PRACE NAUKOWE
Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS
of Wrocław University of Economics

Nr 406

Globalizacja – gra z dodatnim czy ujemnym wynikiem?

Redaktorzy naukowi

Małgorzata Domiter
Bogusława Drelich-Skulska
Wawrzyniec Michalczyk

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2015

Redakcja wydawnicza: Aleksandra Śliwka

Redakcja techniczna i korekta: Barbara Łopusiewicz

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania
znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa
www.pracenaukowe.ue.wroc.pl
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska
(CC BY-NC-ND 3.0 PL)

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2015

ISSN 1899-3192
e-ISSN 2392-0041

ISBN 978-83-7695-543-8

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:
Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
53-345 Wrocław, ul. Komandorska 118/120
tel./fax 71 36 80 602; e-mail: econbook@ue.wroc.pl
www.ksiegarnia.ue.wroc.pl

Druk i oprawa: TOTEM

Spis treści

Wstęp 9

Część 1. Międzynarodowe przepływy towarów, usług i kapitałów w dobie procesów globalizacji

Dominika Brzęczek-Nester: Polski eksport w latach 1999-2014 – kluczowe tendencje w ujęciach ilościowym, branżowym i geograficznym 15
Agnieszka Hajdukiewicz: Transatlantyckie Partnerstwo Handlowo-Inwestycyjne jako szansa rozwoju eksportu polskich towarów 28
Dorota Agata Jarema: Stosunki handlowe pomiędzy Unią Europejską i Chińską Republiką Ludową po 2001 roku 43
Artur Klimek: Small and medium sized enterprises in international trade: the case of Central and Eastern European countries..... 54
Jan Rymarczyk: Eksport jako forma internacjonalizacji KGHM Polska Miedź S.A. 70
Joanna Skrzypczyńska: Chiny w WTO 86
Marta Wincewicz-Bosy: Wpływ wybranych czynników społecznych na międzynarodowy łańcuch dostaw zwierząt przeznaczenia rzeźnego 93
Wojciech Zysk: Międzynarodowe obroty usługowe w latach 2004-2013 103
Magdalena Myszkowska: Miejsce krajów najsłabiej rozwiniętych w międzynarodowym handlu usługami..... 115
Michał Brzozowski, Paweł Śliwiński, Grzegorz Tchorek: Integracja podejścia makroekonomicznego i portfelowego w analizie czynników determinujących przepływy kapitału międzynarodowego..... 127
Justyna Majchrzak-Lepczyk: Rola branży e-commerce w rozwoju rynku powierzchni magazynowych 140

Część 2. Ugrupowania integracyjne, gospodarki narodowe i inni gracze wobec wyzwania integracyjnego

Eric Ambukita: Francja i Afryka: nowa era współpracy gospodarczej 153
Anna Chrzęściewska: Charakterystyka polityki społecznej Meksyku na tle procesów globalizacji 165
Małgorzata Dziembała: Polityka na rzecz wspierania innowacyjności w krajach BRICS na przykładzie Republiki Południowej Afryki 174

Sławomir Wyciślak: Korporacje transnarodowe w warunkach złożoności 186
Anna Janiszewska: Polityka społeczna w krajach europejskich jako odpowiedź na zachodzące zmiany demograficzne 197
Zdzisław W. Puślecki: Unia Europejska wobec bezpieczeństwa ekonomicznego w warunkach globalizacji 210
Katarzyna Żukrowska: Napięcia w sąsiedztwie UE jako czynnik stymulujący zmiany 221

Część 3. Polska w globalnej gospodarce – wybrane problemy

Jarosław Brach: Polski sektor międzynarodowego drogowego transportu ładunków – historia, sytuacja obecna oraz perspektywy i możliwości rozwoju w przyszłości 243
Dorota Jankowska, Agnieszka Majka: Zmiany na rynku pracy w Polsce na tle przemian zachodzących w krajach UE 268
Bogdan Buczkowski, Agnieszka Kłysik-Uryszek, Aneta Kuna-Marszałek: Polish OFDI – scale, structure and trends 279
Agnieszka Piasecka-Głuszak: Główne przesłanki i napotykane bariery we wdrożeniu *kaizen* w przedsiębiorstwach na rynku polskim 289
Eugeniusz M. Pluciński: Istota bezpieczeństwa ekonomicznego Polski z perspektywy globalizacji regionalnej i światowej. Wybrane aspekty 306

Część 4. Znaczenie komunikacji i marketingu dla kształtowania postaw w globalnej gospodarce

Karolina M. Klupś-Orłowska: Private English tutoring industry in China on the example of the activity of New Oriental Education & Technology Group 323
Aleksandra Kuźmińska-Haberla, Monika Chutnik: Szkolenia międzykulturowe jako sposób na zwiększenie konkurencyjności polskich inwestorów na rynkach zagranicznych 333
Agata Linkiewicz: Ewolucja marketingu szeptanego jako narzędzia komunikacji marketingowej w świetle rozwoju technologii informacyjnych 346
Barbara Szymoniuk: Globalne marnotrawstwo zasobów – wyzwanie dla zrównoważonego marketingu 358

Część 5. Państwo w globalnej gospodarce

Lidia Mesjasz: Koszty restrukturyzacji zadłużenia zagranicznego państwa... 369
Dorota Michalak: Przemiany strukturalne na rynku pracy jako efekt zmian klimatycznych 382
Michał Nowicki: Sankcje jako wolicjonalny środek wywierania presji na państwa naruszające ład międzynarodowy 391

Summaries

Part 1. International flows of foods, services and capitals at the time of the globalization processes

