

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO



Podlaskie Obserwatorium
Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

SEKTOR HANDLU



Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

**Białystok
2010**

ISBN 978-83-62258-19-2

Publikacja bezpłatna

www.obserwatorium.up.podlasie.pl

„Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego”.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI





ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

SEKTOR HANDLU



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



ZESPÓŁ AUTORSKI

prof. nadzw. dr hab. Bogusław Plawgo

dr Anna Grabska

dr Magdalena Klimczuk

dr Katarzyna Krot

mgr Mariusz Citkowski

mgr Marta Juchnicka

mgr Agnieszka Sosnowicz

mgr Justyna Żynel-Etel

mgr Kamil Leszko

KONSULTACJA

dr Wiesław Urban

ISBN 978-83-62258-19-2

© COPYRIGHT BY WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY W BIAŁYMSTOKU
BIAŁYSTOK 2010

Badanie zostało przeprowadzone w ramach projektu:
**„PODLASKIE OBSERWATORIUM RYNKU PRACY
I PROGNOZ GOSPODARCZYCH”**
przez Fundację BFKK



współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego
w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Działanie 8.1 Rozwój pracowników
i przedsiębiorstw w regionie, Poddziałanie 8.1.4 Przewidywanie zmiany gospodarczej

www.obserwatorium.up.podlasie.pl

DRUK:

Druk123.pl

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR HANDLU

Spis treści

1. Koncepcja badania	5
1.1. Uzasadnienie badania.....	5
1.2. Cele badania.....	6
1.3. Zakres przedmiotowy badania	7
1.4. Obszary analizy.....	7
2. Metodologia badań.....	8
3. Charakterystyka sektora	10
3.1. Pojęcie sektora handlu	10
3.2. Charakterystyka sektora handlu w Polsce	12
3.3. Sektor handlu w województwie podlaskim.....	18
4. Popytowo-podażowe zewnętrzne uwarunkowania rozwojowe sektora.....	21
5. Analiza sił konkurencji w sektorze.....	22
6. Analiza powiązań sektora z rynkiem pracy	25
6.1. Poziom i struktura zatrudnienia w sektorze handlu	25
6.2. Analiza dostępności i zapotrzebowania na kadry	27
6.3. Specyfika zawodów w sektorze handlowym – oczekiwania pracodawców	29
6.4. Analiza rozwoju kadr pracowniczych.....	32
6.5. Powiązania z instytucjami rynku pracy.....	33
6.6. Prognoza zmian w zatrudnieniu	35
6.7. Powiązania instytucji z sektorem handlu – możliwości współpracy.....	35
6.8. Podsumowanie	36
7. Analiza SWOT sektora.....	37
8. Uwarunkowania i prognozy rozwoju sektora w województwie podlaskim. Rekomendacje	41
8.1. Uwarunkowania rozwoju sektora.....	41
8.1.1. Uwarunkowania rozwoju podsektora handlu detalicznego.....	41
8.1.2. Uwarunkowania rozwoju podsektora handlu hurtowego.....	41

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR HANDLU

8.2. Prognozy rozwoju sektora.....	42
8.2.1. Układ scenariuszowy stanów otoczenia podsektora handlu detalicznego.....	43
8.2.2. Układ scenariuszowy stanów otoczenia podsektora handlu hurtowego.....	45
8.3. Strategia rozwoju sektora wynikająca z analizy SWOT	47
8.4. Prognozy rozwoju sektora – wnioski	48
8.4.1. Perspektywa średniookresowa (do 5 lat) dla podsektora handlu detalicznego.....	48
8.4.2. Perspektywa długookresowa (powyżej 5 lat) dla podsektora handlu detalicznego.....	49
8.4.3. Perspektywa średniookresowa (do 5 lat) dla podsektora handlu hurtowego.....	50
8.4.4. Perspektywa długookresowa (powyżej 5 lat) dla podsektora handlu hurtowego.....	50
8.5. Rekomendacje.....	51
8.5.1. Rekomendacje dla podsektora handlu detalicznego	51
8.5.2. Rekomendacje dla podsektora handlu hurtowego	53
Słownik pojęć.....	57
Bibliografia	59
Spis rysunków	60
Spis tabel	60
Spis wykresów	60

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

1. Koncepcja badania

1.1. Uzasadnienie badania

Badanie pn. „ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO” jest ściśle powiązane z realizacją projektu Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych.

Projekt Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych finansowany jest w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013, Priorytetu VIII Regionalne Kadry Gospodarki, Działania 8.1 Rozwój pracowników i przedsiębiorstw w regionie, Poddziałania 8.1.4 Przewidywanie zmiany gospodarczej. Ideą projektu jest zebranie w jednym miejscu szerokiego zestawu danych, analiz i prognoz odpowiadających potrzebom informacyjnym podmiotów funkcjonujących w gospodarce województwa podlaskiego.

Zapoczątkowanie takiego projektu spowodowane było potrzebą zbudowania jednego spójnego systemu informacyjnego w województwie, który pozwoli na stałą analizę aktualnych zjawisk gospodarczych (w tym zachodzących na rynku pracy) i przewidywania zmiany gospodarczej. Prowadzone dotychczas badania, analizy, prognozy ograniczały się do jednorazowego działania i charakteryzowały się brakiem ciągłości. Ponadto wykorzystanie wyników prowadzonych badań i analiz ograniczało się do środowiska głównie akademickiego lub środowisk współpracujących z akademickim. Tymczasem informacja gospodarcza (w tym dotycząca rynku pracy) zawarta w wynikach badań powinna wspierać podejmowanie decyzji w obszarze polityki społeczno-gospodarczej oraz praktycznej działalności gospodarczej. Jej wymiana mogłaby prowadzić do zacieśnienia współpracy pomiędzy instytucjami kreującymi w regionie politykę społeczno-gospodarczą. Brak cyklicznych działań o charakterze badawczo-analitycznym zrodził pilną potrzebę wypracowania systemu pozyskiwania określonych danych, ich analizowania, wyciągania wniosków na przyszłość i upowszechniania wśród decydentów prowadzących politykę województwa oraz innych instytucji i organizacji sektora społeczno-gospodarczego.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

Celem projektu Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych jest dostarczenie aktualnej, rzetelnej informacji dotyczącej uwarunkowań społeczno-gospodarczych w regionie, aktualnych trendów rozwojowych i prognoz zmian zachodzących w gospodarce regionu (w tym na rynku pracy) oraz w jej otoczeniu, ułatwiającej podejmowanie decyzji w zakresie polityki społeczno-gospodarczej. Projekt przewiduje opracowanie modelu prognozowania zmian gospodarczych w sensie regionalnego systemu pozyskiwania i analizowania danych społeczno-gospodarczych niezbędnych dla przewidywania aktualnych trendów i prognozowania zmian gospodarczych.

W ten sposób Wojewódzki Urząd Pracy kompleksowo buduje unikatowy i praktyczny model pozyskiwania, analizowania oraz uaktualniania informacji gospodarczej. W te działania wpisują się przeprowadzone w okresie lipiec-listopad 2009 roku badania zlecone przez Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku pn.: „ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO”. Realizatorem był zespół ekspertów powołanych przez Instytut Badań i Analiz VIVADE Sp. z o.o. oraz PM Group. Analiza dotyczyła dwóch sektorów: spożywczego i turystycznego. Kontynuacją niniejszych analiz ma być badanie dwóch sektorów, które należy uznać za sektory kluczowe województwa podlaskiego – sektor budownictwa i sektor handlu.

1.2. Cele badania

Projekt miał na celu analizę kluczowego sektora województwa podlaskiego – sektora handlu. Przeprowadzone analizy mają zrealizować następujące cele:

1. Określić stan rozwoju sektora w województwie podlaskim, w tym wskazać na jego słabe i mocne strony na tle rozwoju sektora w kraju i na świecie.
2. Ustalić główne determinanty oraz bariery rozwojowe sektora.
3. Przedstawić prognozy przyszłości sektora w województwie podlaskim z uwzględnieniem jego zagrożeń i szans rozwojowych.
4. Przedstawić warunki pomyślnego rozwoju danego obszaru w województwie podlaskim.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

5. Dostarczyć obiektywnych i wyczerpujących informacji, niezbędnych przedsiębiorstwom w procesie planowania strategicznego i określenia ich pozycji konkurencyjnej.
6. Poprzez identyfikację barier rozwojowych wskazać podmiotom sfery regulacji (w tym instytucjom rynku pracy, władzom lokalnym i regionalnym), kierunki działań zmierzające do ich ograniczenia.
7. Dostarczyć informacji w zakresie istniejących form, możliwości wsparcia obszaru ze środków krajowych i unijnych.

1.3. Zakres przedmiotowy badania

Istotą projektu była szczegółowa analiza kluczowego sektora województwa podlaskiego, uwzględniająca dane z rynku pracy charakterystyczne dla sektora handlu – Sekcja G (PKD 2007). Raport ma stanowić narzędzie pomocnicze w podejmowaniu decyzji strategicznych, taktycznych i operacyjnych dla:

- przedsiębiorstw,
- instytucji powiązanych z danym sektorem i rynkiem pracy,
- władz regionalnych.

Wybór sektora do badania został przeprowadzony przez Zamawiającego z uwzględnieniem takich parametrów, jak: wielkość zatrudnienia w sektorze, wielkość produkcji na jednego zatrudnionego, rentowność, udział w produkcji ogółem produkcji dóbr i usług przeznaczonych na eksport, i wykazuje zgodność z zapisami Strategii Rozwoju Województwa Podlaskiego do 2020 r.

1.4. Obszary analizy

W ramach projektu przeprowadzono analizy w następujących obszarach:

Obszar 1. Popytowo-podażowe zewnętrzne uwarunkowania rozwojowe sektora.

Obszar 2. Analiza sił konkurencji w sektorze.

Obszar 3. Analiza powiązań sektora z rynkiem pracy.

Obszar 4. Prognozy średniookresowe przyszłości sektora w województwie podlaskim uwzględniające szanse i zagrożenia rozwojowe.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

W odniesieniu do pierwszego obszaru została przeprowadzona ogólna analiza czynników oddziałujących na rozwój danego obszaru działalności w gospodarce ogólnooświatowej z odniesieniem do gospodarki regionu. W drugim obszarze była to analiza głównych składników otoczenia konkurencyjnego przedsiębiorstw danego obszaru działalności z odniesieniem do gospodarki regionu. W trzecim obszarze analiza wzajemnych relacji: badany obszar działalności – rynek pracy z odniesieniem do gospodarki regionu.

Natomiast w przypadku obszaru 4. została przeprowadzona analiza przyszłości sektora z uwzględnieniem potrzeb informacyjnych następujących grup interesariuszy: obecni i potencjalni pracownicy sektora, podmioty gospodarcze sektora i potencjalni wchodzący, władze regionalne, instytucje powiązane z rynkiem pracy/sektorem.

2. Metodologia badań

Z punktu widzenia osiągnięcia celów badania należy uznać, że najbardziej właściwym podejściem jest zastosowanie metodyki *foresight*. *Foresight* można uznać za narzędzie wspomagające w zakresie poprawy innowacyjności i konkurencyjności regionu. Proces gromadzenia informacji o przyszłości i na tej podstawie budowanie średnio- i długoterminowej wizji rozwojowej regionu umożliwia podejmowanie bieżących decyzji oraz mobilizowanie wspólnych działań na przyszłość. Metodologia *foresight* jest zastosowaniem nowego podejścia do prowadzenia analiz na poziomie narodowym czy regionalnym.

W ramach badania zorganizowano zespół badawczy z ekspertami (ZE), który był elementem procedury mającej na celu wyłonienie „ciała opiniotwórczego” w celu prowadzenia badań. W skład zespołu badawczego z ekspertami weszli:

- prof. nadzw. dr hab. Bogusław Plawgo,
- dr Anna Grabska,
- dr Magdalena Klimczuk,
- dr Katarzyna Krot,

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

- mgr Mariusz Citkowski,
- mgr Marta Juchnicka,
- mgr Agnieszka Sosnowicz,
- dr Wiesław Urban – ekspert branżowy.

Odbyły się trzy spotkania zespołu badawczego z ekspertami, poświęcone następującym zagadnieniom: w dniu 24 czerwca 2010 r. – Analiza PEST; w dniu 8 lipca 2010 r. – Analiza sił konkurencji w sektorze (analiza pięciu sił Portera i punktowa ocena atrakcyjności sektora); w dniu 15 lipca 2010 r. – Analiza SWOT sektora i prognozy rozwoju sektora na podstawie analizy SWOT.

Zespół badawczy z ekspertami został wykorzystany do weryfikacji danych pozyskanych w pierwszym etapie badania (po analizie danych zastanych, wywiadach indywidualnych). Opinie zgłoszone przez ekspertów posłużyły wypracowaniu wstępnych rekomendacji oraz wskazaniu kierunków i obszarów dalszych działań badawczych.

W ramach badania desk research przeprowadzono analizę literatury naukowej, raportów, opracowań dotyczących sektora handlu.

W celu skonfrontowania opinii przedstawicieli przedsiębiorstw zajmujących się działalnością w sektorze handlu, instytucji otoczenia biznesu oraz ekspertów regionalnych w dniu 27 lipca 2010 roku w siedzibie BFKK zorganizowano zogniskowany wywiad grupowy (FGI). W FGI wzięło udział 6 osób.

W celu poznania szczegółowych opinii respondentów na kluczowe kwestie związane z rozwojem sektora handlu w województwie podlaskim zastosowano technikę indywidualnego wywiadu pogłębionego. W badaniu wykorzystano listę pytań/zagadnień, które w razie potrzeby były uszczegóławiane.

Wykonawca przeprowadził 30 wywiadów pogłębionych, z czego 28 stanowiły wywiady zrealizowane osobiście, a 2 pogłębione wywiady telefoniczne. Badania przeprowadzone metodą IDI składały się z następujących etapów: skonstruowanie próby, na której było przeprowadzane badanie, przeszkolenie osób prowadzących wywiady, przygotowanie i dopracowanie

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

scenariusza spotkania, przeprowadzenie wywiadów. Przebieg wywiadów był rejestrowany za pomocą dyktafonu, następnie zaś sporządzono transkrypcje.

Seminarium promocyjne zostało zorganizowane w dniu 19 lipca 2010 roku o godz. 13.00 na Wydziale Ekonomii i Zarządzania Uniwersytetu w Białymstoku. Do udziału w seminarium zaproszono przedstawicieli przedsiębiorców, instytucji otoczenia sektora oraz ekspertów regionalnych. W trakcie seminarium zaprezentowano wstępne wyniki badania oraz przeprowadzono dyskusje nad głównymi wnioskami i rekomendacjami.

