
Instytut Rozwoju Gospodarczego

**SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA
W WARSZAWIE**

Katarzyna Majchrzak

Łukasz Olejnik

KONIUNKTURA W HANDLU

I kwartał 2025

PL ISSN 2392-3709

Badanie okresowe nr 125

BADANIA KONIUNKTURY GOSPODARCZEJ INSTYTUTU ROZWOJU GOSPODARCZEGO SGH

Rada Programowa:

Elżbieta Adamowicz (przewodnicząca), Joanna Klimkowska (sekretarz), Marek Rocki, Marco Malgarini, 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 2025

Wszelkie prawa zastrzeżone. All rights reserved.

ISSN 2392-3709

Nr rej. PR 18397

SPIS TREŚCI

Wstęp	4
1. WSKAŹNIK KONIUNKTURY	5
2. WYNIKI SZCZEGÓŁOWE	7
1) SYTUACJA EKONOMICZNA PRZEDSIĘBIORSTWA	7
2) SYTUACJA FINANSOWA PRZEDSIĘBIORSTWA	9
3) ZAPASY	11
4) ZAKUPY OD DOSTAWCÓW KRAJOWYCH	13
5) ZAKUPY OD DOSTAWCÓW ZAGRANICZNYCH	15
6) ZATRUDNIENIE	17
7) KONKURENCJA MIĘDZY PRZEDSIĘBIORSTWAMI HANDLOWYMI	19
8) WOLUMEN SPRZEDAŻY	21
9) POWIERZCHNIA MAGAZYNOWA	23
10) OGÓLNA KONDYCJA PRZEDSIĘBIORSTW HANDLOWYCH	25
11) CENY SPRZEDAŻY TOWARÓW	27
12) CZYNNIKI UTRUDNIAJĄCE ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORSTW HANDLOWYCH	29

WSTĘP

Informacje zawarte w niniejszym czasopiśmie oparte są na wynikach ankietowego badania koniunktury w handlu, przeprowadzonego przez IRG SGH w styczniu 2025 r. po raz 125. W badaniu uczestniczyło 208 przedsiębiorstw.

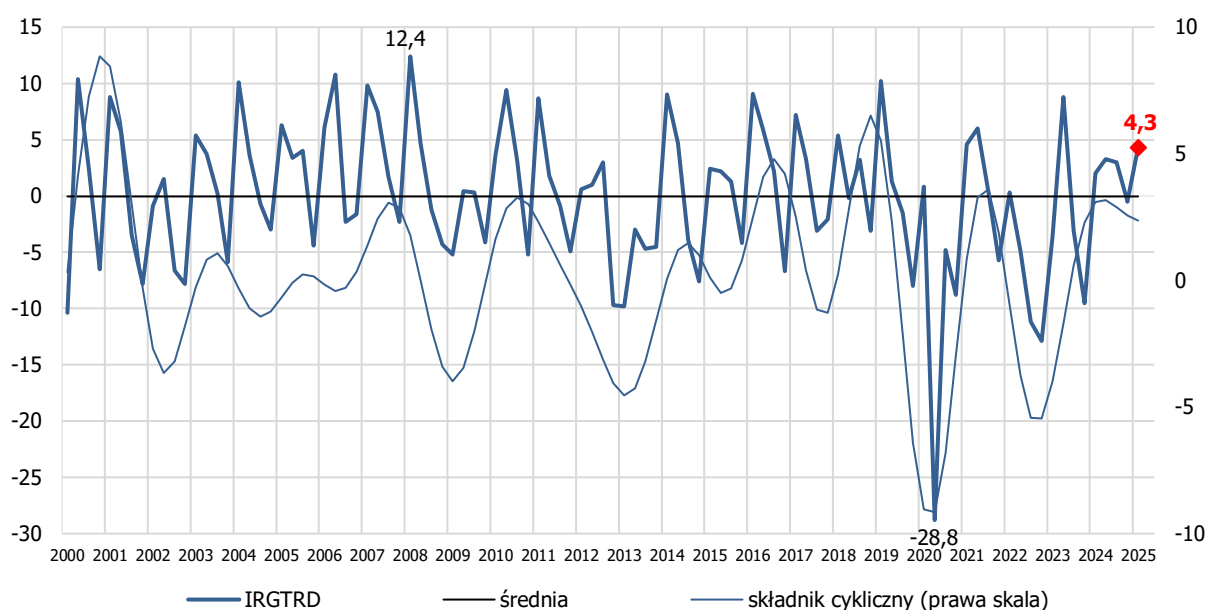
Metoda badawcza koniunktury opisana jest na stronie:

<https://www.sgh.waw.pl/kae/metody-badawcze-kwestionariusze-ankiet>

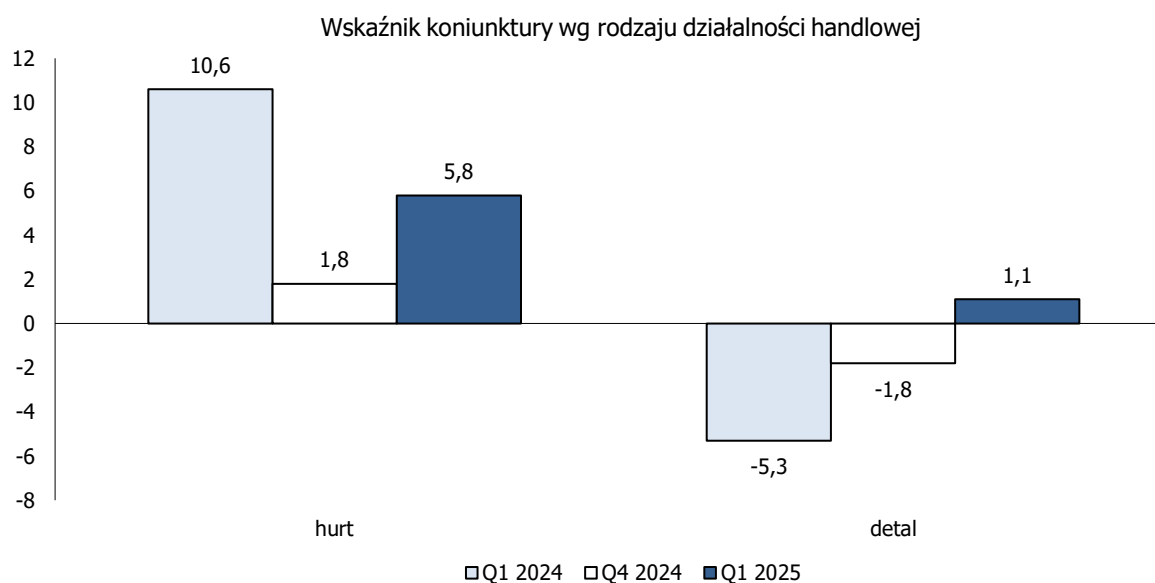
Komunikat o koniunkturze w handlu, począwszy od nr 121, zawiera jedynie zbiorcze salda i ich składowe. Informacja sygnałna z syntetycznym omówieniem wyników oraz streszczenie w języku angielskim znajdują się na stronie internetowej IRG:

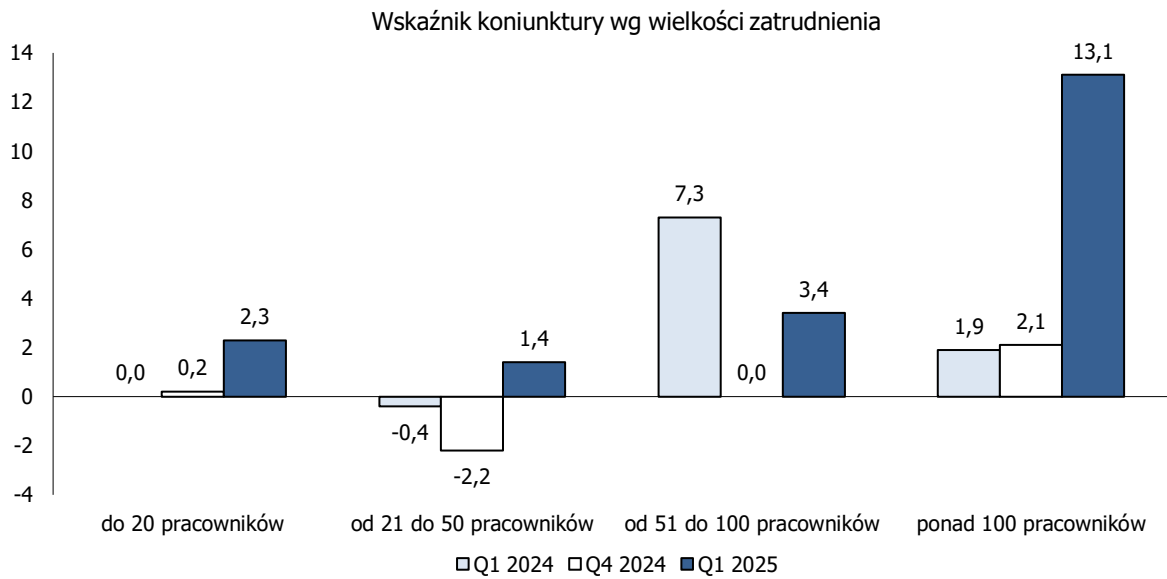
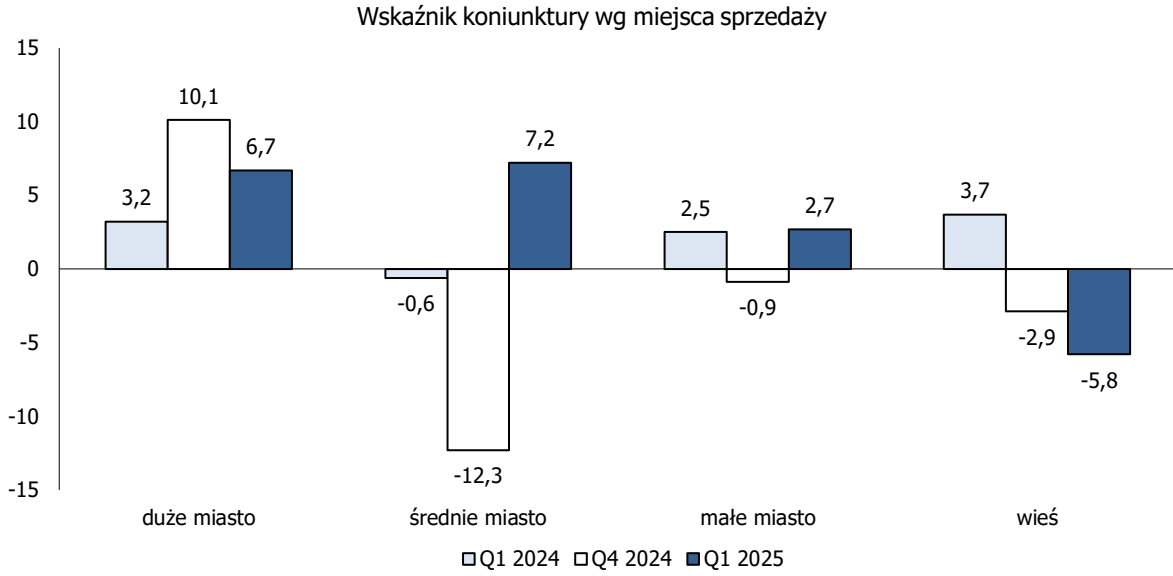
<https://www.sgh.waw.pl/kae/koniunktura-w-handlu-irg-sgh>

1. WSKAŹNIK KONIUNKTURY



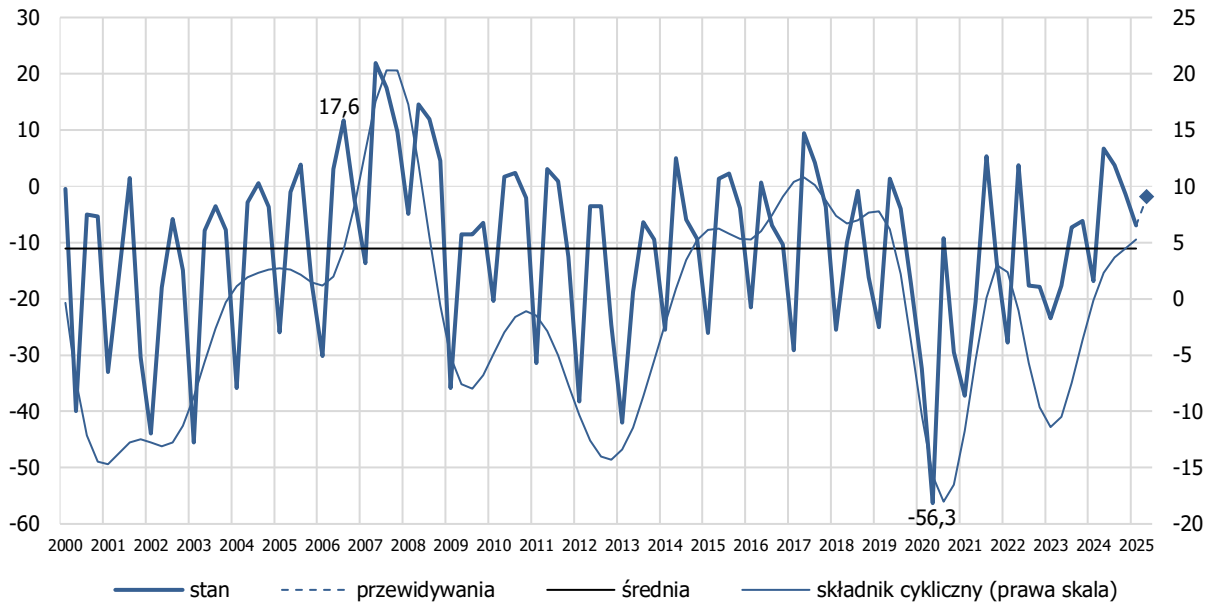
składowe salda	Q1 2024	Q2 2024	Q3 2024	Q4 2024	Q1 2025
wolumen sprzedaży - przewidywania	4,0	10,9	6,2	8,3	2,0
zakupy towarów od dostawców krajowych i zagranicznych - przewidywania	0,7	6,2	7,7	4,3	4,5
zapasy – stan	-1,4	7,3	4,9	14,0	-6,5
wskaźnik koniunktury (IRGTRD)	2,0	3,3	3,0	-0,5	4,3



