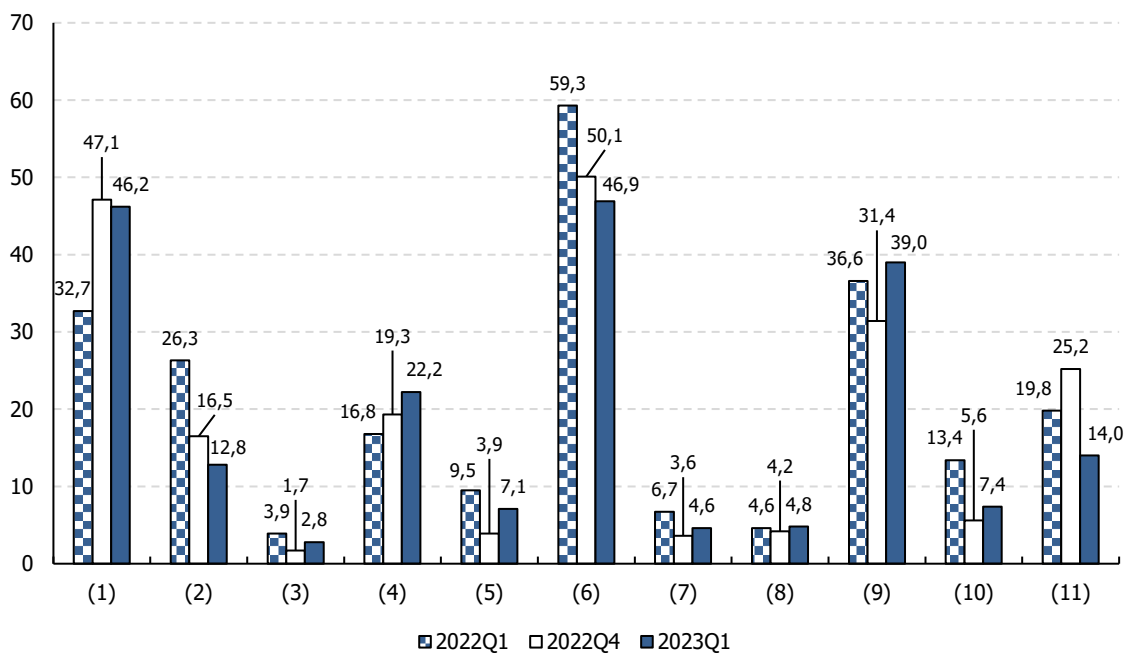
	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	Q1 2023
1. wzrost	72,9	81,1	77,1	78,2	65,5
o więcej	41,8	48,9	48,9	41,5	34,8
o tyle samo	22,9	24,1	22,4	31,4	25,8
o mniej	8,2	8,1	5,8	5,3	4,9
2. brak zmiany	20,6	17,6	21,0	20,7	28,4
3. spadek	6,4	1,4	1,9	1,1	6,1
saldo (1.-3.)	66,5	79,7	75,2	77,1	59,4

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 slightly improved in the 1st quarter of 2023. The IRG SGH trade confidence indicator (IRGTRD) quarterly increased by 9.3 pts to -3.6 pts. It is 3.9 pts lower from the respective year 2022 figure, but it remains over the fourth-quarters' average within the last ten years (which amounts to -4.5 pts). General and financial situation of traders diminished. They decreased domestic purchases and employment, but slightly increased foreign purchases. Firms expect their trading activity to deteriorate within the next two quarters.

IV. KONIUNKTURA W HANDLU W 2022 ROKU

W 2022 roku IRG SGH przeprowadził kolejne cztery edycje badania koniunktury w polskim handlu. Do wypełnienia ankiet angażowano w każdym kwartale ponad 200 przedsiębiorstw handlowych (między 214 a 247), osiągając współczynnik zwrotu na poziomie 36%-42%. Badania prowadzone były na reprezentatywnej próbie metodami CATI i PAPI. Wyniki badań zostały rozpowszechnione wśród polskich środowisk opiniotwórczych oraz środkach masowego przekazu.

W 2022 roku dodatnią wartość wskaźnika koniunktury zanotowano jedynie w pierwszym kwartale. W kolejnych kwartałach wartość wskaźnika systematycznie spadała. W pierwszym kwartale wyniosła 0,3 pkt, poniżej średniej z ostatnich dziesięciu lat wynoszącej 3,9 pkt. Kolejne miesiące przyniosły spadek optymizmu. Już drugim kwartale wartość wskaźnika spadła o 5,2 pkt, do poziomu -4,9 pkt (wobec 6,0 rok wcześniej). W III kwartale spadek ten był jeszcze większy, bowiem wartość IRGTRD obniżyła się o 6,3 pkt, do wysokości -11,2 pkt. Koniec roku przyniósł dalszy spadek wartości wskaźnika, mniejszy niż kwartał wcześniej, o 1,7 pkt, do poziomu -12,9 pkt. W drugiej połowie 2022 r. wartości wskaźnika koniunktury w handlu były niższe od średnich z ostatnich dziesięciu lat, wynoszących odpowiednio: -2,2 i -6,4 pkt dla III i IV kwartałów.

Kolejny rok z rzędu obserwowaliśmy spadek zakupów od dostawców zagranicznych (ujemne wartości salda odnotowano we wszystkich kwartałach, odpowiednio: -9,8 pkt, -6,7 pkt, -12,1 pkt oraz -9,9 pkt). Towarzyszył temu spadek wielkości zakupów od dostawców krajowych (z wyjątkiem drugiego go kwartału). Podobnie jak w przypadku zakupów od dostawców zagranicznych, zanotowano ujemne wartości salda: -20,2 pkt (w I kwartale), -3,8 pkt (w III kwartale) oraz -14 pkt (w IV kwartale).

Z wyjątkiem III kwartału, przez cały 2022 rok wartości salda odpowiedzi na pytanie o wielkość zatrudnienia były ujemne (w I kwartale -6,0 pkt, w II kwartale -5,2 pkt, w IV kwartale -10,7 pkt). Utrzymywała się presja na redukcję zatrudnienia, która była widoczna już w poprzednich latach.

W 2022 roku we wszystkich kwartałach wzrosły salda odpowiedzi na pytanie dotyczące konkurencji dla badanych przedsiębiorstw handlowych. Pomimo wzrostów nie osiągnęły jeszcze poziomu z 2019 roku. Przedsiębiorstwa handlowe w dalszym ciągu poprawiają więc swoją sytuację po kryzysie spowodowanym pandemią COVID-19.

Od początku prowadzenia badań koniunktury w handlu przedsiębiorstwa niezmiennie wymieniają trzy czynniki utrudniające rozwój działalności: wysokie koszty zatrudnienia pracowników, niedostateczny popyt i silną konkurencję. Nie inaczej było w 2022 r. Odsetki ankietowanych, którzy w kolejnych kwartałach wskazywali te trzy bariery, wyniosły odpowiednio:

- koszty zatrudnienia (83,8%, 73,4%, 72,5% i 51,1%);
- niedostateczny popyt (39,7%, 46,2%, 50,0% i 49,7%);
- konkurencja (69,3%, 52,5%, 61,8% i 44,7%).