3. Charakterystyka sektora

3.1. Pojęcie sektora handlu

Na potrzeby niniejszego raportu przyjęto, że handel jest działalnością gospodarczą ściśle związaną z procesem wymiany, polegającą na zawodowym pośredniczeniu w procesach wymiany towarowo-pieniężnej, czyli na zakupie towarów w celu ich dalszej odsprzedaży¹. Specyfika sektora handlu sprawia, że charakter, skala i obszar działania w kanałach dystrybucji poszczególnych podmiotów są istotnie zróżnicowane, co w połączeniu ze stosunkowo ogólną w literaturze przedmiotu interpretacją pojęcia handlu uniemożliwia precyzyjne przedstawienie uwarunkowań rozwoju wszystkich podmiotów zajmujących się działalnością handlową. Dlatego w celu dokładnej identyfikacji warunków działania i rozwoju podlaskich podmiotów sektora handlu, w oparciu o kryterium miejsca i zadań handlu w procesie dystrybucji, wyodrębniono handel hurtowy i handel detaliczny. Istota handlu hurtowego sprowadza się do tworzenia oferty asortymentowo-usługowej dla nabywców instytucjonalnych, czyli dokonywania zakupu u producentów lub importerów stosunkowo dużych partii towarów, następnie ich przekształcania w asortyment handlowy w celu sprzedaży różnym grupom odbiorców, np. detalistom, producentom czy firmom usługowym na potrzeby zaopatrzenia². Specyfika handlu hurtowego w województwie podlaskim

¹ Sławińska M. (red.) (2008), *Kompendium wiedzy o handlu*, PWN, Warszawa, s. 11.

² Ibidem, s. 11.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

(względnie duże rozdrobnienie podmiotów) uzasadnia rozszerzenie powyższej definicji o indywidualnych konsumentów, co oznacza, że część placówek handlu hurtowego decyduje się również na sprzedaż detaliczną. Działalność handlu detalicznego polega natomiast na zawodowym pośredniczeniu w wymianie towarowo-pieniężnej i zaspokajaniu potrzeb klientów indywidualnych i instytucjonalnych poprzez sprzedaż towarów i usług.³ Stąd na potrzeby niniejszego raportu, podmioty działające w obszarze handlu detalicznego i hurtowego zaliczono odpowiednio do podsektora handlu detalicznego i podsektora handlu hurtowego. Ponadto w ramach podsektora handlu detalicznego w oparciu o kryterium miejsca oraz sposobów prezentacji towarów i dokonywania transakcji oraz sprzedaży wyodrębniono sprzedaż sklepową i niesklepową.

Sprzedaż sklepowa odbywa się w specjalnym pomieszczeniu (na ogół z oknem wystawowym), dostępnym dla indywidualnych odbiorców. W grupie występujących na rynku form sprzedaży sklepowej znajdują się tradycyjne kanały handlu detalicznego (sklepy specjalistyczne, branżowe, rzemieślnicze, sklepy z artykułami codziennego użytku, domy towarowe) oraz nowoczesne kanały handlu detalicznego (supermarkety, hipermarkety, sklepy dyskontowe, centra handlowe).⁴

Wśród sprzedaży niesklepowej wyróżnia się sprzedaż bezpośrednią, sprzedaż wysyłkową, targowiska i handel oraz automaty do sprzedaży.⁵

Ze względu na relatywnie niewielki udział sprzedaży niesklepowej, w dalszej części raportu analiza uwarunkowań rozwoju podmiotów podsektora handlu detalicznego będzie prowadzona w odniesieniu do podmiotów prowadzących sprzedaż sklepową, w tym tradycyjnych i nowoczesnych kanałów handlu detalicznego. Jednak ze względu na systematyczny wzrost popularności

³ Ibidem, s. 11.

⁴ Ros G. (red.) (2009), *Marketing w handlu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 60-67.

⁵ Ibidem, s. 64-68.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

niesklepowych kanałów dystrybucji będą ukazywane mechanizmy transmisyjne pomiędzy sprzedażą sklepową i niesklepową.

W ramach niniejszego projektu podmioty podsektora handlu hurtowego, w oparciu o kryterium uczestnictwa w przepływie prawa własności do produktu zostały podzielone na hurtowników dokonujących zakupu produktów na własny koszt i ryzyko, oddziały i biura sprzedaży producentów, przedstawicielstwa handlowe.⁶

Na podstawie przyjętej klasyfikacji, dalsza analiza uwarunkowań rozwoju sektora handlu w województwie podlaskim zostanie przeprowadzona w odniesieniu do podmiotów podsektora handlu hurtowego oraz podsektora handlu detalicznego, z zachowaniem podziału na tradycyjne i nowoczesne punkty sprzedaży detalicznej.

3.2. Charakterystyka sektora handlu w Polsce

Na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat rola handlu w kształtowaniu sytuacji gospodarczej kraju systematycznie ulegała zwiększeniu. Handel jest sektorem o relatywnie wysokim udziale w tworzeniu PKB oraz znaczącym udziale w poziomie zatrudnienia.

W handlu wewnętrznym, podobnie jak w sektorze przemysłu, kryzys gospodarczy odzwierciedlił się poprzez osłabienie dynamiki rozwoju działalności gospodarczej. W okresie 2006-2009 coraz wolniej rosła sprzedaż detaliczna towarów, realizowana przez podmioty gospodarcze sektora handlu (tabela 1.). Podczas gdy w latach 2007-2008 tempo wzrostu sprzedaży (w cenach bieżących) kształtowało się odpowiednio na poziomie 11% i 9,5%, to w 2009 r. wynosiło już tylko 3,2%. Warto jednak zauważyć pojawienie się pewnych oznak ożywienia w II połowie 2009 roku. W III kwartale 2009 roku tempo wzrostu sprzedaży (3,6%), odniesione do analogicznego okresu roku poprzedniego, było wyższe niż w kwartale poprzedzającym i tendencja ta utrzymała się w kolejnych trzech

⁶ Urbańska J. (2008), *Klient a dystrybucja. Relacje i implikacje*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa, s. 27.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

miesiącach 2009 r. (średni wzrost o 4,7%).⁷ W I półroczu 2010 roku koniunktura w handlu oceniana jest relatywnie bardziej optymistycznie. I o ile w styczniu 2010 roku wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury w handlu kształtował się na poziomie –5 (–6 w grudniu), to w czerwcu 2010 był na poziomie +1.

Tabela 1. Wartość sprzedaży detalicznej i hurtowej ogółem w kraju w mln zł (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	Lata				
	2006	2007	2008	2009	2009/2006
Wartość sprzedaży detalicznej	464 510,6	515 654,6	564 665,0	582 774,7	1,25
Wartość sprzedaży hurtowej	584 146,2	763 388,0	803 613,4	759 814,3	1,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W 2008 roku wartość sprzedaży hurtowej w przedsiębiorstwach handlowych wynosiła 803 613 mln zł i była o 5,3% wyższa w porównaniu do roku poprzedniego. W 2009 roku sprzedaż zmniejszyła się o ponad 5% w porównaniu do roku 2008. Dynamika wartości handlu detalicznego na przestrzeni lat 2008-2009 była dodatnia i wynosiła 2,9%, w porównaniu do 9,1% w latach 2008-2007. Całkowita sprzedaż hurtowa w 2009 roku wynosiła 759 814,3 mln zł.

Negatywne konsekwencje kryzysu finansowego zaowocowały spadkiem ogólnej liczby zarejestrowanych w systemie REGON podmiotów (tabela 2.).

O ile na koniec grudnia 2008 roku liczba podmiotów gospodarczych wynosiła 3 757 093, to w roku 2009 zmniejszyła się do 3 742 673, co oznacza spadek o 0,4%. W tym samym czasie liczba podmiotów sektora handlu zmniejszyła się z 1 136 409 do 1 073 154, co oznacza spadek o ponad 5%. Tendencje w zmianach liczebności przedsiębiorstw w gospodarce narodowej oraz sekcji „Handel i naprawa” wpłynęły na udziały tych ostatnich w liczbie podmiotów

⁷ DKS (2010), *Sytuacja społeczno-gospodarcza Polski i regionów w 2009 r. na tle lat poprzednich*, Wydział Analiz Społeczno-Gospodarczych, Warszawa, s. 16-17.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

ogółem w gospodarce. W 2008 roku udział ten ukształtował się na poziomie 30,2%, zaś w 2009 na poziomie 29,3%. Negatywne konsekwencje kryzysu finansowego wywołały problemy wielu firm handlowych. Upadały głównie firmy zajmujące się dystrybucją stali, ale istotnie wzrosło ryzyko także w branży budowlanej, a nawet do tej pory ocenianej bardzo pozytywnie branży spożywczej. Na przestrzeni lat 2008-2009 liczba upadłych przedsiębiorstw handlowych zwiększyła się z 92 do 186.⁸

Tabela 2. Liczba podmiotów gospodarki narodowej w latach 2005-2009

Wyszczególnienie	Lata				
	2005	2006	2007	2008	2009
Sekcja handel	1 185 282	1 160 914	1 149 810	1 136 409	1 073 154
Ogółem	3 615 621	3 636 039	3 685 608	3 757 093	3 742 673
Udział sekcji handel w ogółem	32,8%	31,9%	31,2%	30,2%	28,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W 2009 roku odnotowano znaczny spadek nakładów inwestycyjnych przedsiębiorstw. Nakłady te, rosnące dynamicznie w latach 2007-2008, znacząco obniżyły się w 2009 r. do poziomu 94,1 mld zł, tj. o 11,9% (w cenach stałych) w porównaniu z rokiem poprzednim. Nakłady inwestycyjne w sektorze handlu w IV kwartale 2009 roku wynosiły 10 682,9 mln zł i były o 13,5% niższe w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Udział inwestycji handlowych w nakładach ogółem w gospodarce narodowej w 2009 roku wynosił 11,4%, wobec 11,7% w 2008 roku.

Na przestrzeni ostatnich lat liczba osób zatrudnionych w sektorze handlu systematycznie rosła. Dopiero w ostatnim roku odnotowano zmniejszenie zatrudnienia. W IV kwartale 2009 roku liczba zatrudnionych w handlu wynosiła

⁸ Raport Coface nt. upadłości firm w Polsce w 2009 roku, tryb dostępu: <http://www.tf.pl/Coface2009.pdf>.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

1 124,3 tys. osób i była w porównaniu do okresu analogicznego w roku 2008 o 0,24% mniejsza. Na uwagę zasługuje fakt, że w I dekadzie XXI wieku tempo wzrostu liczby pracujących było wyższe w sekcji handlu niż w gospodarce narodowej. Dopiero negatywne konsekwencje kryzysu finansowego doprowadziły w 2009 roku do spadku zatrudnienia w handlu, ale dynamika spadku była mniejsza niż w skali gospodarki.

Na przestrzeni ostatnich lat struktura przedsiębiorstw handlowych ze względu na liczbę pracujących zmierzała w kierunku utrwalenia dominacji najmniejszych podmiotów. Istniejące duże rozdrobnienie podmiotowe jest bowiem rezultatem wieloletniego dynamicznego rozwoju drobnej przedsiębiorczości, która chętnie lokowała się w handlu, głównie detalicznym. Poza tym małe podmioty handlowe były i są nadal bardzo dobrze postrzegane przez konsumentów jako firmy przyjazne, zapewniające blisko domu asortyment codziennie nabywanych świeżych artykułów, pozostające w specyficznej więzi ze stałymi klientami.⁹ W latach 2000-2009 udział podmiotów handlowych zatrudniających do 9 pracowników zwiększył się z 96,1% do 96,7%. W 2009 roku liczba podmiotów zatrudniających od 10 do 49 pracowników wynosiła 32 444 i stanowiła blisko 3% w ogólnej liczbie podmiotów, co w porównaniu do roku 2000 oznacza wzrost o 0,2 punktu procentowego. Udział największych podmiotów zatrudniających powyżej 50 pracowników zmniejszył się z 1,1% w 2000 roku do 0,3% w roku 2009.

W 2009 roku obserwowano niższą dynamikę sprzedaży detalicznej niż w latach poprzednich. Sprzedaż detaliczna (w cenach stałych) zwiększyła się w 2008 roku o 9,9%, wobec 13,9% w 2007 roku. Najwyższy wzrost odnotowano w sprzedaży odzieży i obuwia (32,7%), prasy, książek oraz pozostałej w wyspecjalizowanych sklepach (29,7%) i w niewyspecjalizowanych sklepach (28,7%). Najniższe wzrosty sprzedaży detalicznej obserwowane były w 2008 roku

⁹ Kłosiewicz-Górecka U. (2009), *Handel wewnętrzny w Polsce 1989-2009*, Wydawnictwo IBRKK, Warszawa, s. 33.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

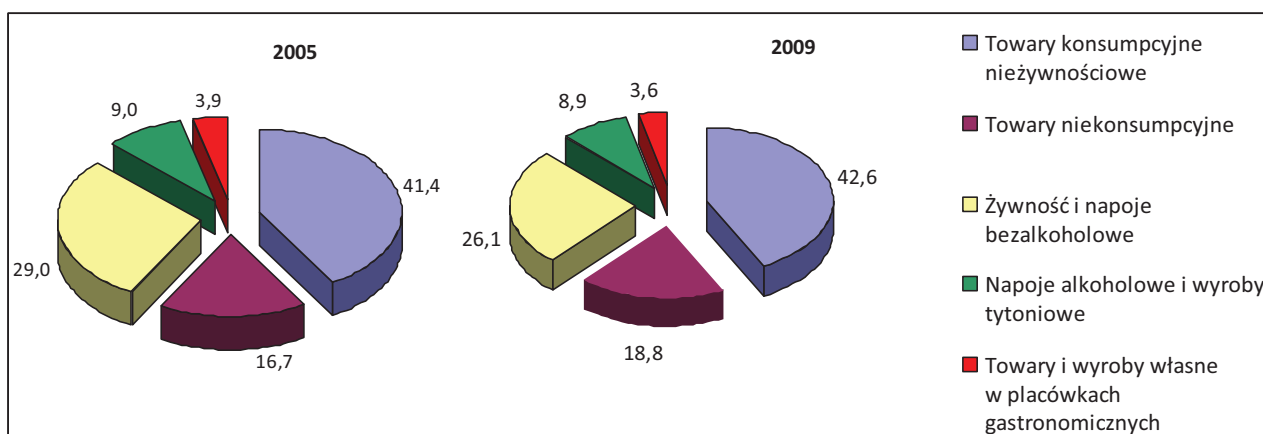
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

w grupie żywności, napojów i wyrobów tytoniowych (3,6%), paliw (6,7%) oraz pojazdów samochodowych i motocykli (6,7%).

Wykres 1. Struktura sprzedaży detalicznej (ceny bieżące) w latach 2005-2009



Źródło: GUS (2010), *Handel wewnętrzny 2009*, Warszawa, s. 34.

Na przestrzeni lat 2005-2009 struktura handlu detalicznego podlegała zmianom w kierunku wzrostu znaczenia towarów niekonsumpcyjnych (z 16,7% do 18,8%), towarów konsumpcyjnych nieżywnościowych (z 41,4% do 42,6%) i zmniejszenia znaczenia żywności i napojów bezalkoholowych (z 29% do 26,1%), napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych (z 9,0% do 8,9%) (wykres 1.).

