


Joanna Dominiak

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Wydział Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej
dominiak@amu.edu.pl,  <https://orcid.org/0000-0001-9497-8322>

Sektor usług w aglomeracji poznańskiej – zmiany w obliczu pandemii COVID-19

Zarys treści: Celem artykułu jest charakterystyka zmian zachodzących w placówkach usługowych zlokalizowanych w aglomeracji poznańskiej pod wpływem pandemii COVID-19. Postępowanie badawcze zmierza do odpowiedzi na następujące pytania: (1) jaki wpływ wywarła pandemia na placówki usługowe (w zależności od rodzaju i miejsca lokalizacji placówki); (2) jak zmieniły się zachowania konsumentów usług podczas pandemii oraz czy niektóre z tych zachowań pozostały po zakończeniu okresu pandemii. Dane do analizy pochodzą z badań prowadzonych w czerwcu 2022 r. techniką ankietową wśród 198 placówek usługowych oraz 283 mieszkańców aglomeracji poznańskiej rozumianej jako miasto Poznań oraz powiat poznański.

Słowa kluczowe: pandemia COVID-19, sektor usług, aglomeracja poznańska, placówka usługowa

Wprowadzenie

Ogłoszony w 2020 r. przez Światową Organizację Zdrowia stan pandemii globalnej COVID-19 spowodował bezprecedensowe zmiany i ograniczenia w funkcjonowaniu społeczeństwa i gospodarki. Zostaliśmy zmuszeni do szybkiego przystosowania się do nowej rzeczywistości i szeregu zmian w zakresie pracy, nauki i innych aktywności, w tym relacji społecznych. Część naszych dotychczasowych aktywności została przeniesiona do świata wirtualnego, jednak nie we wszystkich przypadkach było to możliwe. Pandemia niewątpliwie w znaczący sposób wpłynęła na wiele aspektów naszego życia. Dotychczasowe wyniki badań nad jej skutkami wskazują, że poza poważnymi konsekwencjami zdrowotnymi, mamy do czynienia z istotnymi skutkami ekonomicznymi, zahamowaniem globalnego wzrostu gospodarczego, zwiększeniem poziomu bezrobocia i ubóstwa. Pod wpływem różnego rodzaju ograniczeń, związanych z pandemią, przeobrażeniom uległ również sektor usług. Pandemia wpłynęła jednak na poszczególne rodzaje usług w różnym stopniu i zakresie, co oznacza, że wrażliwość usług na tak silne

oddziaływanie czynnika zewnętrznego, jakim jest pandemia, bywa silnie zróżnicowane (patrz Dominiak 2022).

Celem artykułu jest identyfikacja zmian zachodzących w placówkach usługowych zlokalizowanych w aglomeracji poznańskiej pod wpływem pandemii COVID-19. Aglomeracja poznańska jest rozumiana jako miasto Poznań stanowiące rdzeń aglomeracji oraz gminy powiatu poznańskiego tworzące strefę peryferyjną aglomeracji. Postępowanie badawcze zmierza do odpowiedzi na następujące pytania: (1) jaki wpływ wywarła pandemia na placówki usługowe (w zależności od rodzaju i miejsca lokalizacji placówki); (2) jak zmieniły się zachowania konsumentów usług podczas pandemii oraz czy niektóre z tych zachowań pozostały po zakończeniu okresu pandemii. Dane do analizy pochodzą z badań prowadzonych w czerwcu 2022 r. techniką ankietową wśród 198 placówek usługowych oraz 283 mieszkańców aglomeracji poznańskiej rozumianej jako miasto Poznań oraz powiat poznański.

Wpływ pandemii na sektor usług w świetle literatury przedmiotu

Badania dotyczące długookresowego wpływu pandemii COVID-19 są ograniczone, ze względu na jej bezprecedensowy zasięg oraz stosunkowo krótki czas, jaki upłynął od jej wybuchu. Bezspornie pandemia COVID-19 miała i ma wpływ na każdą gospodarkę świata z powodu ograniczeń w działalności gospodarczej, podróżach i kontaktach społecznych (Javed 2020, McKibbin, Fernando 2020). Wpływ pandemii na światową gospodarkę można rozpatrywać poprzez: (1) bezpośredni wpływ na produkcję i usługi, (2) finansowy wpływ na firmy i rynki i (3) rozerwanie łańcuchów dostaw (Maital, Barzani 2020). Loayza i in. (2012) stwierdzili jednak, że wpływ tych zdarzeń może być różny w zależności od sektora gospodarki.

Przez ostatnie kilkadziesiąt lat w strukturze pracujących rozwiniętych gospodarek przeważali zatrudnieni w sektorze usług. To właśnie ten segment został dotknięty pandemią w największym stopniu (Benanav 2021). Lockdown, dystans społeczny i obawy związane z zarażeniem szczególnie mocno dotknęły sektor usług, w którym zdecydowana większość aktywności wymaga bliskości między kupującymi a sprzedającymi (Shingal 2020). Konsekwencje makroekonomiczne środków dystansowania społecznego zastosowane w celu przeciwdziałania rozprzestrzenianiu się pandemii COVID-19 były dla sektora usług bardzo głębokie (Gray 2020). Zamknięcie części usług sektora turystycznego i wprowadzenie licznych ograniczeń w działalności gastronomicznej, handlu detalicznym i pozostałych usługach, w połączeniu z poważnymi międzynarodowymi ograniczeniami dotyczącymi podróży i kontaktów społecznych, głęboko wpłynęło na kryzys w sektorze usług. Jednakże nie wszystkie rodzaje usług ucierpiały na skutek tego kryzysu w jednakowym stopniu. W literaturze przedmiotu podkreśla się, że zdecydowanie większe negatywne oddziaływanie pandemii odnotowano

