



ORGANIZACJA DZIAŁALNOŚCI HANDLOWEJ I USŁUGOWEJ NA TERENIE MIASTA I GMINY PLESZEW

(Materiał na Sesję Rady Miejskiej w Pleszewie)

Opracowała:	Zatwierdził:
Ewa Świątek Kierownik Wydziału Rozwoju Gospodarczego	Marian Adamek Burmistrz Miasta i Gminy Pleszew

LISTOPAD 2004r.

Spis treści:

Wstęp

1. Ocena stanu handlu wewnętrznego w Polsce
 - 1.1. Struktura i charakterystyka przedsiębiorstw
 - 1.2. Handel detaliczny – sklepy i obiekty wielkopowierzchniowe
 - 1.3. Handel hurtowy
 - 1.4. Ocena sytuacji własnej przez przedsiębiorców
 - 1.5. Problematyka handlu usługami
2. Rozwój oraz stan handlu i usług w Pleszewie
 - 2.1. Mapa handlowa Miasta i Gminy Pleszew
 - 2.2. Statystyka dotycząca handlu i usług Pleszewa
 - 2.3. Targowiska
3. Uregulowanie problematyki handlu i usług na terenie Miasta i Gminy Pleszew
 - 3.1 Wspierające działania lokalnego samorządu pleszewskiego
4. Sklepy wielkopowierzchniowe i sieciowe w Pleszewie
5. Założenia polityki przestrzennej dotyczącej struktury handlu i usług w Pleszewie
6. Funkcjonowanie i współpraca z instytucjami okołobiznesowymi
 - 6.1. Pleszewskie Zrzeszenie Handlu i Usług
 - 6.2. Cech Rzemiosł Różnych Małej i Średniej Przedsiębiorczości
 - 6.3. Zrzeszenie Handlu i Usług Południowej Wielkopolski
 - 6.4. Pleszewska Izba Gospodarcza
 - 6.5. Fundusz Rozwoju i Promocji Województwa Wielkopolskiego S.A.
 - 6.6. Spółdzielnia Metalowców „KOTLARZ”
7. Świadczenie usług w Unii Europejskiej
 - 7.1. Zakładanie przedsiębiorstw w krajach UE
 - 7.2. Transgraniczne świadczenie usług w krajach UE
 - 7.3. Poziom polskiego handlu na tle innych krajów
 - 7.4. Ocena konkurencyjności handlu polskiego

Podsumowanie

WSTĘP

Sytuacja handlu i usług w Pleszewie jest analogiczna do sytuacji w całym kraju. Handel w Polsce w ostatniej piętnastolatce zmieniał się żywiołowo. Obraz handlu końca lat osiemdziesiątych to niekorzystny obraz pustych półek i kolejek w sklepach. Na przełomie lat dziewięćdziesiątych główne ulice miast, targowiska i bazyry były zastawiane składanymi łózkami i stolikami. Kwitła sprzedaż bazarowa. To by początek boomu handlowego. Jak grzyby po deszczu wyrastały w miastach i poza miastami targowiska i bazyry. Transformacja w Polsce spowodowała, że błyskawicznie następowały zmiany w strukturze własnościowej – obecnie w prywatnych rękach jest w kraju 98% sklepów – podobnie jak w Gminie Pleszew. Badania i eksperci twierdzą, że kończy się już era handlu bazarowego. W całym kraju, jak również w Pleszewie następował gwałtowny wzrost ilościowy punktów handlowych.

Państwo powinno wymuszać zmiany w strukturze gospodarki, powodujące wzrost jej efektywności w skali makro. Demonopolizacja i prywatyzacja handlu wewnętrznego miała doprowadzić do powstania rynku, na którym konkurować miały podmioty prywatne i państwowe. To zaś miało doprowadzić do wzrostu konkurencyjności, wzbogacenia oferty asortymentowej, poprawy jakości w handlu, zwiększenia kultury obsługi a pośrednio do skrócenia czasu dokonywania zakupów.

Trwający ponad 15 lat proces transformacji polskiej gospodarki spowodował wzrost znaczenia organów samorządowych w kształtowaniu zjawisk i procesów zachodzących w handlu i usługach. Na przebieg procesów rozwojowych w handlu i usługach wpływają uwarunkowania regionalne, popyt, współpraca przedsiębiorstw oraz działania samorządów i administracji rządowej, przy czym istotny wpływ na stan sieci handlowej należeć będzie, tak jak i obecnie, do samorządów gminnych i gospodarczych – lokalnych partnerów, których współdziałanie jest jednym z warunków harmonijnego rozwoju handlu i usług.

Niniejszy materiał zawiera opis diagnozy stanu handlu i usług na terenie Miasta i Gminy Pleszew, wykazuje specyficzne potrzeby rozwojowe towarzyszące temu działowi gospodarki, omówienie rządowego Programu rozwoju handlu wewnętrznego. Nakreślono również przewidywane kierunki zmian w sektorze handlu, wskazano kierunki działań, które należy podjąć oraz instrumenty polityki handlowej. W opracowaniu znajdują się też sprawozdania przygotowane przez organizacje okołobiznesowe w tej dziedzinie.

Szczegółowa charakterystyka przedmiotowa materiału stanowi kompendium wiedzy na temat dwóch (po przemyśle) działów gospodarki narodowej – handlu i usług.

W części teoretycznej wykorzystano: materiały Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej: „Polska 2003. Raport o stanie handlu wewnętrznego”, raport Ministerstwa Gospodarki i Pracy „Przedsiębiorczość w Polsce 2004” i informator dla Przedsiębiorców „Świadczenie usług w Unii Europejskiej”, materiały dr Jana Janusza Rakowskiego – autora „Raportu nt. handlu w Polsce i krajach Unii Europejskiej” ze spotkania w Urzędzie Miejskim w Ostrowie Wielkopolskim w lipcu 2003r., materiały gdańskiego Instytutu

Eurotest opracowującego studia – jak prowadzić politykę rozwoju handlu w miastach, w tym m.in. skorzystano ze Studium Rozwoju Handlu w Gostyniu, a także wykorzystano szereg danych i źródłowych informacji elektronicznych bezpośrednio z Ministerstwa Gospodarki i Pracy, m.in. robocze wersje przygotowywanego aktualnie raportu o stanie handlu wewnętrznego w Polsce w 2003 roku”.

1. Ocena stanu handlu wewnętrznego w Polsce

Handel jest trzecim po usługach i przemyśle działem gospodarki narodowej w tworzeniu produktu krajowego brutto. To ważny obszar życia gospodarczego i ogniwo wzmacniające reformy gospodarcze poprzez wpływ na produkcję i sprawność dystrybucyjną rynku, jak też bardzo szerokie oddziaływanie na konsumenta i konsumpcję. Handel pełni zatem w gospodarce funkcje ekonomiczne, społeczne i kulturowe.

Udział handlu wewnętrznego w globalnych obrotach rynkowych w roku 2002 wyniósł 52,3% i był wyższy niż w latach poprzednich (51,1% w roku 2001, 50,9% w roku 2000). Na zwiększenie pozycji rynkowej handlu polskiego korzystnie wpłynął wzrost obrotów mikroprzedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób, których udział w obrotach handlowych wzrósł (wg szacunków Instytutu Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji) z 55,3% w roku 2001 do 56,8% w roku 2002.¹

Przyrost wartości dodanej brutto w produkcie krajowym brutto w sekcji „Handel i naprawy” ma tendencję wieloletnią. Jej wartość w roku 2003 wynosiła 150.652 mln zł, co oznacza wzrost o 8.495 mln zł w porównaniu do roku 2002². To pozytywne zjawisko wzrostu uwypukla wzrastającą rolę handlu wewnętrznego w rozwoju krajowej gospodarki.

Okres transformacji spowodował zmiany w gospodarce. W początkowej jego fazie, w handlu przejawiały się postawy przedsiębiorców, warunkujących sprawność rynku wewnętrznego i wpływających na rozwój sektora prywatnego, zwłaszcza małych i średnich przedsiębiorstw. Jednakże postępujące procesy globalizacji i integracji gospodarki światowej spowodowały powstanie trudniejszych i odmiennych warunków dla funkcjonowania drobnych przedsiębiorstw. Dlatego dla sprawnego ich działania i zachowania zdolności konkurencyjności na rynku ta grupa wymaga sprzyjającego otoczenia i wsparcia w pokonywaniu barier rozwojowych.

W strukturze polskiego handlu przeważają niewielkie, często rodzinne firmy. Stanowią one niemal połowę ogólnej liczby małych i średnich przedsiębiorstw, dlatego też większość problemów i ograniczeń w handlu jest charakterystyczna dla sektora MSP – małych i średnich przedsiębiorstw (ten temat był również przedmiotem Sesji Rady Miejskiej w Pleszewie). Wspólne są również makro- i mikroekonomiczne oraz systemowe uwarunkowania określające kondycję drobnego handlu oraz małych i średnich przedsiębiorstw. Te niewielkie przedsiębiorstwa produkcyjne, zakłady usługowe i rzemieślnicze oraz firmy handlowe odczuwają podobne potrzeby edukacyjne, m.in. kształcenia zawodowego, a także wymagają zbliżonego zakresu pomocy informacyjnej i organizacyjnej oraz działań na rzecz promowania przedsiębiorczości.

Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej przygotowało program *Kierunki działań Rządu wobec małych i średnich przedsiębiorstw do 2002 roku*, którego głównym celem jest kształtowanie warunków dla tworzenia i pełnego wykorzystania rozwojowego potencjału sektora MSP. Jednakże, z uwagi na

¹ „POLSKA 2003, Raport o stanie handlu wewnętrznego”; Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej; Warszawa 2003

² „Raport o stanie handlu wewnętrznego w Polsce w 2003 roku”; Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji przy Ministerstwie Gospodarki i Pracy; Warszawa 2004

szczególne potrzeby sektora handlu nieobjęte programem działań Rządu wobec MSP, a zwłaszcza ze względu na sytuację dominujących w Polsce małych firm handlowych przygotowano *Program rozwoju handlu wewnętrznego do 2003 roku*.

Wdrażanie tego programu miałyby przybliżyć polski handel do standardów europejskich. Komisja Europejska w roku 1999 opublikowała Białą Księgę na temat handlu, w której to uświadamia jego znaczenie dla gospodarki oraz formułuje oczekiwania pod adresem wspólnej polityki handlowej krajów członkowskich, ukierunkowania na podniesienie konkurencyjności tego sektora tak, aby handel mógł przyczynić się do tworzenia nowych miejsc pracy.

Sektor handlu ma duże znaczenie ekonomiczne jako ogniwo łączące producentów i konsumentów. Kanały dystrybucji i wymiany towarowo – pieniężnej są tworzone i obsługiwane przez firmy handlowe, które oferują coraz łatwiejszy i większy dostęp do usług, a także stanowią źródło informacji na temat upodobań klientów i zmian w strukturze popytu.

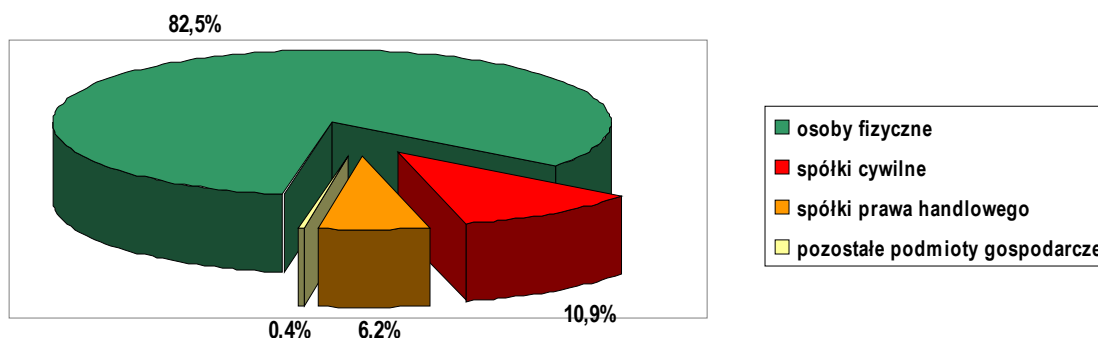
Handel ma szczególne własności strukturalne i operacyjne, dlatego wyróżnia się spośród innych dziedzin działalności gospodarczej. Brak odpowiedniej wiedzy na temat handlu powoduje, że nie docenia się jego znaczenia w gospodarce. A przyczynami tego mogą być: niejednorodna natura firm handlowych, różniących się wielkością i typem lokalizacji, ich rozdrobnienie czy odmienne metody działania.