Dominika Brzęczek-Nester: Polish export in 1999-2014 – key trends in quantitative, structural and geographical terms 15
Agnieszka Hajdukiewicz: Transatlantic Trade and Investment Partnership as a development opportunity for the exports of Polish goods 28
Dorota Agata Jarema: Trade relations between the European Union and the Peoples Republic of China after 2001 43
Artur Klimek: Małe i średnie przedsiębiorstwa w handlu międzynarodowym. Przykład krajów Europy Środkowej i Wschodniej 54
Jan Rymarczyk: Export as a form of KGHM Polska Miedź S.A. internationalization 70
Joanna Skrzypczyńska: China in the WTO 86
Marta Wincewicz-Bosy: Influence of some social factors on the international supply chain of animals for slaughter destination 93
Wojciech Zysk: International turnover service in the years 2004-2013 103
Magdalena Myszkowska: The importance of least developed countries in the global services trade 115
Michał Brzozowski, Paweł Śliwiński, Grzegorz Tchorek: Integrated macroeconomic and portfolio approach in the analysis of the international capital flows determinants 127
Justyna Majchrzak-Lepczyk: Role of e-commerce industry in the development of the market for warehouse space 140

Part 2. Integration groups, national economies and other players towards integration challenge

Eric Ambukita: France and Africa: a new era of economic cooperation 153
Anna Chrzęściewska: The characteristics of social policy of Mexico on the basis of processes of globalization 165
Małgorzata Dziembała: The policy promoting innovation in the BRICS countries – the case of the Republic of the South Africa 174
Sławomir Wyciślak: Transnational corporations under complexity 186
Anna Janiszewska: Social policy in the European countries as a response to the demographic changes 197
Zdzisław W. Puślecki: European Union in the face of the European security in the conditions of globalization 210
Katarzyna Żukrowska: Tension in the neighborhood of the European Union as a factor stimulating changes 221

Part 3. Poland in global economy – selected problems

Jarosław Brach: Polish sector of international road freight transport hauliers – history, contemporary situation and the perspective and possibilities of its development in the future 243
Dorota Jankowska, Agnieszka Majka: Changes on the labor market in Poland compared to the changes taking place in the EU 268
Bogdan Buczkowski, Agnieszka Kłysik-Uryszek, Anetta Kuna-Marszałek: Polskie inwestycje bezpośrednie – skala, struktura, tendencje..... 279
Agnieszka Piasecka-Głuszak: Main reasons and faced barriers in implementing kaizen in enterprises on the Polish market 289
Eugeniusz M. Pluciński: The essence of the economic security of Poland from a perspective of regional and worldwide globalisation 306

Part 4. Importance of communication and marketing for shaping attitudes in global economy

Karolina M. Klupś-Orłowska: Rynek prywatnych korepetycji w Chinach na przykładzie działalności New Oriental Education & Technology Group... 323
Aleksandra Kuźmińska-Haberla, Monika Chutnik: Intercultural trainings as a way of increasing the competitiveness of Polish investors in foreign markets..... 333
Agata Linkiewicz: Evolution of word-of-mouth marketing as a tool of marketing communication in the light if IT development 346
Barbara Szymoniuk: Global waste of resources – a challenge for sustainable marketing 358

Part 5. State in global economy

Lidia Mesjasz: The costs of sovereign debt restructurings 369
Dorota Michalak: Structural changes in the labor market as a result of climate changes 382
Michał Nowicki: Sanctions as a volitional means of impact on states infringing international order..... 391

PRACE NAUKOWE UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO WE WROCŁAWIU
RESEARCH PAPERS OF WROCŁAW UNIVERSITY OF ECONOMICS nr 406 • 2015
Globalizacja – gra z dodatnim czy ujemnym wynikiem?
ISSN 1899-3192
e-ISSN 2392-0041

Justyna Majchrzak-Lepczyk
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
e-mail: justyna.majchrzak-lepczyk@ue.poznan.pl

ROLA BRANŻY E-COMMERCE W ROZWOJU RYNKU POWIERZCHNI MAGAZYNOWYCH

ROLE OF E-COMMERCE INDUSTRY IN THE DEVELOPMENT OF THE MARKET FOR WAREHOUSE SPACE

DOI: 10.15611/pn.2015.406.11
JEL Classification: D4, M21, O05

Streszczenie: Szybki wzrost branży e-commerce staje się wyzwaniem zarówno dla e-firm, jak i dla podmiotów świadczących dla nich usługi. Liczba realizowanych transakcji nie może prowadzić do przestoju działalności e-sklepów, jak również przedsiębiorstw je obsługujących pod kątem logistycznym. To między innymi staje się przyczynkiem rozwoju rynku magazynowego w Europie Środkowo-Wschodniej, na którym zauważalne są również procesy dywersyfikacyjne. Wśród czynników je determinujących należy wymienić nie tylko wzrastający popyt w sektorze e-commerce, ale również poprawiającą się infrastrukturę czy wyższą jakość świadczonych usług w handlu. Nieustannie wrastająca presja ze strony klientów i nacisk na terminowość i koszty dostaw również nie pozostają bez znaczenia. Celem artykułu jest zatem, na bazie obserwacji zmian rynkowych i trendów na nim występujących, wskazanie roli branży e-commerce w rozwoju rynku powierzchni magazynowych w Polsce i w wybranych krajach Europy Środkowo-Wschodniej.

Słowa kluczowe: e-commerce, handel, powierzchnie magazynowe.

