

Biuletyn Polskiej Izby Handlu Nr 67/06/2020



Słowo wstępne



**Waldemar Nowakowski,
Prezes Polskiej Izby Handlu**

Polska Izba Handlu od początku epidemii jest zaangażowana w działania, które mają pomóc polskim przedsiębiorcom w utrzymaniu firm w tym trudnym okresie.

Do tej pory podjęliśmy szereg działań zarówno na wniosek naszych członków, jak i z własnej inicjatywy.

- Aktywnie uczestniczyliśmy w konsultacjach projektu tarczy antykrzysowej 1.0
- Przedstawialiśmy ocenę branży w zakresie skutków wprowadzonych obostrzeń takich jak godziny dla seniora, czy limity osób w sklepach
- Apelowaliśmy o tymczasowe odstąpienie od obowiązku wykonywania wstępnych badań lekarskich do pracy
- Komunikowaliśmy, że handel potrzebuje łatwiejszego dostępu do płynów dezynfekcyjnych oraz środków ochrony osobistej oraz zwracaliśmy uwagę na konieczność wprowadzenia 0% stawki VAT na te środki
- Zwracaliśmy uwagę, że potrzebne są działania Rządu dla zapewnienia ciągłości dostaw żywności
- Postulowaliśmy o zmniejszenie obciążeń administracyjnych
- Pozyskiwaliśmy z GIS aktualizowane informacje ws. procedur i zaleceń – braliśmy udział w dwóch spotkaniach branży handlu i producentów z przedstawicielami GIS
- Apelowaliśmy o przesunięcie terminu wprowadzenia kas online oraz matrycy VAT BDO, CRBR, PPK, JPK.
- Zaznaczaliśmy, że są potrzebne zmiany w zapłacie VAT-u od darowizn

- Zwracaliśmy uwagę, że potrzebne są zmiany w opłatach interchange z racji wzrostu transakcji bezgotówkowych
- Przedstawialiśmy propozycje rozwiązań odmrażania gospodarki dot. restauracji, małych sklepów, godzin dla seniora, marketów budowlanych
- Podjęliśmy ważny temat obniżenia opłat związanych płatnościami bezgotówkowymi, których ilość wzrosła znacząco podczas pandemii zwiększając koszty funkcjonowania małych i średnich sklepów
- Pracowaliśmy z Rzecznikiem Małych i Średnich Przedsiębiorstw w ramach zespołów ds. konkurencji i handlu (udział w 4 wideokonferencjach Rady Przedsiębiorców i dwóch Zespołu ds. handlu.)

Zachęcamy do śledzenia na naszej stronie aktualizowanych od początku epidemii wytycznych i przydatnych dla przedsiębiorców informacji ws. COVID.

[Informacje i pomoc dla firm ws. COVID](#)

„Biuletyn Polskiej Izby Handlu” PR 19242

Bezpłatne ogólnopolskie czasopismo handlu detalicznego, hurtowego i usług wydawane i publikowane 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;

Red. naczelny: Maciej Ptaszyński, Red. prowadząca: Joanna Chilicka. 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: Joanna Chilicka joanna.chilicka@pih.org.pl

VAT od darowizn – nadal ważny temat dla wielu firm oraz potrzebujących

Polska Izba Handlu zwróciła się do Ministerstwa Finansów w sprawie potrzeby zwolnienia z podatku VAT dla darowizn.

Skala zapotrzebowania tego typu rozwiązań znacznie przewyższa zakres tymczasowo wprowadzonych zwolnień podatkowych. W Polsce funkcjonuje wiele branż, które ze względu na wysokie koszty związane z przekazaniem darowizny, nie decydują się na skierowanie towarów nadających się do użytku innym podmiotom w celach dobroczynnych. W efekcie produkty te poddawane są utylizacji bądź innej formie niszczenia. Mowa tutaj o takich produktach, jak: sprzęt elektroniczny, odzież oraz inne artykuły nieżywnościowe, tj. wyroby wykonane z użyciem plastiku lub zawierające minerały oraz związki chemiczne.

Obserwujemy dwa główne negatywne skutki społeczne wynikające z braku stosownej regulacji umożliwiającej podatnikom niskokosztowe wsparcie dla organizacji społecznych i dobroczynnych; są to:

- wysoki koszt społeczny w postaci marnowania jakościowych produktów, które nie trafią do najbardziej potrzebujących;
- koszt środowiskowy w postaci generowania nadmiernej ilości odpadów i zwiększonej emisji dwutlenku węgla wynikającej z ich utylizacji.

Z tego powodu Polska Izba Handlu stoi na stanowisku, iż obecnie obowiązujące przepisy prawa nie zaspokajają w sposób należyty potrzeb oraz interesów różnych grup społecznych.

Komisja Europejska przedstawiła w grudniu 2015 r. plan działania na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym, co dało impuls do działania dla rządu Pana Premiera Mateusza

Morawieckiego. Polski rząd, we wrześniu 2019 roku, przyjął dokument strategiczny – *Mapa drogowa transformacji w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym*. Jednym z podstawowych założeń ujętych w strategii jest zmiana w sposobie funkcjonowania całej gospodarki poprzez podniesienie jej wydajności, przy jednoczesnym nacisku na tworzenie wartości dodanej wykorzystywanych zasobów, materiałów i produktów, a także minimalizacja ilości wytwarzanych odpadów. Proponowane przez nas wprowadzenie zwolnień z obowiązku płacenia podatku VAT od produktów przekazywanych w formie darowizny wpisuje się w założenia strategii rządu.

