



Działalność placówek naukowych

BARBARA BORUSIAK

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Sprawozdanie z konferencji naukowej pt. *Handel we współczesnej gospodarce II. Nowe trendy w sektorze*

W dniach 23–24 maja 2011 r. na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu odbyła się konferencja naukowa pt. *Handel we współczesnej gospodarce II. Nowe trendy w sektorze*, której organizatorem była Katedra Handlu i Marketingu. Konferencja miała na celu:

- prezentację najnowszych trendów w sektorze oraz innowacyjnych rozwiązań stosowanych przez przedsiębiorstwa handlowe,
- wymianę poglądów i dyskusję dotyczącą aktualnych problemów funkcjonowania sfery handlu instytucjonalnego,
- integrację środowiska identyfikującego się z handlem jako przedmiotem badań naukowych.

Konferencja zgromadziła liczne grono uczestników. Wzięli w niej udział przedstawiciele wielu ośrodków naukowych w Polsce i na Słowacji, w których są prowadzone badania w zakresie handlu: Instytutu Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur w Warszawie, Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie, Wyższej Szkoły Menedżerskiej w Warszawie, Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Warszawie, Uniwersytetów Ekonomicznych w Katowicach, Krakowie, Wrocławiu, Poznaniu, Uniwersytetów: Łódzkiego i Szczecińskiego, Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu w Szczecinie, Politechnik: Łódzkiej i Rzeszowskiej, Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, Słowackiego Uniwersytetu Przyrodniczego w Nitrze, Wyższej Szkoły Handlowej we Wrocławiu, Wyższej Szkoły Zarządzania „Edukacja” we Wrocławiu oraz Wyższej Szkoły Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa w Poznaniu. W konferencji uczestniczyli także przedstawiciele praktyki gospodarczej. Konferencja odbyła się w ramach obchodów 85-lecia Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

Na konferencję przyjęto 56 referatów przygotowanych przez 66 autorów. Zostały one wydane w postaci dwóch zeszytów naukowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

W pierwszym z nich, pod redakcją M. Sławińskiej, pt. *Handel we współczesnej gospodarce. Źródła i przejawy innowacyjności*, wyodrębniono pięć części: *Uwarunkowania i przejawy innowacyjności w handlu*, *Internacjonalizacja handlu*, *Koncepcje zarządzania a konkurencyjność przedsiębiorstw handlowych*, *Handel elektroniczny — innowacje i kierunki rozwoju*, *Formy handlu detalicznego*.

Drugi z zeszytów, pod redakcją B. Borusiak, pt. *Orientacja rynkowa we współczesnym handlu detalicznym*, zawiera następujące bloki tematyczne: *Perspektywa nabywców w sektorze handlu detalicznego*, *Komunikacja rynkowa przedsiębiorstw handlu detalicznego*, *Relacje przedsiębiorstw handlu detalicznego z dostawcami*, *Handel detaliczny w Polsce — aspekty strukturalne*.

Program konferencji obejmował pięć sesji plenarnych, trzy pierwszego dnia oraz dwie dnia następnego. Pierwszego dnia, po uroczystym otwarciu konferencji, którego dokonali: Rektor Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, prof. dr hab. M. Gorynia, Dziekan Wydziału Zarządzania, dr hab. H. Sobolewski, oraz Kierownik Katedry Handlu i Marketingu, prof. dr hab. M. Sławińska, rozpoczęła się sesja pierwsza zatytułowana *Innowacje i uwarunkowania rozwoju handlu*. Obradom przewodniczyła prof. dr hab. A. Styś. Pierwszym prelegentem była dr B. Kucharska, która wygłosiła referat pt. *Uwarunkowania innowacji w handlu detalicznym*. Przedstawiła w nim szerokie tło zjawisk determinujących innowacyjne praktyki w sektorze handlu. Następnie prof. dr hab. L. Białoń zaprezentowała istotę oraz potencjalne kierunki innowacji w przedmiotowym sektorze. Autorka następnego wystąpienia — dr hab. B. Borusiak — mówiła o internacjonalizacji przedsiębiorstw handlowych w kontekście metodycznych dylematów mierzenia jego poziomu. Dla równowagi, autorka referatu przedstawianego w następnej kolejności — prof. dr U. Kłosiewicz-Górecka — wskazała możliwości zwiększania konkurencyjności małych przedsiębiorstw handlowych.

Sesję drugą, zatytułowaną *Handel elektroniczny — kierunki rozwoju*, której przewodniczyła dr hab. M. Pluta-Olearnik, rozpoczęło wystąpienie dr hab. G. Smigielskiej traktujące o wirtualnych sieciach dostaw artykułów wybieralnych w świetle teorii kosztów transakcyjnych. Następnie dr G. Mazurek zaprezentował referat pt. *Produkty informacyjne i meta produkty w handlu elektronicznym*. Ostatnie w tej sesji wystąpienie, autorstwa dr hab. I. Rudawskiej oraz dr M. Soboń, dotyczyło funkcjonowania e-aptek.

