

Instytut Rozwoju Gospodarczego

**SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA
W WARSZAWIE**

Katarzyna Majchrzak

Łukasz Olejnik

KONIUNKTURA W HANDLU

IV kwartał 2025

PL ISSN 2392-3709

Badanie okresowe nr 128

BADANIA KONIUNKTURY GOSPODARCZEJ INSTYTUTU ROZWOJU GOSPODARCZEGO SGH**Rada Programowa:**

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

Komitét 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 październiku 2025 r. po raz 128. W badaniu uczestniczyły 202 przedsiębiorstwa.

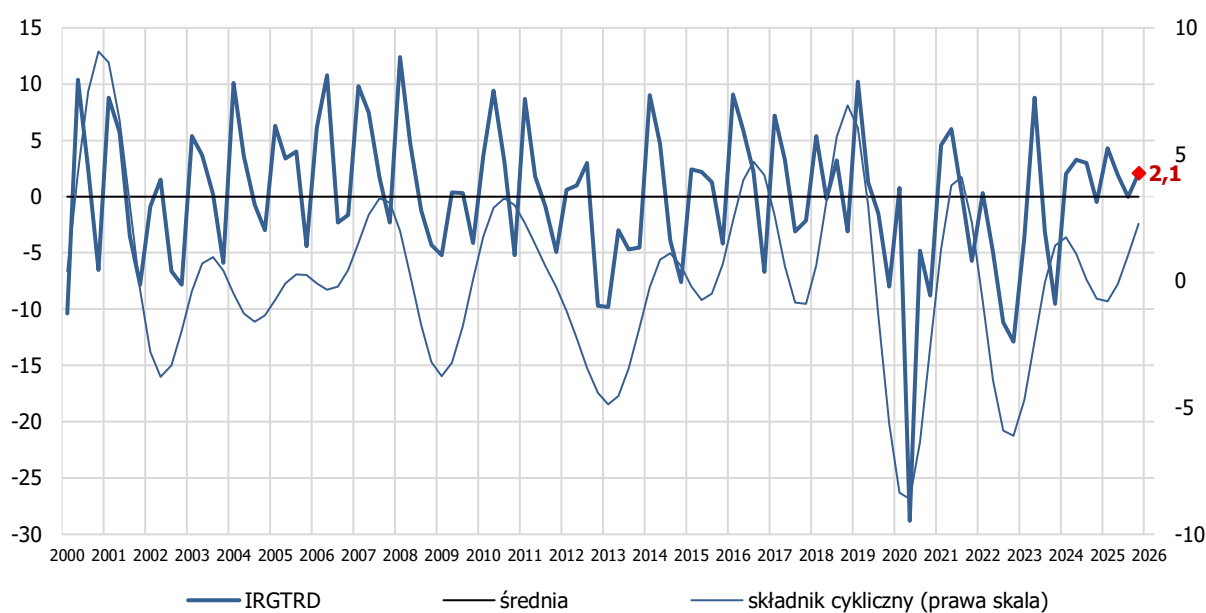
Metoda badawcza koniunktury opisana jest na stronie:

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

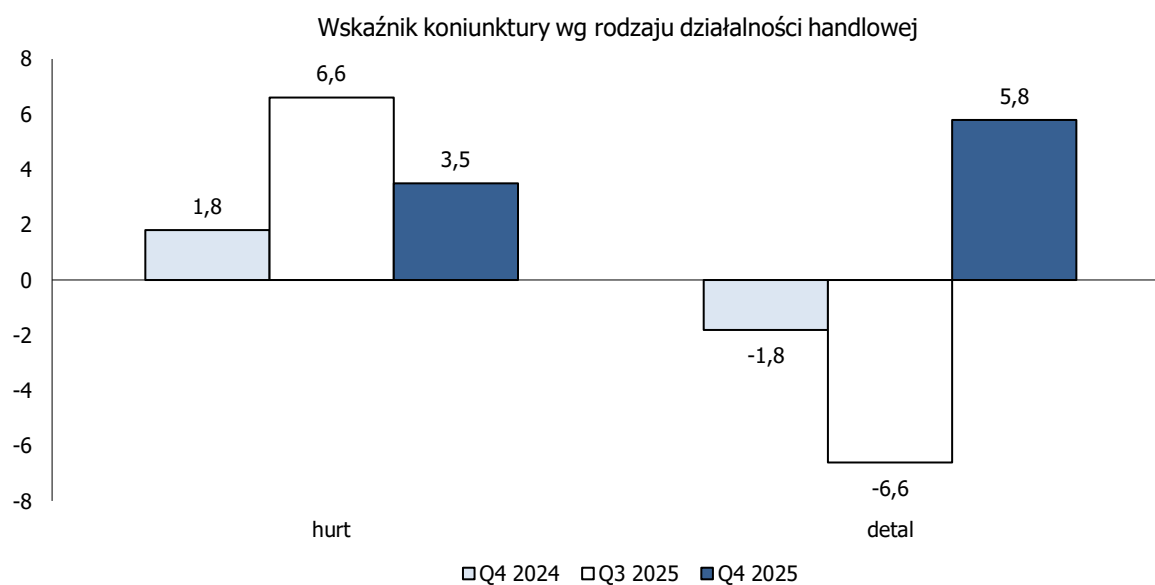
Komunikat o koniunkturze w handlu, począwszy od nr 121, zawiera jedynie zbiorcze salda i ich składowe. Informacja sygnałowa z syntetycznym omówieniem wyników oraz streszczenie w języku angielskim znajdują się na stronie internetowej IRG:

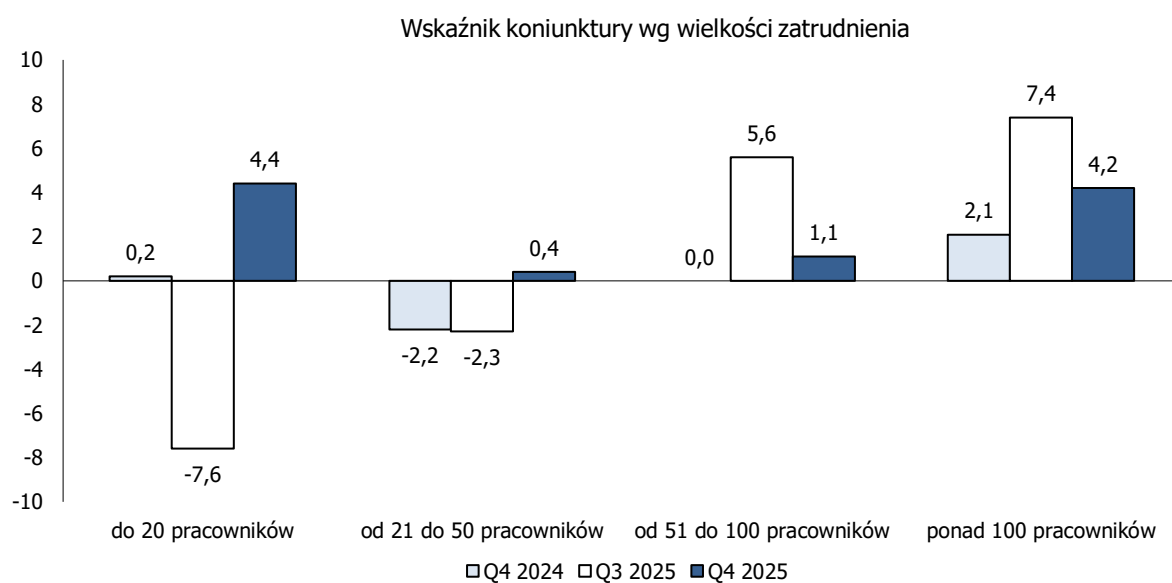
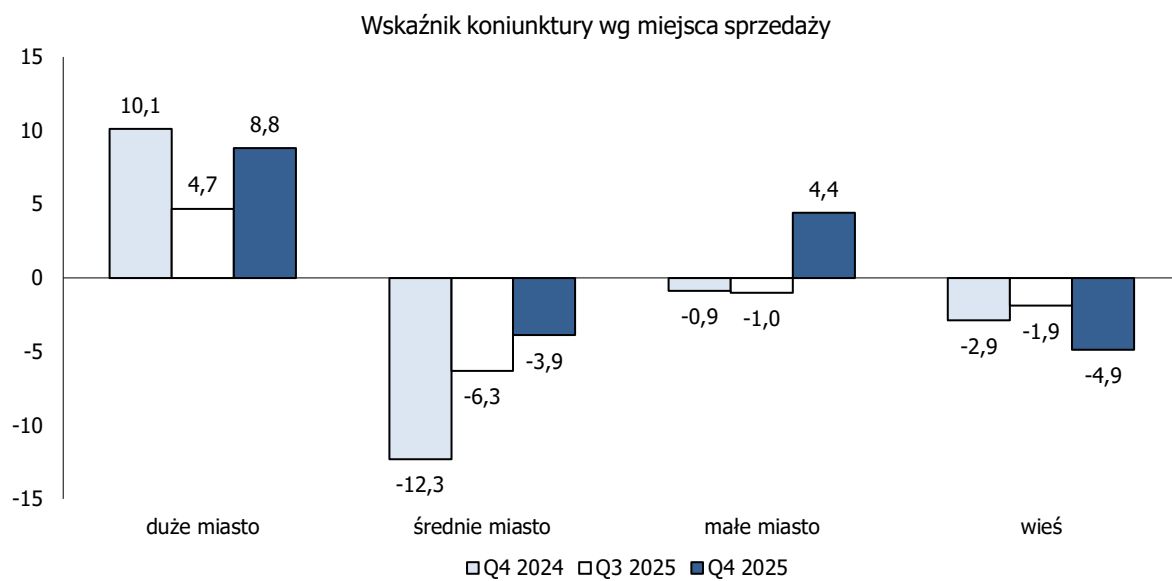
<https://www.sgh.waw.pl/kae/koniunktura-w-handlu-irg-sgh>

1. WSKAŹNIK KONIUNKTURY



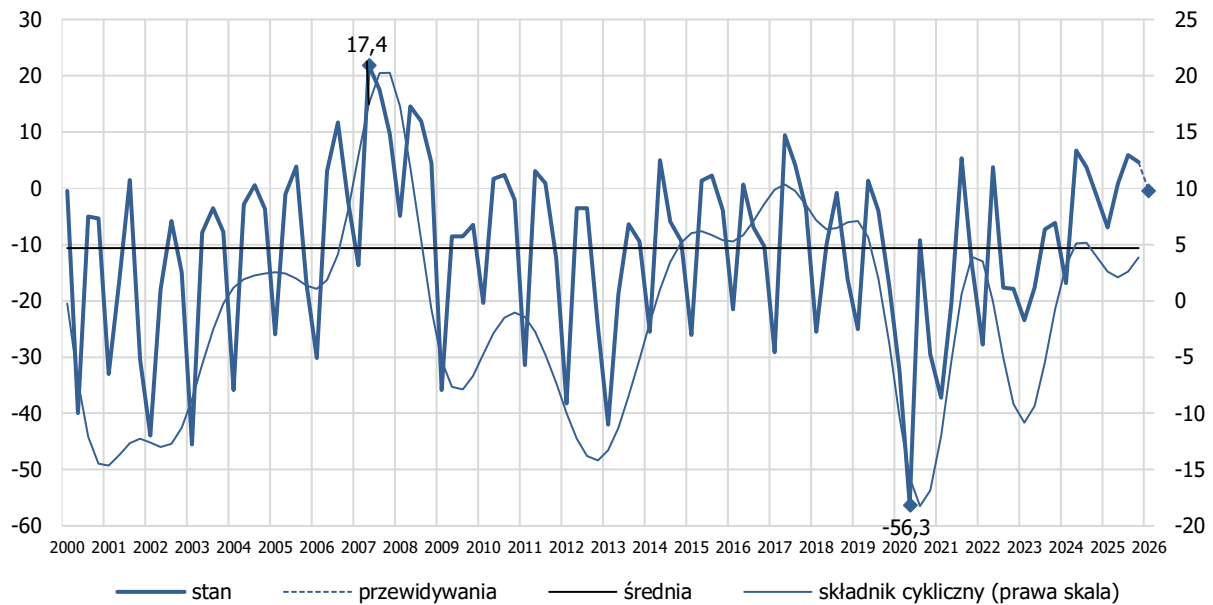
składowe salda	Q4 2024	Q1 2025	Q2 2025	Q3 2025	Q4 2025
wolumen sprzedaży - przewidywania	8,3	2,0	5,3	4,4	7,4
zakupy towarów od dostawców krajowych i zagranicznych - przewidywania	4,3	4,5	-0,3	-5,5	-5,8
zapasy – stan	14,0	-6,5	-0,8	-1,0	-4,7
wskaźnik koniunktury (IRGTRD)	-0,5	4,3	1,9	0,0	2,1



