

I

(Rezolucje, zalecenia i opinie)

OPINIE

EUROPEJSKI KOMITET EKONOMICZNO-SPOŁECZNY

565. SESJA PLENARNA EKES-U W DNIACH – INTERACTIO, 8.12.2021–9.12.2021

Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego „Możliwości związane z transformacją cyfrową dla przedsiębiorstw detalicznych i płynące z niej korzyści dla europejskich konsumentów”

(opinia z inicjatywy własnej)

(2022/C 152/01)

Sprawozdawca: **Felipe MEDINA MARTÍN**

Decyzja Zgromadzenia Plenarnego	25.3.2021
Podstawa prawna	Art. 32 ust. 2 regulaminu wewnętrznego Opinia z inicjatywy własnej
Sekcja odpowiedzialna	Sekcja Jednolitego Rynku, Produkcji i Konsumpcji
Data przyjęcia przez sekcję	18.11.2021
Data przyjęcia na sesji plenarnej	09.12.2021
Sesja plenarna nr	565
Wynik głosowania	
(za/przeciw/wstrzymało się)	190/1/4

1. Wnioski i zalecenia

1.1. Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny (EKES) z zadowoleniem przyjmuje fakt, że w przedstawionym niedawno przez Komisję Europejską (KE) przeglądzie europejskiej strategii przemysłowej sektor detaliczny uznaje się za ekosystem o strategicznym znaczeniu dla odbudowy Europy. Uważa, że podejście ekosystemowe zapewnia odpowiednie ramy, odzwierciedlające z jednej strony złożone powiązania między sektorami i przedsiębiorstwami na jednolitym rynku w określonych łańcuchach wartości, a z drugiej strony – potrzebę wspierania ich w skutecznej transformacji cyfrowej, w transformacji w stronę modelu zrównoważonego oraz w przyczynianiu się do realizacji strategii odbudowy. Zwraca uwagę na znaczenie, różnorodność i skalę inicjatyw podejmowanych przez przedsiębiorstwa detaliczne w celu wsparcia transformacji ekologicznej i cyfrowej poprzez inwestowanie w nowe technologie w odpowiedzi na nowe żądania i potrzeby konsumentów.

1.2. Jako największy prywatny pracodawca w Europie europejski sektor detaliczny przechodzi transformację cyfrową, którą znacznie przyspieszyła pandemia COVID-19. Transformacja cyfrowa prowadzi do głębokiego przeobrażenia modeli biznesowych handlu detalicznego, a także interakcji z klientami. Największy sukces osiągają te przedsiębiorstwa, które sprawnie łączą środowisko online i offline w sprzedaży wszechkanałowej. EKES zauważył, że przed pandemią COVID-19 dwie trzecie detalistów nie prowadziło działalności przez internet oraz że pandemia pokazała, jak istotna jest strategia wszechkanałowa dla przetrwania wielu przedsiębiorstw, w szczególności – choć nie tylko – dla MŚP.

1.3. EKES podkreśla, że jednym z głównych wyzwań dla sektora detalicznego jest brak równych warunków działania w internecie wobec przedsiębiorstw handlowych z państw trzecich. Powoduje to nieuczciwą konkurencję dla przedsiębiorstw handlowych z siedzibą w UE, które przestrzegają wymogów UE dotyczących bezpieczeństwa produktów sprzedawanych konsumentom i respektowania praw konsumentów.

1.4. EKES zgadza się, że w Europie potrzebna jest skuteczna i ambitna polityka cyfrowa dla sektora detalicznego, aby wykorzystać możliwości podniesienia europejskiej konkurencyjności związane z innowacją cyfrową. Przeprowadzenie zielonej transformacji stanowi szansę, aby sektor detaliczny pomagał konsumentom w dokonywaniu bardziej zrównoważonych wyborów konsumpcyjnych. EKES zaznacza, że prawdziwy jednolity rynek oraz skuteczne i efektywne przepisy transgraniczne umożliwią sektorom detalicznemu i hurtowemu reagowanie na potrzeby konsumentów i rywalizację w konkurencyjnym w skali światowej, bardziej cyfrowym środowisku.

