



Działalność placówek naukowych

Sławomir Tajer
IBRKK – Warszawa

Sprawozdanie z konferencji naukowej pt. *Przedsiębiorstwa sektora handlu i usług w okresie spowolnienia gospodarki*

W dniu 11 marca 2013 roku w Ministerstwie Gospodarki odbyła się konferencja naukowa pt. *Przedsiębiorstwa sektora handlu i usług w okresie spowolnienia gospodarki*. Honorowy patronat nad nią objął Wicepremier, Minister Gospodarki Janusz Piechociński.

Konferencja stanowiła rozszerzoną formułę prezentacji wyników dwóch raportów, tzn.: *Usługi w Polsce 2009-2011* oraz *Handel wewnętrzny w Polsce 2008-2012*. Oba raporty przygotowane zostały głównie przez pracowników Instytutu Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur w Warszawie. Wśród autorów tych raportów znaleźli się również pracownicy Uniwersytetów Ekonomicznych w Krakowie i Poznaniu, Uniwersytetu Szczecińskiego, UMCS w Lublinie i SGGW w Warszawie. Celem konferencji była wymiana poglądów przedstawicieli środowiska nauki oraz praktyki gospodarczej na temat sytuacji przedsiębiorstw sektora handlu i usług w okresie spowolnienia polskiej gospodarki.

Konferencję otworzył Dyrektor IBRKK dr hab. R. Michalski. W swoim krótkim wystąpieniu powitał przybyłych przedstawicieli środowiska nauki i praktyki gospodarczej, autorów poszczególnych części raportów oraz nadesłanych referatów, a także zaprezentował program konferencji.

Konferencja składała się z dwóch części. W pierwszej wygłoszono następujące referaty: *Wzłowe problemy rozwoju sektora usług w Polsce* (autor: dr B. Słomińska, prof. IBRKK) oraz *Problemy zrównoważonego rozwoju różnych formatów handlu w Polsce* (autor: dr U. Kłosiewicz-Górecka, prof. IBRKK). W szczegółowy sposób zaprezentowane w nich zostały główne zagadnienia omawiane w wymienionych wyżej raportach.

W początkowej części wystąpienia prof. B. Słomińska dokonała przeglądu podstawowych wskaźników charakteryzujących zmiany udziału sektora usług w gospodarce narodowej oraz zmiany jakościowe zachodzące w jego sekcjach w latach 2009-2011. Stał się on punktem wyjścia do wskazania silnych i słabych stron innowacyjności polskiego sektora usług. Prof. B. Słomińska do silnych stron tego sektora zaliczyła m.in. aktywność przedsiębiorców w kontaktach z partnerami rynkowymi, rosnący popyt na innowacyjne rozwiązania, dysponowanie wykwalifikowanymi pracownikami. Za słabe strony uznała natomiast utrzymujące się niskie nakłady na B+R, mały zakres współpracy z zapleczem naukowym oraz niewielką skalę korzystania z praw ochrony własności intelektualnej. Autorka zwróciła również uwagę na główne dylematy rozwoju sektora usług (np. niezadowalający poziom innowacyjności, niekorzystną strukturę wydatków budżetu państwa oraz utrzymującą się słabą pozycję Polski w światowych rankingach konkurencyjności). W końcowej części referatu skupiła się na wyzwaniach stojących przed sektorem usług, takich jak: potrzeba wzrostu poziomu innowacyjności firm usługowych, wspomaganie rozwoju rynku e-handlu i e-usług, ułatwienia w dostępie do różnego rodzaju narzędzi cyfrowych, rozwój doradztwa strategicznego, tworzenie warunków do intensywnego rozwoju *outsourcingu* i *offshoringu* w usługach opartych na wiedzy. Zdaniem prof. B. Słomińskiej, rozwiązanie tych problemów może się przyczynić do aktywnej stymulacji wzrostu gospodarczego przez sektor usług.