Summary: The rapid growth of e-commerce is becoming a challenge for both e-companies and bodies providing services for them. The number of executed transactions may not lead to business downtime for e-shops, as well companies that support them for logistics. It is, inter alia, the development contribution warehouse market in Central and Eastern Europe, which are also noticeable diversification processes. Among the factors that determine them to be not only a growing demand in the field of e-commerce, but also improving infrastructure, and higher quality of services trade. Constantly ingrowth pressure from customers and an emphasis on timeliness and costs of supply, also are not irrelevant. The purpose of this article is therefore based on the observation of market changes and trends occurring in it, an indication of the role of the e-commerce market development of warehouse space in Poland and in selected countries of Central and Eastern Europe.

Keywords: e-commerce, trade, warehouse space.

1. Wstęp

Rynek powierzchni magazynowych w Polsce nieustannie ewoluuje, dostosowując się do wymagań i oczekiwań nabywczych, a obecnie również do specyfiki handlu internetowego, wzmagającego popyt na powierzchnie operacyjne w gospodarce magazynowej wysokiego składowania. Uwzględniając coraz większą liczbę produktów dostępnych w sieci, należy przypuszczać, że powierzchnie magazynowe dedykowane branży e-commerce będą uwzględniać wymagania i oczekiwania, dotyczące między innymi wzmożonego zapotrzebowania na wielopoziomowe strefy składowania. Wielość asortymentowa natomiast wzmagać będzie zapotrzebowanie na systemy dedykowane automatyce magazynowej. Obserwowane obecnie preferencje podmiotów branży intensyfikują zatem inwestycje typu *Built-To-Suit* (BTS)[1]. Wzrost zapotrzebowania handlu internetowego powierzchniami magazynowymi determinuje na rynku istotne zmiany i przekształcenia. Należy zatem spodziewać się dalszej perspektywy wzrostowej. Artykuł ma na celu zaprezentowanie siły branży e-commerce i istotnej roli, jaką odgrywa na rynku powierzchni magazynowych. Inwestycja logistyczna *Panattoni* i *Goodman* na rzecz amerykańskiego sklepu internetowego Amazon na terenie Polski jest doskonałym tego przykładem. To, co należy podkreślić, to możliwości zasobowe Polski, która dysponuje nieustannie terenami pod dalsze inwestycje magazynowe.

2. Specyfika handlu e-commerce

E-commerce zdecydowanie zmienia krajobraz handlu i działań logistycznych, zmuszając sprzedawców do nieustannej weryfikacji ich modeli biznesowych. Dostosowywanie konfiguracji istniejących łańcuchów dostaw, działań logistycznych czy będących w posiadaniu zasobów magazynowych to jedynie wybrane obszary wzmożonych przeobrażeń. Sprzedawcy detaliczni wykorzystują swoje sklepy i sieci dystrybucji, zapewniając tym samym elastyczność, niezbędną podczas rosnącej niestabilności popytu konsumenckiego i wzrostu oczekiwań klientów.

W przypadku krajów rozwiniętych strategia detaliczna przyjmuje wymiar wielokierunkowy, integrując kanały sprzedaży, takie jak sklep, e-commerce czy m-commerce, tak aby klienci mieli wybór dogodnej formy zamawiania, odbioru i zwrotu dokonanych zakupów.

Epoka chronicznego braku czasu sprawia, iż nawet niekiedy nie chcąc, konsument zostaje zmuszony do e-zakupów. Kluczowymi oczekiwaniami w e-commerce

[1] Zdecydowaną część powierzchni magazynowej oddawanej do użytku stanowią obiekty przeznaczone dla konkretnego podmiotu i dostosowane do jego wymagań. Oczekiwania indywidualne najemców dotyczą zarówno technologii i wyposażenia budynku, jak i lokalizacji. Kryteria te stanowią dodatkowe koszty inwestycji, co determinuje wysokość czynszu, który jest wyraźnie wyższy niż w standardowych powierzchniach magazynowych. W planach należy także uwzględnić czas oczekiwania na ukończenie takiego typu magazynu, który wynosi średnio kilka miesięcy.

są dzisiaj wygoda, terminowość i bezpieczeństwo, determinujące konieczność świadczenia wysokiego poziomu obsługi. Należy jednak pamiętać, że koszt generowany przez obsługę logistyczną ma istotny wpływ na finalną cenę produktu w e-sklepie.

Bez wątpienia e-commerce oferuje detalistom potencjał dotarcia do nowych klientów, czego na przykład lokalizacje detaliczne, zwłaszcza w odległych, położonych na wiejskich obszarach, nie są w stanie zagwarantować.

W 2010 roku polski rynek e-commerce wynosił 15,5 mld złotych. W 2013 roku było to już 26 mld złotych. Zgodnie z prognozą *Forester Research* na koniec 2014 roku jego wartość wyniesie ponad 35 mld złotych[2]. Na przykład w Polsce obserwuje się wyraźną tendencję do powstawania e-sklepów spożywczych, których udział w całości handlu spożywczego szacowany jest na poziomie 0,1-0,2%, a w perspektywie 5-6 lat ma wzrosnąć do 1,5%[3].

Według przewidywań *Ecommerce Europe* pod koniec 2013 roku udział e-commerce w europejskim PKB wynosił 2,2%, natomiast przed rokiem 2016 podwoi się, a przed 2020 potroi[4]. Sektor ten daje zatrudnienie ponad dwóm milionom Europejczyków, tworząc jednocześnie blisko 650 tysięcy witryn, funkcjonujących w handlu na rynku B2C. Ich liczba rośnie w tempie około 20% rocznie[5].

Rynek e-commerce staje się zatem atrakcyjnym dostawcą dóbr i usług. Występują jednak istotne różnice w funkcjonowaniu podmiotów tradycyjnych i w e-handlu. W kontekście zarządzania powierzchnią magazynową jest to jej powierzchnia. Sklepy internetowe zgłaszają zapotrzebowanie na około trzykrotnie większe niż w sklepach stacjonarnych powierzchnie logistyczne, wynikające między innymi z różnorodności oferty produktowej sklepu, konieczności utrzymywania większych stanów magazynowych, indywidualnej kompletacji zamówień (B2C) czy konieczności przyjmowania zwrotów.