1.5. EKES popiera wspólne oświadczenie partnerów społecznych w sektorze detalicznym i hurtowym dotyczące europejskiego paktu na rzecz handlu w Europie, w którym zwracają się oni do UE o wspomoczenie sektora w poprawie jego długoterminowej odporności poprzez wprowadzenie ukierunkowanych środków wsparcia i przyspieszenie transformacji cyfrowej i ekologicznej, a także uznają rolę sklepów detalicznych w ożywianiu centrów miast i społeczności wiejskich. Wzywa KE do zastanowienia się nad sposobami stworzenia zintegrowanej strategii na rzecz odbudowy i przemysłu opierającej się na planach odbudowy, która to strategia odzwierciedlałaby wzajemnie wzmacniającą się rolę usług i produkcji w pobudzaniu wzrostu gospodarczego i efektywnym funkcjonowaniu gospodarki UE oraz we wspieraniu cyfryzacji handlu detalicznego, ze szczególnym naciskiem na MŚP.

1.6. EKES apeluje, by instytucje i państwa członkowskie UE zmieniły środki wspierające zatrudnienie i umiejętności oraz inwestowały w zbiór umiejętności przyszłych pracowników sektora detalicznego poprzez lepsze szkolenia zawodowe i kształcenie, indywidualne uczenie się i wsparcie na rzecz sektora gospodarki społecznej, rachunki szkoleniowe dostosowane do nowych miejsc pracy, aby wspierać przedsiębiorstwa, taka by mogły zatrzymać duży odsetek siły roboczej dzięki nauce korzystania z technologii cyfrowych. Przekwalifikowanie może natomiast umożliwić innym osobom dostęp do możliwości zatrudnienia w innych sektorach. Zgadza się, że sztuczna inteligencja (AI) i robotyka poszerzą i spotęgują wpływ cyfryzacji gospodarki na rynki pracy oraz że mogą przyczynić się do postępu gospodarczego i społecznego.

2. Wprowadzanie

2.1. Sektor detaliczny, obejmujący sklepy detaliczne (B2C) i przedsiębiorstwa hurtowe (B2B), jest największym prywatnym pracodawcą w Europie, zapewniającym jedno na siedem miejsc pracy. Do sektora tego należy jedno na cztery europejskie przedsiębiorstwa. Detaliści i hurtownicy są ogniwem łączącym producentów z 450 mln konsumentów w Unii Europejskiej (UE).

2.2. Handel detaliczny jest sektorem napędzanym przez popyt konsumpcyjny. Jest to zróżnicowany sektor sklepów internetowych i stacjonarnych sprzedających konsumentom żywność i produkty niespożywcze, które to sklepy szybko łączą się we wszechkanałowy model biznesowy dla konsumentów. 99 % przedsiębiorstw w tym sektorze to MŚP, które starają się odnaleźć na jednolitym rynku i przetrwać w warunkach dużej konkurencji, oferując elastyczność w zakresie innowacji i eksperymentów oraz robiąc to, co potrafią najlepiej: służąc konsumentom.

2.3. Europejski sektor detaliczny przechodzi obecnie transformację cyfrową. Pandemia COVID-19 znacznie przyspieszyła to zjawisko. Wielu konsumentów musiało kupować produkty niespożywcze przez internet, ponieważ sklepy były zamknięte. Sklepy spożywcze często mogły pozostawać otwarte, lecz podlegały surowym obostrzeniom, co generowało wysokie koszty ze względu na konieczność zapewnienia bezpieczeństwa konsumentom i pracownikom. Wielu detalistów, którzy wcześniej nie mieli sklepu internetowego, musiało zacząć oferować produkty online, by ponownie dotrzeć do klientów w okresie obostrzeń. Internetowe platformy handlowe były często jedynym sposobem szybkiego przeniesienia sprzedaży MŚP do internetu i oczekuje się, że stanie się to jeszcze powszechniejsze w najbliższej przyszłości.

2.4. Jednocześnie zielona transformacja jest szansą dla handlu detalicznego, ponieważ pozwala sektorowi na ponowne przemyślenie modeli biznesowych, oferowanie alternatywnych produktów oraz wsparcie i pokierowanie obywateli w przechodzeniu na bardziej zrównoważony styl życia. Stanowi zarówno odpowiedź na przemiany społeczne, jak i impuls do nich. Transformacja ekologiczna nie tylko odpowiada na rosnący popyt ze strony konsumentów i organów regulacyjnych na bardziej zrównoważone alternatywy, lecz jest również okazją do ponownego przemyślenia sposobu, w jaki społeczeństwo produkuje, sprzedaje, wykorzystuje i wyrzuca produkty.