Warto także zauważyć, że ważny interes społeczny stojący za przekazywaniem darowizn został dostrzeżony przez ustawodawcę i uwzględniony w przepisach Ustawy o dopłatach do oprocentowania kredytów bankowych udzielanych na zapewnienie płynności finansowej przedsiębiorcom dotkniętym skutkami COVID-19 oraz o zmianie niektórych innych ustaw (tzw. Tarcza antykryzysowa 4.0). Przepisy Ustawy umożliwiają odliczenie od podstawy obliczenia podatku od darowizn przekazanych w celach dobroczynnych (m.in. na rzecz domu dla matek z małoletnimi dziećmi i kobiet w ciąży, noclegowni, schroniska dla osób bezdomnych) przez przedsiębiorstwa i osoby prywatne, jeżeli darowizna zostanie przekazana między 1 stycznia a 30 września 2020. Zniesienie ograniczenia czasowego zastosowania tego przepisu Ustawy znacząco zwiększyłoby efektywność pomocy dla ww. organizacji pożytku publicznego.

W naszej ocenie zarówno w prawodawstwie polskim, jak i prawodawstwie Unii Europejskiej nie ma przesłanek, które uniemożliwiłyby przyjęcie rozwiązań wprowadzających szerszy katalog produktów zwolnionych z podatku VAT w przypadku wystąpienia darowizny. Na podstawie zapisów dyrektywy w sprawie wspólnego systemu podatku od wartości dodanej chcielibyśmy wskazać na trzy możliwości, jakie w przedmiotowej sprawie wynikają z treści wskazanej dyrektywy dla krajów członkowskich UE.

- Pierwsza możliwość wynika z artykułu 110 ww. dyrektywy (przepisy szczególne mające zastosowanie do czasu wprowadzenia przepisów ostatecznych), która daje możliwość ustalenia stawki z odliczeniem podatku naliczonego w wysokości 0 (zero) procent dla darowizn.
- Możliwość druga wynika z art. 185 dyrektywy – obniżenie do zera wyceny darowizny wynikającej ze zmiany obliczenia kwoty zwrotu podatku, np. w przypadku anulowania transakcji sprzedaży lub zmiany ceny produktu.
- Kolejną możliwość wprowadzenia zasady, na podstawie której darowizny nie będą wchodzić w zakres podatku VAT z wyłączeniem celu skorygowania naliczonego podatku VAT poprzez włączenie wyjątku od art. 16 unijnej dyrektywy VAT (dostawa własna towarów do użytku niezwiązanego z działalnością gospodarczą i możliwe odstępstwa stosowane przez państwa członkowskie). Do tego wariantu odwołano się w pytaniu parlamentarnym i odpowiedzi komisarza UE, Paolo Gentiloniego. Takie rozwiązanie stosowane jest w niektórych krajach Unii Europejskiej, m.in. w Belgii.

Podstawą prawną belgijskiego zwolnienia z podatku VAT na darowizny na cele charytatywne jest art. 12 ust. 1 akapit pierwszy, tiret drugie belgijskiego kodeksu VAT. W punkcie b) mowa jest o artykułach żywnościowych, a w punkcie c) o „istotnych innych niż produkty żywnościowe”. Jest to implementacja omówionego wyżej art. 16., do belgijskiej ustawy o podatku VAT. Darowizna przeznaczona na cele charytatywne jest kwalifikowana jako transakcja niepodlegająca opodatkowaniu, ze względu na wyjątek od wymogu zgłaszania własnej dostawy towarów do użytku niehandlowego.

Oprócz Królestwa Belgii również Włochy, Francja oraz Wielka Brytania wprowadziły podobne rozwiązania. Instytucje Unii Europejskiej nie

wszczęły procedur o naruszenie prawa Wspólnoty na żadnym z etapów nowelizacji przepisów prawa podatkowego w tym zakresie. W tabeli prezentujemy wybrane przykłady zwolnień z VAT wprowadzone w krajach członkowskich UE.

Biorąc pod uwagę ważny interes społeczny, a także rozwiązania prawne wypracowane w krajach członkowskich Unii Europejskiej chcielibyśmy poddać pod rozagę podjęcie prac w celu opracowania koncepcji systemu zachęt i obowiązków dla przedsiębiorców w celu przeciwdziałaniu marnowaniu produktów nieżywnościowych nadających się do użytku. Jesteśmy gotowi podjąć współpracę z Ministerstwem w celu opracowania lub opiniowania założeń regulacji wprowadzającej szeroki katalog produktów objętych ulgą podatkową.



Jako organizacja zrzeszająca wielu polskich pracodawców, uczestniczymy w sposób aktywny w życiu społeczno-gospodarczym naszego kraju i wsłuchujemy się w potrzeby przedsiębiorców oraz społeczności, z których się wywodzą. Dzięki temu możemy zrozumieć, a tym samym wspierać rozwój polskiej gospodarki. Nasze doświadczenie oraz skala zbieranych informacji, udzielanych nam przez podmioty z różnych środowisk (zarówno przez firmy członkowskie PIH czy zrzeszone lub zaprzyjaźnione z nami organizacje), pozwalają nam dojść do wniosku, że omówiona w niniejszym piśmie propozycja nowelizacji prawa podatkowego przyniesie wielowymiarowe korzyści dla polskiej gospodarki i społeczeństwa, przy szerokiej akceptacji środowisk społecznych oraz biznesowych w Polsce. Ponadto, proponowane rozwiązania uznajemy za spójne z dotychczasową polityką rządu, konsekwentnie zorientowaną na rozwój gospodarki.