w przypadku tych usług, które wymagają pewnej formy fizycznej bliskości między kupującymi a sprzedającymi i których nie można zastąpić usługami sprzedawanymi przez Internet. Podkreśla się że wśród usług, które najbardziej odczuły wpływ pandemii, można wymienić: sektor turystyczny, gastronomię i transport (Javed 2020, Gunay, Kurtulmus 2021, Xiang i in. 2021). Już wcześniejsze epidemie (ebola, SARS), choć nie w tak globalnym wymiarze, pokazały, że sektor turystyczny oraz transport są bardzo wrażliwe i reagują znacznymi spadkami (Burkle 2006). Negatywny wpływ dotychczasowych epidemii na usługi turystyczne opisują w swoich pracach: m.in. Page i in. (2006), Lee i in. (2012) (pandemia grypy), Wilder-Smith (2006) (SARS). Ograniczenia w podróżach, zalecenia społecznego dystansu, spowodowały, że sektor ten w największym stopniu ucierpiał także podczas pandemii COVID-19, a wraz z nim gospodarki krajów opartych na turystyce. Negatywny wpływ pandemii COVID-19 odnotowano też w odniesieniu do branży handlu detalicznego, w szczególności małych sklepów detalicznych (m.in. Chang 2010, Pearson i in. 2011, Liu i in. 2012). To one w największym stopniu dotknięte zostały brakiem personelu z powodu chorób i kwarantanny, często również możliwości wykorzystania alternatywnych metod sprzedaży online. Ponadto pandemia COVID-19 w dużym stopniu wpłynęła negatywnie na usługi kulturalne (Vitalisova i in. 2021). Większość wydarzeń kulturalnych, które wiązały się ze zgromadzeniami znacznej liczby ludności (koncerty, przedstawienia), została w pierwszym okresie pandemii zawieszona lub przesunięta na okres po pandemii. Bardziej ograniczony wpływ odnotowano w przypadku usług dla biznesu: ubezpieczeniowych, finansowych, telekomunikacyjnych i komputerowych. Dzieje się tak dlatego, że większość, jeśli nie wszystkie te usługi, nie wymagają bezpośredniej bliskości usługodawcy i usługobiorcy, można je świadczyć w trybie zdalnym, pracując z domu, a zatem są one bardziej odporne na wszelkie narzucane dystanse społeczne. Shingal (2020) zwraca uwagę, że na przykład 43% szwajcarskiej siły roboczej może pracować z domu ze względu na koncentrację działalności gospodarczej w zakresie ubezpieczeń, finansów i innych usług biznesowych, które nie wymagają przepływu personelu.

Pandemia, mimo swoich niewątpliwie negatywnych skutków dla znacznej części sektora usług, paradoksalnie przyczyniła się do dynamicznego rozwoju niektórych usług, przede wszystkich tych opartych na nowych technologiach. W odpowiedzi na wyzwania związane z pandemiczną rzeczywistością, w celach adaptacyjnych, tam gdzie było to możliwe, sektor usług szybko zaczął stosować nowoczesne technologie (Caroll, Conboy 2020). Pandemia doprowadziła do przeniesienia wielu różnych działalności usługowych, aktywności społecznych do świata wirtualnego. Sektor ICT stał się jedyną drogą, w trakcie lockdownów i czasów społecznego dystansu, kompensując straty społeczne i ekonomiczne. Dzięki technologiom informacyjno-komunikacyjnym duża część usług z względny powodzeniem była realizowana online. Odnotowano także presję na rozwój sektora medycznego związaną ze zwiększonym zapotrzebowaniem na opiekę zdrowotną wywołanym pandemią (Keesara i in. 2020). Sektor ICT okazał się niezwykle pomocny na etapie diagnozowania (teleporady, diagnostyka). Tworzono call-centres, gdzie specjaliści udzielali porad online. Mobilne aplikacje były wykorzystane

do śledzenia sytuacji związanej z rozprzestrzenianiem się COVID-19, i zbierania informacji o lokalizacji osób zarażonych (Dominiak 2022).

W Polsce w wyniku kryzysu spowodowanego pandemią COVID-19, najbardziej ucierpiały usługi hotelarskie i gastronomiczne. Rezultaty dotychczasowych badań wskazują, że kryzys szczególnie odczuły placówki związane z sektorem turystycznym, które wobec braku alternatywy w postaci usług elektronicznych znalazły się w kategorii największych „przegranych” wśród podmiotów gospodarczych sektora usług. Według danych GUS, podczas pandemii COVID-19 wskaźnik rentowności obrotu brutto wśród przedsiębiorstw sekcji Zakwaterowanie i gastronomia w Polsce był najniższy i przyjmował w okresie największego natężenia pandemii wartości ujemne na poziomie 8–19%. Były to zdecydowanie najgorsze wyniki finansowe wśród przedsiębiorstw w układzie sekcji PKD (tab. 1).

Tabela 1. Wskaźnik rentowności obrotu brutto w przedsiębiorstwach w Polsce według sekcji PKD w latach 2019–2022

| | Ogółem | Przemysł | Handel, naprawa | Transport i gospodarka magazynowa | Zakwaterowanie i gastronomia | Informacja i ko- munikacja | Obsługa rynku nieruchomości | Administrowa- nie i działalność wspierająca |
|------------|--------|----------|-----------------|---|---------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|---|
| 2019 Q1-Q4 | 4,6 | 5,2 | 2,8 | 3,8 | 9,2 | 9,5 | 7,0 | 4,9 |
| 2020 Q1 | 3,0 | 3,7 | 2,1 | 0,1 | -7,9 | 6,1 | 5,4 | 2,7 |
| 2020 Q1-Q2 | 4,2 | 5,3 | 2,3 | 1,2 | -11,2 | 9,7 | 8,5 | 4,0 |
| 2020 Q1-Q3 | 4,6 | 5,2 | 3,0 | 2,8 | -3,1 | 10,3 | 8,9 | 4,9 |
| 2020 Q1-Q4 | 4,4 | 5,0 | 3,1 | 2,1 | -7,7 | 11,1 | 7,5 | 5,2 |
| 2021 Q1 | 6,6 | 7,2 | 3,8 | 4,2 | -19,1 | 26,0 | 10,1 | 5,4 |
| 2021 Q1-Q2 | 7,0 | 7,9 | 4,1 | 5,0 | -2,0 | 20,0 | 7,7 | 7,3 |
| 2021 Q1-Q3 | 7,0 | 7,6 | 4,3 | 5,2 | 6,8 | 21,8 | 8,5 | 8,4 |
| 2021 Q1-Q4 | 6,7 | 7,3 | 4,2 | 5,2 | 6,0 | 18,7 | 6,9 | 9,0 |
| 2022 Q1 | 6,4 | 7,3 | 4,3 | 4,7 | 3,4 | 14,8 | 1,1 | 8,0 |
| 2022 Q1-Q2 | 6,8 | 8,1 | 4,3 | 5,6 | 8,0 | 10,4 | 5,9 | 7,9 |

Źródło: biuletyn statystyczny GUS.

Znaczące spadki odnotowała branża transportowa oraz usługi kulturalne i sportowe, a także usługi osobiste. Podmioty te doświadczały dużych wahań popytu, związanych z falami pandemii i nakładanymi wówczas ograniczeniami. Najodporniejsze okazały się usługi dla biznesu oraz usługi sektora ICT, w szczególności usługi elektroniczne, które zastąpiły, tam gdzie było to możliwe, tradycyjne rodzaje usług (Dominiak 2022).