3. Transformacja cyfrowa

3.1. Transformacja cyfrowa prowadzi do głębokiego przeobrażenia modeli biznesowych handlu detalicznego: zmienia interakcje z konsumentami, sprzedaż, sam łańcuch dostaw, informacje przepływające przez łańcuch dostaw itd. Sektor ten tradycyjnie jest odsprzedawcą produktów, lecz coraz częściej staje się połączeniem usług wsparcia związanych z odsprzedawcą, wiodącym podmiotem generującym i przetwarzającym dane oraz ważnym użytkownikiem AI. Ma to zasadnicze znaczenie dla zaspokojenia popytu konsumpcyjnego i zapewnienia bardziej odpowiednich zindywidualizowanych ofert.

3.2. Choć wiele przedsiębiorstw nadal mówi o kanałach sprzedaży online i offline, największy sukces osiągają te, które sprawnie łączą środowisko online i offline w sprzedaży wszechkanałowej, tym samym oferując konsumentom jedno doświadczenie. Przyczynia się to do zwiększenia konkurencji między różnymi modelami biznesowymi, poszerzenia wyboru, większej przejrzystości dla konsumentów, tworzenia miejsc pracy i szybszego wzrostu gospodarczego.

3.3. Jednym z głównych wyzwań sektora detalicznego jest brak równych warunków działania w internecie wobec przedsiębiorstw handlowych z państw trzecich. Niektóre z tych kwestii zostały już uwzględnione w różnych inicjatywach Komisji. Media regularnie donoszą, że towary spoza UE sprzedawane przez internet przez przedsiębiorstwa handlowe z państw trzecich są niezgodne z przepisami UE lub są nawet produktami niebezpiecznymi. Powoduje to nieuczciwą konkurencję dla przedsiębiorstw handlowych z siedzibą w UE, które przestrzegają wymogów UE dotyczących bezpieczeństwa produktów sprzedawanych konsumentom i poszanowania praw konsumentów. Niedociągnięcia w nadzorze rynku i kontrolach celnych potęgują problem, a do tego dochodzą wysokie koszty przestrzegania przepisów ponoszone przez przedsiębiorców przestrzegających prawa. Konsumentom trudno jest oprzeć się pokusie, jaką budzą niższe ceny. Badanie z 2020 r. pokazuje, że spośród konsumentów UE nabywających produkty w handlu transgranicznym niemal 70 % kupiło je w Chinach. W 2014 r. odsetek ten wynosił około 15 %⁽¹⁾.

3.4. Aby nadążyć za popytem klientów, detaliści i hurtownicy wprowadzają innowacje, dostosowują się i eksperymentują w celu poszukiwania nowych produktów, usług i modeli biznesowych. Przed pandemią COVID-19 więcej niż dwóch na trzech detalistów nie prowadziło działalności w internecie. Pandemia pokazała, jak istotna jest sprzedaż wszechkanałowa dla przetrwania wielu przedsiębiorstw, w szczególności – choć nie tylko – dla MŚP prowadzących sprzedaż detaliczną i hurtową.

3.5. Innowacje cyfrowe zwiększają konkurencyjność Europy na świecie. Jeden na dwóch europejskich klientów robi już zakupy przez internet i przeznaczają na ten cel 424 mld EUR rocznie⁽²⁾, lecz udział zakupów online różni się znacznie w zależności od rodzaju produktu. Zaledwie 15 % klientów dokonuje obecnie zakupów transgranicznych, a jedynie 7 % MŚP prowadzi sprzedaż poza swoim krajem. W Europie potrzebna jest skuteczna i ambitna polityka cyfrowa dla tego sektora, aby wykorzystać istniejące możliwości i zapewnić włączenie w ten proces wszystkich przedsiębiorstw, poprawę warunków pracy pracowników oraz widoczne korzyści z procesu cyfryzacji handlu detalicznego w całej Europie dla konsumentów, przy jednoczesnym zachowaniu wysokiego poziomu ochrony konsumentów we wszystkich kanałach sprzedaży.