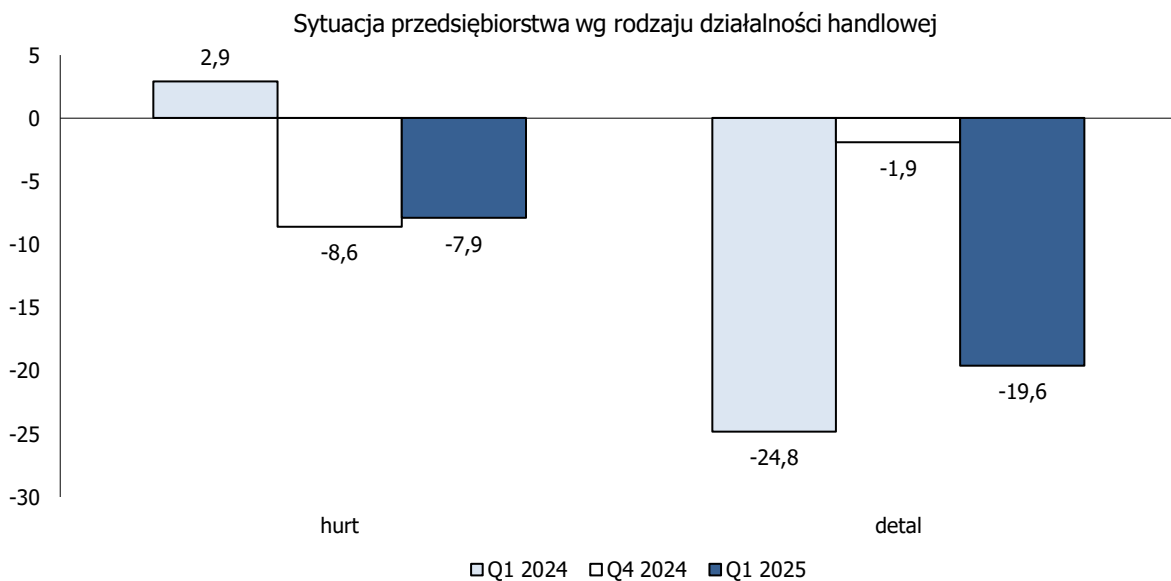


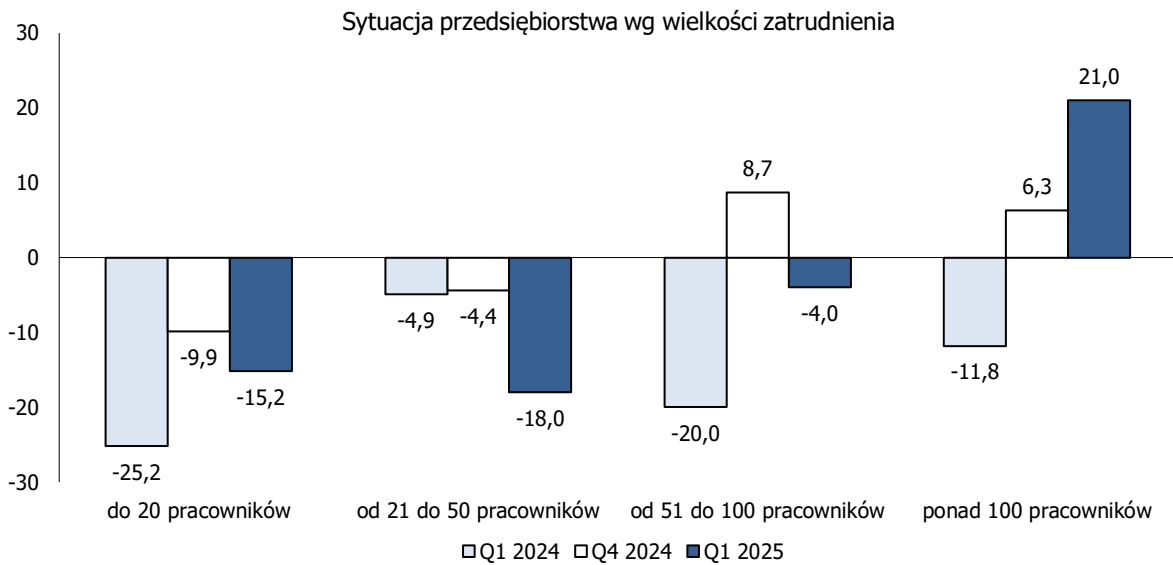
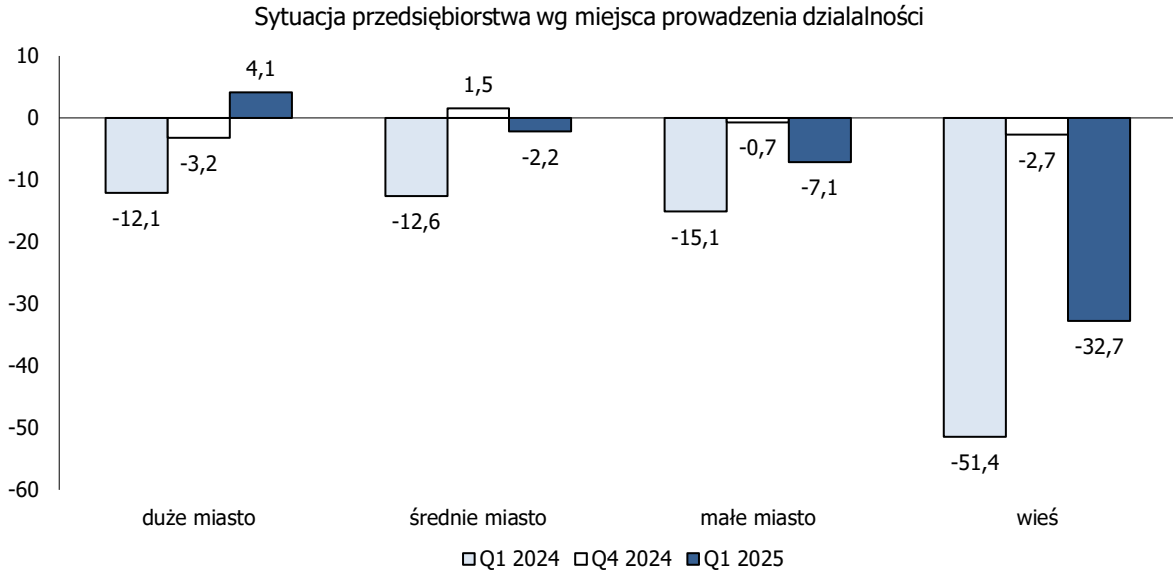
2. WYNIKI SZCZEGÓŁOWE

SYTUACJA EKONOMICZNA PRZEDSIĘBIORSTWA

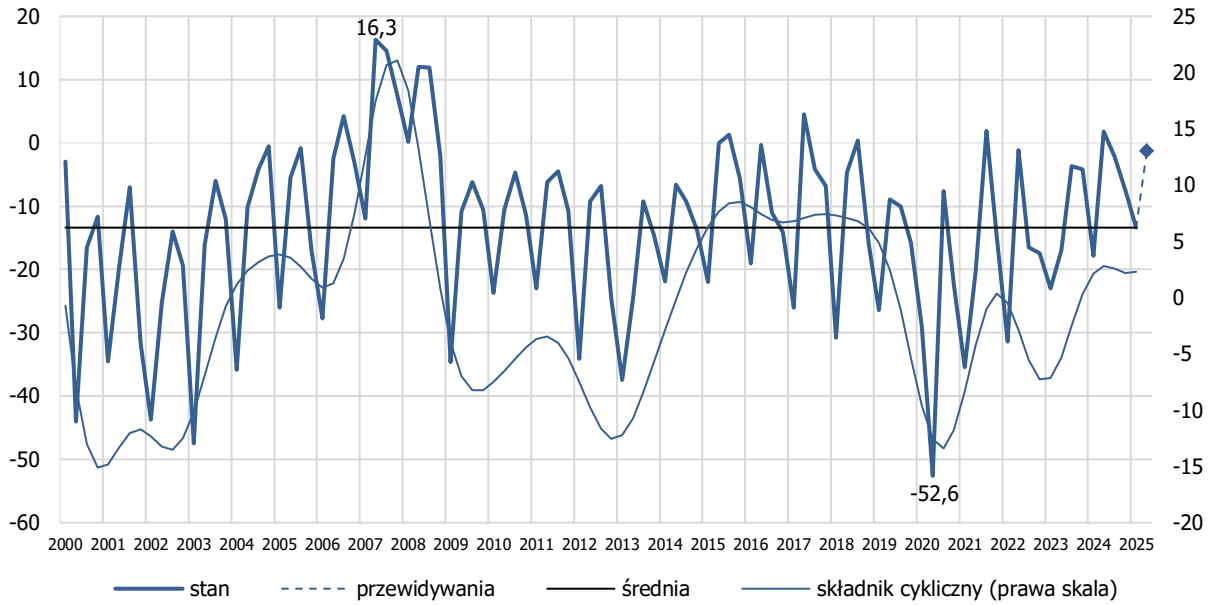


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2024	Q2 2024	Q3 2024	Q4 2024	Q1 2025	przewidywania
poprawa	11,0	24,5	25,4	19,6	18,6	16,9
brak zmiany	61,2	57,6	53,0	59,4	55,8	64,3
pogorszenie	27,8	17,8	21,6	21,0	25,6	18,8
saldo	-16,8	6,7	3,8	-1,4	-7,0	-1,9

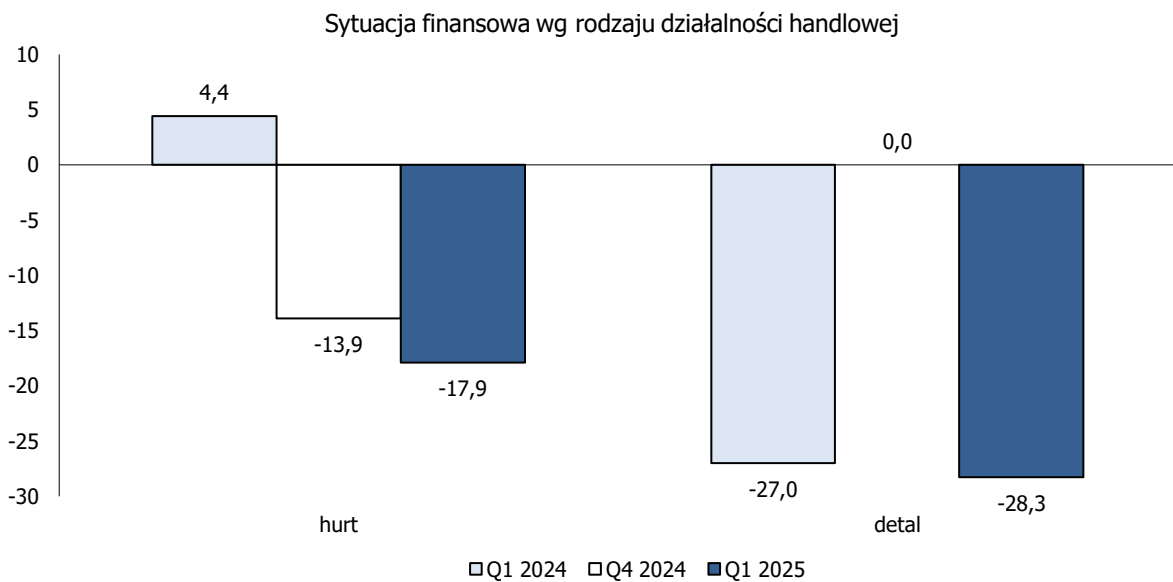


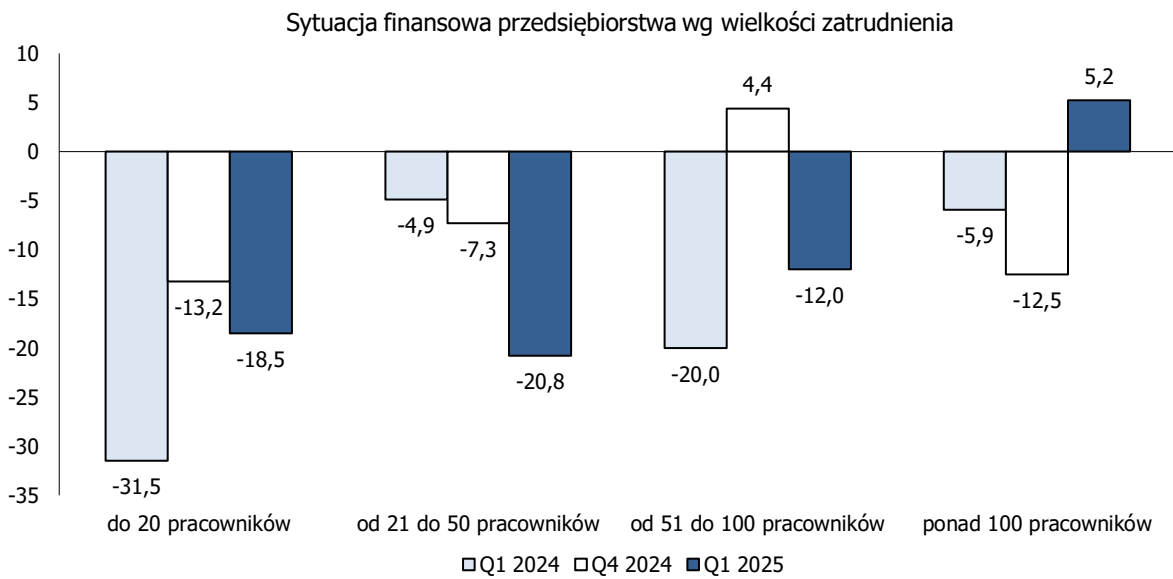
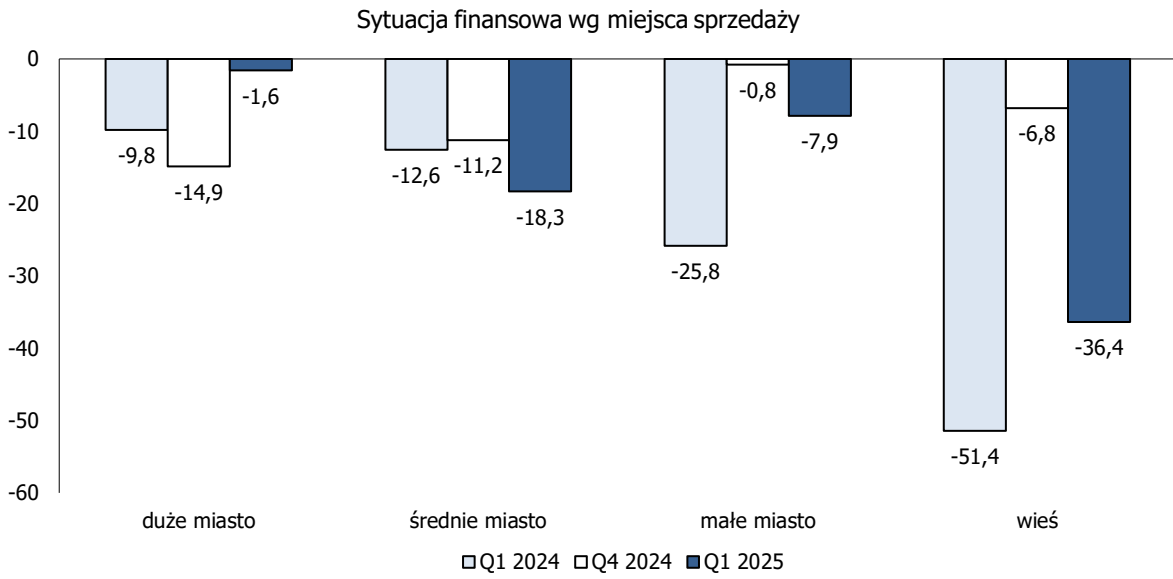