W polskim handlu detalicznym stale wzrasta znaczenie sklepów wielkopowierzchniowych i sieci handlowych. Tendencja ta dotyczy zarówno strony popytowej – zwiększa się liczba klientów, jak i podażowej – zwiększa się liczba i powierzchnia sprzedaży tego typu placówek handlowych. W latach 2004-2008 liczba zarówno hipermarketów, jak supermarketów zwiększyła się o niemal 30%. W konsekwencji udział w sprzedaży na rynku żywnościowym sklepów tradycyjnych zmniejszył się z 61,5% do 48%, supermarketów z 20,7% do 19%, zaś zwiększył się sklepów dyskontowych z 4% do 11% i hipermarketów z 13,8% do 22%¹⁰. W konsekwencji tych przemian uległa zmianie struktura powierzchni sprzedażowej sklepów (wykres 2.). W porównaniu z rokiem 2005

¹⁰ Ibidem, s. 106.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

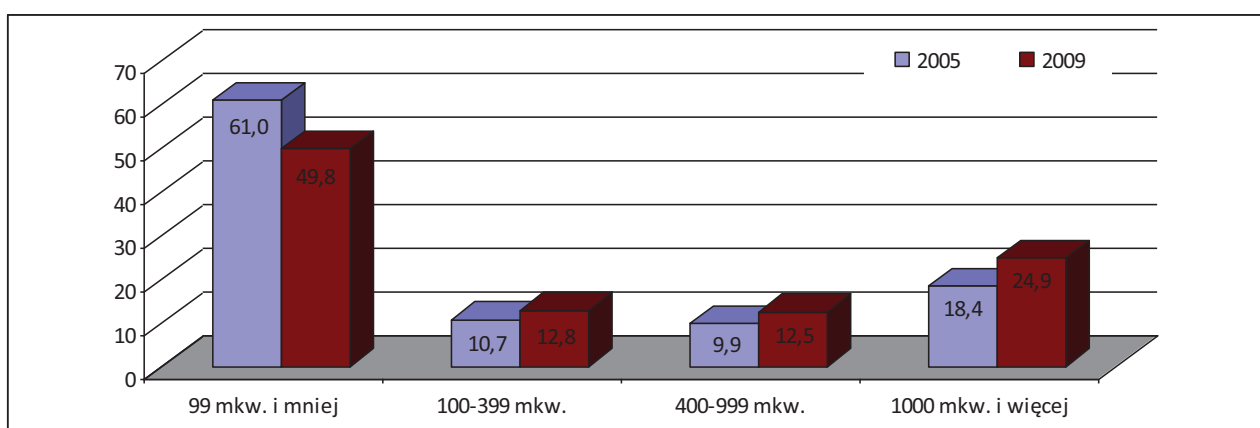
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

powierzchnia sprzedażowa zajmowana przez sklepy do 99 m² obniżyła się o ponad 11 pkt (do 49,8% ogólnej powierzchni sprzedażowej), a wzrosła o 2,1 pkt dla sklepów w przedziale 100-399 m² (do 12,8%), o 2,6 pkt dla sklepów w przedziale 400-999 m² (do 12,5%) oraz o 6,5 pkt dla sklepów o powierzchni sprzedażowej 1000 m² i więcej (do 24,9%).

Wykres 2. Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów



Źródło: GUS (2010), *Handel wewnętrzny 2009*, Warszawa, s. 34.

Sprzedaż hurtowa przedsiębiorstw handlowych (w cenach bieżących) wzrosła o 8,6% w porównaniu do 2007 roku. Wysoki wzrost sprzedaży charakteryzował wyroby tytoniowe (55,9%), żywność (24,7%) oraz półprodukty i odpady pochodzenia nierolniczego oraz złom (22,5%). Najniższy wzrost wystąpił w sprzedaży napojów alkoholowych i bezalkoholowych (4,7%) oraz sprzedaży kosmetyków i wyrobów farmaceutycznych (7,4%). Aktualnie w strukturze sprzedaży hurtowej udział sprzedaży żywności i napojów bezalkoholowych stanowi 12,9%, napojów alkoholowych 4,5%, natomiast towarów nieżywnościowych – 82,6%, co wskazuje na utrzymanie się struktury na podobnym poziomie do lat ubiegłych.

Sektor handlowy w konfrontacji z pozostałymi sektorami gospodarczymi wypada korzystnie, zarówno pod względem dynamiki przychodów, jak i efektywności. Daje się też zauważyć jego rola stabilizująca gospodarkę w sferze zatrudnienia i poprawy efektywności mikroekonomicznej. Niepoślednią rolę w tych pozytywnych przemianach odegrały inwestycje zagraniczne,

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

przyczyniające się do unowocześniania sektora i poprawy jego efektywności poprzez wprowadzenie na niespotykaną dotąd skalę modelu sklepów wielkopowierzchniowych i sieci handlowych.

3.3. Sektor handlu w województwie podlaskim

Sektor handlu jest jednym z najważniejszych obszarów aktywności gospodarczej w województwie podlaskim, co jest przede wszystkim wynikiem specyfiki działalności handlowej mającej w znacznej mierze charakter lokalny. Lokalna skala działania przedsiębiorstw handlowych wynika z ich niewielkiej skali i zasięgu działania, a także ze specyfiki ich klientów.

Na przestrzeni lat 2005-2009 liczba podmiotów gospodarki narodowej w województwie podlaskim zwiększyła się z 88,9 do 89,6 tys. (wzrost o 0,8%), stanowiąc tym samym 2,4% wszystkich podmiotów w kraju. W 2009 roku ponad 29% wszystkich podmiotów na Podlasiu prowadziło działalność w sekcji „Handel i naprawa”, a ich liczba wynosiła 26 555.

Ze względu na specyfikę sektora handlu, w strukturze podmiotów dominują te związane z handlem detalicznym. Ponad dwie trzecie wszystkich podmiotów działających w sektorze handlu prowadziło działalność detaliczną, podczas gdy działalnością hurtową zajmowała się co piąta firma. Na przestrzeni lat 2005-2009 liczba podmiotów zajmujących się handlem detalicznym, naprawą artykułów użytku osobistego i domowego zmniejszyła się z 2 0247 do 18 122, zaś handlem hurtowym i komisowym z 5 107 do 5 064. W strukturze własnościowej dominują podmioty prywatne (tabela 3.).

W 2009 roku nakłady inwestycyjne w województwie podlaskim wyniosły 1 010,6 mln zł. Nakłady inwestycyjne podmiotów sekcji „Handel i naprawa” w 2009 roku wynosiły 96 162 tys. i były o ponad 35% niższe niż w roku 2008. Inwestycje podmiotów handlowych w 2008 roku stanowiły 10,5% wszystkich inwestycji w regionie, zaś w 2009 udział ten zmniejszył się do 9,5%.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

Tabela 3. Liczba podmiotów gospodarki narodowej w sektorze handlu w województwie podlaskim

Dział PKD	Lata				
	2005	2006	2007	2008	2009
Handel detaliczny, naprawa artykułów użytku osobistego i domowego	20 247	19 650	19 356	19 044	18 122
Handel hurtowy i komisowy	5 107	5 016	4 983	4 994	5 064

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Na koniec 2009 roku w województwie podlaskim liczba pracujących w sektorze przedsiębiorstw wynosiła 98 085 – wobec 100 969 w 2008 roku, co oznacza spadek o blisko 3% (tabela 4.). Skala zmian w poziomie zatrudnienia w sektorze handlu była zdecydowanie większa niż średnia w województwie. W roku 2009 w sektorze handlu zatrudnionych było 23 701 osób, co jest poziomem mniejszym o 6,5% w porównaniu do roku 2008. W efekcie zmieniła się struktura zatrudnienia na Podlasiu. Udział pracujących w handlu w całkowitym zatrudnieniu zmniejszył się z 25,1% w roku 2008 do 24,2% w roku 2009.

Tabela 4. Pracujący w sektorze przedsiębiorstw w województwie podlaskim

Wyszczególnienie	Lata				
	2005*	2006*	2007*	2008**	2009**
Handel i naprawy	22 288	23 916	24 323	25 365	23 701
Ogółem w województwie podlaskim	93 076	95 945	98 549	100 969	98 085
Udział sekcji handel i naprawa w pracujących ogółem	23,9%	24,9%	24,7%	25,1%	24,2%

* dane według sekcji PKD 2004; ** dane według sekcji PKD 2007

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W latach 2008-2009 przeciętne miesięczne wynagrodzenie w podlaskim sektorze handlu kształtowało się na poziomie niższym niż średnie wynagrodzenie w regionie. Wynagrodzenie w przedsiębiorstwach handlowych w 2008 roku

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

wynosiło 2 452,94 zł i było o 9,4% niższe niż średnie w województwie. Dysproporcja ta zmniejszyła się w 2009 roku, w którym wynagrodzenie w sektorze handlu wynosiło 2 527,32 zł wobec 2 758,08 zł średnio w regionie.

Wartość przychodów netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów w województwie podlaskim zwiększyła się z 30 066,3 mln zł w roku 2008 do poziomu 31 127,2 mln zł, czyli o 3,5%. W tym samym czasie podmioty sektora handlu odnotowały spadek wartości przychodów o blisko 4%, z poziomu 8 576,6 mln zł w roku 2008 do 8 241,6 mln zł w roku 2009. W efekcie wartość wyniku finansowego netto przedsiębiorstw handlowych w roku 2009 zmniejszyła się o 13,4 mln zł osiągając wartość 232,8 mln zł.

Rentowność sektora handlu kształtuje się na poziomie niższym niż średnia dla wszystkich przedsiębiorstw w województwie podlaskim. W 2008 roku wskaźnik rentowności ze sprzedaży w przedsiębiorstwach handlowych wynosił 2,9%, wobec średniej dla wszystkich przedsiębiorstw na Podlasiu na poziomie 3,6%. W 2009 roku wartości te odpowiednio wynosiły 2,8% i 3,9%, co oznacza dalsze zwiększenie dysproporcji.

W 2008 roku wartość sprzedaży detalicznej w cenach bieżących wynosiła 11 986,5 mln zł i była o 1,6% niższa w porównaniu do roku 2007. W tym samym czasie sprzedaż detaliczna towarów w przedsiębiorstwach prowadzących działalność handlową (bez placówek gastronomicznych), w których liczba pracujących przekracza 9 osób, była wyższa o 5,3%. Na uwagę zasługuje fakt spadku wartości sprzedaży detalicznej na jednego mieszkańca, która w 2008 roku wynosiła 10 056 zł, wobec 10 200 zł w roku 2007. W strukturze handlu detalicznego dominuje (74%) sprzedaż towarów nieżywnościowych, wobec ponad 20% udziału żywności i napojów bezalkoholowych oraz ponad 5% udziału napojów alkoholowych.

W latach 2007-2008 wartość sprzedaży hurtowej w cenach bieżących zwiększyła się z 9 900 mln zł do 11 164 mln zł. W tym czasie udział sprzedaży towarów nieżywnościowych utrzymywał się na poziomie 54% całkowitej sprzedaży hurtowej.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

Analizując sytuację sektora handlu w województwie podlaskim należy zwrócić uwagę na branżową strukturę upadłości, w której występowały następujące rodzaje działalności gospodarczej: produkcja gotowych wyrobów tekstylnych; sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach; sprzedaż hurtowa maszyn, urządzeń i narzędzi rolniczych, włączając sprzedaż ciągników; usługi w zakresie naprawy, konserwacji i remontów lokomotyw kolejowych, tramwajowych oraz taboru kolejowego i tramwajowego; sprzedaż hurtowa żywych zwierząt; działalność związana ze sportem.¹¹ W województwie podlaskim, pomimo że nie wystąpiły jednorodne grupy upadłości przedsiębiorstw określonej branży, a ponadto struktura tych upadłości nie pokrywała się z sytuacją zaobserwowaną w skali ogólnopolskiej, to jednak dotyczyły one przede wszystkim przedsiębiorstw prowadzących handel detaliczny i hurtowy.

4. Popytowo-podażowe zewnętrzne uwarunkowania rozwojowe sektora

W ramach pierwszego etapu badań przeprowadzono analizę zewnętrznych uwarunkowań rozwoju podmiotów podsektora handlu detalicznego i hurtowego, w podziale na popytowe i podażowe.

W grupie uwarunkowań popytowych uwzględniono następujące czynniki:

- ekonomiczne: siła nabywcza, struktura wydatków, inflacja, poziom bezrobocia, skłonność do konsumpcji, stopa procentowa;
- społeczne: etnocentryzm, produkty regionalne, starzejące się społeczeństwo: seniorzy na zakupach, poziom zaufania do transakcji internetowych, znaczenie dbałości o zdrowie i urodę (*trend wellness, fitness, convenience*), poziom społecznej odpowiedzialności konsumenta, *smart shopping*, dostęp do Internetu;
- międzynarodowe: migracja;
- prawno-administracyjne: regulacje gwarantujące ochronę praw konsumentów, prawodawstwo regulujące dostęp do placówek handlowych.

¹¹ Antonowicz P. (2010), *Procesy upadłościowe przedsiębiorstw w Polsce*, raport z badań, Warszawa, s. 61-63.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

W grupie uwarunkowań podażowych uwzględniono następujące czynniki:

- ekonomiczne: tempo wzrostu sektora handlu, dostępność terenów inwestycyjnych, koszty pracy, stopa procentowa;
- prawno-administracyjne: regulacje dostępu do terenów inwestycyjnych, prawodawstwo dotyczące warunków współpracy sieci handlowych i ich dostawców, prawodawstwo w zakresie recyklingu opakowań;
- technologiczne: infrastruktura transportowa, systemy informatyczne, bezpieczeństwo w Internecie;
- międzynarodowe: procesy integracyjne – swoboda przepływu towarów i usług.

Powyższe czynniki z analizy PEST w różnym stopniu oddziałują na wyodrębnione podsektory: handlu hurtowego i detalicznego. Na podsektor handlu detalicznego zdecydowanie bardziej oddziałują czynniki popytowe, a zwłaszcza społeczne i ekonomiczne, natomiast na handel hurtowy w większym stopniu wpływają czynniki podażowe o charakterze ekonomicznym, technologicznym i międzynarodowym. Wniosek ten znajdzie odzwierciedlenie również w analizie scenariuszowej.

5. Analiza sił konkurencji w sektorze

W ramach drugiego etapu badań przeprowadzono analizę otoczenia konkurencyjnego podmiotów podsektora handlu detalicznego i hurtowego przy uwzględnieniu takich czynników, jak: dostawcy – nabywcy, istniejący i potencjalni konkurenci oraz ryzyko pojawienia się nowych producentów i substytutów.