Podmioty z branży e-commerce mają możliwość wyboru spośród kilku modeli organizacji logistyki, począwszy od rozwiązań wewnętrznych, realizowanych przy pomocy własnej wiedzy, kompetencji i zasobów, przez wysyłkę towarów do klienta bezpośrednio z magazynu producenta bądź hurtowni (*dropshipping*), po *outsourcing*. Jednak, co należy wyraźnie podkreślić, w tej branży występują trudności w zakresie planowania liczby pracowników magazynowych, a zatem udział kosztów

---

[2] Rzeczpospolita, *Międzynarodowi giganci zbudują w Polsce centra logistyczne*, on-line: http://www.propertynews.pl/magazyny/miedzynarodowi-giganci-zbuduja-w-polsce-centra-logistyczne,27864.html 10.02.2015.

[3] A.B. Olczak, *Integracja sieci detalicznej z e-commerce w branży spożywczej. Uwarunkowania i synergiczne korzyści*, „Marketing i Rynek" 2/2013.

[4] Nielsen, *E-commerce: evolution or revolution in the fast-moving consumer goods world?*, AUGUST 2014, http://ir.nielsen.com/files/doc_financials/Nielsen-Global-E-commerce-Report-August-2014.pdf [1.10.2015]; Think Paga. Akademia Analiz i Mediów, *E-commerce: Jak sprostać wyzwaniom dynamicznego rozwoju i stać się dominującym graczem?*, 2015, http://www.paga.org.pl/files/597592077/file/RAPORT_eCommerce_Think_Paga_FINAL.pdf [30.09.2015].

[5] Think Paga...

pracy ludzkiej jest wyższy niż w przypadku innych sektorów. E-commerce pozwala niewątpliwie zwiększyć zasięg geograficzny poprzez docieranie z ofertą do odległych rynków geograficznych i nowych typów klientów.

3. Znaczenie gospodarki magazynowej

Obiekty magazynowe, celem osiągnięcia efektywności pełnionych przez siebie funkcji, powinny wykorzystywać dostępną przestrzeń w sposób optymalny. Proces magazynowania nierozerwalnie związany jest z czasowym gromadzeniem zapasów i ich składowaniem, ostatecznie przekazując odpowiedni towar swoim odbiorcom. W magazynach, poza gromadzeniem towarów, ma miejsce wiele innych czynności dotyczących ewidencjonowania, konfekcjonowania czy przepakowywania zgodnie z zapotrzebowaniem i możliwościami lokalowymi. Pomocne w tym zakresie mają być zastosowania, usprawniające i optymalizujące zachodzące tam procesy. Chodzi tu przede wszystkim o efektywne wykorzystanie przestrzeni i zarządzanie nią, racjonalność gospodarki zapasami, obieg dokumentacji i przepływ informacji, sprawność procesu inwentaryzacji itp. Wdrażane współcześnie rozwiązania informatyczne pozwalają kompleksowo zarządzać magazynem, podnosząc wydajność pracy, umożliwiając lepsze planowanie i zarządzanie transportem, dostawami i dystrybucją.

Gospodarka magazynowa, będąc jednym z podstawowych podsystemów logistycznych przedsiębiorstwa, wskazywana jest przez wielu autorów[6] jako istotny element działalności przedsiębiorstwa, dający możliwość dostosowania ilości przechowywanych zapasów względem potrzeb dystrybucyjnych[7]. Umożliwia to skrócenie czasu od momentu złożenia zamówienia przez klienta do momentu jego realizacji.

Wzrost konkurencyjności na rynkach europejskich wzmaga potrzebę dostosowania się do wymagań stawianych przez klientów. Determinuje to konieczność dysponowania takim stanem zapasów, który zagwarantuje możliwość realizacji zamówienia. Magazynowanie jest zatem niezbędne, nie tylko z racji gospodarowania zapasami, ale także w celu zapewnienia ciągłości sprzedaży. W działalności logistycznej magazyny pełnią zasadnicze funkcje, wśród których można wskazać[8]:

- koordynację wielkości podaży i popytu,
- możliwość zredukowania kosztów transportu dzięki zmniejszeniu częstotliwości dostaw i jednoczesnemu zwiększeniu ich wielkości,
- wspomaganie procesu produkcyjnego, gwarantując ciągłość produkcji, zasilając ją w niezbędne surowce i opakowania, jak również bieżący odbiór wyrobów gotowych,

---

[6] D.J. Closs, M.B. Cooper, P. Blaik, D.M. Lambert, J.R. Stock, Z.M. Dudziński, H.Ch. Pfohl, M. Sołtysik, Cz. Skowronek, A. Korzeniowski, czy Z. Sarjusz-Wolski i inni.

[7] Por.: E. Kempa, *Znaczenie magazynowania dla funkcjonowania procesów dystrybucji w przedsiębiorstwie*, „Logistyka" 3/2012.

[8] A. Niemczyk, *Magazynowanie*, [w:] *Logistyka*, (red.) D. Kisperska-Moroń, S. Krzyżaniak, Wydawnictwo Biblioteka Logistyka, Poznań 2009, s. 175.

- współtworzenie procesów marketingowych dzięki gromadzeniu zapasów niezbędnych do tworzenia zestawów wykorzystywanych w akcjach promocyjnych.

