



# Ekonomia & rynek

Z punktu widzenia zarządu kwestia wejścia na szybko rosnący rynek lotów transkontynentalnych nie jest na porządku dnia, bo mamy własny wzrost, a co do konsolidacji rynku, to są do wzięcia Monarch, Alitalia, Air Berlin. Ze wszystkimi rozmawiamy

Carolyn McCall, prezes linii easyJet (reuters)



## Sklepy internetowe toną w długach

**HANDEL** | W ciągu roku ich zadłużenie skoczyło o ponad 30 proc. To efekt niezbędnych inwestycji i ogromnej konkurencji.

**PIOTR MAZURKIEWICZ**

Polacy wybierając produkty na zakupach nadal kierują się głównie ceną, co przysparza handlowcom szeregu problemów. Efektem są rosnące długi e-sklepów. Jak wynika z danych Krajowego Rejestru Długów Biura Informacji Gospodarczej i programu Rzetelna Firma, do których dotarła „Rzeczpospolita”, sklepy internetowe zadłużone są na ponad 230 mln zł.

Do rejestru zgłoszonych jest niemal 3,4 tys. podmiotów, o ponad 300 więcej niż rok temu. W sumie mowa jest o ponad 22,5 tys. różnych zobowiązań wobec dostawców, ale też banków, ubezpieczycieli czy firm telekomunikacyjnych.

Z płatnościami zalegają głównie sprzedający towary w serwisie Allegro. Są winni już ponad 190 mln zł, wobec 142 mln zł rok wcześniej. Mowa o ponad 2,7 tys. firm. Reszta to sklepy prowadzące działalność na własny rachunek.

– Jeśli sklep jest zadłużony u dostawców towarów, możemy nie doczekać się zamówionego prezentu – mówi Mirosław Sędłak, prezes Rzetelnej Firmy.

Konkurencja na rynku jest mordercza, jak wynika z danych

Zadłużenie e-sklepów, w mln zł

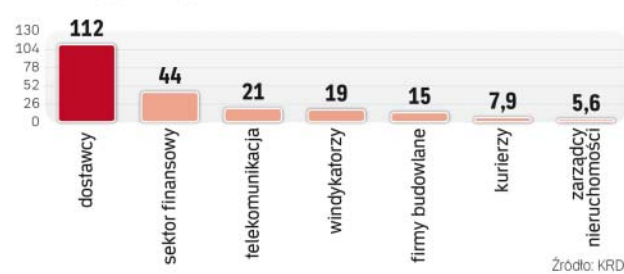


**LICZBA ZADŁUŻONYCH E-SKLEPÓW W CIĄGU ROKU WZROŚŁA**

Gdzie jest najwięcej zadłużonych, w mln zł



Komu zalegają e-sklepy, w mln zł



Źródło: KRD

wywiadowni Bisnode Polska, w kraju działa już ponad 20 tys. sklepów internetowych, jednak ponad 80 proc. kończy działalność po dwóch-trzech latach.

Klienci w pełni korzystają z możliwości, jakie daje internet. Zakupy w sieci regularnie robi już ponad 50 proc. internautów, a ich wydatki w 2017 r. mogą wynieść 40 mld zł.

– Możemy kupić wiele produktów, przemyśleć, zobaczyć i odesłać wszystko kurierem na koszt sprzedającego, z wyjątkiem dwóch wybranych rzeczy. Za chwilę wszyscy będą oferować prawie wszystko – mówi prof. Krzysztof Oblój, ekspert w dziedzinie zarządzania strategicznego z Akademii Leona Koźmińskiego. – Oznacza to, że

mniejsi gracze nie wytrzymają tego kosztowo. Jeśli nie będzie interwencji regulatorów europejskich i państwowych, to przetrwają tylko najwięksi, najlepsi oraz najmniejsi – butikowi, specjalistyczni dostawcy.

Rozwój rynku wymusza też na sprzedawcach inwestycje – placą za dobre miejsce w wynikach wyszukiwania, porównywarki cenowe, rozwijają też platformy do handlu mobilnego.