Wpływ pandemii COVID-19 na sektor usług w aglomeracji poznańskiej

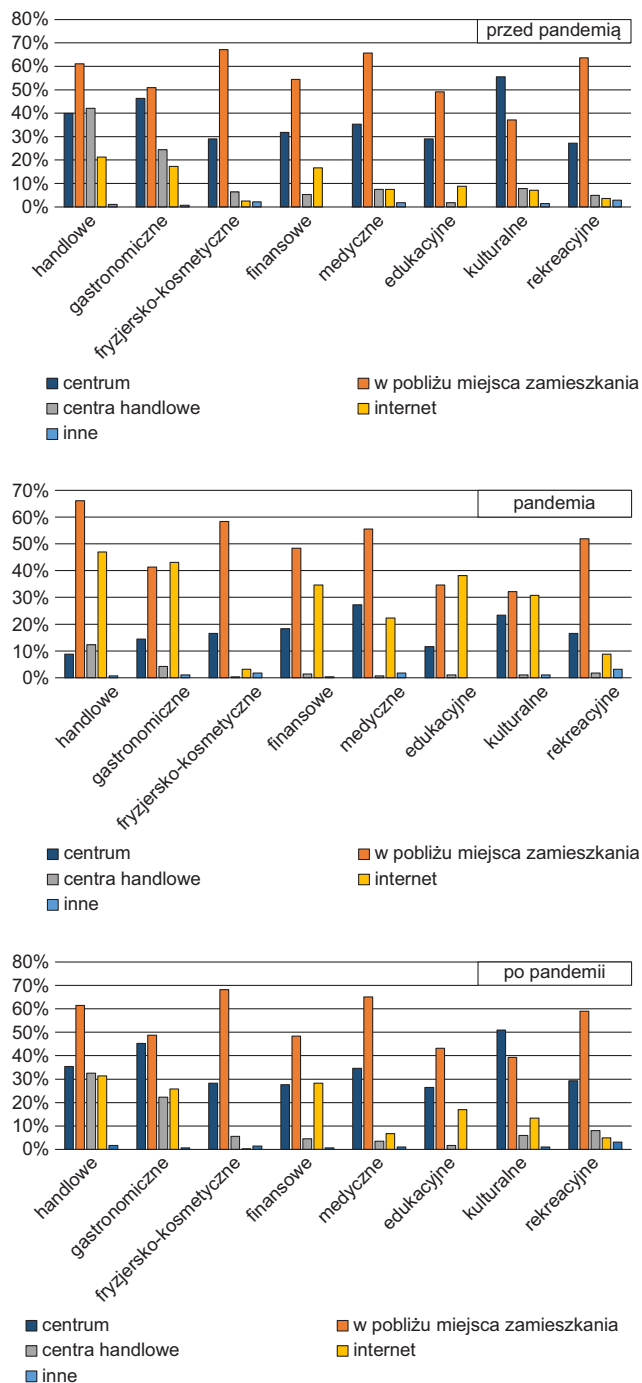
Analiza wpływu pandemii COVID-19 na sektor usług w aglomeracji poznańskiej opiera się na wynikach badań ankietowych przeprowadzonych na próbie 198 placówek usługowych oraz 283 mieszkańców aglomeracji poznańskiej. Badania były prowadzone w okresie czerwiec–lipiec 2022 r. techniką ankietową (PAPI). Kwestionariusz ankiety kierowanej do mieszkańców aglomeracji/klientów placówek usługowych składał się z pytań dotyczących preferowanych miejsc realizacji usług w okresie przed pandemią, w czasie pandemii i po jej zakończeniu, motywów wyboru tych miejsc oraz zmian zachowań dotyczących korzystania z placówek usługowych (spowodowanych pandemią COVID-19). Kwestionariusz badań kierowany do placówek usługowych dotyczył wpływu pandemii na działalność placówki w zakresie: popytu, oferty i zakresu świadczonych usług, zatrudnienia, kondycji ekonomicznej, inwestycji, aktywności innowacyjnej, a także planów i perspektyw rozwoju.

W badaniu wzięło udział 283 mieszkańców aglomeracji poznańskiej, z czego 53% stanowili mieszkańcy Poznania, a pozostałe 47% – mieszkańcy reprezentujący wszystkie gminy powiatu poznańskiego. Badania prowadzono w bezpośrednim sąsiedztwie placówek usługowych w różnych punktach Poznania i gmin powiatu poznańskiego z klientami, którzy wyrazili zgodę na udział w badaniach. Ze względu na relatywnie niewielką liczbę respondentów, próba nie ma charakteru reprezentatywnego, jednak dokonano starań aby w miarę możliwości, zachować strukturę demograficzną próby odpowiadającą strukturze populacji generalnej. Wśród respondentów 54% stanowiły kobiety. W strukturze wiekowej odnotowano nadreprezentację osób w wieku 20–29 lat (27,5%). Udział pozostałych grup wiekowych kształtował się następująco: poniżej 19 lat – 19%, 30–39 lat – 19,4%, 40–49 – 15,5%, 50–65 lat – 10,6% i powyżej 65 lat – 8%. Wśród badanych przeważały osoby z wykształceniem średnim (35,4% respondentów) oraz wyższym (29,3%). Osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym stanowiły 14,8% badanych.

W badaniu placówek wzięło udział 198 firm świadczących usługi. Podobnie jak w przypadku mieszkańców, także i ta próba była relatywnie niewielka, co wynikało z bardzo dużego odsetka odmów udziału firm w badaniu. Wyniki badań należy więc postrzegać jako opinie badanych przedsiębiorstw, a nie wszystkich zlokalizowanych w aglomeracji placówek usługowych. Badane placówki były dobierane pod kątem lokalizacji oraz branży. Uwzględniono zarówno placówki usytuowane w Poznaniu (w centrum miasta zlokalizowanych było 34% badanych firm, a poza centrum – na obszarach koncentracji działalności usługowych – 18%) oraz w gminach wchodzących w skład powiatu poznańskiego, stanowiącego strefę peryferyjną aglomeracji poznańskiej (48% badanych firm). W zakresie branży dobierano placówki zgodnie ze strukturą podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON według PKD. Finalny zbiór badanych placówek różni się jednak od zakładanego ze względu na wspomniane wcześniej odmowy udziału w badaniach. Połowę badanych placówek usługowych stanowiły placówki zajmujące się działalnością