Dane statystyczne wykazują, że z roku na rok wzrasta m.in.: liczba pracujących w handlu, liczba sklepów detalicznych, liczba sklepów powyżej 400 m², sklepy z kapitałem zagranicznym, powierzchnia sprzedażowa sklepów własności zagranicznej, przeciętna wielkość sklepu oraz powierzchnia sprzedażowa na 1000 mieszkańców, czy liczba osób przypadająca na jeden sklep.

1.1. Struktura i charakterystyka przedsiębiorstw

Szczególną cechą charakterystyczną polskiego handlu jest występowanie dużej liczby małych przedsiębiorstw, a z drugiej strony zaś – nielicznej, ale silnej rynkowo grupy dużych firm, najczęściej z kapitałem zagranicznym. W 2003 roku działało w Polsce 3.581,6 tys. podmiotów gospodarki narodowej - o 3,2% więcej niż przed rokiem. Spadła liczba przedsiębiorstw państwowych i spółdzielni, a wzrosła liczba spółek handlowych oraz zakładów osób fizycznych – te ostatnie dominują, ich liczba wzrosła o około 150% (z 1.135 tys. do 2.796 tys.). W grupie podmiotów handlowych w roku 2003 najwyższy udział mają osoby fizyczne – 82,7%. Zdecydowanie wzrosło znaczenie sektora prywatnego przy malejącej liczbie podmiotów sektora publicznego.

Wykres 1: Struktura przedsiębiorstw w sekcji „Handel i naprawy” wg form organizacyjno – prawnych



Źródło: Dane GUS; Polska 2003, Raport o stanie handlu wewnętrznego

Największą grupą przedsiębiorstw są firmy najmniejsze zatrudniające do 9 osób, stanowiąc aż 97,5% ogółu. Tempo wzrostu liczebności osób fizycznych prowadzących działalność handlową zwiększyło się ze 102,4% w roku 2001 do 104% w roku 2002. W roku 2003 tempo to zmniejszyło się do 103%. A to nie rokuje korzystnie dla bardzo rozdrobnionej podmiotowo sfery handlu, szczególnie w warunkach wzrastającej z roku na rok konkurencji na Jednolitym Rynku Unii Europejskiej.

Zachodzące w ostatnich latach w handlu zjawiska i procesy nie znajdują swojego odzwierciedlenia w strukturze własnościowej przedsiębiorstw handlowych. Na rynku od lat dominują przedsiębiorstwa mikro, posiadające co najwyżej dwa sklepy, ewentualnie jeden magazyn. Dają się zaś zauważyć pogłębiające się różnice w strukturze przedsiębiorstw o własności krajowej i zagranicznej. W grupie tych ostatnich w roku 2002 wzrósł udział firm dysponujących sieciami powyżej 20 sklepów oraz liczbie pracujących powyżej 49 osób.

Mikroprzedsiębiorstwa działają zazwyczaj w jednej branży, w tym szczególnie w handlu i usługach (transporte, budownictwie i obsłudze nieruchomości i firm). Mikroprzedsiębiorstwa zatrudniają ok. 3,2 – 3,5 mln osób, tj. 20% zatrudnionych w gospodarce. Przeciętnie mikroprzedsiębiorstwo zatrudnia 2 osoby.

Analiza przychodów i kosztów wskazuje, że są one rentowne. Nakłady inwestycyjne są pokrywane głównie ze środków własnych, ze względu na ograniczenie płynności.³ Z tego to powodu, innowacyjność polskiej gospodarki jest niska. Mikroprzedsiębiorstwa mają duże problemy z wprowadzeniem innowacyjnych rozwiązań z powodu wysokich kosztów opracowania i wdrożenia. A ci przedsiębiorcy nie legitymujący się dostatecznie długą historią działalności spotykają się ze szczególnie dużą barierą w dostępie do kapitału.

Poziom wynagrodzeń w mikroprzedsiębiorstwach jest niższy niż w całym sektorze przedsiębiorstw i charakteryzuje się niższą dynamiką, zwłaszcza wśród podmiotów najmniejszych (zatrudniających poniżej 5 osób). Jednocześnie jednak wolniej wzrasta wydajność tej grup firm.

Liczba mikroprzedsiębiorstw w Polsce w roku 2003 wynosiła 1.168.587. Mimo, iż w ostatnich latach obserwuje się spadek udziału firm handlowych wśród mikroprzedsiębiorstw – to stanowią one nadal

³ Dane z raportu Ministerstwa Gospodarki i Pracy „Przedsiębiorczość w Polsce 2004”; Warszawa, czerwiec 2004r.

największą część badanej zbiorowości (około 33%). Firmy zatrudniające do 9 osób zajmują się z reguły działalnością jednego rodzaju. Jednocześnie zauważa się korelację między wielkością firmy a jej rodzajem działalności. Zmienia się również okres funkcjonowania firm – zmniejsza się udział firm działających nie dłużej niż rok. I potwierdza się teza, że wiele przedsiębiorstw zmienia profil działalności gospodarczej w trakcie jej prowadzenia w zależności od sytuacji na rynku. W roku 2002 jednostki działające w przemyśle, hotelach i restauracjach oraz transporcie rezygnowały z danego zakresu na rzecz handlu.

Wśród przedsiębiorstw mikro pod względem organizacyjno – prawnych form działalności dominują osoby fizyczne (84,1%), prywatne osoby prawne stanowią 15,9% ogółu, pozostałe 10% to firmy działające w sektorze publicznym.

1.2. Handel detaliczny – sklepy i obiekty wielkopowierzchniowe

W roku 2002 liczba sklepów w Polsce wzrosła o 0,2% w stosunku do roku 2001 co oznacza, że utrzymuje się – pomimo rosnącej konkurencji – słaby trend wzrostowy. Przypuszcza się, że w roku 2003 nie nastąpił dynamiczny przyrost sklepów, ale mógł on być wyższy w grupie małych jednostek handlowych niż w przypadku obiektów wielkopowierzchniowych.

Tabela 1: Sklepy i powierzchnia sprzedażowa sklepów wg form własności w latach 1998 – 2002

Lata	Liczba sklepów wg form własności			Powierzchnia sprzedażowa sklepów wg własności		
	krajowej	zagranicznej	mieszanej	krajowej	zagranicznej	mieszanej
1998	448 795	1 657	1 333	23 269 749	910 351	271 167
1999	446 562	2 535	1 135	23 177 486	1 295 755	264 131
2000	428 056	2 975	960	24 923 305	1 763 974	246 505
2001	445 212	3 250	877	27 988 341	2 609 039	200 655
2002	444 322	3 528	792	30 171 845	2 768 653	155 482
2003	443 083	4 030	785	30 161 135	3 575 683	163 337

Źródło: Dane GUS; Raport o stanie handlu wewnętrznego w Polsce w 2003 roku

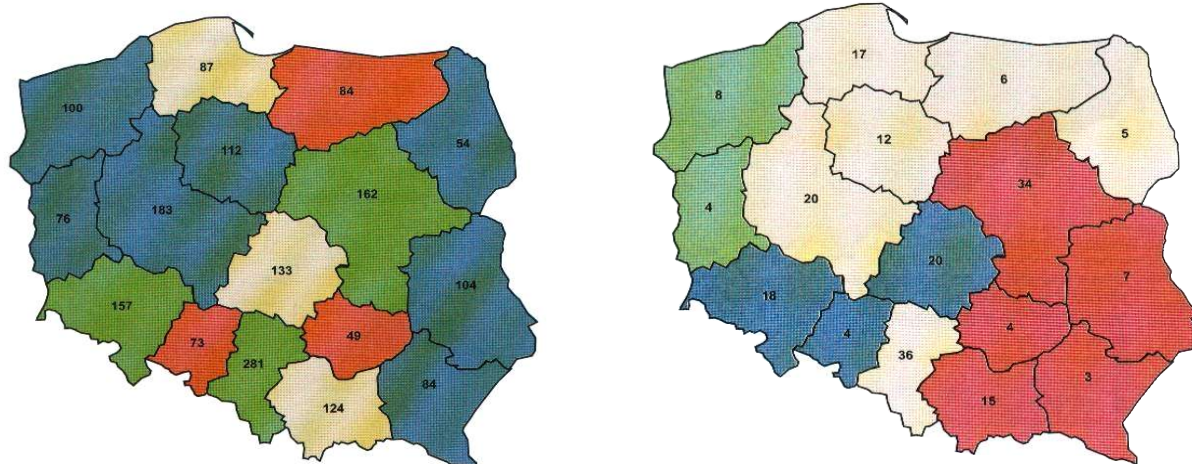
W roku 2002 nastąpił nieznaczny spadek sklepów własności krajowej na rzecz sklepów z kapitałem zagranicznym. W 2003 roku w porównaniu z 2002 nastąpiło nieznaczne zmniejszenie liczby sklepów w Polsce o 0,6 %. Dynamicznie natomiast powiększa się liczebność sklepów własności zagranicznej, tj. o 14,2% w porównaniu z 2002 rokiem i o prawie 60% w ciągu ostatnich pięciu lat. Sieć ta ciągle zmienia dotychczasową strukturę handlu detalicznego. Rośnie znaczenie wielkopowierzchniowych obiektów handlowych uniwersalnych i wyspecjalizowanych. Wpływają one na przemiany jakościowe w polskim handlu detalicznym. Liczebność sklepów najmniejszych minimalnie wzrosła o 0,6% w roku 2002 w stosunku do roku 2001, natomiast o 3,8% wzrosła liczba obiektów największych o powierzchni sprzedażowej 401 m² i więcej.

W sieci sklepowej dominują sklepy o powierzchni sprzedażowej do 50 m² – około 93%. Średnia powierzchnia sklepu wynosiła w roku 1998: dla sklepów własności krajowej – 51,8 m² i dla sklepów własności zagranicznej – 549,4 m², a w roku 2002: dla sklepów własności krajowej – 67,9 m² i dla sklepów własności

zagranicznej – 784,8 m². Wskaźnik nasycenia powierzchnią handlową w Polsce był prawie dwukrotnie niższy niż w krajach Unii Europejskiej – wynosił w roku 1998 - 632 m² na 1000 mieszkańców, a w roku 2002 – 865,8 m².

Do wielkopowierzchniowych obiektów handlowych zalicza się wszystkie sklepy mające 401 m² i więcej powierzchni sprzedażowej⁴. W roku 2002 było ich 4.625, z czego 4.283 to sklepy o powierzchni od 401 m² do 2.499 m², a 342 – mające 2.500 i więcej m². Łącznie stanowiły one tylko 1,03% ogólnej liczby sklepów w Polsce, ale skupiały 16,7% powierzchni sprzedażowej kraju. Nastąpiło pewne zahamowanie w dynamice rozwoju tych obiektów, a spowodowane to było słabym wzrostem gospodarczym Polski, jak i formalno – prawnymi uregulowaniami (nowelizacja ustawy o zagospodarowaniu przestrzennym). Po zahamowaniu inwestycji w 2002 roku nastąpił ich ponowny wzrost w 2003 roku. Spośród 5.141 takich punktów sprzedaży w Polsce w 2003 roku – 4.712 to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 401 do 2.499 m², a 429 – mające 2.500 i więcej m² powierzchni. Stanowiły one 19,2% powierzchni sprzedażowej ogółem sklepów w Polsce.

Wykres 2: Liczba supermarketów i hipermarketów w roku 2003 w poszczególnych województwach



Udział powierzchni sprzedażowej sklepów o powierzchni sprzedażowej większej niż 400 m² w powierzchni sprzedażowej sklepów ogółem w województwach

- czerwony - do 13%
- niebieski - 13,1% - 16%
- kremowy - 16,1% - 18%
- zielony - 18% i więcej

Powierzchnia sprzedażowa na 1000 mieszkańców w m²

- czerwony - do 800
- niebieski - 801 – 900
- kremowy - 901 – 1000
- zielony - 1001 – więcej

Źródło: Dane GUS; Polska 2003, Raport o stanie handlu wewnętrznego

W roku 2002 dynamicznie wzrasta liczba supermarketów z kapitałem zagranicznym (ponad 50%). Największe skoncentrowanie supermarketów i hipermarketów występowało – w Śląskiem, Wielkopolskiem,

⁴ Według Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej w Raporcie o stanie handlu wewnętrznego wymienia się następujące wielkopowierzchniowe obiekty handlowe: supermarkety, domy handlowe, domy towarowe, sklepy dyskontowe, hipermarkety, hale targowe, samoobsługowe domy handlowe

Mazowieckiem, Dolnośląskiem, Łódzkim, Małopolskiem. Województwami o najwyższej koncentracji obiektów wielkopowierzchniowych w roku 2003 były: mazowieckie (23,5% ich powierzchni sprzedażowej w powierzchni sprzedażowej ogółem w województwie), dolnośląskie (22,7%), śląskie (22,5%), wielkopolskie (19,1%) i małopolskie (19,1%). W 2003 roku 33,3% wielkopowierzchniowych obiektów handlowych należało do przedsiębiorstw zagranicznych.

