

Słowo wstępne



**Waldemar Nowakowski,
Prezes Polskiej Izby Handlu**

Za nami kolejny rok pracy. Handel w Polsce ciągle się zmienia i tworzy swój unikalny kształt. W mijającym roku wiele dyskutowaliśmy o tym jak powinien on wyglądać przy okazji zmian prawnych, które będą miały na niego wpływ.

Ustawa o przewadze kontraktowej

Ustawa, w założeniu jej twórców, ma chronić polskich producentów przed wykorzystywaniem przez międzynarodowe sieci sprzedaży, jednak polski rynek żywności w wielu kategoriach jest już zdominowany przez kilku producentów – w większości zagraniczne koncerny. Duże podmioty, aby zminimalizować ryzyko, będą chciały podpisywać umowy z podobnymi wielkością firmami spożywczymi.

Podatek od handlu

Komisja Europejska podjęła decyzję – podatek obrotowy od handlu narusza zasady uczciwej konkurencji i jest nieuzasadnioną pomocą państwa. Wobec tego trzeba odstąpić od nałożenia podatku na handel w Polsce, jeżeli wersja podatku ze skalą progresywną nie może wejść w życie. Dobrą decyzją było zawieszenie w Polsce podatku od handlu.

Zakaz handlu w niedzielę

Cały czas trwają prace nad zakazem handlu w niedziele. Projekt obecnie procedowany w Sejmie zawiera szereg wad i niespójności legislacyjnych. Są tam nieznanym naszymu prawu definicje, takie jak handel, placówka handlowa,

czy czynności związane z handlem. Niezależnie od ilości niedziel objętych zakazem, skutki uchwalenia ustawy w tym kształcie mogą być odwrotne do zamierzonych.

Ograniczenia w sprzedaży alkoholu

Trwają prace nad ograniczeniem sprzedaży alkoholu. Popieramy działania, które promują odpowiedzialne spożywanie alkoholu, jednak warto je wprowadzać rozważnie. Rozumiemy, że problemem mogą być całodobowe sklepy monopolowe. Ta ustawa uderza jednak w zwykłe sklepy spożywcze, które nieraz są otwarte do godziny 23 lub 24. Może to stwarzać niebezpieczne sytuacje – ekspedientki będą musieli tłumaczyć, że nie mogą sprzedać alkoholu o godzinie 22.05, mimo że jest on dostępny na wyciągnięcie ręki. Warto godziny ograniczeń dopasować do godzin działania sklepów spożywczych.

„Biuletyn Polskiej Izby Handlu” PR 19242

Bezpłatny ogólnopolski miesięcznik handlu detalicznego, hurtowego i usług wydawany i publikowany w wersji elektronicznej przez Polską Izbę Handlu.

Wydawca: Polska Izba Handlu, ul. Grażyny 13/10, 02-548 Warszawa

Dystrybucja via email oraz via strona www.pih.org.pl

Prezes: Waldemar Nowakowski; Redaktor naczelny: Maciej Ptaszyński,

Redaktor prowadząca: Joanna Chilicka.

Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam zewnętrznych reklamodawców. Zastrzegamy sobie prawo do skracania i adjustacji tekstów oraz zmiany ich tytułów. Przedruk w całości lub części dozwolony jedynie po uzyskaniu zgody Polskiej Izby Handlu. Opinie wyrażone w artykułach są prywatnymi opiniami autorów i Polska Izba Handlu nie ponosi odpowiedzialności za ich treść. Autorzy artykułów odpowiadają za prawa do publikacji ilustracji w nich zawartych. Oficjalne stanowisko Polskiej Izby Handlu jest przekazywane w formie autoryzowanych wypowiedzi członków zarządu, dyrektora Izby lub stanowisk prasowych publikowanych przez rzecznika prasowego Izby.