Aktualna sytuacja w podsektorze handlu hurtowego jest wynikiem wieloletniego niedoinwestowania, które skutkuje relatywnie niską jakością sieci magazynowych¹². Ponadto, na bieżącą sytuację wpływają również dwa inne uwarunkowania: łatwość rozpoczęcia działalności gospodarczej i wejścia na rynek oraz silna konkurencja, która jest pochodną wejścia na polski rynek zagranicznych

¹² Kłosiewicz-Górecka U. (red.) (2009), *Handel wewnętrzny w Polsce 1989-2009*, Wydawnictwo IBRKiK, Warszawa, s. 158-159.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

dystrybutorów¹³. Niestety, w strukturze podmiotowej podsektora handlu nadal dominują drobni pośrednicy. Z badań IBRKiK wynika, że w zdecydowanej większości są to firmy rodzinne o zasięgu lokalnym, położone w dużych aglomeracjach lub na ich obrzeżach¹⁴. Legitymują się słabą kondycją ekonomiczno-finansową i w efekcie ich działalność sprowadza się do zakupu u producenta wąskiego asortymentu jednorodnych produktów, przechowywania i dalszej odsprzedaży jednostkom handlu detalicznego. Przedsiębiorstwa hurtowe oferujące szeroki zakres usług skierowanych zarówno do producentów, jak i detalistów w Polsce są nadal rzadkością.

Wpływ na kształt polskiego hurtu ma również konsolidacja handlu detalicznego. Silna konkurencja sklepów wielkopowierzchniowych, różnego formatu placówek franczyzowych oraz dyskontów skupionych w silnych organizacjach sprawia, że niezależni handlowcy, w obawie przed utratą pozycji rynkowej, decydują się na przystąpienie do sieci, co wzmacnia ich siłę przetargową wobec hurtowników.

Powyższa sytuacja w podsektorze handlu hurtowego skutkuje zarówno połączeniami poziomymi, jak i pionowymi. Integracja pionowa, polegająca na konsolidacji hurtu z detalem, oznacza dla firm hurtowych gwarancję pewnych źródeł zbytu i generowanie dodatkowych, stałych przychodów. W efekcie wyraźna granica pomiędzy handlem hurtowym a detalicznym systematycznie zaciera się. Intensyfikacja procesów integracji poziomej pozwala szacować, iż w latach 2010-2011 tylko 10 największych firm hurtowych będzie kontrolować 40-50% tego rynku. Oznacza to, że w podsektorze handlu hurtowego stopniowo rośnie znaczenie dużych sieci hurtowni, które ze względu na bogatszą ofertę, jakość i efektywność usług są lepiej postrzegane przez sklepy detaliczne.

Na podstawie przeprowadzonej analizy ustalono następujące warunki w otoczeniu konkurencyjnym podsektora handlu hurtowego:

- umiarkowana siła przetargowa dostawców,

¹³ Ibidem, s. 160.

¹⁴ Ibidem, s. 163-164.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

- relatywnie duża siła przetargowa nabywców,
- stosunkowo wysokie natężenie walk konkurencyjnych,
- umiarkowane prawdopodobieństwo wejścia nowych konkurentów,
- relatywnie niewielkie zagrożenie ze strony substytutów.

Z analizy uwarunkowań otoczenia konkurencyjnego dla podsektora handlu detalicznego wynika, że cechą tego podsektora jest silne rozdrobnienie, a jednocześnie coraz bardziej widoczne zróżnicowanie wynikające z rozwoju nowoczesnych formatów handlowych (hipermarkety, supermarkety, dyskonty). W ostatnich latach obserwuje się wzrost liczby sklepów handlu nowoczesnego (hipermarketów oraz supermarketów z dyskontami), a także sieciowych sklepów chemicznych, kurczy się natomiast liczba małych sklepów spożywczych. Z prognoz wynika, że w najbliższym czasie detaliści będą poszerzać pokrycie geograficzne swoich sieci, inwestując nie tylko w lokalizacje w dużych miastach, ale również w średnich i mniejszych miejscowościach. Ponadto sieci handlowe w Polsce dostrzegają potencjał stojący przed inicjatywami redukcji kosztów oraz zwiększania efektywności operacyjnej prowadzonej działalności.

Pomimo dużej liczby nowo otwieranych sklepów, koncentracja handlu detalicznego w Polsce jest jedną z najniższych w Europie, a znaczenie handlu nowoczesnego dla obrotu jest relatywnie niskie. Ponadto, pomimo szybkiego wzrostu liczby sklepów dyskontowych wydaje się, że potencjał rozwoju tej kategorii sklepów w Polsce jest wciąż bardzo duży.

Generalnie można stwierdzić, że siła handlu tradycyjnego w Polsce, a tym samym bariera rozwoju formatów nowoczesnych wynika nie tylko ze specyficznej struktury handlu detalicznego, ale także z pewnych lokalnych uwarunkowań i zwyczajów konsumenckich¹⁵. Stąd należy oczekiwać stopniowej ewolucji struktury podsektora handlu detalicznego w kierunku dominacji nowoczesnych sieci detalicznych, lecz będzie to proces bardzo powolny, a dojście do poziomu

¹⁵ *The Nielsen Company, Polish Retail Market Analysis*, tryb dostępu: <http://www.marketing-news.pl/theme.php?art=1025>.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR HANDLU

w krajach Europy Zachodniej nastąpi w perspektywie raczej kilkunastu niż kilku lat¹⁶.

Na podstawie przeprowadzonej analizy ustalono następujące warunki w otoczeniu konkurencyjnym podsektora handlu detalicznego:

- umiarkowana siła przetargowa dostawców,
- relatywnie duża siła przetargowa nabywców,
- bardzo wysokie natężenie walk konkurencyjnych,
- umiarkowane prawdopodobieństwo wejścia nowych konkurentów,
- brak substytutów.

6. Analiza powiązań sektora z rynkiem pracy

W ramach trzeciego obszaru została podjęta próba analizy stanu zatrudnienia oraz zmian w zatrudnieniu w badanym sektorze, w tym: analiza dostępności i zapotrzebowania na kadry (stopień i źródła zaspokojenia potrzeb kadrowych pracodawcy; stopień realizacji wymagań pracodawcy w zakresie: umiejętności i kwalifikacji, postaw pracowniczych, poziomu wynagrodzeń), analiza rozwoju kadr pracowniczych, prognoza zmian w zatrudnieniu.

6.1. Poziom i struktura zatrudnienia w sektorze handlu

Na przestrzeni ostatnich lat liczba osób zatrudnionych w sektorze handlu systematycznie rosła. Dopiero w ostatnim roku odnotowano zmniejszenie zatrudnienia. W IV kwartale 2009 roku liczba zatrudnionych w handlu wynosiła 1 124,3 tys. osób i była w porównaniu do okresu analogicznego w roku 2008 o 0,24% mniejsza. W 2008 udział pracujących w sekcji „Handel i naprawa” w ogólnej liczbie pracujących wynosił 16,4%. W sektorze handlu relatywnie więcej pracowników związanych jest z podsektorem handlu detalicznego. W I kwartale 2010 roku w podsektorach handlu detalicznego i hurtowego zatrudnienie wynosiło odpowiednio 548,0 tys. i 440,1 tys.

¹⁶ <http://www.marketing-news.pl/theme.php?art=1025>.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

Na koniec 2009 roku w województwie podlaskim liczba pracujących w sektorze przedsiębiorstw handlowych wynosiła 2 4112, co jest poziomem mniejszym o 7,5% w porównaniu do roku 2008. Udział pracujących w handlu w całkowitym zatrudnieniu zmniejszył się z 25,8% w roku 2008 do 24,6% w roku 2009.

Przeciętne miesięczne wynagrodzenie w I kwartale 2010 roku w sekcji „Handel i naprawa” wynosiło 3 078,68 zł i było o ponad 7% niższe niż średnie w kraju. Dynamika jego zmian w porównaniu do I kwartału 2009 r. była na poziomie 101,4, wobec 104,1, średnio dla całej gospodarki. W tym samym czasie wynagrodzenie w sekcji „Handel i naprawa” w województwie podlaskim wynosiło 2 975,76 i stanowiło ponad 66% średniego wynagrodzenia w kraju. Wysokość wynagrodzenia w sekcji „Handel i naprawa” jest zróżnicowana w zależności od kategorii podsektora handlu. W podsektorze handlu hurtowego wynagrodzenie wynosiło 3 849,96 zł, a jego dynamika zmian w porównaniu do roku 2009 wynosiła 103,5. Przeciętne wynagrodzenie w podsektorze handlu detalicznego wynosiło 2 411,76 zł i było o 0,2% wyższe w porównaniu do roku 2009.

Na uwagę zasługują względnie duże dysproporcje w wysokości wynagrodzeń otrzymywanych przez pracowników sekcji „Handel i naprawa”. W I kwartale 2010 roku ponad 30% pracowników otrzymywało wynagrodzenie w przedziale 2000,01-2500,00 zł, wobec 18,6% którzy otrzymywali wynagrodzenie w przedziale 1317,01-2000,00 zł. Jednocześnie, blisko 9% pracowników otrzymało wynagrodzenie ponad 5000 zł.

Struktura zatrudnienia w sekcji „Handel i naprawa” według statutu zatrudnienia wskazuje w sektorze prywatnym na wyraźną dominację osób zatrudnionych na podstawie stosunku pracy (77%) oraz właścicieli, współwłaścicieli i pomagających członków rodzin (22%), w tym niepełnozatrudnieni stanowili 8%.

W 2008 roku w sekcji „Handel i naprawa” znalazło zatrudnienie 54 128 osób, z czego ponad 20% posiadało wyższe wykształcenie, 30,5% wykształcenie policealne i średnie zawodowe, 26,5% było absolwentami liceów

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

ogólnokształcących i 23% szkół zasadniczych. Blisko 43% nowo przyjętych pracowników znalazło zatrudnienie w placówkach handlowych zatrudniających ponad 250 osób, wobec 30% zatrudnionych w firmach mających mniej niż 50 pracowników. W województwie podlaskim w 2008 roku w sekcji „Handel i naprawa” znalazło zatrudnienie 40 341 nowych osób, z czego najwięcej (bo 35%) w przedsiębiorstwach zatrudniających 50-249 pracowników oraz 49 i mniej.

6.2. Analiza dostępności i zapotrzebowania na kadry

Pracodawcy z sektora handlowego raczej nie dostrzegają barier w dostępie do pracowników o kompetencjach zgodnych z ich oczekiwaniami. Niewielki spadek liczby zatrudnionych w sekcji handel i naprawy znalazł odzwierciedlenie w strukturze osób bezrobotnych. Na koniec 2009 roku jako osoby bezrobotne zarejestrowano 5 693 osób legitymujących się zawodem pracownik usług osobistych i sprzedawca, co stanowiło 9,6% całej zbiorowości bezrobotnych. W stosunku do końca roku ubiegłego liczebność tej grupy zwiększyła się o 1 304 osoby (tj. o 29,7%), natomiast jej procentowy udział zmniejszył się o 0,3 punktu. Z kolei wśród nowo zarejestrowanych bezrobotnych w 2009 roku pracownicy tej grupy zawodowej stanowili 8,3%. W porównaniu do 2008 roku nastąpił niewielki wzrost bezrobotnych deklarujących ten zawód, jednak udział wśród ogółu bezrobotnych nie uległ zmianie¹⁷.

Grupa ta charakteryzuje się największymi dysproporcjami płciowymi, tzn. osoby należące do tej grupy zawodowej stanowiły aż 16,7% wśród bezrobotnych kobiet i tylko 3% wśród bezrobotnych mężczyzn.

Analiza struktury bezrobotnych wcześniej pracujących według rodzaju działalności ostatniego miejsca pracy wskazuje, że największy ruch kadrowy w 2009 r., w województwie podlaskim, podobnie jak w latach poprzednich, dokonywał się w przetwórstwie przemysłowym, budownictwie oraz właśnie w sekcji handel i naprawy. W 2009 roku w sekcji tej zarejestrowano

¹⁷ WUP (2010), *Ranking zawodów deficytowych i nadwyżkowych w woj. podlaskim w 2009 r.*, Wydział Badań i Analiz Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Białymstoku, Białystok.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

11 536 nowych bezrobotnych (18,5%) oraz jednocześnie zgłoszono 3886 ofert (11%) do urzędów pracy¹⁸.

Wojewódzki Urząd Pracy tworzy również zestawienia zawodów nadwyżkowych pogrupowanych według 34 elementarnych (4-cyfrowe) grup zawodów. Okazało się, że od lat najliczniejszą wśród osób bezrobotnych grupą zawodową są sprzedawcy i demonstratorzy (3 927 osób, tj. 6,4% ogółu bezrobotnych). Jednocześnie do tej grupy adresowanych jest najwięcej propozycji zatrudnienia. O ile jednak wcześniej zawód ten, mimo tak dużej liczby bezrobotnych, był zawodem równoważonym przez dużą liczbę ofert pracy (choćby wynikającą głównie ze znacznej rotacji kadr) lub o nieznacznej nadwyżce podaży pracowników, to obecnie jest to zawód nadwyżkowy (wysokość wskaźnika wynosi 0,5638)¹⁹.

Mimo to popyt na zawody sprzedawców i handlowców nadal utrzymuje się na stosunkowo wysokim poziomie, bowiem w 2009 r. w strukturze zawodowej ofert pracy dominowały 3 wielkie grupy zawodów i skupiały one łącznie 59% wszystkich propozycji zatrudnienia. Były to grupy: pracownicy przy pracach prostych (26,3%), pracownicy biurowi (16,4%) oraz pracownicy usług osobistych i sprzedawcy (16,2%).

Mimo wzrostu poziomu bezrobocia wśród osób reprezentujących kategorie zawodowe dedykowane handlowi, raczej nie mają one trudności w znalezieniu pracy, w porównaniu do innych grup zawodowych. Świadczy o tym wysokość wskaźnika szansy uzyskania oferty. Wskaźnik ten oblicza się jako stosunek średniej miesięcznej liczby ofert pracy w danym zawodzie w danym okresie, będących w dyspozycji powiatowych urzędów pracy do średniego miesięcznego poziomu rejestrowanego bezrobocia w tym zawodzie. Pozwala on na ustalenie, w których zawodach najłatwiej, a w których najtrudniej znaleźć pracę. Im wyższa wartość tego wskaźnika, tym szanse te rosną. W przypadku sprzedawców

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Ibidem.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

i demonstratorów wskaźnik ten wyniósł 0,0707, co ulokowało tę grupę zawodową na 10. pozycji w rankingu²⁰.

Ponadto duży potencjał kadrowy dla sektora handlu wynika także z popularności nauki na takich kierunkach, jak: zarządzanie, marketing, ekonomia.

Dostęp do kadry w sektorze handlu ułatwiają również stosunkowo niskie wymagania pracodawców wobec swoich pracowników. W trakcie wywiadów badani wielokrotnie podkreślali, że nie oczekują od potencjalnego pracownika szczególnych umiejętności i wiedzy, natomiast chcieliby osobę o określonych predyspozycjach osobowościowych oraz niekiedy ze znajomością języków obcych niż absolwentów określonych kierunków: *„dla nas głównym kryterium są predyspozycje osobowościowe i znajomość języków. Jeżeli te dwa warunki są spełnione, to nam nie przeszkadza rodzaj wykształcenia”*.