W okresie względnej stabilizacji ilościowej i jakościowej znajdują się domy handlowe w Polsce. Stagnację zaś nadal wykazują domy towarowe, które próbują na wszelkie sposoby ustabilizować swoją padającą pozycję na rynku.

Rozwój nowoczesnych powierzchni handlowych w Polsce zaczął HIT i Auchan w 1995r. od uruchomienia hipermarketów pod Warszawą. Ekspansja hipermarketów i supermarketów w naszym kraju trwa. W Europie, praktycznie we wszystkich krajach, gdzie następowała ekspansja usiłowano ingerować w ich rozwój. Małe sklepy żądały ochrony. Trzeba jednak przyznać, że nigdzie jednak nie zatrzymano ich rozwoju. Z prostej przyczyny praw ekonomii – walka z hipermarketami to walka bowiem z klientami. Największe boje z ekspansją hipermarketów toczą się we Francji. Jednakże kolejne posunięcia w celu ochrony drobnego handlu nie przyniosły rezultatu. „Jeśli nie można pokonać to należy się przyłączyć” – ta maksyma i tu znalazła swe zastosowanie. Aktualnie w kilku krajach wprowadzono regulacje ustalające zasady współpracy sieci hipermarketów z lokalnymi kupcami. Wzrost ilości hiper – i supermarketów nie jest zjawiskiem tylko polskim, ale europejskim.

1.3. Handel hurtowy

Sieć magazynowa handlu znajduje się w gestii przedsiębiorstw handlowych, handlowo – usługowych i produkcyjno – handlowo – usługowych. Handel hurtowy w Polsce podlega ciągłym przemianom. Pomimo zmniejszania się liczby magazynów, wzrosła ich powierzchnia składowa. Średnia powierzchnia składowa magazynów w roku 2002 wynosiła 530,8 m² i w porównaniu z rokiem 2001 wzrosła o 6,5%. W roku 2003 wynosiła ona 547,4 m². To korzystne zjawisko, gdyż większe magazyny oznaczają niższe koszty i możliwość zastosowania nowoczesnych technologii. To zaś oznacza lepsze warunki przechowywania towarów. Duże znaczenie ma także szybkość realizacji zamówień.

Następuje rozwój sieci magazynów zamkniętych użytkowanych przez zagraniczne przedsiębiorstwa handlowe. W roku 2002 udział obiektów magazynowych należących do tych przedsiębiorstw w ogólnej liczbie magazynów zamkniętych hurtu zwiększył się prawie 1,5 – krotnie, a w detalu ponad 2 – krotnie. Zjawisko to to efekt działalności inwestycyjnej ukierunkowanej na uruchamianie centrów dystrybucyjnych i centrów usług logistycznych. Na przeważającym obszarze Polski zwiększyły się realne szanse lepszej obsługi jednostek handlu detalicznego, a także zastosowania w obiektach magazynowych nowoczesnych rozwiązań technologicznych. W województwie wielkopolskim średnia powierzchnia obiektu magazynowego w roku 2002

wynosiła 618,8 m², a 666,1 m² w roku 2003 i jest to jedno z trzech województw, na których zlokalizowane są największe magazyny (pozostałe to województwa: podlaskie i mazowieckie).

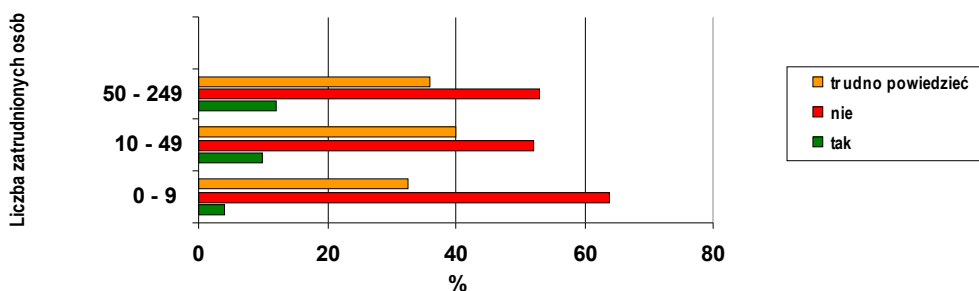
Prognozy wskazują na to, że z racji naszego członkostwa w Unii Europejskiej i otwarcia rynku powstanie wiele nowych zagranicznych przedsiębiorstw hurtowych, dla których nasz kraj będzie dogodną platformą działalności dystrybucyjnej w tym regionie Europy.

1.4. Ocena sytuacji własnej przez przedsiębiorców

Według przedsiębiorców najważniejszymi barierami i problemami, przed którymi stoją mali i średni przedsiębiorcy to wysokość podatków i opłat, mało elastyczne prawo pracy i koszty pracy, a także skomplikowane przepisy oraz długotrwałe i biurokratyczne procedury administracyjne. Jedną z poważnych barier dla rozwoju MSP jest trudny dostęp do kapitału. Jednakże nastroje wśród przedsiębiorców poprawiają się w chwili obecnej, pomimo bardzo złej oceny polityki gospodarczej Rządu.

W zasadzie wszelkie badania i analizy rynku oraz koniunktury wykazują ożywienie gospodarcze a przedsiębiorcy odczuwają wzrost popytu na własne produkty i usługi. Uznają jednak ostatnie dwa lata za trudne. Wciąż mało inwestują własnych środków w unowocześnianie własnej formy, a wynika to z niepewności co do stabilności otoczenia politycznego, które ma wpływa na trwałość ożywienia gospodarczego. Ten pesymizm w ocenie własnej perspektywy rozwojowej mikroprzedsiębiorstw wynika z odczuwania przez nie kryzysu gospodarczego. Dlatego bardzo mały ich procent deklaruje możliwości wzrostu zatrudnienia czy inwestycji.

Wykres 3: Perspektywy rozwoju MSP w ocenie przedsiębiorców



Źródło: Badania ankietowe MGPIPS, styczeń 2004r.

1.5. Problematyka handlu usługami

Usługi stanowią w wielu krajach dominujący sektor gospodarki. W krajach wysoko rozwiniętych w sektorze usług jest zatrudnionych od 50 – 70% ogółu czynnych zawodowo. W tych samych granicach waha się udział usług w PKB.

Znaczenie usług jest dużo większe niż wykazują to wszelkie wskaźniki ekonomiczne. Pełnią istotną rolę w funkcjonowaniu całego systemu gospodarczego. Niektóre z nich (np. transportowe, budowlane,

dystrybucyjne) są silnie powiązane z produkcją dóbr, stanowiąc ich uzupełnienie lub kontynuację. Inne usługi (np. edukacyjne, zdrowotne) pośrednio oddziałują na proces produkcji dóbr. Usługi np. radiowe, telewizyjne, reklamowe mają zaś charakter socjalno – kulturowy. Wpływają na styl życia i wzorce zachowań, kreują konsumpcję dóbr i innych usług. Mimo, iż te usługi nie mają odzwierciedlenia pieniężnego to ich znaczenie w gospodarce jest duże. Inne usługi mają strategiczne znaczenie dla gospodarki kraju (np. finansowe, telekomunikacyjne) i bez ich sprawnego funkcjonowania nie jest możliwe efektywne jej działanie.

Polski sektor usług w gospodarce wyraźnie się rozwija. Choć model gospodarki usługowej u nas jeszcze nie funkcjonuje wyraźnie. To jednak stanowią one najważniejszy jej sektor. Dzięki nim powstaje ponad 40% PKB i udział ten zwiększa się z roku na rok o kilka procent. Ten dynamicznie rozwijający się sektor jest szansą na rozwinięcie własnej działalności gospodarczej przez osoby fizyczne i wiele z osób z tej szansy skorzystało.

2. Rozwój oraz stan handlu i usług w Pleszewie

2.1. Mapa handlowa Miasta i Gminy Pleszew

Liczba podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w Pleszewie na danych ciągach komunikacyjnych przedstawia się następująco:

LEGENDA:



- liczba podmiotów gospodarczych od 0 - 25



- liczba podmiotów gospodarczych od 25 – 50 (ul. Piaski, Kazimierza Wielkiego, Al. Wojska Polskiego)



- liczba podmiotów gospodarczych od 50 – 100 (ul. Sienkiewicza, Rynek, Mieszka I)



- liczba podmiotów gospodarczych powyżej 100 (ul. Kaliska, Marszewska, Poznańska)

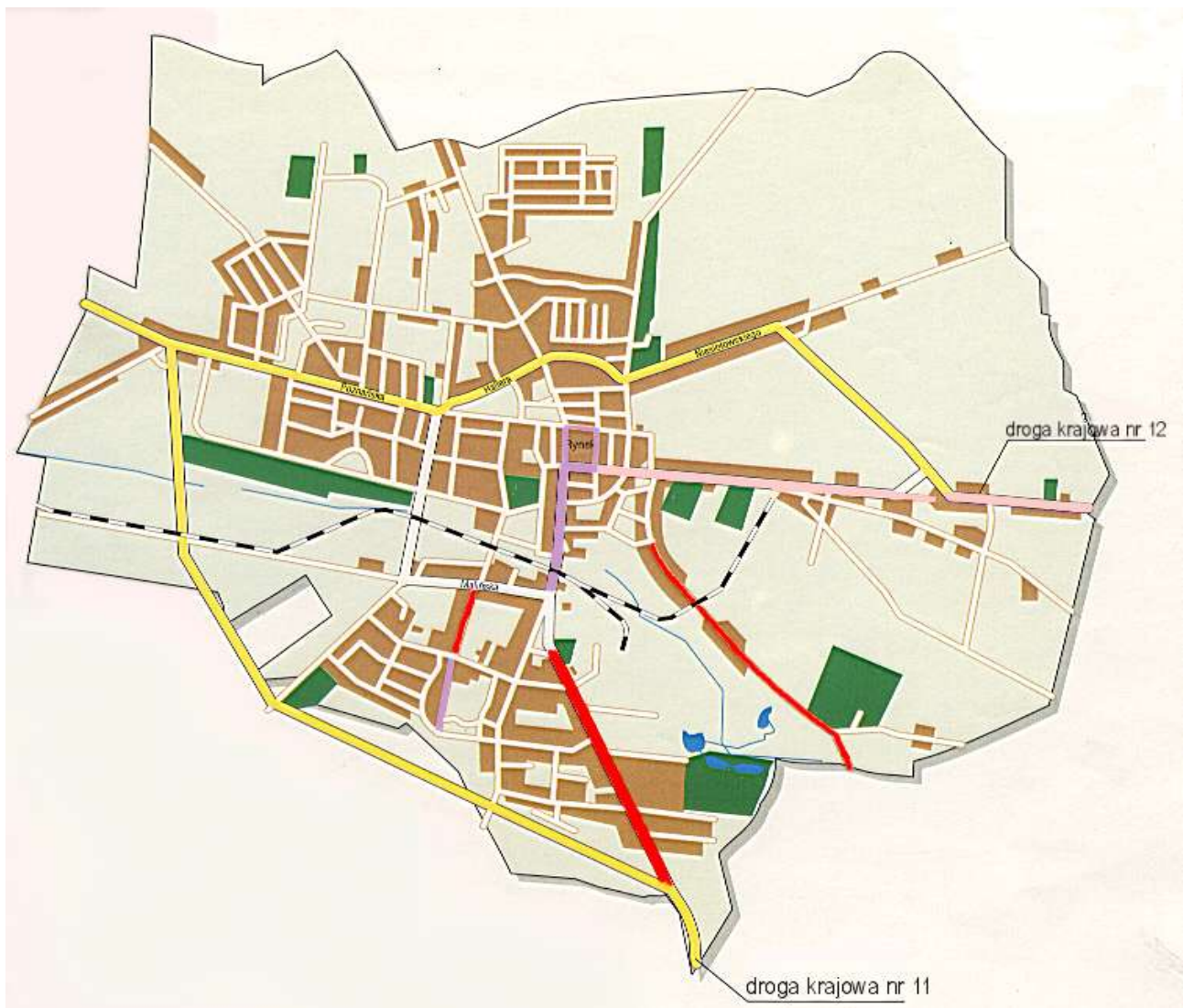


Tabela 2: Liczba podmiotów gospodarczych Pleszewa według ulic

Lp.	Ulica	Liczba podm.	Lp.	Ulica	Liczba podm.	Lp.	Ulica	Liczba podm.
1	Aleje Mickiewicza	6	51	Kopernika	1	101	Wł. Reymonta	1
2	Aleje Wojska Pol.	40	52	Kossaka	1	102	Rolna	1
3	Anny Jagiellonki	-	53	Kowalska	6	103	Różana	2
4	Armii Poznań	6	54	Kościelna	2	104	Rynek	54
5	Asnyka	-	55	Kraszewskiego	9	105	Sienkiewicza	73
6	Bałtycka	2	56	Królowej Jadwigi	2	106	M. C. Skłodowskiej	-
7	M. Bałuckiego	-	57	Krótką	7	107	Słoneczna	5
8	Błotna	1	58	Krzywa	8	108	Słowackiego	6
9	W. Bogusławskiego	1	59	Krzyżowa	-	109	L. Solskiego	-
10	M. Bogusza	3	60	K. Kurpińskiego	-	110	K. Sopałowicza	9
11	E. Bojanowskiego	9	61	Kusocińskiego	5	111	Sporna	5
12	B. Chrobrego	-	62	Kwiatowa	1	112	Sportowa	1
13	B. Krzywoustego	15	63	Ks. K. Niesiołowskiego	2	113	St. A. Poniatowskiego	-
14	B. Śmiałego	3	64	Lenartowicza	7	114	Stare Targowisko	1
15	Bramkowa	2	65	Lipowa	16	115	S. Batorego	9
16	Chelmońskiego	-	66	Łąkowa	2	116	Stolarska	1
17	Chopina	8	67	Makowskiego	1	117	Strumykowa	-
18	Cicha	-	68	Malinie	-	118	Szenica	13
19	Ciołkowskiego	-	69	Malińska	12	119	Szkolna	4
20	Dąbrowskiego	1	70	K. Marcinkowskiego	-	120	Szpitalna	6
21	Daszyńskiego	21	71	Marszewska	118	121	K. Szymanowskiego	1
22	Drobnika	1	72	J. Matejki	-	122	Św. Ducha	1

