

Grażyna Węgrzyn, Katarzyna Pieczarka

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

e-mails: grazyna.wegrzyn@ue.wroc.pl; katarzyna.pieczarka@ue.wroc.pl

**HANDEL WE WSPÓŁCZESNEJ
GOSPODARCE POLSKI –
ZMIANY W STRUKTURZE ZATRUDNIENIA**

**TRADE IN THE MODERN ECONOMY OF POLAND –
CHANGES IN THE EMPLOYMENT STRUCTURE**

DOI: 10.15611/pn.2018.529.33

JEL Classification: L81, E24

Streszczenie: Celem pracy było zidentyfikowanie zmian w strukturze zatrudnienia w handlu w Polsce. Okres poddany badaniu stanowiły lata 2010-2015. Jako metodę badawczą wykorzystano analizę statystyczną i porównawczą. Wyniki przeprowadzonych obliczeń wskazują, że odsetek pracowników handlu w analizowanym okresie wzrósł o 4,6%, a małe przedsiębiorstwa handlowe są głównym pracodawcą w handlu w Polsce. Dane dowodzą, że handel jest wciąż działem gospodarki o wysokim wskaźniku feminizacji, a jego strukturę tworzą współcześnie przede wszystkim pracownicy o wykształceniu policealnym i średnim zawodowym oraz wyższym. W toku przemian strukturalnych w handlu zaobserwowano wzrost zatrudnienia pracowników legitymujących się wiedzą specjalistyczną – na co wpływ mogły mieć zmiany w otoczeniu przedsiębiorstw związane z implementacją nowoczesnych technologii i technik informacyjno-komunikacyjnych.

Słowa kluczowe: handel, handel detaliczny, handel hurtowy, struktura zatrudnienia.

Summary: This paper presents the results of a study aimed at identifying changes in the structure of trade. The survey covers the period 2010–2015. Two methods of analysis have been used: statistical and comparative. The results show that the percentage of trade employees in the analysed period increased by 4.6% and that small-sized enterprises remain the main employer in the Polish trade. Trade is still a branch of the economy with a high feminisation rate and its structure mainly consists of the employees with secondary and higher education. In the course of structural changes in trade, an increase in the employment of employees with specialised knowledge was observed, which can be attributed to the changes in the business environment marked by the implementation of modern technologies and information and communication technologies.

Keywords: trade, retail, wholesale, employment structure.

1. Wstęp

Zmiany strukturalne są naturalnym zjawiskiem obecnym w każdej gospodarce. W literaturze koncepcja zmian strukturalnych jest definiowana na wiele sposobów, ale najczęściej utożsamiana jest z długoterminowymi i trwałymi zmianami w strukturze sektorowej gospodarki [Syrquin 2007]. Zmiany strukturalne oznaczają zmianę struktury produkcji i wykorzystania czynników wytwórczych w danej gospodarce w określonym czasie. Struktura gospodarki stanowi pewien obraz jej podziału na główne elementy odzwierciedlające stan gospodarki oraz trendy podziału pracy [Węgrzyn 2015]. Handel jako wyodrębniona i wyspecjalizowana dziedzina gospodarki narodowej, w której dobra materialne są przesuwane ze sfery produkcji do sfery spożycia [Zakrzewski 1989, s. 13], cechuje się wysoką dynamiką zmian. Mają na to wpływ głębokie przeobrażenia związane z falą globalizacji, charakteryzujące się między innymi: redukcją barier przepływu towarów i kapitału, absorpcją nowoczesnych technologii oraz silną integracją z rynkiem światowym.

Handel wciąż ewoluuje, a zmiany poziomu i struktury zatrudnienia w jego obszarze mogą implikować określone konsekwencje społeczne i ekonomiczne. Celem opracowania jest zidentyfikowanie zmian w strukturze zatrudnienia w handlu detalicznym i hurtowym. Analiza obejmuje lata 2010-2015. W pracy wykorzystano dane wtórne uzyskane głównie z bazy danych GUS i Eurostat. Zgromadzone dane dotyczą sekcji G – handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle (według PKD 2007).

Artykuł składa się z trzech części. W pierwszej części opisano rolę handlu we współczesnej gospodarce na podstawie wybranej literatury przedmiotu. W drugiej scharakteryzowano handel jako uczestnika rynku pracy. Handel w opracowaniu obejmuje działalność gospodarczą zaliczaną do sekcji G – handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle. Analizie poddano strukturę liczby podmiotów, pracujących, przychodów ze sprzedaży i wartości dodanej. Część trzecia przedstawia zmiany w strukturze pracujących w handlu pod względem płci, wieku i grup zawodów.