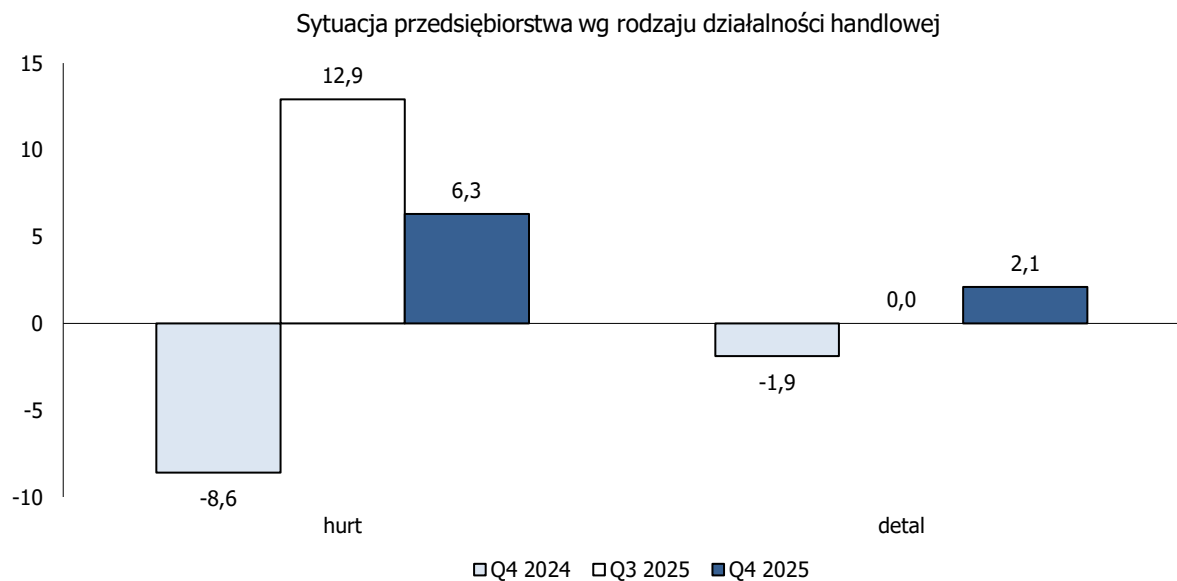


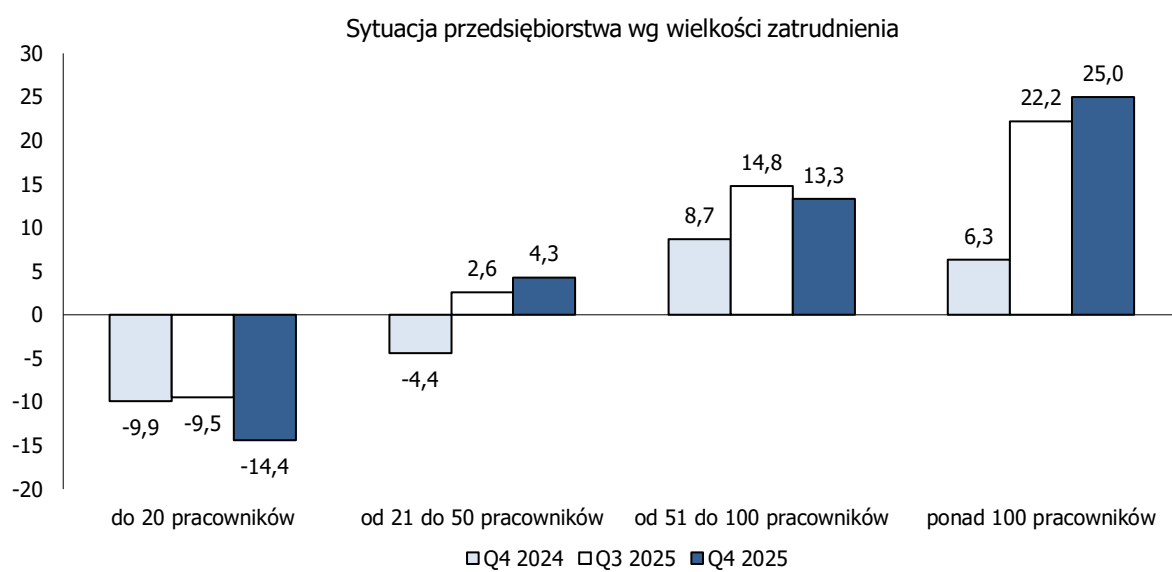
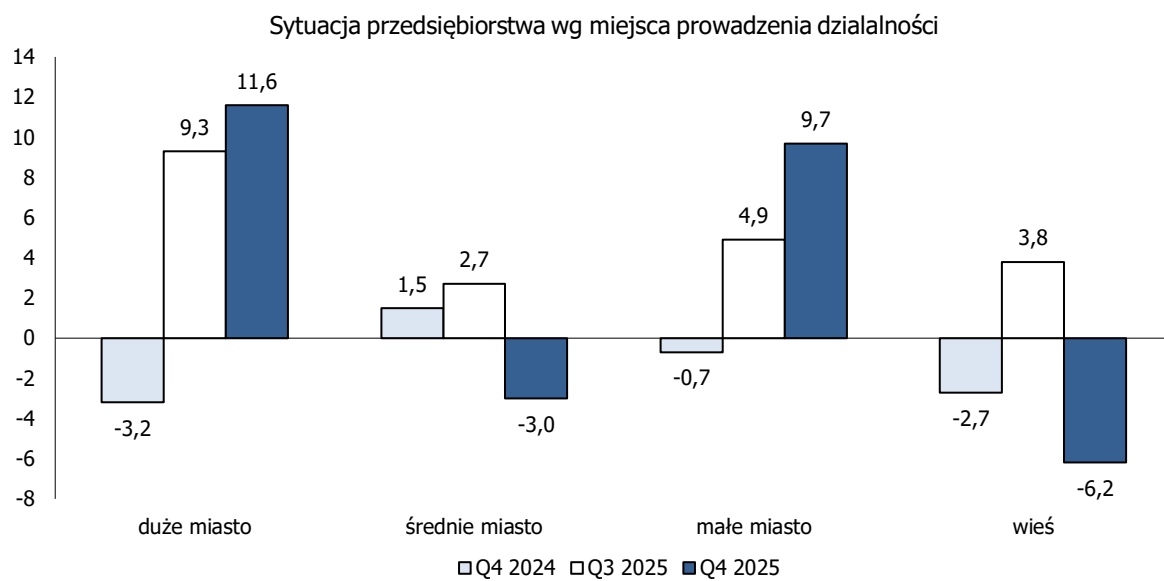
2. WYNIKI SZCZEGÓŁOWE

SYTUACJA EKONOMICZNA PRZEDSIĘBIORSTWA

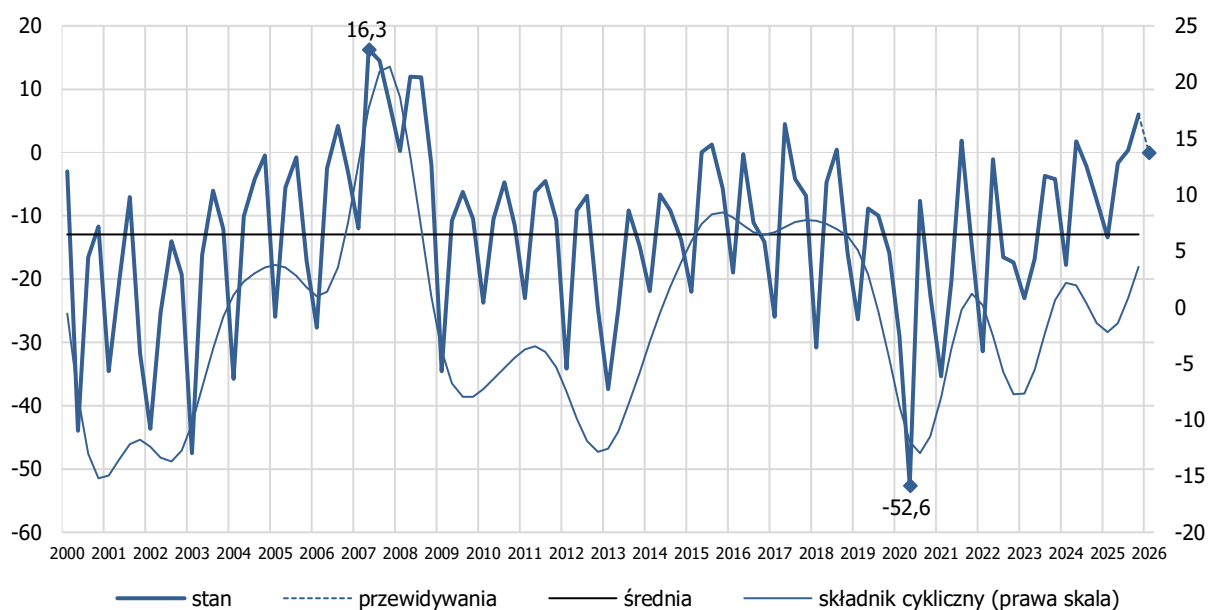


warianty odpowiedzi - odsetki	Q4 2024	Q1 2025	Q2 2025	Q3 2025	Q4 2025	przewidywania
poprawa	19,6	18,6	18,7	22,8	16,3	15,3
brak zmiany	59,4	55,8	63,4	60,3	72,0	68,9
pogorszenie	21,0	25,6	17,9	16,9	11,7	15,8
saldo	-1,4	-7,0	0,8	5,9	4,6	-0,5

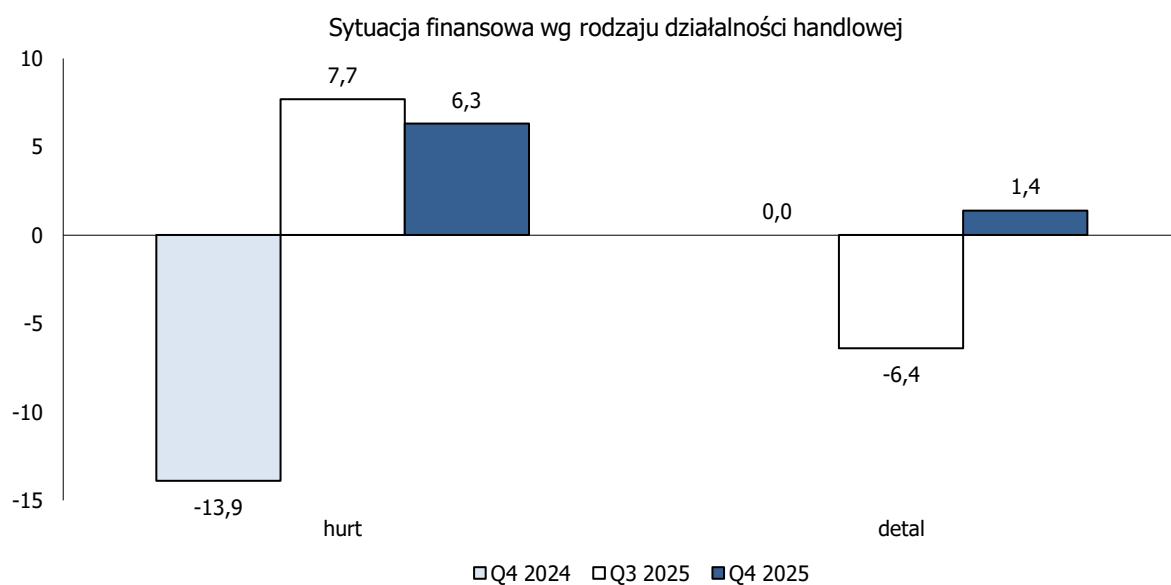


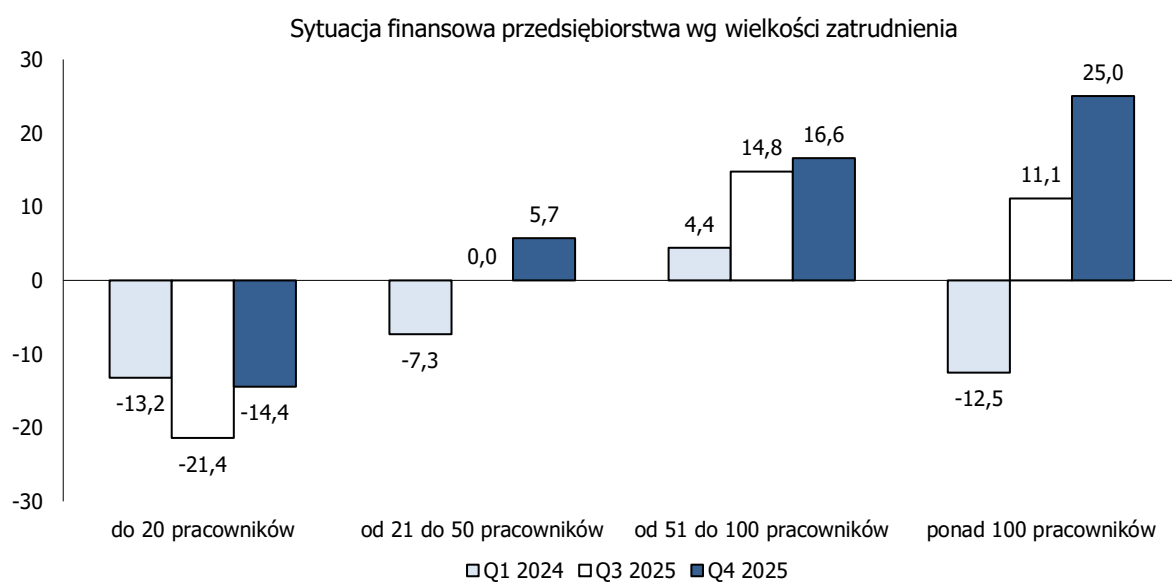
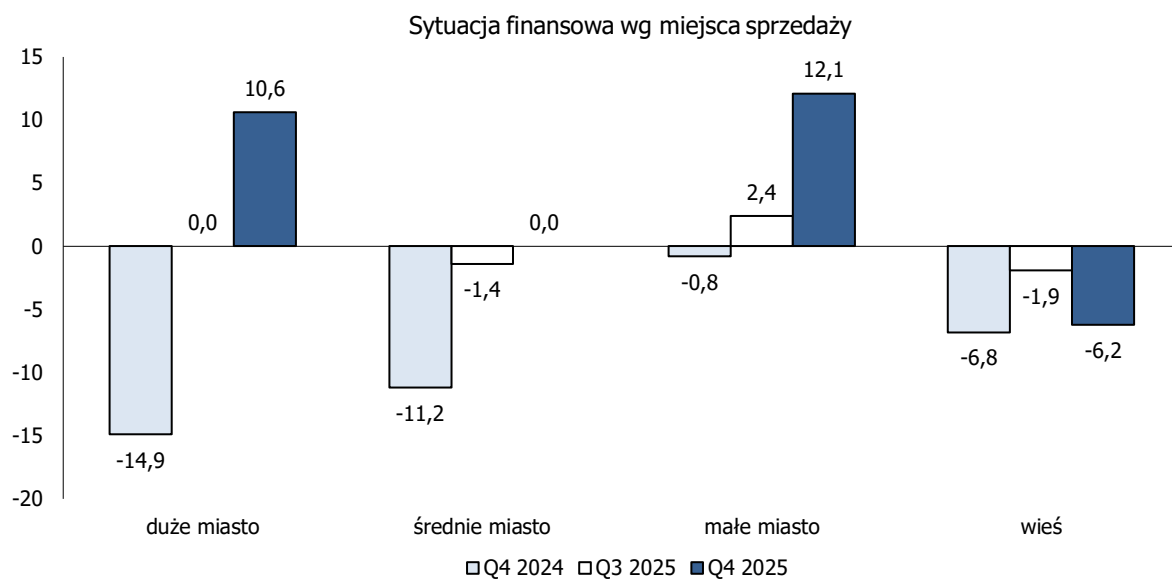