Jako druga głos zabrała prof. U. Kłosiewicz-Górecka. W początkowej części referatu omówiła główne zjawiska i tendencje, które wystąpiły w rozwoju handlu wewnętrznego w latach 2007-2011 podkreślając, że w tym okresie charakteryzował się on wysokim udziałem w rozwoju gospodarczym kraju, głębokimi przemianami jakościowymi (czego wyrazem jest np. zróżnicowana dynamika rozwoju poszczególnych form handlu oraz zmieniające się relacje między detalem i hurtem) oraz utrzymującą się istotną rolę mikro i małych firm handlowych w polskiej gospodarce. Zdaniem autorki, zmarginalizowanie roli tych firm może pociągnąć za sobą negatywne konsekwencje zarówno dla niewielkich producentów i dystrybutorów, jak i dla rynków lokalnych oraz rynku pracy. Następnie omówiła makro- i mikroekonomiczne uwarunkowania zrównoważonego rozwoju różnych form handlu w Polsce. Na przykład warunek makro, którym jest „konkurencja w sferze handlu” sprzyja rozwojowi sieci handlowych, w tym szczególnie dyskontów. Zmiany zaś w decyzjach zakupowych konsumentów stwarzają szansę rozwoju dla niezależnych firm detalicznych. Spośród uwarunkowań mikroekonomicznych autorka zwróciła uwagę m.in. na dostęp do nowoczesnych technologii teleinformatycznych, które są szansą dla niezależnych firm detalicznych oraz na trudności firm mikro w pozyskiwaniu kapitału intelektualnego, mogące doprowadzić do intensyfikacji procesów integracyjnych. W zakończeniu wystąpienia prof. U. Kłosiewicz-Górecka wyraziła opinię, że w okresie spowolnienia gospodarczego silnie różnicują się szanse rozwoju poszczególnych form handlu. Najmniejsze szanse rozwoju mają małe, niezależne firmy detaliczne oraz firmy hurtowe mikro o zasięgu regionalnym, natomiast relatywnie najkorzystniejsze – sieci dyskontowe.

W drugiej części konferencji odbyły się dyskusje panelowe. Każda z nich poprzedzona została wystąpieniami wprowadzającymi.

Moderatorem dyskusji panelowej nt. *Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw w okresie spowolnienia gospodarki* była prof. dr hab. M. Sławińska (UE w Poznaniu). Dyskusję tę poprzedziły dwa wystąpienia.

Dr hab. A. Skowronek-Mielczarek (prof. SGH) zaprezentowała referat pt. *Wewnętrzne i zewnętrzne źródła finansowania i ich skutki dla konkurencyjności przedsiębiorstw*. Autorka skoncentrowała się na strukturze kapitału, relacjach nakładów inwestycyjnych do nadwyżki finansowej oraz głównych źródłach zobowiązań i strukturze ich wykorzystania w przedsiębiorstwach handlowych. Zagadnienia te omówione zostały zarówno w odniesieniu do ogólnej zbiorowości przedsiębiorstw handlowych o liczbie pracujących powyżej 9 osób, jak i według klas wielkości. Prof. A. Skowronek-Mielczarek podkreśliła, że wyższa rentowność kapitału własnego oraz wyższe wskaźniki dotyczące okresu spływu należności w latach 2009-2011 występowały w małych przedsiębiorstwach handlowych. Wysoka rentowność kapitału własnego w tych przedsiębiorstwach spowodowana była stosunkowo niskim zaangażowaniem kapitału własnego. Wyższe wskaźniki dotyczące okresu spływu należności wynikały natomiast ze słabszej pozycji przetargowej małych przedsiębiorstw – w porównaniu z dużymi – wobec odbiorców.

Autorem drugiego referatu pt. *Innowacyjne aspekty konkurencyjności przedsiębiorstw handlowych w okresie spowolnienia gospodarczego* był W. Nowakowski (Prezes Zarządu Polskiej Izby Handlu). W jego imieniu prezentacji dokonał M. Kraszewski (PIH), który skoncentrował się na korzyściach płynących z integracji dystrybucji oraz konsolidacji sieci handlowych, a także na rozwoju formatu *convenience*. W opinii prelegenta, integracja, dystrybucji sprzyja m.in. organizacji centralnego systemu zakupowego, elastyczności kontraktów i oferty towarowej oraz ułatwianiu zachowania dyscypliny zakupowej w systemach franczyzowych. Konsolidacja sieci handlowych pozwala natomiast racjonalizować wykorzystanie powierzchni magazynowej, integrować IT, wdrażać marki własne, a także przyczynia się do rozwoju komunikacji marketingowej i wizerunkowej. W najbliższych latach w Polsce powinno dojść do intensyfikacji rozwoju formatu *convenience*. Wynika to z takich jego cech, jak np. dogodna lokalizacja, asortyment dostosowany do oczekiwań nabywców, przewaga w ofercie towarów tradycyjnych, świeżych i premium.

Uczestnikami dyskusji panelowej byli: R. Juskiewicz (Dyrektor Przedstawicielstwa Metro AG w Polsce), M. Kraszewski (PIH), M. Luboń (Dyrektor Generalny Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej), dr J. Rakowski (Prezes Kongregacji Handlowo-Przemysłowej) oraz dr hab. K. Świetlik (prof. Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej). Dyskusja toczyła się wokół następujących zagadnień:

- spowolnienie gospodarcze – wyzwanie czy normalność w działalności biznesowej?
- czy kryzys może być szansą rozwoju i dla jakich firm?
- czy istnieje potrzeba monitorowania funkcjonowania przedsiębiorstw w sferze handlu – uwarunkowania i korzyści?