– Jest na rynku miejsce na wyspecjalizowany, niszowy e-commerce, który oferuje unikatową wartość: obsesyjną troskę o obsługę klienta, ekspercką wiedzę, zbudowaną wokół marki społeczność, innowacyjne działania komunikacyjne – mówi Jarosław Wal-

czek, strateg e-commerce w firmie e-point. – Jednak wiele z takich firm przy próbie wyjścia z niszy nie wytrzymuje konkurencji z gigantami. Dlatego oprócz wspomnianej wartości muszą nawiązać współpracę z tradycyjnymi firmami i zdecydować się na outsourcing, np. logistyki i składowania czy innych obszarów, w których nie mają należytego know-how – dodaje.

**RZECZPOSPOLITA**

**PISALIŚMY O TYM:**

Przynajmniej raz w roku zakupy w sieci robi już 54 proc. internautów „Ostra walka o e-zakupy Polaków” 8 października 2017 r.

[rp.pl/ekonomia](http://rp.pl/ekonomia)

– Do koniecznych inwestycji zalicza się wejście na rynek m-commerce, a także synergię wszystkich dostępnych kanałów sprzedaży – mówi Rafał Kraśniej, e-commerce manager w Würth Polska.

– Często zakupy obejmują kilka urządzeń: zaczynają się na smartfonie, na którym użytkownik szuka produktów, wchodzi do sklepu i dodaje je do koszyka, ale płaci za nie już poprzez komputer – mówi Andrzej Ogonowski, rzecznik platformy SMSAPI. – Dlatego firmy powinny starać się projektować doświadczenia zakupowe według potrzeb klienta, tak by to on decydował, na jakim urządzeniu dokona zakupu i jakim kanałem dowie się o promocji. ©

**OPINIA DLA „Rz”**



**Artur Wojtaszek**

prezes OEX E-Business

Liczba e-sklepów na polskim rynku dynamicznie rośnie. Większa konkurencja z jednej strony wpływa na marże, a z drugiej wymusza konieczność inwestowania w rozwiązania, które przyciągną klientów i zbudują ich lojalność. Firmy z sektora e-commerce poszukują więc wyróżników rynkowych, zarówno w obszarze oferty oraz funkcjonalności sklepu, jak i obsługi klienta. Kupujący zaś są coraz bardziej wymagający i oczekują standardów oferowanych przez największych graczy z branży – wygody zakupu, darmowej i szybkiej wysyłki, długiego okresu zwrotu czy opcji click & collect. Te wszystkie czynniki przekładają się na decyzje zakupowe. ©

[masz pytanie, wyślij e-mail do autora](mailto:masz.pytanie@p.mazurkiewicz@rp.pl)

[p.mazurkiewicz@rp.pl](mailto:p.mazurkiewicz@rp.pl)



**RZECZPOSPOLITA TV**

[tv.rp.pl](http://tv.rp.pl)

**Sutowicz: złoty skutecznie zabezpieczony**

**Polityka na niespotykaną dotąd skalę będzie dominować i decydować o kształtowaniu kursu – mówi Mateusz Sutowicz, analityk rynków finansowych, Bank Millennium, gość programu Marcina Piaseckiego.**

Gość przypomniał, że inflacja przyspiesza, ostatnio wyniosła 2,2 proc. – Pytanie, czy Rada Polityki Pieniężnej zdecyduje się na ruch podwyżki stóp procentowych. Być może bankierzy centralni decydują się na korektę w koszyku pieniądza i do takiego ruchu dojdzie – mówi Sutowicz. Przyznał jednak, że jak pokazało ostatnie posiedzenie, większość przedstawicieli RPP uważa, że nie należy obecnie zmieniać stóp procentowych. – Prezes Głapiński uważa, że stopy procentowe powinny pozostać niezmiennymi w tym i przyszłym roku. Jest to odmienny scenariusz od kreślonego przez Bank Millennium – ocenił. © – gba



**Jasiecki: brak zaufania odbija się w biznesie**

**Kraje, które mają wyższy poziom kapitału społecznego, także na poziomie przedsiębiorstw, na ogół są sprawniej działające, bardziej efektywne i konkurencyjne – mówi prof. Krzysztof Jasiecki, ekspert Komitetu Dialogu Społecznego KIG, gość programu Marcina Piaseckiego.**