Kontakt i autoryzacja: Joanna Chilicka, biuro prasowe PIH,
joanna.chilicka@pih.org.pl

Radosnych Świąt i pomyślnego Nowego Roku

*Zbliżają się Święta Bożego Narodzenia,
życzymy, aby spędzili je Państwo
w spokoju,
w ciepłej rodzinnej atmosferze.*

*Życzymy, aby podsumowanie
mijającego roku
wypadło korzystnie, a plany na przyszły rok
były obiecujące.*

Zarząd Polskiej Izby Handlu



Zbiórka żywności

Od 1 do 18 grudnia, jak co roku, w Hali Mirowskiej w Warszawie trwa przedświąteczna zbiórka żywności zorganizowana przez Fundację Polskiego Handlu. Zebrane produkty zostaną przekazane dla dzieci ze świetlic opiekuńczo-wychowawczych.



Zgłoś swój sklep do konkursu Market Roku 2018

Choć za oknami chłodno, redakcja Wiadomości Handlowych już myśli o tym, co będzie się działo w maju. Po raz jedenasty odbędzie się wtedy finał plebiscytu Market Roku, który wyłania najlepsze sklepy w Polsce. Aby wziąć w nim udział wystarczy wypełnić formularz. Przyjmowanie zgłoszeń rozpoczęte!

Każdego roku do walki o tytuł staje kilkaset sklepów, zgłaszanych zarówno przez centrale sieci handlowych, jak i właścicieli poszczególnych placówek. Przesłane kandydatury wstępnie oceniają dziennikarze Wiadomości Handlowych. Później reporterzy odwiedzają kilkadziesiąt najlepszych sklepów z kamerą i aparatem fotograficznym. Pokłosiem takiej wizyty jest artykuł na łamach gazety i w portalu wiadomoscihandlowe.pl oraz film pozwalający lepiej poznać kandydata. To znakomita promocja dla sieci handlowej i sklepu!

Formularz zgłoszeniowy można wypełnić w sposób tradycyjny (jest zamieszczony w październikowym numerze Wiadomości Handlowych) i przesać na adres:

Wydawnictwo Gospodarcze Sp. z o.o,
ul. Wołoska 7, bud. MARS, klatka D, 6. piętro,
02-675 Warszawa
lub na adres

michal.kokoszkiwicz@wiadomoscihandlowe.pl

Można go również wypełnić za pośrednictwem strony internetowej kongresu www.kongresrynkuufmcg.pl

Na zgłoszenia czekamy do 31 grudnia 2017 r.



Ograniczenia w sprzedaży alkoholu

W grudniu Sejm przyjął ustawę o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi – akt legislacyjny, który nie rozwiązuje problemów związanych z nadmiernym spożywaniem alkoholu, a jest kolejnym rozwiązaniem dezorganizującym pracę legalnego handlu.

Po ponad roku przerwy nagle – w ciągu kilku tygodni – przyjęto praktycznie bez żadnych konsultacji i wzięcia pod uwagę głosu przedsiębiorców projekt, który daje samorządom możliwość ograniczenia godzin sprzedaży alkoholu po 22 oraz wprowadza istotne obostrzenia związane z otrzymaniem oraz przedłużeniem koncesji na sprzedaż alkoholu. Rozwiązania zastosowane w tej ustawie w żaden sposób nie przyczyniają się do poprawy bezpieczeństwa, natomiast budzą pytania o zgodność z Konstytucją, a konkretnie jej artykułem 32 dotyczącym dyskryminacji. Proponowana regulacja wprowadza możliwość zakazu sprzedaży alkoholu w godzinach 22.00-6.00 na terenie całej gminy lub w wybranych jej rejonach. Prowadzić to będzie do zróżnicowania w traktowaniu sklepów sprzedających alkohol w różnych lokalizacjach, nawet na terenie jednej gminy oraz w sytuacji, kiedy na przykład dwa sklepy będą znajdować się po dwóch stronach drogi, która dzieli dwie gminy.

Wybór godziny 22 jest także całkowicie absurdalny - sklepy ogólnospożywcze działają dziś zwykle do godz. 23 / 24. Sytuacja, w której przez ostatnie godziny pracy sklepu pracownik nie będzie mógł sprzedać znajdującego się w zasięgu wzroku klienta towaru, może skutkować jego agresywnym zachowaniem.