2. Rola handlu we współczesnej gospodarce

Rozważania na temat handlu były podejmowane w literaturze wielokrotnie. Już w 1776 roku w dziele *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów* A. Smith podkreślał pozytywne skutki podziału pracy, będące rezultatem naturalnej skłonności człowieka do handlu [Smith 2012, s. 19]. A. Smith popierał ideę wolnego handlu, upatrując w nim czynników wzrostu gospodarczego dla wszystkich krajów uczestniczących w wymianie. Poglądy Smitha, a także jego kontynuatorów zajmujących się teorią wymiany, znalazły odzwierciedlenie w późniejszych pracach stanowiących o roli handlu. D. Ricardo w pracy *Zasady ekonomii politycznej i opodatkowania* przedstawiał argumenty za wolnym handlem na podstawie przewagi

komparatywnej. Próbował wykazać, że handel pomiędzy dwoma krajami może być dla obu korzystny, jeśli każdy z nich eksportuje dobro, w którego produkcji ma przewagę względną, rozumianą jako zdolność do produkowania wyrobu po niższym koszcie [Ricardo 1929, s. 103]. Uważał przez to, że korzyści z wymiany międzynarodowej mogą czerpać także te kraje, które charakteryzuje niższy poziom rozwoju gospodarczego.

Według G.M. Grossmana i E. Helpmana liberalizacja handlu wpływa na usprawnienie transferu nowoczesnych technologii, razem z towarzyszącymi jej implikacjami dla wzrostu produktywności [Grossman, Helpman 1991]. Innymi słowy, niski poziom cel i brak barier handlowych zwiększają konkurencyjność rynku i atrakcyjność dla inwestorów zagranicznych. Pozwala to krajowym firmom rozszerzyć rynki zbytu i uzyskiwać dostęp do nowoczesnych technologii, co z kolei zwiększa presję na wzrost produktywności i lepsze wykorzystanie dostępnych zasobów.

Inny ekonomista, P. Krugman, zauważa, że wymiana handlowa pozwala na uzyskanie efektu korzyści skali (związanych z rozszerzeniem zbioru możliwości produkcyjnych), wywołanego powiększeniem się rozmiarów rynku [Krugman 1979, s. 469]. W takich warunkach przedsiębiorstwa mogą produkować swe wyroby na większą skalę (przy tych samych zasobach i technologii), obniżając jednocześnie jednostkowe koszty produkcji. Jest to szczególnie ważne w branżach o wysokich kosztach stałych lub wymagających wysokiego poziomu inwestycji. Korzyści wynikające z efektu skali ostatecznie doprowadzają do obniżenia cen dla konsumentów i zwiększenia efektywności firm eksportujących. P. Krugman zwraca również uwagę, że korzyści z wymiany nie ograniczają się jedynie do dóbr materialnych, ale formami obustronnej korzystnej wymiany są także migracje (wymiana pracy na dobra i usługi) i pożyczki międzynarodowe (wymiana bieżącej konsumpcji na przyszłą) [Krugman, Obstfeld 2007, s. 5].

Współcześnie handel postrzegany jest jako kluczowy filar rozwoju gospodarczego. Przyczynia się do wzrostu produktu krajowego poprzez wzrost efektywności gospodarowania oraz prowadzi do korzyści osiąganych dzięki funkcjonowaniu przedsiębiorstw na konkurencyjnym rynku. Angażowanie się krajowych podmiotów w handel także na światowych rynkach powoduje, że muszą one stale się rozwijać, aby sprostać konkurencji. Wymusza to podejmowanie nieustannych działań, takich jak: zwiększenie wydajności, wzrost jakości produktów i usług czy redukcja kosztów [Jaszczyński 2016, s. 376].

Handel silnie oddziałuje na pośredników, wytwórców oraz wzorce zachowań konsumentów [Adamowicz 2015, s. 6]. Decyduje nie tylko o postępie ekonomicznym, lecz także społecznym i kulturalnym. Międzynarodowy handel jest ważnym czynnikiem podnoszenia poziomu życia oraz zapewniania zatrudnienia. Ponadto handel pełni funkcję miastotwórczą oraz jest jednym z głównych czynników warunkujących zrównoważony rozwój miast [Sławińska 2008, s. 288]. Koniunktura handlu w miejskiej przestrzeni przyczynia się do rewitalizacji niektórych terenów, a obiekty handlowe ulokowane w centrach miast kształtują i nadają im charakter.

Wśród korzyści skali przestrzennej lokalizacji działalności gospodarczej wymienia się także [Grotkowska 2012, s. 115; Blaug 2000, s. 391] wzrost podaży wykwalifikowanej siły roboczej oraz większe możliwości doboru kadr.

3. Charakterystyka handlu jako uczestnika rynku pracy

Handel jest dzisiaj ważnym działem gospodarki, należącym do szeroko pojmowanej sfery usług. Aby określić znaczenie handlu w rozwoju gospodarczym, w tym także określić jego miejsce na rynku pracy, należy rozpatrywać go w ujęciach [Szulce 1998, s. 15]: funkcjonalnym (czynnościowym) i instytucjonalnym (podmiotowym).