SYTUACJA FINANSOWA PRZEDSIĘBIORSTWA

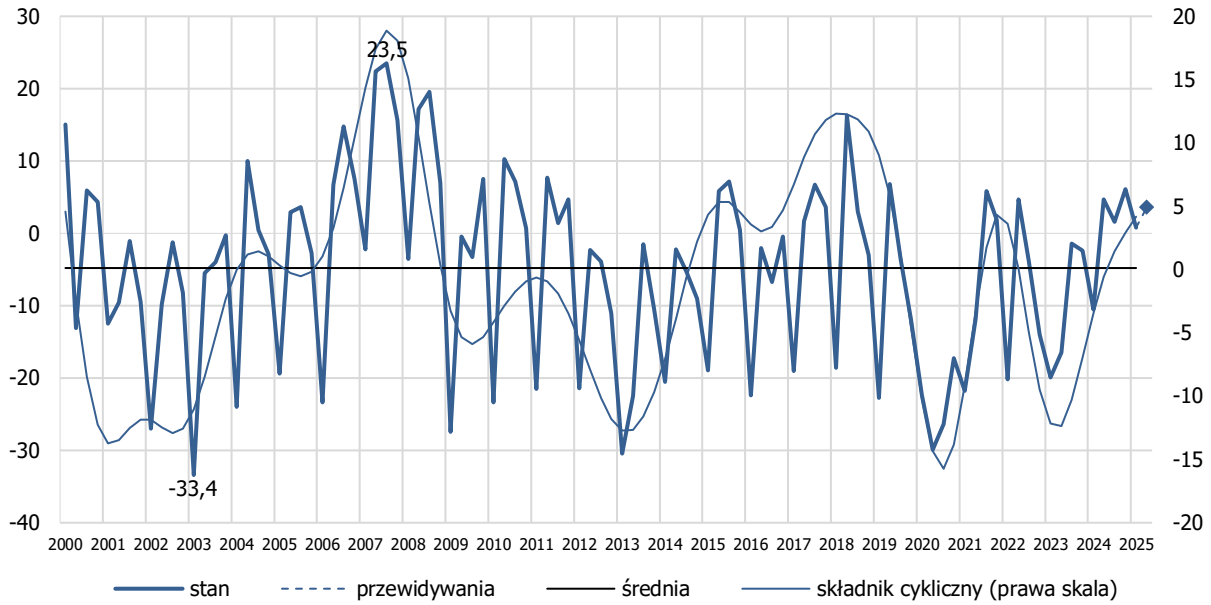


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2024	Q2 2024	Q3 2024	Q4 2024	Q1 2025	przewidywania
poprawa	12,2	21,7	21,9	17,4	17,3	18,8
brak zmiany	57,8	58,4	54,1	57,7	51,9	61,2
pogorszenie	30,0	19,9	24,1	24,9	30,7	20,1
saldo	-17,8	1,8	-2,2	-7,5	-13,4	-1,3

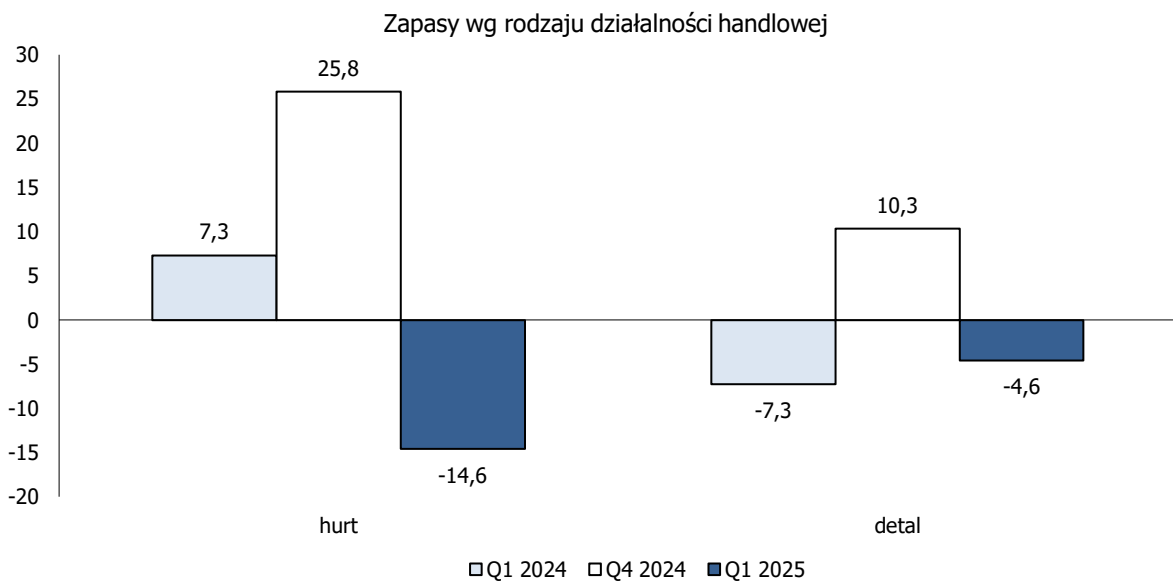


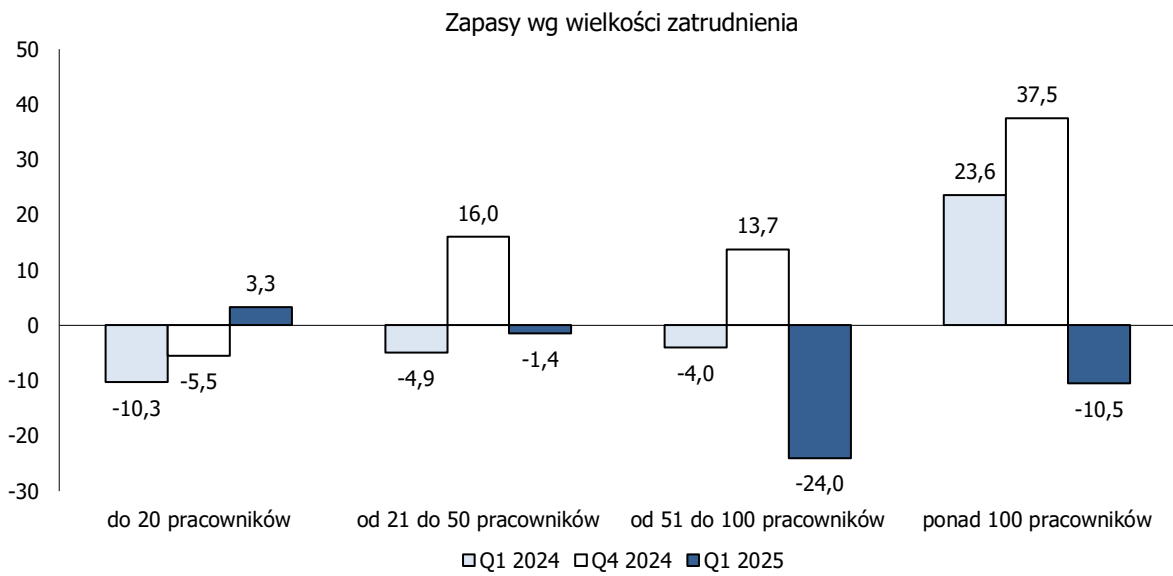
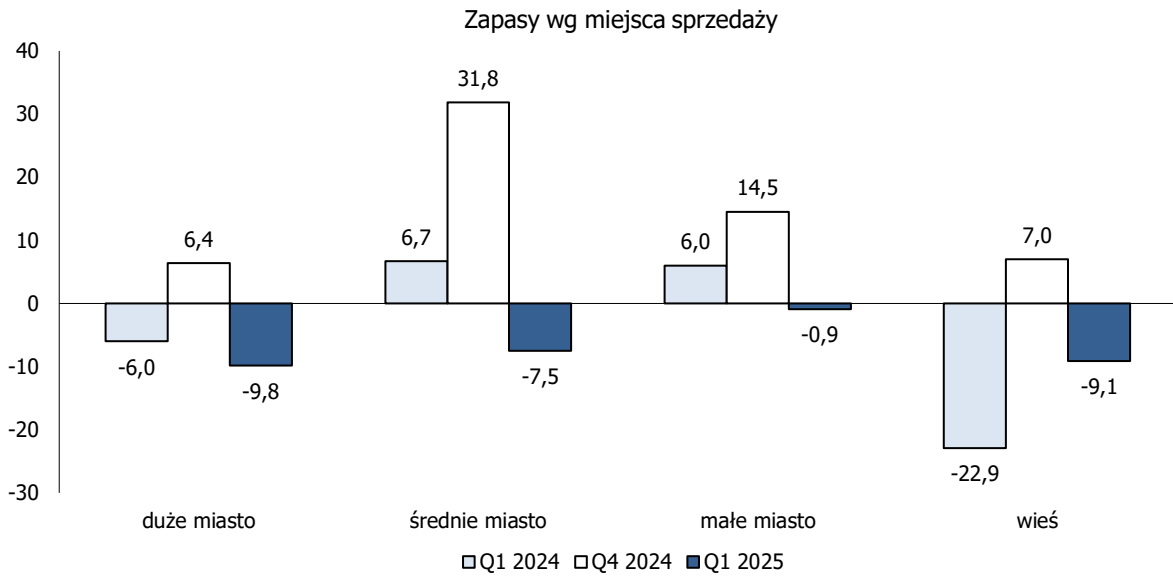


ZAPASY

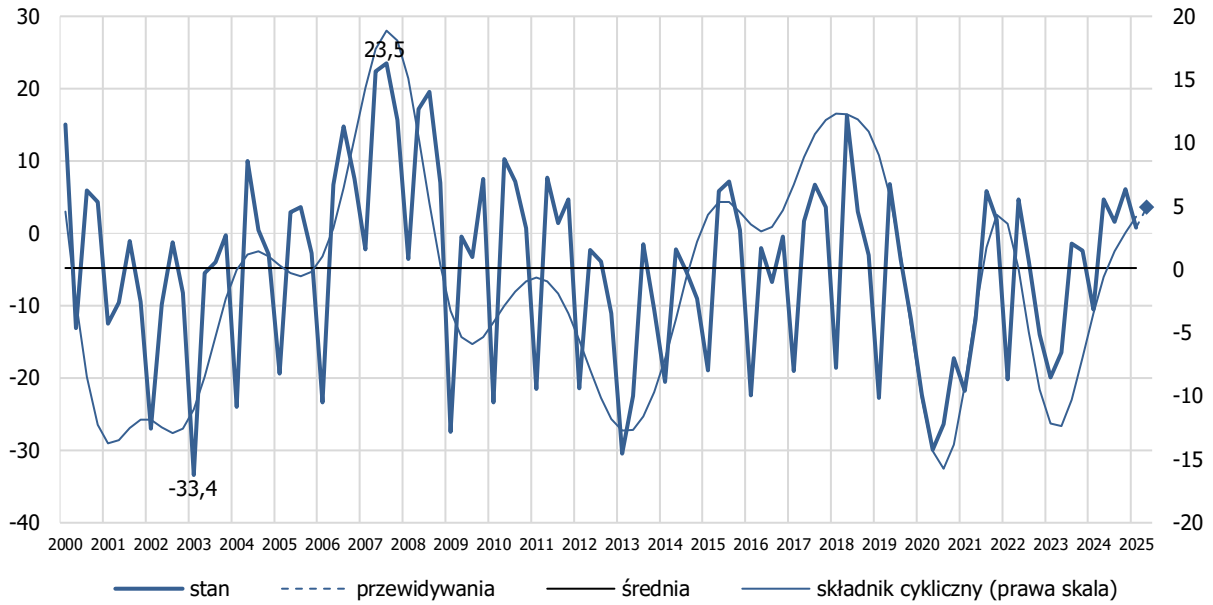


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2024	Q2 2024	Q3 2024	Q4 2024	Q1 2025	przewidywania
wzrost	17,6	21,2	23,5	27,9	16,8	16,8
brak zmiany	63,4	64,9	57,8	58,2	59,8	66,1
spadek	19,0	13,9	18,6	13,9	23,3	17,1
saldo	-1,4	7,3	4,9	14,0	-6,5	-0,3