Obecnie obowiązujące rozwiązania wprowadzone w wybranych rajach Unii Europejskiej
(w tym wymagania dotyczące partnerów charytatywnych, wymaganej dokumentacji do przedłożenia oraz kategorie produktów, podlegających darowiźnie)

Państwo	Kwalifikowani Odbiorcy	Wymagana dokumentacja	Dozwolone produkty
Włochy	Organizacje charytatywne	<p>Darczyńca jest zobowiązany do przekazania skróconego powiadomienia biurom administracji finansowej i właściwej policji podatkowej; należy wydać dokument przewozowy lub dokument równoważny.</p> <p>Na podstawie dekretu ustawodawczego⁶ darczyńca lub instytucja będąca ofiarodawcą może wyznaczyć osobę trzecią do spełnienia w jej imieniu wymogów dotyczących dokumentów.</p>	<p>Książki, artykuły spożywcze, farmaceutyki, środki higieny osobistej lub środki do czyszczenia gospodarstwa domowego, pod warunkiem, że towary nie mogą być sprzedawane z powodu wadliwości; dekret ustawodawczy¹, który wszedł w życie 2 marca: tekstylia, odzież i artykuły wyposażenia wnętrz, zabawki, materiały budowlane i sprzęt gospodarstwa domowego, a także komputery osobiste, tablety, czytniki elektroniczne i inne urządzenia do czytania w formacie elektronicznym, które nie są już sprzedawane lub nie nadaje się do marketingu z powodu niedoskonałości, przeróbek, uszkodzeń lub wad, które nie zmieniają ich przydatności do użytku lub z innych podobnych powodów.</p>
Francja	Organizacje charytatywne posiadające status Organizacji Pożytku Publicznego	Odbiorca jest zobowiązany do wystawienia dawcy zaświadczenia, które zawiera dane o towarach, dawcy i odbiorcy Szeroko zdefiniowany katalog produktów	Szeroko zdefiniowany katalog produktów
Wielka Brytania	Organizacje charytatywne	Ograniczone do minimum	Szeroko zdefiniowany katalog produktów
Belgia	Organizacje charytatywne	Ograniczone do minimum	Szeroko zdefiniowany katalog produktów

Producenci FMCG zrównują swoją ofertę w różnych rodzajach sklepów

Grupa Eurocash i Polska Izba Handlu udostępniły raport roczny z rankingu „Równi w Biznesie” za rok 2019 i zapowiadają, że jego tegoroczna edycja obejmie jeszcze więcej kategorii produktowych i producentów.

W zeszłym roku analizy strategii rynkowych stosowanych przez największych producentów dóbr szybko rotujących w Polsce do listopada zeszłego roku objęły ponad 160 dostawców i 29 kategorii produktowych. W tym roku kategorii będzie 35, a producentów – ponad 180. Oprócz najpopularniejszych artykułów spożywczych w rankingu znajdują się też środki czystości i higieniczne.

- Ubiegłoroczny ranking pokazał, że coraz więcej producentów dostrzega potrzebę opracowania strategii dla handlu niezależnego. W sklepach lokalnych dokonuje się około 40 proc. sprzedaży produktów spożywczych. Tak dużego rynku, jego uczestników i klientów nie należy ignorować – mówi Dominik Kasperek, Dyrektor Zakupów Centralnych w Grupie Eurocash.

Różnice w traktowaniu poszczególnych kanałów sprzedaży przez producentów są widoczne przede wszystkim w oferowaniu produktów w lepszych cenach w supermarketach i dyskontach. Są kategorie, w których różnica pomiędzy poziomem cen wynosi kilkanaście procent, a w skrajnych przypadkach nawet i 30%. Oprócz tego do sklepów małych i średniopowierzchniowych często trafia inny asortyment lub jest on oferowany w innej wielkości opakowań. Dla klientów sklepów niezależnych rzadziej organizuje się też promocje sprzedaży.

Z powodu nierównego traktowania przez dostawców sklepy lokalne sprzedawały za mało niektórych kategorii produktów w stosunku do swojego udziału w rynku. Dotyczyło to np.

nabiału, płatków śniadaniowych, kawy, ketchupów i majonezu. Wielu konsumentów w dyskontach czy supermarketach najczęściej kupowało ryż, makaron, soki lub wodę i napoje gazowane, mimo że do sklepu osiedlowego mają bliżej.

W zeszłym roku swoje podejście do sklepów niezależnych zmienili tacy giganci jak np. Coca-Cola i Pepsico, którzy w poprzednich latach byli skupieni na sprzedaży w dyskontach i supermarketach. Coraz bardziej zrównoważona była strategia Lotte Wedel, największego producenta pralin i drugiego na polskim rynku dostawcy czekolady. Swoje miejsce w rankingu poprawiło też Nestlé, lider rynku płatków śniadaniowych. Równo klientów wszystkich rodzajów sklepów traktowali najwięksi producenci wódki. Sprawiedliwa była też strategia Herbapol – Lublin, największego w naszym kraju dostawcy herbaty.