SYTUACJA FINANSOWA PRZEDSIĘBIORSTWA

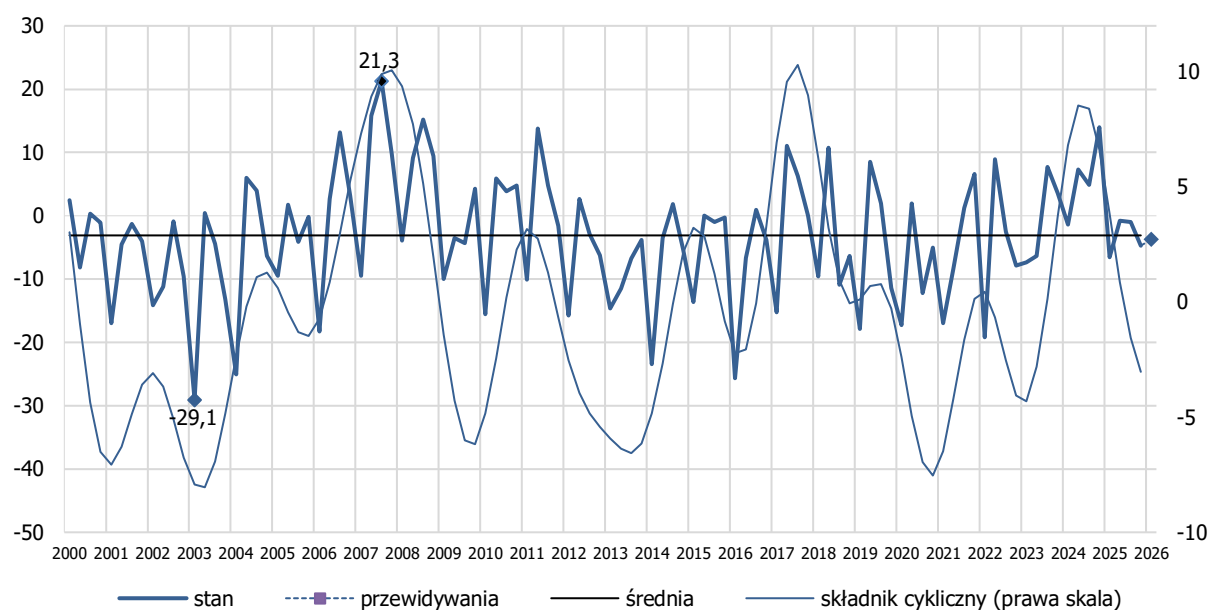


warianty odpowiedzi - odsetki	Q4 2024	Q1 2025	Q2 2025	Q3 2025	Q4 2025	przewidywania
poprawa	17,4	17,3	19,0	21,8	17,1	15,3
brak zmiany	57,7	51,9	60,3	56,7	71,7	69,4
pogorszenie	24,9	30,7	20,7	21,5	11,1	15,3
saldo	-7,5	-13,4	-1,7	0,3	6,0	0,0

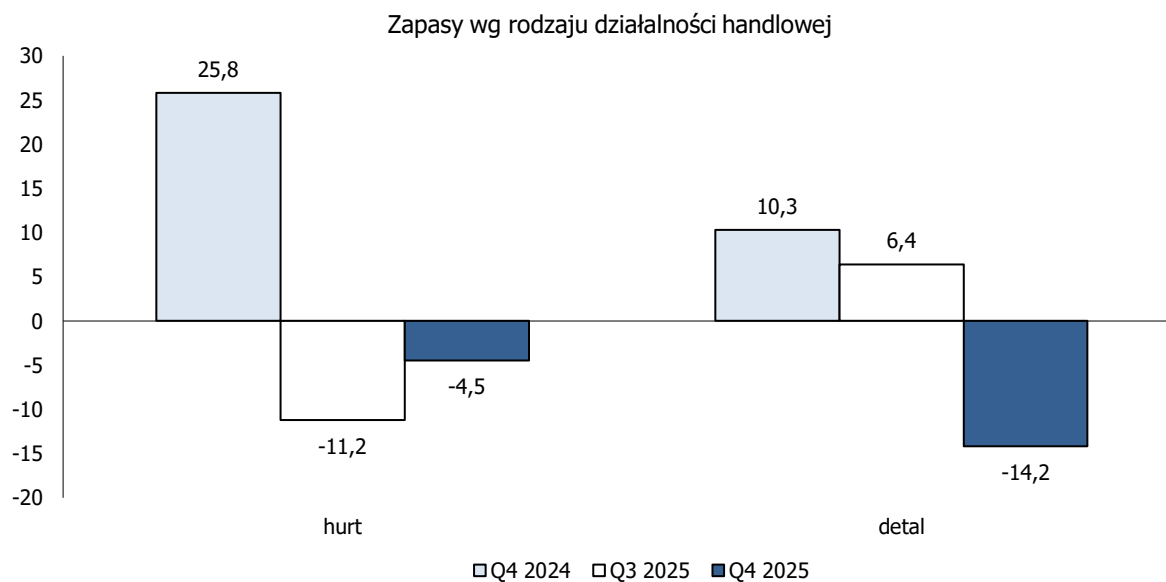


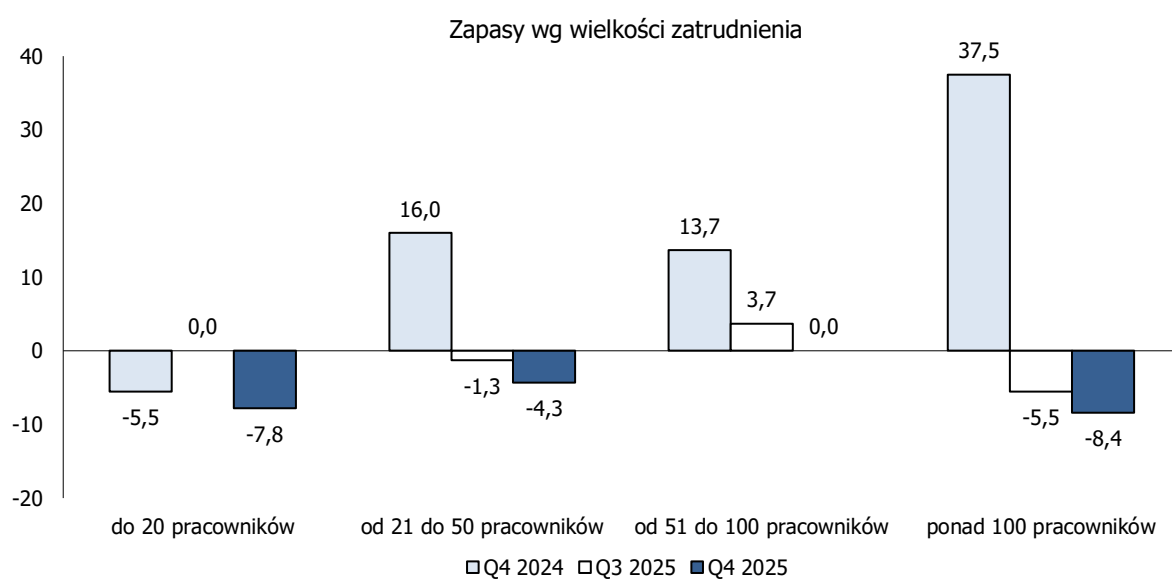
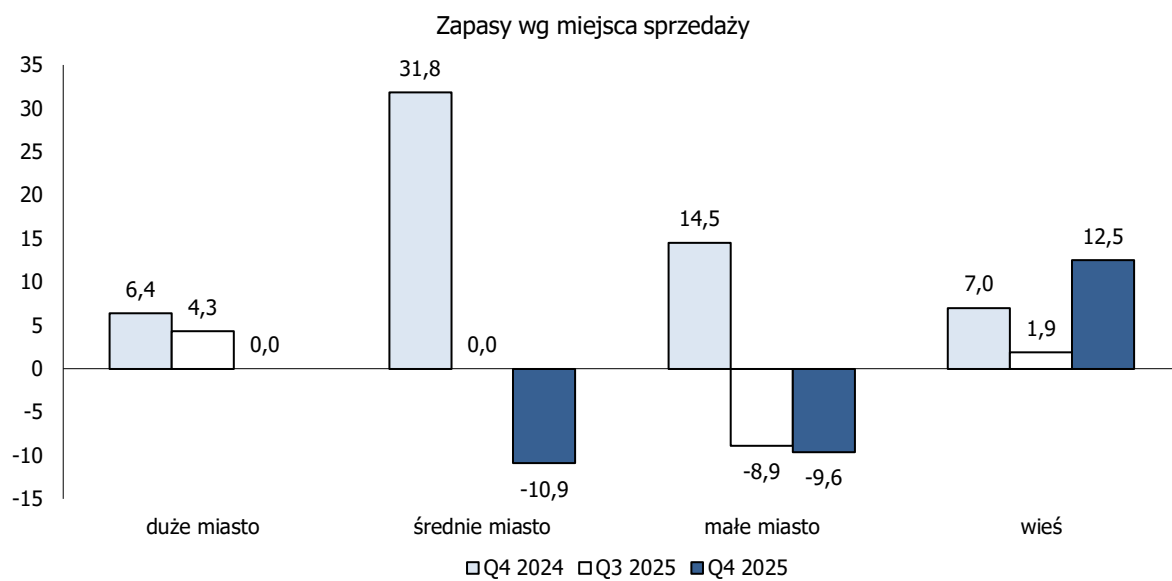


ZAPASY

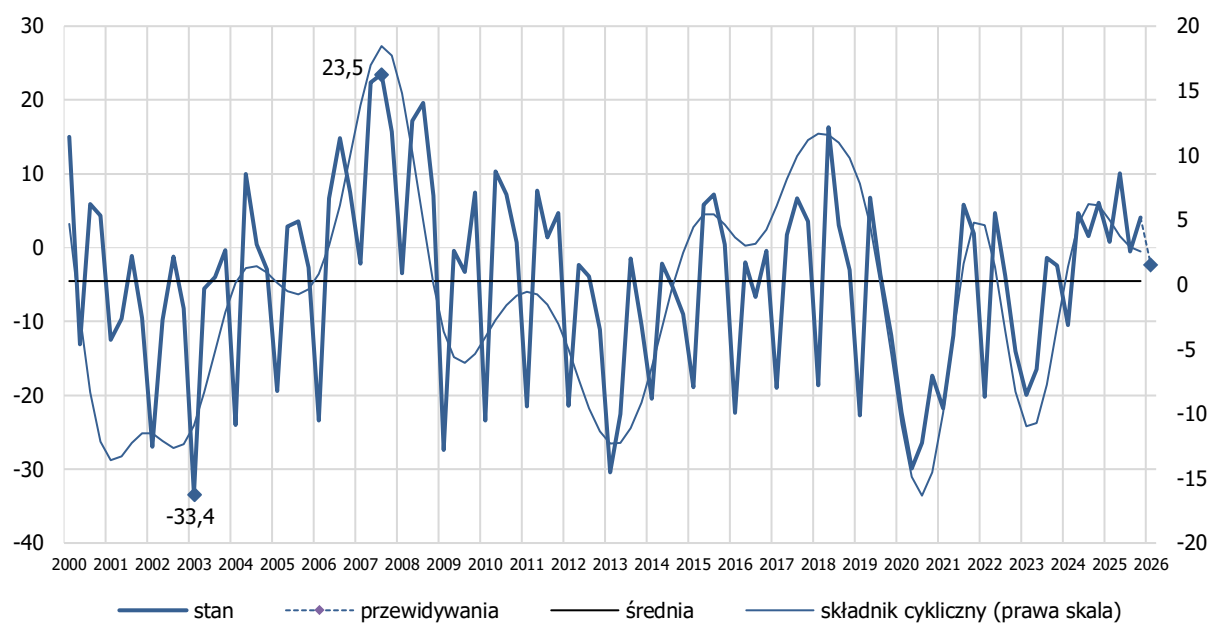


warianty odpowiedzi - odsetki	Q4 2024	Q1 2025	Q2 2025	Q3 2025	Q4 2025	przewidywania
wzrost	27,9	16,8	16,9	20,3	11,1	13,2
brak zmiany	58,2	59,8	65,4	58,5	73,1	69,8
spadek	13,9	23,3	17,7	21,3	15,8	17,0
saldo	14,0	-6,5	-0,8	-1,0	-4,7	-3,8