Dodatkowo postrzeganie godz. 22 jako symbolicznego momentu zakończenia dnia i wejścia w podlegającą zwiększonej ochronie porę nocną nie przystaje już do rzeczywistości. Szczególnie dotyczy to największych miast,

których mieszkańcy często kończą pracę o wiele później niż w mniejszych miejscowościach, a w związku z tym na późniejsze godziny przenoszą inne aktywności. Swoją ofertę dostosowały do tego placówki handlowe, zwłaszcza sklepy ogólnospożywcze w centralnych dzielnicach i na największych osiedlach. Są one często czynne do godz. 23/24. Istotnym elementem ich obrotów jest sprzedaż alkoholu osobom dokonującym zakupów spożywczych – czyli przeznaczonego do spożycia w domach. Ograniczenie tej możliwości może spowodować nie tylko zmniejszenie obrotów legalnego handlu, ale także utrudnienie obywatelom dostępu do sklepów, gdyż z konieczności redukcji kosztów będą one zamykane wcześniej.

Kolejną kwestią, którą należy zdecydowanie skrytykować w przyjętym projekcie jest kwestia przyznawania zezwoleń. Przyznawanie zezwoleń na podstawie kryterium jak najmniejszej liczby punktów sprzedaży wnioskującego jest oderwane nie tylko od logiki praktyki gospodarczej, ale także od elementarnych zasad zdrowego rozsądku. Kolejnym bezsensownym rozwiązaniem jest przyjęcie kryterium największej odległości od działającego punktu sprzedaży – to są rozwiązania niezwykle dyskryminujące dla przedsiębiorców. Trudno wprost zrozumieć dlaczego wprowadza się rozwiązania tak dotkliwie naruszające swobodę działalności gospodarczej. Co więcej, przez wejście w życie tych przepisów polscy przedsiębiorcy znajdą się w sytuacji, w której przyszłość ich prowadzonych od lat sklepów wielobranżowych będzie stała pod dużym znakiem zapytania. Na fakt utraty przez właścicieli sklepów koncesji na sprzedaż alkoholu będzie miał bowiem wpływ szereg czynników od nich niezależnych.

Miejmy nadzieję, że samorzady nie będą sięgały po te złe rozwiązania – a głos handlu w sprawie odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu i prezentowane przez nas od lat rozwiązania znajdą wreszcie zrozumienie wśród decydentów.

Maciej Ptaszyński,
dyrektor Polskiej Izby Handlu

Sprzedaż w sklepach maľoformatowych w listopadzie 2017

Jak wynika z danych CMR, w listopadzie 2017 r. obroty sklepów maľoformatowych do 300 m² były o 9,0% niższe niż w październiku, a liczba transakcji zmniejszyła się w tym czasie o niemal 12%. Wzrosty zaraportowano natomiast w ujęciu rok do roku – w porównaniu z listopadem 2016 r. obroty sklepów maľoformatowych zwiększyły się o 8%, a liczba wydanych paragonów była wyższa o 2%.

W porównaniu z październikiem br. większość kategorii odnotowała w ostatnim miesiącu spadek sprzedaży zarówno pod względem liczby transakcji, jak i wartości sprzedaży, ale duży wpływ na to miały dwa listopadowe święta, w które handel jest mocno ograniczony. Nieco częściej niż w październiku klienci sklepów maľoformatowych sięgali po typowo jesienne kategorie, takie jak herbaty czy wina grzane. Jesienią zwykle zmienia się asortyment w sklepowych zamrażarkach – kurczy się oferta lodów, a ich miejsce zajmują inne mrożonki, co znajduje odzwierciedlenie w danych sprzedażowych. W listopadzie 2017 r. liczba paragonów z gotowymi daniami mrożonymi była o 9% wyższa niż w październiku, a liczba zaraportowanych transakcji zakupu mrożonych warzyw i owoców zwiększyła się o 4%.