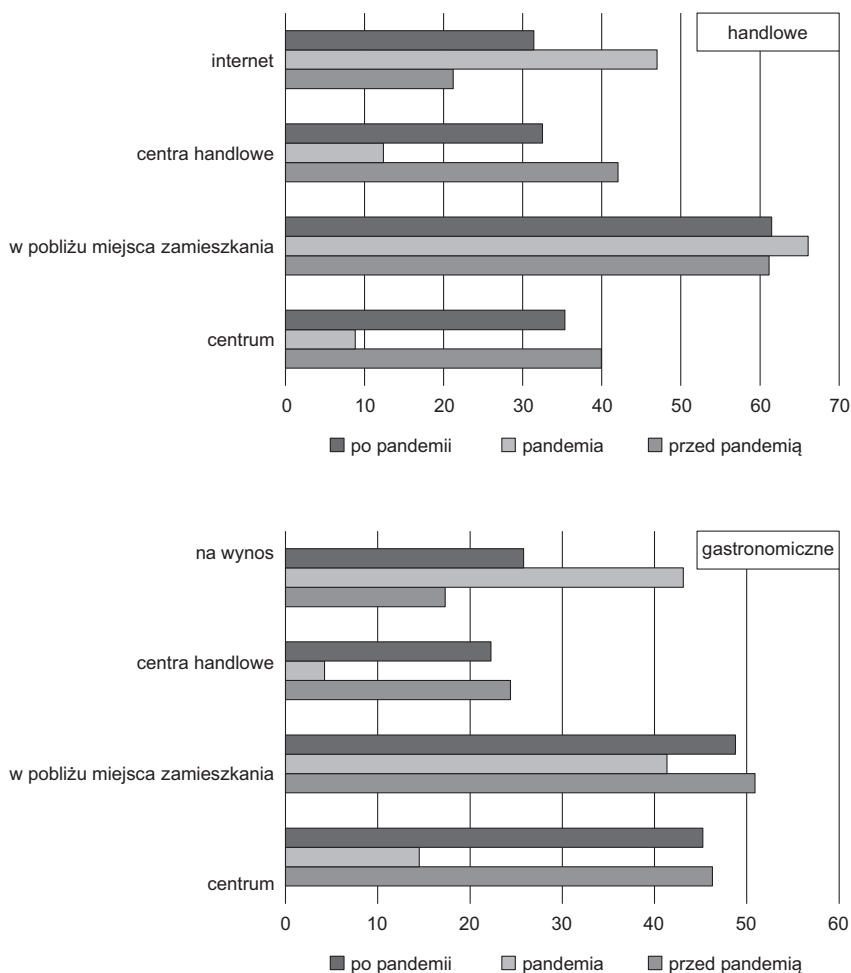
handlową i naprawą (sekcja G PKD 2007), około 12% – placówki reprezentujące usługi hotelarskie i gastronomiczne (sekcje I), 14% – usługi dla biznesu i finansowe (sekcje I, J, K, L, M), 5% – usługi transportowe, 5% – usługi publiczne oraz 9% – pozostałe placówki usługowe obejmujące m.in. usługi osobiste, np. fryzjerskie i kosmetyczne. W strukturze wielkościowej badanych placówek usługowych zdecydowanie przeważały mikroprzedsiębiorstwa, w których liczba pracowników nie przekracza 9 osób. Udział firm zatrudniających 10–49 osób wynosił 13%, a jedynie 1% (dwie firmy) to przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 50 pracowników.

W okresie przed pandemią COVID-19 badani respondenci najczęściej korzystali z usług w pobliżu miejsca zamieszkania oraz w centrum Poznania. Około 61% badanych wskazało, że usługi handlowe realizuje w pobliżu miejsca zamieszkania (w szczególności dotyczyło to handlu artykułami spożywczymi oraz lekami), a około 40% w centrum Poznania. W odniesieniu do usług gastronomicznych udziały te kształtowały się odpowiednio na poziomie 41% i 56%. W przypadku usług handlowych oraz gastronomicznych znacząca część usługobiorców korzystała także z istniejących centrów handlowych (odpowiednio 42% i 24%). Usługi fryzjersko-kosmetyczne oraz rekreacyjne były realizowane w przeważającej mierze w pobliżu miejsca zamieszkania (67% i 64%), natomiast kulturalne – w centrum Poznania (55,5%). Usługi elektroniczne dotyczyły głównie handlu i bankowości oraz zamawiania jedzenia na wynos, a odsetek osób deklarujących tę formę korzystania z usług wynosił maksymalnie 21% (w przypadku usług handlowych). Pandemia i nałożone w jej trakcie ograniczenia działalności usługowej całkowicie zmieniły ten stan rzeczy. Ograniczenia w przemieszczaniu się ludności oraz limity w komunikacji miejskiej skłoniły mieszkańców aglomeracji do korzystania z usług w pobliżu miejsca zamieszkania oraz przez Internet. Zdecydowanie spadł odsetek osób korzystających z usług w centrum miasta oraz w centrach handlowych, które w wyniku obostrzeń sanitarnych funkcjonowały w ograniczonym zakresie lub były czasowo zamykane. Ze względu na postępujący wzrost zachorowań na COVID-19 szereg placówek usługowych funkcjonowało jedynie w ograniczonym zakresie. Czasowo zamknięto wiele placówek fryzjerskich i kosmetycznych, sportowo-rekreacyjnych, kulturalnych, co także przełożyło się na wyniki badań (np. ograniczona rola centrum miasta w wyniku zamknięcia placówek kulturalnych, czasowe zamknięcie centrów handlowych). Pozostałe placówki usługowe funkcjonowały z licznymi ograniczeniami działalności w postaci limitów obsługiwanych osób (sklepy) czy możliwości sprzedaży posiłków jedynie na wynos (gastronomia). Po początkowym szoku, w przypadkach, w których było to możliwe, usługodawcy starali się dostosować do panujących warunków i zmieniali ofertę usług i sposób ich świadczenia, wykorzystując możliwości, jakie daje Internet. Okres pandemii to czas, kiedy wiele usług przeniosło się do sieci. Największe udziały osób deklarujących korzystanie z usług elektronicznych odnotowano w przypadku usług handlowych (47% badanych) i gastronomicznych (43%). Znaczący udział odnotowano też w przypadku usług finansowych – 35%. Jednak wzrost wykorzystania usług elektronicznych dotyczył nie tylko handlu, gastronomii i bankowości, które już w okresie przed pandemią miały znaczący udział, ale także usług z zakresu edukacji czy kultury. Znacząco zwiększyła się oferta różnego rodzaju szkoleń i kursów