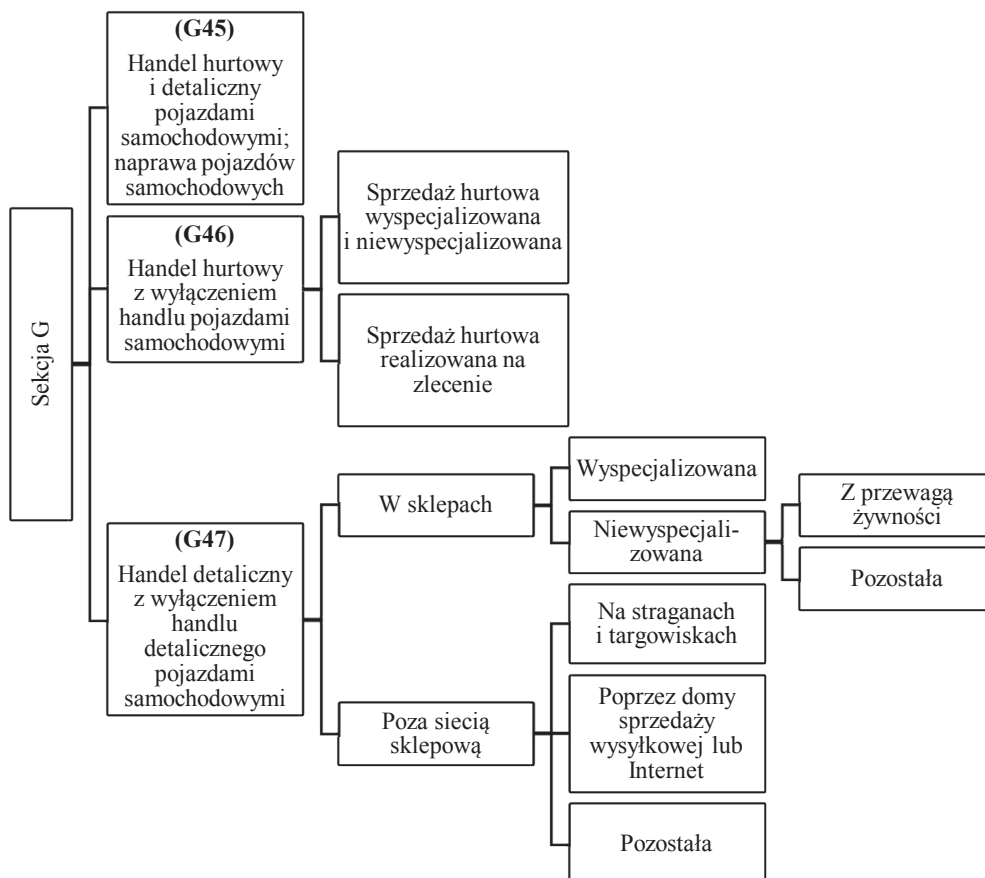
Handel w ujęciu funkcjonalnym obejmuje wszelkie czynności zachodzące pomiędzy podmiotami gospodarczymi w formie transakcji kupna – sprzedaży. Jest to więc sprzedaż wytworzonych towarów ostatecznym nabywcą. Handel w ujęciu instytucjonalnym natomiast to ogół przedsiębiorstw, których prowadzona działalność gospodarcza wyłącznie lub w przeważającej części polega na zakupie towarów, w celu ich dalszej odsprzedaży [Sławińska 2008, s. 11–12].

Podstawowym rozróżnieniem handlu w ujęciu instytucjonalnym jest podział na handel hurtowy i detaliczny. Handel hurtowy obejmuje działania związane ze sprzedażą towarów i usług podmiotom, które odsprzedają je na zasadach komercyjnych. Handel detaliczny natomiast jako ostatnie ogniwo obrotu towarowego obejmuje wszelkiego rodzaju działalności, mające na celu sprzedawanie towarów i usług bezpośrednio finalnemu konsumentowi, do jego osobistego użytku [Kotler 1994, s. 512–543].

W Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007) podmioty handlu hurtowego i detalicznego zostały zakwalifikowane do sekcji G. Sekcja ta obejmuje: sprzedaż hurtową i detaliczną wszystkich rodzajów towarów, świadczenie usług związanych z nimi, a także naprawę pojazdów samochodowych i motocykli. Syntetyczne ujęcie podziału sekcji G prezentuje rys. 1.

Sekcja G – handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle, dzieli się na trzy działy [GUS 2007]:

- G45 – handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi; naprawa pojazdów samochodowych;
- G46 – handel hurtowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi i motocyklami. Obejmuje odsprzedaż nowych i używanych towarów, a także działalność maklerów, sprzedawców komisowych i agentów, akwizytorów oraz organizacje spółdzielcze i inne organizacje handlowe zaangażowane w handel produktami gospodarki rolnej;
- G47 – handel detaliczny, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi. Obejmuje odsprzedaż nowych i używanych artykułów użytku osobistego i artykułów gospodarstwa domowego prowadzoną przez sklepy, domy towarowe, domy sprzedaży wysyłkowej, na straganach, przez domokrażców i akwizytorów, spółdzielnie konsumenckie, domy aukcyjne itp.