Aby powierzchnie magazynowe mogły spełniać powyższe funkcje, niezbędne są nie tylko nakłady finansowe, ale przede wszystkim koordynacja poszczególnych zadań. Zatem profesjonalna obsługa, zgodnie z ideą 7W – gwarantującą zrealizowanie zamówienia zgodnie z zamówieniem; właściwa ilość – podparta dla przedsiębiorstwa prognozami popytu, dla klienta zgodna ze złożonym zamówieniem; właściwe kontrolowanie stanu zapasów oraz ich jakości, dla klienta nieuszkodzony produkt; wybór konkretnej lokalizacji firmy – właściwe miejsce; właściwy czas, gwarantujący terminowość zaopatrzenia i dostawy; właściwy klient, który złożył zamówienie; właściwa cena – ustalona na podstawie analiz i rozpoznania rynkowego.

4. Ewaluacja rynku powierzchni magazynowych

Rozwój nowoczesnych parków i centrów magazynowych rozpoczął się w Polsce w 1995 roku, kiedy to w okolicach Warszawy powstały obiekty: Warsaw Distribution Center oraz Warsaw Industrial Center. Z chwilą przystąpienia Polski do Unii Europejskiej na rynku było już około 1 mln m² powierzchni magazynowej. Rok 2004 okazał się przełomowym, między innymi z tytułu unijnych środków finansowych przeznaczonych na rozbudowę infrastruktury. Intensywna rozbudowa sieci dróg i autostrad w istotny sposób bez wątpienia oddziaływała, i nadal to czyni, na omawiany sektor. Polska, wstępując do Unii Europejskiej, dysponowała 631 km dróg szybkiego ruchu i autostrad. Po dziesięciu latach istnieje 3000 km dróg szybkiego ruchu, 1553,2 km autostrad oraz 1467,5 km dróg ekspresowych. Z kolei w 2014 roku oddanych zostało 327,8 km nowych dróg[9]. Zatem wyraźnie widoczny jest efekt przystąpienia Polski do Unii Europejskiej. Wraz z rozwojem infrastruktury drogowej powstawały również nowe obiekty magazynowe. Po dziesięciu latach członkostwa w Unii Europejskiej całkowita powierzchnia magazynowa w Polsce wyniosła ponad 8 mln m²[10].

W Polsce powstają centra dystrybucji i linie produkcyjne podmiotów globalnych – firma Amazon zlokalizowała w Polsce swoje trzy magazyny (każdy o powierzchni ponad 100 tys. m²); można tu wymienić również np. transakcje sieci handlowej *Intermarche*, która wynajęła 82 tys. m² pod Poznaniem.

Na rynku powierzchni magazynowych widać wyraźne ożywienie, choć nierównomierne, obserwowane jednak w całej Europie Środkowej. Rynki postrzegane jako stabilne i oferujące korzystny poziom czynszów dotyczą obszarów czeskiego i słowackiego. Na Węgrzech również obserwuje się pozytywne zmiany dotyczące po-

[9] Serwis GDDKiA, Archiwum 2014, wersja on-line: http://www.gddkia.gov.pl/pl/2269/Aktualnosci 31.01.2015.

[10] M. Cieliczko, D. Jędrak, *Polskie magazyny skusiły najemców z Europy*, „Eurologistics" VI-VII/2014, s. 083.

wierzchni magazynowych. W Polsce sytuację należy zdefiniować jako zróżnicowaną, inwestycje bowiem poczynione przez Amazon dokonały istotnych zmian na mapie Polski. Dzięki temu na bardzo dobrej pozycji plasują się Wrocław i Poznań, natomiast pozostałe subrynki już stabilność nie obowiązuje.

Polska zdecydowanie ze względu zarówno na swoje strategiczne położenie, jak i na liczbę mieszkańców należy do rynków, które umożliwiają branży logistycznej rozwój. Dodatkowo postrzeganie Polski jako bramy na Wschód otwiera kolejne możliwości. Jednak, co należy podkreślić, obecna sytuacja na Ukrainie i w Rosji nie pozwala czerpać z tego tytułu wymiernych korzyści. Kryzys na wschodzie Europy zachwiał niewątpliwe przepływami towarowymi. Przed „wschodnim rozchwianiem gospodarczym i politycznym" przedsiębiorstwa czyniły nowe inwestycje logistyczne na terenie Rosji. Obecnie sytuacja wygląda inaczej i ze względów geopolitycznych można tu upatrywać szans nowych powierzchni magazynowych, które, zamiast planowanych działań logistycznych na terenach wschodnich, będą realizowane w Polsce.

Wzrost popytu na powierzchnie magazynowe w Polsce, który przekłada się na liczbę rozpoczętych i oddanych do użytku budów, wskazuje, iż spadek Polski o jedno miejsce, na pozycję 31. w rankingu Logistics Performance Index and Its Indicators 2014[11], nie wpłynął niekorzystnie na decyzje dotyczące najmu powierzchni magazynowych przez podmioty zagraniczne. Rynek nieruchomości logistycznych intensywnie się rozwija, co wynika z rosnącego popytu na usługi logistyczne. W tabeli 1 zostały zestawione najistotniejsze informacje związane z rynkiem powierzchni magazynowej w 2014 roku w Polsce w podziale na obowiązujące strefy.