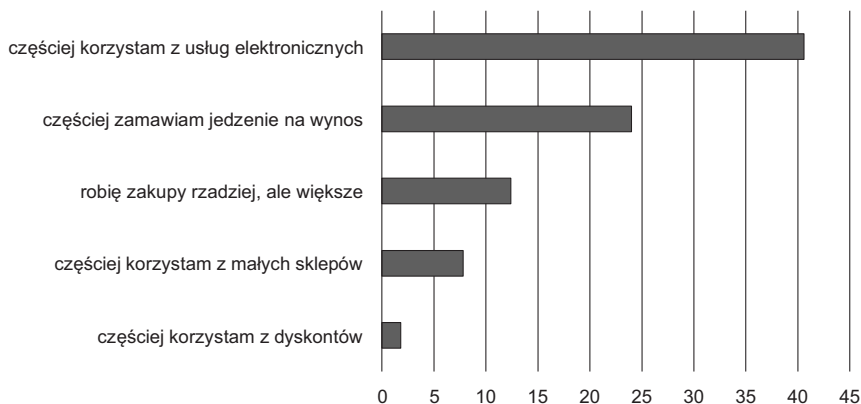
Ryc. 1. Lokalizacja placówek usługowych, z których korzystali respondenci
 Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

prowadzonych w trybie zdalnym, nie wspominając o edukacji dzieci i studentów, która odbywała się w okresie pandemii z wykorzystaniem trybu zdalnego. W przypadku tych dwóch rodzajów usług odsetek korzystający z różnych form elektronicznych wzrósł w okresie pandemii z około 8% do ponad 30% (31% w przypadku kulturalnych i 38% – edukacyjnych). Tak wysokich wzrostów znaczenia usług elektronicznych, ze względu na ich specyfikę, nie odnotowano w przypadku usług rekreacyjnych. O ile mieliśmy do czynienia ze spektaklami teatralnymi i koncertami w sieci oraz zdalnymi zajęciami w domach kultury, o tyle zdalne zajęcia sportowe i rekreacyjne cieszyły się mniejszą popularnością wśród badanych. Podobnie sytuacja kształtowała się w przypadku usług osobistych, których nie można realizować przez Internet, takich jak fryzjerskie i kosmetyczne (ryc. 1).



Ryc. 2. Zmiany w korzystaniu z usług handlowych i gastronomicznych w aglomeracji poznańskiej

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

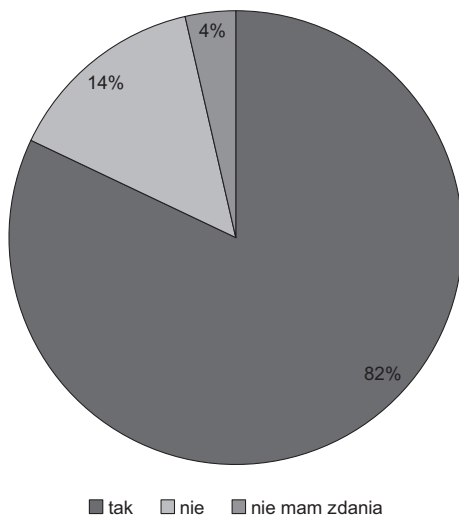


Ryc. 3. Zmiany zachowań konsumentów usług w aglomeracji poznańskiej wywołane pandemią

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Po okresie pandemii sytuacja w dużej mierze powróciła do stanu sprzed 2020 r. Ponownie wzrósł odsetek osób korzystających z usług w centrum Poznania. Nie odnotowano natomiast powrotu do tak wysokich udziałów centrów handlowych, jak miało to miejsc przed pandemią (ryc. 2). Zwraca ponadto uwagę utrzymujący się wysoki (choć już oczywiście nie tak wysoki jak podczas pandemii) udział korzystających z usług elektronicznych. Dotyczy to zarówno usług, które były realizowane już przed pandemią z wykorzystaniem trybu zdalnego (handlowych, finansowych oraz zamawiania jedzenia na wynos), jak edukacyjnych i kulturalnych. Wzrost ten odnotowano wśród mieszkańców grup wiekowych do 65 roku życia.

Wzrost znaczenia usług elektronicznych jest także widoczny w odpowiedziach respondentów na pytanie o zmiany zachowań w odniesieniu do korzystania z placówek usługowych. Około 40% respondentów wskazało tu wzrost częstotliwości korzystania z usług elektronicznych. Pozostałe kwestie dotyczyły wzrostu zainteresowania zamawianiem jedzenia na wynos (24%) oraz zmiany zachowań w zakresie korzystania z usług handlowych (ryc. 3). Około 12% respondentów zadeklarowało, że rzadziej robi zakupy, ale są one większe, natomiast 8% – wzrost częstotliwości korzystania z małych sklepów osiedlowych.

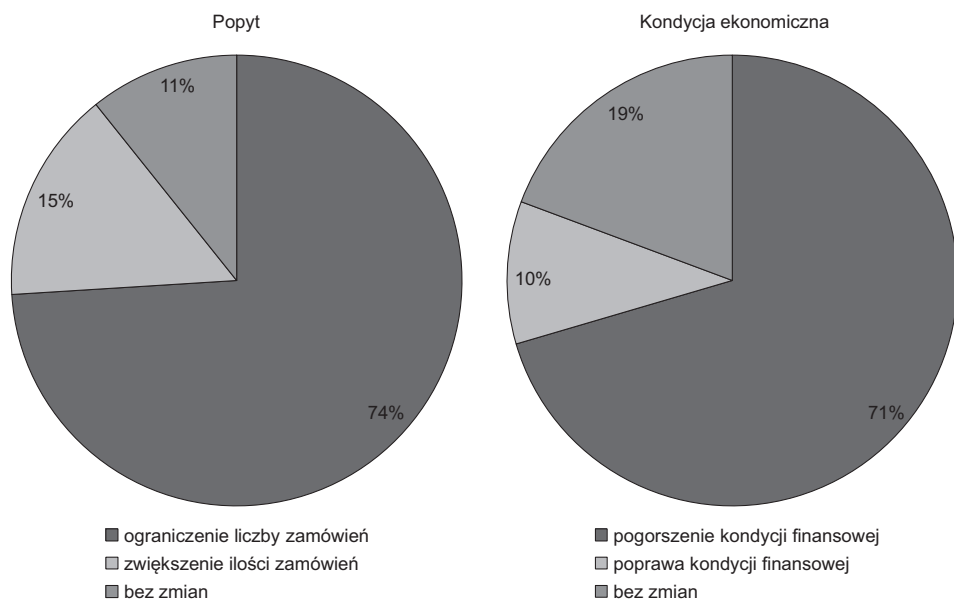


Ryc. 4. Ocena, czy pandemia COVID-19 wpłynęła na placówki usługowe w aglomeracji poznańskiej

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Badania przeprowadzone w placówkach usługowych wskazują, że ponad 82% z nich odczuło skutki pandemii COVID-19. Jedynie w przypadku 14% placówek nie odnotowano większych zmian w ich funkcjonowaniu (ryc. 4). Były to głównie placówki zajmujące się handlem spożywczym, zlokalizowane w gminach powiatu poznańskiego.