Sesję trzecią, której przewodniczyła prof. dr hab. B. Pilarczyk, poświęcono wystąpieniom praktyków — reprezentantów dwóch światów handlowych. Dr E. Cetel, Prezes Zarządu Nowego Starego Browaru, przedstawiła problem zarządzania ryzykiem na przykładzie centrum handlowego, formatu standardowego, ale jednak nowatorskiego w łączeniu biznesu ze sztuką. Drugi z prelegentów, M. Wesołowski, reprezentował przedsięwzięcie nie mniej innowacyjne — Grupę Allegro. Opowiedział o historii najpopularniejszego w Polsce serwisu aukcyjnego, który obecnie dysponuje bardzo rozbudowanym portfelem przedsięwzięć. Wystąpienia okazały się bardzo interesujące, uczestnicy konferencji mieli do prelegentów wiele pytań.

Pierwsza sesja dnia następnego dotyczyła strategii przedsiębiorstw handlowych i zachowań nabywców. Przewodniczyła jej prof. dr hab. H. Szulce. Jako pierwsza głos zabrała dr M. Stefańska, która przedstawiła referat pt. *Tożsamość a wizerunek w handlu detalicznym — implikacje dla skuteczności realizowanej strategii pozycjonowania*. W następnym wystąpieniu dr J. Plichta mówił o czynnikach wpływających na zaufanie w relacjach wymiennych na rynkach B2C. Autor kolejnego referatu, dr P. Kowalski, przedstawił koncepcję *Category Management* jako model partnerstwa między siecią detaliczną a dostawcami. Do kwestii relacji detalistów z dostawcami nawiązał także ostatni z prelegentów, dr Sz. Strojny, który mówił o finansowych aspektach tych relacji, a zwłaszcza o kontrowersyjnej kwestii rozliczeń między uczestnikami kanału dystrybucji.

Ostatnia sesja miała charakter dyskusji panelowej. Sesji przewodniczyła dr hab. K. Iwińska-Knop, a w gronie panelistów znaleźli się: dr hab. G. Śmigielska, dr hab. J. Marak, dr A. Grzesiuk, dr E. Maleszyk, dr hab. W. Ciechomski oraz dr hab. B. Borusiak. Wywiązała się wręcz burzliwa dyskusja dotycząca możliwości poprawy sytuacji niezależnych detaliistów. Część dyskutantów stała na stanowisku, że jest to kategoria schyłkowa i niewiele można dla niej zrobić, część zaś, iż wręcz przeciwnie — warto i należy ją wspierać.

Zamknięcia i podsumowania konferencji dokonała prof. dr hab. M. Sławińska, która wskazała na wyraźną intensyfikację badań nad handlem instytucjonalnym, zwiększenie liczby ośrodków, z których rekrutują się badacze handlu, a także potrzebę podejmowania inicjatyw w zakresie badań wspólnych i wymiany doświadczeń, a także organizacji kolejnych konferencji.

GRAŻYNA ŚMIGIELSKA

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Sprawozdanie z seminarium pt. *Spoleczna odpowiedzialność w handlu. Stan obecny i kierunki rozwoju*

W dniu 18.05.2011 r. na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie odbyło się seminarium pt. *Spoleczna odpowiedzialność w handlu. Stan i kierunki rozwoju*. Zostało ono zorganizowane w ramach projektu badawczego Katedry Handlu i Instytucji Rynkowych pod tym samym tytułem. Inspiracją do podjęcia badań problematyki CSR (*Corporate Social Responsibility*) w handlu stała się zarówno znacząca (i stale w Polsce rosnąca) pozycja przedsiębiorstw tego sektora w gospodarce oraz cechy ich funkcjonowania, takie jak m.in. bliskość klienta i zakorzenienie handlu w społeczności lokalnej.

Celem seminarium było zaprezentowanie problematyki społecznej odpowiedzialności handlu od strony teoretycznej, a następnie zderzenie tej teorii z praktyką firm handlowych. Z tego względu na seminarium zostali zaproszeni zarówno pracownicy naukowci Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie i innych instytucji badawczych zajmujący się zagadnieniami CSR i handlu (IBRKK), jak i praktycy biznesu — przedstawiciele stowarzyszeń (POHiD, Polska Izba Handlu), firm handlowych dużych i średniej wielkości, takich jak Grupa Muszkietierowie, Alma Market, Oriflame, ABM S.A. Wyposażenie Sklepów, Biuro Plus, Galeria Rondo w Bochni czy TUV Rheinland Polska Sp. z o.o.

Na wstępie gości przywitał kierownik Katedry Handlu i Instytucji Rynkowych, prof. dr hab. A. Szromnik. Seminarium, w imieniu władz Wydziału Zarządzania UEK, otworzyła dr hab. R. Oczkowska. Uczczono również minutą ciszy pamięć niedawno zmarłego, wieloletniego kierownika KHiIR, prof. dr hab. E. Garbacika, który wniósł znaczący wkład w rozwój teorii handlu. Następnie rozpoczęto pierwszą część seminarium. Jako pierwsza głos zabrała dr A. Paliwoda-Matiolańska, która w swojej wypowiedzi skoncentrowała się na istocie koncepcji społecznej odpowiedzialności. Uznała ona za paradoks współczesnego zarządzania fakt, że przedsiębiorstwa muszą godzić cel, którym jest osiąganie zysku, z imperatywem społecznej odpowiedzialności. Wskazała jednak możliwości rozwiązania tego problemu, tkwiące m.in. w takich teoriach, jak teoria interesariuszy czy teoria zrównoważonego i trwałego rozwoju. Przedstawiła również wyzwania dla rozwoju tej koncepcji, m.in.