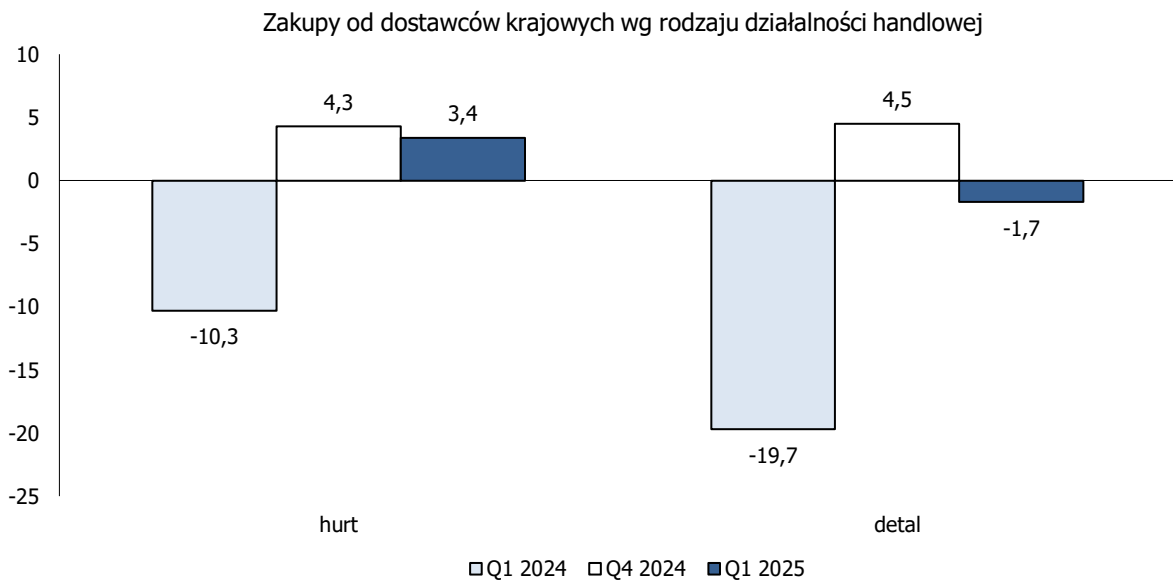


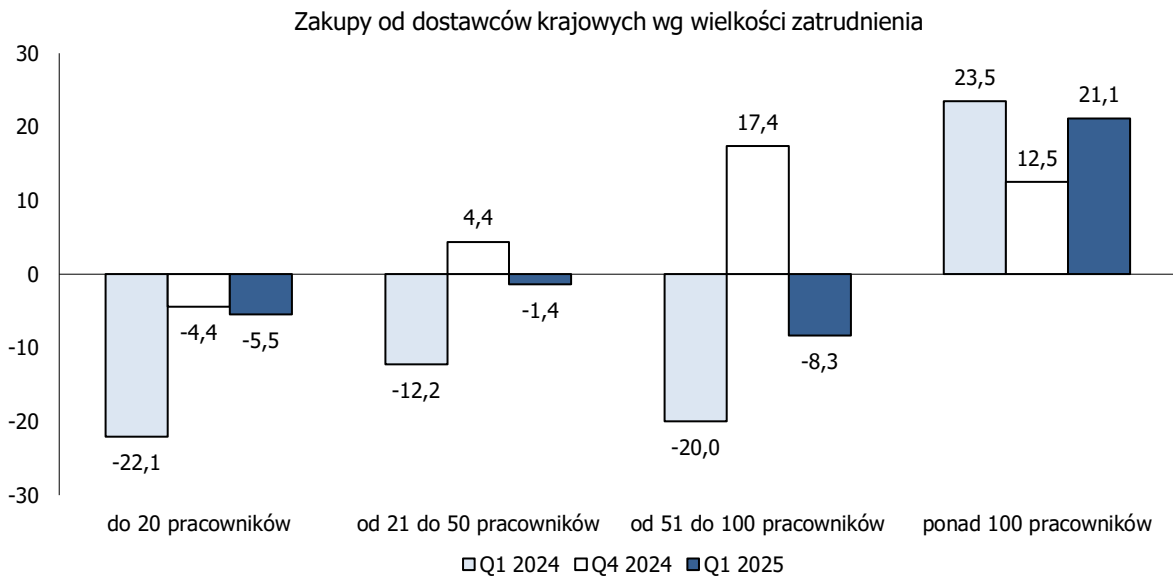
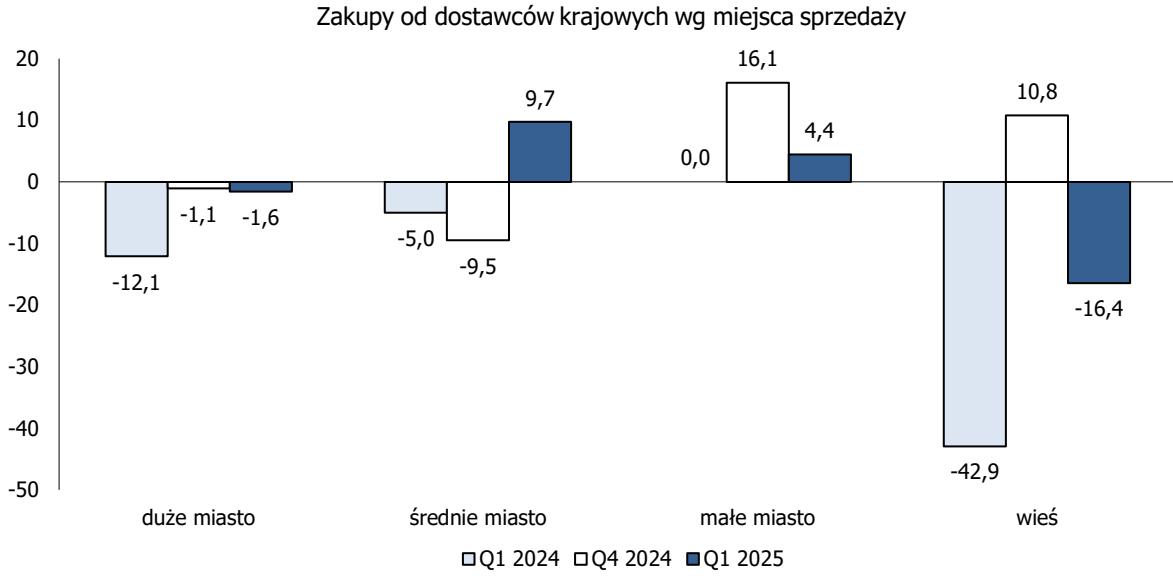


ZAKUPY OD DOSTAWCÓW KRAJOWYCH

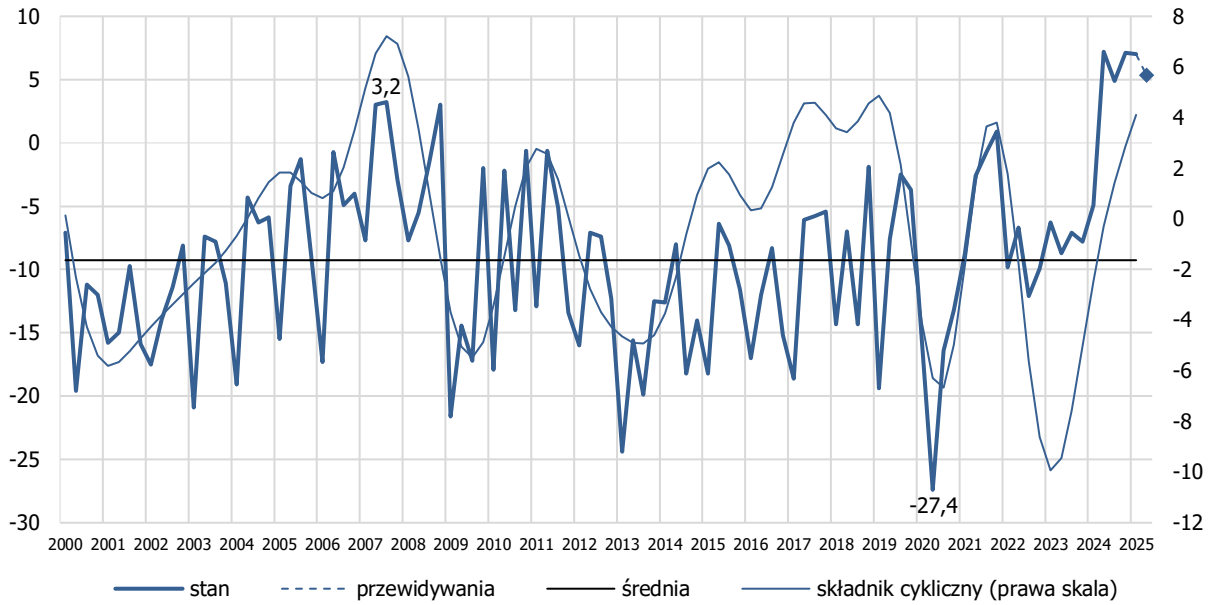


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2024	Q2 2024	Q3 2024	Q4 2024	Q1 2025	przewidywania
wzrost	13,3	18,9	19,7	18,8	19,8	17,4
brak zmiany	62,9	66,9	62,2	68,5	61,2	68,8
spadek	23,8	14,2	18,1	12,7	19,0	13,8
saldo	-10,5	4,7	1,6	6,1	0,8	3,6

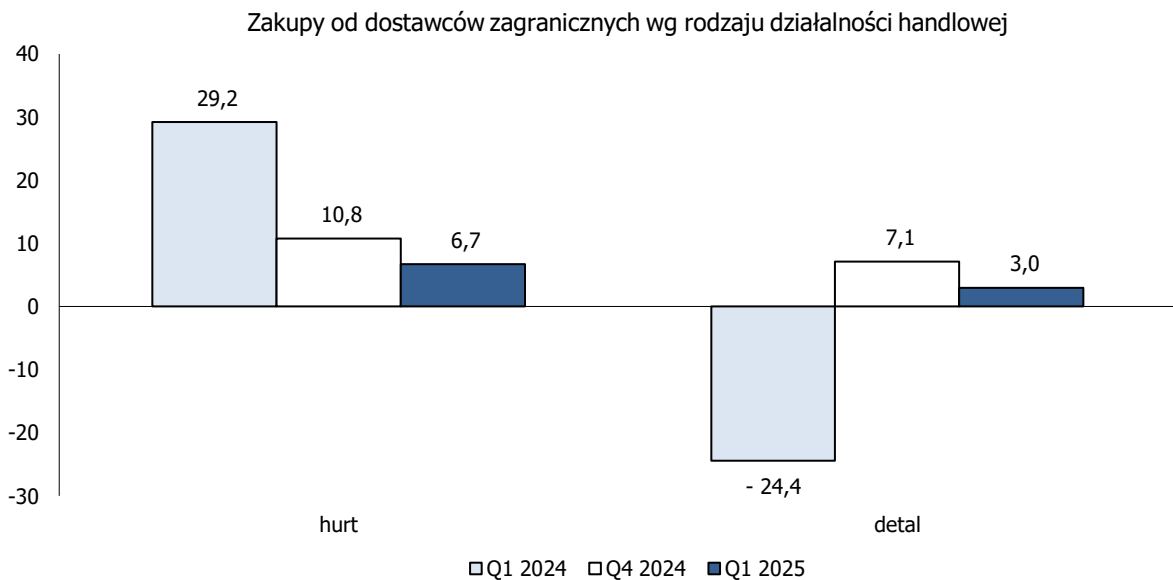


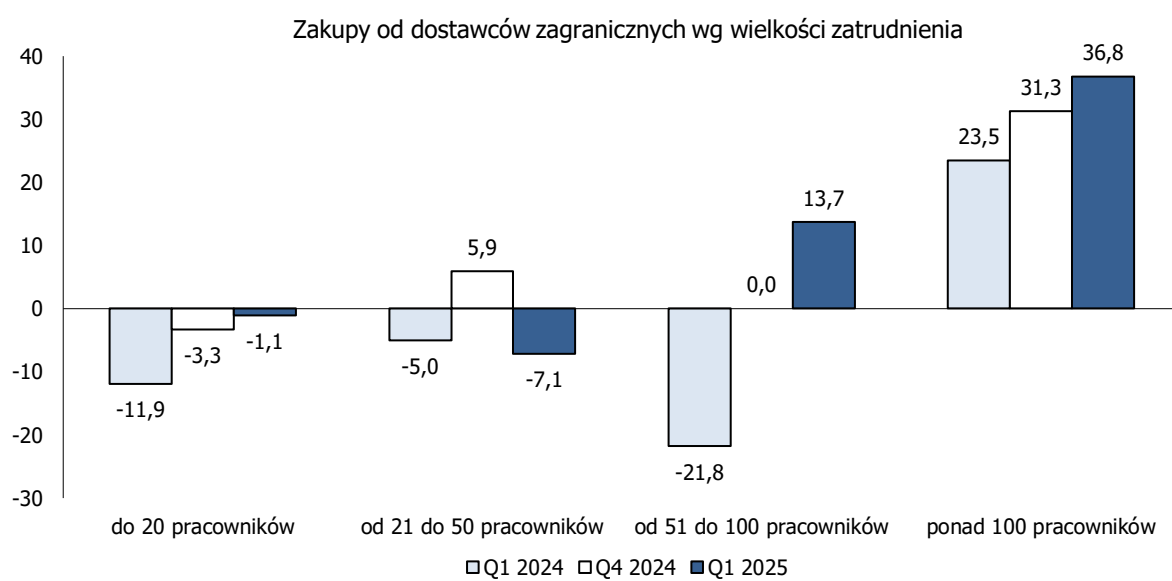
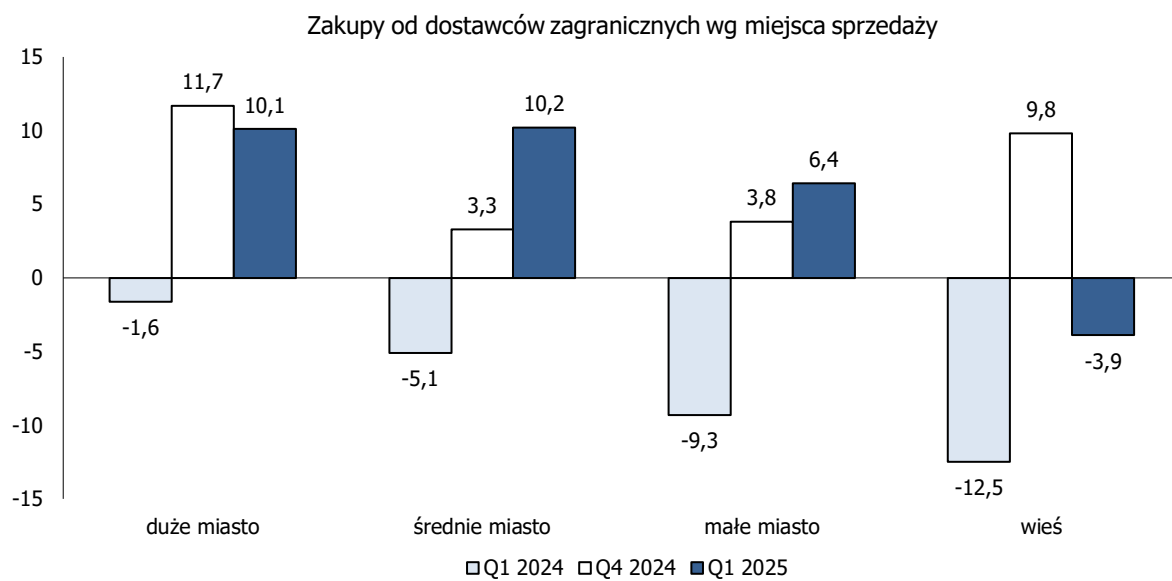


