

Badania i Rozwój Młodych Naukowców w Polsce

Nauki humanistyczne i społeczne

Część II – Ekonomia, działalność gospodarcza i bankowość



www.mlodzinaukowcy.com

Poznań 2018

Redakcja naukowa

dr inż. Jędrzej Nyckowiak, UPP

dr hab. Jacek Leśny prof. UPP

Wydawca

Młodzi Naukowcy

www.mlodzinaukowcy.com

wydawnictwo@mlodzinaukowcy.com

ISBN (całość 978-83-65677-93-8)

ISBN (wydanie online 978-83-65917-84-3)

ISBN (wydanie drukowane 978-83-65917-85-0)

Ilość znaków w książce: 509 tys.

Ilość arkuszy wydawniczych: 12.7

Data wydania: maj 2018

Niniejsza pozycja jest monografią naukową. Jej rozdziały zostały wydrukowane zgodnie z przesłanymi tekstami po ich zaakceptowaniu przez recenzentów, spis recenzentów zamieszczono na końcu książki. Odpowiedzialność za zgodne z prawem wykorzystanie użytych materiałów ponoszą autorzy poszczególnych rozdziałów.

Spis treści

1. Model zarządzania łańcuchem dostaw w oparciu o działania e-logistyczne	7
<i>Piotr Błasiak, Karolina Karbownik</i>	
2. Wybrane zabezpieczenia danych w obiegu informacji w przedsiębiorstwie na wybranych przykładach	15
<i>Piotr Błasiak, Karolina Karbownik</i>	
3. Zarządzanie należnościami w spółdzielniach mieszkaniowych (studium przypadku Lokatorsko-Własnościowej Spółdzielni Mieszkaniowej w Knurowie)	22
<i>Kędzior Justyna, Łęgowski Szymon</i>	
4. Sposoby kształtowania wizerunku organizacji non-profit	28
<i>Kędzior Justyna, Łęgowski Szymon</i>	
5. Analiza porównawcza polskich województw pod względem sytuacji ludzi młodych na rynku pracy w 2015 roku	34
<i>Kłosa Sabina</i>	
6. Zastosowanie metody wzorca rozwoju Hellwiga do klasyfikacji polskich województw pod względem poziomu rozwoju działalności innowacyjnej w przedsiębiorstwach	43
<i>Kłosa Sabina</i>	
7. Rozwój rynku ubezpieczeń majątkowych w wybranych krajach Europy	53
<i>Kwiatkowska Agnieszka</i>	
8. Grupy ubezpieczeniowe – aspekty teoretyczne	60
<i>Kwiatkowska Agnieszka</i>	
9. Specyfika kredytu i pożyczki jako formy finansowania podmiotów gospodarczych	66
<i>Lesiak Magdalena</i>	
10. Bezpieczeństwo konsumenta na rynku telefonii mobilnej	74
<i>Łęgowski Szymon, Kędzior Justyna</i>	
11. Znaczenie reklamy w budowaniu lojalności użytkowników telefonii komórkowej	80
<i>Łęgowski Szymon, Kędzior Justyna</i>	
12. Znaczenie dochodów własnych w budżecie gmin	87
<i>Markowska Ewelina, Wolska Urszula</i>	
13. Kryzys gospodarczy i jego znaczenie w bankowości	94
<i>Markowska Ewelina, Wolska Urszula</i>	
14. Foundations of business negotiations in Norway	100
<i>Michał Najman</i>	
15. Pieniądz fiducjarny czy pieniądz towarowy? Czy warto powrócić do pieniądza towarowego opartego na złocie?	106
<i>Anna Pronczuk-Omiotek</i>	
16. Zastosowanie metodyk zwinnych w lubelskich firmach IT – case study	114
<i>Anna Pronczuk-Omiotek</i>	
17. Kredyt bankowy jako forma finansowania działalności gospodarczej	122
<i>Styś Kinga</i>	
18. Inflacja, bezrobocie i PKB jako determinanty wahań cyklu koniunkturalnego w Polsce	130
<i>Styś Kinga</i>	

- | | |
|---|------------|
| 19. Wiedza i innowacje jako czynnik rozwoju gospodarczego w świetle teorii ekonomicznych | 138 |
| <i>Wolska Urszula, Markowska Ewelina</i> | |
| 20. Przedsiębiorczość ekonomiczna a sytuacja na radomskim rynku pracy | 144 |
| <i>Wolska Urszula, Markowska Ewelina</i> | |

Przedmowa

Szanowni Państwo, wydawnictwo „Młodzi Naukowcy” oddaje do rąk czytelnika pięć monografii dotyczących nauk humanistycznych i społecznych. W prezentowanych monografiach poruszany jest bardzo szeroki przekrój zagadnień, jednak każda z osobna składa się z kilkunastu rozdziałów, spójnych tematycznie i dających jednocześnie bardzo dobry przegląd tematyki naukowej jaką zajmują się studenci studiów doktoranckich lub ich najmłodszy absolwenci, którzy uzyskali już stopień doktora.

W pierwszej z monografii szereg rozdziałów dotyczy małżeństwa w ujęciu kanonicznym, w tym coraz częściej pojawiającym się postępowaniom o jego unieważnienie, co w potocznym ujęciu może być utożsamiane z „kościelnym” rozwodem. Pewne zdumienie budzi rosnąca liczba takich postępowania przy jednoczesnym spadku ilości zawieranych małżeństw. Kilka rozdziałów dotyczy także doboru partnerów zawierających małżeństwo, analizowano tu różnice jakie zachodziły w tym zakresie w XIX i XX wieku. Druga z monografii poświęcona została głównie ekonomice przedsiębiorstw, bezpieczeństwu danych wykorzystywanych w działalności gospodarczej oraz bankowości. Analizowano też sytuację ludzi młodych w różnych województwach pod kątem rynku pracy. Dwa rozdziały poświęcono telefonii komórkowej, w szczególności bezpieczeństwu konsumenta oraz znaczeniu reklamy w budowaniu lojalności. W jednym z rozdziałów rozważano też czy warto byłoby powrócić do pieniądza towarowego opartego na złocie.

Trzecia z monografii dotyczy głównie literatury zarówno najnowszej jak i starszej dobrze znanej specjalistom jak i „zwykłym”, czytelnikom. Pojawiają się tu analizy twórczości takich autorów jak Janusz Leon Wiśniewski i Irada Wownenko, rozważania nad wpływem Fiodora Dostojewskiego i Michaiła Lermontowa na twórczość Zinajdy Gippius oraz Mrożka powieść epistolarna. Dalsze rozdziały dotyczą kultury, a w tym pojawia się historia ubioru, symboliki chrześcijańskiej w modzie oraz bardzo dyskusyjne zachowania ludzi uprawiających crossdressing. Kilka ostatnich rozdziałów dotyczy polityki w tym kryzysu uchodźczego w Europie, międzynarodowych relacji Białorusi, a także trochę historii polityki do których można zaliczyć rozdział o Antonio Gramsci i jego wersji rewolucji marksistowskiej.

Czwarta monografia zawiera rozdziały dotyczące edukacji, pedagogiki i zachowań w rodzinie. Kilka rozdziałów dotyczy nauczania matematyki, a w tym przyczyn różnic płciowych w poziomie umiejętności matematycznych oraz analizę wybitnych zdolności matematycznych i potencjału twórczego dziecka. W przypadku zachowań w rodzinie poruszono ostatnio bardzo popularny i ważny temat jakim jest kwestionowanie przez część rodziców konieczności szczepienia dzieci, a nawet głoszenie poglądów że szczepienia mogą dawać więcej różnego rodzaju powikłań i szkód niż choroba przed którą chronią. Kilka rozdziałów poświęcono ciągle aktualnemu problemowi alkoholizmu, a przede wszystkim szkód jakie wyrządza w życiu rodziny.

Ostatnia monografia z omawianego cyklu ma aż 26 rozdziałów dotyczących zagadnień prawnych. Pierwsze dwa rozdziały dotyczą stalkingu, czyli przestępstwa uporczywego nękania, które pojawiło się w prawie karnym stosunkowo niedawno i które jak się wydaje jest związana z coraz szerszym dostępem do różnego rodzaju mediów społecznościowych. W kolejnych rozdziałach omawiano zagadnienia związane z niedozwolonymi zapisami w umowach kredytowych we frankach szwajcarskich, ukrytą reklamą w Internecie, kontrolą polityczną oraz kaźnią i zemstą społeczną jako jedną z form wymierzania sprawiedliwości. Dalsze rozdziały dotyczą głównie prawa administracyjnego, jego kodyfikacji oraz różnego rodzaju postępowania administracyjnych.

