

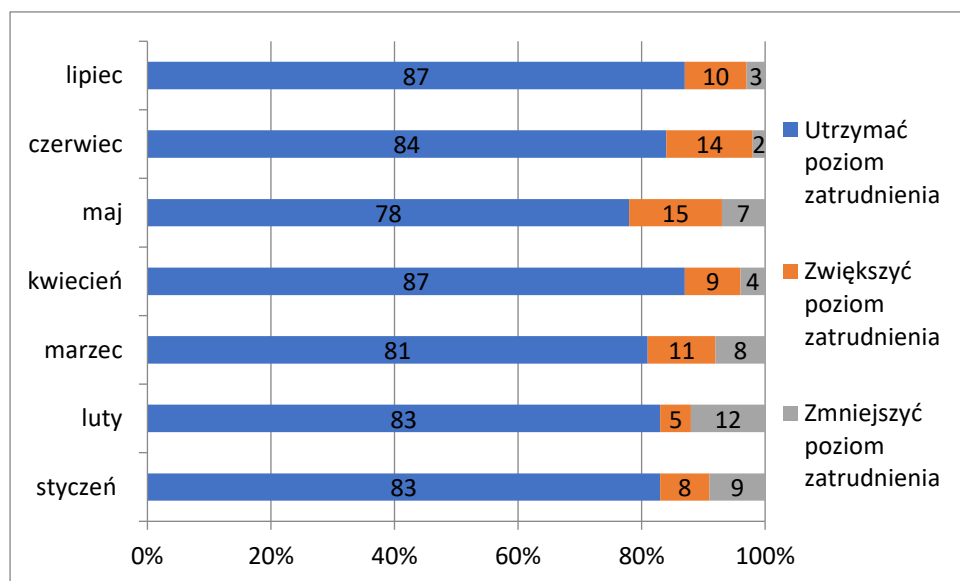
Raport syntetyczny z wykonanych prac w ramach realizacji projektu „Utworzenie Sektorowej Rady ds. Kompetencji sektora handlu”, Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014 – 2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego (POWR.02.12.00-IP.09-00-006/18) o nr POWR.02.12.00-00-SR15/18.

Wykonawca dr. hab. Grażyna Śmigielska, prof. Uniwersytetu
Ekonomicznego w Krakowie
Zadanie **3.2. Monitorowanie zapotrzebowania pracodawców na kompetencje
pracowników w sektorze handlu.**
Za okres lipiec 2021

Zmiany w zatrudnieniu w handlu

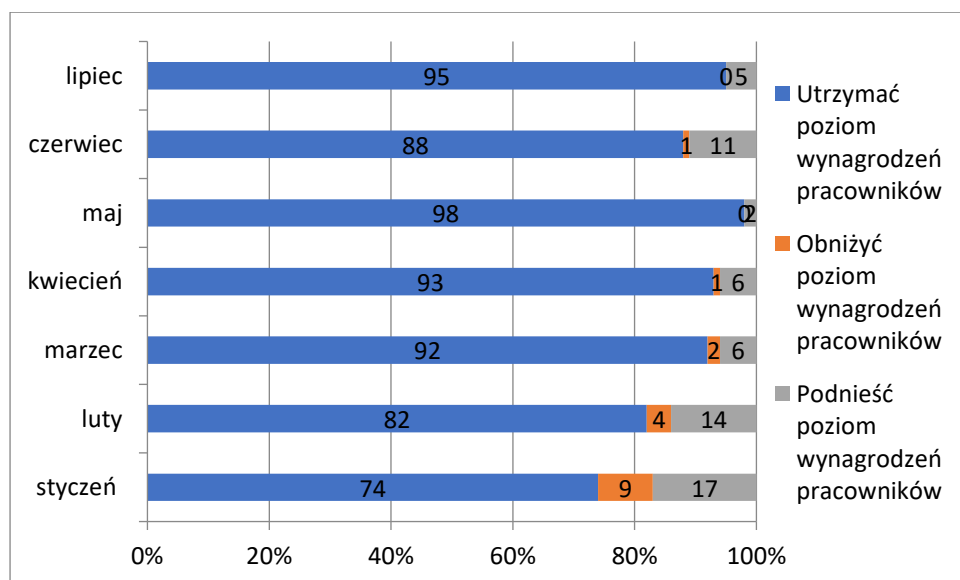
Wyniki miesięcznego monitoringu przedsiębiorstw realizowanego przez PIE we współpracy z BGŻ wskazują, że od początku 2021 r. roku zmniejsza się udział przedsiębiorstw handlowych, które planują zmniejszyć poziom zatrudnienia - z 9 i 12 proc. w styczniu i lutym do 2-3 proc. w czerwcu i lipcu br. Od trzech miesięcy nieznacznie zmniejsza się udział firm, które zamierzają zwiększyć poziom zatrudnienia (wykres 1). Można oczekiwać, że w ciągu najbliższych trzech miesięcy, firmy handlowe raczej nie będą podejmować rewolucyjnych decyzji dotyczących zatrudnienia, a pracownicy raczej rzadko decydować się będą na zmianę pracy. Można jednak spodziewać się stopniowej zmiany struktury zatrudnienia i wzrostu zapotrzebowania na nowe kompetencje pracowników, wynikające z procesów cyfryzacji firmy, automatyzacji i optymalizacji procesów handlowych oraz restrukturyzacji firmy. Może też następować stopniowo presja na zwiększanie wynagrodzeń w związku z nowymi oczekiwaniami wobec kompetencji pracowników handlu. Np. w czerwcowym monitoringu firm PIE odnotowano wzrost udziału firm przewidujących wzrost wynagrodzenia pracowników w ciągu najbliższych trzech miesięcy (wykres 2). Przedsiębiorstwa handlowe i rynek pracy ciągle jeszcze są pod wpływem oddziaływania tarczy antykryzysowej oraz występowania podwyższonego poziomu niepewności rynkowej, m. in. co do możliwości wystąpienia jesienią bieżącego roku kolejnej fali wzrostu zakażeń COVID-19.