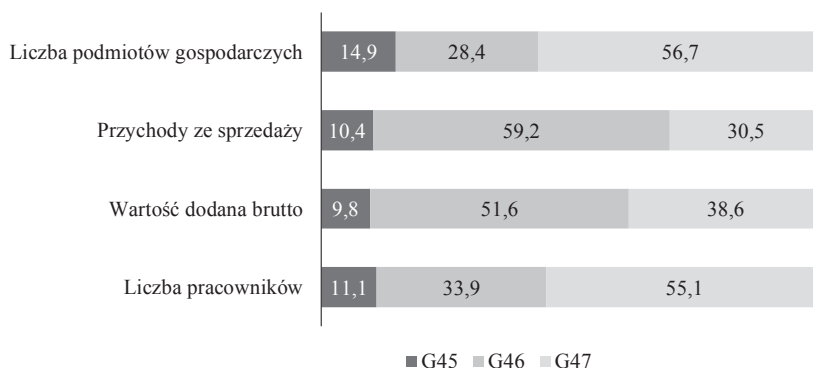


Rys. 1. Sekcja G według PKD 2007

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Załącznik].

W 2015 roku udział handlu w tworzeniu PKB wyniósł 15,7%, a w wartości dodanej brutto 17,7%. Spośród trzech działów wchodzących w skład sekcji G największy udział w liczbie podmiotów (56,7%) oraz liczbie pracowników (55,1%) mają jednostki handlu detalicznego – dział G47. Pod względem wartości dodanej (51,6%) oraz przychodów ze sprzedaży (59,2%) największym odsetkiem odznacza się handel hurtowy – dział G46 (rys. 2).

Aby przedstawić miejsce handlu na rynku pracy, należy przede wszystkim ustalić udział pracujących w handlu w ogólnej liczbie pracujących w gospodarce narodowej. Łączna liczba pracujących w Polsce w roku 2010 wynosiła 14,1 mln, z czego pracujący w handlu stanowili 15,5%. W 2015 liczba ogółu pracujących w gospodarce zwiększyła się do 14,8 mln, a udział pracujących w handlu wyniósł 15,4% ogółu pracujących. Z danych GUS wynika, że liczba pracujących ogółem w Polsce zwiększyła się o 0,7 mln, a udział w handlu o 0,1 mln.

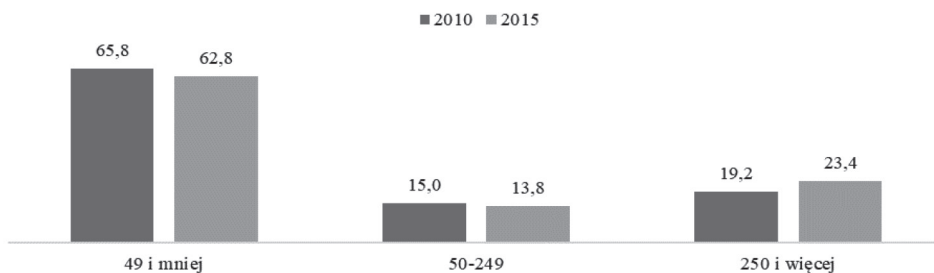


Rys. 2. Struktura liczby podmiotów, pracujących, przychodów ze sprzedaży i wartości dodanej w sekcji G w roku 2015 w Polsce (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie [GUS 2016b; GUS Platforma; GUS Bank Danych].

szła się o 5,1% w relacji do roku 2010, a w handlu wzrosła o 4,6% [GUS 2011b; 2016b]. Oznacza to, że pozycja handlu jako uczestnika rynku pracy jest stabilna i w badanym okresie utrzymywała się na względnie stałym poziomie, tj. około 2,2 mln osób.

W handlu funkcjonuje wiele podmiotów gospodarczych – zarówno krajowych, jak i zagranicznych. Zróżnicowana jest ich wielkość – obok małych, często jednoosobowych firm rodzinnych funkcjonują duże światowe koncerny. W Polsce w 2010 roku w małych przedsiębiorstwach handlowych (zatrudniających do 49 osób) pracowało 65,8% ogółu zatrudnionych w handlu, a w dużych przedsiębiorstwach (zatrudniających ponad 250 osób) – 19,2%. Po pięciu latach udział pracujących w małych przedsiębiorstwach zmniejszył się o 3 p.p., natomiast udział pracujących w dużych przedsiębiorstwach wzrósł o 4,2 p.p. Udział pracujących w przedsiębiorstwach średnich zmniejszył się o 1,2 p.p. (rys. 3).