ZAKUPY OD DOSTAWCÓW ZAGRANICZNYCH

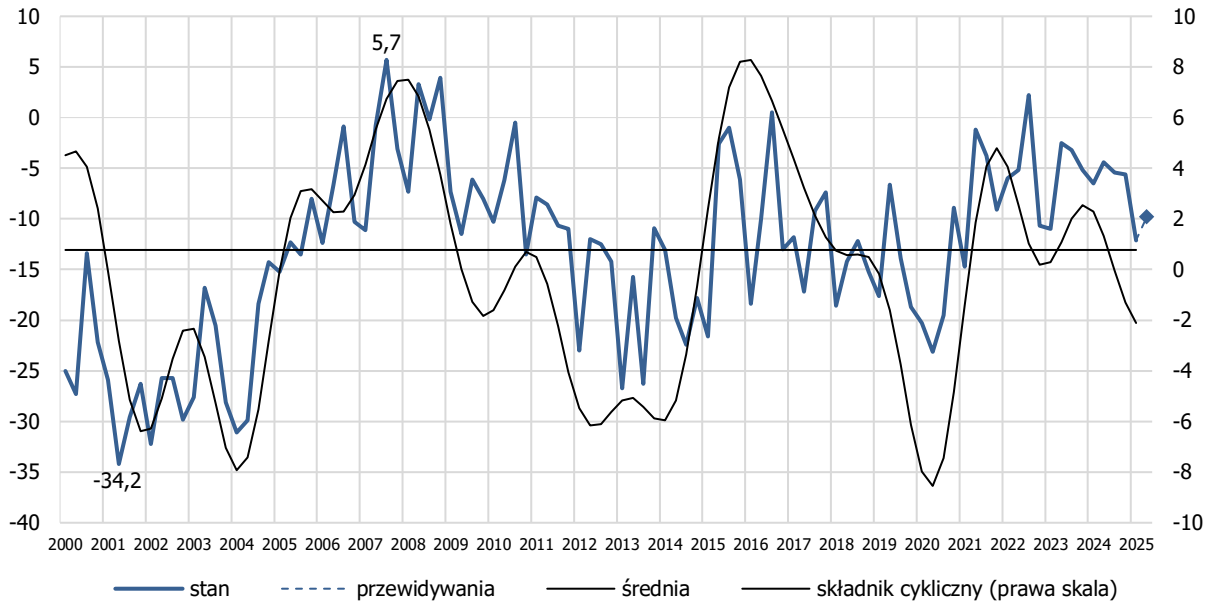


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2024	Q2 2024	Q3 2024	Q4 2024	Q1 2025	przewidywania
wzrost	12,8	18,8	17,1	19,2	17,7	18,2
brak zmiany	69,5	69,6	70,7	68,6	71,6	68,9
spadek	17,7	11,6	12,2	12,1	10,7	12,9
saldo	-4,9	7,2	4,9	7,1	7,0	5,3

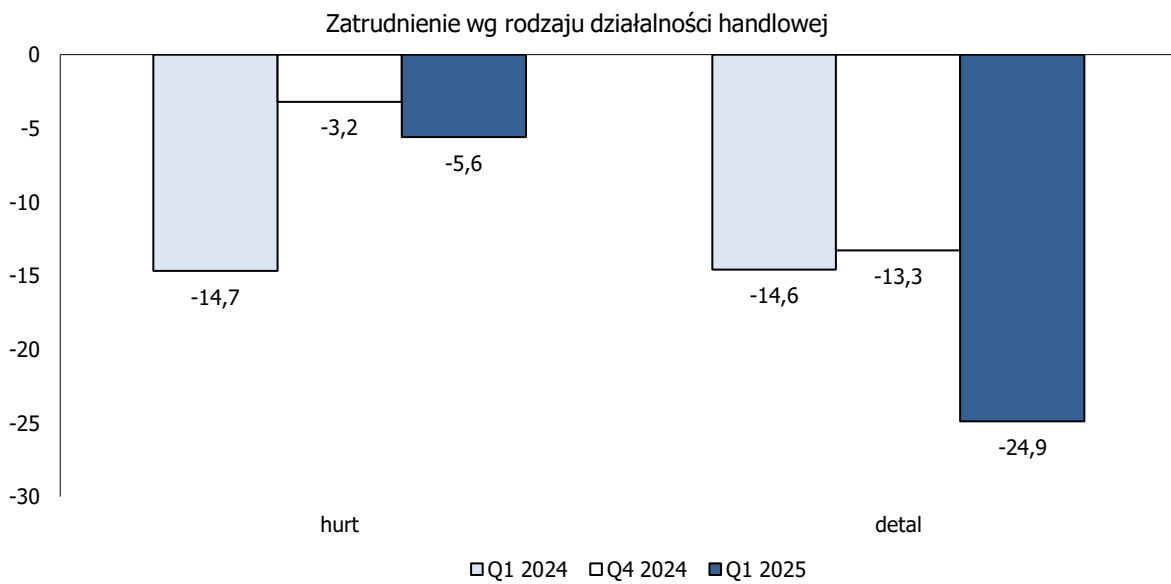


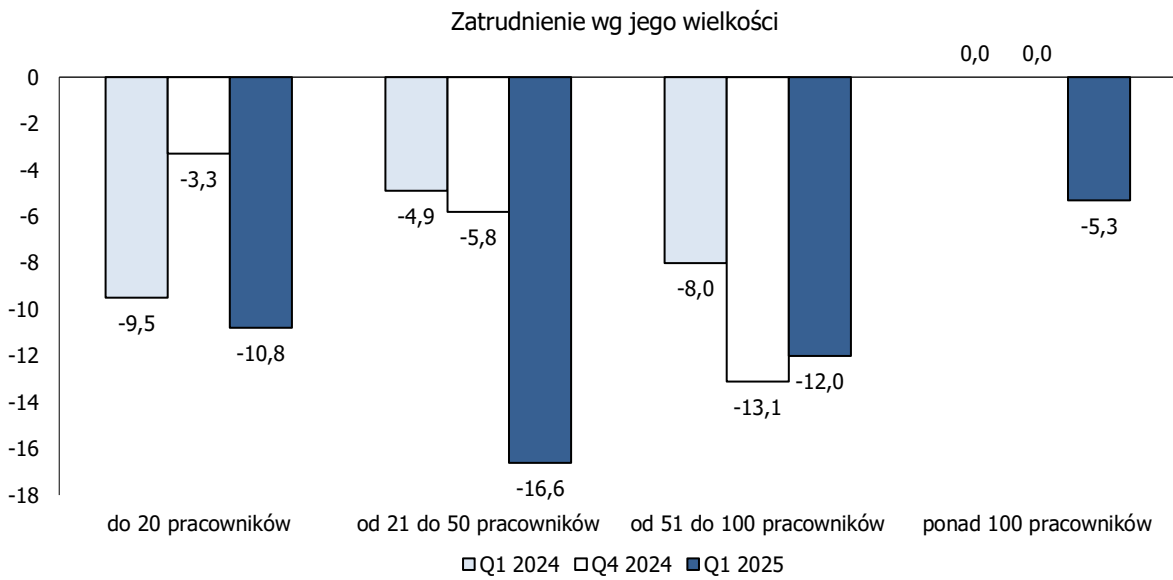
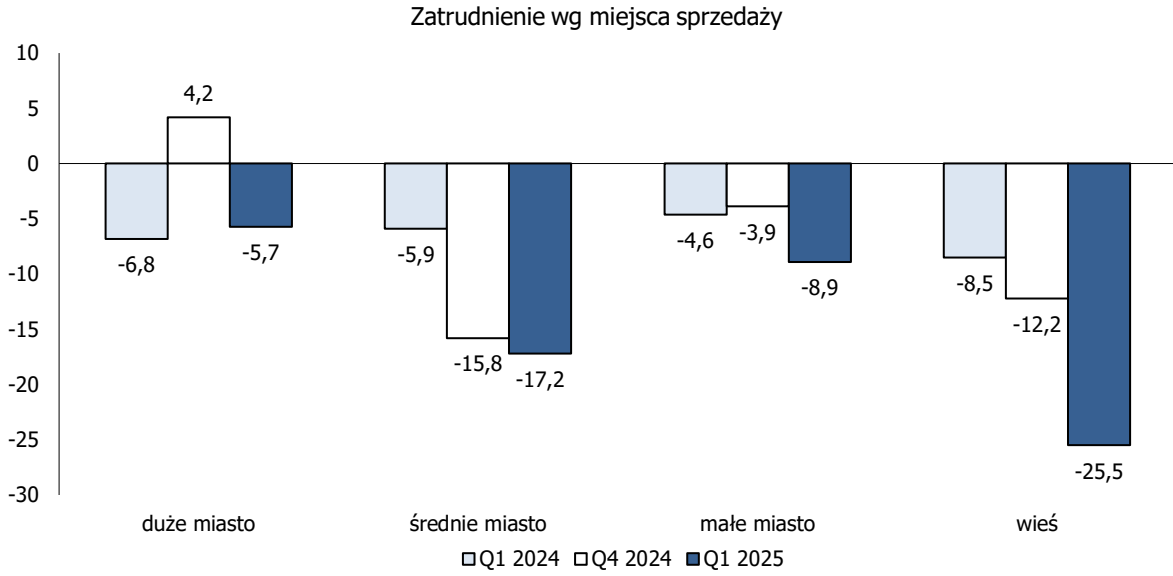


ZATRUDNIENIE

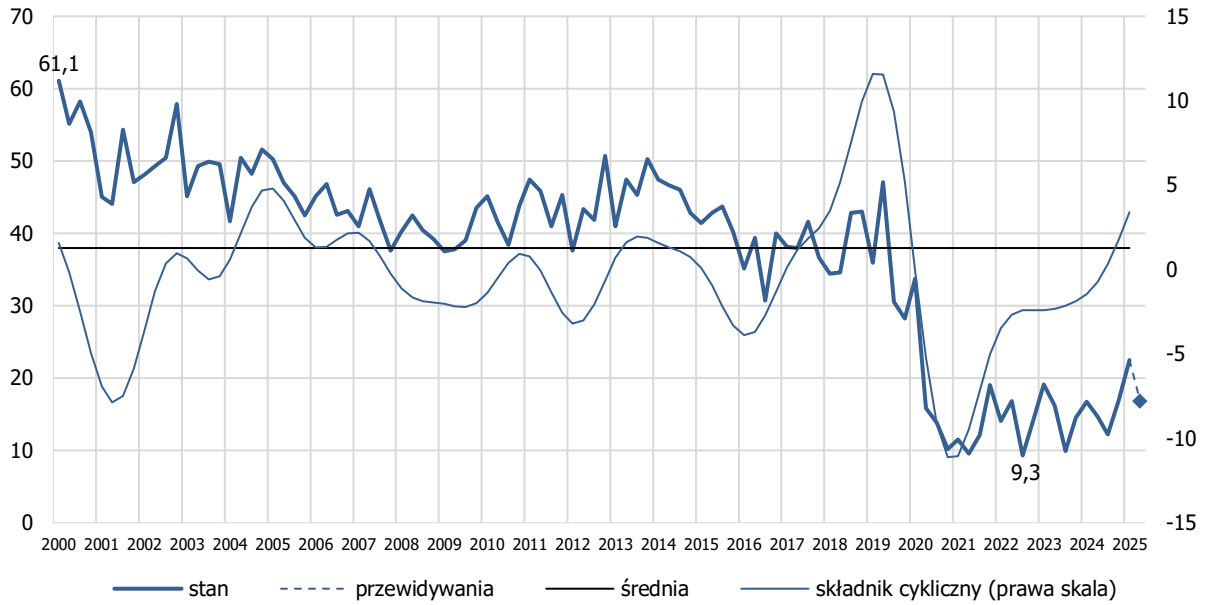


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2024	Q2 2024	Q3 2024	Q4 2024	Q1 2025	przewidywania
wzrost	11,3	9,0	9,2	6,6	6,2	7,8
brak zmiany	70,8	77,5	76,2	81,2	75,5	74,7
spadek	17,8	13,4	14,6	12,2	18,3	17,6
saldo	-6,5	-4,4	-5,4	-5,6	-12,1	-9,8