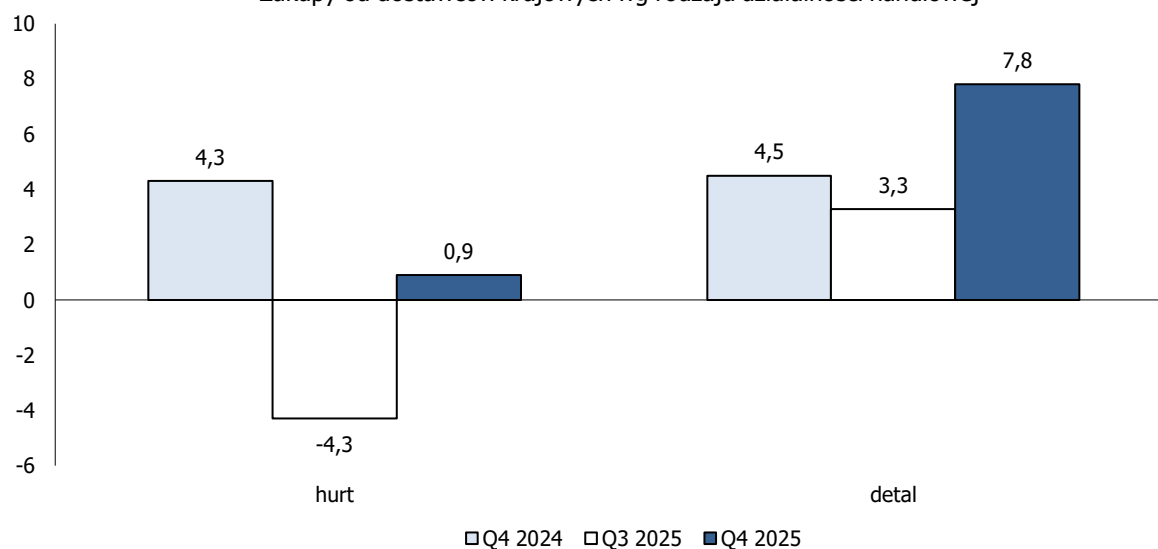


ZAKUPY OD DOSTAWCÓW KRAJOWYCH

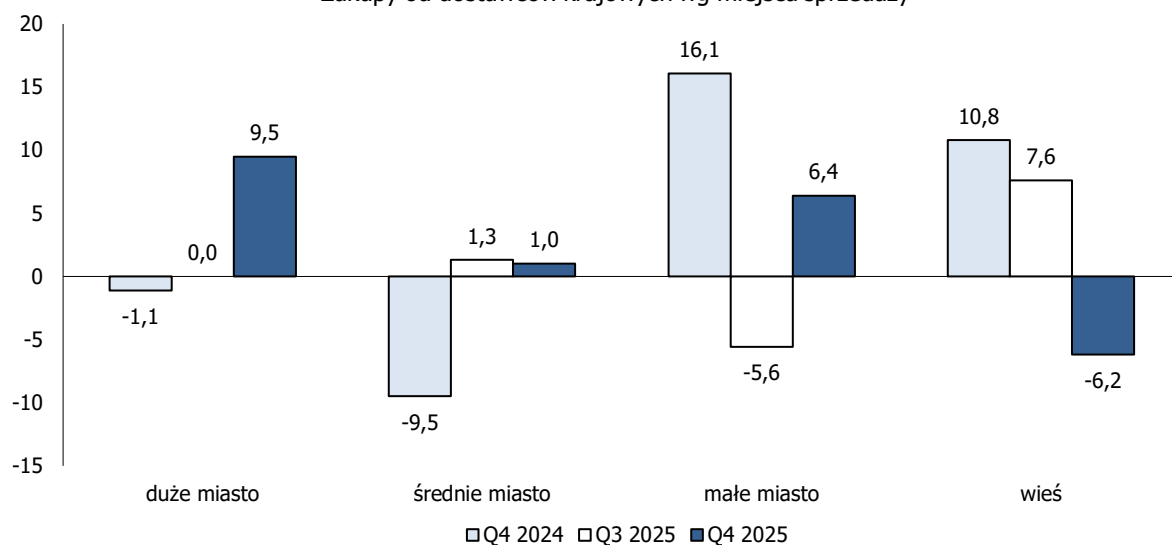


warianty odpowiedzi - odsetki	Q4 2024	Q1 2025	Q2 2025	Q3 2025	Q4 2025	przewidywania
wzrost	18,8	19,8	23,5	15,4	14,4	13,6
brak zmiany	68,5	61,2	63,0	68,7	75,3	70,4
spadek	12,7	19,0	13,4	15,9	10,3	16,0
saldo	6,1	0,8	10,1	-0,5	4,1	-2,4

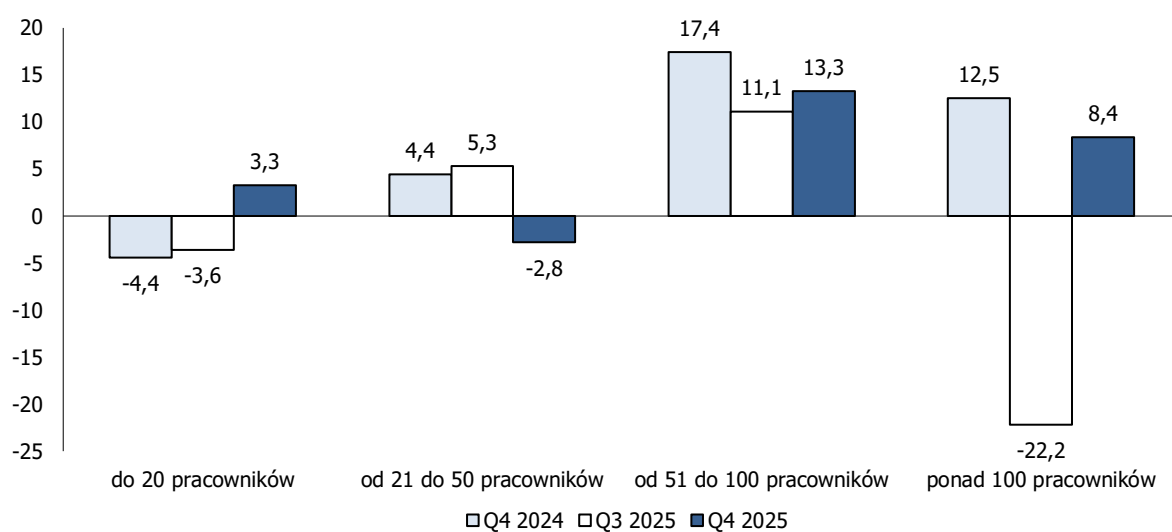
Zakupy od dostawców krajowych wg rodzaju działalności handlowej



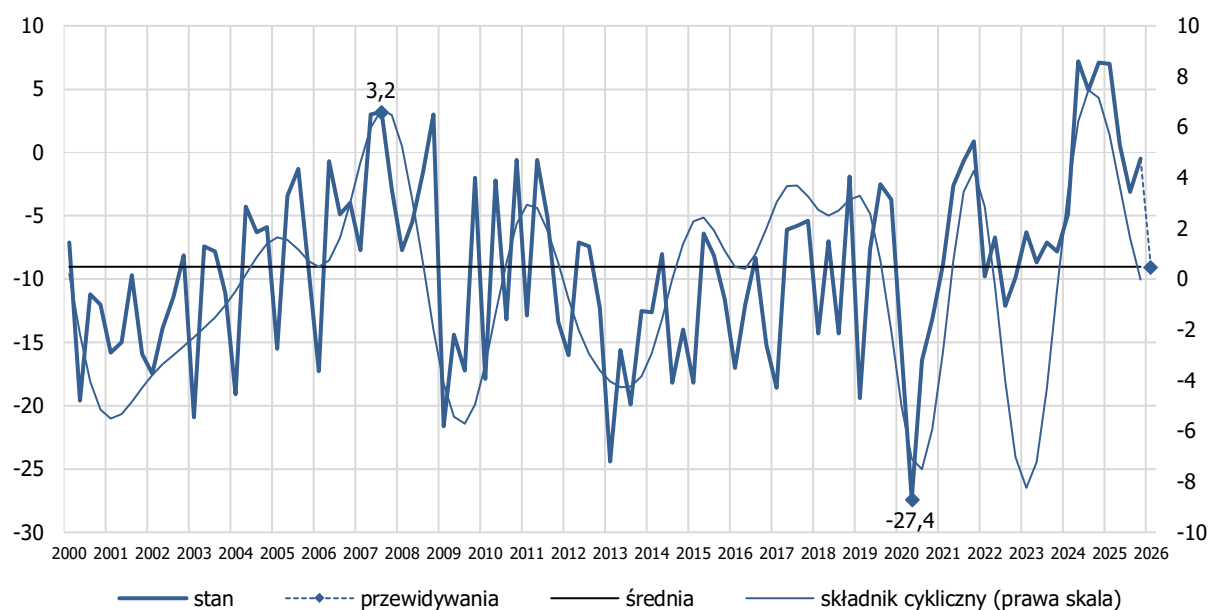
Zakupy od dostawców krajowych wg miejsca sprzedaży



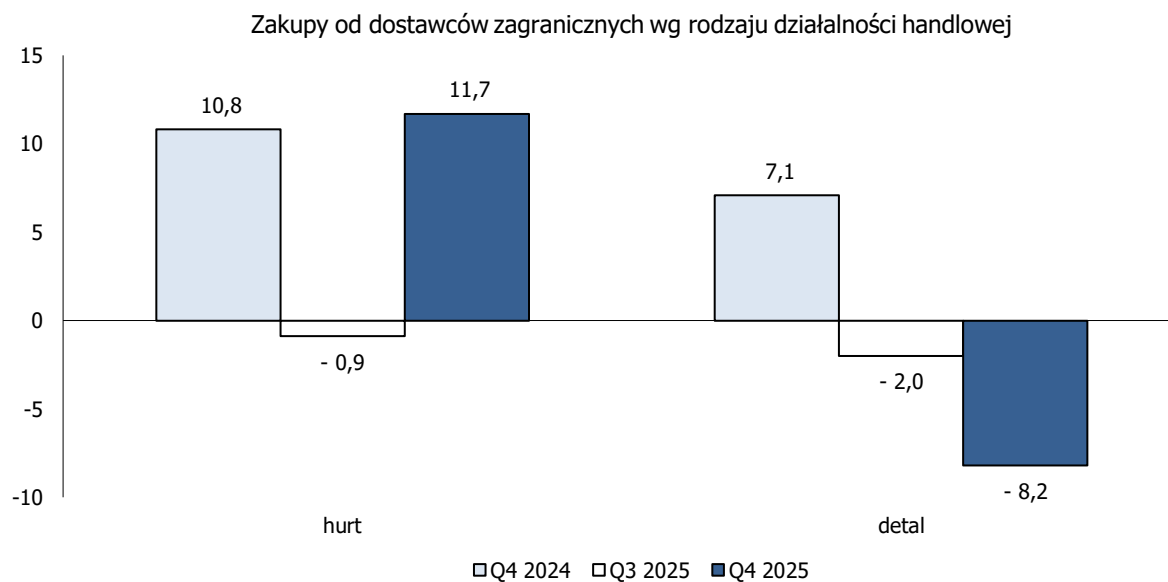
Zakupy od dostawców krajowych wg wielkości zatrudnienia

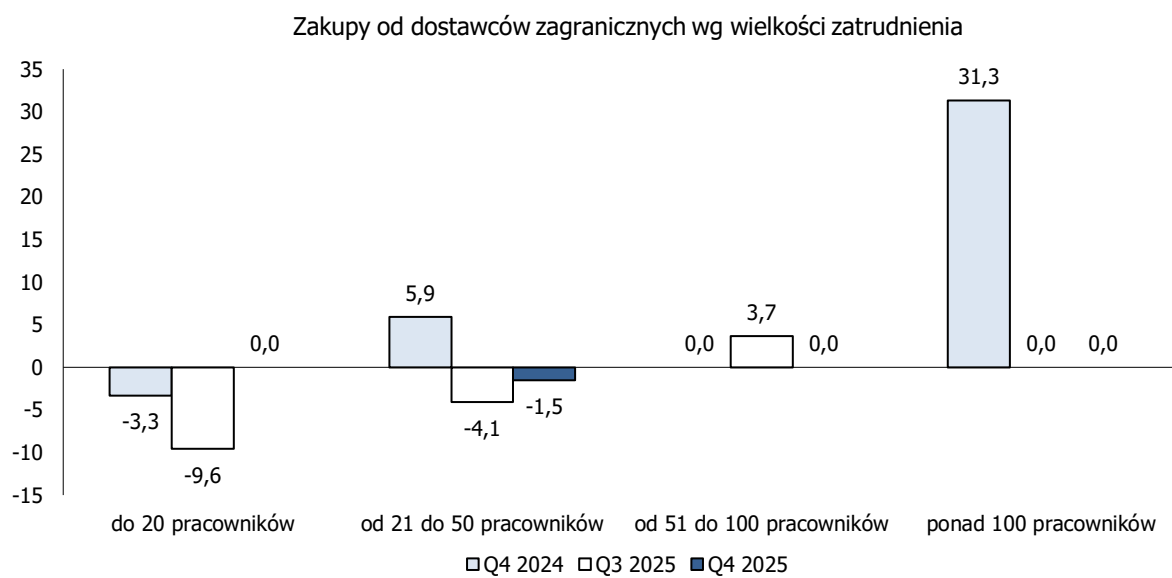
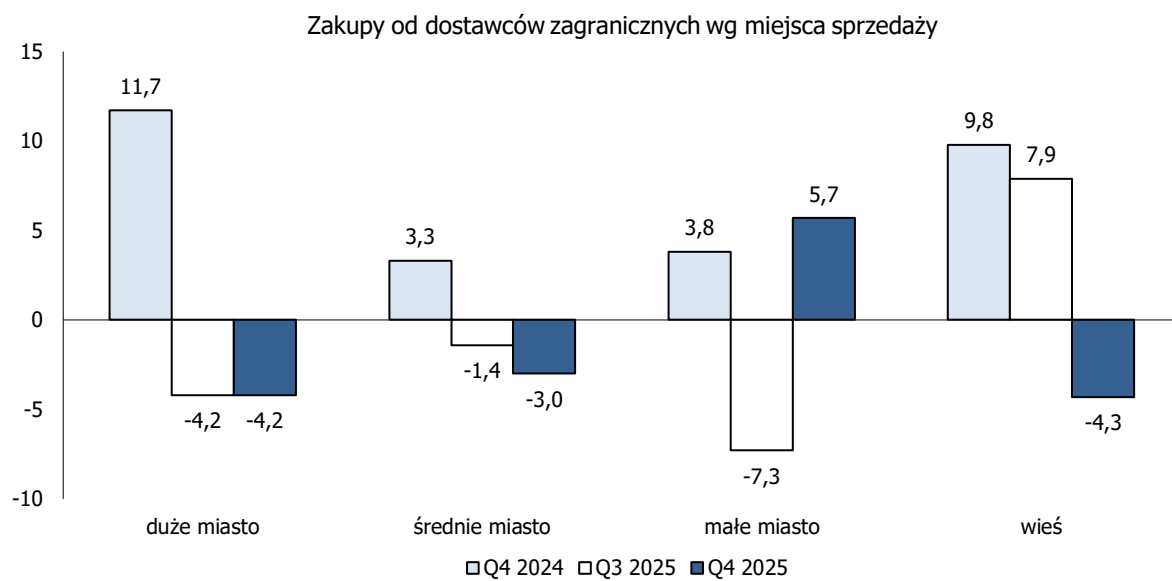