Tabela 1. Rynek powierzchni magazynowych w Polsce w 2014 roku

Rok 2014	Warszawa i okolice	Górny Śląsk	Poznań	Centralna Polska	Wrocław	Północna Polska	Kraków	Polska ogólnie
Powierzchnia istniejąca (m²)	2 675 000	1 545 000	1 267 000	1 239 000	1162 000	241 000	111 000	8541000
Popyt netto (m²)	416 000	172 000	272 000	140 000	184 000	80 000	35 000	1 403 000
Wskaźnik pustostanów	11,2%	11,1%	2,5%	15,8%	5,7%	8,9%	0,0%	9,8%
Nowa powierzchnia (m²)	46 000	90 000	268 000	138 000	355 000	76 000	12 000	1019 000
Powierzchnia w budowie (m²)	98 000	128 000	199 000	46 000	29 000	109 000	24 000	687 000
Czynsze bazowe (EUR/m²/miesiąc)	2,7-3,6	3,00-3,70	2,9-3,50	2,60-3,40	3,00-3,60	3,00-3,75	4,00-4,80	

Źródło: opracowanie na podstawie: Jones Lang LaSalle, *Rynek powierzchni magazynowych w 2014 roku*, magazyny.pl.

[11] Connecting to Compete, *Trade Logistics in the Global Economy 2014*, on-line: http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/Trade/LPI2014.pdf 22.11.2014.

Zróżnicowanie w kraju jest zatem wyraźne, a nowoczesna powierzchnia magazynowa w Polsce koncentruje się wokół dziewięciu rynków. Największymi wśród nich pod względem podaży są: Warszawa (podzielona na trzy strefy), Górny Śląsk oraz Polska Centralna. Pozostałe rynki to: Poznań, Wrocław, Gdańsk, Kraków, Toruń/Bydgoszcz oraz Szczecin (w tabeli ujęty razem z Gdańskiem jako Polska Północna).

Warszawa i okolice to największy regionalny rynek w Polsce o dużym potencjale. Górny Śląsk natomiast charakteryzuje dynamiczny popyt. Łódź w pełni wykorzystuje swoje położenie w centralnym miejscu kraju, zwłaszcza że stawki bazowe czynszu nie należą do wygórowanych. Wrocław z kolei to średniej wielkości rynek magazynowy, z potencjałem, by dołączyć do największych regionów. Poznań natomiast jest dynamicznym rynkiem, który wyróżnia niski poziom pustostanów i atrakcyjne stawki bazowe czynszu. Trójmiasto i Szczecin pozostają wciąż niewielkimi rynkami magazynowymi.

Kraków jest dużą aglomeracją o atrakcyjnym rynku zbytu, jednak z deficytem terenów pod inwestycje. Warto podkreślić, iż Polska należy do krajów oferujących najniższe czynsze za powierzchnie magazynowe w Europie, przy jednoczesnym oferowaniu wysokiej jakości technicznej i użytkowej. Stawki są niższe o około 20-30% niż w sąsiednich państwach[12].

Zainteresowania Polską jako atrakcyjną lokalizacją obiektów logistycznych można upatrywać w wielu aspektach, wśród których należy wskazać:

- korzystne położenie geograficzne,
- możliwość skorzystania z ulg z racji występujących stref ekonomicznych,
- poprawiającą się infrastrukturę,
- korzystne wskaźniki makroekonomiczne,
- nowoczesne rozwiązania informatyczne,
- tańszą siłę roboczą,
- dostępność kadry menedżerskiej,
- wzrost wydatków konsumpcyjnych
- wzrastające znaczenie branży e-commerce.

Biorąc pod uwagę stały wzrost zakupów przez Internet, należy uznać, iż e-handel będzie się nadal rozwijać. Potwierdzeniem tego mogą być wspominane już wcześniej otwarte w Poznaniu i Wrocławiu w 2014 roku centra dystrybucyjne Amazon o łącznej powierzchni 324 m². Obiekty te obsługują klientów zarówno z Polski, jak i z całej Europy.

Swoją działalność dystrybucyjną planuje także w Polsce grupa Inditex. Lider e-handlu w Chinach – firma *LightInTheBox* (LITB) – zdecydował się na najem powierzchni magazynowej w Woli Bykowej koło Piotrkowa Trybunalskiego, która jest pierwszą lokalizacją firmy dla swoich zagranicznych magazynów.

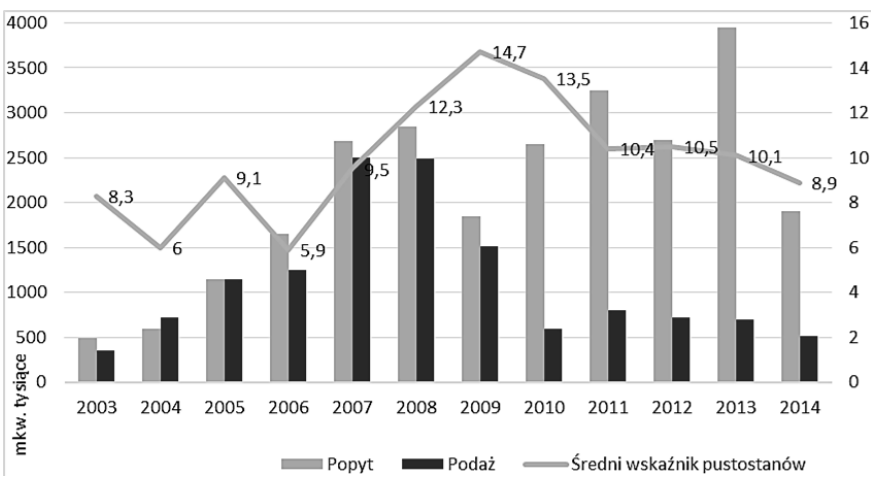
Magazyny z Danii do Polski zdecydowała się przenieść również firma SmartGuy Group, będąca właścicielem duńskiego e-sklepu Stylepit.com. W Goleniowskim

[12] M. Cieliczko, D. Jędrak, *op. cit.*, s. 083.

Parku Przemysłowym dysponuje 14 tys. m² powierzchni magazynowej, rozważając jednocześnie budowę kolejnych obiektów. 13 tys. m² powierzchni w Warszawie zajmuje Merlin.pl, a Neonet wynajmuje 18 tys. m² magazynów we Wrocławiu.