Wyraźny wzrost wartości sprzedaży w porównaniu z listopadem 2016 r. wynika w dużej mierze ze wzrostu cen żywności. Klienci sklepów maľoformatowych więcej niż przed rokiem wydali nie tylko na masło i jajka, ale też m.in. na mleko czy śmietanę – ta ostatnia kategoria odnotowała wzrost wartości sprzedaży o 12%, mimo iż liczba paragonów, na których się pojawiała, pozostała na niemal takim samym poziomie jak w listopadzie 2016 r.

W ostatnim miesiącu wzrosła zarówno liczba transakcji, jak i wartość sprzedaży alkoholu, który odpowiada za jedną czwartą obrotów sklepów maľoformatowych. Częściej niż przed rokiem na paragonach pojawiały się m.in. wódki czyste (wzrost liczby transakcji o 12% w ujęciu rdr) i smakowe (wzrost o 17%), a także piwo. Lepiej niż przed rokiem radziła sobie również inna ważna dla tego formatu kategoria – papierosy, którym nie zaszkodziły ani rosnące ceny, ani wprowadzenie nowych opakowań obrazujących skutki nałogu. Jak wynika z danych CMR, w listopadzie 2017 r. klienci sklepów maľoformatowych kupili o 3% więcej opakowań papierosów niż przed rokiem.

Średnia wartość transakcji w sklepach maľoformatowych do 300 m² w listopadzie 2017 r. wyniosła 14 zł, czyli o prawie 6% więcej niż w listopadzie 2016 roku i o niemal 3% więcej niż w październiku br.

Sklepy maľoformatowe do 300 m. obejmują: małe sklepy spożywcze do 40 m², średnie sklepy spożywcze 41-100 m², duże sklepy spożywcze 101-300 m² oraz specjalistyczne sklepy alkoholowe.



CMR Sp. z o.o. jest niezależną agencją badawczą specjalizującą się w badaniach danych transakcyjnych, które pobiera on-line z reprezentatywnej, ogólnopolskiej próby sklepów spożywczych. Badane są trendy sprzedaży całości asortymentu sklepów, zarówno produktów paczkowanych, jak i zmiennowagowych.

www.cmr.com.pl

Ograniczenie handlu w niedziele i święta

Dnia 24 listopada br. Sejm przegłosował w III czytaniu Ustawę o ograniczeniu handlu w niedziele i święta oraz w niektóre inne dni („Ustawa”), która trafi teraz pod obrady Senatu.

Ustawa w obecnym kształcie ustanawia trzy, posiadające podobny zakres, zakazy: (1) zakaz handlu oraz wykonywania czynności związanych z handlem w określone dni, (2) zakaz powierzania pracownikowi lub zatrudnionemu na podstawie umowy cywilnoprawnej handlu oraz wykonywania czynności związanych z handlem w określone dni, a także (3) zakaz nieodpłatnego powierzania pracy w handlu oraz wykonywania czynności związanych z handlem w określone dni. Przez czynności związane z handlem rozumie się określone czynności bezpośrednio związane z handlem, dokonywane w placówce handlowej, a także magazynowanie lub inwentaryzację towarów. Definicja ta nie jest jednak zupełnie jasna. Należy ponadto zauważyć, że w myśl Ustawy karze grzywny w wysokości od 1.000 do 100.000 złotych podlega jedynie ten, kto powierza wykonywanie pracy pracownikowi lub zatrudnionemu na podstawie umowy cywilnoprawnej.

Zgodnie z przepisami Ustawy, zakazany ma być handel w niedziele i święta. Dni uznawane za świąteczne wymienione są w Ustawie z dnia 18 stycznia 1951 r. o dniach wolnych od pracy. Ponadto, w dniu 24 grudnia oraz w sobotę poprzedzającą dzień Wielkiej Nocy zakaz handlu ma obowiązywać po godzinie 14:00, przy czym pracownikom będzie przysługiwać prawo do wynagrodzenia za czas nieprzepracowany w związku ze zmniejszeniem wymiaru ich czasu pracy we wskazane dni.