Wykres 1. Zmiany w zatrudnieniu w opinii przedstawicieli firm handlowych, w proc. wypowiedzi



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringu PIE.

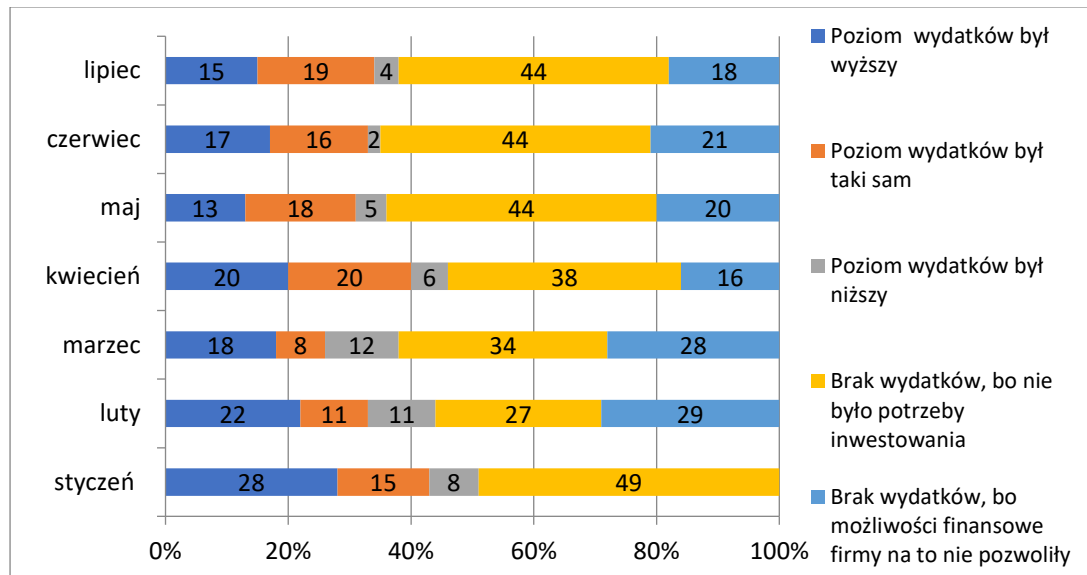
Wykres 2. Zmiany w wynagrodzeniu w opinii przedstawicieli firm handlowych, w proc. wypowiedzi



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringu PIE.

ostrożności firm handlowych w odniesieniu do przyszłości świadczą również wydatki inwestycyjne w aktywa materialne i niematerialne (wykres 3). W ostatnich trzech miesiącach utrzymuje się taki sam stosunkowo wysoki (44 proc.) udział firm nie ponoszących wydatków inwestycyjnych z uwagi na postrzegany brak takiej potrzeby. Około 1/3 firm deklaruje, że poziom wydatków inwestycyjnych był wyższy lub taki sam. To przede wszystkim te przedsiębiorstwa będą zgłaszać zapotrzebowanie na pracowników z nowymi kompetencjami. O skali zapotrzebowania na nowe kwalifikacje pracowników decydować będzie przede wszystkim dalszy rozwój e-handlu i nowych kanałów komunikacji z klientami oraz potrzeba opracowania nowych modeli funkcjonowania firmy, wynikających z konieczności podejmowania działań na rzecz ochrony środowiska naturalnego oraz działania w warunkach niepewności.