W trakcie dyskusji podkreślano m.in., że w okresie spowolnienia gospodarczego najlepiej sobie radzą na rynku duże formaty handlowe, natomiast znacznie gorzej - małe. W opinii niektórych dyskutantów jest to wynikiem nierównego traktowania różnych form han-

dlu. Zgodnie podkreślono, że w najbliższych latach na polskim rynku działać będą znane dotychczas formaty handlu, jednak dynamika ich rozwoju pozostanie dość zróżnicowana. Szczególnie intensywnie powinien się rozwijać handel internetowy.

Moderatorem dyskusji panelowej nt. *Strategie rozwoju przedsiębiorstw handlowych i usługowych* była dr hab. A. Dąbrowska (prof. IBRKK). Dyskusję w ramach tego panelu poprzedziły dwa wystąpienia.

Dr hab. A. Grzesiuk (prof. Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu w Szczecinie) wygłosiła referat pt. *Franczyza jako strategia rozwoju dla handlu małopowierzchniowego*. W początkowej części wystąpienia autorka wskazała na dwa główne trendy handlu, tzn. ekspansję „organiczną” oraz „usieciowienie” niezależnych sklepów małopowierzchniowych. Następnie omówiła zmiany, które zaszły w drobnym handlu pod wpływem procesów integracyjnych. Szczególną uwagę zwróciła na rozwój systemów i placówek franczyzowych w latach 2008-2011. Autorka podkreśliła, że franczyza twarda jest szansą na przezwycięzenie aktualnych barier rozwojowych drobnego handlu, gdyż umożliwia m.in. transfer *know-how* w zakresie marketingu, zarządzania powierzchnią sprzedaży, narzędzi informatycznych wspierających zarządzanie w handlu oraz wzrost znaczenia marki, jako kryterium wyboru klienta. W zakończeniu wystąpienia prof. A. Grzesiuk omówiła filary dobrego systemu franczyzowego, do których zaliczyła: *know-how*, doradztwo, rozpoznawalną markę, produkty i logistykę. W opinii autorki neutralizują one słabości drobnego handlu.

E-handel a handel stacjonarny – konkurencyjność czy komplementarność? to referat, który wygłosił dr R. Mącik z UMCS w Lublinie. Referat ten przygotowany został na podstawie autorskich badań z lat 2008 i 2012. Wyniki przeprowadzonych badań pozwoliły na sformułowanie wielu istotnych wniosków, jak np.: największa zmiana w postrzeganiu poszczególnych formatów handlu dotyczy dyskontów, sklepy internetowe i aukcje postrzegane są jako miejsca o wysokim całościowym koszcie dla konsumenta, zakup przez Internet to często konieczność, wielokanałowy proces zakupu produktów trwałego użytku jest normą a nie wyjątkiem. W zakończeniu wystąpienia dr R. Mącik podkreślił, że konflikty między sprzedawcami fizycznymi i wirtualnymi są niekorzystne dla konsumentów, którzy oba kanały postrzegają jako komplementarne w fazach poszukiwania informacji i oceny alternatyw. Co więcej, gdyby konsumenci mogli nabywać towary w kanale fizycznym po cenach internetowych, rzadziej kupowaliby przez Internet (odczuwają oni ryzyko, ale preferują niższe ceny).

Uczestnikami dyskusji panelowej byli: dr hab. B. Borusiak (prof. UE w Poznaniu), A. Gantner (Dyrektor Generalny Polskiej Federacji Producentów Żywności), A. Wojciechowicz (Szef Firmy Doradczej FMCG Business Consulting), dr A. Faliński (Dyrektor Generalny Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji), A. Lewiński (Zastępca Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych), dr B. Pokorska (prof. IBRKK). Dyskusja toczyła się wokół następujących problemów:

- budowanie lojalności, czy szukanie dróg dotarcia do nowych klientów szansą przedsiębiorstw w okresie spowolnienia gospodarczego;

- konsolidacja przedsiębiorstw handlowych – perspektywy w okresie spowolnienia gospodarczego;
- najbardziej efektywne działania marketingowe dostosowujące przedsiębiorstwa handlowe do zmian w otoczeniu.

W trakcie dyskusji podkreślano m.in., że małe, niezależne sklepy osiedlowe coraz częściej stawiają na zindywidualizowane relacje z klientami oraz wprowadzają różne formy działalności marketingowej. Mimo to ich rola w handlu detalicznym ulega zmarginalizowaniu. Wynika to przede wszystkim z zapaści finansowej tego formatu handlu. Podkreślano również potrzebę dalszej integracji firm handlowych, w tym zwłaszcza przez rozwój systemów i placówek franczyzowych. W opinii niektórych dyskutantów, procesy franczyzowe należy traktować elastycznie, gdyż ich przebieg będzie inny na terenach zurbanizowanych, a inny na typowo rolniczych. Dlatego integracja firm handlowych w dalszym ciągu powinna się dokonywać zarówno poprzez franczyzę twardą, jak i miękką.

Podsumowania i zamknięcia konferencji dokonał Dyrektor IBRKK dr hab. R. Michalski. Wyraził przy tym zadowolenie z interesującego jej przebiegu.