W niniejszej przedmowie przedstawiłem tylko wybrane zagadnienia poruszane w pięciu monografiach z zakresu nauk humanistycznych i społecznych. Czytelnikom życzę wielu przemyśleń związanych z tematyką zaprezentowanych prac badawczych. Ja uważam, że doktoranci i młodzi badacze z pasją i bardzo profesjonalnie podchodzą do swojej pracy, a doświadczenie jakie nabierają publikując prace w monografiach wydawnictwa Młodzi Naukowcy, pozwoli im udoskonalać swój warsztat pracy.

dr hab. Jacek Leśny
prof UPP

1. Model zarządzania łańcuchem dostaw w oparciu o działania e-logistyczne

A Model of supply chain management based on e-logistics activities

Piotr Błasiak, Karolina Karbownik

Politechnika Częstochowska

Opiekun naukowy: prof. P. Cz. dr hab. Joanna Nowakowska-Grunt

Promotor: prof. P. Cz. dr hab. Bogusława Ziółkowska

Piotr Błasiak: blasiakpiotr@interia.pl

Karolina Karbownik: eurokarolinka@wp.pl

Słowa kluczowe: model zarządzania, łańcuch dostaw, logistyka, e-logistyka

Streszczenie

Logistyka jest jednym z obszarów prowadzenia działalności gospodarczej. Dzięki czemu produkt finalny lub półprodukt trafia od nadawcy do odbiorcy. Ponadto odpowiedzialność działu logistycznego polega na tym, by odpowiednia ilość towaru została przekazana klientowi w odpowiednim czasie. Dlatego też najlepiej by wszystkie szczegóły były jasno określone przez kupującego.

W tym celu należy nawiązać z klientem odpowiednie relacje. W większości przypadków wszystkie szczegóły omawia się na etapie sprzedaży. Jednak większe zamówienia lub w przypadku konieczności zapakowania zamówionych produktów, tego rodzaju kontakt nawiązywany zostaje tuż przed wysyłką. Przez co można ustalić termin oraz godzinę odbioru przesyłki. Nawiązanie relacji odbywa się w sposób bezpośredni, za sprawą czego realizacja wielu zamówień znacznie się wydłuża. Zmusza to do zastosowania specjalistycznych rozwiązań systemowych.

1. Wstęp

Współczesne prowadzenie biznesu staje się coraz bardziej złożonym procesem. Przez co należy wprowadzać udoskonalenia. Chociaż aktualnie wspomniane udoskonalenia nie polegają jedynie na zakupie nowych maszyn czy oprogramowania, ponieważ w ich skład wchodzi także umiejętne nawiązywanie współpracy. Dzięki czemu firmy – nawet z podobnej branży – mogą się wzajemnie uzupełniać ewentualnie „wspierać” w sytuacjach kryzysowych. Tego rodzaju rozwiązania to aktualnie konieczność, wynikająca ze specyfiki nowej gospodarki.

2. Model zarządzania

Poprzez zarządzanie rozumie się zbiór działań. W skład, którego wchodzi następujące elementy: organizowanie, planowanie, motywowanie, jak i kontrolowanie. dzięki czemu dochodzi do sprawnego zarządzania zasobami. Dzięki sprawnemu zarządzaniu osiąga się wyznaczone cele organizacyjne (Griffin 2009).

Istnieją jeszcze inne definicje zarządzania. Mianowicie (Wieczorek 2007):

- a. Dla A. Glińskiego zarządzanie odnosi się do działalności osoby decyzyjnej, w celu skonkretyzowania postanowień, a później ich realizację, w oparciu o zasoby i możliwości zarządzających;
- b. T. Pszczołowski zarządzanie tłumaczy, jako działanie oparte na dysponowaniu zasobami;
- c. W. Griffin zaś poprzez zarządzanie rozumie działania (planowanie, organizowanie, motywowanie, kontrola), które kieruje się na dane zasoby, aby osiągnąć wcześniej wyznaczone cele;
- d. Z kolei B. R. Kuc uważa, że zarządzanie porządkuje wspomniany chaos.

W związku z czym zarządzanie stanowi proces, w wyniku którego dochodzi do powstania decyzji. Przez te rozumie się zbiór par decyzyjnych, czyli pytanie decyzyjne i odpowiedzi decyzyjne (Strużycki 2002).

Należy zaznaczyć, iż e-logistyka rozdziela produkt od informacji. Dlatego też w łańcuchu dostaw przekazywane są tylko informacje w zakresie danego dobra, a więc: co, gdzie, w jakiej ilości, na kiedy jest ono potrzebne. Z kolei produkt jest docelowo kierowany do miejsca przeznaczenia, co omija magazyn i tym samym obniża koszty wytwórcze. Pozwala to zmienić sposób funkcjonowania logistyki, gdyż magazyn staje się biurem handlowym, a nie jedynie miejsce składowania. W takim przypadku produkt zanim zejdzie z linii produkcyjnej jest już sprzedany ewentualnie od razu przemieszcza się do hurtowni. To z kolei skraca oczekiwanie klientów na konkretne dobro (Ronald 2001).

Dużym atutem rozwiązań e-logistycznych jest to, iż wszelkie informacje, którymi interesuje się zamawiający, można odnaleźć w sieci. Służą do tego określone platformy, pozwalające na określenie, gdzie znajduje się produkt ewentualnie na jakim etapie realizacji znajduje się zamówienie. Jednostkami, które mogą oferować tego rodzaju rozwiązania są tradycyjne firmy logistyczne, ale również rynki elektroniczne. W takim przypadku firmy zewnętrzne przejmują odpowiedzialność za proces dostawy, a nawet zlecają część zadań podwykonawcom w swojej sieci. Zaś e-rynki – miejsca sprzedaży i zakupu usług logistycznych – odpowiadają za spedycję oraz transport.

Kluczowym w tym miejscu staje się bezpieczeństwo w wymiarze technicznym. Na tym polu pojęcie związane zarówno z bezpieczeństwem samej informacji krążącej między węzłami sieci, jak też bazami danych dostępnych za jej pośrednictwem. Jako środki ochronne zmniejszające ryzyko uzyskania dostępu do informacji przez osoby nieuprawnione stosuje się:

- a. ograniczanie dostępu do serwerowych zasobów systemu przez restrykcyjne egzekwowanie wymagań zgodnych z obowiązującą polityką ochrony danych (filtrowanie, zapory ogniowe - firewalls, ochrona antywirusowa),
- b. identyfikację obiektów (karty elektroniczne, uwierzytelnianie),
- c. odpowiednie kodowanie informacji w sieci za pomocą metod kryptograficznych (algorytmy szyfrujące symetryczne i niesymetryczne, prywatne i publiczne klucze szyfrowe, podpis elektroniczny).

Dlatego też ta kategoria bezpieczeństwa przekłada się bezpośrednio na dbałość, by umieszczane informacje, które znajdują się chociażby w bazach danych, odpowiednio zabezpieczać. Pozwala to na korzystanie bez obaw z dobrodziejstw techniki. Przez co można ułatwiać pracę, łatwiej prowadzić działalność gospodarczą, a także maksymalizować zyski z posiadanych zasobów, itp.

3. Definicja logistyki

Sam termin „logistyka” wywodzi się od greckiego słowa *logistikós* (logistikos) oznaczającego osobę myślicą według określonych reguł logicznych. Na nie ówczesnie składały się reguły matematyczne i filozoficzne (Coyle i in. 2002).

Gwałtowne zmiany zachodzące w gospodarce, sprawiają, że coraz trudniej jest przewidzieć przyszłość przedsiębiorstw. Tym samym coraz trudniej zagwarantować im długotrwałe funkcjonowanie oraz sukces na rynku.

Do niedawna, by móc funkcjonować na rynku globalnym, wystarczyło dostarczyć produkt do klientów. Ci charakteryzowali się najczęściej jednakowymi potrzebami na całym świecie. Teraz zaś trzeba oferować także odpowiednią jakość wspomnianych dostaw (a więc produkt musi dotrzeć szybko, sprawnie, itp.), ale także producenci czy sprzedawcy muszą wychodzić naprzeciw oczekiwaniom klientów. Dla przykładu przedsiębiorstwa globalne mogą oferować różną dostępność na świecie, tym samym produkty finalne są zróżnicowane pod względem kosztów produkcyjnych. To zaś pozwala maksymalizować zapasy tam, gdzie występuje największy popyt. Chociaż w chwili obecnej sytuacja uległa dalszemu skomplikowaniu. W konsekwencji oddalony klient końcowy posiada coraz większe oczekiwania, a przedsiębiorstwo musi się do nich dostosować.

W związku z taką zmianą na rynku, logistyka aktualnie jest definiowana, jako: „*ta część procesu w łańcuchu dostawczym, która planuje, wdraża i steruje skutecznym i efektywnym przepływem i przechowywaniem towarów, usług i odpowiednich informacji od miejsca wytworzenia do miejsca wykorzystania w celu spełnienia wymagań klientów*” (www.clm1.org/about/purpose.asp#definitions) W takim rozumieniu, „logistyka” jest terminem opisującym:

- a. proces planowania,

- b. proces realizowania,
- c. proces kontrolowania,
- d. sprawny i efektywny przepływ surowców,
- e. właściwe dostarczenie niezbędnych materiałów do produkcji,
- f. tworzenie wyrobów gotowych,
- g. przepływ odpowiedniej informacji z punktu pochodzenia do punktu konsumpcji, dzięki czemu można zaspokoić wszystkie wymagania klienta.