4. Transformacja ekologiczna

4.1. Kryzys związany z COVID-19 ujawnił wzrost popytu konsumpcyjnego na zrównoważone produkty i sposoby prowadzenia działalności gospodarczej. Detaliści i hurtownicy mieli istotne znaczenie dla kontaktów z konsumentami końcowymi i odgrywali kluczową rolę w przewidywaniu i stymulowaniu popytu na bardziej zrównoważone, nadające się do recyklingu i/lub do ponownego użycia produkty i opakowania. Od wielu lat podejmowali starania na rzecz promowania zrównoważonej konsumpcji i zmniejszenia emisji CO₂ w ramach swojej działalności i łańcuchów dostaw. Jednak w sektorze, w którym są wysokie koszty stałe i niskie marże, transformacja ta wiąże się z wyzwaniami.

4.2. Sektor detaliczny w znacznym stopniu przyczynia się do zbierania i recyklingu odpadów. Systemy rozszerzonej odpowiedzialności producenta opierają się na wielkości danego strumienia odpadów wprowadzanego przez przedsiębiorstwo na rynek, na którym ono działa. Odpowiedzialność rozmywa się, jeżeli handlowcy, którzy nie mają fizycznej siedziby w UE, wprowadzają produkty do obrotu w UE lub jeżeli konsumenci robią to za pomocą bezpośredniego przywozu. W takich wypadkach odpady z produkcji przedostające się do strumienia odpadów są poddawane recyklingowi lub usuwane na koszt europejskich detalistów. Dotyczy to odpadów wytwarzanych przez podmioty z państw trzecich, które nic nie płacą. Konieczna jest ściślejsza współpraca między systemami WEEE (zużyty sprzęt elektryczny i elektroniczny) a sprzedawcami internetowymi mającymi siedzibę poza UE, podobnie jak niezbędne są działania mające na celu uświadomienie tym przedsiębiorstwom ich obowiązków wynikających z systemów rozszerzonej odpowiedzialności producenta. Świadomość konsumentów na temat procesów i kosztów recyklingu ma również kluczowe znaczenie dla tego, aby skutki zakupów przez internet stały się bardziej przejrzyste.

5. Umiejętności

5.1. EKES popiera wspólne oświadczenie partnerów społecznych w sektorze detalicznym i hurtowym UNI Europa i EuroCommerce z dnia 8 kwietnia⁽³⁾, w którym opowiadają się za europejskim paktem na rzecz handlu. Oświadczenie to uwidoczniło bezprecedensowy wpływ kryzysu związanego z COVID-19 na rentowność detalistów i hurtowników, a także na odporność ich pracowników. Tradycja partnerstwa społecznego i upowszechnienie dostosowanej do potrzeb organizacji pracy w sektorze, często w drodze układów zbiorowych, umożliwiły przedsiębiorstwom skuteczne radzenie sobie z nagłą i drastyczną potrzebą dostosowania się do nowej normalności. Partnerzy społeczni zaproponowali europejski pakt na rzecz handlu dla UE i organów rządowych, aby pomóc sektorowi w poprawie długoterminowej odporności dzięki ukierunkowanym środkom wsparcia i przyspieszeniu transformacji cyfrowej i ekologicznej.

⁽¹⁾ „E-commerce in Europe 2020” [Handel elektroniczny w Europie w 2020 r.].

⁽²⁾ <https://www.eurocommerce.eu/about-us/the-narratives.aspx>

⁽³⁾ 2020.04.08 – EuroCommerce_UniEuropa_statement.pdf

5.2. Jak wynika z niedawnego sprawozdania McKinsey Global Institute⁽⁴⁾, pandemia COVID-19 i automatyzacja łącznie stanowią zagrożenie dla ponad 5 mln miejsc pracy w handlu detalicznym i hurtowym. Może to dotyczyć wielu zatrudnionych kobiet i młodych ludzi. Oprócz stabilizacji gospodarki UE i państwa członkowskie muszą inwestować w zbiór umiejętności tych pracowników, np. poprzez lepsze szkolenie zawodowe i kształcenie, indywidualne rachunki szkoleniowe i przekwalifikowanie. Ukierunkowane podnoszenie kwalifikacji umożliwiłoby sektorowi zatrzymanie większej części siły roboczej dzięki nauce korzystania z technologii cyfrowych, a przekwalifikowanie może umożliwić innym pracownikom dostęp do możliwości zatrudnienia w innych sektorach.