ZAKUPY OD DOSTAWCÓW ZAGRANICZNYCH

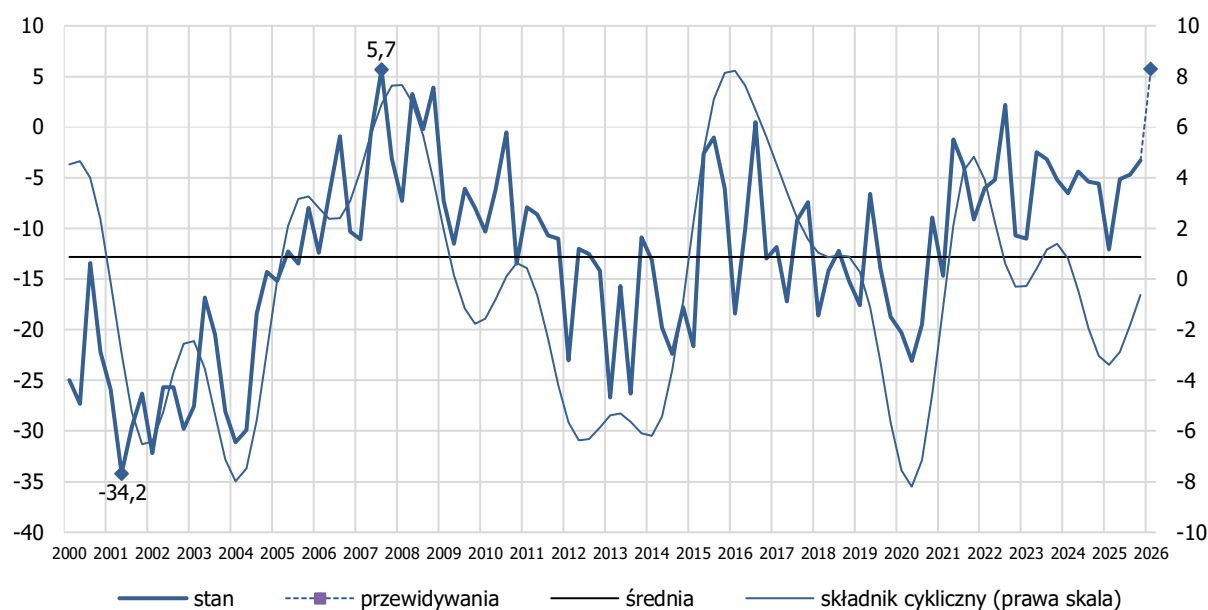


warianty odpowiedzi - odsetki	Q4 2024	Q1 2025	Q2 2025	Q3 2025	Q4 2025	przewidywania
wzrost	19,2	17,7	16,0	15,1	13,3	7,2
brak zmiany	68,6	71,6	68,7	66,7	72,9	76,5
spadek	12,1	10,7	15,4	18,2	13,8	16,3
saldo	7,1	7,0	0,6	-3,1	-0,5	-9,1

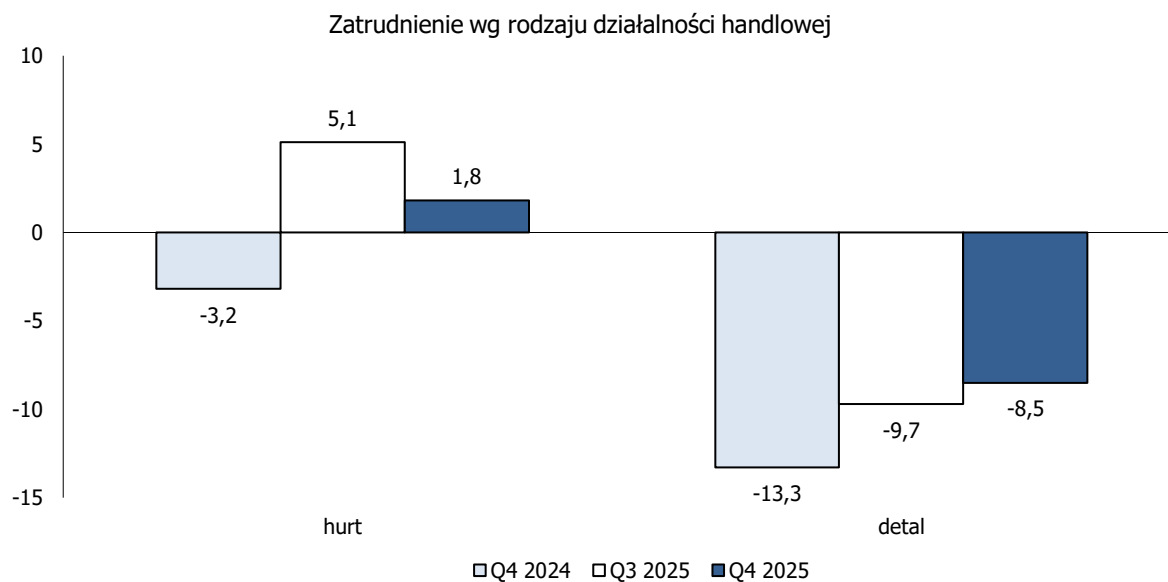


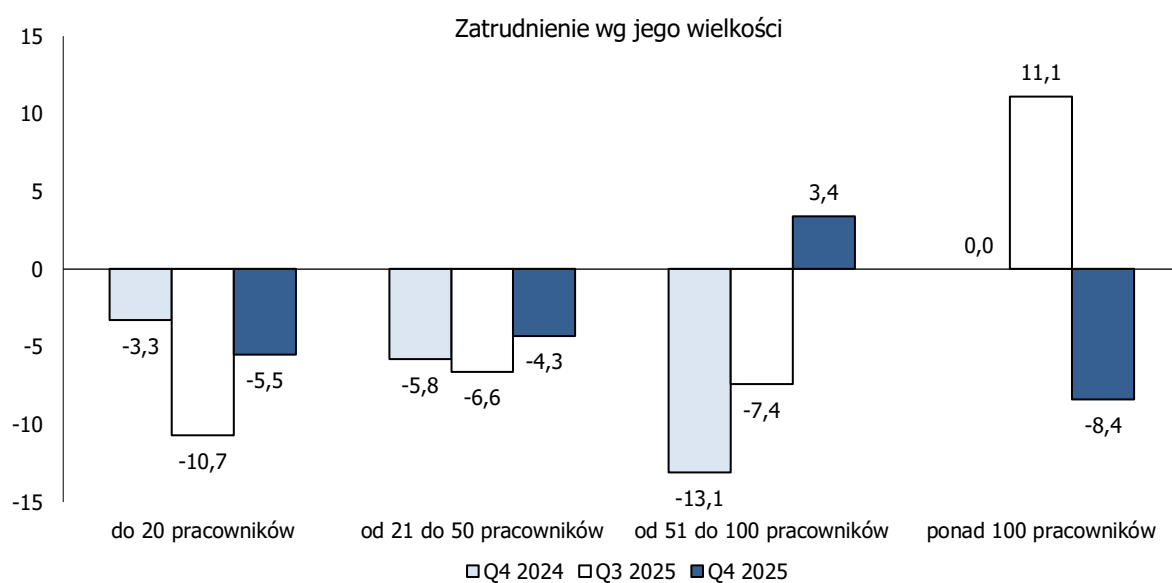
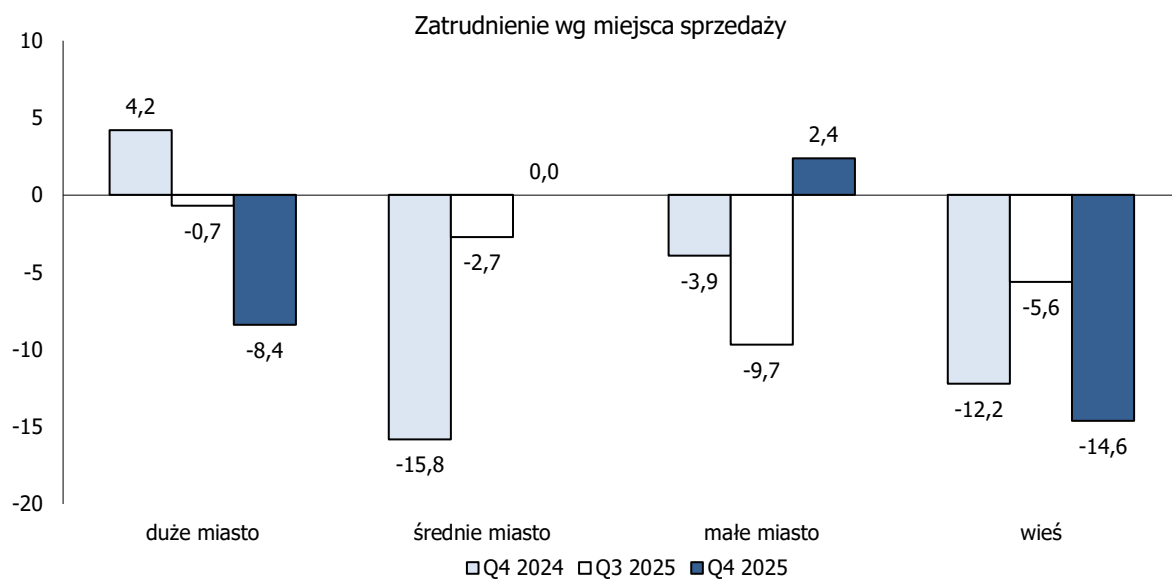


ZATRUDNIENIE

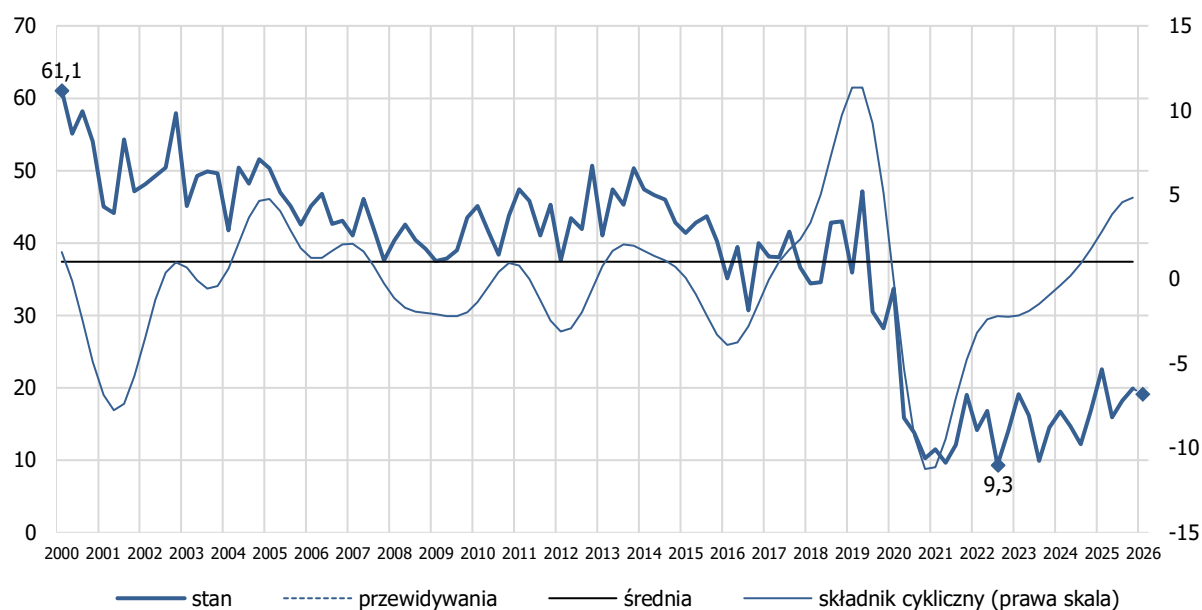


warianty odpowiedzi - odsetki	Q4 2024	Q1 2025	Q2 2025	Q3 2025	Q4 2025	przewidywania
wzrost	6,6	6,2	6,4	7,9	6,5	14,1
brak zmiany	81,2	75,5	82,1	79,5	83,7	77,4
spadek	12,2	18,3	11,5	12,6	9,8	8,4
saldo	-5,6	-12,1	-5,1	-4,7	-3,3	5,7



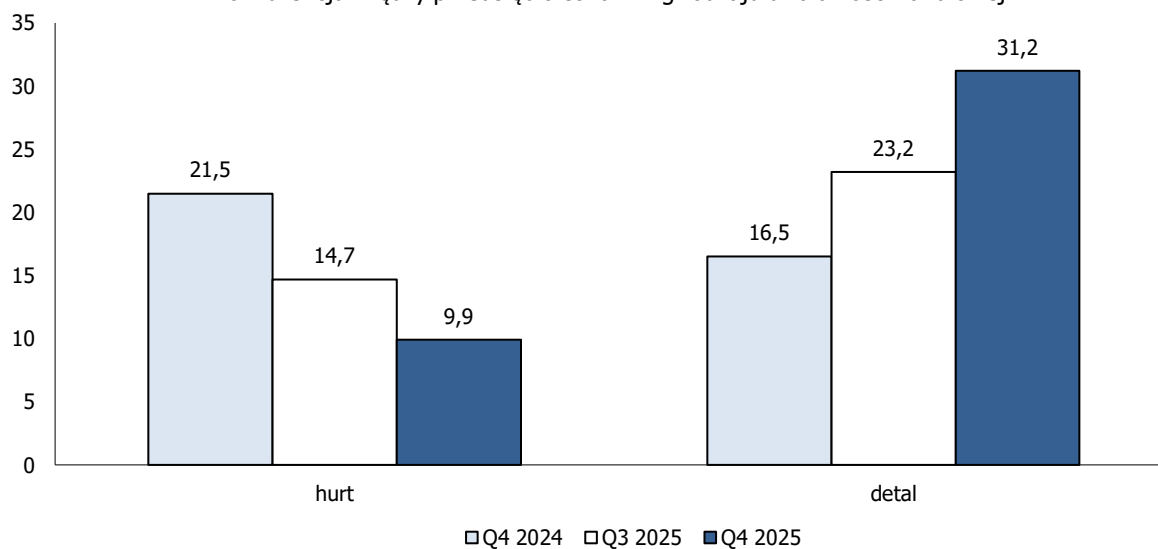


KONKURENCJA MIĘDZY PRZEDSIĘBIORSTWAMI HANDLOWYMI

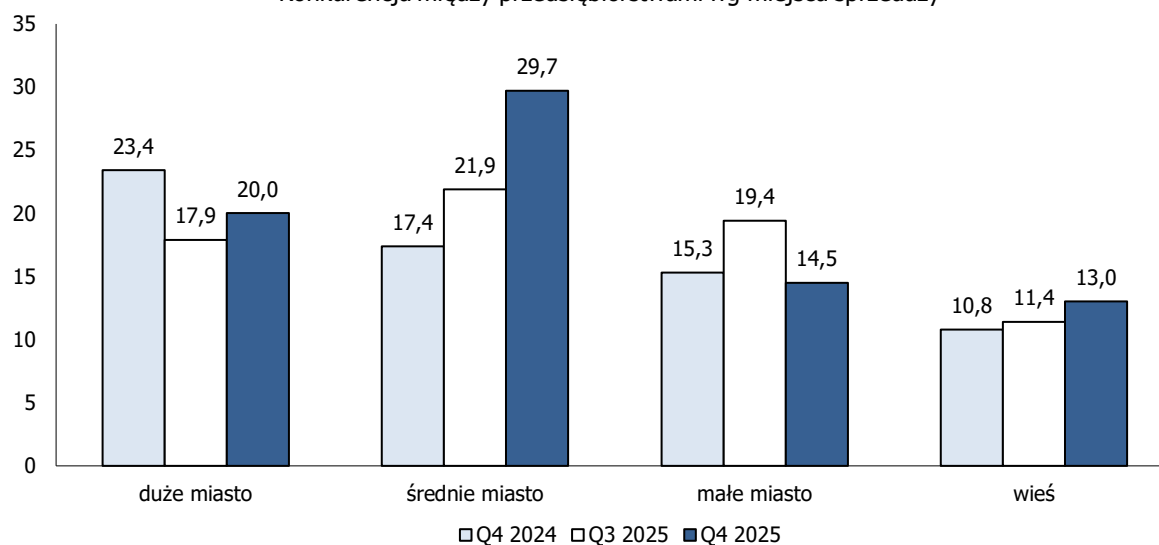


warianty odpowiedzi - odsetki	Q4 2024	Q1 2025	Q2 2025	Q3 2025	Q4 2025	przewidywania
wzrost	18,8	25,3	18,4	21,8	21,0	21,8
brak zmiany	79,3	71,8	79,1	74,6	77,9	75,5
spadek	1,9	2,8	2,5	3,6	1,1	2,8
saldo	16,9	22,5	15,9	18,2	19,9	19,0