Od zakazu handlu we wskazane dni przewidziano 30 wyjątków. Wyłączony z zakazu ma być m.in. handel na stacjach paliw płynnych,

w placówkach handlowych na dworcach, portach i przystaniach morskich – w zakresie

związanym z bezpośrednią obsługą podróżnych, w piekarniach, czy w sklepach i na platformach internetowych. Nie został natomiast uwzględniony postulat PIH, aby zakaz handlu oraz dokonywania czynności związanych z handlem nie obejmował działalności hurtowni.

Ustawa ma wejść w życie z dniem 1 marca 2018 r. Po tym terminie przewidziano jednak tzw. „okresy przejściowe”, w których zakaz nie będzie obowiązywał w pełnym zakresie. W okresie od 1 marca do 31 grudnia 2018 r. zakaz ma nie obowiązywać w pierwszą i ostatnią niedzielę każdego miesiąca kalendarzowego. Natomiast w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2019 r., zakaz nie będzie obowiązywał w ostatnią niedzielę każdego miesiąca kalendarzowego.

Jolanta Zarzecka-Sawicka – wspólnik w FKA Furtek Komosa Aleksandrowicz

Aleksander Orzeł – junior associate, aplikant radcowski w FKA Furtek Komosa Aleksandrowicz



**FURTEK KOMOSA
ALEKSANDROWICZ**

Masz pytania? Skontaktuj się
kontakt@fka.pl

Stan projektu ustawy na dzień 11 grudnia 2017.

12 grudnia 2017 Senat zaproponował poprawki doprecyzowujące ustawę, m.in. z zakazu mają być wyłączone sklepy na stacja benzynowych i dworcach, które nie przekraczają powierzchni 80m². Prace nad projektem trwają.

Avatar w rekrutacji?

Kluczową rolę w organizacjach w coraz większym stopniu odgrywają nowoczesne technologie. Ich dynamiczny rozwój sprzyja powstawaniu innowacji i wprowadzaniu zmian wspierających rozwój biznesu. Postępujące procesy automatyzacji powodują ograniczenie lub zastąpienie ludzkiej pracy fizycznej i umysłowej dzięki wykorzystaniu doskonale zaprogramowanych maszyn czy robotów, które działają na zasadzie samoregulacji. Automatyzacja zarządzania procesami biznesowymi w przedsiębiorstwach zachodzi już od kilkadziesiąt lat dzięki zastosowaniu wyspecjalizowanych systemów informatycznych. Prognozuje się postępujący rozwój sztucznej inteligencji, dzięki której pewne zawody w ogóle przestaną istnieć.

Nowoczesne technologie w procesach rekrutacyjnych

Od kilkadziesiąt lat nowoczesne technologie coraz bardziej zmieniają oblicze działów HR w firmach, usprawniając, przyspieszając i automatyzując procesy rekrutacyjne. Znaczna część dużych firm posiada już formularze rekrutacyjne, z których dane są pobierane automatycznie do specjalistycznych programów, dzięki czemu możliwe jest monitorowanie kandydatów i analiza aplikacji. Automatyczne systemy, dzięki opracowanym algorytmom, pozwalają na wstępną selekcję CV i odrzucenie tych aplikacji, które nie spełniają kryteriów. Nowoczesne technologie pozwalają również na prowadzenie rozmów kwalifikacyjnych na odległość, np. za pośrednictwem Skype. W końcu umożliwiają również zwiększenie zaangażowanie kandydatów do pracy np. dzięki zastosowaniu grywalizacji. Te i wiele innych procesów wpływa na skrócenie czasu trwania rekrutacji i obniżenie jej kosztów.

Czy człowieka można zastąpić?