- Niestety w ubiegłym roku najwięksi producenci nabiału swoje najlepsze cenowo oferty kierowali głównie do dyskontów i supermarketów. To nie służyło konsumentom, mimo że produkty świeże powinny być kupowane najbliżej miejsca zamieszkania, czyli w sklepach lokalnych. Zbyt duże dysproporcje nadal było widać wśród największych producentów dżemów i słodkich wypieków. W większości analizowanych kategorii najwyższe miejsca zajmowali mniejsi dostawcy, co oznacza, że to oni częściej upatrują swojej rynkowej szansy w równym traktowaniu klientów wszystkich rodzajów sklepów – ocenia Dominik Kasperek.



Pełny raport roczny z rankingu „Równi w Biznesie” za rok 2019 znajduje się na stronie GrupaEurocash.pl.

Obciążenia biurokratyczne da się zmniejszyć – ważne by dobrze konsultować stanowione prawo

Ostatnie miesiące w bardzo jasny sposób pokazały, jak ważne jest stanowienie dobrego prawa wspierającego przedsiębiorców. Pokazały też, co niezwykle istotne, iż wiele obciążeń administracyjnych nakładanych na przedsiębiorców da się szybko zawiesić lub znacząco odroczyć w czasie bez żadnej straty dla instytucji państwowych lub budżetu, a z ogromną korzyścią dla przedsiębiorców. Dzięki temu mogą oni skoncentrować się na sprawach naprawdę ważnych – czyli na rozwoju biznesu. W szczególności, iż ostatnio przyrost kolejnych obowiązków administracyjnych był wręcz zatrważający. O takie właśnie zmniejszenie obciążeń Polska Izba Handlu apelowała jeszcze przed pandemią

<http://www.pih.org.pl/images/dokumenty/PIH-mmorawieckiobciazenia09032020.pdf>.

Mówiąc o stanowieniu dobrego prawa nie sposób nie wspomnieć o procesie konsultacji i jego znaczeniu, a w szczególności znaczeniu strony społecznej podczas takich prac. Wszyscy zdajemy sobie sprawę, iż decyzje muszą być podejmowane sprawnie, jednak jako że dotyczą one tysięcy przedsiębiorców ich głos w trakcie konsultacji musi wybrzmieć bardzo wyraźnie. Dlatego też wydaje się, iż sama Rada Dialogu Społecznego – pomimo swojego niewątpliwego dorobku i znaczenia – może nie zawsze być wystarczająca do właściwego zaopiniowania licznych rozwiązań, z tego choćby powodu, że organizacje tzw. „reprezentatywne” nie obejmują swoim zasięgiem często całych sektorów zwłaszcza MŚP.

W tym obszarze warto podkreślić, iż źródłem takiego głosu w konsultacjach powinny być zarówno organizacje branżowe – najlepiej znające specyfikę reprezentowanych przez siebie branż czy Rada Przedsiębiorców przy Rzeczniku Małych i Średnich Przedsiębiorców.

Podmioty te powinny być włączone w proces konsultacji tworzenia nowych przepisów, sposób porównywalny jak Rada Dialogu Społecznego. W wielu bowiem obszarach ich specjalistyczna wiedza oraz szeroka reprezentatywność może zdecydować o tym, czy dane rozwiązanie będzie adekwatne dla przedsiębiorców czy nie.

Podsumowując warto podkreślić konieczność zapewnienia mimo wszystko dostatecznie długiego okresu do zajęcia stanowiska przez stronę społeczną – oczywiście nadzwyczajne okoliczności jak te, z którymi mieliśmy ostatnio do czynienia wymagają pilnego działania. Jednak zdecydowanie należy dążyć do tworzenia dobrych praktyk zakładających jako absolutne minimum dla konsultacji co najmniej tygodnia roboczego nie zakłóconego np. dniami ustawowo wolnymi od pracy.

Warto także pamiętać, iż obecny czas w gospodarce oprócz potrzeby stanowienia dobrego i dobrze konsultowanego prawa nie sprzyja działaniom związanym ze wzrostem kosztów, które ponoszą przedsiębiorcy. Dlatego też wszelkie decyzje, które mogą wpływać negatywnie na rentowność takie jak chociażby wzrost pensji minimalnej powinny być wstrzymane minimum do końca bieżącego roku. Zatem aby spokojnie powrócić do normalności przedsiębiorcy potrzebują dobrego prawa, wpływu na jego stanowienie, braku dodatkowych obciążeń budżetów i kolejnych utrudnień administracyjnych, które to czynniki składają się na poczucie stabilności i przewidywalności funkcjonowania w środowisku biznesowym i legislacyjnym.



Maciej Ptaszyński,
Wiceprezes Polskiej Izby Handlu

Wideokonferencja ws. zakazu sprzedaży papierosów mentolowych

12 maja br. Polska Izba Handlu przeprowadziła wideokonferencję nt. wchodzącego w życie 20 maja zakazu sprzedaży papierosów mentolowych.