Badania pokazują, że kapitał społeczny w Polsce jest na bardzo niskim poziomie. – Wymaga to stabilizacji instytucjonalnej i przewidywalności. Jeżeli mamy do czynienia z ciągłymi zmianami, to ludzie są nieufni – tłumaczył Jasiecki. Zaznaczył, że w Polsce nieufność wobec innych ludzi powoduje, że widzi się zagrożenie w obcym. – Konieczna jest zmiana mentalna w tym obszarze. Jeśli nie przeskoczmy tego progu, to myślenie o innowacyjności i skoku rozwojowym będzie mrzonką – stwierdził Jasiecki. © – gba



## Spółki z najlepszymi raportami rocznymi nagrodzone

**GIEŁDA**  
**Celem konkursu jest promowanie raportów rocznych o największej wartości użytkowej dla akcjonariuszy i inwestorów.**

Po raz 12. Instytut Rachunkowości i Podatków ogłosił podczas uroczystej gali na Giełdzie Papierów Wartościowych wyniki konkursu The Best Annual Report, tym razem za rok 2016.

– Z roku na rok liczba spółek biorących udział w konkursie systematycznie wzrasta. Szacujemy, że w ciągu 12 lat kapitału konkursu zweryfikowała raporty roczne ponad 300 spółek – podkreśliła Małgorzata Gula, prezes Instytutu Rachunkowości i Podatków.

Czołówka firm mogących się pochwalić najwyższą jakością raportów od lat utrzymuje wysoki poziom, stąd na wysokich miejscach nie zabrakło uczestników z poprzednich lat. Poziom raportów jednak z roku na rok rośnie. – Raport roczny za 2016 rok jest dla nas szczególnie istotny. Ta nagroda to uznanie dla kilkumiesięcznej pracy, która poprzedzona była wieloma dyskusjami i analizami, co zrobić, aby nasze raporty były jeszcze lepsze i stały na najwyższym poziomie. Konsekwentnie odchodzimy od stereotypowego traktowania

raportu jako ciężaru wynikającego z obowiązków informacyjnych. Dla nas to narzędzie współpracy i budowania relacji z klientami, mediami i inwestorami – powiedział Michał Pietrzyk, wiceprezes zarządu ds. finansowych PGNiG. Miał szczególne powodę do zadowolenia, ponieważ właśnie ta spółka została uhonorowana główną nagrodą w kategorii przedsiębiorstwo. Drugie miejsce przypadło Grupie Lotos, a trzecie PGE. Z kolei w kategorii banków i in-

**300**

raporty roczne tylu spółek zweryfikowała w ciągu 12 lat kapitału konkursu

stytucji finansowych bezkonkurencyjny był raport ING Banku Śląskiego. Na kolejnych miejscach uplasowały się PZU i Bank Poczto-

wy. – Co istotne, oprócz sprawozdań finansowych dodatkowo spółki publikują raporty nieobligatoryjne w postaci marketingowej lub online, które umożliwiają inwestorom szybkie dotarcie do informacji finansowych oraz samodzielną interaktywną ich analizę. Od niedawna rozwija się w Polsce i na świecie raportowanie

zintegrowane. Coraz więcej spółek wybiera tę formę komunikacji z rynkiem, co jest niezwykle istotne w aspekcie obowiązku prezentowania danych niefinansowych i pozwala ograniczyć liczbę dodatkowych raportów, które sporządza spółka.

W konkursie mogą brać udział zarówno spółki z rynku regulowanego, jak i notowane na rynku NewConnect. Sam udział w tym przedsięwzięciu stanowi bardzo czytelny sygnał, że zarząd spółki chce prowadzić transparentną politykę informacyjną, co jest jedną z największych wartości dodanych konkursu. Ponadto każda spółka biorąca udział w konkursie otrzymuje szczegółowy arkusz ocen z uwagami członków kapituły, dzięki którym można z roku na rok doskonalić raport roczny.

– Dotychczasowa praktyka pokazuje, że jest wiele spółek, które zastosowały się do uwag kapituły konkursu i z niepunktowanych miejsc awansowały do wyróżnień i nagród – zauważyła Małgorzata Gula.

Partnerami konkursu były: PKO TFI, PZU, Anwil, mFinanse, Deloitte, Mazars Audyt, KPMG, PwC Polska, S&P Global Ratings, Codex Systems. „Rzeczpospolita” była patronem medialnym konkursu. © – Jacek Mysior