23	Kubackiego	3	73	Michałowskiego	-	123	Śmieja Młyn	-
24	Fabryczna	3	74	Mieszka I	53	124	Targowa	13
25	Fredry	8	75	Młyńska	-	125	Toruńska	6
26	Galczyńskiego	5	76	A. F. Modrzewskiego	4	126	Traugutta	12
27	Garncarska	7	77	Moniuszki	1	127	Tuwima	-
28	Gdańska	2	78	Norwida	7	128	Tyniec	3
29	Gdyńska	2	79	Nowa	8	129	Wąska	1
30	Gieryskiego	2	80	F. Nowowiejskiego	-	130	H. Wieniawskiego	1
31	Glinki	4	81	Ogrodowa	22	131	Wierzbowa	6
32	Grottgera	3	82	Olsztyńska	-	132	Witkiewicza	4
33	Grunwaldzka	5	83	Osiedlowa	1	133	Wiśniowa	1
34	Gen. J. Hallera	7	84	I. Paderewskiego	-	134	Władysława Jagiełły	3
35	Helska	-	85	Panieńska	2	135	Władysława Łokietka	-
36	W. Jacorzyńskiego	-	86	Piaski	33	136	Wł. Warneńczyka	-
37	Jana III Sobieskiego	17	87	Plac Kościelny	2	137	Wodna	5
38	Kaliska	103	88	Plac Kościuszki	3	138	Wrzesińska	-
39	M. Karłowicza	2	89	Pl. Powstańców Wlkp.	3	139	Wschodnia	3
40	Karczewskiego	12	90	Pl. Wolności im. Jana Pawła II	2	140	Wypiańskiego	7
41	Kasztanowa	4	91	Podgórna	17	141	Zachodnia	20
42	Kazimierza Wielkiego	25	92	Polna	3	142	Zamkowa	10
43	J. Kiepury	-	93	Pomorska	13	143	Zielona	23
44	Kilińskiego	11	94	Poziomkowa	1	144	Zygmunta Augusta	2
45	S. Kisielewskiego	-	95	Poznańska	154	145	Zygmunta Starego	16
46	Koźmińska	16	96	Prokopowska	21	146	Zygmunta III Wazy	-
47	Kochanowskiego	13	97	Prusa	10	147	Żeromskiego	8
48	Kolejowa	14	98	Przemysława II	-			
49	Komunalnych	1	99	70 Pułku Piechoty	-			
50	Konopnickiej	-	100	M. Reja	6			

Źródło: Ewidencja działalności gospodarczej Miasta i Gminy Pleszew

Powyższa tabela przedstawia wszystkie podmioty gospodarcze, których miejsce wykonywania działalności jest wskazane na danej ulicy. Nie wykazano w tabeli podmiotów, których miejscem wykonywania jest teren całego kraju.

2.2. Statystyka dotycząca handlu i usług Pleszewa

W ewidencji działalności gospodarczej Urzędu Miasta i Gminy zarejestrowanych jest ogółem 2.483 podmioty gospodarcze na terenie Miasta i Gminy Pleszew. 83,6% zarejestrowanych podmiotów gospodarczych przypada na Miasto Pleszew, 16,4% to podmioty działające na terenie wiejskim.

Tabela 3: Tendencje – podmioty gospodarcze Miasta i Gminy Pleszew

	1999	2000	2001	2002	2003	I półrocze 2004
Wpisy łącznie	4.407	4.688	5.265	5.444	5.623	5.713
Wykreślenia	1.966	2.313	2.693	2.898	3.141	3.254
Zarejestrowane	2.441	2.375	2.572	2.546	2.482	2.459

Źródło: Ewidencja działalności gospodarczej Miasta i Gminy Pleszew

Działami dominującymi na terenie Miasta i Gminy Pleszew są handel i usługi, co jest analogiczne do tendencji ogólnopolskich. Ze szczegółowej analizy rejestrowej podmiotów gospodarczych Pleszewa wynika,

że największą grupę stanowią podmioty świadczące usługi dla ludności oraz osoby fizyczne zajmujące się działalnością handlową.

Według Głównego Urzędu Statystycznego, Oddział w Kaliszu w systemie REGON w roku 2003 było zarejestrowanych w Pleszewie 416 sklepów, zaś poza Miastem – 61, a w całym powiecie pleszewskim – 771. Liczba mieszkańców w Pleszewie przypadająca na jeden sklep wynosi: 62,7 osób. Dla porównania np. w Gostyniu – 69,9, Jarocinie – 70,3, Lesznie – 62,5, Suwałkach – 67,8. W Unii Europejskiej wskaźnik ilości mieszkańców na 1 sklep wynosi 280 – 320 (dane z 2001r.). Te dysproporcje można zinterpretować następująco: jeden sklep w Pleszewie utrzymuje się średnio z około 63 mieszkańców. Aby utrzymać się z zakupów tak niewielkiej ilości klientów drobne sklepy muszą utrzymywać dość wysokie marże sprzedawanych towarów. Wpływa to bezpośrednio na wyższy poziom cen i wyższe koszty utrzymania.

Analizując inny wskaźnik charakteryzujący sieć handlową wynika, że w Pleszewie jest 15,9 sklepów przypadających na 1.000 mieszkańców. Dla porównania: w Gostyniu – 14,3, Suwałkach – 14,7, Poznaniu – 14,1. W porównaniu do innych krajów europejskich wskaźnik ten dla Polski jest znacznie za wysoki – np. na Węgrzech wynosi 2 sklepy, we Francji – 1,3, w Słowacji – 1,8 sklepów na 1.000 mieszkańców.

Zgodnie z analizą rejestrów ewidencji działalności gospodarczej liczba podmiotów gospodarczych zajmujących się działalnością handlową w różnych formach w zakresie artykułów przemysłowych (m.in. obuwie, odzież, AGD, meble, chemia, kosmetyki, materiały budowlane, skup złomu, auto – handel, artykuły ogrodnicze, nawozy, pasze, RTV, itp.) wynosi w Mieście – 628, a poza Miastem – 216. W branży spożywczej – 177 podmiotów w Mieście i 78 – na terenie wiejskim. Formy działalności handlowej to handel obwoźny, okrężny, hurtowy i detaliczny poza siecią sklepową.

W dziale usług kształtuje się to następująco: 836 podmiotów gospodarczych w Mieście i 259 poza Miastem. Gastronomia – 14 podmiotów w Mieście i 7 – poza Miastem. Pozostałe podmioty gospodarcze to 244 firm zajmujących się produkcją. Więc 44,7% podmiotów gospodarczych Miasta i Gminy Pleszew to podmioty prowadzące działalność handlową, 44,5% - działalność usługową, 0,9% - działalność gastronomiczną i 9,9% - pozostała działalność (produkcyjna).

Analiza podmiotów gospodarczych przeprowadzona na podstawie danych urzędowych nie będzie obiektywna, gdyż jeden podmiot gospodarczy może prowadzić działalność gospodarczą w kilku branżach, zarówno handlowej, jak i usługowej czy produkcyjnej, jak również w kilku miejscach wykonywania działalności. Wtedy to podmiot gospodarczy będzie wykazany w statystyce wielokrotnie, a to w efekcie „zniękształca” dokładną liczbę podmiotów gospodarczych. Inną kwestią jest również fakt, że podmioty gospodarcze mają obowiązek rejestrowania się zgodnie z miejscem zamieszkania, co nie jest równoznaczne z miejscem wykonywania działalności. Stąd na terenie Miasta i Gminy Pleszew znajdują się takie podmioty, które nie figurują w ewidencji działalności a prowadzą działalność.

Na podstawie przebadanych 70. wybiórczo wybranych podmiotów gospodarczych w Mieście Pleszewie dokonano analizy liczby osób pracujących i powierzchni sprzedażowej sklepów (dane z 2003r.)

Liczba pracujących w tych placówkach wynosi 173 osoby, co daje średnio przeciętne zatrudnienie w jednej firmie (sklepie) – 2,5 osoby.

Powierzchnia sprzedażowa wynosi w sumie – 3.459,17 m², co daje średnią wielkość powierzchni sprzedażowej w Pleszewie 49,4 m² na w porównaniu do średniej krajowej, która wynosi 67,9 m² w roku 2002.

Szacunki więc wyraźnie wskazują na to, że Pleszew podobnie jak wiele innych miast w Polsce nie odbiega od średniej krajowej. Większość sklepów to sklepy o tradycyjnej formie sprzedaży. Handel na początku lat dziewięćdziesiątych wchłonął znaczną część tych, którzy utracili pracę w okresie transformacji gospodarczej kraju. Złagodziło to wtedy skutki bezrobocia. Małe sklepy dały pracę i źródło utrzymania setkom ludzi. Część z tych ludzi straciło pracę i straci, gdyż większość aktualnych kupców nie ma żadnego przygotowania fachowego i odpowiedniej wiedzy o handlu, aby prowadzić walkę konkurencyjną o utrzymanie się na rynku, nie mówiąc o braku kapitału na rozwój własnej działalności. Według przeprowadzonych badań przez Instytut Eurotest 70% kupców ma inne niż handlowe wykształcenie i nie uczestniczyło przy tym w żadnych szkoleniach poszerzających wiedzę handlową i marketingową.

Średnie zatrudnienie w pleszewskich sklepach jest na podobnym poziomie, jak w innych miastach w Polsce. Dla porównania: w Gostyniu – 2,3 osoby, w Olsztynie – 2,5 osoby, w Suwałkach – 1,9 osoby, w Białymstoku – 2,8 osoby, w Nowym Sączu – 2,9 osoby. Poziom więc tego wskaźnika świadczy o tym, że przedsiębiorstwa handlowe w Pleszewie są w większości bardzo małymi firmami, zgodnie z PKD zaliczanymi do grupy mikroprzedsiębiorstw (tj. do 9 zatrudnionych). A więc tych firm, których w strukturze handlu jest 96%.

Ze względu na swój niewielki potencjał mają bardzo małą zdolność walki konkurencyjnej z innymi formami handlu i niską możliwość rozwoju. Są to bowiem z reguły przedsiębiorstwa rodzinne, których dochód służy na bieżące utrzymanie rodziny.

Najpopularniejszymi branżami dominującymi w Mieście i Gminie Pleszew są:

- handel detaliczny artykułami spożywczymi	- 219 podmiotów gospodarczych
- handel detaliczny artykułami przemysłowymi	- 551
- auto – handel	- 128
- ślusarstwo ogólne	- 82
- kotłarstwo	- 78
- mechanika pojazdowa	- 62
- stolarstwo	- 62
- murarstwo	- 62
- instalatorstwo sanitarne, CO	- 42

Na terenach wiejskich funkcjonują 404 podmioty gospodarcze ogółem. Poniższa tabela przedstawia liczbę podmiotów w poszczególnych sołectwach.