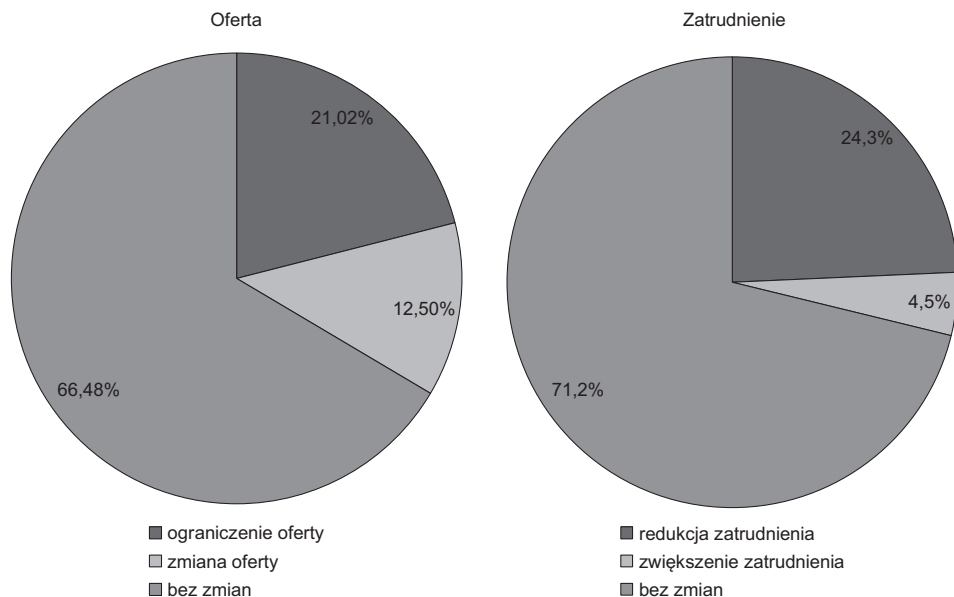
Analiza wpływu pandemii COVID-19 na różne aspekty funkcjonowania placówek usługowych prowadzi do kilku wniosków. Aż 74% badanych placówek usługowych odnotowało spadek popytu, co wywołało pogorszenie kondycji ekonomicznej w przypadku 71% badanych placówek usługowych. W przypadku niektórych placówek (15%) zanotowano zwiększenie liczby zamówień. Około 10% badanych placówek wskazało również poprawę ich sytuacji finansowej (ryc. 5). Dotyczyło to głównie placówek handlowych, transportowych i świadczących usługi informacyjne, zlokalizowane poza centrum Poznania i w gminach powiatu poznańskiego.



Ryc. 5. Wpływ pandemii COVID-19 na zwiększenie liczby zamówień i kondycję ekonomiczną badanych placówek usługowych

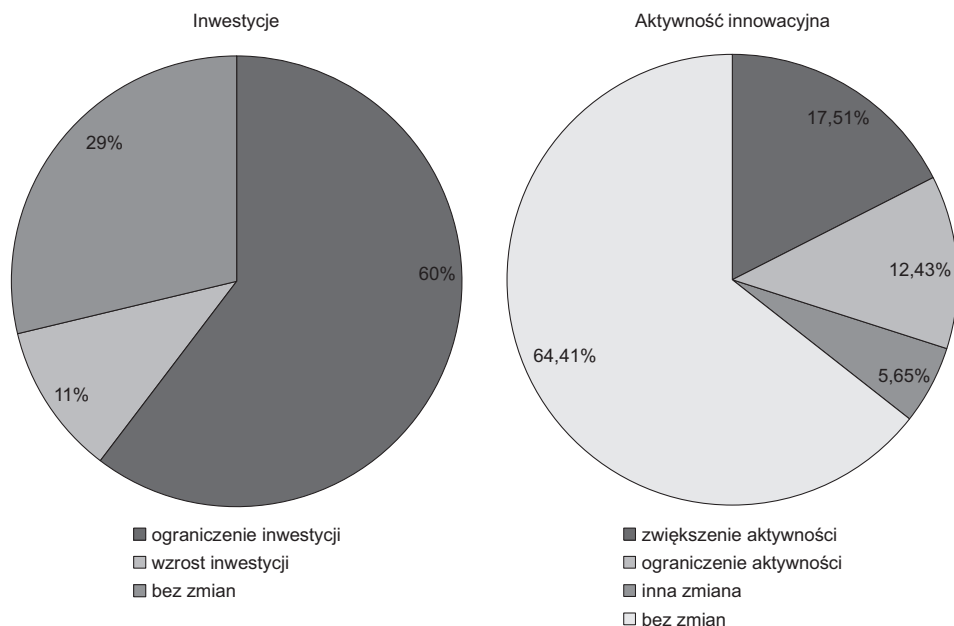
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Pandemia COVID-19 miała także wpływ na zatrudnienie i ofertę świadczonych usług. Mimo wprowadzania rządowych projektów ochronnych dla firm podczas pandemii, których warunkiem było utrzymanie zatrudnienia, redukcja zatrudnienia dotyczyła aż 24% badanych placówek usługowych. W zdecydowanej większości (71%) firmy utrzymywały zatrudnienie mimo ograniczeń w funkcjonowaniu, ze względu na trudności w pozyskiwaniu pracowników na rynku pracy w aglomeracji poznańskiej i spodziewany krótki okres ograniczeń. Jedynie 4,5% badanych firm zwiększyło zatrudnienie (ryc. 6). Były to te firmy, w których



Ryc. 6. Wpływ pandemii COVID-19 na ofertę i wielkość zatrudnienia badanych placówek usługowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.