Rys. 3. Udział pracujących w handlu w Polsce w latach 2010 i 2015 według wielkości przedsiębiorstw (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie [GUS 2011b; 2016b].

Oznacza to, że pomimo spadku zatrudnienia w małych przedsiębiorstwach handlowych, małe firmy handlowe pozostają wciąż głównym pracodawcą w handlu w Polsce i mają znaczący wpływ na zdolność absorpcyjną tego działu gospodarki narodowej. Dane te pokazują również, że małym jednostkom handlowym trudno sprostać konkurencji – nowoczesnym formom handlu (np. hipermarketom czy sklepom dyskontowym), oferującym wachlarz asortymentu po przystępnych cenach – stąd w analizowanej przestrzeni uwidocznił się wzrost pracujących w dużych przedsiębiorstwach kosztem spadku w mniejszych jednostkach.

4. Zmiany w strukturze zatrudnienia w handlu

Rola czynnika ludzkiego jest bezsprzecznie jedną z najważniejszych w każdym przedsiębiorstwie – przede wszystkim jednak w przedsiębiorstwach handlowych, które cechuje wysokie zaangażowanie pracy ludzkiej. Poziom świadczonych usług, umiejętności i kompetencje pracowników handlu przekładają się bezpośrednio na decyzje zakupowe klientów, a co za tym idzie – na wynik finansowy, możliwości rozwoju i funkcjonowania przedsiębiorstw na konkurencyjnym rynku. Pozyskanie odpowiednich kadr jest jednak procesem trudnym z uwagi na pejoratywne postrzeganie zawodu sprzedawcy, malejącą podaż pracowników oraz utrzymującą się w Polsce emigrację.

Istotą pracy w handlu (szczególnie detalicznym) jest bezpośredni kontakt z klientami. Wśród pożądanych cech pracowników handlu wymienia się zatem otwartość, komunikatywność, wzbudzanie zaufania czy umiejętność budowania relacji – cechy te przypisywane są stereotypowo najczęściej kobietom. W 2015 roku kobiety pracujące w handlu stanowiły 53,3% ogółu pracujących, podczas gdy w 2010 roku było to 51,9%.

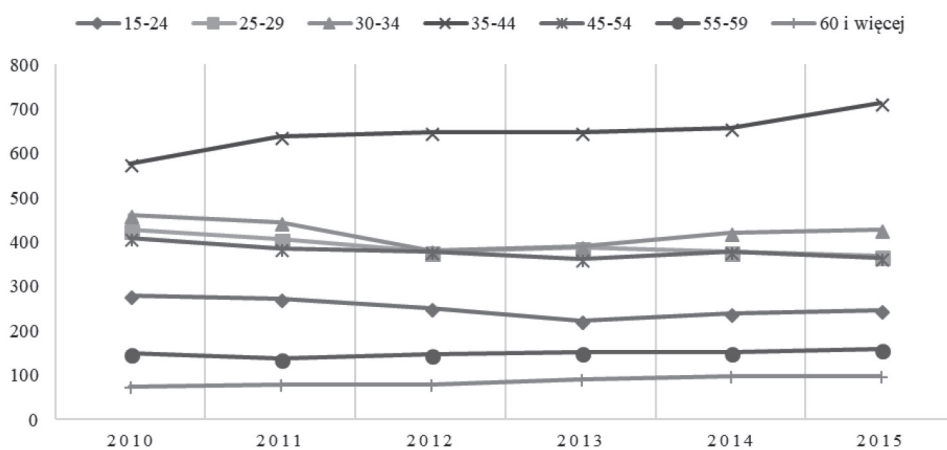
W tabeli 1 zaprezentowano liczbę pracujących w handlu w Polsce według województw. Liczba miejsc pracy w sekcji G jest silnie zróżnicowana terytorialnie i zależy głównie liczby i wielkości placówek handlowych oraz od liczby mieszkańców. W ujęciu regionalnym najwięcej miejsc pracy w handlu tradycyjnie było w województwie mazowieckim, a najmniej w województwie opolskim. W województwie mazowieckim w 2010 roku pracujący w handlu stanowili 17,7%, a w 2015 roku 18,5% ogółu pracujących w handlu w Polsce. Udział kobiet pracujących w handlu był wyższy niż mężczyzn we wszystkich województwach. Wyjątkiem było województwo mazowieckie, w którym odsetek mężczyzn pracujących w handlu w roku 2010 przewyższał odsetek pracujących kobiet o 1% (0,5 p.p.).