Zakaz - efekt unijnej dyrektywy dotyczy papierosów mentolowych oraz tych z kapsułką smakową. Obejmuje on zarówno papierosy, jak i tytoń do palenia. Nie dotyczy jednak papierosów elektronicznych, podgrzewaczy tytoniu oraz cygar i cygaretek.

W Polsce wyroby tytoniowe sprzedaje się w ponad 100 tys. punktów detalicznych. Każdego roku kategoria ta odpowiada za ok. 25 mld zł przychodów budżetowych z tytułu podatków.

POLSKA IZBA HANDLU

Możliwy wpływ na wzrost szarej strefy c.d.

➤ Apelujemy też do konsumentów o nie korzystanie z wyrobów szarej strefy gdyż są one wytwarzane bez żadnego nadzoru i nie spełniają norm jakości, a dodatkowo mogą zawierać różne substancje niewiadomego pochodzenia

Fotografie: <https://www.gov.pl/web/kas/rozbita-grupa-przemyslci-i-produkowali-wyroby-tytoniowe>

Wyroby tytoniowe stanowią ważną kategorię sprzedaży w handlu detalicznym. Obawiamy się, że nowe przepisy mogą wpłynąć negatywnie na przychody najmniejszych detalistów. Ważne jest też budowanie świadomości konsumentów, aby nie szukali wyrobów mentolowych na bazarach. Produkty niewiadomego pochodzenia nie spełniają żadnych norm jakości.

Odpyływanie konsumentów do szarej strefy to realne straty zarówno dla handlu, jak i budżetu państwa. Dlatego apelujemy do służb państwowych, aby po 20 maja zintensyfikować działania ograniczające przemysł i ewentualną nielegalną produkcję wyrobów mentolowych.

W konferencji wzięło udział ponad 30 dziennikarzy.

PIH apeluje do Ministra Finansów o obniżenie opłat od transakcji bezgotówkowych

25 maja br. Polska Izba Handlu, największa reprezentacja handlu detalicznego i hurtowego, zwróciła się do Ministra Finansów o podjęcie działań dotyczących obniżenia ponoszonej przez detalistów opłaty MSC. W ostatnim czasie właściciele małych sklepów ponoszą większe koszty związane z transakcjami bezgotówkowymi, co jest efektem zmiany preferencji klientów w kwestii płatności wywołanej w dużej mierze zagrożeniem epidemicznym.

Epidemia koronawirusa w istotny sposób wpłynęła na sytuację właścicieli małych sklepów, którzy ponieśli znaczne nakłady finansowe między innymi na przystosowanie swoich placówek do nowych warunków. Jednocześnie wzrosła liczba płatności bezgotówkowych. Jak pokazują dane Forum Konsumentów, w przypadku 40 proc. klientów ograniczenie płatności tradycyjnych było związane z obawą przed koronawirusem. Ta sytuacja przekłada się na wzrost kosztów ponoszonych przez detalistów – wysokość opłat bezpośrednio zależy bowiem od liczby transakcji kartowych.

„Problem wzrostu opłat od transakcji kartowych przedsiębiorcy sygnalizują nam już od pewnego czasu, dlatego go analizujemy i dotychczas podnosiliśmy między innymi podczas kwietniowych wideokonferencji z Rzecznikiem Małych i Średnich Przedsiębiorców” – mówi Maciej Ptaszyński, wiceprezes Polskiej Izby Handlu. „Wielu ekspertów ocenia, że zmiana preferencji klientów ma charakter długoterminowy i chętnie pozostaną oni przy płatnościach bezgotówkowych. Tymczasem każdy wzrost ponoszonych kosztów – a w przypadku opłat od transakcji bezgotówkowych w jednym sklepie może być to nawet kilkaset złotych miesięcznie – sprawia, że małym biznesom jeszcze trudniej przetrwać kryzys. Dlatego postanowiliśmy w imieniu małych przedsiębiorców zwrócić się także do Ministra Finansów z prośbą o pochylenie się nad wysokością opłaty MSC”.

Sieć Intermarche sukcesywnie rozwija usługę e-commerce

Grupa Muszkieterów kontynuuje rozwój usługi Intermarché Drive. Od niedawna klienci mogą zrobić zakupy online w 25 kolejnych lokalizacjach w 11 województwach. Obecnie rozwiązanie jest dostępne w 38 sklepach sieci Intermarché.

Za największe zalety zakupów online polscy internauci uważają dostępność przez całą dobę oraz nieograniczony czas wyboru kupowanych produktów¹. W odpowiedzi na rosnącą popularność rynku e-commerce, a także w trosce o bezpieczeństwo klientów, Grupa Muszkieterów sukcesywnie rozwija usługę Drive, z jakiej mogą korzystać klienci supermarketów Intermarché. Grupa rozszerzyła dostępność usługi Drive o 25 nowych miast. Rozwiązanie jest dostępne dla mieszkańców Starego Miasta koło Konina, Ostrowa Wielkopolskiego, Zielonej Góry, Gorzowa Wielkopolskiego, Malborka, Słubic, Wolsztyna, Trzebini, Miechowa, Nowej Soli, Golubia-Dobrzynia, Złocieńca, Brzeska, Chełmna, Dębna, Kołobrzegu, Głogowa, Olsztyna, Radzimina, Białogardu, Gdyni, Chodzieży, Krotoszyna, Grajewa oraz Pabianic.