Ryc. 7. Wpływ pandemii COVID-19 na działalność inwestycyjną i aktywność innowacyjną badanych placówek usługowych

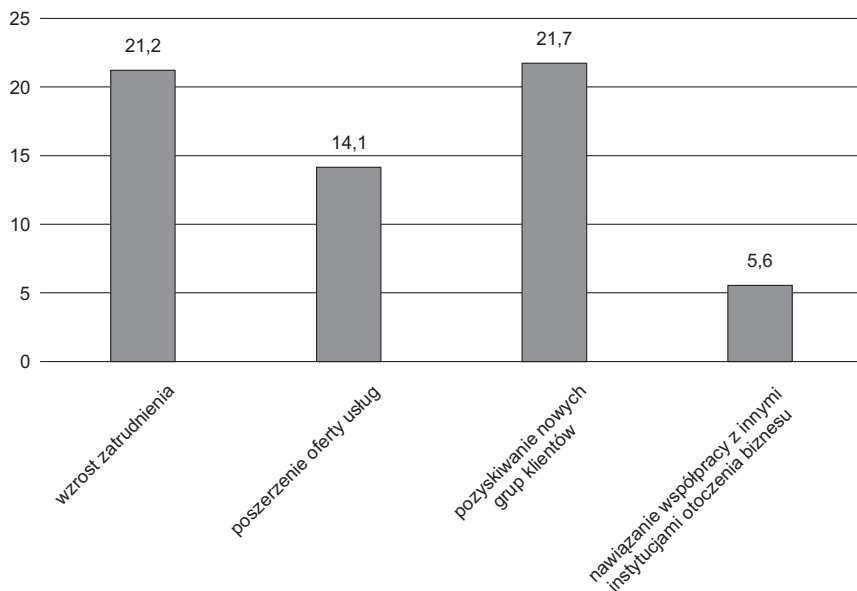
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

odnotowano w związku z pandemią zwiększenie liczby zamówień i poprawę kondycji finansowej.

Firmami, które przez pandemię zostały zmuszone do ograniczenia zatrudnienia i oferty usług, były placówki świadczące usługi hotelarskie i gastronomiczne, a także niektóre handlowe, zlokalizowane głównie w centrum Poznania.

Mimo niewątpliwych negatywnych skutków, jakie przyniosła pandemia COVID-19, zauważalne są także pozytywne jej efekty wynikające m.in. ze zwiększenia aktywności innowacyjnej, którą zadeklarowało 17,5% badanych placówek. Dotyczyło to różnych placówek usługowych i było związane głównie z wykorzystaniem usług elektronicznych w kontakcie z klientem, źródłami dystrybucji itp. Okres pandemii i czas niepewności, jaki jej towarzyszył, spowodował ograniczenie inwestycji w przypadku 60% badanych placówek. Około 11% firm zadeklarowało wykorzystanie czasu pandemii na niezbędne inwestycje – odnosiło się to przede wszystkim do firm handlowych i transportowych (ryc. 7).

Sytuacja na rynku usług zarówno w aglomeracji poznańskiej, jak i w całej Polsce (i na świecie) cechowała się dużą zmiennością, w zależności od nasilenia kolejnych fal zakażeń i związanych z tym ograniczeń w działalności placówek i mobilności mieszkańców. W Polsce największe nasilenie ograniczeń w funkcjonowaniu placówek usługowych miało miejsce w II i IV kwartale 2020 r. oraz I i IV 2021 r. Po zakończeniu okresu pandemii w maju 2022 r. większość placówek powróciła do funkcjonowania w tradycyjny sposób, choć w przypadku niektórych usługi elektroniczne, przynajmniej w jakimś wymiarze (np. kontaktu z klientem czy reklamy), pozostaną na stałe. Badanie pokazało także (ryc. 8), że placówki usługowe z pewnym optymizmem patrzą w przyszłość, planując wzrost



Ryc. 8. Plany badanych placówek usługowych w aglomeracji poznańskiej

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

zatrudnienia i pozyskiwanie nowych grup klientów (ponad 20% badanych) oraz poszerzenie oferty usług (14%) – częściowo przy wykorzystaniu zamian, które zaszły w wyniku pandemii (np. dotyczących wykorzystania Internetu).

Wnioski

Analiza dotycząca wpływu pandemii COVID-19 na rynek usług w aglomeracji poznańskiej prowadzi do następujących wniosków:

- Wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w aglomeracji poznańskiej potwierdzają wnioski z krajowych i międzynarodowych badań pokazujące, że kryzys spowodowany pandemią COVID-19 dotknął w znaczący sposób całą gospodarkę, jednak najbardziej ucierpiały usługi hotelarskie i gastronomiczne (patrz m.in. Gunay, Kurtulmus 2021, GUS 2021, Stojczew 2021, Orzeszak 2022, Dominiak 2022). Firmy związane z sektorem turystycznym okazały się najwrażliwsze na kryzys wywołany pandemią i wobec braku alternatywy w postaci usług elektronicznych znalazły się w kategorii największych „prze-granych” wśród podmiotów gospodarczych sektora usług. Dodatkowo wysoki udział pracowników zatrudnionych w ramach krótkookresowych umów spowodował w przypadku tych usług relatywnie największe spadki zatrudnienia. Formą dostosowania się placówek usługowych branży gastronomicznej do panującej sytuacji pandemicznej było zwiększenie sprzedaży posiłków na wynos, co wpłynęło na zmianę zachowań konsumentów częściej korzystających z takich usług także po ustaniu pandemii.
- Skutki pandemii były odczuwalne również przez placówki handlowe, choć w tym przypadku znaczenie miała lokalizacja placówki oraz rodzaj sprzedawanego asortymentu. Generalnie bardziej ucierpiały placówki handlowe zlokalizowane w centrach miast, centrach handlowych, prowadzące handel towarami niespożywczymi. Poza czasowymi zamknięciami i ograniczeniami w działalności placówek usługowych, wprowadzone ograniczenia w przemieszczaniu się mieszkańców (także limity w komunikacji miejskiej) oraz apele o pozostawanie w domach wpłynęły na mniejszą mobilność ludności i co za tym idzie – spadek zainteresowania placówkami usługowymi zlokalizowanymi w centrum Poznania. Po ustaniu pandemii sytuacja w dużej mierze powróciła do stanu sprzed 2020 r. Ponownie wzrósł odsetek osób korzystających z usług w centrum Poznania, ale nie odnotowano powrotu do tak wysokich udziałów centrów handlowych, jak miało to miejsc przed pandemią.
- Najodporniejsze okazały się usługi dla biznesu, które stosunkowo łatwo zostały przeniesione do sieci i były świadczone w trybie zdalnym. Największym wygranym pandemii są usługi sektora ICT, zwłaszcza usługi elektroniczne, które zastąpiły, tam gdzie było to możliwe, tradycyjne rodzaje usług. W czasie pandemii odnotowano wysoki wzrost zainteresowania handlem elektronicznym wynikający z potrzeby znalezienia alternatywnej, bezpiecznej drogi zakupu różnych dóbr w dobie pandemii, nastąpił rozwój zdalnego nauczania i zdalnych usług medycznych. Cyfrowa rewolucja związana z pandemią COVID-19

zmieniła nasze nawyki i znacząco przyspieszyła rozwój nowych usług. Zwraca uwagę utrzymujący się wysoki (choć już oczywiście nie tak wysoki jak podczas pandemii) udział korzystających z usług elektronicznych. Dotyczy to zarówno usług, które były realizowane już przed pandemią z wykorzystaniem trybu zdalnego (handlowych, finansowych oraz zamawiania jedzenia na wynos), jak edukacyjnych i kulturalnych. Wydaje się, że zmiany w handlu elektronicznym wywołane przez pandemię pozostaną trendem na dłużej, nie tylko ze względu na kolejne fale pandemii, których się spodziewamy, ale także i to, że ludzie przyzwyczaili się do nowych zachowań zakupowych, a firmy dopasowały swoje modele biznesowe do sytuacji, inwestując w nowe formy sprzedaży¹. Wzrost znaczenia usług elektronicznych jest też widoczny w odpowiedziach respondentów na pytanie o zmiany zachowań w odniesieniu do korzystania z innych rodzajów placówek usługowych.