Podsumowując, analiza wskazuje, że grupa zawodowa „sprzedawcy i demonstratorzy” cechuje się stosunkowo dużym ruchem kadrowym oraz należy do grupy zawodów nadwyżkowych, choć przedstawiciele tej grupy nie mają dużych problemów ze znalezieniem kolejnego miejsca pracy. Wynika to przede wszystkim z rotacji pracowników handlu i w związku z tym konieczności stałego uzupełniania braków kadrowych przez pracodawców. Z kolei pracodawcy deklarują brak barier w dostępie do odpowiedniej kadry pracowniczej, głównie ze względu na specyfikę regionalnej podaży zasobów kadrowych (absolwenci kierunków humanistycznych oraz zarządzania, marketingu, ekonomii).

6.3. Specyfika zawodów w sektorze handlowym – oczekiwania pracodawców

Wyniki badania „Podlaska mapa zawodów i kwalifikacji – analiza popytu i podaży pracy w województwie podlaskim w ujęciu regionalnym i lokalnym” dowodzą, że praca w zawodzie sprzedawcy jest z punktu widzenia badanych pożądanym zajęciem. Prawie 18% bezrobotnych respondentów wskazało, że sprzedawca jest preferowanym przez nich zawodem. Co ciekawe, tego typu

²⁰ Ibidem.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

preferencje zdecydowanie częściej wskazywały kobiety²¹. Te preferencje mogą wynikać z braku specjalistycznych kompetencji u potencjalnych pracowników, co jest zbieżne z oczekiwaniami pracodawców.

Analiza kompetencji wskazuje, że sprzedawca należy do stanowisk pracy, gdzie w trakcie rekrutacji prawie w ogóle nie zwraca się uwagi na wykształcenie i doświadczenie oraz stosunkowo szybko można przygotować pracownika do nowej pracy. Wówczas kluczowe stają się takie cechy pracownika, jak: rzetelność, uczciwość, chęć do pracy i zdyscyplinowanie (punktualność, nieopuszczanie miejsca pracy), otwartość i przyjazne nastawienie²².

Potwierdziło się to również w wywiadach indywidualnych, podczas których przedsiębiorcy deklarowali, że oczekują od potencjalnych pracowników wykształcenia średniego, licencjackiego lub wyższego bez względu na kierunek. Wyjątkiem są placówki specjalistyczne, które handlują asortymentem wymagającym doradztwa. W opinii badanych ważniejsze są bowiem cechy uniwersalne, które czynią z osoby dobrego pracownika, czyli otwartość na zmiany, pracowitość, lojalność wobec firmy, zaangażowanie i silną motywację. Dodatkowo wskazywano również uczciwość, chęć nauki, dyspozycyjność oraz znajomość branży.

Z drugiej strony wywiady dostarczają informacji o coraz większym zapotrzebowaniu na specjalistów z zakresu logistyki (dotyczy to głównie handlu hurtowego) oraz podkreślają deficytowy charakter tej specjalności. Pojawiły się również nieliczne głosy, że w obecnej sytuacji trudno jest znaleźć „dobrego sprzedawcę”, „prawdziwych fachowców”, bowiem „dużo jest pracowników niewykwalifikowanych, którzy zajmują się marketingiem”.

Jak już wcześniej zostało zasygnalizowane, praca w sektorze handlu charakteryzuje się wysoką rotacją. Świadczą o tym wyniki badania „Podlaska mapa zawodów i kwalifikacji”, gdzie okazało się, że zawód sprzedawcy cechuje

²¹ WUP (2009), *Podlaska mapa zawodów i kwalifikacji – analiza popytu i podaży pracy w województwie podlaskim w ujęciu regionalnym i lokalnym*, Białystok.

²² Ibidem.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

się największą rotacją zarówno wymuszoną (13%), jak i niewymuszoną²³ (12%), czyli pracownicy najczęściej odchodzą z własnej woli, jak i z przymusu²⁴. Fluktuacja kadr w sektorze handlu może więc wynikać z:

- nieatrakcyjnych warunków pracy (np. niskich płac, co zostało potwierdzone w IDI: *„płace są niskie i to wpływa na to, że sektor jest tak bardzo rotacyjny”*),
- braku odpowiednich cech osobowościowych u pracowników,
- postaw pracowników.

Jeden z uczestników wywiadów indywidualnych w ten sposób komentuje to zjawisko: *„Natomiast to jest sektor, który podejrzewam zawsze będzie miał potrzeby, ponieważ również zawsze będzie miał rotację, nie zawsze osoby, które trafiają do tego sektora, nadają się do takiej pracy.”*

Od pracowników handlu, jak już było wspomniane, nie wymaga się specyficznych umiejętności ani wiedzy, raczej predyspozycji i doświadczenia. Stąd często osoby podejmujące pracę w tym sektorze traktują ją jako przejściową i tymczasową. Gdy na podlaskim rynku pracy istnieje znaczny udział absolwentów uczelni humanistycznych (jeden z bardziej nadwyżkowych zawodów), szczególnie wśród kobiet, praca w sektorze handlu może stanowić ważny, aczkolwiek chwilowy szczebel w karierze zawodowej. Jak twierdzą badani: *„wykształcenie z zakresu zarządzania czy ekonomii pomaga, choć nie jest w sektorze niezbędne”*.

Przytaczane już badanie wskazuje, że wymienione powyżej czynniki sprawiają, że w 2009 roku w opinii pracodawców sprzedawcy byli najczęściej poszukiwanym zawodem oraz zawodem, na który najtrudniej było znaleźć pracownika²⁵. Prawdopodobnie część pracowników po epizodzie w sektorze handlu całkowicie odchodzi z tego sektora stwierdzając, że nie jest to praca dla nich i kolejnych miejsc pracy poszukują w innych zawodach, zgodnych

²³ Rotacja niewymuszona oznacza rezygnację z miejsca pracy przez pracownika.

²⁴ WUP (2009), *Podlaska mapa zawodów i kwalifikacji...*, op. cit.

²⁵ Ibidem.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

z kierunkowym wykształceniem lub, w ich mniemaniu, bardziej prestiżowych (wynikających z wyższych aspiracji i ambicji).

Wysoka rotacja pracowników w sektorze handlu nastrocza pracodawcom wiele problemów i może wywoływać niechęć do inwestowania w kadry. Być może zgodnie z sugestią badanych warto założyć, że część stanowisk pracy w placówkach handlowych jest rotacyjna i należy opracować instrumenty ukierunkowane na pracodawców łagodzące skutki tego zjawiska oraz zachęcające pracowników do lojalności wobec pracodawcy.

6.4. Analiza rozwoju kadr pracowniczych

Przedstawiciele sektora handlowego twierdzą, że szkolenia pracowników są niezbędne, ponieważ nowi pracownicy, szczególnie świeżo upieczeni absolwenci wyposażeni w wiedzę teoretyczną, muszą wdrożyć się w realia rynkowe i branżowe oraz zapoznać się ze specyfiką firmy (procedury, klienci), w której rozpoczęli pracę. Co zaskakujące, badani wyrażają bardzo aktualne opinie na ten temat. Ich zdaniem, inwestycje w kapitał ludzki zawsze przynoszą efekty i korzyści, zaś szkolenia powinny mieć ciągły charakter, a nawet powinny być powtarzane. Celem takich powielanych szkoleń jest aktualizacja wiedzy oraz wymiana doświadczeń. Jeden z badanych w ten sposób stwierdził: *„Nigdy nie jest za dużo szkoleń z obsługi klienta. W zależności od trenera, każdy inaczej wpływa na osobę, może zainteresować ją nowymi rzeczami”*. Mimo ewidentnych korzyści osiąganych dzięki szkoleniom, pracodawcy narzekają na ograniczone możliwości delegowania pracowników na takie szkolenia, głównie ze względu na brak środków finansowych. Brak lojalności pracowników również powstrzymuje firmy przed ponoszeniem kosztów związanych z podnoszeniem kwalifikacji przez pracowników.

Większość badanych twierdzi, że we własnym zakresie przygotowuje pracowników do pełnionych w organizacji funkcji i zadań. W przypadku handlu produktami żywnościowymi często są to szkolenia tzw. produktowe organizowane we współpracy z producentami. Jeden z badanych opisał procedurę

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

wrażania nowych pracowników w swojej firmie. Najpierw nowy pracownik jest zatrudniany na kilka miesięcy na stanowisku asystenta, wspierając samodzielnego specjalistę. Taka zależność służy zapoznaniu się ze specyfiką firmy, procedurami i branżą. Jeśli po okresie próbnym pracownik spełnia oczekiwania, tzn. potrafi sam wykonywać swoje zadania, awansuje na stanowisko młodszego specjalisty. To stanowisko wymaga większego zaangażowania i przede wszystkim pełnej samodzielności. Jak twierdzi badany, proces taki czasami trwa dwa lata.

Ponadto badani wskazują na potrzebę zewnętrznego szkolenia swoich pracowników w zakresie:

- obsługi klienta,
- umiejętności interpersonalnych,
- negocjacji,
- zarządzania czasem,
- technik sprzedaży,
- zarządzania łańcuchem dostaw,
- obsługi kasy fiskalnej,
- przepisów prawa.

Wśród wyżej wymienionych szkoleń badani wskazują na brak szkoleń z zakresu obsługi kasy fiskalnej, przepisów prawa, zarządzania łańcuchem dostaw.

Biorąc pod uwagę silną konkurencję w podsektorze handlu detalicznego, gdzie o przewadze decyduje wiedza i umiejętne jej zastosowanie w zakresie zarządzania półką sklepową, poprawy jakości obsługi klienta, opracowania skutecznych i dostosowanych do segmentu docelowego programów marketingowych, ważne jest umożliwienie pracownikom tradycyjnego handlu detalicznego zdobycie takich umiejętności.

6.5. Powiązania z instytucjami rynku pracy

Powiązania przedsiębiorstw z sektora handlu z instytucjami rynku pracy, głównie z Wojewódzkim i Powiatowym Urzędem Pracy, są ograniczone (deklaruje je znikoma część badanych). Współpraca ta polega głównie na korzystaniu

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

z finansowania staży pracowniczych, pomocy w tworzeniu nowych stanowisk pracy oraz organizacji szkoleń.

Część badanych twierdzi, że nie współpracuje z urzędami pracy i samodzielnie rekrutuje oraz szkoli swoich pracowników. Badanie „Podlaska mapa zawodów i kwalifikacji” także wskazuje, że przedsiębiorcy z sektora handlu najczęściej wykorzystują osobiste kontakty do poszukiwania odpowiednich pracowników²⁶.

Podlaski Urząd Pracy realizuje z kolei badania, których wyniki mają służyć przedsiębiorcom i powinny ułatwiać im dostęp do wiedzy, a w konsekwencji pomagać w podejmowaniu decyzji dotyczących rozwoju. Ponadto WUP zaprasza przedsiębiorców, także z sektora handlu, do uczestnictwa w Radach Programowych, które wytyczają kierunki badań gospodarki województwa podlaskiego. Jednak ze względu na nowatorski charakter projektów badawczych realizowanych przez WUP, pracodawcy nie traktują zasobów WUP-u jako źródeł informacji o lokalnej gospodarce. Stąd ta forma współpracy nie była jak dotąd wskazywana przez badanych.

Badani postulują jednak inicjację na szerszą skalę współpracy producentów i handlowców z odpowiednimi instytucjami oświatowymi. Wspólne działania tego typu mogłyby zaowocować wykształceniem odpowiednio profilowanej kadry, dedykowanej podmiotom uczestniczącym w danym projekcie. Inne propozycje współpracy skierowane do instytucji rynku pracy to:

- zapewnienie lepszego dostępu do kredytów dla osób, które chcą założyć swoją działalność, jak i tych, które już ją prowadzą,
- wprowadzenie ulg dla pracodawców, żeby mogli zwiększyć zatrudnienie,
- inicjowanie współpracy pomiędzy sklepami o podobnej powierzchni, czyli tworzenie własnych grup spółdzielczych i dzięki temu poprawa ich pozycji konkurencyjnej.

Mimo że do tej pory powiązania placówek handlowych z instytucjami rynku pracy są ograniczone, to dotychczasowe doświadczenia pracodawców,

²⁶ Ibidem.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

programy badawcze realizowane przez WUP, a w konsekwencji lepiej dostosowane do potrzeb firm formy współpracy mogą sprzyjać rozwojowi tej współpracy w przyszłości.

6.6. Prognoza zmian w zatrudnieniu

W sektorze handlu nie przewiduje się rewolucyjnych zmian w wielkości ani strukturze zatrudnienia. Dojrzałość tego sektora i powolne zmiany w nim zachodzące nie wpływają istotnie na lokalny rynek pracy. Opinię tę potwierdzają badani: *„według mnie, to zatrudnienie powinno się utrzymywać na stałym poziomie”*. Jeden z badanych zauważył, że coraz częściej stosowaną praktyką, szczególnie w czasach kryzysu, jest zwiększanie zakresu obowiązków dotychczasowych pracowników, a nie zatrudnianie nowych.

Jednak z drugiej strony niskie bariery wejścia do podsektora handlu detalicznego sprawiają, że działalność gospodarcza w tym sektorze stanowi popularną formę samozatrudnienia. Tak więc w przyszłości pogorszenie się warunków na rynku pracy (wzrost bezrobocia) może spowodować nieznaczny wzrost zatrudnienia w tym sektorze. Ponadto duża rotacja w firmach handlowych może w przyszłości zmuszać je do wprowadzania elastycznych form zatrudnienia.

6.7. Powiązania instytucji z sektorem handlu – możliwości współpracy

W trakcie wywiadów przedstawiciele badanych instytucji wskazują na powiązania z sektorem handlowym. Współpraca tych instytucji z sektorem w głównej mierze ma charakter informacyjno-doradczy, promocyjny, kontrolny oraz mediacyjny.

Współpraca przede wszystkim polega na organizacji seminariów informacyjnych, misji wyjazdowych i przyjazdowych oraz oferowaniu specjalistycznej wiedzy i pomocy, m.in. w zakresie poszukiwania kontrahentów oraz z zakresu prawa.

Powiązania z sektorem handlu polegają również na jego kontroli. Jak przestrzega przedstawiciel takiej organizacji, każda ze stron pragnie uniknąć konfliktu, w związku z tym organizacja kontrolna podkreśla swój pozytywny

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

stosunek do przedsiębiorców („nie staramy się ich gnębić, tylko raczej podpowiadać”). Z kolei podmioty starają się dostrzegać potrzebę działań kontrolnych, choć niekiedy wyrażają oburzenie z powodu niesłuszności nałożonych kar. Jeden z badanych przedsiębiorców zauważa, że większością kar powinni być obciążani producenci, a nie przedsiębiorstwa handlowe, bowiem to te pierwsze mają wpływ na skład, jakość i inne parametry produktów. Warto wspomnieć również o pełnionej przez instytucje funkcji mediatora pomiędzy przedsiębiorcą a niezadowolonym klientem.

Organizacje współpracujące z sektorem handlu wykazują elastyczność i skłonność do dostosowania swojej oferty i pomocy do konkretnej grupy podmiotów. Świadczy to o chęci dalszego rozwijania współpracy z przedsiębiorcami. W przyszłości instytucje te planują poszerzyć ofertę usługową m.in. o kolejne usługi szkoleniowe.