Tabela 4: Liczba podmiotów gospodarczych w sołectwach

Lp.	Sołectwo	Liczba podmiotów	Lp.	Sołectwo	Liczba podmiotów
1	Baranówek	1	15	Marszew	9
2	Borucin	1	16	Nowa Wieś	14
3	Bronów	4	17	Pacanowice	4
4	Brzezie	22	18	Piekarzew	22
5	Bógwidze	2	19	Prokopów	15
6	Dobra Nadzieja	24	20	Rokutów	7
7	Grodzisko	14	21	Sowina	15
8	Janków	7	22	Sowina Błotna	12
9	Korzkwy	8	23	Suchorzew	13
10	Kowalew	89	24	Taczanów I	3
11	Kuczków	18	25	Taczanów II	15
12	Lenartowice	27	26	Zawady	-
13	Lubomierz	6	27	Zawidowie	7
14	Ludwina	10	28	Zielona Łąka	35

Źródło: Ewidencja działalności gospodarczej Miasta i Gminy Pleszew

2.3. Targowiska

Przedsiębiorstwo Komunalne Sp. z o.o. w Pleszewie administruje trzema targowiskami:

- przy ul. 70 Pułku Piechoty,
- przy ul. Stare Targowisko,
- przy ul. Ogrodowej.

Targowisko przy ul. Ogrodowej posiada 236 miejsc handlowych wyznaczonych w dni targowe, 19 kiosków i pawilon (boksy) na 8 miejsc. W chwili obecnej mimo ograniczonego terenu i ograniczonej ilości stoisk handlowych na targowisku nadal są wolne miejsca, które można przeznaczyć do handlu.

Na targowisku przy ul. Stare Targowisko do prowadzenia działalności handlowej wyznaczone są 92 miejsca. W okresie od kwietnia do końca listopada wykorzystywane ono jest w 90%. Okres zimowy to spadek działalności handlowej. Wykorzystywanie miejsc waha się od 20 – 30%.

Teren targowiska przy 70 Pułku Piechoty został w całości utwardzony. W okresie wiosennym i letnim teren targowiska w dni targowe jest mocno przepelniony. Brakuje miejsc na parkowanie samochodów. Przeciętnie w każdy dzień targowy jest ponad 300 pojazdów. Konieczna jest rozbudowa targowiska, co w dużym stopniu poprawi warunki handlu oraz przestrzeganie przepisów BHP i sanitarnych.

Na terenie Pleszewa istnieje jeszcze jedno nieformalne targowisko przy ul. Mieszka I. Teren, na którym odbywa się handel znajduje się w wieczystym użytkowaniu Spółdzielni Mieszkaniowej. Spółdzielnia nie posiada środków finansowych na zalegalizowanie targowiska. Rada Miejska w Pleszewie na XXXIV Sesji Rady Miejskiej w dniu 29 listopada 2001r. przyjęła stanowisko w tej sprawie. Targowisko obecnie spełnia pewne zapotrzebowanie społeczne, część opłat targowych jest przekazywana na cele społeczne – dożywianie dzieci z Zespołu Szkół Publicznych Nr 3 w Pleszewie. W kilkuletnich zamierzeniach planowana jest na tym terenie budowa budynku wielorodzinnego, dlatego Spółdzielnia uważa za niecelowe zalegalizowanie targowiska.

3. Uregulowanie problematyki handlu i usług na terenie Miasta i Gminy Pleszew

Określenie sposobu zagospodarowania i ustalenie przeznaczenia terenów następuje w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego, uchwalanym przez Radę Gminy. W planie miejscowym określa się m. in. :

- przeznaczenie terenów,
- zasady ochrony i kształtowania ładu przestrzennego,
- parametry i wskaźniki kształtowania zabudowy oraz zagospodarowania terenu,
- szczególne warunki zagospodarowania terenów.

Miasto i Gmina Pleszew posiada szereg aktualnych miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, w których wyznaczone zostały obszary pod działalność handlową i usługową:

- Miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego śródmieścia miasta Pleszewa,
- Miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego obszaru w rejonie ulic Słowackiego i Targowej w Pleszewie,
- Miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego „Pleszew – rejon ul. Pomorskiej i Zachodniej” dla północno – zachodniej części miasta Pleszewa,
- Miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego „Szosa Jarocińska” dla części wsi Kowalew i Korzkwy gmina Pleszew,
- Miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego „Osiedle Lenartowice” dla obszaru części wsi Lenartowice gm. Pleszew

W przypadku braku planu miejscowego ustalenie sposobu zagospodarowania i warunków zagospodarowania terenu następuje w drodze decyzji o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu, przy czym:

- 1) lokalizację inwestycji celu publicznego ustala się w drodze decyzji o lokalizacji inwestycji celu publicznego,
- 2) sposób zagospodarowania terenu i warunki zabudowy dla innych inwestycji ustala się w drodze decyzji o warunkach zabudowy.

Decyzje o warunkach zabudowy wydaje Burmistrz na wniosek inwestora.

3.1. Wspierające działania lokalnego samorządu pleszewskiego

W celu aktywizowania lokalnego rynku, przyspieszania rozwoju gospodarczego Miasta i Gminy Pleszew czy zachęcania do podejmowania działalności gospodarczej pleszewskich przedsiębiorców Rada Miejska podjęła dwie uchwały:

- 1) Nr XXI/129/2004r. z dnia 24 czerwca 2004r. w sprawie zwolnień przedmiotowych w podatku od nieruchomości. Uchwała jest adresowana do małych i średnich przedsiębiorstw prowadzących swoją działalność na terenie Miasta i Gminy Pleszew.
- 2) Nr XXII/141/2004r. z dnia 23 września 2004r. w sprawie zwolnienia z opłaty stałej od wniosku o wpis do ewidencji działalności gospodarczej. Uchwała skierowana jest do osób bezrobotnych, po raz pierwszy podejmujących działalność gospodarczą.

4. Sklepy wielkopowierzchniowe i sieciowe w Pleszewie

Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej w swoim Raporcie o stanie handlu wewnętrznego 2003 zalicza do wielkopowierzchniowych obiektów handlowych wszystkie sklepy mające 401 i więcej m² powierzchni sprzedażowej.

Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z dnia 27 marca 2003r. (Dz. U. Nr 80 z dnia 10.05.2003r.), która weszła w życie 11 lipca 2003r. określa zasady polityki przestrzennej gminy, w tym lokalne zasady zagospodarowania przestrzennego. Gmina ma obowiązek określenia w Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego obszarów, dla których obowiązkowe jest sporządzenie miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego na podstawie przepisów odrębnych, w tym obszarów wymagających przeprowadzenia scaleń i podziału nieruchomości, a także obszarów rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2.000 m² oraz obszarów przestrzeni publicznej⁵.

„W celu ustalenia przeznaczenia terenów, w tym dla inwestycji celu publicznego, oraz określenia sposobów ich zagospodarowania i zabudowy rada gminy podejmuje uchwałę o przystąpieniu do sporządzenia miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego, zwanego dalej „planem miejscowym” (...). W planie miejscowym określa się m.in. granice terenów pod budowę obiektów handlowych, o których mowa w art. 10 ust.2 pkt 8.

Tabela 5: Sklepy sieciowe na terenie Pleszewa

Lp.	Nazwa sklepu	Adres	Właściciel	Powierzchnia sprzedażowa	Liczba pracowników
1.	LIDL Polska Sp. z o.o.	Pleszew, ul. Kaliska 29	LIDL POLSKA Sklepy Spożywcze Sp. z o.o., Jankowice	1.286 m ²	27
2.	POLO Market	Pleszew, ul. Bogusza 1	FRAPO Dystrybucja Sp. z o.o., Konin	550 m ²	33
3.	POLO Market	Pleszew, ul. Mieszka I 3b	FRAPO Dystrybucja Sp. z o.o., Konin	380 m ²	19
4.	BIEDRONKA	Pleszew, ul. Sienkiewicza 44	JERONIMO Martins Dystrybucja Sp. z o.o., Poznań	350 m ²	11
5.	ŻABKA	Pleszew, ul. Poznańska	Bogumiła Cierniak, Gołuchów	32 m ²	3

⁵ Art.10, ust. 2, pkt 8 Ustawy z dnia 27 marca 2003r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. Nr 80 z dnia 10.05.2003r.)

6.	DINO	Pleszew, ul. Rynek 8	Zakłady Mięsne „BIERNACKI”, Czeluścin	215 m ²	8
7.	DINO	Pleszew, ul. B. Krzywoustego 3	Zakłady Mięsne „BIERNACKI”, Czeluścin	150 m ²	12
8.	LEWIATAN	Pleszew, ul. Gałczyńskiego 2	ZPHU Krzysztof Cichoń, Rokutów	100 m ²	5
9.	LEWIATAN	Pleszew, ul. Sportowa 1	Jolanta Marzyńska, Pleszew	140 m ²	8

Należy nadmienić, że rozpoczęto również budowę obiektu usługowo - handlowego branży spożywczej o powierzchni sprzedażowej do 1.000 m² (budowa na etapie fundamentów) w Pleszewie przy ul. Sienkiewicza (były terenu GS).

5. Założenia polityki przestrzennej dotyczącej struktury handlu i usług w Pleszewie

Działalność pleszewskich kupców i handlowców stanowi jeden z istotnych przedmiotów zainteresowania władz samorządowych. W obszarze polityki handlowej Pleszewa zawsze istotną rolę odgrywały i odgrywają procesy koncentracji i integracji w handlu. Władze wspierają i inspirują powstawanie nowoczesnych więzi dystrybucyjnych, czego przykładem jest utworzenie Pleszewskiej Izby Gospodarczej czy Pleszewskiego Zrzeszenia Handlu i Usług. Szczególnie w roku 2001 odbywały się spotkania władz z przedstawicielami środowiska kupieckiego, kiedy to następowała dalsza szeroka próba ekspansji wielkopowierzchniowych obiektów handlowych z kapitałem zagranicznym na polskim rynku. Pleszew jako jedna z nielicznych gmin podejmowała wszelkie decyzje dotyczące handlu zgodnie z lobbieniem pleszewskich kupców. Większość gmin zaś w wyścigu do zjednoczonej Europy zapomniała o roli do jakiej zostały one powołane. Okazało się bowiem, że podejmowane decyzje w sprawie handlu wielkopowierzchniowego dawały gminom tylko korzyści krótkoterminowe. Kuriozum sprawy stanowiła sama interpretacja podejmowanych decyzji w sprawie uruchomienia sklepu zagranicznego wielkopowierzchniowego pod kątem utworzenia nowych miejsc pracy, przy braku informacji o bankructwie małych przedsiębiorstw handlowych.

Tematem spotkań pleszewskich handlowców była lokalizacja dużych obiektów handlowych na terenie Pleszewa. Władze konsultowały swoje decyzje ze środowiskiem przedsiębiorców, aby nie stanowiły one zagrożenia dla dotychczasowego rynku i jednocześnie stwarzały sprzyjające warunki dla rozwoju handlu. Udział kupców w tym procesie jest warunkiem koniecznym. To ustawodawca powierzył samorządom zadania publiczne związane z zaspokojeniem zbiorowych potrzeb wspólnoty.⁶ W szczególności zadania własne Gminy obejmują m.in. targowiska i hale targowe. Kompleksowa organizacja działalności handlowej i usługowej nie należy jednak do zadań własnych Gminy.

Praktycznie każde działanie samorządu ma bezpośredni wpływ na lokalne firmy. Dlatego władze lokalne dążyły do wspólnych ustaleń i wspólnego rozwiązania dylematów rozwoju handlu w Pleszewie. A wynikały one z zachwiania proporcji w rozwoju handlu skoncentrowanego w postaci wielkopowierzchniowych

⁶ Art. 7 Ustawy z dnia 8 marca 1990r. o samorządzie gminnym (tekst jednolity Dz. U. Nr 142, poz. 1591 z późn. zmianami)

obiektów handlowych i handlu tradycyjnego oraz handlu na obrzeżach Miasta lub poza jego granicami (na tzw. terenach zielonych) i handlu usytuowanego w centrum Miasta.

Wielokrotne spotkania władz samorządowych z kupcami doprowadziło do podjęcia 18 października 2001r. stanowiska przez Radę Miejską w Pleszewie w sprawie lokalizacji obiektów handlowych na terenie Miasta Pleszewa. Wypracowano również wówczas założenia polityki przestrzennej w celu uporządkowania zasad lokalizacji usług i handlu na terenie Miasta i Gminy Pleszew. Podzielono Miasto na 3 strefy, wyznaczono trzy tereny dla ewentualnej lokalizacji wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, a także wskazano tereny pod lokalizację obiektów do realizacji przez pleszewskich handlowców. Rada Miejska pozytywnie odniosła się również do przekazania aportem gruntu do spółki zawiązanej przez członków Pleszewskiego Zrzeszenia Handlu i Usług w celu pobudowania na tym terenie obiektu handlowego.