- Wyniki przeprowadzonych badań ankietowych są zbieżne z wynikami badań, jakie cyklicznie realizuje GUS w odniesieniu do ocen i oczekiwań przedsiębiorców w związku z pandemią COVID-19 (patrz Dominiak 2022).

Literatura

- Benanav A. 2021. Service work in the pandemic economy. *Service Work in the Pandemic Economy. International Labor and Working-Class History*, 99: 66–74.
- Burkle F.M. Jr. 2006. Globalization and disasters: Issues of public health, state capacity and political action. *Journal of International Affairs*, 59(2): 231–265.
- Caroll N., Conboy K. 2020 Normalising the “New normal”: Changing tech-driven work practices under pandemic time pressure. *International Journal of Information Management*: 102186. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102186>
- Chang S.E. 2010. Urban disaster recovery: a measurement framework and its application to the 1995 Kobe earthquake. *Disasters*, 34: 303–327.
- Dominiak J. 2022. Wpływ pandemii COVID-19 na zmiany w sektorze usług w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 36(2): 126–136. <https://doi.org/10.24917/20801653.362.8>
- Gray R.S. 2020. Agriculture, transportation, and the COVID-19 crisis. *Cand. J. Agr. Econ.*, 68: 239–243. <https://doi.org/10.1111/cjag.12235>
- Gunay S., Kurtulmus B.E. 2021. COVID-19 social distancing and the US service sector: What do we learn? *Research in International Business and Finance*, 56.
- GUS 2021. Wpływ pandemii COVID-19 na koniunkturę gospodarczą – oceny i oczekiwania.
- Javed A. 2020. Impact of COVID-19 on Pakistan’s services sector. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 5/3: 107–116.
- Keesara S., Jonas A., Schulman K. 2020. COVID-19 and health care’s digital revolution. *N. Engl. J. Med.*, Apr. 2 [E-pub ahead of print].
- Lee C.K., Song H.J., Bendle L.J., Kim M.J., Han H.S. 2012. The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: a model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, 33(1): 89–99.
- Liu, Chuan, Black W.C., Lawrence F.C., Garrison M.E.B 2012. PostDisaster Coping and Recovery: The Role of Perceived Changes in the Retail Facilities. *Journal of Business Research*, 65(5): 641–647.
- Loayza N., Eduardo O., Rigolini J., Christiaensen L. 2012. Natural disasters and growth: going beyond the averages. *World Dev.*, 40(7): 1317–1336.

¹ OECD E-commerce in the time of COVID-19.

- McKibbin W., Fernando R. 2020. The Global Macroeconomic Impacts of COVID19: Seven Scenarios. Australian National University, CEPAR, March 2020.
- Maital S., Barzani E. 2020. The Global Economic Impact of COVID-19: A Summary of Research. Samuel Neaman Institute for National Policy Research.
- Orzeszak K. 2022. Wpływ polityki lockdownów na funkcjonowanie branży zakwaterowanie i gastronomii w Polsce. *Współczesna Gospodarka*, 13(1 (37)).
- Page S.J., Yeoman I., Munro C., Connell J., Walker L. 2006. A case study of best practice – VisitScotland's prepared response to an influenza pandemic. *Tourism Management*, 27(3): 361–393.
- Pearson M.M., Hickman T.M., Lawrence K.E. 2011. Retail recovery from natural disasters: New Orleans versus eight other United States disaster sites. *Int. Rev. Retail Distrib. Consum. Res.*, 21(5): 415–444.
- Shingal A. 2020. Services trade and COVID-19, VoxEU online article, CEPR Policy Portal (<https://voxeu.org/article/services-trade-and-COVID-19>; accessed: 7.05.2020).
- Stojczew K. 2021. Ocena wpływu pandemii koronawirusa na branżę turystyczną w Polsce. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 65(1).
- Vitálišová K., Vaňová A., Borská K., Helie T. 2021. Impacts of the COVID-19 pandemic on the policy of cultural and creative industries of Slovakia. *Scientific Papers of the University of Pardubice, D*, 29(1): 1241. <https://doi.org/10.46585/sp29011241>
- Wilder-Smith A. 2006. The severe acute respiratory syndrome: impact on travel and tourism. *Travel Medicine and Infectious Diseases*, 4: 53–60.
- Xiang S., Rasool S., Hang Y., Javid K., Javed T., Artene A.E. 2021. The Effect of COVID-19 Pandemic on Service Sector Sustainability and Growth. *Frontiers in Psychology*, 12.

The service sector in the Poznań agglomeration – changes caused by the COVID-19 pandemic

Abstract: The main aim of the article is to describe the changes taking place in service facilities located in the Poznań agglomeration as a result of the COVID-19 pandemic. The research procedure aims to answer the following questions: (1) what was the impact of the pandemic on service (depending on the type and location of the facility); (2) how behavior of service consumers changed during the pandemic, and whether some of these behaviors remained after the end of the pandemic period. The data for analysis come from research conducted in June 2022 using the survey technique among 198 service outlets and 283 inhabitants of the Poznań agglomeration understood as the city of Poznań and Poznań powiat. The results of surveys conducted in the Poznań agglomeration confirm the conclusions of national and international studies showing that the crisis caused by the COVID-19 pandemic has significantly affected the entire economy, but hotel and catering services have suffered the most. Tourism related companies turned out to be the most vulnerable to the crisis caused by the pandemic and, in the absence of an alternative in the form of electronic services, were placed in the category of the biggest losers among service sector economic operators. The effects of the pandemic were also felt by retail outlets, although in this case the location of the outpost and the type of assortment sold were important. In general, retail outlets located in city centers and shopping centers, trading in non-food products, were harder hit. Business Services and ICT services turned out to be the most resistant, as they were relatively easily transferred to the network and provided remotely.

Key words: COVID-19 pandemic, service sector, Poznań agglomeration, service facility