– Obecna sytuacja oraz zmieniające się zwyczaje zakupowe polskich konsumentów skutkują wzrostem popularności sprzedaży przez Internet. Priorytetem Muszkieterów jest odpowiadanie na oczekiwania klientów, dlatego obecnie intensywnie rozwijamy usługę Drive. W 2020 roku wprowadziliśmy rozwiązanie do łącznie 30 miast w 11 województwach – mówi Eliza Orepiuk-Szymura,



Dyrektor ds. Komunikacji i Informacji Grupy Muszkieterów.

Rozwiązanie Drive daje klientom możliwość zamówienia produktów przez stronę internetową oraz ich odbiór w specjalnie wyznaczonej do tego strefie, znajdującej się przed supermarketem. W zależności od lokalizacji w ofercie dostępnych jest od 9 do 12 tysięcy artykułów. Zakupione przez Internet produkty są pakowane i dostarczane przez obsługę supermarketu bezpośrednio do samochodu klienta. Przy składaniu zamówienia klient wybiera dogodną dla siebie godzinę odbioru zakupów. Paczka może być gotowa już po upływie dwóch godzin. Jeśli zajdzie taka potrzeba, przygotowane zakupy będą czekać na odbiorcę jeszcze przez 24 godziny od wstępnie wybranego terminu odbioru.

¹ Raport Gemiusa oraz Izby Gospodarki Elektronicznej „E-commerce w Polsce 2019”.

Praca zdalna w czasie pandemii

Praca zdalna z pewnością nie jest nowością, w organizacjach na całym świecie jest powszechnie stosowana. W Polsce na pewno w mniejszym zakresie pracodawcy dają możliwość pracy zdalnej swoim pracownikom, choć zależy to oczywiście od branży, zakresu obowiązków i specyfiki funkcjonowania organizacji. Ogłoszenie w Polsce pandemii koronawirusa niejako zmusiło pracodawców do przejścia w tryb zdalnej pracy. Badania prowadzone przez „Monitor Rynku Pracy” pokazują, że więcej niż jedna trzecia firm wprowadziła pracę zdalną, a wśród firm zatrudniających powyżej 250 osób nakaz pracy zdalnej dotyczy 44% zakładów, a w branży IT aż 66%. Część firm ograniczyła bezpośredni sposób obsługi klienta, także spotkania czy konferencje odbywają się w formie telekonferencji.

Praca zdalna

Praca zdalna polega na wykonywaniu obowiązków służbowych poza miejscem, gdzie robi się to zazwyczaj, na polecenie pracodawcy. W przypadku epidemii koronawirusa duża część pracodawców pozwoliła pracownikom na wykonywanie pracy z domu. Co więcej - Ustawa z 2 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych uzupełnia dotychczas istniejące przepisy w związku z wyjątkową sytuacją, w jakiej obecnie znajduje się Polska. Oznacza to, że pracodawca może nie tylko proponować pracownikowi możliwość pracy zdalnej, ale może skierować go prewencyjnie na przymusową pracę zdalną. Z drugiej strony - każdy pracownik może ubiegać się o możliwość pracy zdalnej, ale i tak ostateczna decyzja w tym zakresie należy do pracodawcy. Zatem jeśli pracodawca nie wyrazi zgody na tryb pracy zdalnej, obowiązkiem pracownika jest dostosowanie się do tej decyzji.

Szanse i zagrożenia home office

Do mocnych stron pracy zdalnej zalicza się zwiększenie wydajności pracy, większą koncentrację na jej wynikach oraz wzrost zadowolenia i lojalności pracowników. Do szans tej formy pracy należy również możliwość współpracy ze specjalistami wysokiej klasy, którzy z różnych przyczyn byliby niedostępni w pracy stacjonarnej. Pracownicy zdalni

z pewnością docenią możliwość oszczędności czasu i pieniędzy, co wynika chociażby z braku konieczności dojeżdżania do firmy. Mocną stroną jest również możliwość lepszej organizacji życia zawodowego i prywatnego, co jest szczególnie istotne w sytuacji zamknięcia szkół i przedszkoli i konieczności sprawowania opieki nad dziećmi. Należy też docenić społeczne i środowiskowe konsekwencje, takie jak np. mniejsze zanieczyszczenie środowiska, odciążenie infrastruktury transportowej czy ograniczenie ryzyka wypadków drogowych.

Patrząc na pracę zdalną z perspektywy pewnych zagrożeń należy zaznaczyć przede wszystkim, że nie każdy pracownik będzie idealnym pracownikiem zdalnym. System pracy zdalnej wymaga od pracowników specyficznej postawy zorientowanej na efekty, koncentracji oraz bardzo dobrej organizacji pracy. Home office może też powodować pewne zaburzenia w komunikacji między pracownikami w zespole i między zespołami. Niektórzy, pozostawieni bez kontaktu i bezpośredniego wsparcia przełożonego i współpracowników, może mieć trudności w organizacji pracy własnej oraz skutecznym realizowaniu obowiązków zawodowych. Kluczowe są takie cechy osobowościowe pracownika zdalnego jak zdyscyplinowanie i dobra organizacja własna. Aby praca w tej postaci była efektywna konieczne jest też umiejętne zarządzanie pracą zdalną, utrzymywanie komunikacji m.in. za pośrednictwem technologii teleinformatycznych oraz przede wszystkim zaufanie do pracownika.