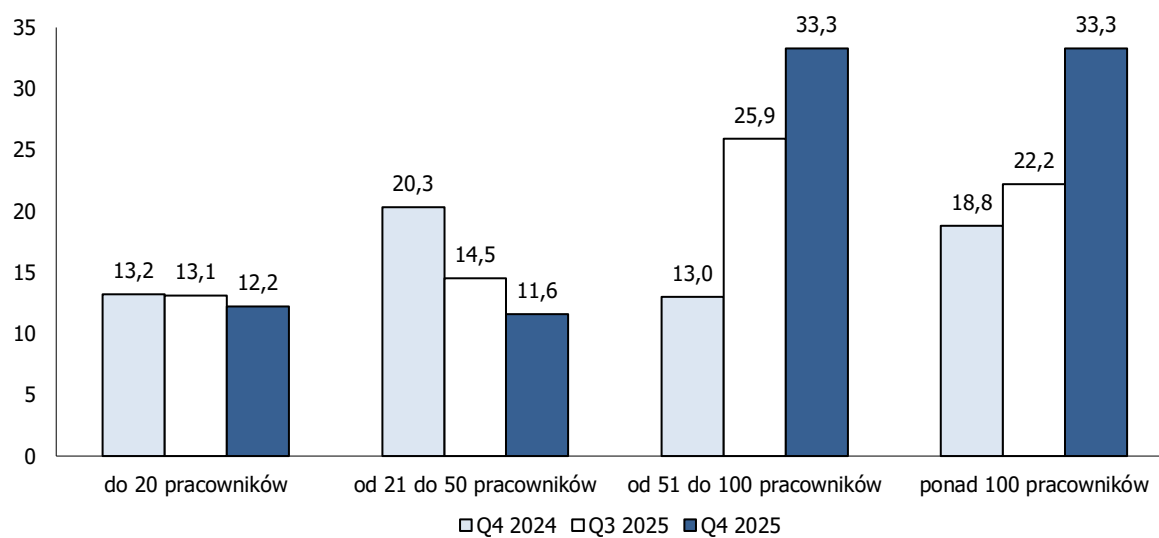
Konkurencja między przedsiębiorstwami wg rodzaju działalności handlowej



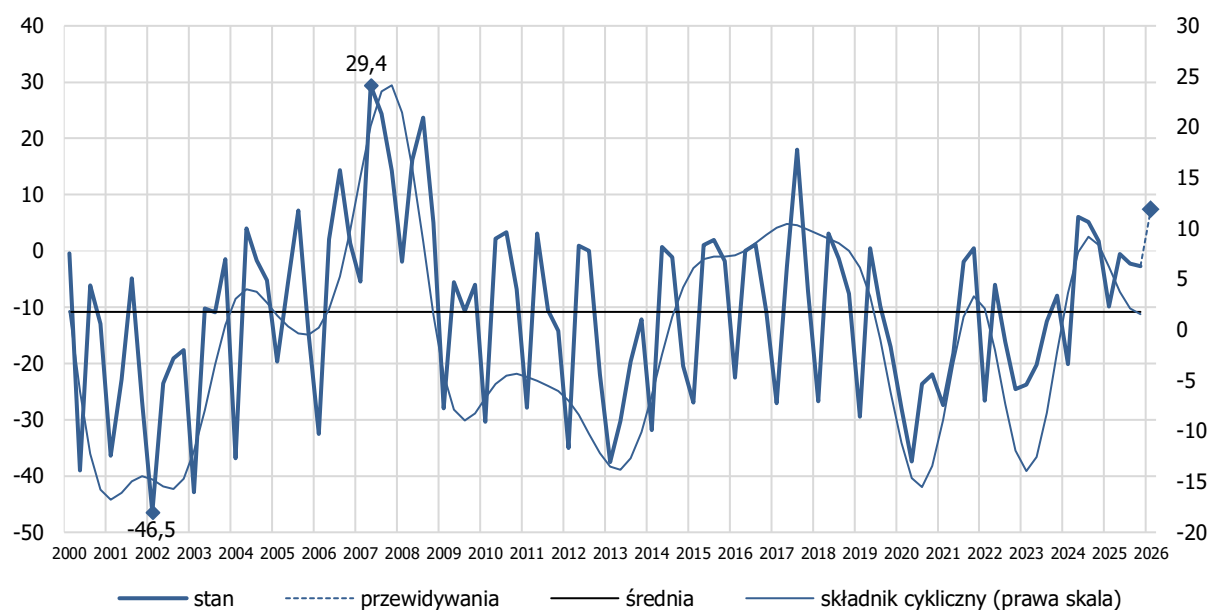
Konkurencja między przedsiębiorstwami wg miejsca sprzedaży



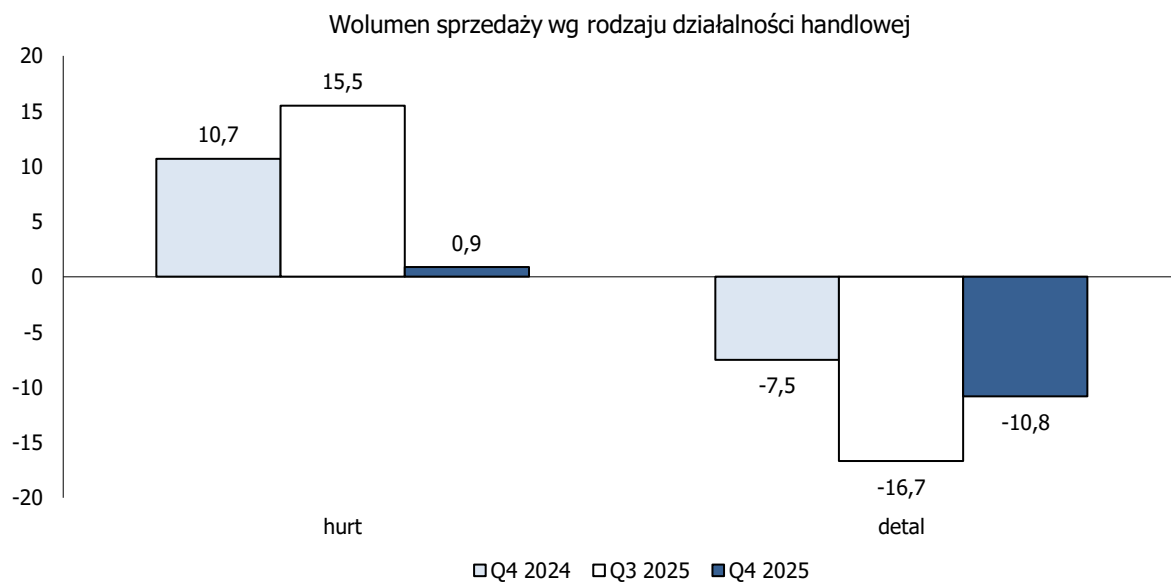
Konkurencja między przedsiębiorstwami wg wielkości zatrudnienia

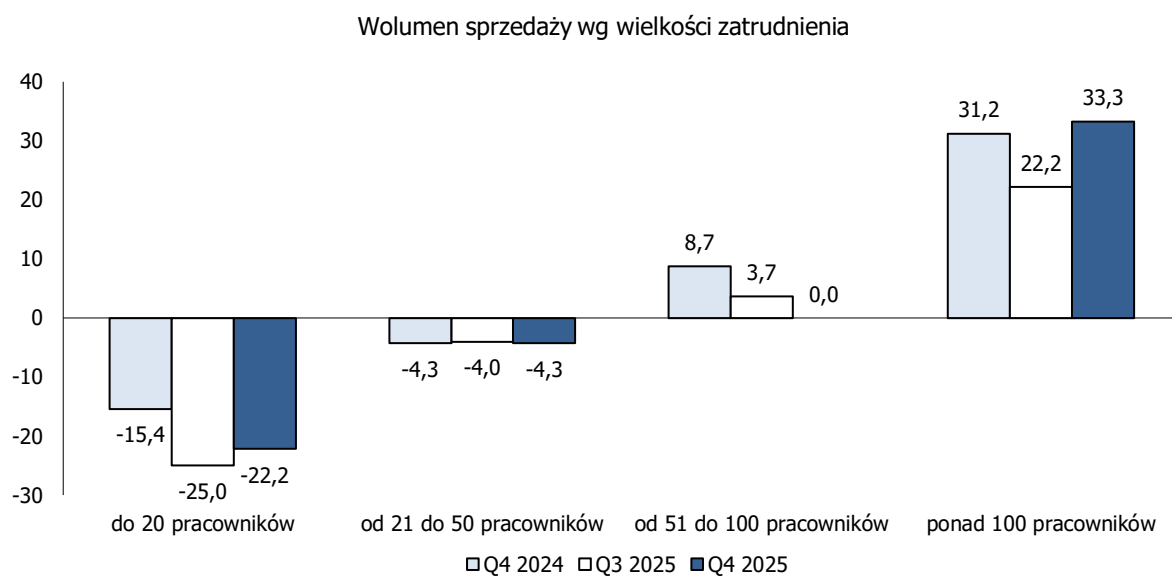
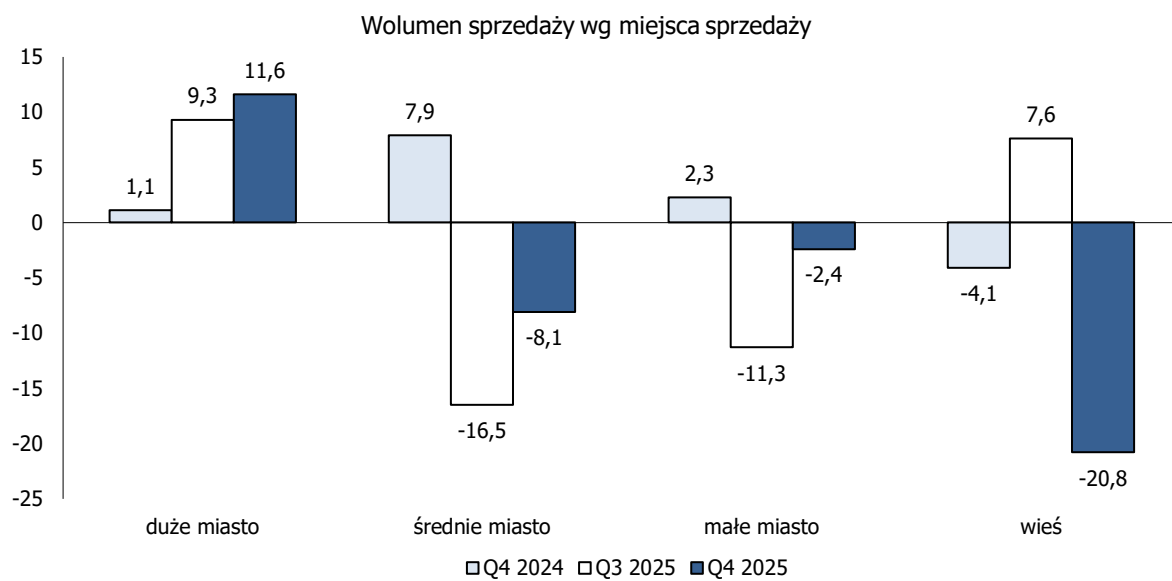


WOLUMEN SPRZEDAŻY

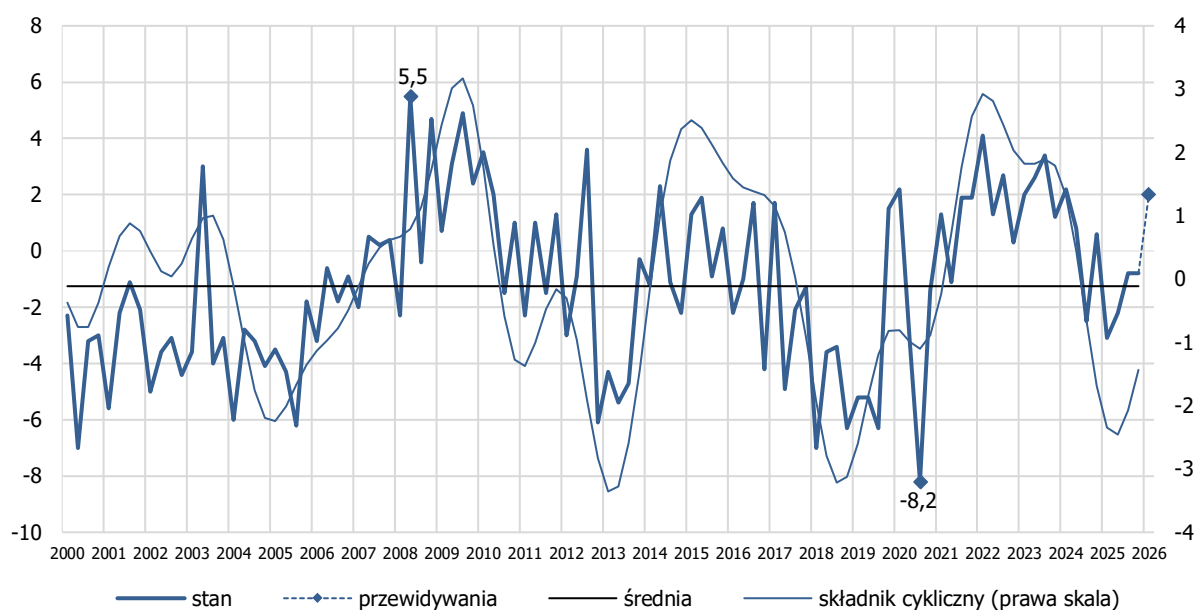


warianty odpowiedzi - odsetki	Q4 2024	Q1 2025	Q2 2025	Q3 2025	Q4 2025	przewidywania
wzrost	22,7	18,3	20,4	21,3	15,3	20,5
brak zmiany	56,4	53,5	58,7	55,1	66,7	66,4
spadek	21,0	28,2	20,9	23,6	18,0	13,1
saldo	1,7	-9,9	-0,5	-2,3	-2,7	7,4