5.3. Należy zatem przeformułować unijne środki wspierania zatrudnienia i umiejętności, aby umożliwić łatwy i szybki dostęp do finansowania restrukturyzacji tego sektora oraz sprostać zmieniającym się potrzebom w zakresie umiejętności wynikającym z przyspieszenia zmian na rynku spowodowanego przez pandemię COVID-19. Trzeba wykorzystać plany odbudowy do podnoszenia kwalifikacji pracowników zarówno sektora detalicznego, jak i hurtowego w taki sam sposób, jak w przypadku pracowników sektora publicznego.

6. Strategia przemysłowa – ekosystem detaliczny

6.1. W zaktualizowanej strategii przemysłowej przedstawionej niedawno przez KE⁽⁵⁾ kładzie się nowy nacisk na podstawowe ekosystemy, w tym na handel detaliczny i sektor rolno-spożywczy. Detaliści i hurtownicy odgrywają istotną rolę w gospodarce europejskiej i w funkcjonowaniu wielu innych ekosystemów, takich jak sektor logistyki. Transformacja cyfrowa i ekologiczna muszą przyczynić się do odbudowy po pandemii COVID-19, a detaliści i hurtownicy muszą być uznawani za istotną część wielu ekosystemów, np. handlu internetowego i logistyki. Logistyka jest niezbędnym elementem przemysłowym handlu elektronicznego. Obydwa podsystemy znajdują się w symbiotycznej relacji, ponieważ żaden z nich nie może funkcjonować bez udziału drugiego. Z tego względu w ogólnym interesie leży, aby sektor logistyczny rozwijał się zgodnie z potrzebami pracowników, konsumentów i środowiska.

6.2. KE uznała, że ekosystem detaliczny i hurtowy jest jednym z sektorów, które najbardziej ucierpiały wskutek pandemii, i plasuje się na drugim miejscu pod względem potrzeb w zakresie wsparcia inwestycji. Detaliści i hurtownicy prowadzą działalność charakteryzującą się wysokim obrotem, wysokimi kosztami stałymi i niskimi marżami (1–3 %), co oznacza, że są oni szczególnie podatni na niedobór płynności. W handlu detalicznym niespożywcym w maju 2020 r. szacowane straty związane z pierwszą falą pandemii sięgnęły 16–20 % rocznych obrotów (250–320 mld EUR). Wiele przedsiębiorstw w ekosystemie detalicznym i hurtowym dotkliwie bezpośrednio lub pośrednio ucierpiało z powodu nałożonych na nie przez rząd obostrzeń, np. w wyniku zamknięcia działalności ich klientów lub z powodu innych ograniczeń w przemieszczaniu się. Podmioty prowadzące działalność internetową były w stanie ograniczyć niektóre straty, lecz tylko w niewielkim zakresie. Sprzedaż przez internet znacznie wzrosła i oczekuje się, że będzie nadal rosła wraz z zdobywaniem przez konsumentów doświadczenia w dokonywaniu zakupów przez internet.

6.3. Podejście ekosystemowe zapewnia odpowiednie ramy odzwierciedlające zarówno złożone powiązania między sektorami i przedsiębiorstwami na jednolitym rynku w określonych łańcuchach wartości, jak i potrzebę wspierania ich w skutecznej transformacji cyfrowej, transformacji w stronę modelu zrównoważonego oraz w przyczynianiu się do realizacji strategii odbudowy. Ze względu na to, że spożycie prywatne generuje ponad 50 % PKB UE, detaliści i hurtownicy zapewniają producentom dostęp do rynków konsumenckich i branżowych. Klienci mogą kupić to, czego potrzebują, co stanowi ciągły i istotny łańcuch dostaw.

7. Rola handlu detalicznego w utrzymaniu żywotności centrów miast i społeczności wiejskich

7.1. Detaliści od wielu lat zdobywają zaufanie europejskich konsumentów i dostarczają im produkty wysokiej jakości po konkurencyjnych cenach, stale dążąc do uzyskania nowej wydajności i przeniesienia jej na konsumentów, by zwiększyć ich siłę nabywczą. Wytwarzają produkty przyjazne dla środowiska, które przyczyniają się do zrównoważonej konsumpcji, lecz potrzebne są dalsze działania.