dr Magdalena Kot-Radojewska: doktor nauk ekonomicznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu, socjolog, pedagog, trener. Adiunkt w Katedrze Zarządzania i Zastępca Dyrektora Centrum Studiów Podyplomowych i Rekrutacji Akademii WSB, ekspert ds. ewaluacji w projektach UE, zastępca Redaktor Naczelnej wydawnictwa „Nauka i Biznes”. Certyfikowany Tutor 1 stopnia Collegium Wratislaviense oraz moderator Design Thinking. Odznaczona Brązowym Medalem za Długoletnią Służbę, przyznany przez Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej oraz Medalem Komisji Edukacji Narodowej za zasługi dla oświaty. Autorka publikacji z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi, wartości kapitału ludzkiego, rynku pracy i kształcenia ustawicznego.

Sektorowa Rada Kompetencji w Handlu – korzyści dla sektora handlu

Sektorowa Rada ds. Kompetencji w Handlu (SRdskH) powstała we wrześniu 2019 jako projekt tworzący platformę dla identyfikowania potrzeb środowiska handlowego w zakresie kompetencji zawodowych oraz kreowania współpracy pomiędzy szeroko pojętym biznesem (firmy i organizacje gospodarcze) z instytucjami edukacyjnymi. Realizuje go konsorcjum firm i organizacji: Krajowa Izba Gospodarcza Centrum Promocji (lider projektu), Stowarzyszenie Forum Dialogu Gospodarczego oraz KZRSS „Społem”.

Głównym celem projektu jest stworzenie warunków do nawiązania współpracy tak, by system edukacji wyposażał potencjalnych pracowników w odpowiednie kwalifikacje oraz otrzymywał odpowiednią informację o zmieniającej się rzeczywistości gospodarczej w handlu. Projekt SRKH powstał w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój, co oznacza szerokie spectrum badań, konsultacji i akcji promocyjnych.

Rada jest zatem miejscem, gdzie reprezentowane są liczne środowiska osób bezpośrednio i pośrednio związane z sektorem handlu: przedsiębiorcy, managerowie, uczeni, nauczyciele, eksperci ekonomiczni i doradcy, szkoleniowcy, organizacje świata pracy i organizacje pracodawców. Założeniem prac Sektorowej Rady jest konstatacja, że nowoczesny handel potrzebuje rozwijających się i różnorodnych firm, a to oznacza ich związek ze skutecznym zapleczem edukacyjnym – formalnym (szkoły) i nieformalnym (szkolenia).

W ten sposób Rada realizuje misję określoną jako działanie:

- informacyjne (Rada i jej zaplecze ma informować i umożliwiać edukacje wedle potrzeb gospodarki, a także wskazywać na dysfunkcje i potrzeby korekty, np. prawa)
- integracyjne (Rada umożliwia przepływ opinii, łączy środowiska pracodawców, ekspertów, edukatorów i praktyków biznesu, ujednocza warunki dostępu do wiedzy i konsultacji)
- edukacyjne, gdyż Rada ma przekazywać wiedzę do firm i szkół, doradzać, zapoznawać z wynikami badań, umożliwiać debatę na temat potrzebnych kwalifikacji i wskazywać zarówno miejsca pracy dla takich kwalifikacji, jak i obszary kompetencyjne w nauczaniu na rzecz handlu.

Funkcjonowanie SRdskH przyczynia się do poprawy otoczenia prawnego regulującego funkcjonowanie podmiotów sektora handlu. Ułatwia również rozwiązywanie kwestii dostępu do rynku niektórych kategorii firm i pracowników np. pracowników 50+ czy osób niepełnosprawnych. Szczegółowe informacje na temat prac Rady można znaleźć na stronie internetowej: <http://sektorowarada-handel.kigcp.pl/>

Dr Maria Andrzej Faliński



**Sektorowa Rada
ds. Kompetencji**
Handel

Polski arbitraż rośnie w siłę

Alternatywne formy rozstrzygnięcia sporów gospodarczych – np. arbitraż – są bardzo popularne w krajach zachodnich. W Polsce sądy arbitrażowe także zyskują na popularności – liczba rozpatrywanych przez nie spraw utrzymuje się na podobnym poziomie, jak w Niemczech czy Austrii.

Arbitraż jest atrakcyjną alternatywą rozwiązywania sporów, zwłaszcza w sytuacji, gdy sądy powszechne są mocno obciążone pracą i strony nierzadko latami czekają na ostateczne rozstrzygnięcie. Rozwiązanie to może być bardzo korzystne zwłaszcza dla przedsiębiorców. Spory pomiędzy nimi często wynikają ze specyfiki stosunku prawnego łączącego strony. Tymczasem sprawy w sądach powszechnych są przydzielane losowo, a sędziowie mają dużą wiedzę prawniczą, jednak nie są specjalistami w zakresie konkretnej działalności gospodarczej. W tym celu powołuje się biegłych, a to nie tylko generuje koszty, ale również wydłuża postępowanie. W przypadku arbitrażu strony same wybierają jednego lub więcej arbitrów, specjalistów w dziedzinie, której konkretna sprawa dotyczy. Na listach polskich sądów polubownych figurują arbitrzy zagraniczni i na odwrót, bo sądy arbitrażowe zawierają dwustronne porozumienia o współpracy.