Największy udział kobiet w handlu w 2015 roku zaobserwowano w województwie opolskim (55,7%), najmniejszy natomiast w województwie mazowieckim (50,8%). Największym przyrostem kobiet pracujących w handlu odznaczają się województwa małopolskie (11,2%) i wielkopolskie (11,2%), a najmniejszym, w perspektywie 5 lat – województwo łódzkie. Udział mężczyzn pracujących w handlu spadł w okresie 2010-2015 niemal we wszystkich województwach, z wyjątkiem ma-

Tabela 1. Pracujący w sekcji G według płci w Polsce w 2010 i 2015 roku

Wyszczególnienie	Sekcja G					
	ogółem		mężczyźni		kobiety	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
Polska	2 183 020	2 235 126	1 050 077	1 044 475	1 132 943	1 190 651
Dolnośląskie	163 182	161 432	77 250	74 244	85 932	87 188
Kujawsko-pomorskie	113 020	112 315	53 787	52 546	59 233	59 769
Lubelskie	95 966	97 874	46 647	45 622	49 319	52 252
Lubuskie	53 382	53 503	24 765	23 904	28 617	29 599
Łódzkie	146 597	143 124	72 671	69 195	73 926	73 929
Małopolskie	185 143	199 364	88 497	91 886	96 646	107 478
Mazowieckie	385 560	412 559	193 804	202 979	191 756	209 580
Opolskie	45 377	44 746	21 039	19 822	24 338	24 924
Podkarpackie	96 589	98 484	46 652	45 519	49 937	52 965
Podlaskie	55 102	55 903	26 163	25 831	28 939	30 072
Pomorskie	129 866	127 981	60 693	57 965	69 173	70 016
Śląskie	275 436	275 401	128 811	126 701	146 625	148 700
Świętokrzyskie	59 099	59 996	28 543	27 370	30 556	32 626
Warmińsko-mazurskie	63 952	61 568	29 550	27 744	34 402	33 824
Wielkopolskie	227 378	244 388	110 072	114 000	117 306	130 388
Zachodniopomorskie	87 371	86 488	41 133	39 147	46 238	47 341

Źródło: opracowanie własne na podstawie [GUS Bank Danych].

**Rys. 4.** Pracujący w sekcji G według wieku w Polsce w latach 2010-2015

Źródło: opracowanie własne na podstawie [GUS 2011a; 2012; 2013; 2014; 2015; 2016a].

łopolskiego, mazowieckiego i wielkopolskiego, w których zaobserwowano wzrost o odpowiednio – 3,8%, 4,7% i 3,6%.

Jak pokazano na rys. 4, zmieniła się także struktura osób pracujących w handlu według wieku. W stosunku do roku 2010 zmniejszyła się liczba pracujących w wieku 15–24, 25–29, 30–34 oraz 45–54, a zwiększyła w przedziale wieku 35–44 oraz 55+. Niezmiennie od roku 2010 największą grupę pracujących w handlu tworzą osoby w wieku 35–44 (30%). Drugą liczną grupę stanowią osoby w wieku 30–34 lat (18%). Najmniejszy odsetek natomiast stanowią osoby w wieku tzw. poprodukcyjnym 60+ (4,1%), niemniej jednak udział tej grupy jako pracowników handlu oraz grupy w wieku 55–59 lat systematycznie się zwiększa. Wzrost ten podyktowany jest przede wszystkim rosnącym deficytem kandydatów na pracowników handlu i co za tym idzie, zmianą podejścia do procesu zatrudnienia w przedsiębiorstwach handlowych. Współcześnie coraz więcej przedsiębiorstw proponuje pracę osobom 50+, biorąc pod uwagę ich bogate doświadczenie i brak zobowiązań, oferując elastyczne godziny pracy.