Badane instytucje dostrzegają istotną barierę w funkcjonowaniu sektora handlu – niewystarczający dostęp do kapitału. Tym bardziej że dotychczas podmioty z sektora handlu miały ograniczony dostęp do środków unijnych. Mogły jedynie ubiegać się o dotacje na szkolenia pracowników. W związku z tym chcą rozwijać i utrzymywać współpracę, pomagając przedsiębiorcom, zwłaszcza małym, pozyskać zewnętrzne źródła finansowania oraz doradzając w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej. Obecnie pomoc ta polega głównie na udzielaniu poręczeń do kredytów bankowych (w ciągu ostatnich dwóch lat wzrósł udział poręczeń udzielonych podmiotom z sektora handlu). W przyszłości możliwe będzie zaś poszukiwanie, w ramach sieci Enterprise Europe Network inwestorów, producentów, dostawców czy też klientów. Działania takie poprawią pozycję konkurencyjną firm, dzięki zastrzykowi zewnętrznego kapitału oraz możliwości poszerzenia rynków zbytu itd.

6.8. Podsumowanie

Podsumowując, znaczenie sektora handlu na rynku pracy wiąże się z:

- dużym udziałem pracowników tego sektora w ogólnym zatrudnieniu,

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

- absorpcją ludzi o niesprecyzowanych zawodach lub osób, które w swoim zawodzie nie mogą znaleźć pracy,
- funkcją placówek handlowych jako formy samozatrudnienia.

Z jednej strony placówki sektora handlu są preferowanym miejscem zatrudnienia w opinii potencjalnych pracowników (prawdopodobnie ze względu na brak konkretnych oczekiwań ze strony pracodawców), z drugiej zaś sektor ten cechuje się silną rotacją, co utrudnia funkcjonowanie przedsiębiorcom i ogranicza ich zaufanie pokładane w pracownikach. Konieczne więc wydaje się podjęcie działań mających na celu łagodzenie skutków tego zjawiska oraz zmianę społecznego postrzegania osób zatrudnionych w sektorze handlu.

7. Analiza SWOT sektora

Jest to kompleksowa metoda służąca zarówno badaniu otoczenia, np. sektora, jak i analizie jego wnętrza. Jest ona uznawana za jedną z metod rejestracji i klasyfikacji czynników warunkujących strategię analizowanego podmiotu. Nazwa SWOT jest akronimem słów *Strengths* – mocne strony podmiotu, *Weakness* – słabe strony podmiotu, *Opportunities* – szanse w otoczeniu, *Threats* – zagrożenia w otoczeniu.

Analiza SWOT sektora pozwoliła na określenie jego mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń czyhających na sektor (tabele 5. i 6.).

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
 – SEKTOR HANDLU

Tabela 5. Analiza SWOT podsektora handlu detalicznego

Uwarunkowania wewnętrzne	
Mocne strony	Słabe strony
• Dostęp do odpowiednich i tanich zasobów kadrowych • Relatywnie duże możliwości wydłużania terminów płatności • Przyzwyczajenie konsumentów do tradycyjnego handlu detalicznego • Relatywnie duża podaż powierzchni handlowych dla tradycyjnego handlu detalicznego • Wysoka aktywność sieci franczyzowych • Niewielkie nasycenie powierzchnią sprzedażową na 1000 mieszkańców • Silne marki własne w nowoczesnym handlu detalicznym • Duża siła przetargowa wobec dostawców nowoczesnego handlu detalicznego • Szeroki asortyment w nowoczesnym handlu detalicznym • Wiedza na temat nowoczesnych technologii optymalizujących systemy zaopatrzenia w placówkach nowoczesnego handlu detalicznego • Posiadanie przez placówki nowoczesnego handlu detalicznego własnych centrów zaopatrzeniowych	• Konkurencja cenowa • Niewystarczający zakres procesów koncentracji poziomej i pionowej (rozdrobnienie placówek tradycyjnego handlu detalicznego) • Ograniczony zakres stosowania strategii wielokanaowości • Relatywnie niewielkie umiejętności zarządzania półką w tradycyjnym handlu detalicznym • Niskie bariery wejścia do tradycyjnego handlu detalicznego • Słaby dostęp do <i>know-how</i> tradycyjnych placówek handlu detalicznego • Duże nasycenie powierzchnią centrów handlowych w mieście wojewódzkim • Ograniczony popyt ze strony lokalnych odbiorców

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
 – SEKTOR HANDLU

Uwarunkowania zewnętrzne	
Szanse	Zagrożenia
• Wzrost realnych dochodów konsumentów • Utrzymywanie się stabilnej stopy procentowej • Rozwój handlu przygranicznego • Wzrost etnocentryzmu konsumentów • Wzrost dostępności technologii informatycznych usprawniających proces zarządzania • Wzrost dostępu do Internetu • Poprawa dostępności komunikacyjnej (infrastruktura transportowa)	• Relatywny wzrost wydatków na usługi • Ograniczony dostęp do terenów inwestycyjnych dla nowoczesnego handlu detalicznego • Wzrost ceny paliwa i kosztów energii • Napływ zagranicznych inwestycji • Rosnąca świadomość praw konsumentów • Wzrost zakresu regulacji prawnych chroniących konsumentów • Wzrost zakresu regulacji prawnych chroniących środowisko • Wzrost społecznej odpowiedzialności konsumentów • Zwiększenie ograniczeń handlu w niedziele i święta dla nowoczesnego handlu detalicznego • Wzrost kosztów prowadzenia działalności gospodarczej (podatki, ZUS) • Utrwalanie stereotypu Polski B • Spadek wartości transferów będących efektem migracji • Starzejące się społeczeństwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
 Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
 – SEKTOR HANDLU

Tabela 6. Analiza SWOT podsektora handlu hurtowego

Uwarunkowania wewnętrzne	
Mocne strony	Słabe strony
• Integracja pozioma i pionowa wśród liderów • Wzrost zakresu i poprawa jakości usług okołosprzedażowych • Relatywnie duża siła przetargowa wobec dostawców • Wysokie korzyści skali • Dostęp do odpowiednich i tanich zasobów kadrowych • Relatywnie duże nasycenie powierzchnią magazynową w województwie podlaskim • Lider narzucający standardy działalności (benchmarking)	• Słaba siła przetargowa wobec sieciowego handlu detalicznego • Konkurencja cenowa • Rozdrobnienie podmiotów • Problemy z terminowym ściąganiem należności (problemy z płynnością finansową) • Lokalny zasięg działania wielu podmiotów • Niewielki zakres wdrażanych systemów zarządzania w tradycyjnym handlu hurtowym (SAP SRM; EDI; wskaźniki oceny dostawców – koszty, jakość, serwis, elastyczność) • Słaba dostępność komunikacyjna regionu
Uwarunkowania zewnętrzne	
Szanse	Zagrożenia
• Wzrost realnych dochodów konsumentów • Utrzymanie stabilnej stopy procentowej • Rozwój handlu ze Wschodem • Wzrost etnocentryzmu konsumentów • Rozwój technologii informatycznych usprawniających proces zarządzania	• Relatywny wzrost wydatków na usługi • Ograniczony dostęp do terenów inwestycyjnych • Wzrost ceny paliwa i kosztów energii • Napływ zagranicznych inwestycji • Deprecjacja złotówki • Wzrost kosztów prowadzenia działalności gospodarczej (podatki, ZUS) • Relatywnie niewielka pojemność podlaskiego rynku • Wzrost dostępności i zaufania do transakcji internetowych • Utrwalanie stereotypu Polski B • Spadek wartości transferów będących efektem migracji

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR HANDLU

8. Uwarunkowania i prognozy rozwoju sektora w województwie podlaskim. Rekomendacje

8.1. Uwarunkowania rozwoju sektora

8.1.1. Uwarunkowania rozwoju podsektora handlu detalicznego

Podsektor handlu detalicznego, zarówno w perspektywie średnio-, jak i długookresowej, nie będzie pełnił funkcji kluczowego obszaru wzrostu regionu, co wynika głównie z licznych jego słabości: lokalnego charakteru sprzedaży detalicznej, będącego efektem ukierunkowania na obsługę wyłącznie lokalnej społeczności; rozdrobnienia podmiotów podsektora handlu detalicznego, a w konsekwencji niewystarczającej siły przetargowej wobec dostawców i odbiorców; biernej postawy podmiotów wobec zmian w otoczeniu, w tym braku reakcji na coraz większą popularność strategii wielokanałowości; umiarkowanej atrakcyjności podsektora, będącej pochodną między innymi małej chłonności lokalnego rynku zbytu; niewielkich barier wejścia skutkujących presją konkurencyjną; słabych umiejętności zarządzania półką sprzedażową w tradycyjnym handlu detalicznym.

Ponadto, powyższe słabe strony podsektora handlu detalicznego są wzmacniane oddziaływaniem stosunkowo szerokiego zakresu zagrożeń w otoczeniu. Do głównych barier rozwoju tego podsektora należy zaliczyć: napływ kapitału zagranicznego w postaci nowoczesnych sieci detalicznych; wzrost zakresu regulacji chroniących konsumentów i środowisko naturalne; wzrost świadomości i odpowiedzialności konsumentów; wzrost kosztów prowadzenia działalności; stereotyp Polski B, ograniczający napływ nowych inwestorów (dodatkowy popyt na produkty handlu detalicznego); starzejące się społeczeństwo.

8.1.2. Uwarunkowania rozwoju podsektora handlu hurtowego

Analiza pięciu sił Portera wskazuje, że jest to podsektor o umiarkowanym poziomie atrakcyjności. Brak możliwości prorozwojowego oddziaływania na gospodarkę województwa wynika przede wszystkim z jego słabości: rozdrobnienia

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

placówek tradycyjnego handlu hurtowego, a tym samym małej siły przetargowej wobec dostawców i nabywców; niewielkiego zakresu wdrażanych systemów zarządzania optymalizujących sferę logistyki; lokalnego zasięgu działania tradycyjnego handlu hurtowego; tendencji do skracania kanałów dystrybucyjnych, a w konsekwencji pomijania przez producentów przedsiębiorstw hurtowych.

Ponadto, powyższe słabe strony podsektora handlu hurtowego są wzmacniane oddziaływaniem stosunkowo szerokiego zakresu zagrożeń w otoczeniu. Do głównych barier rozwoju tego podsektora należy zaliczyć: słabą dostępność komunikacyjną regionu; peryferyjne położenie województwa podlaskiego; wzrost kosztów prowadzenia działalności gospodarczej; stereotyp Polski B, ograniczający napływ nowych inwestorów (dodatkowy popyt na produkty handlu hurtowego); napływ kapitału zagranicznego w postaci wyspecjalizowanych sieci dystrybucyjnych; umiarkowanej atrakcyjności podsektora, będącej pochodną między innymi małej chłonności lokalnego rynku zbytu.

8.2. Prognozy rozwoju sektora

Do ustalenia prognoz rozwoju sektora handlu wykorzystano scenariusze stanów otoczenia oraz wyniki przeprowadzonej analizy SWOT.

Do budowy scenariuszy stanów otoczenia posłużyły czynniki popytowo-podażowe rozwoju sektora, których lista znajduje się w rozdziale 4 raportu skróconego. W trakcie prac zespołu badawczego z ekspertami każdemu analizowanemu czynnikowi należącemu do jednej z sześciu sfer: ekonomicznej, technicznej, społecznej, prawno-administracyjnej, międzynarodowej, środowiskowej, została przypisana tendencja wzrostowa, stagnacji lub spadku. Następnie w odniesieniu do każdego czynnika oceniono prawdopodobieństwo wystąpienia tych trzech tendencji oraz przypisano negatywną lub pozytywną siłę oddziaływania w skali od –5 do +5. Na tej podstawie możliwe było opracowanie czterech scenariuszy przyszłości podsektorów handlu detalicznego i hurtowego:

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

optymistycznego, pesymistycznego, najbardziej prawdopodobnego i niespodziankowego.

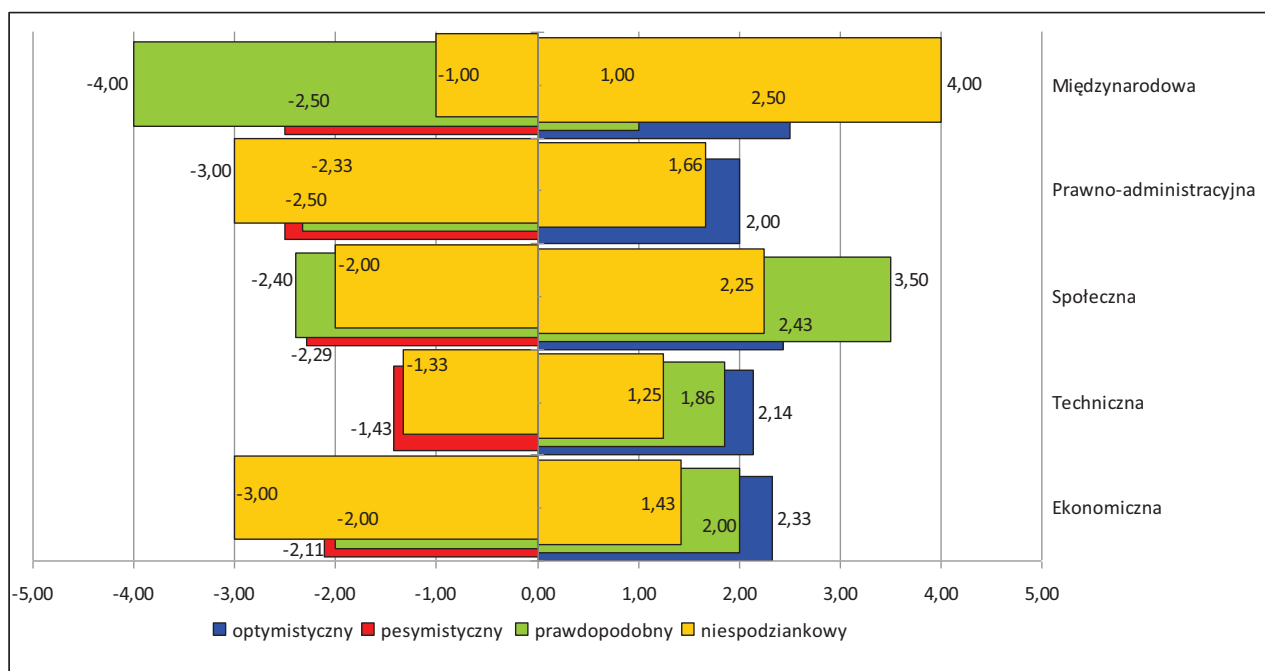
8.2.1. Układ scenariuszowy stanów otoczenia podsektora handlu detalicznego

Ze scenariusza optymistycznego, oznaczonego kolorem niebieskim wynika, że źródłem relatywnie największych szans dla podsektora handlu detalicznego będzie otoczenie międzynarodowe, w tym intensyfikacja procesów integracyjnych, a tym samym rozwój handlu przygranicznego (średnia siła wpływu +2,5). Ale związany z tym napływ kapitału zagranicznego w postaci nowoczesnych placówek handlu detalicznego będzie źródłem realnych zagrożeń dla dominującego na Podlasiu tradycyjnego handlu detalicznego, co przedstawia pesymistyczny scenariusz oznaczony kolorem czerwonym (średnia siła wpływu -2,5). Stąd relatywnie duża rozpiętość pomiędzy scenariuszem optymistycznym a pesymistycznym pozwala wskazać na burzliwy charakter otoczenia międzynarodowego i w procesach formułowania strategii trzeba poświęcić mu szczególnie dużo uwagi. Z kolei, najmniejszy pozytywny wpływ na podsektor handlu detalicznego będzie wywierać sfera prawno-administracyjna. Oznacza to, że sfera ta w ograniczonym stopniu będzie stanowić źródło szans.