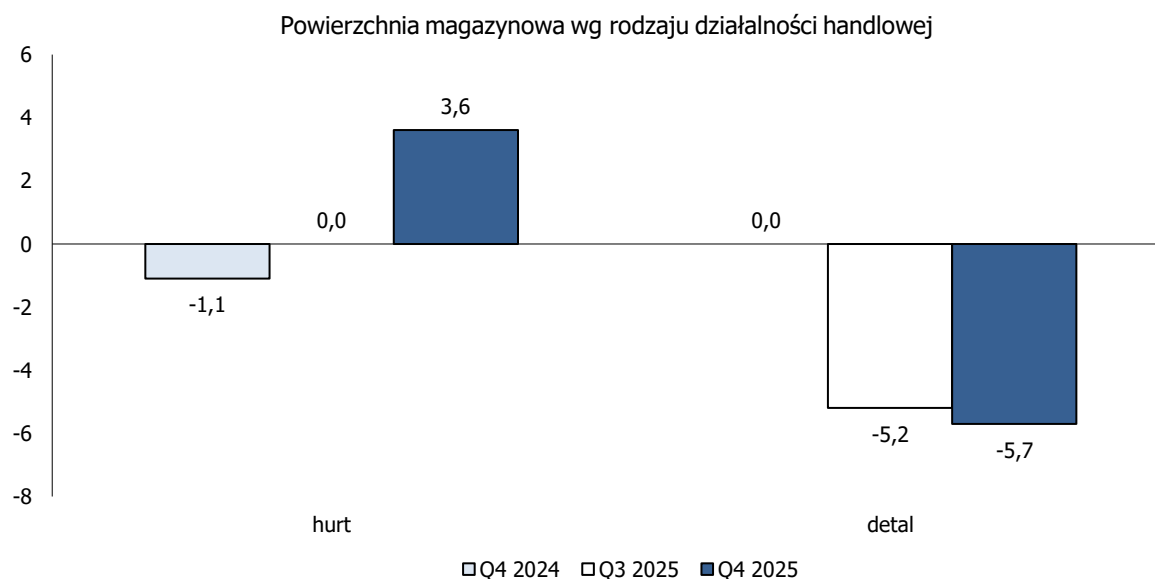


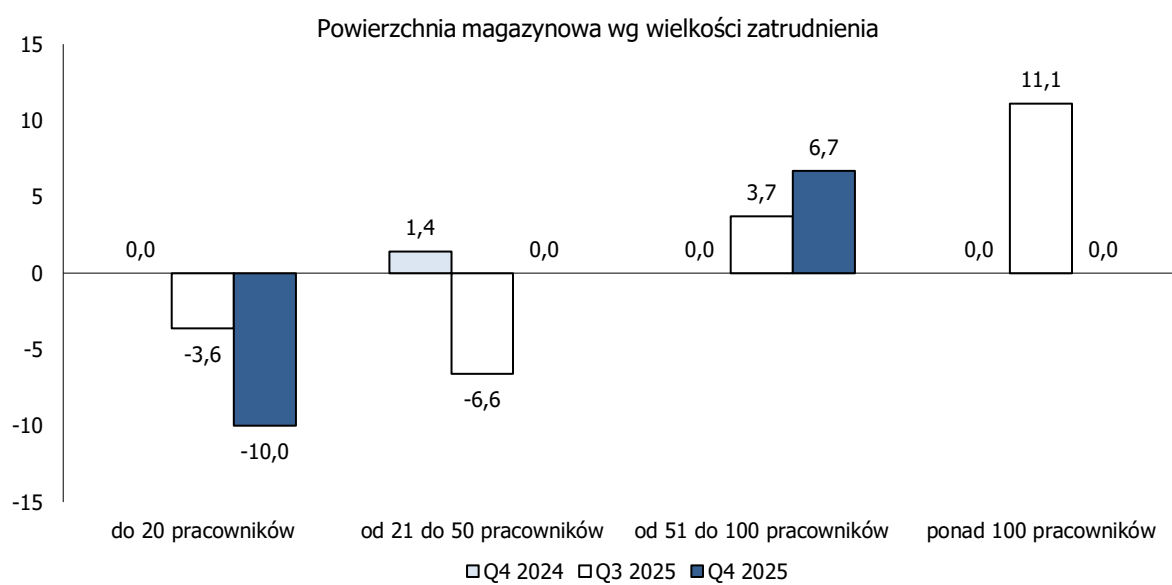
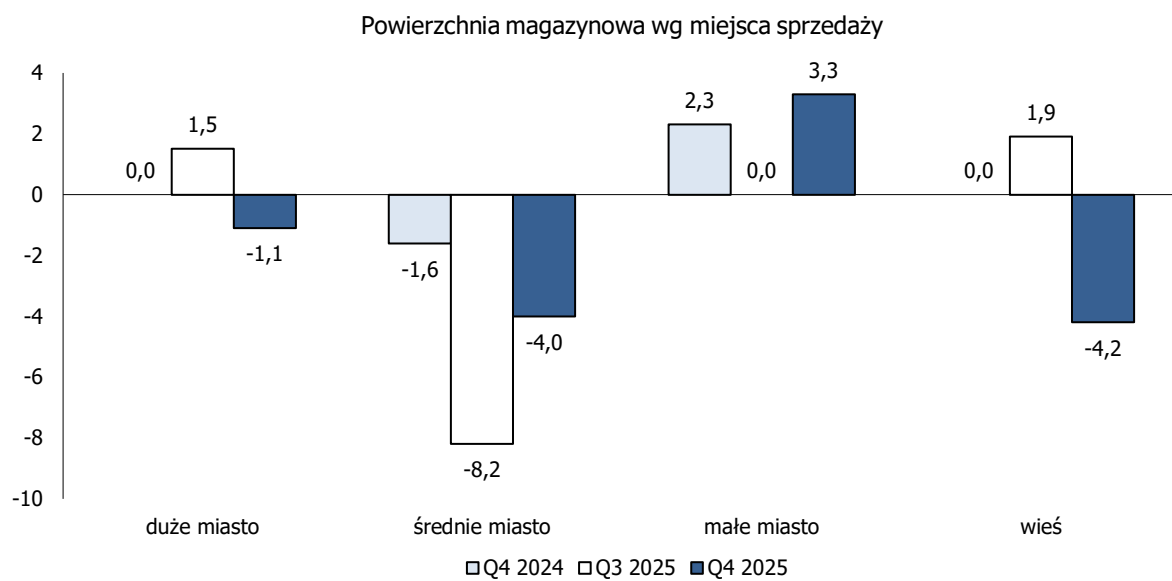


POWIERZCHNIA MAGAZYNOWA

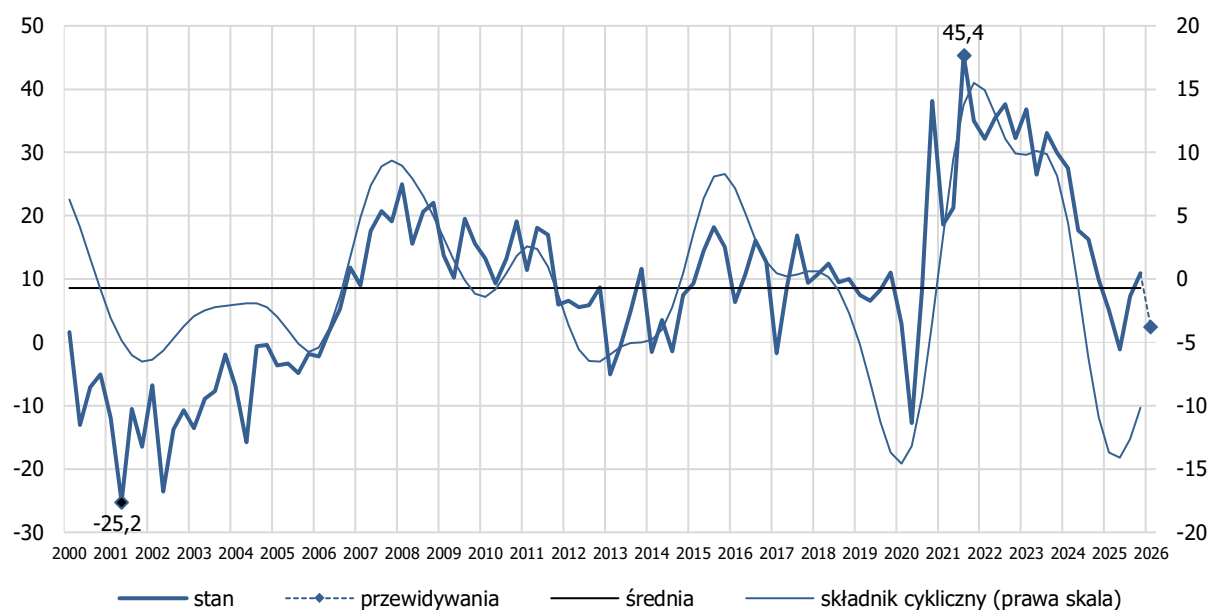


warianty odpowiedzi - odsetki	Q4 2024	Q1 2025	Q2 2025	Q3 2025	Q4 2025	przewidywania
wzrost	2,5	1,8	1,4	3,3	3,0	6,3
brak zmiany	95,6	93,3	95,0	92,6	93,2	89,4
spadek	1,9	4,9	3,6	4,1	3,8	4,3
saldo	0,6	-3,1	-2,2	-0,8	-0,8	2,0