W świetle obowiązujących przepisów, gdzie z dniem 1 stycznia 2004r. przestały obowiązywać miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego uchwalone przed 1 stycznia 1995r., Gmina stanęła przed koniecznością sporządzania planów miejscowych dla pozostałych terenów Miasta nieobjętych miejscowymi planami. W istniejących planach zagospodarowania przestrzennego Gmina posiada wyznaczone tereny pod budowę obiektów handlowych o powierzchni do 1.000 m² powierzchni sprzedażowej.

6. Funkcjonowanie i współpraca z instytucjami okołobiznesowymi

Badania Instytutu Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji przy Ministerstwie Gospodarki i Pracy potwierdzają fakt integrowania się krajowych przedsiębiorstw handlowych i usługowych – m.in. w zrzeszenia i stowarzyszenia, co pozytywnie wpływa na wzmocnienie ich pozycji na rynku. Z drugiej zaś strony przedsiębiorstwa te wskazują bariery w integracji – przede wszystkim obawiają się one utraty niezależności i trudności w znalezieniu odpowiednich partnerów do współpracy.

Miasto i Gmina Pleszew aktywnie współpracuje ze wszystkimi organizacjami okołobiznesowymi, które m.in. zajmują się interesami lokalnych handlowców i usługodawców, a więc i z organizacjami kupców. Instrumentami wspierania handlu są m.in.: system rozpowszechniania informacji gospodarczych (informacje o imprezach targowych, programach pomocowych, misjach handlowych, ofertach z centrów i sieci informacyjnych EURO, INFO itp.), doradztwo i szkolenia, programy finansowe – poręczenia kredytowe i mikropożyczki, działania promocyjne - imprezy targowe, wystawiennicze, materiały promocyjne itp.

6.1. Pleszewskie Zrzeszenie Handlu i Usług

Pleszewskie Zrzeszenie Handlu i Usług swoje powstanie datuje na początek maja 2001 roku. W czerwcu 2001r. odbyło się pierwsze spotkanie członków założycieli, na którym został wybrany pierwszy Zarząd. W skład Zarządu weszli: Marian Andrzejewski, Kazimierz Balcer, Hieronim Wojciechowski, Jacek Rauhut i Waldemar Szuszczyński. Siedzibą Zrzeszenia jest miasto Pleszew, a działalność obejmuje obszar powiatu pleszewskiego. Organizacja opiera swoją działalność na pracy społecznej członków. Zrzeszenie

może być członkiem krajowych lub międzynarodowych organizacji o tym samym lub podobnym profilu działania, w tym może także tworzyć i być członkiem związku zrzeszeń.

Siedziba Zrzeszenia znajduje się na ul. Sienkiewicza 2 w Pleszewie, natomiast biuro mieści się na Os. Mieszka I 2d.

Celem Zrzeszenia jest: reprezentowanie i ochrona członków Zrzeszenia; udzielanie członkom Zrzeszenia pomocy w rozwiązywaniu problemów ekonomicznych, organizacyjnych i prawnych związanych z podejmowaniem i prowadzeniem przez nich działalności gospodarczej; propagowanie dobrych obyczajów kupieckich i stanie na straży ich przestrzegania w stosunkach między członkami Zrzeszenia; kultywowanie tradycji wielkopolskiej gospodarności oraz propagowanie i wspieranie gospodarności obywateli jako podstawy rozwoju ekonomicznego; wspieranie z władzami samorządowymi i administracji państwowej w zakresie tworzenia korzystnych warunków działalności kupieckiej i innych inicjatyw gospodarczych oraz zaspokojenia potrzeb społeczeństwa; popieranie rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw; reprezentowanie interesów członków Zrzeszenia wobec organów administracji publicznej.

Zadaniem Zrzeszenia jest również: organizowanie kursów, wystaw, pokazów, giełd, odczytów, dyskusji, sympozjów i seminariów; opracowywanie opinii, ekspertyz i zapytań zmierzających do ujednoczenia wykładni i interpretacji przepisów prawnych.

Zrzeszenie organizuje także liczne spotkania i szkolenia w ramach, których kupcy reprezentujący poszczególne branże spotykają się z przedstawicielami Urzędu Skarbowego, ZUS – u, organizowane są również szkolenia BHP. W latach 2001 – 2003 organizowane były liczne sympozja i kursy.

Ważnym elementem w działalności Zrzeszenia jest angażowanie się w wspieranie lokalnej społeczności, jak również różnych instytucji (Dom Pomocy Społecznej, szpital, szkoły) poprzez przekazywanie środków pieniężnych. W sumie na ten cel Zrzeszenie przekazało 6.253,00 zł.

W związku z wejściem Polski do Unii Europejskiej i chęcią wspierania i stymulowania rozwoju biznesu, Zrzeszenie poprzez osoby je reprezentujące przystąpiło do porozumienia w sprawie utworzenia Regionalnej Sieci Instytucji Otoczenia Biznesu Południowej Wielkopolski. W skład instytucji, które podpisały porozumienie wchodzi: Cech Rzemiosł Różnych Małej i Średniej Przedsiębiorczości w Pleszewie, Cech Rzemiosł Różnych. Związek Pracodawców Drobnej Przedsiębiorczości w Ostrowie Wielkopolskim, Izba Przemysłowo – Handlowa Południowej Wielkopolski z siedzibą w Ostrowie Wielkopolskim, Klub Przedsiębiorców Ziemi Krotoszyńskiej, Krotoszyńskie Zrzeszenie Handlu i Usług, Ostrowskie Zrzeszenie Handlu i Usług, Pleszewska Izba Gospodarcza, Pleszewskie Zrzeszenia Handlu i Usług. Strony zadeklarowały, że należy umiejętnie wykorzystywać nowe technologie i innowacje oraz techniki teleinformacyjne w celu eksponowania i pozyskiwania informacji gospodarczych. Zwrócono uwagę na promowanie lokalnego biznesu i przebudowę instytucji tak, aby mogły funkcjonować w środowisku nasyconym nowoczesną technologią.

Członkowie Zrzeszenia dzielą się na: zwyczajnych, wspierających i honorowych. Członkami zwyczajnymi mogą być osoby fizyczne posiadające pełną zdolność do czynności prawnych i nie pozbawione

praw publicznych, które akceptują cele Zrzeszenia i chcą efektywnie przyczynić się do ich realizacji. Członkami wspierającymi mogą być osoby fizyczne lub prawne zainteresowane działalnością Zrzeszenia, które deklarują poparcie oraz pomoc w realizacji celów Zrzeszenia. Członkiem honorowym może być osoba fizyczna, która wniosła wybitny wkład w rozwój idei Zrzeszenia lub w inny szczególny sposób wniosła zasługi dla Zrzeszenia.

Obecnie Zrzeszenie liczy 120 członków. Zrzeszenie organizuje na rzecz członków dystrybucję talonów zakupowych do zakładów pracy oraz rozlicza zakupy towarów i usług dokonane za pomocą talonów u członków Zrzeszenia.

Władze Zrzeszenia to: Walne Zebranie Członków, Zarząd i Komisja Rewizyjna. W przypadku, gdy liczba członków przekroczy 150 osób Walne Zebranie Członków zostanie zastąpione przez Walne Zebranie Delegatów, wybranych w proporcji jeden delegat na 5 członków. Kadencja wszystkich władz Zrzeszenia trwa 4 lata. Wybór wszystkich władz Zrzeszenia odbywa się w głosowaniu tajnym bezwzględną większością głosów. Wybór władz następuje spośród nieograniczonej liczby kandydatów.

Walne Zebranie Członków może być zwyczajne lub nadzwyczajne. Nadzwyczajne zebranie może odbywać się w każdym czasie, w szczególnie uzasadnionych przypadkach i może obradować nad sprawami wyłącznie, dla których zostało zwołane.

Zarząd składa się z 5 członków, kieruje całokształtem działalności Zrzeszenia, zgodnie z uchwałami Walnego Zgromadzenia, reprezentuje je na zewnątrz i ponosi odpowiedzialność przed Walnym Zgromadzeniem. Jest najwyższą władzą Zrzeszenia między Walnym Zebraniem Członków. Obecnie w skład Zarządu wchodzi: Marian Andrzejewski – Prezes, Kazimierz Balcer – Wiceprezes, Hieronim Wojciechowski – Skarbnik, Leszek Gogoliński – Sekretarz, Zbigniew Oleksy – Członek.

Komisja Rewizyjna składa się z 3 członków, którzy wybierają między sobą przewodniczącego. Komisja Rewizyjna przeprowadza przynajmniej raz w roku kontrolę całokształtu działalności Zrzeszenia, w tym Zarządu, jej zgodność ze Statutem i uchwałami Walnego Zebrania Członków oraz kontrolę bieżącą za szczególnym uwzględnieniem działalności finansowo – gospodarczej pod względem celowości, rzetelności i gospodarności oraz zgodności z przepisami prawa.

W przyszłości Zrzeszenie chciałoby zajmować się głównie sprawami związanymi z promowaniem i wspieraniem lokalnego handlu (spotkania między innymi w Powiatowej Radzie Zatrudnienia czy w Ruchu Rozwoju i Wspierania Przedsiębiorczości). Do priorytetów Zrzeszenia należeć będzie również dobra współpraca z władzami samorządowymi, odnośnie informowania o jakichkolwiek zmianach w planie zagospodarowania przestrzennego, czy też budowy obiektów wielkopowierzchniowych. Zrzeszenie liczy również na owocną i partnerską współpracę przy realizacji programu w sprawie utworzenia Regionalnej Sieci Instytucji Otoczenia Biznesu Południowej Wielkopolski.

6.2. Cech Rzemiosł Różnych Małej i Średniej Przedsiębiorczości

Cech Rzemiosł Różnych w Pleszewie po roku 1945 wznowił swoją działalność od 1 lipca 1956r., czyli w roku powstania powiatu Pleszew. Od chwili zakończenia II wojny światowej do dnia wznowienia działalności Cechu w Pleszewie, rzemieślnicy z obecnego terenu powiatu pleszewskiego zrzeszeni byli w Cechu w Jarocinie, Kaliszu i Krotoszynie. Cech Rzemiosł Różnych Małej i Średniej Przedsiębiorczości w Pleszewie obecnie prowadzi działalność na terenie powiatu Pleszew.

Członkami Cechu na warunkach dobrowolnej przynależności mogą być rzemieślnicy, mali i średni przedsiębiorcy określani ustawą o rzemiośle. Osoba wykonująca działalność gospodarczą na warunkach określonych ustawą o rzemiośle i zatrudniająca pracowników młodocianych w celu przygotowania zawodowego jest obowiązana należeć do Cechu.

Cech jest związkiem pracodawców w rozumieniu ustaw: Prawo Działalności Gospodarczej i o Organizacjach Pracodawców. Cech jest strukturą powiatową Związku Rzemiosła Polskiego, jako reprezentatywnej organizacji pracodawców w rozumieniu ustawy o Trójstronnej Komisji ds. Społeczno – Gospodarczych i Wojewódzkich Komisjach Dialogu Społecznego oraz ustawy o Zatrudnieniu i Przeciwdziałaniu Bezrobociu.

Cech posiada osobowość prawną i działa na podstawie ustawy o rzemiośle z dnia 22 marca 1989r. i postanowień swojego statutu. Cech jest członkiem Izby Rzemieślniczej i Przedsiębiorczości w Kaliszu, zrzeszonej w Związku Rzemiosła Polskiego w Warszawie.

Zadaniem Cechu jako związku pracodawców jest ochrona praw i reprezentowanie interesów zrzeszonych członków wobec związków zawodowych i organizacji pracowników, organów władzy i administracji państwowej oraz organów samorządu terytorialnego, a także utrwalanie więzi środowiskowych, postaw zgodnych z zasadami etyki i godności zawodowej oraz prowadzenie na rzecz swoich członków działalności społeczno – organizacyjnej, kulturalnej, oświatowej i gospodarczej.

Cech w chwili obecnej zrzesza 150 zakładów rzemieślniczych w różnych zawodach i branżach. W branży metalowej – kotlarzy, ślusarzy, w branży motoryzacyjnej – mechaników, blacharzy i lakierników samochodowych, w branży drzewnej – stolarzy, cieślów i bednarzy, w branży budowlanej – murarzy, tynkarzy i malarzy, w branży spożywczej - cukierników, piekarzy, rzeźników i wędliniarzy, kucharzy oraz pozostałe zawody, takie jak: fryzjerów, krawców, fotografów, zdunów, kominiarzy, złotników i chemiczne czyszczenie garderoby.

Rzemiosło pleszewskie zatrudnia obecnie około 1.800 pracowników i szkoli w różnych zawodach 380 pracowników młodocianych. Najwięcej uczniów szkoli się w zawodach: cukiernik, stolarz, piekarz i mechanik samochodowy. Najmniej w takich zawodach jak: złotnik, kominiarz, zdun. Cech nie ma naboru uczniów w zawodach zanikających takich jak: bednarz, zdun. W roku szkolnym 2004/2005 naukę zawodu w zakładach rzemieślniczych rozpoczęło 117 pracowników młodocianych. Jest to o 50% mniej jak w latach 1991 – 2000.

Należy nadmienić, że rzemiosło pleszewskie czynnie uczestniczy w życiu politycznym, społecznym i gospodarczym Miasta i Powiatu. Poprzez uczestnictwo swoich przedstawicieli w Radach Miasta i Gmin oraz różnych organizacjach społecznych, przyczynia się do kształtowania życia gospodarczego i społecznego ziemi pleszewskiej. Członkowie Cechu i jednocześnie sam Cech wspomagają materialnie i finansowo różne organizacje, stowarzyszenia oraz osoby prywatne potrzebujące takiej pomocy.

Od 12 września 2004r. Cech jest członkiem Regionalnej Sieci Instytucji Otoczenia Biznesu Południowej Wielkopolski, której siedziba mieści się w Izbie Przemysłowo – Handlowej w Ostrowie Wielkopolskim.

W skład Zarządu Cechu wchodzi: Olgierd Rusinek – Starszy Cechu, Bogusław Pisarski, Eugeniusz Kowalski, Henryk Wroński, Bogumiła Jakubowska, Henryk Krysztofiak, Marek Andrzejewski, Ryszard Janecki, Zbigniew Sobczak, Aleksander Marciniak, Andrzej Brajer.

6.3. Zrzeszenie Handlu i Usług Południowej Wielkopolski

Zrzeszenie Kupców i Gastronomików działających na terenie powiatu pleszewskiego organizacyjnie podległych Zrzeszeniu Handlu i Usług Południowej Wielkopolski z siedzibą w Kaliszu ul. Piskorzewska 1, jest organizacją samorządu zawodowego osób – podmiotów gospodarczych głównie w zakresie handlu, gastronomii i usług. Działalność zrzeszenia oparta jest na ustawie z dnia 30 maja 1989r. o samorządzie zawodowym niektórych podmiotów gospodarczych. Podstawowym celem zrzeszenia jest służenie radą i doświadczeniem członkom organizacji oraz reprezentowanie ich interesów wobec administracji państwowej i samorządowej oraz świadczenie usług doradczych w zakresie podatków, rachunkowości, przepisów prawa gospodarczego i ZUS.

Aktualnie na terenie powiatu pleszewskiego organizacja skupia 8 członków: 6 podmiotów w zakresie handlu i 2 podmioty w zakresie usług (transport). Zrzeszeni działając w określonych warunkach organizacyjnych, maksymalnie spełniają swe wymogi statutowe. Wykonują zatem swoją informacyjną funkcję pozwalającą na prawidłową ich interpretację. Stanowią oni obecnie nieliczną grupę osób w stosunku do bratniego zrzeszenia powołanego w Pleszewie (Pleszewskiego Zrzeszenia Handlu i Usług – przyp. autora). Zrzeszeni wykonują swoją statutową działalność, natomiast jako podmioty dbające o lokalne środowisko zainicjowały one skuteczne starania o powołanie władz powiatowych i Urzędu Skarbowego w Pleszewie.

Zrzeszenie wydaje również miesięcznik „Kupiec i Gastronomik Południowej Wielkopolski”.

Kierownikiem Zrzeszenia na terenie Pleszewa jest Kazimierz Magnuszewski.

6.4. Pleszewska Izba Gospodarcza

Pleszewska Izba Gospodarcza, założona w roku 2000, zrzesza ponad 50 podmiotów gospodarczych z naszego terenu, z różnych dziedzin tj. produkcyjnej, handlowej, usługowej, w tym: firmy budowlane, budowy kotłowni, sklepy, hurtownie, bank, jak również duże firmy produkcyjne.

Pleszewska Izba Gospodarcza dysponuje bieżącymi informacjami oraz materiałami na temat programów pomocy dla małych i średnich przedsiębiorstw, zarówno tych finansowanych przez Unię Europejską, jak i przez Rząd oraz wybrane instytucje zagraniczne.

W roku 2004 odbyło się Walne Zgromadzenie członków PIG. Dokonano podsumowania działalności PIG za okres ostatniej kadencji oraz dokonano wyboru Rady PIG na nową kadencję. Do Rady PIG wybrano: Tadeusz Rak, Hieronim Wojciechowski, Rafał Grobelny, Włodzimierz Kołtuniewski, Zenon Jankowski, Roman Gielniak, Jerzy Tilgner. W tym roku PIG przystąpiła również do spółki „Fundusz Poręczeń Kredytowych Południowej Wielkopolski” jako współzałożyciel. Prezes Tadeusz Rak uczestniczy także w pracach Powiatowej Rady Zatrudnienia, która zajmuje się problematyką bezrobocia.

Izba pomaga doraźnie osobom, które chcą założyć własną działalność gospodarczą pomagając uzyskać zezwolenia na tą działalność.

Przedsiębiorcy zgromadzeni w PIG od początku postulowali za utworzeniem Urzędu Skarbowego w Pleszewie. Rada Izby aktywnie wspierała wysiłki władz samorządowych Miasta i Powiatu, m.in. wywierając naciski na polityków, od których zależały decyzje. Izba uczestniczyła w styczniu br. w otwarciu tegoż Urzędu. Za starania i wysiłki, w imieniu przedsiębiorców Izba podziękowała wszystkim, którzy przyczynili się do jego otwarcia.

Na poprzednich Walnych Zebraniach PIG dyskutowano i widziano potrzebę utworzenia Funduszu Poręczeń Kredytowych. Miał to być fundusz na szczeblu lokalnym. Obecnie z inicjatywy Izb Gospodarczych Pleszewa, Ostrowa, Kalisza oraz Prezydentów Kalisza, Ostrowa, Burmistrza Pleszewa i starostów: pleszewskiego, ostrowskiego i kaliskiego, powstała idea Funduszu Poręczeń Gwarancyjnych Południowej Wielkopolski. Rada Izby aktywnie włączyła się do realizacji i działania funduszu na rzecz przedsiębiorców. Rada podjęła uchwałę o wytypowanie do władz funduszu tj. do Zarządu i Rady Nadzorczej: Tadeusza Raka i Włodzimierza Kołtuniewskiego. Rada podjęła uchwałę o przeznaczeniu 20.000 zł na udziały w Funduszu Poręczeń Gwarancyjnych Południowej Wielkopolski.

PIG wystąpiła do Ministra Sprawiedliwości z postulatem rozważenia możliwości powrotu do Kalisza Okręgowego Sądu Gospodarczego. Pismem z dnia 27 maja br. Izba została powiadomiona o pozytywnej decyzji.

W ramach współpracy i podpisanego porozumienia Izba odbyła w Ostrowie „śniadanie biznesowe”, którego celem było umożliwienie wymiany poglądów na tematy dotyczące środowisko gospodarcze Ostrowa, Kalisza, Krotoszyna i Pleszewa. Przedstawiciel Izby Gospodarczej brał udział w spotkaniach organizowanych przez Burmistrza Pleszewa dotyczących planowanej inwestycji modernizacji i przebudowy Rynku w Pleszewie. W czerwcu br. w Kaliszu odbyło się spotkanie przedsiębiorców z Prezesem Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości Mirosławem Markiem.

12 września 2004r. Pleszewska Izba Gospodarcza podpisała porozumienie o utworzeniu Regionalnej Sieci Instytucji Otoczenia Biznesu Południowej Wielkopolski. Porozumienie obejmuje Cech Rzemiosł Różnych

Pleszewa, Ostrowa, Krotoszyna oraz Zrzeszenia Handlu i Usług Pleszewa, Krotoszyna i Ostrowa, a także Klub Biznesu z siedzibą w Krotoszynie. Celem porozumienia jest stworzenie sieci instytucji biznesu dla rozwoju przedsiębiorczości i wzrostu innowacyjności oraz zapewnienia podmiotom gospodarczym kompleksowego wsparcia w prowadzeniu działalności gospodarczej. Misją, dla realizacji której została powołana Sieć Biznesu jest: „Poprawa pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw wchodzących w skład Regionalnej Sieci Instytucji Otoczenia Biznesu, świadczących usługi i wytwarzających produkty w warunkach Jednolitego Rynku Europejskiego”.

Celami strategicznymi dla Sieci Biznesu są następujące wyzwania:

- wzmocnienie organizacyjne i kadrowe istniejącej Sieci Biznesu,
- stworzenie infrastruktury teleinformatycznej i internetowej oraz platformy dla umożliwienia przepływu informacji na zewnątrz i do wewnątrz Sieci Biznesu,
- posiadanie zaktualizowanych, opracowanych według standardów europejskich, informacji o członkach Sieci Biznesu,
- wzmocnienie konkurencyjności podmiotów gospodarczych, członków Sieci Biznesu i ich adaptacja do warunków funkcjonowania na Jednolitym Rynku Europejskim,
- rozwój i internacjonalizacja działalności Sieci Biznesu dla pozyskiwania wiedzy i doświadczeń w poruszaniu się w realiach europejskiego rynku.

Prezes PIG Tadeusz Rak został wybrany Przewodniczącym Rady Programowej Regionalnej Sieci Instytucji Otoczenia Biznesu Południowej Wielkopolski⁷.

6.5. Fundusz Rozwoju i Promocji Województwa Wielkopolskiego S.A.

Fundusz Rozwoju i Promocji Województwa Wielkopolskiego S.A. to pierwszy w Polsce fundusz samorządowy, który został utworzony z inicjatywy Marszałka przez Sejmik Województwa Wielkopolskiego i powołany do życia 29 grudnia 2001r. uchwałą Zarządu Województwa. Obecnie kapitał zakładowy funduszu wynosi 9.150.000 zł. Jest to instytucja non – profit, tzn. nie jest nastawiony na generowanie zysku, a nadwyżki przychodów nad wydatkami przeznacza na działalność statutową.

We wrześniu 2003r. Miasto i Gmina Pleszew podpisało z Funduszem porozumienie o współdziałaniu w zakresie prowadzenia działań na rzecz rozwoju i promocji Miasta i Gminy Pleszew, a także powiatu pleszewskiego, w szczególności wspierania małej i średniej przedsiębiorczości. Pleszew jest jednostką certyfikowaną nr 15. Do chwili obecnej 2 podmioty z terenu Miasta i Gminy skorzystały z poręczeń.

⁷ Strategia Rozwoju i Kierunki Działań Regionalnej Sieci Instytucji Otoczenia Biznesu Południowej Wielkopolski znajduje się w Wydziale Rozwoju Gospodarczego UMIG Pleszew do wglądu.

6.6. Spółdzielnia Metalowców „KOTLARZ”

Tradycje rzemieślnicze na terenie Miasta i Gminy Pleszew są silnie zakorzenione. 7 września 1988r. 16 rzemieślników produkujących kotły centralnego ogrzewania założyło Spółdzielnię Metalowców „KOTLARZ” z siedzibą przy ul. Poznańskiej 17. Ponieważ skupiała członków jednej branży skutecznie zabiegała o pozyskiwanie klientów, rynek sprzedaży czy zaopatrzenie w materiały do produkcji. Po roku działalności zakupiono nieruchomości przy ul. Kaliskiej 98 i tam do dziś mieści się siedziba Spółdzielni. Liczba zrzeszonych zakładów rzemieślniczych produkujących kotły stale rosła i w roku 2003 wynosiła 38.

Pierwszym prezesem Spółdzielni „Kotlarz” był Jan Bartczak, potem Ryszard Kujawski, a od 1999r. Henryk Wroński. Dyrektorem Spółdzielni jest Mieczysław Solarczyk.

Główny okres rozwoju zakładów kotlarskich przypadł na lata osiemdziesiąte. Wtedy to wzrósł ich potencjał techniczny i kadrowy, a także ich zamożność. Początek lat dziewięćdziesiątych to spadek zapotrzebowania na kotły c.o., ale połowa lat dziewięćdziesiątych to rozkwit ich działalności w związku z nowoczesnymi technologiami i uruchamianiem produkcji nowej generacji kotłów.

Świadectwem uznania dla kotłów z regionu pleszewskiego są liczne nagrody i wyróżnienia na targach i wystawach. Rynkiem zbytu jest cała Polska. Wielkość produkcji i jej powtarzalność spowodowała, że zakłady rzemieślnicze zajmujące się produkcją kotłów przekształciły się w przemysłowe zakłady produkcyjne. Są one zróżnicowane pod względem wielkości, potencjału technicznego, jak i ekonomicznego. Zakłady te stale się rozwijają, stosują nowoczesne technologie, rozbudowują się i zakupują nowoczesne wyposażenie technologiczne. Dlatego też mają szanse z łatwością stawić czoło wyzwaniom w Unii Europejskiej.

7. Świadczenie usług w Unii Europejskiej

Swoboda świadczenia usług oraz swoboda prowadzenia działalności gospodarczej należą do fundamentalnych wolności Rynku Wewnętrznego Unii Europejskiej.

Przedsiębiorca pragnący rozpocząć działalność usługową na Rynku Wewnętrznym Unii Europejskiej musi podjąć decyzję czy chce ją prowadzić w sposób ciągły i stały czy tylko w określonym czasie. Jeśli chce to robić stale to warto założyć przedsiębiorstwo i prowadzić działalność gospodarczą w kraju docelowym, jeśli zaś chce to robić w określonym czasie to może świadczyć usługi transgraniczne na zasadach samozatrudnienia lub delegowania pracowników.

7.1. Zakładanie przedsiębiorstw w krajach UE

Art. 43 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską (TWE) dotyczy swobody zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej. Obejmuje ona prawo do podjęcia i wykonywania działalności na zasadach samozatrudnienia, jak i do zakładania i prowadzenia przedsiębiorstw zgodnie z prawem państwa, na którego terenie usługodawca zamierza otworzyć działalność. Więc ten Traktat od 01 maja 2004r.

gwarantuje Polakom m.in. możliwość prowadzenia działalności w każdym z 24 krajów UE oraz w nie należących do Unii: Norwegii, Islandii i Lichtensteinie.

Osoby prowadzące działalność na zasadach **samozatrudnienia** spełniają same wszelkie formalności zgodnie z prawem wewnętrznym danego kraju i nie mogą być w *żaden sposób dyskryminowane* w porównaniu do obywateli tego kraju.

Na terenie państw członkowskich UE można założyć przedsiębiorstwo z siedzibą w danym kraju i zatrudnić pracowników. Należy jednak pamiętać, że na terenie „starej” Unii można zatrudniać polskich pracowników bez ograniczeń głównie jako tzw. personel kluczowy, rozumiany jako kadra zarządzająca firmą (ograniczenia swobody przepływu pracowników).

Osoby prowadzące działalność gospodarczą w Polsce mogą w innym państwie Unii otworzyć **przedsiębiorstwo podległe** (czyli tzw. spółkę – córkę), **oddział** lub **przedstawicielstwo**. Obowiązują procedury i formalności jak w przypadku firm lokalnych.

Przedsiębiorstwo podległe musi być kontrolowane przez spółkę – matkę, czyli przez przedsiębiorstwo w kraju. Może mieć inną nazwę, jednak w rzeczywistości nie ma możliwości samodzielnego działania. Najczęściej stosowaną formą prawną przedsiębiorstwa jest spółka z ograniczoną odpowiedzialnością.

Oddział stanowi jednostkę wyodrębnioną przestrzennie i organizacyjnie z zakładu głównego, prowadząc działalność całkowicie samodzielnie. Osoba kierująca oddziałem reprezentuje go wobec osób trzecich. Pomimo swej odrębności w stosunku do macierzystej firmy, z punktu widzenia prawa nie jest on samodzielnym przedsiębiorstwem, choć może być stroną w procesie sądowym. Jego nazwa może być taka sama jest firmy macierzystej w Polsce.

Przedstawicielstwo nie ma samodzielności działania, jest uzależnione od firmy macierzystej. Zazwyczaj otwierane jest w celach promocji, badania rynku, prowadzenia salonu z ekspozycją towarów czy kontrolowania i nadzorowania realizacji kontraktów.

Każdy przedsiębiorca prowadzący działalność na terenie kraju członkowskiego Unii podlega *zasadzie traktowania narodowego*, która oznacza, że np. polski przedsiębiorca, który prowadzi firmę w Niemczech powinien być tak samo traktowany jak niemiecki przedsiębiorca. Takie same obowiązki prawne dotyczą Niemców działających w Polsce. Niezbędna jest przy tym znajomość języka danego kraju, która jest tak samo ważna jak znajomość prawa kraju UE.

Osoby prowadzące działalność gospodarczą na terenie krajów UE mają określone prawa wynikające z praw Rynku Wewnętrznego: prawo zatrudnienia personelu kluczowego, prawo wjazdu i pobytu, prawo nabycia na własność nieruchomości oraz prawo do wolnego wyboru miejsca i formy działania. Ci przedsiębiorcy mają również do spełnienia w danym kraju pewne obowiązki i wymogi, np.: obowiązek posiadania przedstawicielstwa w państwie, gdzie przedsiębiorca prowadzi działalność czy wymóg uzyskania zezwolenia na prowadzenie działalności gospodarczej bez względu na fakt, że podobne wymogi zostały już spełnione w kraju macierzystym.

W ramach swobody działalności gospodarczej nie istnieją żadne okresy przejściowe.

7.2. Transgraniczne świadczenie usług w krajach UE

Swoboda świadczenia usług w krajach UE opiera się na **tymczasowości**, czyli świadczy się je na określony czas, nie mają one charakteru stałego ani ciągłego.

Kwestie regulacji świadczenia usług regulują **artykuły 49 – 55 TWE**, które zakazują stosowania ograniczeń w swobodnym przepływie usług. „Usługami są świadczenia wykonywane z reguły odpłatnie, o ile nie są one regulowane postanowieniami dotyczącymi swobodnego przepływu towarów, kapitału i osób”.

Przedsiębiorca może świadczyć usługi na zasadzie samozatrudnienia. Usługodawca mając założoną w Polsce firmę, zawiera wtedy kontrakt (umowa o dzieło) z firmą w danym kraju lub z osobą fizyczną.

Może on również delegować swoich pracowników (zatrudnionych na podstawie umowy o pracę) do wykonania określonej usługi. Podlegają oni wtedy tylko i wyłącznie swojemu polskiemu pracodawcy i wykonują jego polecenia. Niedopuszczalna jest podległość służbowa między polskimi pracownikami a zagranicznym pracodawcą. Nie można również żądać od usługodawcy założenia siedziby firmy na terenie państwa, gdzie świadczona ma być usługa. Jak i płacenia składek ubezpieczeniowych za swoich pracowników w kraju świadczenia usług. Zabroniony jest wymóg, aby personel kluczowy posiadał stałe miejsce zamieszkania na terenie państwa, gdzie świadczona jest usługa czy wymóg posiadania odpowiedniej formy prawnej przez usługodawcę. Niedozwolone jest też żądanie uzyskania zezwolenia na świadczenie niektórych usług bez wzięcia pod uwagę rękojmi należytego wykonania usługi już zagwarantowanych w kraju macierzystym.

Swoboda świadczenia usług podlega ograniczeniom w okresach przejściowych, wyłącznie na terenie Niemiec i Austrii, tylko w odniesieniu do pracowników delegowanych i tylko w odniesieniu do niektórych sektorów usługowych, głównie tych związanych z budownictwem.

Przedsiębiorcy podejmujący działalność gospodarczą lub świadczący usługi transgraniczne w różnych państwach członkowskich napotykają na bariery i ograniczenia, które uniemożliwiają im współzawodnictwo na Rynku Wewnętrznym. Jest to szczególnie uciążliwe dla małych i średnich przedsiębiorstw, które według statystyk dominują w sektorze usług. I które to rezygnują z potencjalnych możliwości, gdyż nie mają środków na przeprowadzenie oceny ryzyka prawnego prowadzenia działalności w danym państwie czy na radzenie sobie ze złożonymi procedurami administracyjnymi. Komisja Europejska świadoma tych barier i ich negatywnych skutków, w swoim Raporcie o Stanie Handlu Wewnętrznego Usług (lipiec 2002r.), przedstawiła projekt Dyrektywy horyzontalnej o usługach na Rynku Wewnętrznym, która wprowadziłaby daleko idące zmiany w funkcjonowaniu rynku usług przyczyniając się do usunięcia barier tak, by cel wytyczony przez Radę Europejską, aby gospodarka Unii Europejskiej stała się najbardziej konkurencyjną gospodarką na świecie do 2010r. został osiągnięty.

7.3. Poziom polskiego handlu na tle innych krajów

Ocena rozwoju i poziomu polskiego handlu na tle innych krajów dokonywana jest na podstawie wskaźnika koniunktury. Koniunktura w polskim handlu detalicznym zaczęła się pogarszać w roku 1999, w krajach UE pogorszenie to wystąpiło dopiero w 2001 roku, znaczny spadek zaś miał miejsce w 2002r. Ponieważ wartość wskaźnika w pierwszym półroczu 2003r. utrwaliła się w Polsce a w krajach unijnych pogorszyła się o kolejne 2 punkty, wywnioskowano, że pogorszenie koniunktury w handlu nie było cechą gospodarki polskiej, lecz ogólnoeuropejskiej.

W roku 2002 silne pogorszenie koniunktury w handlu nastąpiło w Niemczech, Francji i Austrii, a poprawa miała miejsce w Grecji. Biorąc pod uwagę dalsze pogarszanie się koniunktury w połowie 2003 roku we Francji, Wielkiej Brytanii, Belgii i Danii (na Węgrzech wartość wskaźnika była nawet niższa niż w Polsce) można uznać, że na tle krajów Unii Europejskiej, koniunktura w handlu w Polsce jawi się jako ustabilizowana.

7.5. Ocena konkurencyjności polskiego handlu

Konkurencja, we wszystkich badaniach koniunkturalnych handlu, była wymieniana jako czynnik hamujący rozwój działalności gospodarczej. Jednakże jej gwałtowny rozwój w latach 1998/1999 spowodowany został dynamicznym rozwojem zagranicznych jednostek handlowych, które stosują agresywne strategie cenowe atrakcyjne dla konsumentów. Wówczas małe sklepy tracą dotychczasowych klientów.

W roku 2002 ponad 70% respondentów wymieniało konkurencję na pierwszym miejscu w każdej grupie wielkościowej jednostek handlowych. Konkurencja więc jest największym zagrożeniem dla przedsiębiorstw handlowych wszystkich wielkości, a jednostki duże w walce konkurencyjnej posiadają więcej atutów niż jednostki małe, których w gospodarce polskiej jest najwięcej.

Średnia wielkość przedsiębiorstw handlowych hurtowych i detalicznych w Polsce odbiegała od wskaźników dla poszczególnych krajów europejskich, w roku 2002 była równie niska. W krajach Unii Europejskiej obroty mikroprzedsiębiorstw (do 9 pracujących) wynoszą około 40%, zaś małych firm (od 10 do 49 pracowników) – 17%. W Polsce szacuje się ten udział w obu grupach na około 60%. Jednakże ich słaba sytuacja ekonomiczna stwarza trudności dla rozwoju w coraz bardziej konkurencyjnym środowisku.

PODSUMOWANIE

Analiza całokształtu spraw związanych z organizacją działalności handlowej i usługowej na terenie Miasta i Gminy Pleszew jest kwestią złożoną. Nie można jej rozpatrywać w oderwaniu od sytuacji w całym kraju. Jak również ważne jest spojrzenie w głąb Unii Europejskiej.

Silne tradycje przedsiębiorczości w naszym regionie powodują, że również dziś omawiana sfera jest bardzo rozwinięta. Dominującą formą własności jest własność prywatna. Działają na naszym terenie zarówno spółki prawa handlowego, jak i szereg osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą. Podstawowa jednostka to mikroprzedsiębiorstwo posiadające jeden, dwa sklepy, zatrudniające 2 – 3 osoby.

Pleszew nie jest miastem o wysokim nasyceniu wielkopowierzchniowych obiektów handlowych. Aktualnie na jego terenie znajduje się jeden sklep o powierzchni przekraczającej 1.000 m² i kilka obiektów o powierzchni od 100 do 550 m². Jako branże dominujące w regionie Pleszewa w handlu i usługach wymienić można handel artykułami spożywczymi, przemysłowymi, auto – handel, ślusarstwo ogólne, kotlarstwo, mechanikę pojazdową, stolarstwo, murarstwo i instalatorstwo sanitarne CO.

Obserwując sytuację na globalnym rynku handlu i usług zastanowić się należy co czeka podmioty gospodarcze w dłuższej perspektywie, w jakim kierunku podąży omawiana sfera, czy czeka nas dalsza ekspansja hiper – i supermarketów, czy przyszłość leży w rozdrobnionym sektorze małych firm rodzinnych.