Raport badawczy *Colliers International*[13] dotyczący europejskiego rynku branży e-commerce wskazuje, iż powierzchnia zajmowana przez najemców z tego sektora w Europie Środkowej wzrosła czterokrotnie – z blisko 2% w 2011 roku do 8,4% w 2013 roku. Jest to zatem niewątpliwy przyczynek do dalszych obserwacji i badań rynku. Bez wątpienia europejski rynek powierzchni logistycznych dywersyfikuje się. Tradycyjne dotąd kanały dystrybucji Europy Zachodniej przestają już dominować. Coraz większa rola przypisywana jest rynkom Europy Północnej i Środkowo-Wschodniej, wśród których należy wskazać Polskę, Czechy i Słowację. Ponad połowa najemców powierzchni magazynowych na tych obszarach to detaliści, z których większość zaangażowana jest w działalności e-commerce. Pozostali najemcy to producenci oraz operatorzy logistyczni[14].

Jak wynika z danych zaprezentowanych na rys. 1, wskaźnik pustostanów po okresie regularnych wzrostów charakteryzuje się od 2010 roku tendencją spadkową. Rok 2014 nie obejmował pełnych czterech kwartałów, wyniki zatem mogą nie być obiektywne. To, co wyraźnie zauważalne jest na rys. 1, to wzrost popytu na powierzchnie magazynowe obserwowany w 2013 roku. Podaż na powierzchnie magazynowe natomiast charakteryzuje się większą stabilnością.



Rys. 1. Popyt i nowa podaż powierzchni magazynowych w Europie Środkowej

Źródło: opracowanie własne na podstawie: http://www.logistyka.net.pl/pliki/2014_Polish_version.pdf [7.02.2015].

[13] D. Harrington, K. Dean, *Industrial & Logistics Demand – What's driving change?,Eastern Europe*, Industrial July 2014, on-line: http://www.elabs5.com/content/32425090/EE-Industrial-and-Logistics-in-CEE-29-July-2014.pdf 30.11.2014.

[14] *Ibidem*.

Na rozwój i dywersyfikację rynku magazynowego ma wpływ wiele czynników, wśród których bezdyskusyjnie znajdują się spektakularne wzrosty sektora e-commerce.

Z danych opublikowanych przez międzynarodową firmę doradczą *Cushman & Wakefield*[15] wynika, że w 2013 roku wybudowano w Europie Środkowej łącznie 690 tys. m² nowoczesnej powierzchni przemysłowej, logistycznej i magazynowej. Europa Środkowa zyskuje niewątpliwie na sąsiedztwie europejskiej potęgi gospodarczej, jaką są Niemcy, które również wykazują tendencję do przenoszenia produkcji zaawansowanych technologicznie zakładów do krajów Europy Środkowej.

W roku 2013 ilość wynajętej powierzchni magazynowej w Europie Środkowej – Czechy, Polska, Rumunia, Słowacja i Węgry – wyniosła blisko 4 mln m². Zainteresowanie firm tym regionem w najbliższych latach powinno utrzymać się na podobnym poziomie.

Sytuacja gospodarcza kraju oraz tendencje na rynku magazynowym są ze sobą silnie skorelowane, zatem można spodziewać się, że poziom PKB przełoży się na wzrost popytu na powierzchnie magazynowe. W najbliższym czasie może być trudno powtórzyć wskaźniki z lat 2013-2014, bowiem prawdopodobieństwo cykliczności powtórzenia tak dużej inwestycji jak Amazon jest dość niskie. Z obserwacji rynku wynika, iż dużym zainteresowaniem będą się cieszyły nieustannie projekty *BTS*, natomiast inwestycje spekulacyjne utrzymają się na niskim poziomie.

Wyraźnie obserwowany jest wzrost popytu na powierzchnie magazynowe wśród podmiotów działających w branży e-commerce, wymuszający na deweloperach konieczność dostosowania obiektów do specyfiki tego segmentu. Rynek powierzchni magazynowych powinien zatem dostosować się do wymagań i oczekiwań handlu internetowego, wymagającego większego udziału powierzchni operacyjnej względem powierzchni wysokiego składowania. Z racji wielości asortymentowej produktów oferowanych w sieci powierzchnie magazynowe będą potrzebowały np. wielopoziomowych stref składowania czy antresol. Nowe powierzchnie powinny również umożliwiać zastosowanie systemów automatyki magazynowej. W najbliższych latach możemy spodziewać się wejścia do Polski kolejnych sieci handlu internetowego, na co rynek magazynowy musi być odpowiednio przygotowany.

Obiekty magazynowe w Europie Środkowo-Wschodniej rozwijają się najszybciej w Polsce. Szacuje się, że Polska utrzyma pozycję rynku o największej aktywności deweloperskiej nie tylko w Europie Środkowej, ale i w skali całego kontynentu.

Wiele przedsiębiorstw z racji braku możliwości terminowego zaopatrywania rynków krajów Europy Środkowo-Wschodniej za pośrednictwem dotychczasowych centrów dystrybucji, zlokalizowanych w krajach Beneluksu czy we Francji, będzie tworzyło magazyny i centra dystrybucji w krajach Europy Środkowo-Wschodniej.

---

[15] Cushman & Wakefield, *Popyt na powierzchnię magazynową w Europie Środkowej najwyższy od dwóch dekad*, on-line: http://www.cushmanwakefield.pl/pl-pl/news/2014/02/industrial-space-take-up-in-central-europe-highest-in-the-past-two-decades/ 1.12.2014.