Wykres 3. Wydatki na inwestycje w aktywa materialne poniesione w ostatnich trzech miesiącach, w opinii przedstawicieli firm handlowych, w proc. wypowiedzi



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringu PIE.

Inwestycje w magazyny i łańcuch dostaw – przyczyną zapotrzebowania na nowe kompetencje pracowników handlu

W czasie pandemii COVID-19 nastąpiło przyspieszenie rozwoju e-handlu. Według prognoz dynamiczny trend wzrostowy utrzyma się również w 2021 roku. Szacuje się, że do roku 2024 udział handlu internetowego w całkowitej sprzedaży detalicznej może sięgnąć prawie 30 proc. Wywołuje to coraz większe zainteresowanie firm handlowych zwiększaniem zajmowanej powierzchni magazynowej i poszukiwaniem obiektów magazynowych bardziej zaawansowanych technologicznie, które zapewnią większą efektywność operacyjną, umożliwiającą nadążanie za popytem konsumenckim.

Nowym trendem w sektorze handlowym jest wielokanałowy łańcuch dostaw, który przewiduje koordynację szeregu procesów handlowych w ramach kanałów dostaw i zarządzania magazynem. Od czasu upowszechnienia się strategii wielokanałowej centra obsługi zamówień internetowych stały się znacznie bardziej zaawansowane technologicznie w odpowiedzi na zmieniające się warunki rynkowe oraz konieczność usprawnienia realizacji zamówień i skrócenia czasu dostaw. Wyzwaniem dla firm staje się jednocześnie zarządzanie kilkoma kanałami sprzedaży, w których przewidziano różne rozwiązania w zakresie dostaw ostatniej mili, takie jak punkty PUDO (pick up, drop off), click & collect czy sieci paczkomatów. Dedykowane magazyny i obiekty magazynowe powinny być przystosowane do zwiększonego zapotrzebowania na usługi sortowania i przechowywania. Nie mniej istotne są także procesy logistyki zwrotnej i zarządzania zwrotami produktów, do realizacji których dość często potrzebne są dodatkowe, a nawet dedykowane obiekty magazynowe. Nowe procesy w handlu rodzą zapotrzebowanie na pracowników potrafiących zarządzać kilkoma kanałami sprzedaży, na pracowników wyspecjalizowanych w sprzedaży online, na pracowników magazynów oraz specjalizujących się w optymalizacji dostaw do klientów.

Szacuje się, że w Polsce rynek *e-grocery* do 2024 roku może wzrosnąć do ok. 22 proc. z ok. 4 proc. w 2019 roku. Przełoży się to na rozwój sektora obiektów magazynowych. Sieci spożywcze już zdają sobie sprawę, że muszą albo budować nowe centra obsługi zamówień, albo przenosić działające już centra do dedykowanych obiektów w przypadku, gdy

zajmowana przez nie powierzchnia handlowa jest nieefektywna w stosunku do zwiększonego popytu i wymagań w zakresie optymalizacji procesów i zapewnienia satysfakcjonujących doznań zakupowych. Warto podkreślić, że tradycyjne lokalizacje centrów logistycznych w pobliżu autostrad i na przedmieściach już nie spełniają wymagań branży *e-commerce* w zakresie dostaw ostatniej mili, logistyki zwrotnej i lokalnych *hubów* obsługi zamówień. Potrzebne są mniejsze obiekty magazynowe położone bliżej centrów miast. Dotychczas klienci internetowi otrzymywali przesyłki średnio w ciągu dwóch lub trzech dni od złożenia zamówienia. Ten trend ewoluuje w kierunku dostaw tego samego dnia, w przypadku których posiadanie hubu w lokalizacji miejskiej jest niezbędne i uzasadnione ze względów operacyjnych. Obserwuje się duże zainteresowanie obiektami logistycznymi wysokiej klasy wśród operatorów z branży *e-commerce* (w relacjach B2C oraz B2B) oraz innych firm rozwijających sprzedaż online, w tym producentów produktów markowych. Potrzebne są nowe kadry z nowymi umiejętnościami zawodowymi (np. praca w zautomatyzowanych magazynach, sprzedaż online, tworzenie platform typu *marketplace*, budowa relacji z klientem z wykorzystaniem nowoczesnych instrumentów komunikacji z klientem). Dzięki rozwojowi branży *e-commerce* zmieniać się będzie struktura zapotrzebowania na pracowników handlu. Już powstaje więcej nowych miejsc pracy w obszarze logistyki niż w tradycyjnym handlu, co dodatkowo podkreśla znaczenie zasobów ludzkich w nowoczesnym handlu. Już obecnie, jednym z największych wyzwań dla rozwoju lokalizacji magazynowych jest dostępność pracowników do pracy w magazynach i procesach dostawy produktów do klienta. Kolejne inwestycje w infrastrukturę transportową i konieczność dywersyfikacji lokalizacji w krajowych łańcuchach logistycznych sektora *e-commerce* będą nasilać problemy związane z zatrudnieniem pracowników z kompetencjami do pracy w nowoczesnych magazynach[1].