Scenariusz pesymistyczny (kolor czerwony) opisuje te trendy i procesy, które będą miały negatywny wpływ na przedsiębiorstwo. Z opracowanego scenariusza wynika, że najważniejszym źródłem zagrożeń dla przedsiębiorstw podsektora handlu detalicznego będą sfery prawno-administracyjna (siła wpływu -2,5) oraz międzynarodowa (siła wpływu -2,5). Przedsiębiorstwa podsektora handlu detalicznego będą musiały w swoich strategiach działania uwzględnić fakt, że świadomość praw konsumentów może rosnąć, a także, że zakres ochrony konsumentów i środowiska oraz wynikające z tego restrykcje mogą ulegać rozszerzeniu. Jednocześnie, w ramach otoczenia międzynarodowego należy uwzględnić negatywne konsekwencje napływającego kapitału zagranicznego, stanowiącego bezpośrednią konkurencję.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
 – SEKTOR HANDLU

Wykres 3. Otoczenie – źródła szans i zagrożeń w podsektorze handlu detalicznego



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Trzeci opracowany scenariusz, najbardziej prawdopodobny, to taki, w którym zakłada się trendy zmian w otoczeniu, których wystąpienie charakteryzuje się największym prawdopodobieństwem (kolor zielony na wykresie). Z opracowanego scenariusza wynika, że najbardziej prawdopodobnym źródłem szans jest otoczenie społeczne (siła wpływu +3,5), a w dalszej kolejności ekonomiczne (siła wpływu +2,0). Oznacza to, że w podsektorze handlu detalicznego z dużym prawdopodobieństwem wystąpią takie czynniki, jak: wzrost dochodów gospodarstw domowych, wzrost etnocentryzmu konsumentów oraz zaufania do transakcji internetowych. Z kolei najbardziej prawdopodobnym źródłem zagrożeń będzie otoczenie międzynarodowe (siła wpływu –4,0), społeczne (siła wpływu –2,4) i prawno-administracyjne (siła wpływu –2,33). W najbliższym czasie należy oczekiwać dalszego napływu kapitału zagranicznego tworzącego presję konkurencyjną, zmiany preferencji i gustów konsumentów wymagające nieustannego doskonalenia oferty sprzedażowej oraz wzrostu świadomości praw konsumenckich i poziomu społecznej odpowiedzialności konsumenta. Oznacza to,

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

że podmioty podsektora handlu detalicznego będą musiały wykazać się umiejętnością elastycznego dostosowywania oferty produktowej do zmieniających się preferencji klientów, będących pochodną zmian w otoczeniu społecznym i prawno-administracyjnym.

Czwarty rodzaj wśród przygotowanych scenariuszy to scenariusz niespodziankowy (kolor żółty na wykresie). Zawiera on trendy, które niezależnie od potencjalnej siły negatywnego czy pozytywnego wpływu mają najmniejsze prawdopodobieństwo wystąpienia. Analiza scenariuszy niespodziankowych wskazuje, że prawdopodobieństwo wystąpienia takich zagrożeń, jak zwiększenie zakazu handlu w niedziele i święta, spadek zaufania do transakcji internetowych oraz spadek dochodów społeczeństwa, jest relatywnie niewielkie. Ale jednocześnie prawdopodobieństwo wystąpienia szans w postaci ograniczonego napływu kapitału zagranicznego, spadku presji ze strony konsumentów na społecznie odpowiedzialne postępowanie firm, a także wzrostu siły kapitałowej regionalnych podmiotów jest również stosunkowo niewielkie.

8.2.2. Układ scenariuszowy stanów otoczenia podsektora handlu hurtowego

Źródłem relatywnie największych szans dla podsektora handlu hurtowego będzie otoczenie technologiczne i ekonomiczne. Relatywna przewaga szans nad zagrożeniami w otoczeniu technologicznym oznacza, że w strategii przedsiębiorstw tego podsektora powinno uwzględnić się przedsięwzięcia ukierunkowane na zwiększenie wykorzystania nowoczesnych technologii informatycznych umożliwiających optymalizację sfery zaopatrzenia i dystrybucji. Jednocześnie należy skupić uwagę na wdrażaniu nowoczesnych technologii płatności oraz przechowywania produktów. Pozytywne oddziaływanie otoczenia technologicznego potwierdza również brak w scenariuszu najbardziej prawdopodobnym jego ujemnego wpływu.

W ramach otoczenia ekonomicznego strategia działania przedsiębiorstw podsektora handlu hurtowego powinna uwzględniać szanse wynikające ze spadku kursu walut, stabilnej stopy procentowej, poprawy dostępności do terenów

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

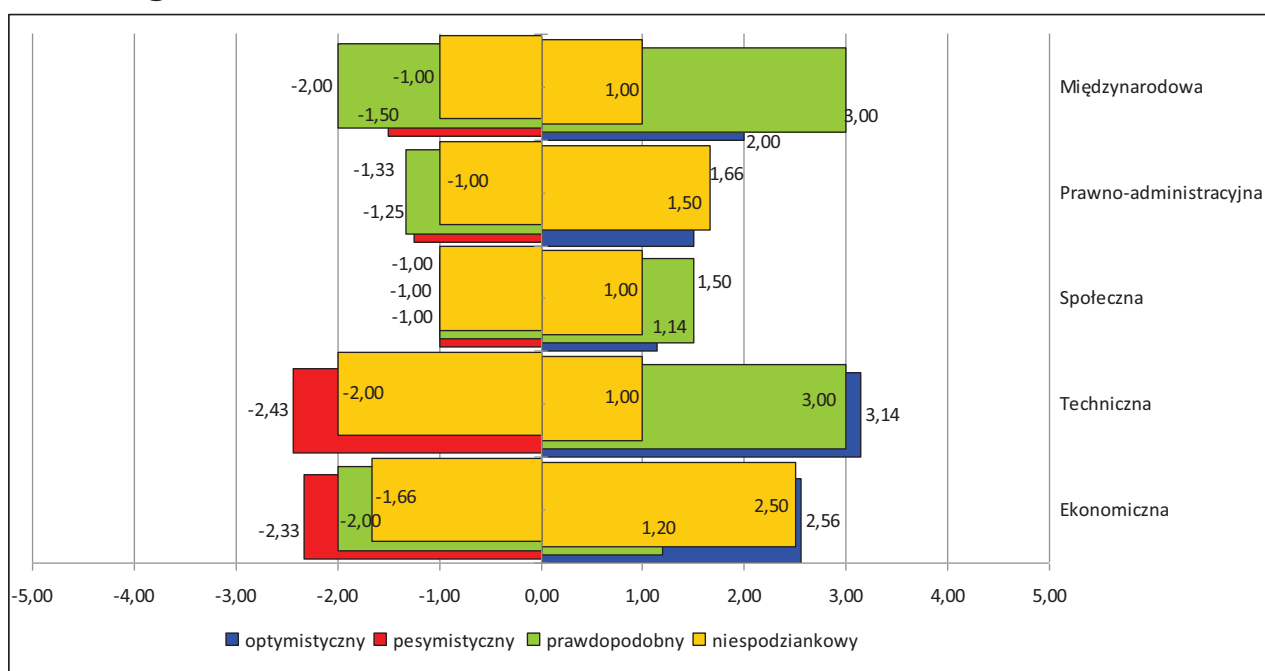
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

inwestycyjnych oraz wzrostu siły kapitałowej regionalnych podmiotów. Jednak podmioty tego podsektora muszą się liczyć z tym, że sfera ekonomiczna jest relatywnie burzliwa, a prawdopodobieństwo wystąpienia szans jest mniejsze niż zagrożeń.

Niewielkie rozpiętości w ramach otoczenia społecznego i prawno-administracyjnego pomiędzy scenariuszem optymistycznym a pesymistycznym oznaczają relatywnie niewielkie uzależnienie podmiotów podsektora handlu hurtowego od tych elementów otoczenia.

Wykres 4. Otoczenie – źródła szans i zagrożeń w podsektorze handlu hurtowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Otoczenie międzynarodowe charakteryzuje się umiarkowanym poziomem rozpiętości pomiędzy optymistycznym a pesymistycznym scenariuszem. Jednocześnie prawdopodobieństwo wystąpienia szans w jego ramach jest względnie większe niż zagrożeń, co oznacza, że korzyści wynikające z intensyfikacji wymiany towarowej ze Wschodem mogą okazać się relatywnie większe, niż zagrożenie będące pochodną napływającego konkurencyjnego kapitału zagranicznego.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR HANDLU

Analiza scenariusza niespodziankowego wskazuje, że prawdopodobieństwo wystąpienia takich zagrożeń, jak pogorszenie stanu infrastruktury drogowej, spadek dochodów gospodarstw domowych oraz spadek bezrobocia, a tym samym problemy z dostępem do taniej siły roboczej, jest relatywnie niewielkie. Ale jednocześnie prawdopodobieństwo wystąpienia szans w postaci spadku kosztów energii i paliw, istotnych ułatwień w dostępie terenów inwestycyjnych, spadku stopy procentowej, a tym samym spadku kosztów kredytu kupieckiego jest również stosunkowo niewielkie.

8.3. Strategia rozwoju sektora wynikająca z analizy SWOT

Uwzględniając listę i istotność poszczególnych mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń w handlu detalicznym, zasadną strategią działania wydaje się być strategia mini-maxi. Zidentyfikowane w podsektorze handlu detalicznego słabe strony jego podmiotów są relatywnie większe od mocnych stron, a szanse przeważają nad zagrożeniami.

Rysunek 1. Strategia działania podsektora handlu detalicznego

	Lista mocnych stron sektora	Lista słabych stron sektora
Lista szans z otoczenia	Strategia maxi-maxi	Strategia mini-maxi
Lista zagrożeń z otoczenia	Strategia maxi-mini	Strategia mini-mini

Źródło: opracowanie własne.

Uwzględniając listę, jak też istotność poszczególnych atutów i słabości oraz szans i zagrożeń w podsektorze podlaskiego handlu hurtowego, zasadną strategią działania wydaje się być strategia mini-maxi. Zidentyfikowane w handlu hurtowym słabe strony są relatywnie bardziej istotne od jego mocnych stron, a szanse przeważają nad zagrożeniami.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR HANDLU

Rysunek 2. Strategia działania podsektora handlu hurtowego

	Lista mocnych stron sektora	Lista słabych stron sektora
Lista szans z otoczenia	Strategia maxi-maxi	Strategia mini-maxi
Lista zagrożeń z otoczenia	Strategia maxi-mini	Strategia mini-mini

Źródło: opracowanie własne.

8.4. Prognozy rozwoju sektora – wnioski

8.4.1. Perspektywa średniookresowa (do 5 lat) dla podsektora handlu detalicznego

Uwzględniając specyfikę podsektora handlu detalicznego oraz wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania jego rozwoju, nie można traktować obecnie tego podsektora jako czynnika pozytywnie i istotnie przyspieszającego poziom rozwoju województwa podlaskiego. Ponadto, podsektor ten w perspektywie średniookresowej (do 5 lat) nie będzie pełnił funkcji kluczowego obszaru wzrostu regionu, co wynika głównie z lokalnego charakteru sprzedaży detalicznej.

Realne szanse wzrostu siły nabywczej konsumentów oraz rozwoju handlu przygranicznego, wzrostu dostępności zewnętrznych źródeł finansowania w połączeniu z relatywnie niewielkim nasyceniem powierzchnią sprzedażową w województwie podlaskim dają realne możliwości umocnienia pozycji konkurencyjnej podmiotów handlu detalicznego w perspektywie średniookresowej. Jednak warunkiem wykorzystania zidentyfikowanych szans jest przeformułowanie dotychczasowej strategii działania. Placówki handlu detalicznego powinny zintensyfikować procesy konsolidacyjne zarówno pionowe, jak i poziome. Uzyskana w ten sposób siła konkurencyjna umożliwi im pokonanie zidentyfikowanych słabości, poprzez rozwijanie kompetencji w zakresie zarządzania półką sklepową, systemów zarządzania optymalizujących sferę zaopatrzenia, programów marketingowych i jakości obsługi. Uzyskana siła

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

kapitałowa będzie dawać realne szanse na tworzenie przewag kosztowych oraz wyróżnienia, a tym samym na sprostanie agresywnej konkurencji cenowej.

8.4.2. Perspektywa długookresowa (powyżej 5 lat) dla podsektora handlu detalicznego

Prognozy rozwoju podsektora handlu detalicznego w długim okresie nie są optymistyczne i podsektor ten nie będzie w stanie pełnić funkcji kluczowego obszaru wzrostu regionu. Oznacza to, że podsektor będzie stabilnie rozwijał się w granicach wyznaczonych przez rozmiary lokalnego popytu, utrzymując zatrudnienie na poziomie umożliwiającym obsługę lokalnej społeczności, a tym samym bez większych możliwości na generowanie dodatkowego zapotrzebowania na siłę roboczą. Jednak zróżnicowany charakter podmiotów podsektora handlu detalicznego sprawia, że stabilny rozwój będzie dotyczył przede wszystkim nowoczesnych form handlu detalicznego. Natomiast tradycyjny handel detaliczny wymaga reorganizacji i podjęcia działań korygujących dotychczasowe strategie działania. Przede wszystkim szansę rozwoju mają placówki, które podejmą próbę specjalizacji wyróżniającej je na tle konkurencji. Ponadto w rywalizacji z hipermarketami czy supermarketami małe sklepy muszą optymalnie wykorzystywać dotychczasowe przyzwyczajenia polskich konsumentów oraz zupełnie inaczej niż dotąd kształtować strukturę asortymentową. Polacy deklarują chęć dokonywania szybkich i wygodnych zakupów, natomiast w koszyku zakupowym konsumenta ciągle znajdują się produkty świeże (warzywa, owoce, pieczywo, mięso, wędliny). Właśnie tym preferencjom powinny odpowiadać małe sklepy detaliczne oraz rezygnować z produktów kupowanych raz w tygodniu (domena hipermarketów). Stąd, sformułowane dalej rekomendacje będą wskazywały kierunki działań wspierające przede wszystkim tradycyjny handel detaliczny.

8.4.3. Perspektywa średniookresowa (do 5 lat) dla podsektora handlu hurtowego

Uwzględniając specyfikę podsektora handlu hurtowego oraz wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania jego rozwoju, nie można traktować obecnie, ani w perspektywie średniookresowej (do 5 lat) tego podsektora jako czynnika pozytywnie i istotnie przyspieszającego poziom rozwoju województwa podlaskiego.