Dotychczas tradycyjne europejskie kanały dystrybucji były skoncentrowane w ramach obszaru zwanego „niebieskim bananem" (*Blue Banana*)[16]. To, co obserwuje się obecnie na rynku, to wyraźne skupienie działalności w Europie Środkowej. Widoczny jest także wzrost dystrybucji w Rosji, gdzie dotychczas Moskwa i Sankt Petersburg były głównymi skupiającymi aktywność logistyczną, jednak w ostatnim czasie popyt dynamicznie wzrasta również wokół regionalnych rynków miejskich.

5. Zakończenie

Polska jest atrakcyjnym rynkiem dla firm zagranicznych, a poprawiająca się sytuacja gospodarcza w regionie Europy Środkowo-Wschodniej może dodatkowo stabilność wzrostu zagwarantować. Najemcy mają możliwość poruszania się w ramach konkurencyjnych warunków, oferowanych przez podmioty wynajmujące powierzchnie magazynowe. Rola branży e-commerce zmienia niewątpliwie rynek obiektów logistycznych przez konieczność zagwarantowania powierzchni magazynowych rozdrobnionym zamówieniom, dużej liczbie asortymentu i wahaniom sprzedaży. Ponadto występuje wyraźne zapotrzebowanie na automatykę magazynową, zapewniającą pełną kontrolę nad procesami, umożliwiając realizację wielu zleceń, skutecznie eliminując błędy i pomyłki wynikające z czynnika ludzkiego.

Polska postrzegana jest jako zróżnicowany kraj pod względem jakości i różnorodności oferowanej powierzchni magazynowej. Poza tym charakteryzuje się największym popytem, który w roku 2014 osiągnął wartość 2,5 mln m^2. Na drugim miejscu względem wielkości rynku znajdują się Czechy, dysponujące 26% całkowitych zasobów w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Pozostałe kraje dysponują odpowiednio w powierzchni magazynowej i logistycznej niższymi udziałami: Węgry 16%, Rumunia 11% i Słowacja ok. 7%[17]. Rośnie wyraźnie udział sektora e-commerce wśród najemców powierzchni magazynowych w Polsce i nie tylko. Cel niniejszego artykułu – wskazanie roli, jaką współcześnie odgrywa branża e-commerce w zmieniającej się i nieustannie rozwijającej przestrzeni magazynowej, został zatem zrealizowany.

Literatura

Cieliczko M., Jędrak D., *Polskie magazyny skusiły najemców z Europy*, „Eurologistics" VI-VII/2014.

Connecting to Compete, *Trade Logistics in the Global Economy 2014*, on-line: http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/Trade/LPI2014.pdf [22.11.2014].

Cushman&Wakefield, *Popyt na powierzchnię magazynową w Europie Środkowej najwyższy od dwóch dekad*, on-line: http://www.cushmanwakefield.pl/pl-pl/news/2014/02/industrial-space-take-up-in-central-europe-highest-in-the-past-two-decades/ [1.12.2014].

[16] Obszar obejmujący kraje Beneluksu, Niemcy, Francję i północną część Włoch.

[17] A. Staniszewska, J. Palmer, *Time for value added. Opportunites on CEE logistic markets*, BNP Paribas Real Estate, wersja on-line: www.propertynews.pl/media/plik/21007.html 14.03.2015.

Cushman&Wakefieldindustrial, *Rynek magazynowy w Europie Środkowej. Czechy, Słowacja, Węgry, Polska, Rumunia, Słowacja*, on-line: http://www.logistyka.net.pl/pliki/2014_Polish_version.pdf [7.02.2015].

Harrington D., Dean K., *Industrial & Logistics Demand – What's driving change?, Eastern Europe*, Industrial July 2014, on-line: http://www.elabs5.com/content/32425090/EE-Industrial-and-Logistics-in-CEE-29-July-2014.pdf [30.11.2014].

Jones Lang LaSalle, *Rynek powierzchni magazynowych w 2014 roku*, magazyny.pl.

Kempa E., *Znaczenie magazynowania dla funkcjonowania procesów dystrybucji w przedsiębiorstwie*, „Logistyka" 3/2012.

Nielsen, *E-commerce: evolution or revolution in the fast-moving consumer goods world?*, August 2014, http://ir.nielsen.com/files/doc_financials/Nielsen-Global-E-commerce-Report-August-2014.pdf [1.10.2015].

Niemczyk A., *Magazynowanie*, [w:] *Logistyka*, (red.) D. Kisperska-Moroń, S. Krzyżaniak, Wydawnictwo Biblioteka Logistyka, Poznań 2009.

Olczak A.B., *Integracja sieci detalicznej z e-commerce w branży spożywczej. Uwarunkowania i synergiczne korzyści*, „Marketing i Rynek" 2/2013.

Rzeczpospolita, *Międzynarodowi giganci zbudują w Polsce centra logistyczne*, on-line: http://www.propertynews.pl/magazyny/miedzynarodowi-giganci-zbuduja-w-polsce-centra-logistyczne,27864.html [10.02.2015].

Serwis GDDKiA, Archiwum 2014, wersja on-line: http://www.gddkia.gov.pl/pl/2269 /Aktualnosci [31.01.2015].

Staniszewska A., Palmer J., *Time for value added. Opportunites on CEE logistic markets*, BNP Paribas Real Estate, wersja on-line: www.propertynews.pl/media/plik/21007.html [14.03.2015].

Think Paga. Akademia Analiz i Mediów, E-commerce: Jak sprostać wyzwaniom dynamicznego rozwoju i stać się dominującym graczem? 2015, http://www.paga.org.pl/files/597592077/file/RAPORT_eCommerce_Think_Paga_FINAL.pdf [30.09.2015].