Odrabianie strat z pandemii a oczekiwane kompetencje pracowników

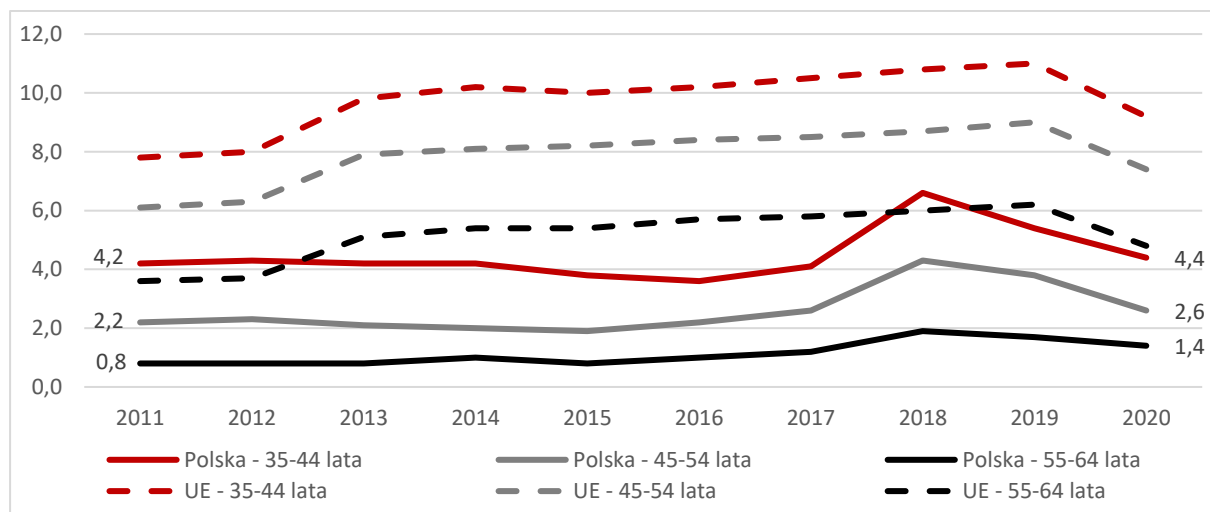
Punkty sprzedaży w centrach handlowych promocjami i wyprzedzami chcą odrabiać straty z lockdownów. Sukcesem jest frekwencja klientów już niemal na poziomie tej z 2020 r. Rezygnacja wielu osób z wakacji za granicą też pomoże krajowym przedsiębiorstwom. Z

najnowszej edycji badania ShopperTrak Index Polska wynika, że po pierwszym półroczu frekwencja w monitorowanych centrach handlowych jest już tylko 1,2 proc. niższa niż przed rokiem. Mimo że w 2021 r. dni z lockdownem było sporo więcej niż rok wcześniej. Klienci stęsknieni za możliwością robienia zakupów stacjonarnie ruszyli na zakupy do których przyciągają liczne promocje i wyprzedaże. Dodatkowo wzrostowi obrotów w handlu sprzyja fakt, że wielu Polaków, wciąż pełnych obaw przed rozwojem kolejnej fali zakażeń, ogranicza wyjazdy zagraniczne. Aż 75 proc. Polaków tegoroczne wakacje spędza w Polsce. Oznacza to, że latem całymi rodzinami będziemy nie tylko przemieszczać się po kraju, ale także wybierać galerie bliżej ośrodków turystycznych, także w obrębie regionalnych rynków. To dobry sygnał dla centrów handlowych, które według PRCH, już w maju zanotowały najwyższe obroty od początku 2021 r. [2]. Pozwala to utrzymać zatrudnienie w centrach handlowych, ale sytuacja rynkowa wskazuje, że będzie rosło zapotrzebowanie na pracowników z umiejętnościami działań promocyjnych i budowania relacji z klientami.