Najbardziej rozpowszechnioną definicją logistyki w literaturze krajowej jest definicja logistyki wg Fredricka J. Beiera i Krzysztofa Rutkowskiego. W ich opinii logistyka oznacza zarządzanie działaniami przemieszczania i składowania określonego dobra. Dzięki czemu ułatwia się przepływ produktów z miejsc pochodzenia do miejsc finalnych konsumpcji. Łatwiej też przekazywane są informacje, przez co można zaoferować klientowi m.in. odpowiedni poziom obsługi (Beier i Rutkowski 1995).

4. Definicja e-logistyki

Logistyka to jeden z obszarów prowadzenia działalności. Odpowiada ona przede wszystkim za dostarczenie produktu finalnego do klienta. Co więcej zamówienie realizowane jest w określonej ilości oraz w konkretnym czasie. Przez co można wskazać na wiele procesów, które są konieczne, by transakcje uznać za udaną.

Kluczowym dla niniejszego tematu jest jeden z działów logistyki, a mianowicie e-logistyka. Do jej funkcjonowania wykorzystuje się Internet, jak również całe systemy informatyczne. Dzięki czemu można koordynować, a także integrować konkretne działania ze sobą. W konsekwencji dostarcza się określone dobro do detalistów lub konsumentów, według indywidualnych oczekiwań zamawiającego.

Należy zaznaczyć, iż e-logistyka rozdziela produkt od informacji. Dlatego też w łańcuchu dostaw przekazywane są tylko informacje w zakresie danego dobra, a więc: co, gdzie, w jakiej ilości, na kiedy jest ono potrzebne. Z kolei produkt jest docelowo kierowany do miejsca przeznaczenia, co omija magazyn i tym samym obniża koszty wytwórcze. Pozwala to zmienić sposób funkcjonowania logistyki, gdyż magazyn staje się biurem handlowym, a nie jedynie miejsce składowania. W takim przypadku produkt zanim zejdzie z linii produkcyjnej jest już sprzedany ewentualnie od razu przemieszcza się do hurtowni. To z kolei skraca oczekiwanie klientów na konkretne dobro.

Dużym atutem rozwiązań e-logistycznych jest to, iż wszelkie informacje, którymi interesuje się zamawiający, można odnaleźć w sieci. Służą do tego określone platformy, pozwalające na określenie, gdzie znajduje się produkt ewentualnie na jakim etapie realizacji znajduje się zamówienie. Jednostkami, które mogą oferować tego rodzaju rozwiązania są tradycyjne firmy logistyczne, ale również rynki elektroniczne. W takim przypadku firmy zewnętrzne przejmują odpowiedzialność za proces dostawy, a nawet zlecają część zadań podwykonawcom w swojej sieci. Zaś e-rynk – miejsca sprzedaży i zakupu usług logistycznych – odpowiadają za spedycję oraz transport.

E-logistyka, jak wspomniano wcześniej to dział logistyki. Większość swoich operacji przenosi do sieci. Dzięki czemu może ze sobą integrować działania, ale także usprawniać wszelkie zależności w łańcuchach oraz sieciach dostaw. Dzięki odpowiednim działaniom, można usprawnić funkcjonowanie na rynku. Do czego jeszcze można zaliczyć monitorowanie oraz kierowanie łańcuchem dostaw.

Nie bez znaczenia jest też to, iż e-logistyka pozwala na redukcję wielu kosztów funkcjonowania przedsiębiorstwa. Przy możliwości przeniesienia większości działań do sieci, przy wykorzystaniu specjalistycznego oprogramowania, można znacząco obniżyć koszty. Odnosi się to do działań transakcyjnych, komunikacyjnych, jak i operacyjnych. Dodatkowo także dochodzi skrócenie czasu realizacji logistycznych procesów (Szyszka i Fechner 2014).

Tego rodzaju korzyści są znacznie większe niż w przypadku ograniczeń z nimi związanych. Jednak działalność e-logistyczna nie jest prostym i tanim rozwiązaniem. Ponadto stosowanie technologii teleinformatycznych przekłada się na ograniczenie prywatności klientów. Chociaż przy odpowiednim zaimplementowaniu rozwiązań, to korzyści odnotowuje się w dłuższej perspektywie czasowej (Szyszka i Fechner 2014).

W przypadku wcześniej zaprezentowanego ERP, to logistyka ma możliwość ułatwienia rozplanowania zasobów przedsiębiorstwa. Co jest dodatkowo możliwe przez rozwój systemu MRP II. W tym też celu wykorzystuje się informację w zakresie możliwych zmian popytu na rynku, a tym samym możliwe staje się wskazanie panujących na nim uwarunkowań. Przydatne są tutaj także wszelkie analizy finansowe oraz zintegrowanie wszystkich obszarów funkcjonowania firmy, do czego ERP jest właściwie stworzony (Rydzikowski 2011).

Z kolei w odniesieniu do CRM to logistyka wykorzystuje tutaj wszelkie informacje, jakie zdobywa się podczas nawiązywania czy też pogłębiania relacji z klientami. To pozwala na etapie sprzedaży oraz dostarczenia produktu finalnego, zagwarantować odpowiednią jakość obsługi. Przykładem na co jest chociażby dostarczenie zamówienia w określonym przez kupującego terminie (Rydzikowski 2011).

Natomiast stosując rozwiązania typu SRM, można zarządzać relacjami z dostawcami. Co stanowi bezpośrednie oddziaływanie na pracę logistyków. W konsekwencji firma ma możliwość zintegrowania wielu operacji. Taki stan rzeczy przekłada się na zwiększenie przejrzystości zapasów, jak również wystawienie oceny pracy dostawców i tym samym określić, z którymi dostawcami należy współpracować, a z którymi jest to nieopłacalne (Śliwczyński i in. 2014).

W zakresie zaś stosowania SRM, to należy wskazać na stępujące obszary wspomaganie działań e-logistyki (Śliwczyński i in. 2014):

- a. łatwiejsza analiza dostawców;
- b. skuteczniejsze zarządzanie aktywnością w zakresie zamówień oraz dostaw;
- c. zwiększenie automatyzacji poszczególnych procesów – np. zaopatrywanie magazynu w określone produkty.

W przypadku SCM to odpowiada ono za zarządzanie łańcuchami dostaw. To zaś oddziałuje na przepływ informacji, rzeczy, ale również finansów, a więc reguluje kwestie, które odnoszą się do firm współpracujących ze sobą. Ponadto tego rodzaju działania odpowiadają również za wsparcie procesów produkcyjnych, jak również sprzedażowe. Co w konsekwencji przekłada się na działania strategiczne organizacji.

5. Metodyka badań własnych

Przedmiotem niżej zaprezentowanych wyników badań jest zastosowanie systemu CRM w logistyce. Dzięki czemu firma może stać się bardziej konkurencyjna na rynku. W związku z czym problemem głównym jest pytanie: czy system CRM w aktualnej postaci wspomaga systemy logistyczne i tym samym usprawnia funkcjonowanie przedsiębiorstwa?

Dla rozwiązania tak sformułowanego problemu badawczego, postawiono następujące pytania badawcze:

- a. Jak wyglądają poszczególne elementy zarządzania w e-logistyce?
- b. Czy stosowane rozwiązania techniczne są wystarczające?

Badania przeprowadzono w oparciu o sondaż diagnostyczny. Dzięki czemu zebrano informacje o atrybutach strukturalnych i funkcjonalnych analizowanego procesu. Dodatkowo zapoznano się z opiniami, jak również poglądami kadry, która pracowała oraz wciąż pracuje w e-logistyce.

Przeprowadzone badania, miały charakter dobrowolny. Uczestniczyło w nich 200 przedstawicieli kadry, odpowiedzialnej za analizowany system. W tym celu ankietę rozesłano w grudniu 2016 r. do różnych firm, które wprowadziły u siebie rozwiązania z zakresu e-logistyki. Przez co zapewniono optymalne warunki do jej wypełnienia.

6. Rozwiązania w zakresie zarządzania e-logistyką w praktyce – badania własne

Chcąc stworzyć własny model zarządzania e-logistyką, poproszono o wskazanie jakie elementy wchodzi ten w zakres – Tab. 1.

Odnosząc się do powyższego, należy stwierdzić, że zarządzanie e-logistyką nie odbiega znacząco od klasycznych definicji zarządzania. Przynajmniej na poziomie ogólnych wyznaczników. Wiąże się to z tym, że działalność w obszarze e-logistycznym również musi być odpowiednio

zorganizowane, zaplanowane, a następnie kierowane. Dodatkowo koniecznym staje się stworzenie różnych motywatorów dla pracowników. Dzięki temu pracownicy chętniej będą się angażować w badany obszar. Trzeba jednak zaznaczyć, że 100 proc. respondentów twierdzi, iż obszary te powinny być wspierane przez rozwiązania techniczne.

Tab. 1 Elementy wchodzące w zakres zarządzania e-logistyka.

Lp.	Element	Liczba wskazań [X = %]
1.	Planowanie	100
2.	Organizowanie	100
3.	Kierowanie	100
4.	Motywowanie	80

W związku z powyższym, by odnieść się do tematu artykułu, w dalszej kolejności zapytano badanych, jaka jest specyfika (poproszono o podanie własnej definicji) określonych rozwiązań e-logistycznych, wspierających zarządzanie w tym obszarze. Dzięki czemu można wskazać na konkretne korzyści dla prowadzenia danej działalności.