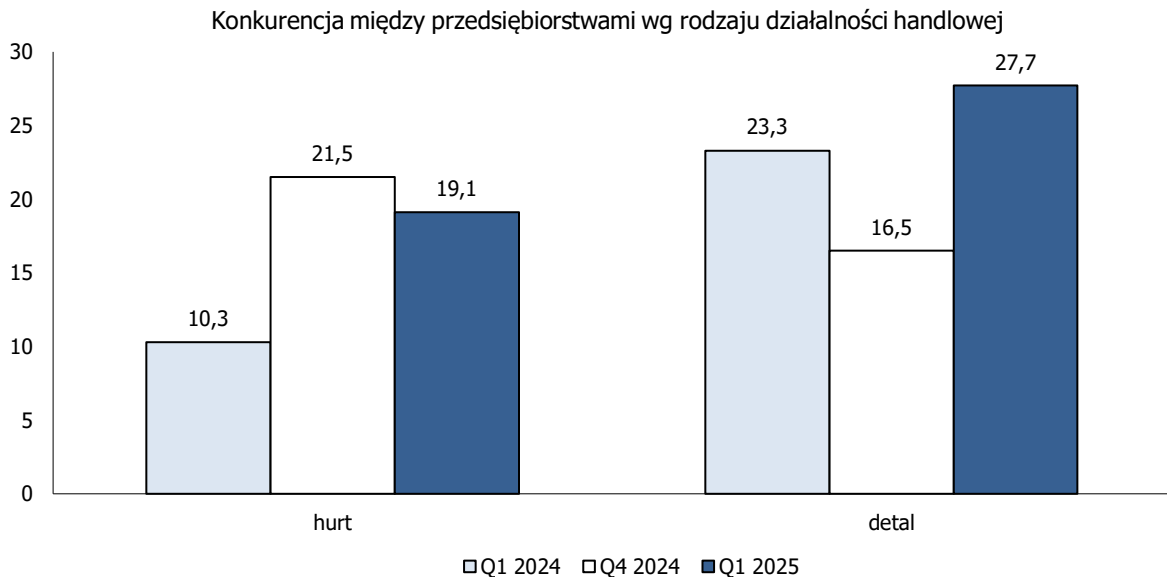


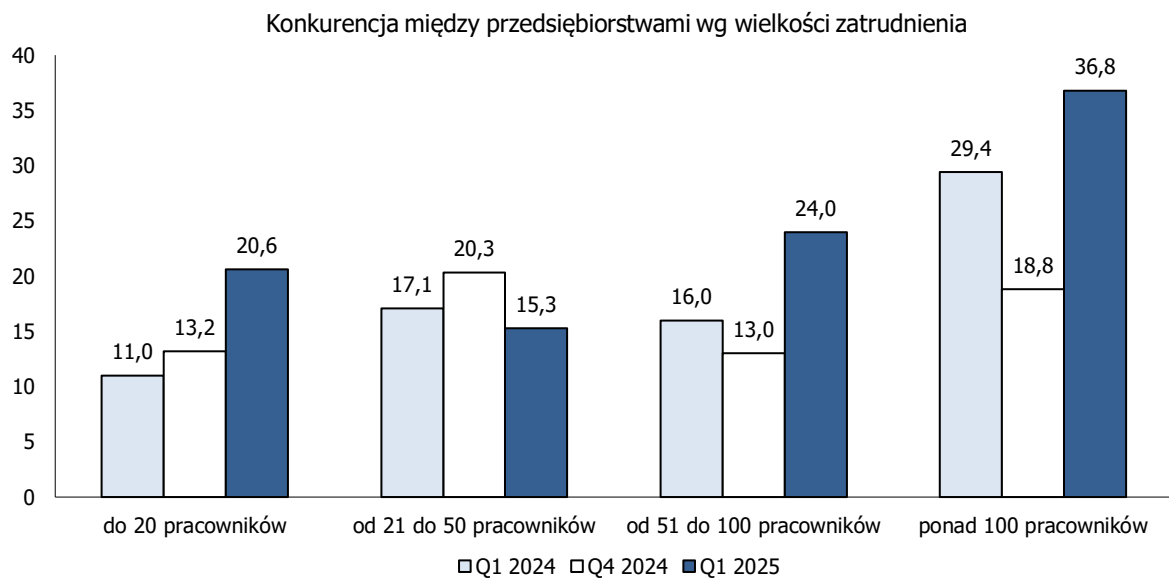
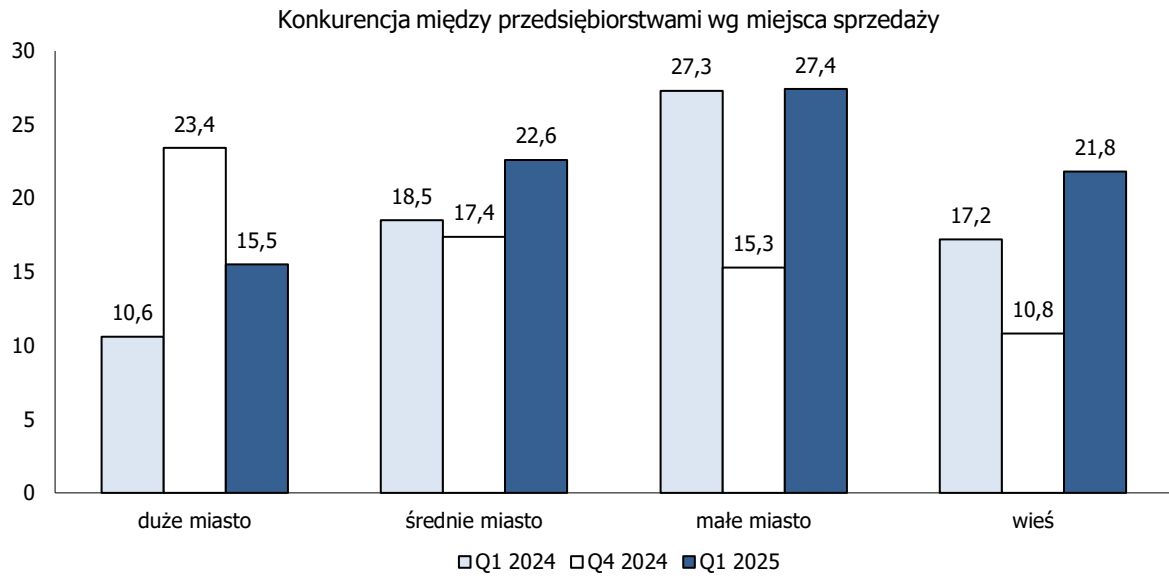


KONKURENCJA MIĘDZY PRZEDSIĘBIORSTWAMI HANDLOWYMI

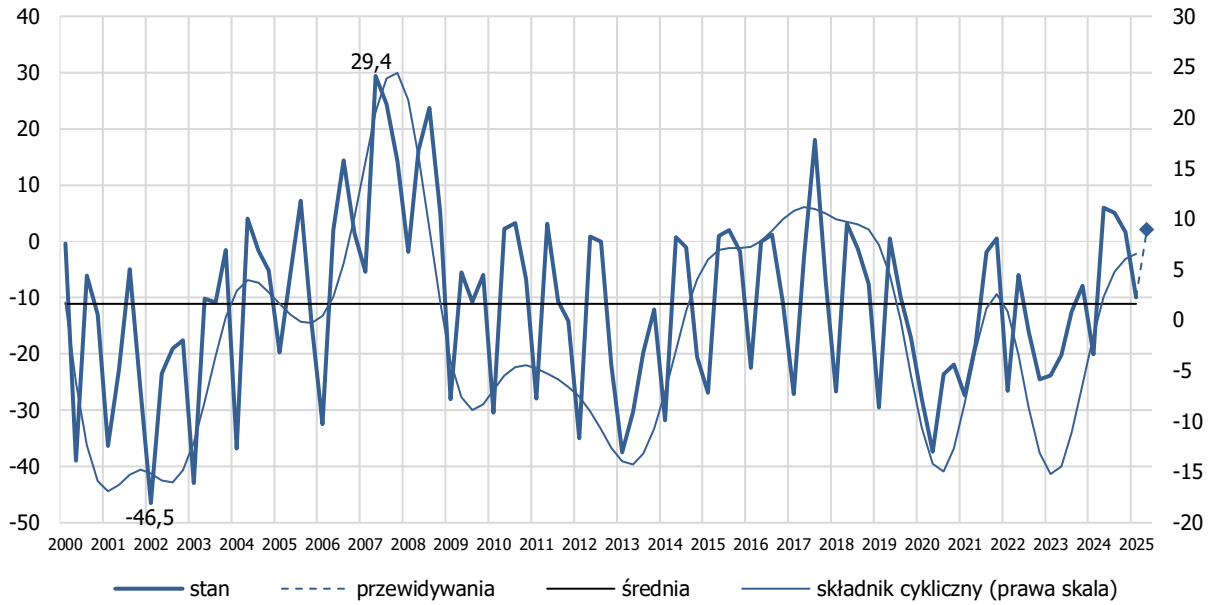


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2024	Q2 2024	Q3 2024	Q4 2024	Q1 2025	przewidywania
wzrost	21,2	19,4	18,4	18,8	25,3	21,7
brak zmiany	74,2	76,0	75,4	79,3	71,8	73,4
spadek	4,5	4,7	6,2	1,9	2,8	4,9
saldo	16,7	14,7	12,2	16,9	22,5	16,8

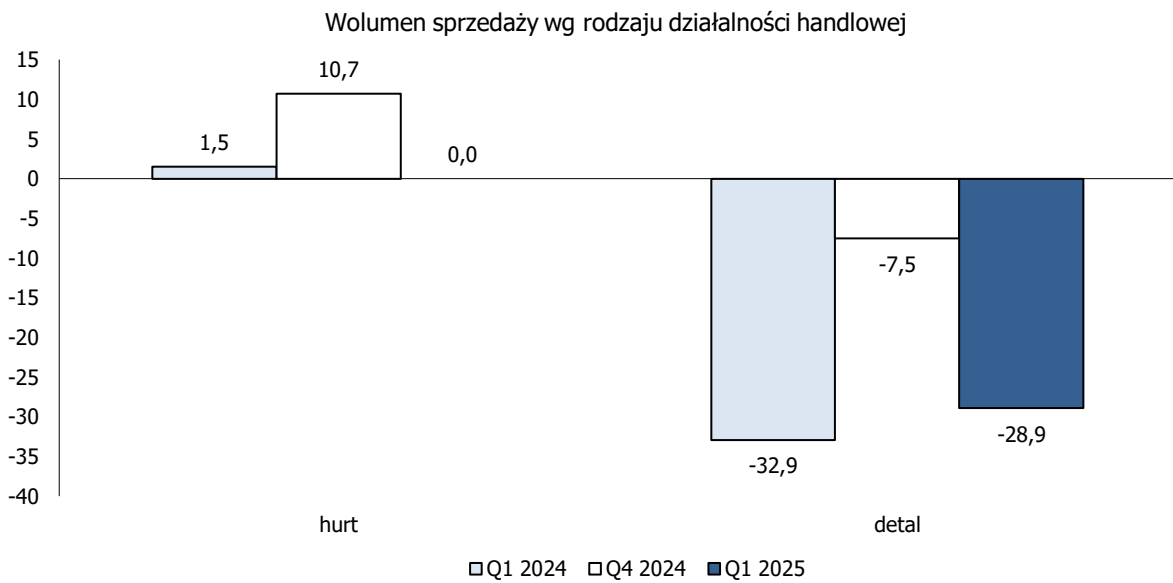


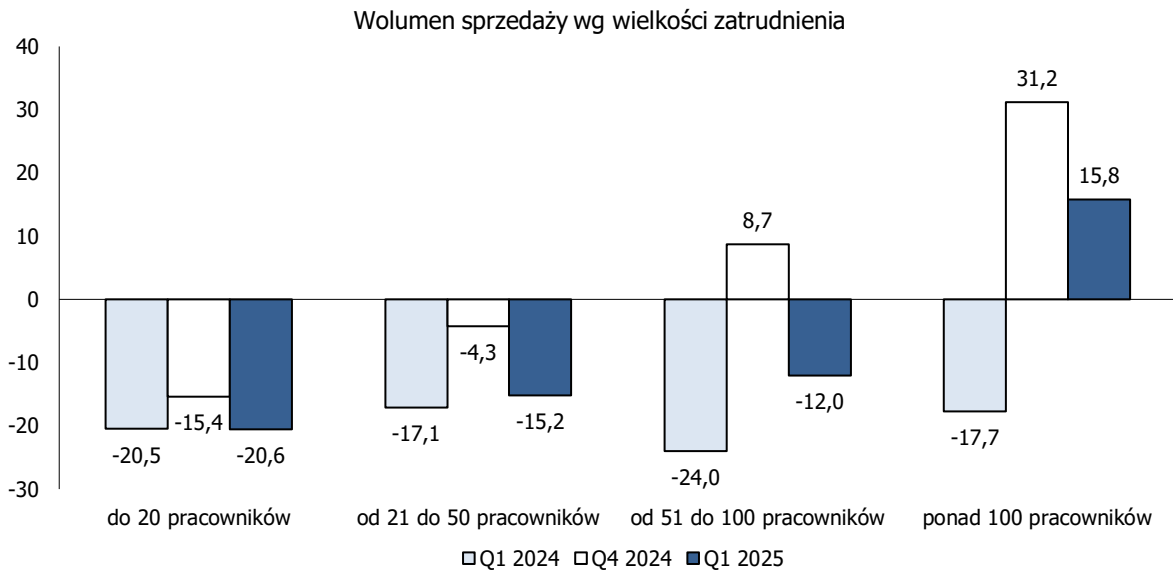
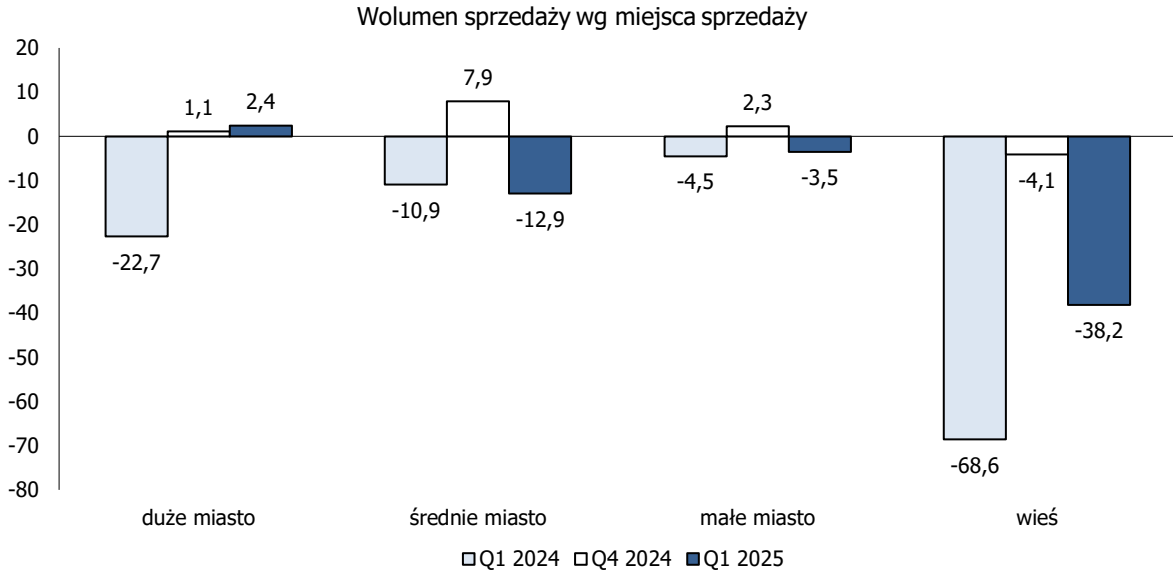


WOLUMEN SPRZEDAŻY

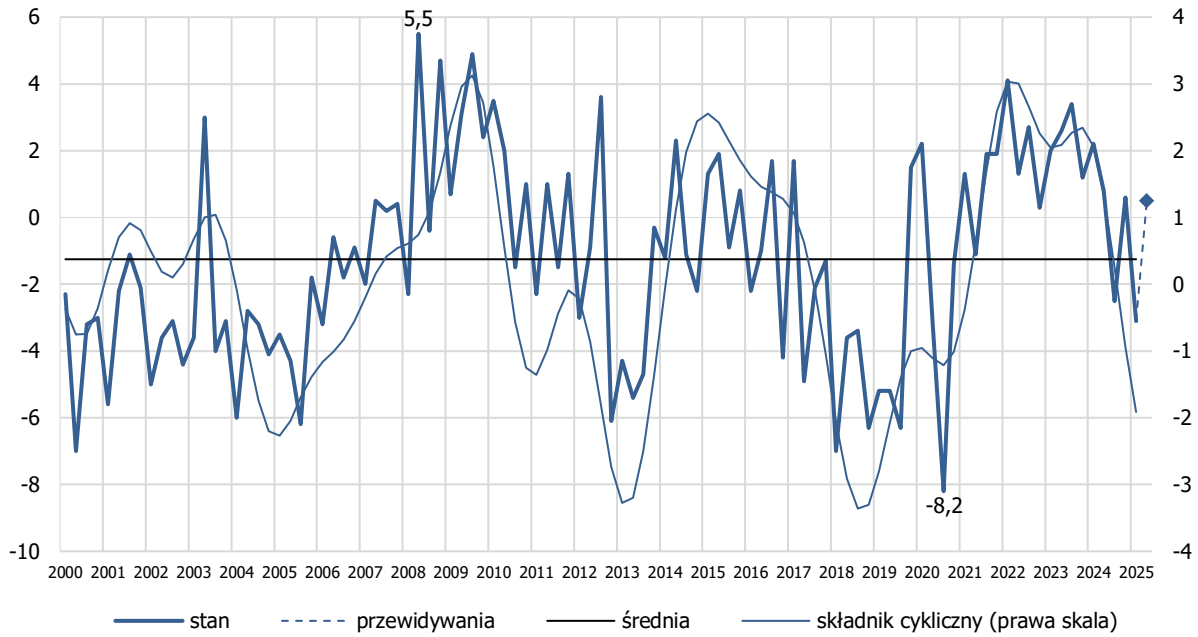


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2024	Q2 2024	Q3 2024	Q4 2024	Q1 2025	przewidywania
wzrost	15,6	25,7	27,8	22,7	18,3	22,2
brak zmiany	48,7	54,5	49,5	56,4	53,5	57,6
spadek	35,7	19,7	22,7	21,0	28,2	20,2
saldo	-20,1	6,0	5,1	1,7	-9,9	2,0