Trudno zanegować zalety automatyzacji procesów rekrutacyjnych. Jednakże podkreślić trzeba, że błędy w procesach rekrutacyjnych zawsze są bardzo kosztowne, niejednokrotnie skutkując rotacją oraz podejmowaniem kolejnych procesów rekrutacyjnych. Wizja avatarów prowadzących rozmowy kwalifikacyjne z „żywymi” kandydatami, choć możliwa, wydaje się mało skuteczna. Człowiek, doświadczony rekruter, który potrafi zweryfikować kompetencje na podstawie swojej wiedzy i doświadczenia, nigdy nie da się zastąpić przez automat. Co więcej – choć pewne informacje można zmierzyć i porównać pomiędzy poszczególnymi kandydatami, to jednak znacząca część danych pozostaje w sferze niewerbalnej, dotyczy bowiem determinacji, ambicji, charakteru, wartości czy kultury. Każdy kandydat aplikujący na stanowisko pracy jest jednostką wyjątkową, trudno więc ocenić wszystkich za pomocą sztywnego ciągu danych. Czy można więc prognozować, że czynnik ludzki zostanie w przyszłości wyeliminowany z procesów rekrutacyjnych? Czy człowiek może zastąpić awatar? Z całą pewnością na tą chwilę to zbyt daleko idący wniosek. Nawet najlepszy algorytm nie będzie w stanie zastąpić człowieka i jego szczególnej wiedzy, *know how* i doświadczeń w procesie rekrutacji.



dr Magdalena Kot-Radojewska: doktor nauk ekonomicznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu, socjolog, pedagog, trener, adiunkt i Kierownik Akademickiego Biura Karier Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej, ekspert ds. ewaluacji w projektach UE, zastępca Redaktor Naczelnej wydawnictwa „Nauka i Biznes”, odznaczona Medalem Komisji Edukacji Narodowej za zasługi dla oświaty; autorka publikacji z zakresu ZZL i kształcenia ustawicznego.

www.magdalenakot.pl

BRICOMARCHÉ przejmuje lokalizacje po konkurencji

Bricomarché, dzięki konsekwentnie realizowanej strategii, rozwija się organicznie oraz poprzez przejęcia. W ostatnich latach Grupa Muszkieterów z sukcesem uruchomiła kilkanaście sklepów pod szyldem Bricomarché w miejscach, gdzie wcześniej istniały markety NOMI. W kwietniu br. sieć przejęła punkt po Praktikerze w Galerii Pestka w Poznaniu, a na początek marca 2018 roku zaplanowane jest otwarcie sklepu Bricomarché niedaleko poznańskiej Galerii Panorama, gdzie dotychczas znajdował się market sieci Castorama.

Bricomarché rośnie w siłę

Sektor DIY (do it yourself – „zrób to sam”) wzrośnie w Polsce w 2017 roku o 4,4 proc. r/r do 54,1 mld zł – wynika z raportu firmy PMR pt. "Rynek DIY w Polsce 2017. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2017-2022". Utrzymujący się wzrost obrotów Bricomarché jest dowodem na dobrą sytuację rynkową.

– W 2016 roku sieć Bricomarché wygenerowała blisko 1,83 mld zł obrotów, odnotowując wzrost o 25 proc. rok do roku. W tym samym roku liczba klientów sieci wzrosła o blisko 22 proc. Naszym najbliższym celem jest wejście do pierwszej trójki sklepów typu „dom i ogród” w Polsce – mówi dr Katarzyna Jańczak-Stefanide, Dyrektor Generalny Bricomarché w Polsce.



Z korzyścią dla lokalnych społeczności

Dla klientów, Bricomarché to przede wszystkim bliska lokalizacja, wysokiej jakości produkty do domu i ogrodu, atrakcyjne ceny oraz fachowe doradztwo. Dla całej społeczności lokalnej, to natomiast przyjazny i zaangażowany sąsiad, a także solidny partner w interesach. Sklepy działające pod szyldami Bricomarché prowadzone są przez polskich przedsiębiorców, którzy współpracują z lokalnymi dostawcami. Każdy market jest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością zarejestrowaną w miejscowym urzędzie, dzięki czemu zapewnia dodatkowe dochody do budżetu miasta, w którym działa.

– Bardzo się cieszymy, że w Poznaniu powstanie już drugi supermarket Bricomarché. Jest to miasto z którym Grupa Muszkieterów jest związana od początku swojej działalności, czyli od ponad 20 lat – podsumowuje Eliza Orepiuk-Szymura, Dyrektor Komunikacji i Informacji Grupy Muszkieterów.

BRICO **MARCHÉ**