Tab. 2 Definicyjne ujęcie systemu ERP, CRM, SRM I SCM.

Lp.	Rodzaj systemu	Definicyjne ujęcie danego systemu	Ilość wskazań [w %]
1.	ERP	System działania, który integruje w jednej bazie danych wszystkie działy prowadzonej działalności.	16
		Posiadanie dostępu do jednej bazy zamówień, bez względu na dział, w którym się pracuje.	9
2.	CRM	System pozwalający na nawiązanie oraz podtrzymanie kontaktu z klientami,	19
		Zespół narzędzi, który pozwala na zintegrowanie działań, które są zorientowane na klienta.	6
3.	SRM	System pozwalający na relacje z dostawcami, ponieważ do tego celu tworzona jest baza dostawców.	17
		System umożliwiający na nawiązanie oraz podtrzymanie relacji z kontrahentami.	8
4.	SCM	System pozwalający na sprawne przeprowadzanie transakcji.	20
		Ułatwienie w realizacji zamówienia, ponieważ potrafi szybko zdefiniować jego specyfikę.	5

Chociaż same w sobie definicje poszczególnych rozwiązań są zbliżone do siebie oraz znanych z dostępnej literatury, to jednak rozkład procentowy pomiędzy odpowiedziami w danym systemie, jest duży. Jednak przede wszystkim prawie w każdym przypadku mówi się o rozwiązaniu sekwencyjnym. Przez co można przypuszczać, iż jest to konkretny system informatyczny, związany z ciągiem czynności. Co ważne wykorzystuje się dane rozwiązania na każdy etap realizacji zamówienia. Dzięki czemu są one dużym ułatwieniem dla prowadzenia działalności.

Inną, badaną kwestią są zalety wprowadzania danych rozwiązań (Tab. 3). Pozwala to na określenie wymiernych korzyści danego systemu, w którego przedsiębiorstwo zainwestowało i czerpie zyski.

Tab. 3 Korzyści płynące z wprowadzonych rozwiązań e-logistycznych.

Lp.	Rodzaj systemu	Zalety danego systemu	Ilość wskazań [w %]
1.	ERP	Integracja systemów	14
		Łatwy dostęp do historii zamówień klienta;	7
		Szybkie zidentyfikowanie określenia specyfiki zamówienia.	4
2.	CRM	Tworzenie kanału komunikacji pomiędzy firmą a odbiorcami docelowymi.	14
		Identyfikacja potrzeb klientów.	6
		Tworzenie akcji marketingowych pod konkretną grupę odbiorców.	5
3.	SRM	Przegląd dostawców.	9
		Wybór najlepszych ofert.	9
		Sprawne współpracowanie z kontrahentami.	7
4.	SCM	Integrowanie działań niezbędnych do realizacji danego zamówienia.	11
		Współpracowanie pomiędzy działami, by bezproblemowo i odpowiednio szybko zrealizować sprzedaż.	8
		Maksymalizacja zysków.	6

Z powyższego zestawienia widać, że większość rozwiązań ma przede wszystkim na celu to, by realizować swoje zamierzenia. Chodzi tutaj o sprawnie przeprowadzoną transakcję, a tym samym zmaksymalizowanie swoich zysków.

Oczywiście w odpowiedziach respondentów można też wskazać na inne zalety. Przykładem czego jest SRM. W tym przypadku 9% wskazań dowodzi, że na podstawie zaimplementowanego rozwiązania, przeprowadza się przegląd dostawców. Dzięki czemu poszukując nowego dostawcy, decyzja pada na najbardziej opłacalnego, jak również sprawdzonego kontrahenta. Przez co przedsiębiorstwo może skoncentrować się na nowej linii produkcyjnej lub wprowadzeniu do sprzedaży nowego produktu.

Jednak mimo mnogości zalet poszczególnych rozwiązań e-logistycznych, nie można jednoznacznie wskazać, czy określony system spełnia większość potrzeb firmy, z niego korzystającej (Tab. 4).

Tab. 4 Zrealizowanie kluczowych potrzeb przedsiębiorstwa za sprawą wprowadzonych systemów e-logistycznych.

Lp.	System e-logistyczny	Realizuje większość potrzeb firmy [X = %]	Nie realizuje większości potrzeb firmy [X = %]
1.	ERP	21	2
2.	CRM	18	5
3.	SRM	22	1
4.	SCM	19	4

X – nie sumuje się do 100 %, ponieważ nie wszyscy badani wypowiedzieli się w tej kwestii.

W oparciu o powyższe zestawienie można stwierdzić, że w większości przypadków poszczególne rozwiązania są skuteczne. Tym samym powalają na realizację określonych zamierzeń. W związku z czym, tego rodzaju inwestycje są opłacalne. Warunkiem koniecznym tutaj jest jednak to, że trzeba poprawnie przeprowadzić ich implementację. Z kolei 12% respondentów jednoznacznie wskazało na fakt, iż tego rodzaju systemy nie realizują wszystkich zamierzeń, jakie wyznacza sobie

przedsiębiorstwo. Stąd konieczność zachowania czujności przez odpowiednio wykwalifikowany personel.

Nie dziwi zatem ostatni element badania. Chodzi tutaj o możliwość wprowadzenia innych rozwiązań, by zmaksymalizować swoje zyski oraz usprawnić procesy, realizowane w ramach e-logistyki (Tab. 5).

Tab. 5 Konieczne do wprowadzenia zmiany w e-logistyce.

Lp.	Konieczność zmian	Ilość wskazań [X = %]
1.	Wprowadzenie większej ilości programów, które mogą usprawnić działania e-logistyczne.	68
2.	Wypracowanie rozwiązań organizacyjnych, pozwalających na sprawniejszy przepływ informacji pomiędzy etapami zamówień.	52
3.	Uruchomienie mechanizmów, zwiększających zaangażowanie działów logistyki i e-logistyki oraz innych, uczestniczących w realizacji sprzedaży.	47
4.	Uzupełnianie stosowanego rozwiązania o inne systemy informatyczne.	34
5.	Wkomponowanie e-logistyki w współpracę między działową. Co pozwoli na sprawniejsze funkcjonowanie e-logistyki.	11

X – nie sumuje się do 100 %, ponieważ nie wszyscy badani wypowiedzieli się w tej kwestii lub dokonali kilku wskazań.

W związku z powyższym, chociaż przedsiębiorca decyduje się na zainwestowanie w jedno rozwiązanie systemowe, powinien się liczyć z dalszym rozwojem w tym obszarze. Wiąże się to z tym, że nawet poprawnie uruchomiony system, nie jest w stanie zrealizować wszystkich wymogów dla danego przedsięwzięcia. Stąd konieczność uruchamiania także innych systemów informatycznych, by maksymalnie wykorzystywać dostępne środki, z nastawieniem na zysk. Dzięki czemu można także nastawić się na: realizację celów strategicznych, tworzenie własnej standardów obsługi, itp. A co się z tym wiąże, podejmowanie wszelkimi, możliwymi środkami walki konkurencyjnej na rynku.

7. Podsumowanie

W e-logistyce zastosowanie mają przede wszystkim systemy, które pozwalają sprawniej zarządzać relacjami z klientem. Dzięki czemu nabywa się określone informacje, przydatne w zarządzaniu każdym przedsiębiorstwem. Tym samym można rozpocząć walkę z dynamicznie rozwijającą się konkurencją oraz wymogami rynku. Zastosowanie analizowanego rozwiązania przydaje się także w logistyce.

Dział ten, chociaż nie nawiązuje z reguły bezpośrednio kontaktów z odbiorcami, to jednak może wiele zyskać, korzystając z e-logistyki. W końcu kwestie związane chociażby z formą czy terminem dostawy, znacznie rzutują na odbiór przedsiębiorstwa przez kontrahentów. Umożliwiając im wskazanie, kiedy chcieliby otrzymać dany produkt. W taki też sposób wychodzi się nie tylko naprzeciw oczekiwaniom, ale również firma staje się bardziej konkurencyjna. Tym samym ma ona możliwość także do tego, by stworzyć w ten sposób własną markę, standard obsługi, jak również ogólny wizerunek firmy.

8. Bibliografia

- Beier BJ, Rutkowski K (1995) Logistyka, OW SGH, Warszawa: 139-141.
Coyle JJ, Bardi EJ, Langrey JrJC. (2002) Zarządzanie Logistyczne, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa: 92-94.
CLM, Definition CRM, źródło: www.clm1.org/about/purpose.asp#definitions (dostęp dnia: 24.05.2016).