7.2. Sklepy detaliczne mają również kluczowe znaczenie dla utrzymania żywotności centrów miast i społeczności wiejskich. Pokazuje to również, jak istotne są i będą dla społeczeństwa tradycyjne sklepy stacjonarne. Detaliści mogą pełnić funkcję urzędu pocztowego, banku i apteki oraz pomagać w utrzymaniu żywotności społeczności lokalnych. Opuszczone obiekty handlu detalicznego na ulicach handlowych nieuchronnie skazują miasta na powolne osuwanie się w otchłań wandalizmu i przestępczości, a sklep wiejski może przyczynić się do przetrwania społeczności wiejskiej i do powstrzymania odpływu jej mieszkańców.

7.3. Europejscy detaliści muszą być w stanie zwiększyć i przyspieszyć inwestycje w automatyzację, kontakty z konsumentami i sztuczną inteligencję w celu utrzymania konkurencyjności. Wsparcie takich inwestycji i rozwoju sprzedaży internetowej, a w szczególności pomoc w przestawieniu się MŚP prowadzących sprzedaż detaliczną i małych punktów handlu w centrach miast na działalność online przeobraziłoby społeczności lokalne i wpłynęło na przetrwanie i odporność wielu przedsiębiorstw detalicznych mierzących się z – coraz bardziej globalną – ostrą konkurencją.

⁽⁴⁾ „The future of work in Europe” [Przyszłość pracy w Europie] (mckinsey.com).

⁽⁵⁾ COM(2020) 102 final; communication-industrial-strategy-update-2020_en.pdf (europa.eu).

8. Równe warunki działania dla handlu detalicznego w Europie

8.1. UE, licząca 450 mln konsumentów, ma ogromny potencjał jako cyfrowy rynek wewnętrzny. Strategia jednolitego rynku cyfrowego dla Europy została opracowana z myślą o stymulowaniu transgranicznego handlu elektronicznego między krajami UE. Transgraniczny handel elektroniczny w obrębie UE nie rozwija się jednak tak szybko jak handel elektroniczny z państw trzecich. Europejski rynek usług cyfrowych wyraźnie pozostaje w tyle za Stanami Zjednoczonymi i Chinami, zwłaszcza jeśli chodzi o obecność na rynku światowym, co znajduje odzwierciedlenie w gwałtownym wzroście sprzedaży internetowej z niektórych państw spoza UE, szczególnie Chin, dla europejskich konsumentów. Na przestrzeni lat widać, że powstają tam coraz bardziej innowacyjne formaty i technologie cyfrowe. UE i jej państwa członkowskie muszą wzmocnić wysiłki na rzecz stworzenia odpowiednich ram, w których przedsiębiorstwa będą mogły konkurować, wprowadzać innowacje, służyć swoim klientom i zapewniać ochronę konsumentów. Najlepszym rozwiązaniem jest zapewnienie większej atrakcyjności inwestowania i prowadzenia działalności gospodarczej w UE niż w innych częściach świata.

8.2. Sprzedaż przez internet jest najszybciej rozwijającym się segmentem rynku detalicznego i choć nadal jest stosunkowo ograniczona w porównaniu ze sprzedażą poza internetem, zaczyna nabierać bardzo dużego znaczenia w wielu sektorach niespożywczych. Detaliści nie są już jedyną drogą do klientów, gdyż producenci zaczynają również korzystać z handlu elektronicznego w celu prowadzenia w inny sposób bezpośredniej sprzedaży i kontaktów z konsumentami. Korzyści skali, szeroka mechanizacja procesów, efekty sieciowe i zdolność oferowania niemal nieograniczonego asortymentu produktów przyniosły korzyści dużym graczom i platformom internetowym, których rosnące udziały w rynku zaczynają się upodabniać do tradycyjnej roli lokalnych sklepów jako strażników dostępu.

