

**UNIWERSYTET EKONOMICZNY
W KRAKOWIE**

Katarzyna Kowalska

**Rozwój sieci polskich sklepów detalicznych jako sposób ograniczania siły
rynkowej międzynarodowych korporacji handlowych
Empiryczna weryfikacja na przykładzie województwa śląskiego**

Rozprawa doktorska

**Opiekun naukowy:
dr hab. Krystyna Przybylska, prof. UEK**

Kraków 2009

*Mojemu Mężowi Dawidowi
za zrozumienie, cierpliwość i nieustanne mobilizowanie do pracy*

*Moim Rodzicom
za wsparcie na różnych etapach mojego życia*

Spis treści

Wstęp	5
Rozdział 1. Proces internacjonalizacji przedsiębiorstw handlu detalicznego w ujęciu teoretycznym	9
1.1. Pojęcie internacjonalizacji przedsiębiorstwa handlu detalicznego.....	9
1.2. Teorie internacjonalizacji objaśniające zjawisko ekspansji przedsiębiorstw handlu detalicznego na rynki zagraniczne.....	15
1.2.1. Teoria międzynarodowego cyklu życia produktu.....	16
1.2.2. Teoria oligopolistycznej reakcji przedsiębiorstw.....	19
1.2.3. Eklektyczna teoria produkcji międzynarodowej.....	22
1.2.4. Uppsalski model internacjonalizacji przedsiębiorstwa.....	27
1.2.5. Teorie sieci międzynarodowych korporacji.....	30
1.3. Formy wejścia międzynarodowych korporacji handlowych na zagraniczne rynki.....	37
1.4. Motywy rozwoju międzynarodowych sieci handlowych.....	45
Rozdział 2. Skala ekspansji międzynarodowych korporacji handlowych w Europie, Polsce i województwie śląskim	56
2.1. Międzynarodowe korporacje handlu detalicznego w Europie.....	56
2.2. Międzynarodowe korporacje handlu detalicznego w Polsce.....	61
2.2.1. Skala i dynamika zjawiska w latach 1996 - 2005.....	61
2.2.2. Struktura międzynarodowych korporacji handlowych w Polsce według kraju pochodzenia zagranicznego kapitału.....	67
2.2.3. Struktura międzynarodowych korporacji handlowych według formy dystrybucji.....	69
2.2.4. Struktura międzynarodowych korporacji handlowych według wielkości przychodów ze sprzedaży.....	74
2.2.5. Lokalizacja międzynarodowych korporacji handlu detalicznego w Polsce według województw.....	76
2.3. Międzynarodowe korporacje handlu detalicznego w województwie śląskim.....	81
2.4. Regulacje prawne funkcjonowania wielkopowierzchniowych obiektów handlowych w Unii Europejskiej.....	85
2.4.1. Regulacje prawne w wybranych krajach unijnych.....	85
2.4.2. Regulacje prawne w Polsce.....	88
Rozdział 3. Siła rynkowa międzynarodowych sieci sklepów wielkopowierzchniowych w sektorze handlu detalicznego	95
3.1. Dominacja a siła rynkowa sieci handlu detalicznego.....	95
3.2. Czynniki zwiększające siłę rynkową międzynarodowych sieci handlowych w Polsce.....	106
3.2.1. Polityka niskich cen.....	107
3.2.2. Tworzenie i rozwój własnych marek handlowych.....	108
3.2.3. Lokalizacja sklepów wielkopowierzchniowych w centrach handlowych najnowszej generacji.....	113
3.3. Przykłady nadużywania siły rynkowej przez zagraniczne sklepy wielkopowierzchniowe w Polsce.....	116
3.4. Metody przeciwdziałania sile rynkowej międzynarodowych korporacji handlowych przez polskie sklepy detaliczne.....	119
Rozdział 4. Konieczność integracji polskich sklepów handlu detalicznego jako warunek sprostania konkurencji z międzynarodowymi korporacjami handlowymi na przykładzie województwa śląskiego	122
4.1. Formy integracji polskich przedsiębiorstw handlu detalicznego.....	123
4.1.1. Własne jednostki handlowe.....	123
4.1.2. Zintegrowane sieci handlowe.....	124

4.1.2.1. Zrzeszenia (stowarzyszenia).....	124
4.1.2.2. Grupy zakupowe.....	125
4.1.2.3. Sieci franchisingowe i quasi-franchisingowe.....	128
4.2. Ekonomiczne przesłanki rozwoju sieci polskich sklepów detalicznych.....	133
4.3. Charakterystyka sieci polskich sklepów detalicznych w województwie śląskim.....	139
Rozdział 5. Identyfikacja korzyści i barier funkcjonowania sklepów w polskich sieciach handlu detalicznego w województwie śląskim.....	145
5.1. Cel i metodologia badania.....	145
5.2. Analiza struktury odpowiedzi na pytania ankietowe.....	147
5.3. Charakterystyki opisowe rozkładów ocen obszarów w ramach wybranych pytań.....	183
5.4. Analiza współzależności odpowiedzi w ramach wybranych pytań.....	199
Zakończenie.....	205
Załączniki.....	211
Literatura.....	248
Adresy internetowe.....	258
Spis tabel.....	259
Spis rysunków.....	262