- Council of Logistics Management: What It's All About, Oak Brook, Illinois 1992: 42-44.
- Dyché, J (2002) Customer Relationship Management, Helion, Gliwice: 98-101.
- Fertsch M (2003) Logistyka produkcji. Miejsce logistyki we współczesnym zarządzaniu produkcją. ILiM, Poznań: 155-156.
- Griffin W (2009), Podstawy zarządzania organizacjami, PWN, Warszawa: 11.
- Ronald S (2001) Swift Accelerating Customer Relationships: Using CRM and Relationship
- Rydzyski W red. (2011), Usługi logistyczne. Teoria i praktyka, Wydawnictwo Instytutu Logistyki i Magazynowania, Warszawa: 192.
- Rzeczyński B (2000) Trendy i strategie w logistyce 2000+. Logistyka 6: 24. Technologies Prentice-Hall, Brooks, London, s. 121-122.
- Uwarunkowania europejskie, Difin, Warszawa: 38.
- Szyska G, Fechner I (2014), Logistyka w Polsce. Raport 2013, Instytut Logistyki i Magazynowania, Warszawa: 177-178.
- Śliwczyński B, Koliński A, Andrzejczyk P (2014), Organizacja i monitorowanie procesów produkcyjnych, Instytut Logistyki i Magazynowania, Warszawa: 123-124. Technologies Prentice-Hall, Brooks, London: 121-122.
- Werda W (2009) Zarządzanie relacjami z klientem (CRM) a postępowanie nabywców na rynku usług, PWN, Warszawa: 173-174.
- Wieczorek J (2007), Efektywne zarządzanie kompetencjami – tworzenie przewagi konkurencyjnej firmy, Wydawnictwo Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr, Warszawa: 12.

2. Wybrane zabezpieczenia danych w obiegu informacji w przedsiębiorstwie na wybranych przykładach

Selected data security in the information flow in the enterprise in the examples

Piotr Błasiak, Karolina Karbownik

Politechnika Częstochowska, Wydział Zarządzania

Piotr Błasiak: blasiakpiotr@interia.pl

Karolina Karbownik: eurokarolinka@wp.pl

Słowa kluczowe: techniczne zabezpieczenia danych, informacja, obieg informacji

Streszczenie

Współcześnie społeczeństwo funkcjonuje w ramach społeczeństwa sieciowego. Jego działanie opiera się na ciągłym przepływie informacji. Dlatego też ta zaczyna mieć coraz większe znaczenie. Tym samym możliwe staje się podejmowanie kluczowych decyzji, w odpowiednio krótkim czasie. Nie można jednak zapomnieć, że chęć pozyskiwania coraz większej ilości danych, powoduje, że ta coraz częściej staje się źródłem wielu przestępstw. Stąd też koniecznym staje się ich zabezpieczanie, by wrażliwe informacje nie trafiły w niepowołane ręce.

1. Wstęp

Współczesne prowadzenie działalności wymusza konieczność podejmowania kluczowych decyzji, w możliwie najkrótszym czasie. Chcąc ten cel zrealizować, koniecznym staje się posiadanie odpowiednich informacji. Te można czerpać z otoczenia zewnętrznego, ale również i wewnątrz prowadzonej działalności. Dlatego też ciągle gromadzi się coraz większą ilość informacji. Dzięki nim posiada się odpowiednią wiedzę, a także nabywa się zdolność do odpowiedniego reagowania na zaistniałą sytuację. Na tej podstawie tworzy się indywidualne dla siebie modele zarządzania informacją. Nie mniej jednak działalność w tym obszarze wymusza stosowania odpowiednich form zabezpieczenia gromadzonych materiałów, raportów, opracowań, do czego z chęcią chciałaby się dostać konkurencja.

2. Materiał i Metody

W niniejszym opracowaniu zaprezentowane zostaną wyniki obserwacji oraz wywiadu w wielu przedsiębiorstwach. Gromadzony materiał pozyskiwano przez trzy lata, w okresie 2015-2017. Dzięki temu możliwe stało się sklasyfikowanie różnych form zagrożeń, a także możliwości zabezpieczeń, jakie wprowadzano w poszczególnych przedsiębiorstwach.

W związku z powyższym przeprowadzone badania miały na celu odpowiedź na następujące problemy badawcze:

- a. Jakie informacje w działalności gospodarczej podlegają ochronie?
- b. W jaki sposób zabezpiecza się informacje podczas obiegu informacji?
- c. Czy we wszystkich badanych podmiotach gospodarczych spotkać się można z takim samym sposobem informacji?

3. Wyniki i dyskusja

Kluczowymi informacjami, jakie podlegają ochronie są dane klientów. Umieszcza się je w bazie, do której dostęp mają tylko osoby upoważnione, ponieważ są one szczególnie wrażliwe. Poniżej jednak zaprezentowane specyfikę danych klientów firmowych (Tab. 1.) oraz klientów indywidualnych (Tab 2.), jakie są umieszczane w bazach.

Tab. 1 Dane klientów firmowych znajdujące się w bazie.

Lp.	Dane podlegające ochronie	Ilość wskazań
1.	Raporty	37
2.	Dane osobowe	31
3.	Dane teleadresowe	22
4.	Indywidualne informacje podmiotu	5
5.	Opinie klientów	2
6.	Historie zamówień	1
7.	Zlecenia stale	1

Jak wskazuje powyższe zestawienie, wszystkie dane klientów firmowych w niepowołanych rękach, mogą stanowić poważne problemy dla właścicieli firm. Jednak w odniesieniu do agresorów to są one dla nich niezwykle pożądane. Prostim przykładem są dane właścicieli firm. Posiadając pełen dostęp do nich, można zaciągnąć zobowiązanie. A w przypadku posiadania wiedzy o dochodach, wielkość zadłużenia również może być wysoka.

Podobne trendy można zaobserwować wśród klientów indywidualnych (Tab. 2.).

Tab. 2 Dane klientów, będące szczególnie wrażliwe na ataki.

Lp.	Dane szczególnie podatne na ataki
1.	Dane personalne
2.	PESEL/Regon
3.	Numery kont bankowych
4.	Wielkość obrotów na koncie
5.	Ksera dokumentów identyfikacyjnych
6.	Nazwa jednostek współpracujących z bankiem

Widać zatem, iż kluczowymi dla ataków na bazy danych banku, są informacje personalne. Dzięki czemu można zidentyfikować osobę ewentualnie można przechwycić jej przelewy. I tym samym czerpać wymierne korzyści dla siebie. Oczywiście działania te są przestępstwem w rozumieniu prawa, ale jednak występują. Przez co podejmuje się działania, które mają na celu ochronę danych klientów.

W bazach danych znajdują się też dane, które pozwalają na dostosowanie ofert do potrzeb klientów.

Tab. 3 Dane w bazie, które pozwalają tworzyć odpowiednią ofertę .

Lp.	Dane w bazie, które pozwalają tworzyć odpowiednią ofertę
1.	Operacje na kontach
2.	Charakterystyka klientów
3.	Statystyki
4.	Statystyki zamówień
5.	Statystyki klientów, np. wg płci, wieku

Jak wskazuje powyższe zestawienie, tego rodzaju dane nie są często celem ataków. Wiąże się to z tym, że nie ma tutaj wskazań na konkretne osoby, a jedynie na operacje jakie są wykonywane za ich pośrednictwem. Jednak te dane nie można uznać za całkowicie bezpieczne, ponieważ są one celem ataków osób lub grup, które podchodzą do sprawy honorowo.

Ze względu jednak na mnogość danych, którymi operuje bank, wykorzystuje on różne miejsca ich ulokowania. Miejsca te obejmuje się specjalną ochroną, by dostęp do nich nie trafił do osób nieupoważnionych – tab. 4.

Tab. 4 Miejsca, w których umieszcza się bazy danych.

Lp.	Miejsca	Liczba wskazań
1.	Dyski komputerowe	89
2.	Serwery wewnętrzne	67
3.	Dyski zewnętrzne	45
4.	Serwery zewnętrzne	12
5.	Chmura	11

Jak widać najwięcej danych znajduje się na dyskach komputerowych. Dalej zaś znajdują się odpowiednio:

- a. serwery wewnętrzne;
- b. dyski zewnętrzne;
- c. serwery zewnętrzne;
- d. chmura.

Takie rozbieżności pozwalają na wdrażanie różnorodnych rozwiązań systemowych. Przez co można miejsca różnicować pod względem udzielanych informacji. Chodzi głównie o to, że np. do chmury jest najprostszy dostęp. Przez co umieszcza się tam dane, które są najmniej podatne na ataki, a do tego posiadają niską wartość informacyjną. Najlepiej zaś chroni się miejsca lokalizacji baz wewnątrz banku. Taka konieczność wynika głównie z tego, że znajdują się w nich kluczowe informacje o kontaktach oraz klientów banku.

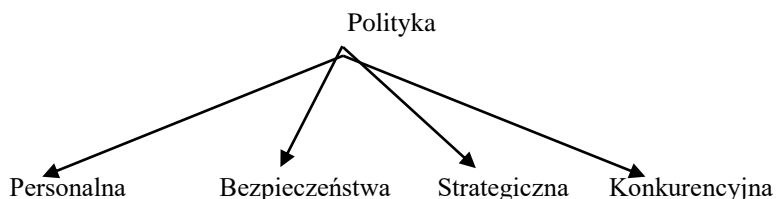
Prowadzone działania zabezpieczające nie odnoszą się jedynie do wprowadzania rozwiązań systemowych. Dlatego też pod ochronę podlegają różne aspekty. Ich specyfika została przedstawiona w poniższej tabeli.

Tab. 5 Obszary odnoszące się do informacji, podlegające ochronie.