Paradoksy w obszarze *life-long learning* w handlu

W sektorze handlu wobec postępującej automatyzacji, digitalizacji i platformizacji procesów handlowych a także zmniejszającej się podaży pracy w starzejącym się polskim społeczeństwie, pracodawcy sektora handlu coraz częściej oczekują od pracowników gotowości do uczenia się przez całe życie (*life-long learning*). Zmiany zachodzące w handlu zmieniają bowiem zestaw wymaganych umiejętności potrzebnych w nowoczesnym handlu. Tymczasem wyniki analiz Polskiego Instytutu Ekonomicznego (PIE), przygotowane na podstawie danych Eurostatu, wskazują, że pandemia cofnęła Polskę w zakresie korzystania z oferty edukacyjnej opartej na *life-long learning*. O ile w 2018 r. Polska mogła wykazać się znacznym wzrostem uczestnictwa dorosłych w dodatkowych formach kształcenia we wszystkich przedziałach wiekowych, o tyle w 2020 r. edukacja osób dorosłych wróciła do poziomów sprzed 4 lat w przypadku Polski oraz do poziomów sprzed ok. 8 lat dla średniej unijnej (wykres 4).

Wykres 4. Uczestnictwo w procesie uczenia się przez całe życie w Polsce i UE w latach 2011-2020 (dane w proc.)



Źródło: PIE (2021), Krok wstecz w obszarze *life-long learning*, w Tygodnik Gospodarczy nr 22.

Z analiz PIE wynika, że obszar *life-long learning* jest silnie zdywersyfikowany pod względem profilu podmiotów oferujących usługi edukacyjne. W Polsce pracodawcy odpowiadają za 23 proc. usług edukacyjnych kierowanych do osób dorosłych podczas gdy 33,8 proc. w UE. Jednak na tle pozostałych krajów UE wyjątkowo często korzysta się w Polsce z instytucji świadczących edukację nieformalną (49 proc. wobec 19,3 proc. średnio w krajach UE) [3]. Wobec dużego zróżnicowania dostawców edukacji w ramach *life-long learning* trudno jednoznacznie określić czy obecnie obserwowany w Polsce regres jest wyłącznie konsekwencją nagłych przemian spowodowanych lockdownem tj. transformacji form edukacji czy też oszczędności pracodawców. Można się jednak spodziewać, że brak podaży pracowników do pracy wynikającej z procesów starzenia się polskiego społeczeństwa oraz dynamiczne zmiany zachodzące w sektorze handlu, wywołujące zapotrzebowanie na nowe kompetencje pracowników, spowodują zwiększone zainteresowanie zdobywaniem dodatkowych kwalifikacji przez dotychczasowych pracowników i rozwijaniem szkoleń

skierowanych dla dorosłych osób, które wymagają ich w związku z procesami digitalizacji firm handlowych, wprowadzaniem automatyzacji i rozwojem nowych technologii komunikacji z klientami [3].

Podsumowanie i wnioski

- Kwerenda materiałów dotyczących zatrudnienia w sektorze handlu ujawniła, że tarcza antykrzysowa spowodowała swoistą hibernację rynku pracy w handlu.
- Dopóki oddziałuje wsparcie dla firm w postaci tarczy, zmiany ilościowe w zatrudnieniu w handlu nie są duże, ale już widoczne są zmiany w zapotrzebowaniu firm handlowych na określone umiejętności zawodowe pracowników. Wynikają one przede wszystkim z przyspieszonej cyfryzacji firm handlowych, zmiany preferencji zakupowych klientów, rozwoju nowych narzędzi komunikacji z klientem.

Literatura wykorzystana w raporcie:

[1] Sieci handlowe rozwijające e-commerce i e-grocery ostro inwestują w magazyny i łańcuch dostaw, w https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artukul/sieci-handlowe-rozwijajace-e-commerce-i-e-grocery-ostro-inwestuja-w-magazyny-i-lancuch-dostaw/4?utm_source=newsletterWHpl_2&utm_medium=newsletter [dostęp: 7. 07. 2021]

[2] Sklepy walczą o klientów, brak wakacji pomaga, w <https://www.rp.pl/Handel/307079892-Sklepy-walczą-o-klientow-brak-wakacji-pomaga.html> [dostęp: 8.07.2021]

[3] PIE (2021), Krok wstecz w obszarze *life-long learning*, w Tygodnik Gospodarczy nr 22.