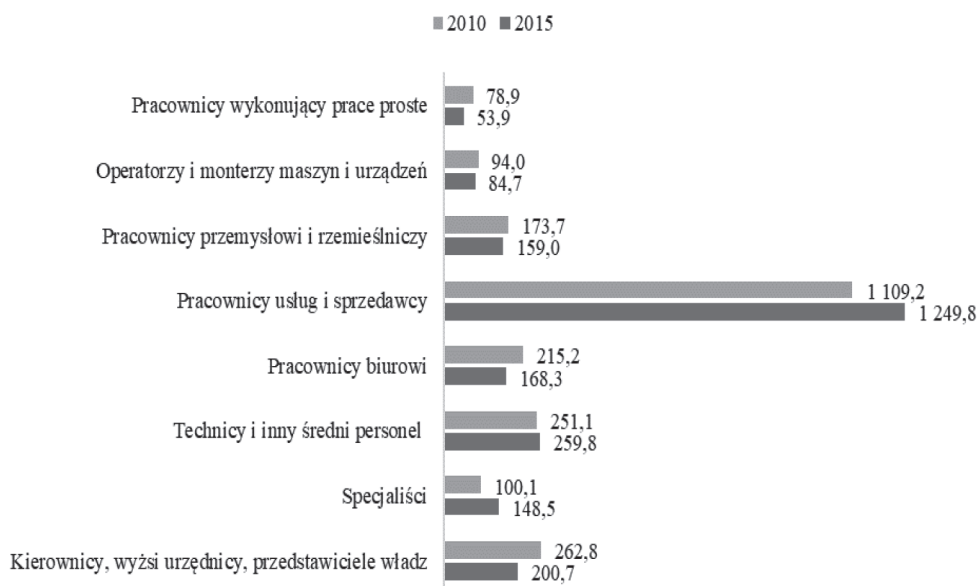
Podniesienie poziomu technicznego i technologicznego w przedsiębiorstwach handlowych sprawia, że współcześnie w wyższym stopniu potrzebują one napływu kompetentnych, wykwalifikowanych kadr, zdolnych do realizacji celów krótko- i długookresowych. Tymczasem według badań A. Grzesiuk¹ („Postrzeganie pracy w handlu wśród młodzieży szkół ponadgimnazjalnych”), przeprowadzonych w 2008 roku, młodzież ucząca się w szkołach o profilu handlowym nie jest zainteresowana pracą w wyuczonym zawodzie, postrzegając ją jako mało atrakcyjną [Grzesiuk 2010, s. 199–214]. Badania te potwierdzają również aktualne dane statystyczne. W roku 2010 spośród osób, które ukończyły naukę oraz podjęły pracę po raz pierwszy w handlu, największy odsetek stanowili absolwenci szkół wyższych (29,4%), natomiast najmniejszy odsetek osoby kończące naukę w zasadniczej szkole zawodowej (17,9%). Podobnie w 2015 roku, największy odsetek to osoby kończące naukę w wyższych uczelniach (29,3%), a najmniejszy – o profilu zawodowym (19,3%) [GUS 2011b; 2016b].

Pod względem wykształcenia pracujących w handlu zdecydowaną większość według danych GUS w 2010 roku stanowiły osoby z wykształceniem policealnym i średnim zawodowym (35,6%), zasadniczym zawodowym (23,6%) oraz wyższym (21,3%). Z kolei najmniejszy odsetek – osoby z wykształceniem średnim ogólnokształcącym (15,6%), gimnazjalnym, podstawowym i niepełnym podstawowym (3,9%). W 2015 roku nastąpiła zmiana w strukturze pracujących w handlu według kryterium wykształcenia. Co prawda wciąż największą grupę pracujących w handlu tworzą osoby z wykształceniem policealnym i średnim zawodowym (34,5%), jednak w analizowanym okresie nastąpił wzrost odsetka osób z wykształceniem wyż-

¹ Wyniki badań dotyczą postrzegania pracy w handlu przez młodzież szkół ponadgimnazjalnych w rejonie północno-zachodniej Polski.

szym (+23,5%), dzięki czemu stanowią oni drugą najliczniejszą grupę pracujących w handlu [GUS 2011a; 2016a].

Jak pokazano na rys. 5, w latach 2010-2015 nastąpił wzrost odsetka pracujących w handlu w grupie zawodów: specjaliści – o 48,4%, pracownicy usług i sprzedawcy – o 12,7% oraz technicy i inny średni personel – o 3,5%. W pozostałych grupach zawodów zaobserwowano spadek.



Rys. 5. Zatrudnieni według zawodów w sekcji G (wg PKD 2007) w Polsce w 2010 i 2015 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Eurostat].

Oznacza to, że współcześnie oprócz trzech podstawowych grup pracowników: pracowników usług i sprzedawców (np. kasjer, doradca klienta), pracowników działalności pomocniczej (np. przedstawiciel handlowy, spedytor) oraz pracowników administracji (np. zarząd, regionalny kierownik sprzedaży, dyrektor) [Sławińska 2008, s. 79], istotnego znaczenia nabiera czwarta grupa – tworzona przez specjalistów. Specjaliści ds. sprzedaży czy ds. technologii informacyjno-komunikacyjnych są w ostatnich latach grupą najbardziej pożądaną na rynku pracy, co odzwierciedlają wyniki przeprowadzonej analizy.

5. Zakończenie

Przedstawione rozważania pozwoliły na scharakteryzowanie miejsca i znaczenia handlu w strukturze polskiej gospodarki. O dużym znaczeniu handlu dla całej gospodarki narodowej świadczy jego udział w tworzeniu wartości dodanej brutto (17,7%

w 2015 roku). Pozycja handlu jako uczestnika rynku pracy jest stabilna i w badanym okresie utrzymywała się na względnie stałym poziomie, tj. około 2,2 mln osób, gdzie 53,3% pracujących stanowiły kobiety.