Lp.	Obszary chronione
1.	Dokumentacja wewnętrzna
2.	Wnioski
3.	Bazy danych
4.	Dostęp do sieci
5.	Dostęp do profili/systemów
6.	Połączenia pomiędzy komputerami
7.	Połączenia bluetooth
8.	Dostęp do ruterów
9.	Dyski zewnętrzne
10.	Chmury
11.	Dostęp do komputerów

Powyższe zestawienie dowodzi, że wiele obszarów podlega ochronie. Chodzi przede wszystkim do zabezpieczenia danych klientów. Dzięki czemu można uznać, że dany bank jest jak najbardziej wiarygodny. W końcu zabezpiecza wszelkie możliwe dane swoich kontrahentów, a ich – jak dowiedziono wcześniej – jest naprawdę wiele.

Inną kwestią, która również rzutuje na bezpieczeństwo danych powierzanych, jest odpowiednia polityka firmy. Za sprawą czego już od samych podstaw ustala się, iż priorytetem staje się ochrona klientów. Poszczególne składowe polityki prowadzonej przez bank, przedstawiono poniżej.



Rys. 1 Składowe polityki bezpieczeństwa danych

Wyżej wskazane obszary są kluczowe dla prowadzonej działalności. Jednak w odniesieniu do niniejszej pracy, znaczenie ma polityka bezpieczeństwa. W ramach czego odpowiednie działania leżą po stronie samych jednostek banku, ale także i samych pracowników.

Działania w tym obszarze przedstawiono na poniższej tabeli.

Tab. 6 Działania podejmowane w ramach polityki bezpieczeństwa.

Lp.	Działania ochronne	Działania po stronie banku	Działania po stronie pracowników
1.	Inwestowanie w nowe technologie systemowe	Tak	Nauka nowych rozwiązań
2.	Inwestowanie w nowe przestrzenie sieciowe, by umieszczać dane	Tak	Nauka nowych rozwiązań
3.	Hasłowanie kont i profili	Tak	Nauka nowych rozwiązań
4.	Szyfrowanie połączeń sieciowych	Tak	Nauka nowych rozwiązań
5.	Zakaz korzystania z sieci i prywatnych profili w pracy	Tak	Nie
6.	Niemożliwość przesyłania danych w sieci lokalnej	Tak	Nie
7.	Analiza ryzyka oraz zdarzeń, możliwych dla banku	Tak	Nie
8.	Tworzenie schematów działań	Tak	Nie
9.	Planowanie działań na przyszłość	Tak	Tak

Jak wskazuje powyższe zestawienie, dużo działań prowadzonych jest w ramach zabezpieczenia klientów. Ich profil nie ma tutaj znaczenia, ale do każdego działania wprowadza się inne rozwiązania. Wszyscy są tak samo ważni. Duży nacisk kładzie się na rozwiązania innowacyjne, ale także systemowe. Co dodatkowo prowadzone jest na równi z działaniami organizacyjnymi. W ramach czego chociażby pracownicy nie mogą korzystać w gonach pracy z prywatnych profili, co znacząco utrudnia działanie przestępcom.

Poza tradycyjnymi rozwiązaniami – np. szyfrowaniem poprzez SSL – Bank BZ WBK aktualnie podjął współpracę z firmą Microsoft. Za sprawą czego może korzystać z programu Enterprise Customers Cyber Threat Intelligence Program (ECCTIP). Działania w tym obszarze pozwalają na wymianę informacji, w zakresie potencjalnych zagrożeń. Przez co można szybciej reagować na pojawiające się zagrożenia, a czasem nawet je wyprzedzić (Chaładyniak 2009).

Oczywiście poza powyższym wciąż działają odpowiednie zespoły, które w swoich kompetencjach posiadają ochronę systemów transakcyjnych. Ponadto muszą oni penetrować sieć, głównie w odniesieniu do cyberprzestępczości. Za sprawą wspomnianej współpracy, zespoły będą miały dostęp do ogromnej ilości informacji o wszelkich, możliwych zagrożeniach. Ponadto będą oni mogli kontaktować się ze specjalistami z Digital Crimes Unit. Co zwiększa prawdopodobieństwo, że eksperci banku będą mogli działać niż zagrożenie dotrze do kraju.

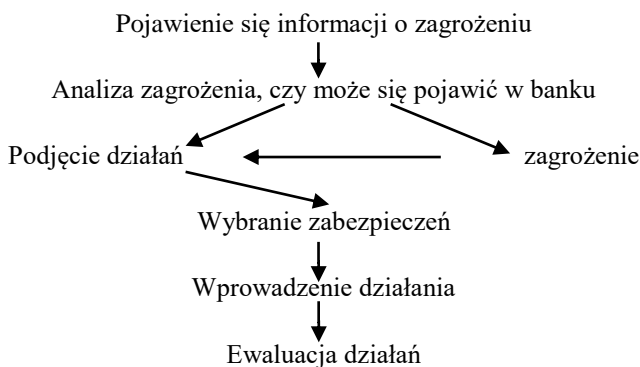
W efekcie Bank ma do dyspozycji nowoczesne narzędzie ochrony, jeśli chodzi o grupę zagrożeń w sieci. Zaś w odniesieniu do realnego zagrożenia, będzie dysponował informacjami o adresach sieciowych, które są już zainfekowane przez złośliwe oprogramowanie, czy także tych, które wykorzystuje się do zdalnych ataków w cyberprzestrzeni. Przykładem czego są kampanie Phishing'owe oraz kampanie DDoS (ang. *Distributed Denial of Service*).

Należy też dodać, że ECCTIP to jedyny, dostępny na całym świecie program, który umożliwia bezpłatne przekazywanie informacji w zakresie najnowszych zagrożeń sieciowych. Dotychczas tego rodzaju dane przekazywały firmy, trudniące się nadzorowaniem działań w Internecie. Przez co znacząco ogranicza się infekowanie urządzeń, które z powodzeniem można wykorzystać do ataków sieciowych (Wszelak 2015).

Widać zatem, że również analizowana jednostka korzysta z wielu rozwiązań, odpowiedzialnych za ochronę użytkowników sieci. Dlatego też sięga po globalne narzędzia, odpowiedzialne za zabezpieczenia sieci. Przez co należy uznać, iż ciągle podnosi się poziom ochrony Internetu.

4. Wnioski

By mówić o zabezpieczeniu dostępu do danych oraz sieci bezprzewodowych, analizowany bank stosuje liczne zabezpieczenia. W pierwszej kolejności działania podejmuje się na szczeblach decyzyjnych. Przez co zastosowanie ma następującą sekwencję.



Rys. 2 Podejmowanie decyzji o wprowadzeniu o nowym zabezpieczeniu .

Widać, że sama informacja o nowym zagrożeniu nie jest wystarczająca dla podjęcia działań. Wpierw dokonuje się oceny, czy dane zagrożenie jest rzeczywiste dla banku oraz ich klientów. Dlatego też zasięga się informacji u (Jason i in. 2016):

- a. informatyków banku,
- b. jednostek odpowiedzialnych za nadzorowanie zagrożeń w sieci,
- c. specjalistów w dziedzinie cyberbezpieczeństwa.

Zabezpieczenie dostępu do sieci to jedno z najważniejszych form ochrony. Przez co stosuje się różne formy oraz kombinacje zabezpieczeń. Aktualnie stosuje się WPA2. Do czego wykorzystuje się różne serwery. Ponadto dla lepszego zabezpieczenia, systematycznie co kwartał zmienia się klucze oraz hasła dostępu. Działania te są celowe, ponieważ osoby, które utraciły uprawnienia dostępu do poszczególnych serwerów czy baz, nie mogą się ponownie logować, gdyż administratorzy biorą i nadają uprawnienia dla profili pracowniczych (Danowski 2012).

Dla lepszego zabezpieczenia danych przesyłanych w sieciach bezprzewodowych, zastosowanie mają oprogramowania antywirusowe. Aktualnie unowocześniono je o szyfrowanie przesyłania danych. Jednak i te zabezpieczenia nie są wystarczające. Dlatego też stosuje się również inne rozwiązania systemowe.

Rys. 3 Rozwiązania systemowe.

Lp.	Nazwa rozwiązania	Stosowane działania w ramach danych rozwiązań
1.	Ochrona hostów	<ol style="list-style-type: none"> a. uniemożliwienie startowania systemu z nośników wymiennych, b. ograniczenie stosowania nośników wymiennych (stacji dyskietek, nagrywarek), c. ograniczenie wykorzystania przestrzeni lokalnych dysków twardej, d. rejestracja prób dostępu do systemu i ich limitowanie (kontrola, kto i kiedy korzystał z systemu),

Lp.	Nazwa rozwiązania	Stosowane działania w ramach danych rozwiązań
		<ul style="list-style-type: none"> e. bezpieczne kasowanie poufnych danych, f. uniemożliwienie usunięcia / wyłączenia zabezpieczeń, np. antywirusowych, g. konsekwentna polityka zarządzania hasłami użytkowników.
2.	Ochrona sieci	<ul style="list-style-type: none"> a. dobór medium transmisyjnego i topologii sieci, b. fizyczna ochrona pomieszczeń z urządzeniami sieciowymi i serwerami usług c. fizyczna ochrona pomieszczeń z urządzeniami sieciowymi i serwerami usług d. zdefiniowanie listy stanowisk, z których dany użytkownik może uzyskać dostęp do systemu (adresy MAC lub IP), e. usuwanie nieużywanych kont użytkowników.
3.	Ochrona usług sieciowych	<ul style="list-style-type: none"> a. usunięcie z systemu, dezaktywacja wszystkich usług zbędnych, b. zastąpienie usług niezbędnych odpowiednikami o podwyższonym bezpieczeństwie, c. kontrola dostępu do pozostałych usług (np. poprzez zapory sieciowe firewall)

W związku z powyższym widać, że badane podmioty prowadzą wiele działań, które pozwalają na zabezpieczenie dostępu do swoich zasobów. Przez co stara się maksymalizować stosowane rozwiązania ochrony.