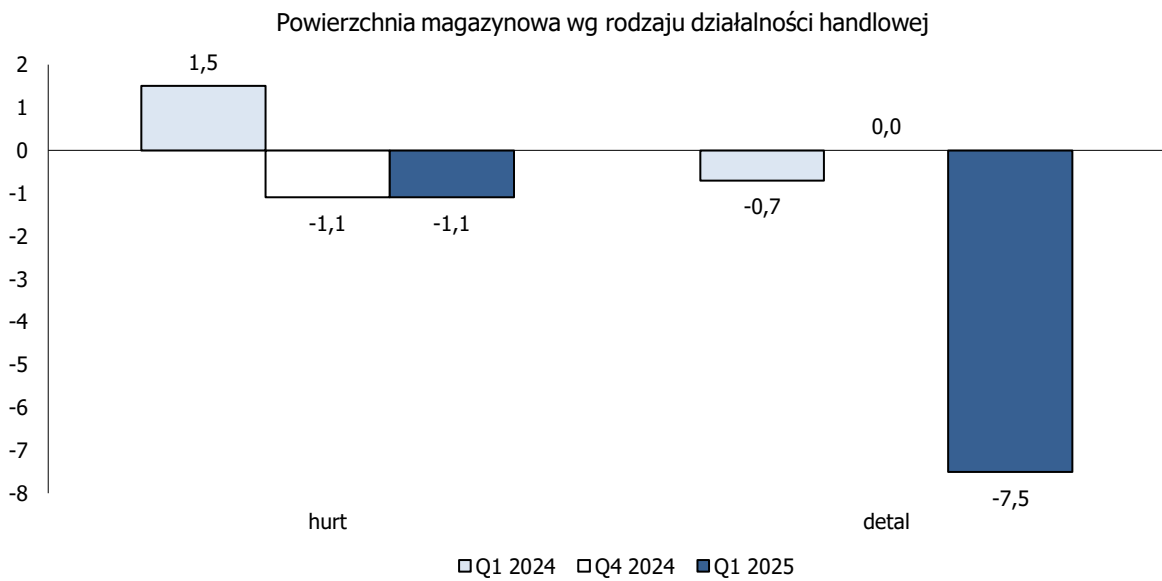


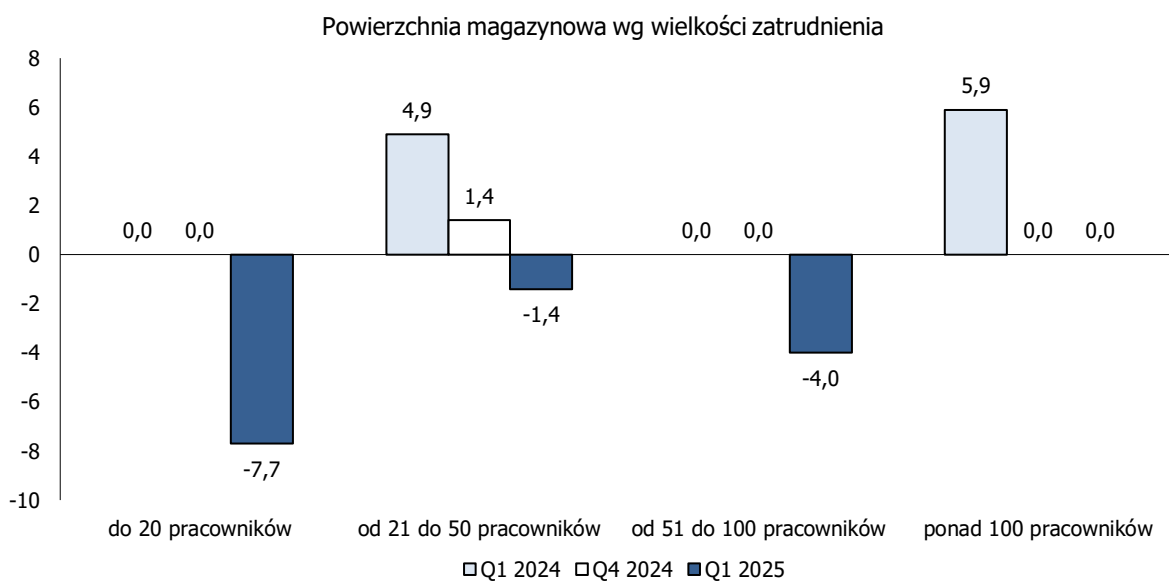
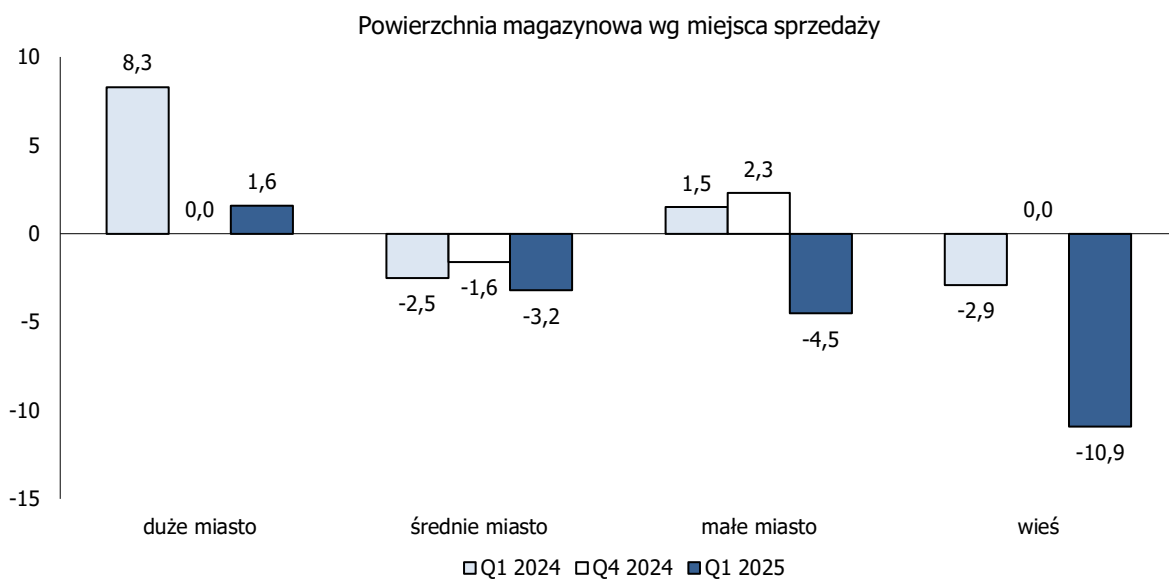


POWIERZCHNIA MAGAZYNOWA

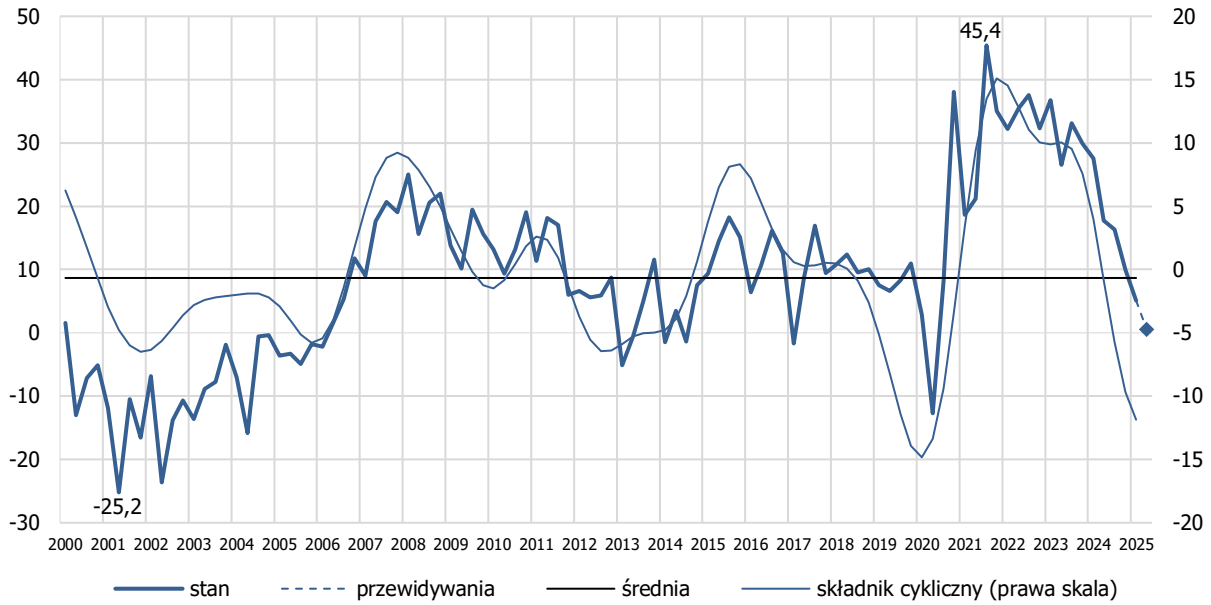


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2024	Q2 2024	Q3 2024	Q4 2024	Q1 2025	przewidywania
wzrost	4,2	4,4	4,3	2,5	1,8	6,2
brak zmiany	93,8	92,0	88,9	95,6	93,3	88,1
spadek	2,0	3,6	6,8	1,9	4,9	5,7
saldo	2,2	0,8	-2,5	0,6	-3,1	0,5