W podsektorze handlu hurtowego zagrożenia wynikające z dynamicznie zmieniającego się otoczenia technologicznego powodują, że zidentyfikowany zakres i skala słabych stron podsektora, w tym lokalny zasięg działania, relatywnie duże rozdrobnienie istotnie ograniczają możliwości rozwoju hurtowni z województwa podlaskiego. Jednocześnie peryferyjne położenie województwa w połączeniu z niską dostępnością transportową zniechęca potencjalnych inwestorów do tworzenia na jego terenie centrów zaopatrzeniowo-logistycznych. Szansą może okazać się wzrost realnych dochodów konsumentów oraz realizacja inwestycji poprawiających dostępność komunikacyjną województwa podlaskiego. Ponadto, rozpoczęte procesy integracji poziomej, jak i pionowej w podsektorze handlu hurtowego są w stanie zwiększyć pozycję konkurencyjną podlaskich hurtowni.

Jednak w perspektywie średniookresowej słabe strony podmiotów podsektora handlu hurtowego będą relatywnie bardziej istotne od mocnych stron, a szanse będą przeważać nad zagrożeniami. Stąd, podmioty podsektora handlu hurtowego chcąc sprostać narastającej konkurencji oraz dynamicznym zmianom w otoczeniu powinny przededefiniować swoją strategię działania i poszukiwać możliwości zwiększenia skali działania.

8.4.4. Perspektywa długookresowa (powyżej 5 lat) dla podsektora handlu hurtowego

Warunkiem pokonania zidentyfikowanych słabości, a tym samym w perspektywie długookresowej (powyżej 5 lat) uczynienia podsektora handlu

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

hurtowego kluczowym obszarem wzrostu województwa podlaskiego, jest predefiniowanie dotychczasowych strategii działania. Warunkiem wyjścia podlaskich hurtowni na rynek krajowy i zagraniczny jest profesjonalizacja sposobów prowadzenia działalności. Należy podejmować działania umożliwiające poprawę wiarygodności w opinii potencjalnych dostawców i nabywców, poprzez między innymi interaktywne sposoby komunikacji z kooperantami i stosowanie nowoczesnych technologii zarządzania łańcuchem dostaw. Jednocześnie należy intensyfikować procesy integracji poziomej i pionowej. Ponadto, szansą na rozwój podsektora handlu hurtowego jest intensyfikacja procesów integracyjnych, w tym zwiększanie zakresu wymiany towarowej ze Wschodem. Rozwój handlu ze Wschodem daje szanse na powstawanie w regionie centrów logistyczno-zaopatrzeniowych, realizujących nie tylko funkcje handlowe, ale również produkcyjne i usługowe, a tym samym zgłaszających zapotrzebowanie na dodatkową siłę roboczą. Stąd można przyjąć, że w dłuższej perspektywie podsektor handlu hurtowego ma określone możliwości rozwojowe, jednakże aby to było możliwe, wymagana będzie realizacja rekomendacji przedstawionych w dalszej części raportu.

8.5. Rekomendacje

8.5.1. Rekomendacje dla podsektora handlu detalicznego

8.5.1.1. Rekomendacje dla przedsiębiorstw

Rekomendacja 1.

Nawiązywanie współpracy pomiędzy placówkami handlu detalicznego.

Rekomendacja 2.

Podejmowanie prób nawiązania współpracy pomiędzy placówkami handlu detalicznego a handlu hurtowego.

Rekomendacja 3.

Stworzenie grupy lobbingowej działającej na rzecz handlu detalicznego.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR HANDLU

Rekomendacja 4.

Rozwój własnych marek produktów przez grupy sklepów detalicznych.

Rekomendacja 5.

Unowocześnianie form komunikacji z klientami – budowa witryn internetowych.

Rekomendacja 6.

Podjęcie współpracy z instytucjami oświatowymi, co będzie sprzyjało lepszemu wykwalifikowaniu pracowników dla podsektora.

Rekomendacja 7.

Inwestowanie w kapitał ludzki tak, aby sprzedawcy mogli stać się doradcami klienta wyczulonymi na jego potrzeby.

Rekomendacja 8.

Podjęcie działań mających na celu wypracowanie modelu biznesowego wychodzącego poza tradycyjne, proste transakcje zakupowe i obejmujące dodatkowe usługi skierowane do indywidualnych klientów.

Rekomendacja 9.

Wykreowanie marki sklepu opartej na przyjaznej atmosferze towarzyszącej robieniu zakupów.

8.5.1.2. Rekomendacje dla władz regionalnych

Rekomendacja 1.

Realizacja działań umożliwiających unijne dofinansowanie placówek handlu detalicznego.

Rekomendacja 2.

Poprawa zewnętrznego wizerunku województwa podlaskiego jako miejsca inwestycji.

Rekomendacja 3.

Poprawa wizerunku województwa podlaskiego, jako miejsca wypoczynku – napływ turystów generujących dodatkowy popyt.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR HANDLU

Rekomendacja 4.

Poprawa dostępności komunikacyjnej województwa podlaskiego.

Rekomendacja 5.

Realizacja działań lobbujących na rzecz zwiększenia strefy handlu przygranicznego.

Rekomendacja 6.

Realizacja działań lobbujących na rzecz wprowadzenia ruchu bezwizowego z Białorusią, Rosją i Ukrainą.

8.5.1.3. Rekomendacje dla instytucji

Rekomendacja 1.

Działania zmierzające do poprawy wizerunku handlowca-sprzedawcy.

Rekomendacja 2.

Opracowanie oferty systemu szkoleń podnoszących kwalifikacje osób zatrudnionych w podsektorze handlu detalicznego.

Rekomendacja 3.

Realizacja szkoleń menedżerskich dla właścicieli małych sklepów detalicznych.

8.5.2. Rekomendacje dla podsektora handlu hurtowego

8.5.2.1. Rekomendacje dla przedsiębiorstw

Rekomendacja 1.

Nawiązywanie współpracy pomiędzy placówkami handlu hurtowego.

Rekomendacja 2.

Podejmowanie prób nawiązania współpracy pomiędzy placówkami handlu hurtowego a handlu detalicznego.

Rekomendacja 3.

Budowanie trwałych relacji z placówkami handlu detalicznego poprzez partnerstwo i dzielenie się wiedzą z zakresu *merchandisingu*.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR HANDLU

Rekomendacja 4.

Stworzenie grupy lobbingowej działającej na rzecz handlu hurtowego.

Rekomendacja 5.

Rozwój własnych marek produktów przez grupy hurtowni.

Rekomendacja 6.

Internacjonalizacja działalności placówek handlu hurtowego.

Rekomendacja 7.

Unowocześnianie form komunikacji z klientami – budowa witryn internetowych.

Rekomendacja 8.

Podjęcie współpracy z instytucjami oświatowymi, co będzie sprzyjało lepszemu wykwalifikowaniu pracowników dla podsektora.

Rekomendacja 9.

Podjęcie działań mających na celu wypracowanie modelu biznesowego wychodzącego poza tradycyjne, proste transakcje zakupowe i obejmujące dodatkowe usługi skierowane do odbiorców.

Rekomendacja 10.

Budowa własnych sieci franczyzowych z placówkami handlu detalicznego.

Rekomendacja 11.

Wdrażanie nowoczesnych systemów informatycznych umożliwiających optymalizację sfery logistyki.

Rekomendacja 12.

Inwestowanie w kapitał ludzki tak, aby przedstawiciele handlowi mogli stać się doradcami klienta wyczulonymi na jego potrzeby.

8.5.2.2. Rekomendacje dla władz regionalnych

Rekomendacja 1.

Realizacja działań umożliwiających unijne dofinansowanie placówek handlu hurtowego.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR HANDLU

Rekomendacja 2.

Poprawa zewnętrznego wizerunku województwa podlaskiego jako miejsca inwestycji.

Rekomendacja 3.

Poprawa wizerunku województwa podlaskiego jako miejsca wypoczynku – napływ turystów generujących dodatkowy popyt.

Rekomendacja 4.

Poprawa dostępności komunikacyjnej województwa podlaskiego.

Rekomendacja 5.

Realizacja działań lobbujących na rzecz zwiększenia strefy handlu przygranicznego.

Rekomendacja 6.

Realizacja działań lobbujących na rzecz wprowadzenia ruchu bezwizowego z Białorusią, Rosją i Ukrainą.

Rekomendacja 7.

Realizacja działań lobbujących na rzecz zwiększenia zakresu swobody przepływu towarów z Białorusią, Rosją i Ukrainą.

Rekomendacja 8.

Aktualizacja planów zagospodarowania przestrzennego.

Rekomendacja 9.

Podjęcie działań zmierzających do uproszczenia procedur ubiegania się o pozwolenia na realizację inwestycji budowlanych.

8.5.2.3. Rekomendacje dla instytucji

Rekomendacja 1.

Działania zmierzające do poprawy wizerunku handlowca-sprzedawcy.

Rekomendacja 2.

Opracowanie oferty systemu szkoleń podnoszących kwalifikacje osób zatrudnionych w podsektorze handlu hurtowego.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

Rekomendacja 3.

Realizacja szkoleń menedżerskich dla właścicieli tradycyjnych placówek handlu hurtowego.

Rekomendacja 4.

Realizacja szkoleń z zakresu zarządzania łańcuchem dostaw, w tym z zakresu systemów informatycznych optymalizujących sferę zaopatrzenia, magazynowania i dystrybucji.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR HANDLU

Słownik pojęć

Etnocentryzm – postawa konsumentów wyrażająca się świadomym preferowaniem produktów krajowych nad importowanymi.

Handel – działalność gospodarcza ściśle związana z procesem wymiany, polegająca na zawodowym pośredniczeniu w procesach wymiany towarowo-pieniężnej, czyli na zakupie towarów w celu ich dalszej odsprzedaży.

Handel detaliczny – polega na zawodowym pośredniczeniu w wymianie towarowo-pieniężnej i zaspokajaniu potrzeb klientów indywidualnych poprzez sprzedaż towarów i usług.

Handel hurtowy – sprowadza się do tworzenia oferty asortymentowo-usługowej dla nabywców instytucjonalnych, czyli dokonywania zakupu u producentów lub importerów stosunkowo dużych partii towarów i następnie ich przekształcania w asortyment handlowy w celu sprzedaży różnym grupom odbiorców, np. detalistom, producentom czy firmom usługowym na potrzeby zaopatrzenia.

Koszty pracy – stanowią, po kosztach materiałów i energii, najważniejszą pozycję spośród kosztów rodzajowych przedsiębiorstw produkcyjnych (w przedsiębiorstwach usługowych mają zwykle najwyższy udział), wpływając znacząco na konkurencyjność firmy. Koszty pracy to wydatki, które ponosi organizacja na zatrudnienie i rozwój personelu. Zatem w określeniu kosztów pracy zawierają się również wydatki wykraczające poza ściśle określone nakłady, w formie środków rzeczowych i usług, na pracę żywą.

Siła nabywcza – to skłonność konsumentów do zakupu dóbr i usług, opierająca się o posiadane przez nich zasoby pieniężne i skłonności do zakupu na kredyt.

Substytut – to inaczej produkt/usługa substytucyjna (*substitute products*), czyli produkt/usługa, który jest nabywany zamiast innych produktów/usług z uwagi na ich zdolność do zaspokajania danych potrzeb, często przy korzystniejszych cenach. Zastępowalność bezpośrednia jest możliwa, gdy produkt/usługa zastępujący ma większość cech produktu/usługi zastępowanej (np. różne gatunki chleba).

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

– SEKTOR HANDLU

Zastępowalność pośrednia występuje wtedy, kiedy produkt/usługa zastępująca ma tylko niektóre cechy produktu/usługi zastępowanej (np. masło i smalec).

WHO (*World Health Organization*) – Światowa Organizacja Zdrowia.

Wydatki na towary i usługi konsumpcyjne – przeznaczone są na zaspokojenie potrzeb gospodarstwa domowego. Obejmują one produkty zakupione za gotówkę, również przy użyciu karty płatniczej lub kredytowej, na kredyt, otrzymane bezpłatnie oraz spożycie naturalne (towary i usługi konsumpcyjne pobrane na potrzeby gospodarstwa domowego z działalności rolniczej bądź działalności gospodarczej na własny rachunek).

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR HANDLU

Bibliografia

1. GUS (2010), *Handel wewnętrzny 2009*, Warszawa.
2. <http://www.marketing-news.pl/theme.php?art=1025>.
3. Kłosiewicz-Górecka U. (red.) (2009), *Handel wewnętrzny w Polsce 1989-2009*, Wydawnictwo IBRKK, Warszawa.
4. *Raport Coface nt. upadłości firm w Polsce w 2009 roku*, tryb dostępu: <http://www.tf.pl/Coface2009.pdf>.
5. Ros G. (red.) (2009), *Marketing w handlu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
6. Sławińska M. (red.) (2008), *Kompendium wiedzy o handlu*, PWN, Warszawa.
7. DKS (2010), *Sytuacja społeczno-gospodarcza Polski i regionów w 2009 r. na tle lat poprzednich*, Wydział Analiz Społeczno-Gospodarczych, Warszawa.
8. *The Nielsen Company, Polish Retail Market Analysis*, tryb dostępu: <http://www.marketing-news.pl/theme.php?art=1025>.
9. Urbańska J. (2008), *Klient a dystrybucja. Relacje i implikacje*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.
10. WUP (2009), *Podlaska mapa zawodów i kwalifikacji – analiza popytu i podaży pracy w województwie podlaskim w ujęciu regionalnym i lokalnym*, Białystok.
11. WUP (2010), *Ranking zawodów deficytowych i nadwyżkowych w woj. podlaskim w 2009 r.*, Wydział Badań i Analiz Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Białymstoku, Białystok.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR HANDLU

Spis rysunków

Rysunek 1. Strategia działania podsektora handlu detalicznego	47
Rysunek 2. Strategia działania podsektora handlu hurtowego	48

Spis tabel

Tabela 1. Wartość sprzedaży detalicznej i hurtowej ogółem w kraju w mln zł (ceny bieżące).....	13
Tabela 2. Liczba podmiotów gospodarki narodowej w latach 2005-2009	14
Tabela 3. Liczba podmiotów gospodarki narodowej w sektorze handlu w województwie podlaskim	19
Tabela 4. Pracujący w sektorze przedsiębiorstw w województwie podlaskim....	19
Tabela 5. Analiza SWOT podsektora handlu detalicznego	38
Tabela 6. Analiza SWOT podsektora handlu hurtowego	40

Spis wykresów

Wykres 1. Struktura sprzedaży detalicznej (ceny bieżące) w latach 2005-2009	16
Wykres 2. Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów	17
Wykres 3. Otoczenie – źródła szans i zagrożeń w podsektorze handlu detalicznego.....	44
Wykres 4. Otoczenie – źródła szans i zagrożeń w podsektorze handlu hurtowego.....	46