Obszar stosowanych zabezpieczeń stosuje się też względem ochrony przed różnymi atakami. Specyfika tych form przedstawiona została poniżej.

Tab. 7 Zabezpieczenia stosowane atakami – IPS.

Lp.	Obszar stosowania IPS	Przykłady
1.	Zastosowanie	<ul style="list-style-type: none"> a. monitorowanie, b. wykrywanie, c. podejmowanie działań w celu ochrony przed zagrożeniami sieci i systemów komputerowych.
2.	Stosowane rozwiązania	<ul style="list-style-type: none"> a. analizę sygnatury zagrożeń, b. analizę heurystyczną transmitowanych pakietów w sieciach, c. monitorowanie zachowań użytkowników
3.	Stosowane systemy	<ul style="list-style-type: none"> a. System Cisco IPS, b. Snort, Intrusion Prevention and Detection System (IDS/IPS)

Ze względu na to, że do sieci aktualnie można podpiąć różne urządzenia. Przez co w tym obszarze mają także zastosowanie odpowiednie formy zabezpieczeń, tzw. firewall. Dzięki temu rozwiązaniu możliwe staje się (Schetina, Carkson i Green 2002):

- a. udostępnianie konkretnych usług na konkretnych serwerach,
- b. udostępnianie usług poprzez określone protokoły i porty,
- c. monitorowanie transmisji między hostami znajdującymi się w sieci zewnętrznej z hostami w sieci wewnętrznej.

Z kolei dla bezpieczeństwa komunikacji między hostami, które znajdują się w sieci lokalnej a hostami, wykorzystuje się serwery proxy. Za ich sprawą można (Ross 2009):

- a. pełnić rolę klienta, np. serwer proxy w imieniu klienta generuje zapytanie do serwera WWW,

- b. pełnić rolę serwera, np. serwer proxy odpowiada w imieniu serwera WWW klientowi generującemu zapytanie o stronę.
Natomiast dla protokołów bezpiecznej komunikacji, zastosowanie mają (Ross 2009):
 - a. Secure Socket Layer (SSL), Transport-Layer Security (TLS),
 - b. https, ssh,
 - c. Kerberos, Radius.
 - d. Isec.

Widać zatem, że stosuje się wiele zabezpieczeń dla sieci. Przez co maksymalnie działa się na ochronę posiadanych zasobów oraz swoich klientów. Dzięki czemu bank może realizować potrzeby kontrahentów, ale także ich chronić, by osoby trzecie nie miały do nich dostępu.

5. Literatura

- Chaładyniak D (2009) Podstawy działania sieci bezprzewodowych, Wydawnictwo Warszawskiej Wyższej Szkoły Informatyki, Warszawa, s. 89.
- Danowski B (2012) Wi-Fi. Domowe sieci bezprzewodowe, Wydawnictwo Helion, Gliwice.
- Jason L, Pepe M, Mandia K (2016) Incydenty bezpieczeństwa. Metody reagowania w informatyce śledczej, Wydawnictwo Helion, Gliwice, s. 114-116.
- Ross J (2009) Sieci bezprzewodowe. Przewodnik po sieciach Wi-Fi i szerokopasmowych sieciach bezprzewodowych, Helion, Gliwice, s. 147-148.
- Schetina E, Carkson J, Green K (2002) Bezpieczeństwo w sieci, Wydawnictwo Helion, Gliwice, s. 93-94.
- Wszelak S (2015) Administrowanie sieciowymi protokołami komunikacyjnymi, Wydawnictwo Helion, Gliwice, s. 162.

3. Zarządzanie należnościami w spółdzielniach mieszkaniowych (studium przypadku Lokatorsko-Własnościowej Spółdzielni Mieszkaniowej w Knurowie)

Receivables management in housing association (case study of LWSM in Knurów)

Kędzior Justyna, Łęgowski Szymon

Katedra Rynku i Konsumpcji, Wydział Ekonomii, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Opiekun naukowy: dr hab. Robert Wolny, prof. UE

Wolny Robert: robert.wolny@ue.katowice.pl

Słowa kluczowe: windykacja, proces ściągania należności, spółdzielnie mieszkaniowe

Streszczenie

Celem przedstawionych w artykule rozważań jest ukazanie znaczenia zarządzania należnościami w spółdzielniach mieszkaniowych w Polsce. Artykuł ma charakter przeglądowy.

1. Wstęp

Spółdzielnie mieszkaniowe działają w celu zaspokojenia szeroko rozumianych potrzeb mieszkaniowych swoich członków. Mogą również zarządzać lokalami własnościowymi na podstawie umów z ich właścicielami. Niektóre spółdzielnie posiadają też w swoich zasobach lokale użytkowe, które wynajmują na zasadach komercyjnych. Członkowie i najemcy lokali użytkowych zobowiązani są do uiszczania opłat czynszowych oraz innych, wymaganych przez spółdzielnie. Spółdzielnie na podstawie regulaminów wewnętrznych organizują całokształt życia społeczno-gospodarczego na terenie zarządzanych przez siebie zasobów lokalowych. W każdej spółdzielni występują członkowie bądź najemcy, którzy nie regulują na bieżąco swoich zobowiązań.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie rzeczywistych rozwiązań stosowanych w wybranej spółdzielni, specyfiki zarządzania należnościami w spółdzielniach oraz aspektów etycznych dotyczących tego zagadnienia.

2. Opis zagadnienia oraz przegląd literatury

2.1 Spółdzielnia mieszkaniowa

Prawo Spółdzielcze określa spółdzielnie jako zrzeszenie nieograniczonej liczby osób, które cechuje się dobrowolnością, posiadaniem zmiennego składu osobowego oraz zmiennego funduszu udziałowego (Prawo spółdzielcze 1982). Spółdzielnie mieszkaniowe zarządzają nieruchomościami stanowiącymi ich mienie lub nabyte na podstawie ustawy mienie ich członków bądź umowy zawartej z właścicielem lokalu. W celu zaspokojenia potrzeb lokalowych członków mogą budować nowe obiekty oraz sprzedawać posiadane lokale. Dodatkowym przywilejem, a nie wymogiem koniecznym jest oddziaływanie w sferze społecznej i oświatowo-kulturalnej (Ustawa o spółdzielniach mieszkaniowych 2000).

Artykuł 1 Prawa Spółdzielczego wymienia dwie zasady charakteryzujące spółdzielnie:

- zasadę dobrowolności zrzeszania się,
- zasadę nieograniczonej liczby członków.

Pierwsza z nich oznacza, że osoby wstępują do spółdzielni, uczestniczą w jej pracach, a także mają możliwość wystąpienia z niej z własnej woli. Natomiast druga zasada nie jest równie przejrzysta. Wprawdzie daje możliwość każdemu zgłoszenia chęci wstąpienia do spółdzielni, ale nie nakłada obowiązku przyjęcia każdej takiej osoby przez spółdzielnię. Ponadto art. 15 § 2 Prawa spółdzielczego pozwala wprowadzić do statutu wymagania, które musi spełnić kandydat na członka spółdzielni. Może mieć też miejsce sytuacja, gdy osoba mimo spełnienia określonych warunków nie zostanie przyjęta w poczet członków ze względu na brak możliwości realizacji celów statutowych wobec potencjalnego członka. Przykładem jest okresowe wstrzymanie przyjmowania przez spółdzielnię

mieszkaniowe nowych członków, gdy nie są w stanie zapewnić im lokali mieszkaniowych czy użytkowych (Stefaniak 2011).

Jednym z elementów funkcjonowania spółdzielni mieszkaniowej jest odpowiednie gospodarowanie przychodami i kosztami. Do przychodów zaliczamy opłaty za użytkowanie lokali, czyli na pokrycie kosztów związanych z eksploatacją i utrzymaniem nieruchomości w części przypadającej na ich lokal oraz nieruchomości stanowiących mienie Spółdzielni. Obowiązek ten realizowany jest poprzez wnoszenie z góry comiesięcznych opłat, które są podstawowym źródłem finansowania tych kosztów. Od niewypłaconych w terminie należności Spółdzielnia pobiera odsetki w wysokości ustawowej. Naliczane są one od następnego dnia po upływie terminu płatności. Ponadto jej członkowie uczestniczą w kosztach związanych z działalnością społeczną, oświatową i kulturalną. Natomiast osoby niebędące członkami mogą korzystać z takiej działalności odpłatnie – jest to kolejny przychód spółdzielni. Ponadto spółdzielnie mieszkaniowe posiadają dodatkowe źródła przychodów, mogą do nich należeć pożytki (nadwyżki przychodów nad kosztami), przychody z własnej działalności gospodarczej spółdzielni, pozostałe przychody operacyjne oraz zyski nadzwyczajne.