W strukturze pracujących w handlu zidentyfikowano zmiany strukturalne będące wyrazem zmian zachodzących w gospodarce pod wpływem nowych technologii. Największą grupę pracujących w handlu tworzą osoby z wykształceniem policealnym i średnim zawodowym (34,5%), jednak w analizowanym okresie nastąpił wzrost odsetka osób z wykształceniem wyższym (+23,5%). Wśród zatrudnianych absolwentów w handlu największy odsetek stanowili absolwenci szkół wyższych, a najniższy szkół zawodowych. Sukcesywnie zwiększa się więc udział osób z wyższym wykształceniem w strukturze pracujących w handlu. Przekłada się to na zmiany w strukturze pracujących według grup zawodów. W latach 2010-2015 udział zatrudnionych specjalistów zwiększył się aż o 48,3%.

Literatura

- Adamowicz M., 2015, *Przekształcenia w sektorze handlu detalicznego i strategiach przedsiębiorstw na rynkach towarów konsumpcyjnych w Polsce*, Handel Wewnętrzny, nr 358.
- Blaug M., 2000, *Teoria ekonomii. Ujęcie retrospektywne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Domański T., 2005, *Strategie rozwoju handlu*, PWE, Warszawa.
- Eurostat, *Employment by occupation and economic activity* (from 2008 onwards, NACE Rev. 2) – 1000 [Ifsa_eisn2] (30.05.2018).
- Grossman G.M., Helpman E., 1991, *Innovation and Growth in the Global Economy*, MIT Press, Cambridge, MA.
- Grotkowska G., 2013, *Czy Polska importuje bezrobocie? O wpływie handlu zagranicznego na rynek pracy w okresie transformacji*, Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Grzebiuk A., 2010, *Handel detaliczny jako pracodawca we współczesnej gospodarce*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
- GUS, 2007, *Polska Klasyfikacja Działalności (PKD)*.
- GUS, 2011a, *Aktywność ekonomiczna ludności Polski IV kwartał 2010*, Warszawa.
- GUS, 2011b, *Pracujący w gospodarce narodowej w 2010 roku*, Warszawa.
- GUS, 2012, *Aktywność ekonomiczna ludności Polski IV kwartał 2011*, Warszawa.
- GUS, 2013, *Aktywność ekonomiczna ludności Polski IV kwartał 2012*, Warszawa.
- GUS, 2014, *Aktywność ekonomiczna ludności Polski IV kwartał 2013*, Warszawa.
- GUS, 2015, *Aktywność ekonomiczna ludności Polski IV kwartał 2014*, Warszawa.
- GUS, 2016a, *Aktywność ekonomiczna ludności Polski IV kwartał 2015*, Warszawa.
- GUS, 2016b, *Pracujący w gospodarce narodowej w 2015 roku*, Warszawa.
- GUS, 2017, *Pracujący w gospodarce narodowej w 2016 roku*, Warszawa.
- GUS, Bank Danych Lokalnych, www.stat.gov.pl/bdl.
- GUS, Kwartalna informacja o podmiotach gospodarki narodowej w rejestrze REGON deklarujących prowadzenie działalności według stanu na 30.12.2015.
- GUS, Platforma Analityczna SWIAD, http://swaid.stat.gov.pl/HandelUslugi_dashboards/Raporty_predefiniowane/RAP_DBD_USL_15.aspx (30.05.2018).
- Jaszczyński M., 2016, *Znaczenie handlu zagranicznego w rozwoju gospodarczym*, Zeszyty Naukowe PWSZ w Płocku, Nauki Ekonomiczne, vol. 1(23), Płock.

- Kotler F., 1994, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner&Ska, Warszawa.
- Krugman P., 1979, *Increasing returns, monopolistic competition, and international trade*, Journal of International Economics, vol. 9, no. 4.
- Krugman P., Obstfeld M., 2007, *Ekonomia międzynarodowa*, t. 1, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Misiąg F., 2002, *Makroekonomiczne funkcje handlu w transformowanej gospodarce*, IRWiK, Warszawa.
- Ricardo D., 1929, *Zasady ekonomii politycznej i opodatkowania*, przeł. M. Bornstein-Lychowska, wyd. 2, Kraków.
- Sławińska M., 2008, *Kompendium wiedzy o handlu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Smith A., 2012, *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, przeł. G. Wolff, O. Einfeld, Z. Sadowski, wyd. 2, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Syrquin M., 2007, *Kuznets and Pasinetti on the study of structural transformation: Never the Twain shall meet?*, ICER, Working Paper, no. 46.
- Szulce H., 1998, *Struktury i strategię w handlu*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Szumilak J., 2004, *Handel detaliczny. Funkcjonowanie i kierunki rozwoju*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
- Węgrzyn G., 2015, *Zmiany strukturalne na rynku pracy – modernizacja czy stagnacja?*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 380, Wydawnictwo UE, Wrocław.
- Zakrzewski Z., 1989, *Ekonomika handlu wewnętrznego*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Załącznik do rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 24.12.2007 r., Dz.U. 251, poz. 1885, https://stat.gov.pl/Klasyfikacje/doc/pkd_07/pdf/zasady_budowy_pkd.pdf (29.05.2018).