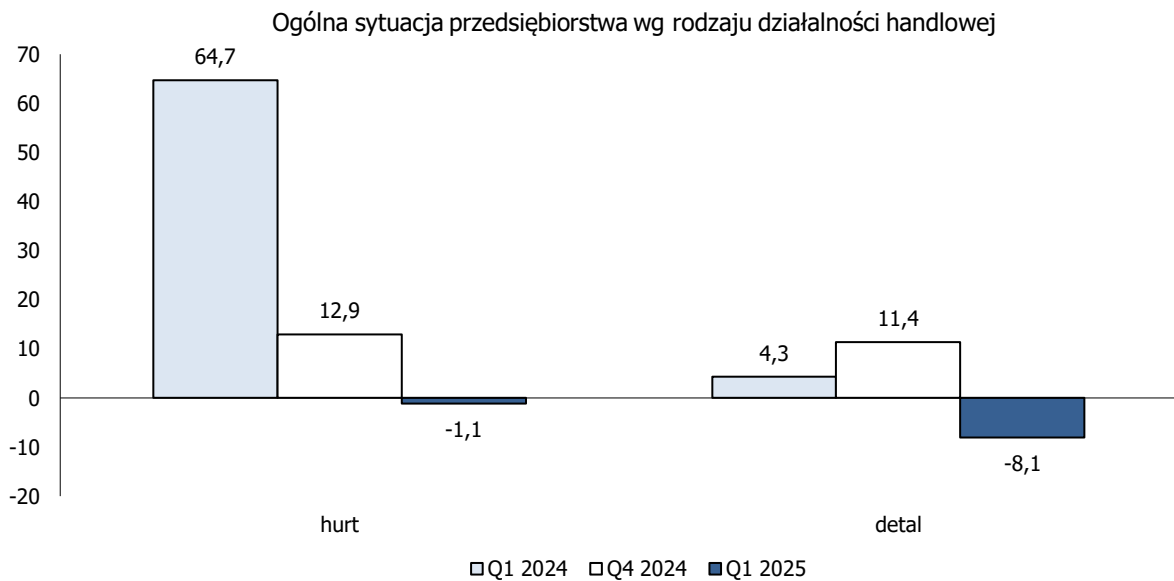


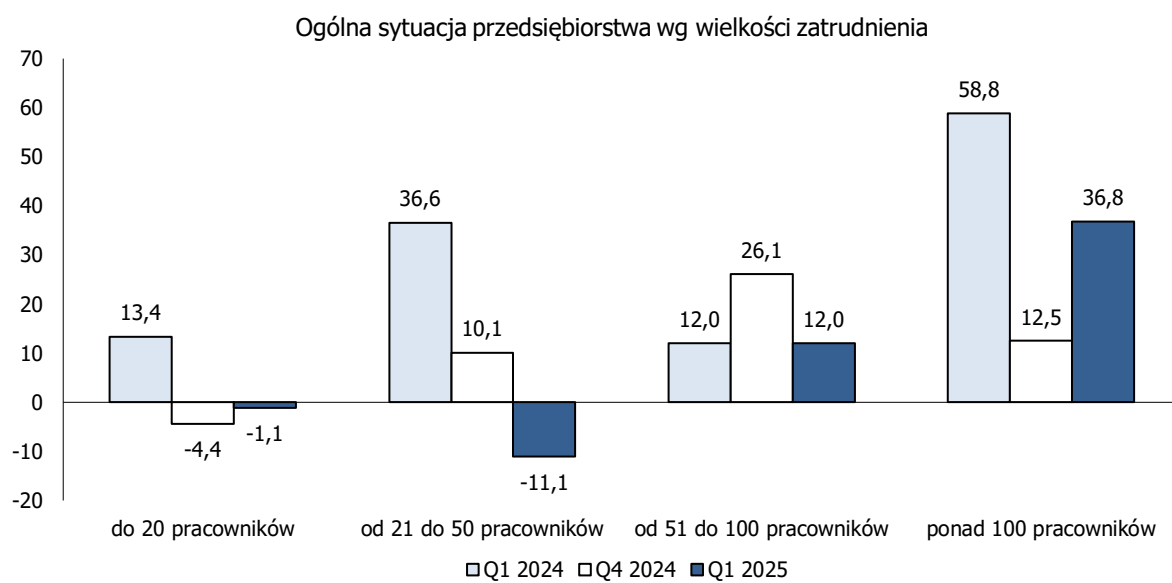
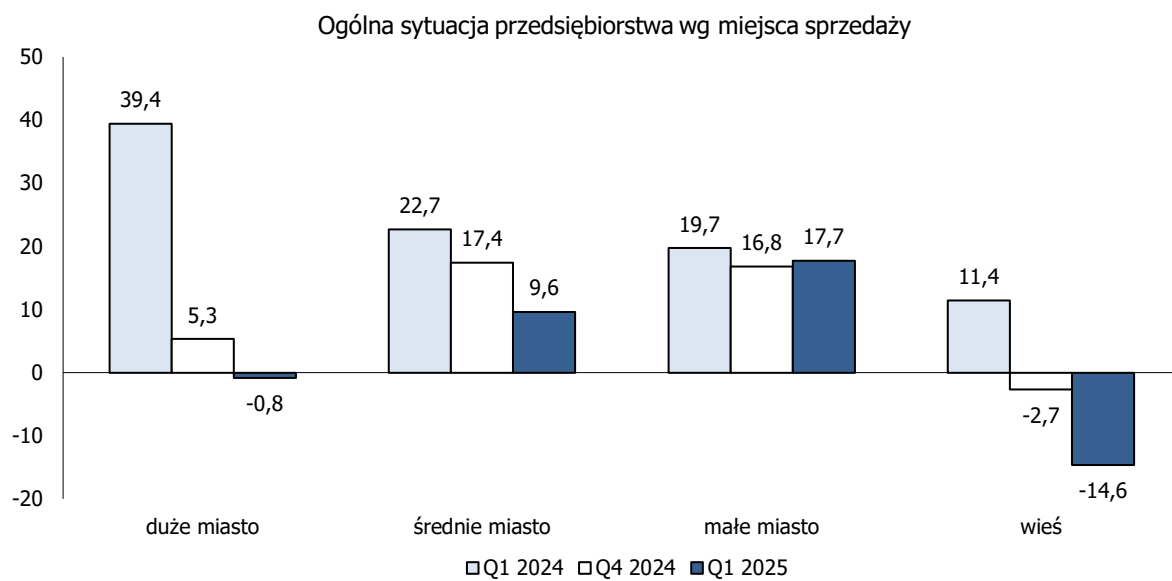


OGÓLNA KONDYCJA PRZEDSIĘBIORSTW

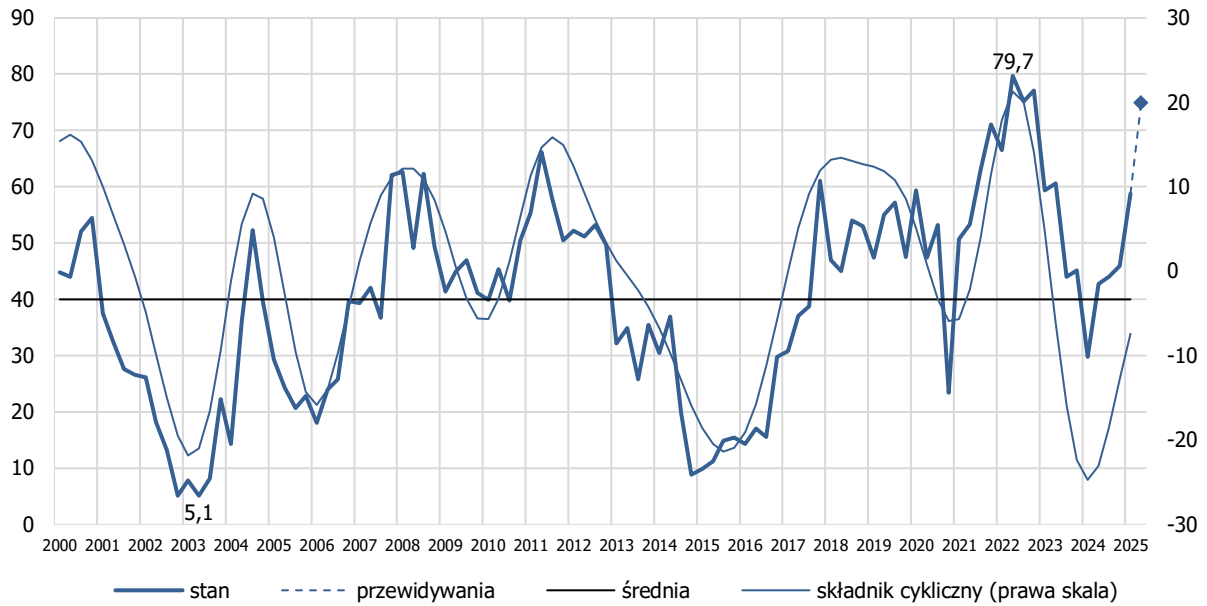


warianty odpowiedzi - odsetki	Q1 2024	Q2 2024	Q3 2024	Q4 2024	Q1 2025	przewidywania
dobra	36,3	34,8	32,6	29,0	25,8	17,4
średnia	55,0	48,1	51,1	51,9	53,5	65,7
słaba	8,8	17,1	16,3	19,1	20,7	16,9
saldo	27,5	17,7	16,3	9,9	5,1	0,5

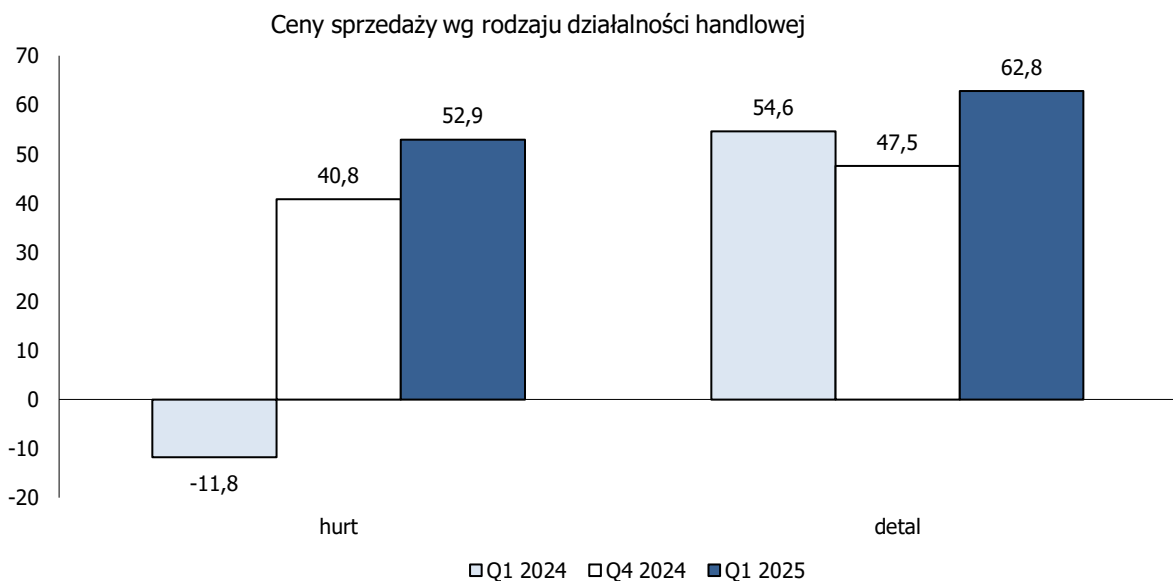


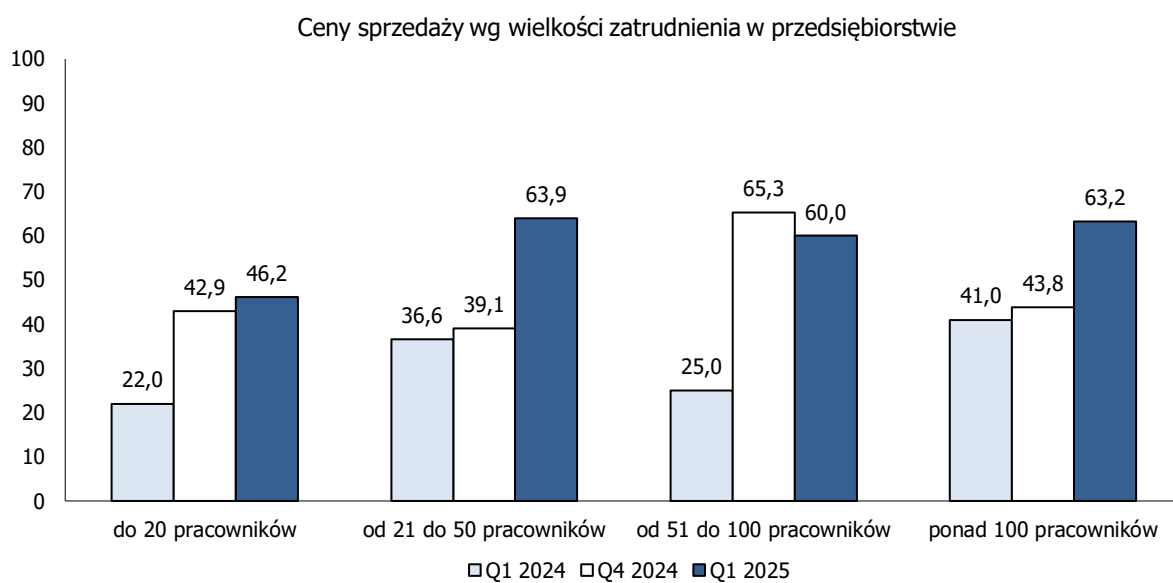
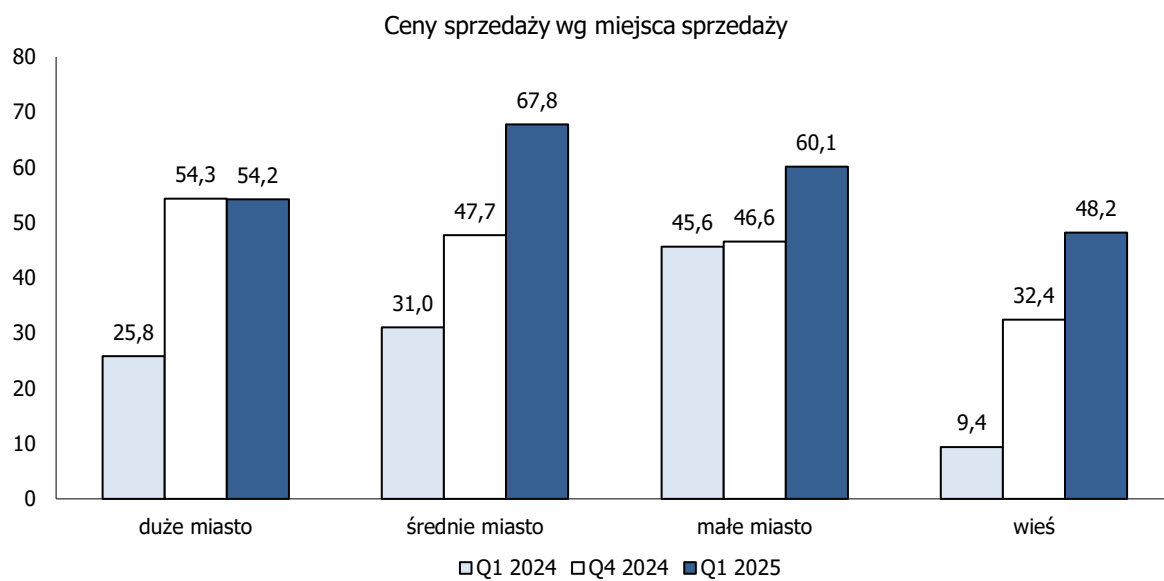


CENY SPRZEDAŻY TOWARÓW

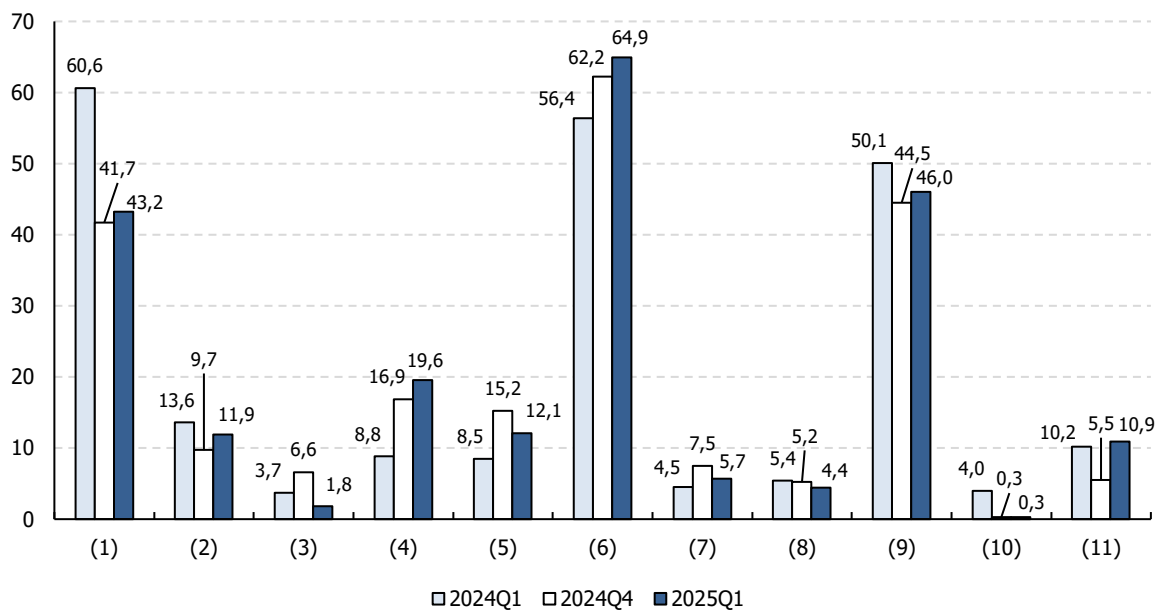


	Q1 2024	Q2 2024	Q3 2024	Q4 2024	Q1 2025
wzrost	41,5	48,4	47,8	50,3	60,1
o więcej	12,6	8,6	8,6	6,9	11,9
o tyle samo	16,6	19,0	18,4	22,7	18,7
o mniej	12,3	20,8	20,8	20,7	29,5
brak zmiany	46,9	45,8	48,4	45,3	38,6
spadek	11,7	5,7	3,8	4,4	1,3
saldo	29,8	42,7	44,0	45,9	58,8





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