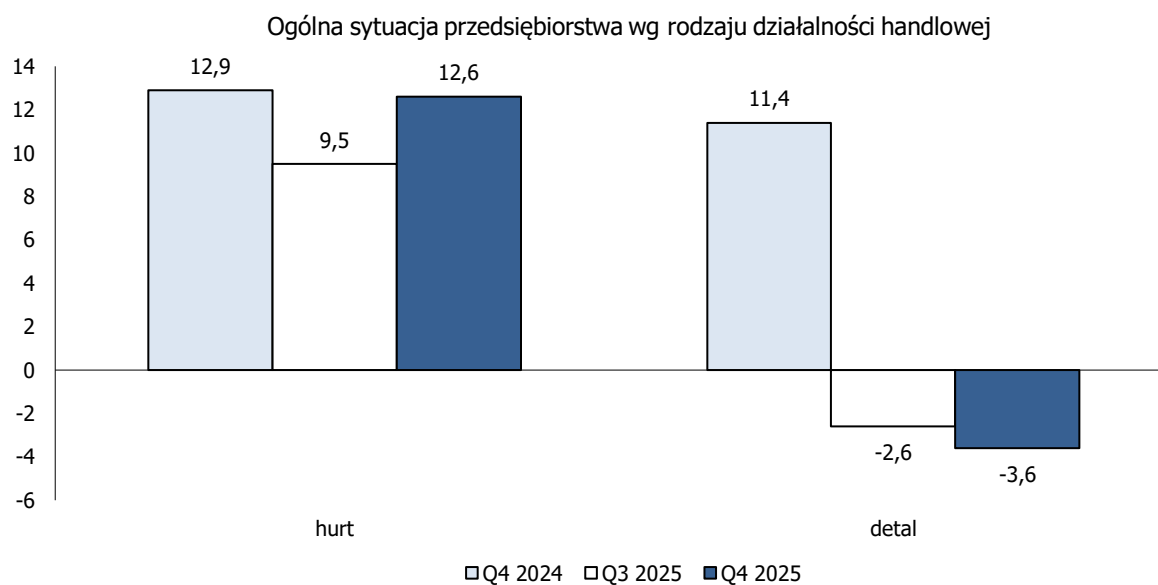


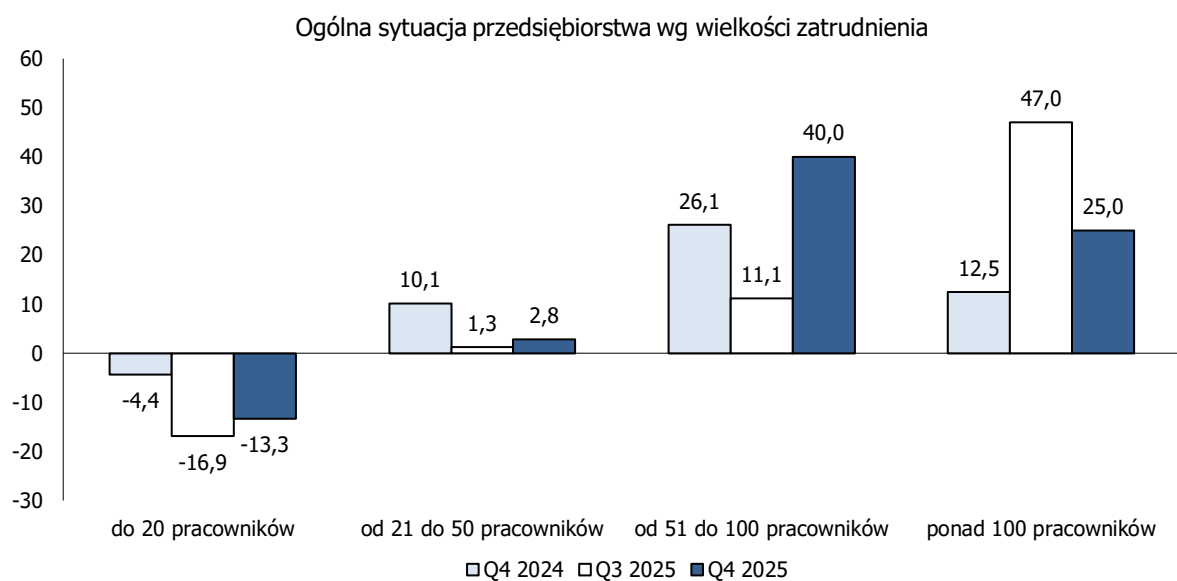
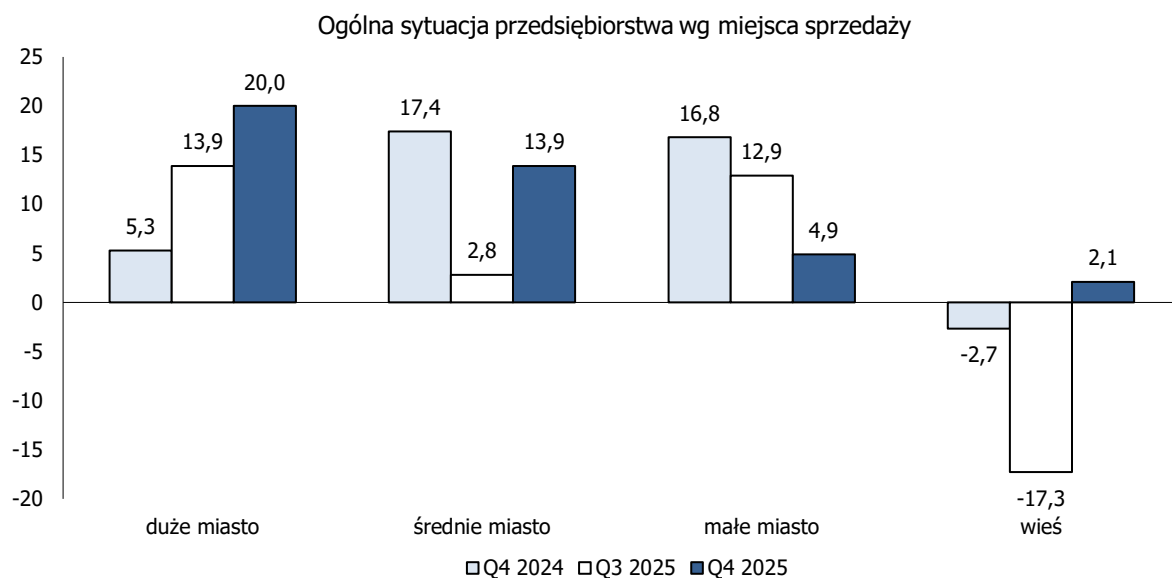


OGÓLNA KONDYCJA PRZEDSIĘBIORSTW

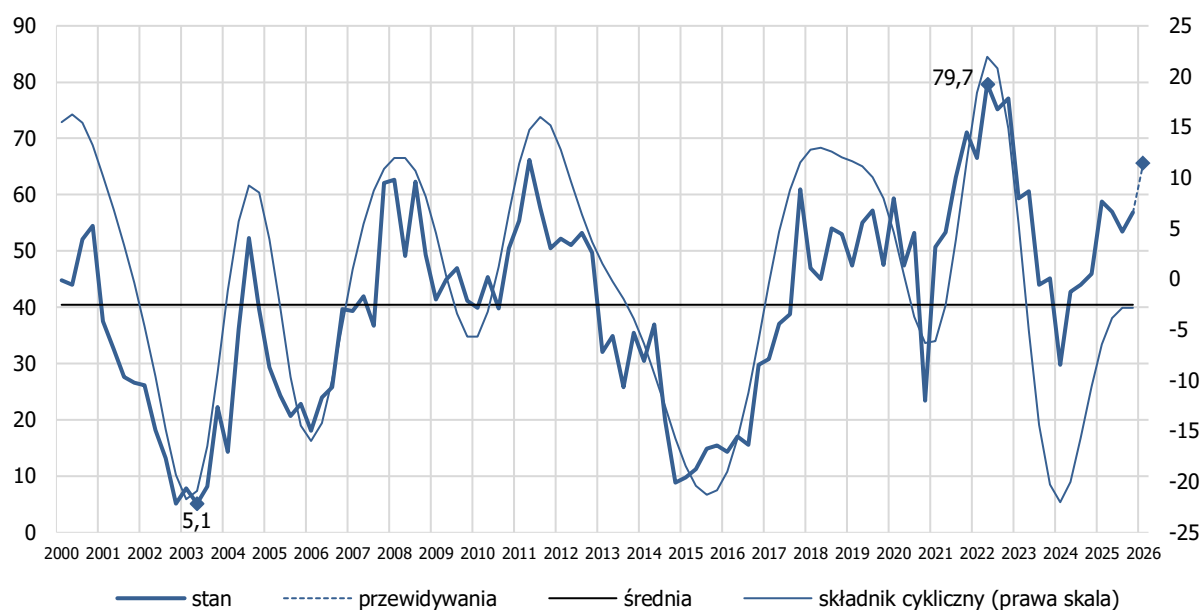


warianty odpowiedzi - odsetki	Q4 2024	Q1 2025	Q2 2025	Q3 2025	Q4 2025	przewidywania
dobra	29,0	25,8	26,3	29,6	26,4	15,2
średnia	51,9	53,5	46,4	48,1	58,2	72,0
słaba	19,1	20,7	27,4	22,3	15,5	12,8
saldo	9,9	5,1	-1,1	7,3	10,9	2,4



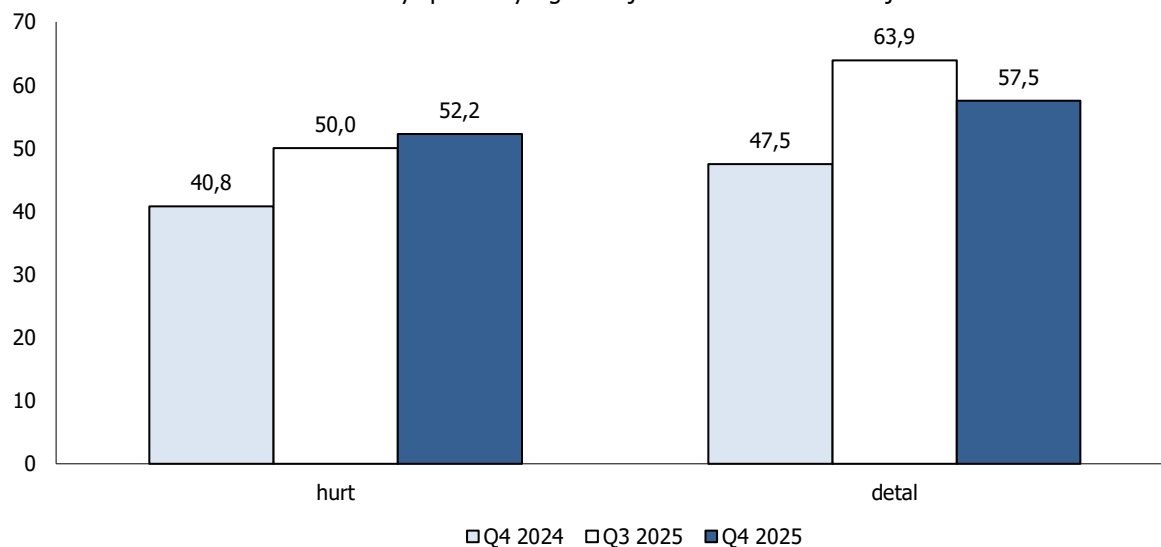


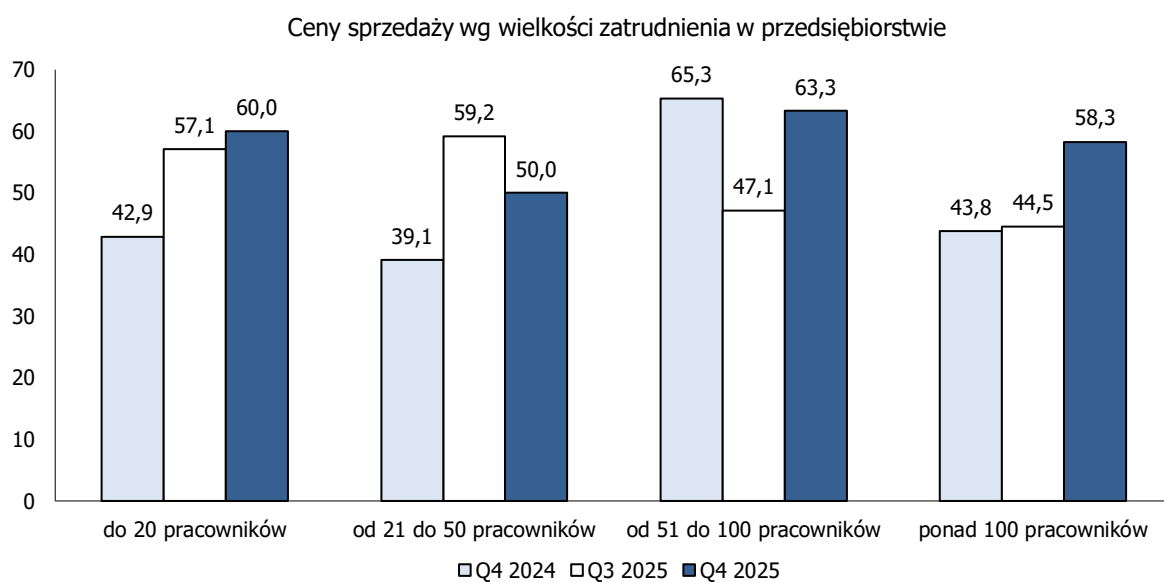
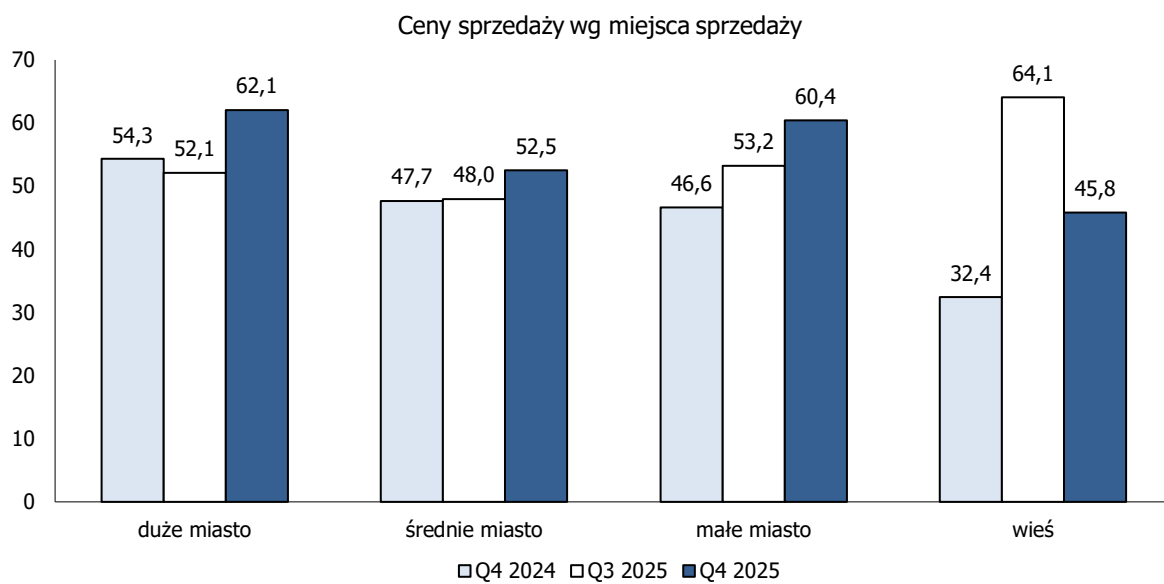
CENY SPRZEDAŻY TOWARÓW



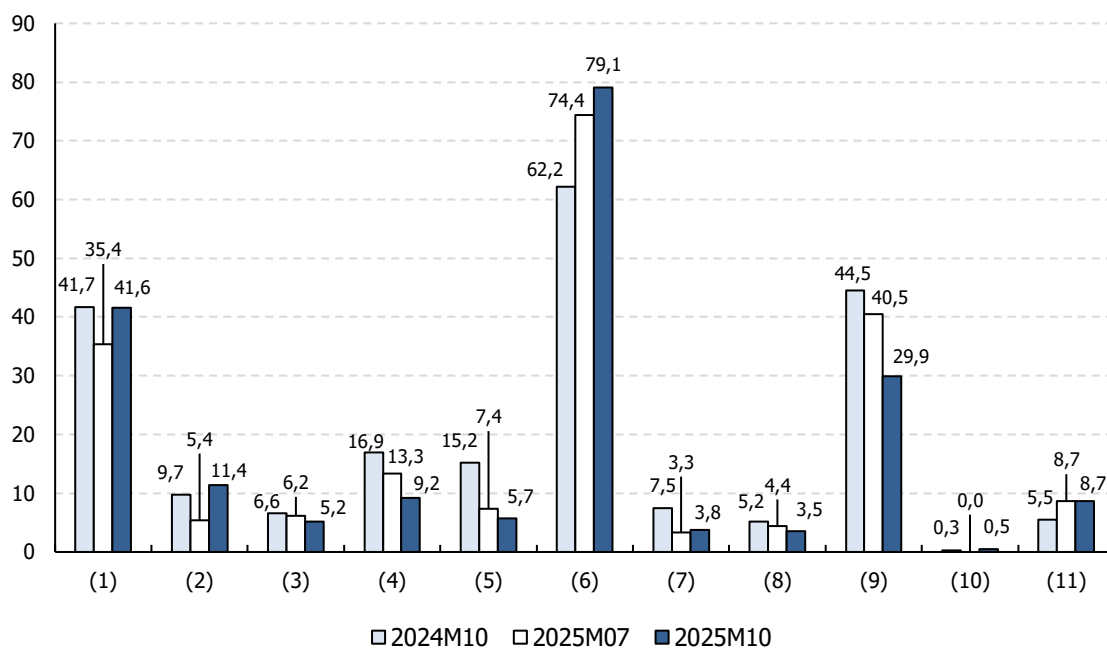
	Q4 2024	Q1 2025	Q2 2025	Q3 2025	Q4 2025
wzrost	50,3	60,1	59,8	57,5	59,0
o więcej	6,9	11,9	12,3	10,5	14,1
o tyle samo	22,7	18,7	29,9	30,3	25,3
o mniej	20,7	29,5	17,6	16,7	19,6
brak zmiany	45,3	38,6	37,4	38,5	38,9
spadek	4,4	1,3	2,8	4,1	2,2
saldo	45,9	58,8	57,0	53,4	56,8

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