8.3. Wszystkie towary sprzedawane w UE muszą być zgodne z przepisami UE, co muszą zapewnić wszyscy przedsiębiorcy sprzedający towary konsumentom w UE. Przywóz bezpośredni spowodował nowe wyzwania związane z przestrzeganiem przepisów UE, stwarzając zagrożenie dla zdrowia i bezpieczeństwa europejskich konsumentów i narażając unijnych handlowców na nieuczciwą konkurencję. Wyraźnie zasygnalizowano, że towary sprzedawane w UE muszą być zgodne z przepisami niezależnie od lokalizacji przedsiębiorstwa i wartości tychże towarów. Zasadnicze znaczenie będą miały między innymi proponowany akt o usługach cyfrowych, przegląd dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów oraz właściwe wdrożenie i egzekwowanie rozporządzenia w sprawie nadzoru rynku i innych przepisów UE.

8.4. Niezwykle istotne jest, aby jednolity rynek i sektor ten funkcjonowały prawidłowo, ponieważ umożliwi to sektorowi detalicznemu i hurtowemu reagowanie na potrzeby konsumentów i rywalizację w konkurencyjnym w skali światowej i bardziej cyfrowym otoczeniu. EKES uważa, że działania na szczeblu UE mają ogromne znaczenie dla zapobiegania dalszemu rozdrobnieniu rynku wewnętrznego i uniknięcia wprowadzania nowych, często protekcyjnych, krajowych przepisów dotyczących produktów i usług, a także dla zapobiegania rozbieżnościom we wdrażaniu i interpretowaniu prawa UE.

9. AI w handlu detalicznym i hurtowym

9.1. Detaliści i hurtownicy od wielu lat korzystają z automatyzacji w takich dziedzinach jak transport, zamawianie i zarządzanie zapasami lub kontakty z konsumentami. Dzięki sztucznej inteligencji automatyzacja stała się znacznie bardziej wyrafinowana, umożliwiając większą przenikliwość i wydajność. AI wpływa na sektor detaliczny i hurtowy na wiele sposobów. Należą do tego poprawa kontaktów z klientami, przyspieszenie doręczania paczek, przewidywanie zachowań klientów, optymalizacja zapasów, wykrywanie oszustw i zwiększenie zrównoważoności sektora.

9.2. Co roku gwałtownie zwiększa się zastosowanie AI w handlu detalicznym. W 2016 r. zaledwie 4 % detalistów korzystało z technologii AI, podczas gdy w 2017 r. odsetek ten wzrósł do 17 %, a w 2018 r. – do 28 %. Jak można było oczekiwać, stopień wykorzystania AI był najwyższy wśród dużych detalistów i hurtowników, których roczny obrót wyniósł co najmniej 10 mld USD. Ze AI korzystają detaliści w sektorze motoryzacyjnym (19 %), w sektorze elektroniki i aplikacjach domowych (25 %), w sektorze prac remontowych (26 %), w sektorze żywnościowym i spożywczym (29 %), odzieżowym i obuwniczym (33 %) oraz w sektorze wielu kategorii (42 %).

9.3. Jak EKES stwierdził w opinii w sprawie AI⁽⁶⁾, AI i robotyka poszerzą i spotęgują wpływ cyfryzacji gospodarki na rynki pracy i mogą przyczynić się do postępu gospodarczego i społecznego. W ostatnich latach AI stała się priorytetem dla przedsiębiorstw, decydentów i społeczeństwa. AI oferuje przedsiębiorstwom detalicznym i hurtowym nieskończone możliwości pod względem rozwoju działalności, poprawy łańcuchów dostaw, ułatwienia podejmowania decyzji, rozumienia potrzeb konsumentów i lepszej obsługi klientów. Są to tylko niektóre z wielu powodów, dla których tak wielu detalistów i hurtowników bada możliwości oferowane przez AI i inwestuje w nie.

⁽⁶⁾ Dz.U. C 440 z 6.12.2018, s. 1.

9.4. Wiele zastosowań AI nie ma wpływu na jednostki. AI stosowana w diagnostyce medycznej i do skanowania półek w magazynie są być może podobne pod względem technologii, gdyż podejmują decyzje na podstawie złożonych zbiorów danych, lecz pociągają za sobą zdecydowanie inny stopień ryzyka i wymagają innych zabezpieczeń. AI wymaga regulacji odnoszącej się do różnego stopnia ryzyka związanego z wykorzystaniem jej systemów, tak by zapewnić konsumentom bezpieczeństwo i ich zaufanie do tych systemów.

Bruksela, 9 grudnia 2021 r.

Christa SCHWENG
Przewodnicząca
Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego
