

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	7
Rozdział I. Konceptualizacja funkcji handlu detalicznego w gospodarce	17
1. Podstawowe założenia teorii handlu	17
1.1. Usługowa teoria handlu	19
1.2. Obrotowa teoria handlu (teoria cyrkulacji)	20
1.3. Teoria funkcjonalna handlu	21
1.3.1. Funkcjonalne podejście do teorii handlu w literaturze niemieckiej	24
1.3.2. Makroekonomiczne podejście do funkcji handlu	26
2. Multidyscyplinarny model funkcji handlu detalicznego we współczesnej gospodarce	31
2.1. Grupa funkcji ekonomicznych	31
2.1.1. Funkcja pośredniczenia w wymianie towarowej	31
2.1.2. Funkcja tworzenia wartości dla klienta	44
2.1.3. Funkcja tworzenia dochodu narodowego	50
2.2. Grupa funkcji społecznych	55
2.2.1. Funkcja kulturowa	56
2.2.2. Funkcja integratora życia społecznego	61
2.3. Grupa funkcji handlu w procesie rozwoju lokalnego	69
2.3.1. Funkcja kształtowania jakości życia mieszkańców	71
2.3.2. Funkcja miastotwórcza	76
2.3.3. Funkcja pracodawcy	79
2.3.4. Funkcje związane z otoczeniem biznesowym	80
Rozdział II. Zatrudnienie w handlu detalicznym w świetle teorii handlu	83
1. Problematyka zatrudnienia w teorii handlu	83
1.1. W poszukiwaniu modelu wpływu nowo powstających placówek handlowych na wielkość zatrudnienia w handlu	84
1.2. Atrakcyjność kariery zawodowej w handlu w literaturze przedmiotu	89
1.3. Zatrudnienie kobiet i poziom wynagrodzeń w świetle badań problematyki zatrudnienia w handlu	91
2. Segmentacja rynku pracy w aspekcie handlu detalicznego	96
2.1. Istota segmentacji rynku pracy	97
2.2. Teorie dualnego rynku pracy	100
2.3. Zatrudnienie w handlu jako przykład wtórnego rynku pracy	103
3. Teorie zmian systemowych w handlu detalicznym a zatrudnienie w sektorze	110
3.1. Teoria koła handlu detalicznego	110
3.2. Teoria cyklu życia instytucji handlu detalicznego	114
3.3. Teoria akordeonu	116
3.4. Teoria ewolucyjna	117

3.5. Teoria instytucjonalna	119
3.6. Dialektyczna teoria handlu	120
4. Cechy pracy w handlu	126
5. Grupy interesu a praca w handlu	133
5.1. Perspektywa pracownika (indywidualna)	134
5.2. Interes przedsiębiorstwa zatrudniającego	135
5.3. Perspektywa konsumenta (indywidualna)	138
5.4. Interes ogólnospołeczny (zbiorowy)	139
Rozdział III. Tendencje zatrudnienia w handlu w krajach rozwiniętych	141
1. Przesłanki prognozowania w gospodarce	141
1.1. Wybór metody prognozowania	145
1.2. Predykcja na podstawie modeli jednorównaniowych	146
1.3. Predykcja metodą trendu pelzającego z wagami harmonicznymi	147
2. Predykcja wielkości zatrudnienia w handlu w wybranych krajach	149
3. Zatrudnienie w handlu na tle koniunktury w sektorze	154
3.1. Zależność między wielkością zatrudnienia w handlu detalicznym a dynamiką PKB	155
3.2. Zależność między wielkością zatrudnienia w handlu detalicznym a stopą bezrobocia	159
3.3. Zależność między wielkością zatrudnienia w handlu detalicznym a dynamiką sprzedaży detalicznej	161
3.4. Implikacje wielkości zatrudnienia w handlu – uwagi podsumowujące	162
4. Niestandardowe formy zatrudnienia w handlu detalicznym	165
4.1. Elastyczność rynku pracy i nietypowe formy zatrudnienia	166
4.2. Elastyczne formy zatrudnienia w Unii Europejskiej	171
4.3. Elastyczność rynku pracy dzięki upowszechnianiu nietypowych form zatrudnienia w Polsce	173
4.4. Przesłanki zatrudnienia w niepełnym wymiarze czasu w handlu detalicznym w ujęciu retrospektywnym	178
4.5. Przesłanki stosowania elastycznych form zatrudnienia w polskim handlu detalicznym	183
Rozdział IV. Postrzeganie handlu detalicznego jako pracodawcy – wyniki badań	187
1. Pojęcie zawodu w ekonomii i naukach społecznych	187
2. Kształcenie zawodowe a przygotowanie do wykonywania zawodu	189
3. Hierarchia prestiżu zawodów w Polsce	191
4. Postrzeganie pracy w handlu w świetle badań młodzieży szkół handlowych	199
4.1. Metody badawcze i dobór próby	202
4.2. Struktura badanej próby	206
4.3. Aspiracje zawodowe młodzieży szkół ponadgimnazjalnych	206
4.4. Badanie zależności między zmiennymi metodą nieparametryczną	215
4.4.1. Atrakcyjność pracy w handlu w przekroju płci, typów szkół ponadgimnazjalnych i miejsca zamieszkania	217

4.4.2. Czynniki uwzględniane przy wyborze miejsca pracy przez młodzież w przekroju płci, typów szkół ponadgimnazjalnych i miejsca zamieszkania	221
4.4.3. Badanie skojarzeń pracy w handlu w przekroju płci, typów szkół ponadgimnazjalnych i miejsca zamieszkania	226
4.5. Podsumowanie wyników badań i weryfikacja hipotez badawczych	229
5. Propozycje działań w zakresie poprawy postrzegania pracy w handlu wśród młodzieży	231
6. Postrzeganie pracy w handlu detalicznym przez pracowników sektora w świetle badań	235
Rozdział V. Kierunki zmian zatrudnienia w handlu detalicznym. Projekcja dla Polski	240
1. Transformacja handlu detalicznego w Polsce w latach 1990–2006	240
1.1. Transformacja własnościowa	240
1.2. Transformacja ilościowa	244
1.3. Transformacja organizacyjna	246
1.4. Transformacja jakościowa	248
2. Zależności między liczbą pracujących w handlu detalicznym a wybranymi wskaźnikami charakteryzującymi handel i gospodarkę	251
3. Projekcja zatrudnienia w handlu detalicznym w Polsce	257
3.1. Scenariusz rozwojowy	258
3.2. Scenariusz stagnacyjny	261
Zakończenie	264
Załączniki	269
Bibliografia	274
Spis rysunków	285
Spis wykresów	285
Spis tabel	286
Spis załączników	288
Summary	289