Rozprawy przed sądem polubownym są jednoinstancyjne i odbywają się w kameralnej atmosferze. Dodatkowo postępowanie przed sądem arbitrażowym trwa znacznie krócej, niż to prowadzone przez sądy powszechne. Dla przykładu w Sądzie Arbitrażowym przy Krajowej Izbie Gospodarczej średni czas rozpatrywania sporów to 9 miesięcy, ale w ramach tzw. procedury przyspieszonej wyrok może zapaść już w ciągu 6 miesięcy. W postępowaniu arbitrażowym już po pierwszym posiedzeniu arbitrów strony mogą uzyskać informację co do zakładanego terminu wydania wyroku. Warto w tym miejscu podkreślić, iż Sąd Arbitrażowy przy KIG prowadzi działalność ciągłą, także w okresie

pandemii koronawirusa i stał się polskim prekursorem rozpraw online.

Tymczasem, wg danych Ministerstwa Sprawiedliwości dot. pracy polskich sądów powszechnych, średni czas oczekiwania na wyrok w sprawach gospodarczych – i to tylko w pierwszej instancji – wynosi 15 miesięcy. Do tego w ciągu ostatnich dwóch lat w polskich sądach powszechnych znacznie wydłużył się czas oczekiwania na pierwszą rozprawę, np. w Warszawie często czeka się na nią ponad rok, a apelacja rozpatrywana jest po prawie dwóch latach.

Podjęte przez arbitrów rozstrzygnięcie ma taką samą wartość, jak wyrok sądu powszechnego. Jest ono również uznawane przez ok. 150 państw. Alternatywne formy rozstrzygnięcia sporów (ADR) gospodarczych są bowiem bardzo popularne w wielu krajach zachodnich. Dzięki ratyfikowanej przez Polskę konwencji nowojorskiej o uznaniu i wykonywaniu zagranicznych orzeczeń arbitrażowych, sąd arbitrażowy może też łatwo rozstrzygać spory z podmiotami zagranicznymi, a to z kolei może mieć duże znaczenie dla polskich przedsiębiorców.



KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA

Więcej informacji: www.sakig.pl

Archiwalne numery Biuletynu Polskiej Izby Handlu

[Nr 66 \(3/2020\)](#)
[Nr 65 \(12/2019\)](#)
[Nr 64 \(10/2019\)](#)
[Nr 63 \(8/2019\)](#)
[Nr 62 \(6/2019\)](#)
[Nr 61 \(4/2019\)](#)
[Nr 60 \(2/2019\)](#)
[Nr 59 \(12/2018\)](#)
[Nr 58 \(8/2018\)](#)
[Nr 57 \(7/2018\)](#)
[Nr 56 \(5/2018\)](#)
[Nr 55 \(3/2018\)](#)
[Nr 54 \(1/2018\)](#)
[Nr 53 \(12/2017\)](#)
[Nr 52 \(11/2017\)](#)
[Nr 51 \(10/2017\)](#)
[Nr 50 \(9/2017\)](#)
[Nr 49 \(7/2017\)](#)
[Nr 48 \(6/2017\)](#)
[Nr 47 \(5/2017\)](#)
[Nr 46 \(4/2017\)](#)
[Nr 45 \(3/2017\)](#)
[Nr 44 \(2/2017\)](#)
[Nr 43 \(12/2016\)](#)
[Nr 42 \(11/2016\)](#)
[Nr 41 \(10/2016\)](#)
[Nr 40 \(9/2016\)](#)
[Nr 39 \(8/2016\)](#)
[Nr 38 \(7/2016\)](#)
[Nr 37 \(6/2016\)](#)
[Nr 36 \(5/2016\)](#)
[Nr 35 \(4/2016\)](#)
[Nr 34 \(3/2016\)](#)

[Nr 33 \(2/2016\)](#)
[Nr 32 \(12/2015\)](#)
[Nr 31 \(11/2015\)](#)
[Nr 30 \(10/2015\)](#)
[Nr 29 \(9/2015\)](#)
[Nr 28 \(8/2015\)](#)
[Nr 27 \(7/2015\)](#)
[Nr 26 \(6/2015\)](#)
[Nr 25 \(5/2015\)](#)
[Nr 24 \(4/2015\)](#)
[Nr 23 \(3/2015\)](#)
[Nr 22 \(2/2015\)](#)
[Nr 21 \(12/2014\)](#)
[Nr 20 \(11/2014\)](#)
[Nr 19 \(10/2014\)](#)
[Nr 18 \(9/2014\)](#)
[Nr 17 \(8/2014\)](#)
[Nr 16 \(7/2014\)](#)
[Nr 15 \(6/2014\)](#)
[Nr 14 \(5/2014\)](#)
[Nr 13 \(4/2014\)](#)
[Nr 12 \(3/2014\)](#)
[Nr 11 \(2/2014\)](#)
[Nr 10 \(12/2013\)](#)
[Nr 09 \(11/2013\)](#)
[Nr 08 \(10/2013\)](#)
[Nr 07 \(9/2013\)](#)
[Nr 06 \(8/2013\)](#)
[Nr 05 \(7/2013\)](#)
[Nr 04 \(6/2013\)](#)
[Nr 03 \(3/2013\)](#)
[Nr 02 \(2/2013\)](#)
[Nr 01 \(1/2013\)](#)