Do kosztów działalności spółdzielni mieszkaniowej zaliczamy:

- koszty eksploatacji i utrzymania lokali,
- koszty eksploatacji i utrzymania nieruchomości stanowiących mienie spółdzielni oraz część wspólną,
- koszty działalności społecznej, kulturalnej i oświatowej,
- koszty administracyjne,
- koszty podatku od nieruchomości,
- koszty wieczystego użytkowania gruntu,
- koszty dostawy i odprowadzania ścieków,
- koszty dostawy energii cieplnej na potrzeby centralnego ogrzewania i podgrzania wody,
- koszty wywozu nieczystości stałych.

Jednym z najważniejszych obowiązków mieszkańców i najemców lokali użytkowych zasobów spółdzielczych jest regulowanie opłat w wyznaczonym terminie i ustalonej wysokości. Jednak prawie każda spółdzielnia mieszkaniowa w Polsce ma członków, którzy nie uiszczają regularnie opłat albo z nimi zalegają.

A. Stefaniak zwraca uwagę, że Prawo spółdzielcze oraz ustawa o spółdzielniach mieszkaniowych nie regulują w sposób wyczerpujący stosunków prawnych między spółdzielnią a jej członkami oraz problematyki spółdzielczej. W sytuacjach nierozstrzygniętych w wyżej wymienionych przepisach, stosuje się cywilistyczną metodę regulacji stosunków społecznych, która cechuje się równorzędnością (autonomicznością) stron stosunku prawnego oraz brakiem bezpośredniego przymusu ze strony organów państwa (Stefaniak 2011). Tak więc przepisy Kodeksu Cywilnego można stosować do spółdzielczych stosunków prawnych, gdy Prawo spółdzielcze oraz ustawa o spółdzielniach mieszkaniowych nie zawierają stosownych regulacji lub nie odsyłają do stosowania przepisów innych ustaw.

2.2 Cele i instrumenty zarządzania należnościami

Należności są uprawnieniem osoby fizycznej bądź prawnej do otrzymania w ustalonym terminie określonego świadczenia pieniężnego lub świadczenia rzeczowego od innej osoby fizycznej lub prawnej. To, co jest należnością jednej strony umowy, równocześnie jest zobowiązaniem drugiej strony. Art. 353 Kodeksu Cywilnego określa zobowiązanie jako stosunek prawny. Oznacza to, że wierzyciel ma prawo wymagać od dłużnika wykonania świadczenia, a dłużnik musi się ustosunkować do owych wymagań (Kodeks postępowania cywilnego 1964).

Zarządzanie należnościami to proces, którego celem jest zachowanie płynności finansowej poprzez zapobieganie powstawaniu przeterminowanych należności na etapie postępowania polubownego, sądowego i egzekucyjnego. Wynika z tego, że głównym celem zarządzania należnościami jest uzyskanie zapłaty za dostarczony towar lub wykonaną usługę, czy z tytułu podpisania umowy zobowiązującej stronę lub strony do dokonania określonego świadczenia (Bekas 2013).

Do instrumentów zarządzania należnościami zaliczamy:

- prewencję - polega na wykonywaniu wszelkich działań mających na celu zapobieganie powstaniu przeterminowanych należności. W spółdzielniach mieszkaniowych ważne jest sprawdzenie potencjalnych najemców lokali użytkowych, weryfikacja ich zdolności finansowych, opracowanie zasad zawierania takich umów oraz sposobów ich zabezpieczenia. Celem tego instrumentu jest minimalizacja ryzyka związanego z odroczonym terminem płatności (Nowaczyk, Nowaczyka 1999);
- monitoring - ma za zadanie kontrolować spłatę należności. Stanowi zespół działań o charakterze organizacyjnym, których celem jest dokonanie identyfikacji i wyboru obiektów obserwacji oraz ich opisu za pomocą wzorca, najlepiej poprzez sporządzenie raportów (które powinny zawierać informacje o regulacji należności, terminach wpłat i ich strukturze oraz stratach z tytułu nieterminowo regulowanych zobowiązań). Informacje te pozwalają przejść do kolejnego etapu zarządzania należnościami i są niezbędne przy podejmowaniu działań windykacyjnych;
- windykację - to ważny element procesu zarządzania należnościami, wiąże się z nią umiejętność negocjowania spłaty zadłużenia. W sytuacji, gdy polubowne próby porozumienia się z dłużnikiem nie przynoszą efektów, wierzyciel w celu odzyskania należności ma prawo wstąpienia na drogę sądową. Pozwany może wnieść odpowiedź na pozew, wnieść o oddalenie powództwa w całości lub części albo je uznać.

W interesie wierzyciela jest jak najszybsza spłata należności, dlatego też powinien on respektować interesy dłużnika i powstrzymać się od zachowań, które mogłyby uniemożliwić bądź spowolnić spłatę długu. Należy jednocześnie podkreślić, że nieregulowanie terminowo swoich zobowiązań jest zachowaniem wysoko nieetycznym, łamie nie tylko postanowienia umowy, ale i panujące zwyczaje. W ostatnim czasie opracowano wiele programów popierających uczciwość, rzetelność, solidność i terminowość, jako zasady prowadzenia działalności gospodarczej zgodne z coraz popularniejszą ideą etyki w biznesie. Wzrost znaczenia tych wartości w prowadzeniu działalności gospodarczej przyczyni się niewątpliwie do podniesienia poziomu komunikacji pomiędzy partnerami biznesowymi, a w dalszej perspektywie przyczyni się do wzrostu pewności i stabilności obrotu gospodarczego.

2.3 Praktyczne rozwiązania stosowane w Lokatorsko-Własnościowej Spółdzielni Mieszkaniowej w Knurowie w celu zarządzania należnościami

Prewencja w spółdzielniach mieszkaniowych jest najrzadziej wykorzystywanym instrumentem zarządzania należnościami. Wynika to ze specyfiki funkcjonowania tej branży. Spółdzielnie podpisują umowy na wiele lat z przyszłym członkiem i niemożliwe jest przewidzenie sytuacji finansowej osoby fizycznej czy też prawnej za 5, 10 czy 15 lat. Członek spółdzielni może w każdej chwili stracić pracę lub z innych powodów mieć trudności finansowe, a wielu z tych sytuacji, nawet on sam nie jest w stanie przewidzieć. Koszty prewencji znacząco przewyższająby spodziewane zyski. Z wymienionych powodów prewencja, będąca pierwszym etapem zarządzania należnościami, odpowiednio prowadzona w przedsiębiorstwach handlowych, chroni je przed zawieraniem umów wysokiego ryzyka, natomiast w spółdzielniach mieszkaniowych traci na znaczeniu. Zastosowanie prewencji w stosunku do najemców lokali użytkowych mogłoby jednak przynieść dużo większe korzyści. W takiej sytuacji czynsz jest odpowiednio wyższy (czyli spodziewana należność). Opóźnienia lub brak jej uiszczenia może zachwiać równowagą finansową spółdzielni, szczególnie niewielkiej lub będącej w trakcie inwestycji budowlanych. LWSM jest dużą spółdzielnią, która funkcjonuje stosunkowo efektywnie, pomimo opóźnień finansowych jej członków. Jedynym elementem prewencji sprawdzającym się w spółdzielniach (także LWSM) jest formułowanie zabezpieczeń w umowie, czyli kar umownych i odsetek od kwoty należnej w przypadku zwłoki bądź opóźnienia.

Właściwie funkcjonujący monitoring powinien dostarczać stosunkowo szybko informacji o możliwych zagrożeniach w prawidłowej regulacji należności. Szczególne znaczenie ma monitoring opłat z najmu lokali użytkowych, ponieważ dotyczy znacznie większych kwot niż czynsz z lokali mieszkalnych. Spółdzielniom mieszkaniowym podobnie, jak każdemu przedsiębiorcy zależy na terminowych wpłatach należności. W tym celu większość z nich na bieżąco monitoruje wpłaty. Dzięki obecnym technologiom informatycznym można to robić w łatwy i szybki sposób. Istnieje

wiele pomocnych w tym celu programów komputerowych, a wręcz niezbędnych. Chociaż nadal funkcjonują placówki, które wykonują ewidencje wpłat w formie papierowej. Najczęściej jest to tylko metoda pomocnicza, z reguły uwzględniająca tylko wycinek kontrahentów, najczęściej tych zalegających z opłatami. Taka sytuacja ma miejsce w Lokatorsko-Własnościowej Spółdzielni Mieszkaniowej w Knurowie. Dysponuje ona systemem komputerowym, w którym w każdej chwili można sprawdzić, czy lokator bądź najemca uregulował już opłatę czynszową. Ponadto Dział Ekonomiczno-Rozliczeniowy przygotowuje i aktualizuje dokumentację osób zalegających z opłatami.

Windykacja należności jest głównym zagadnieniem w prawidłowym funkcjonowaniu każdego podmiotu gospodarczego, także spółdzielni mieszkaniowej. Zależy od niej utrzymanie płynności finansowej. Wiele spółdzielni nie potrafi szybko odzyskiwać zaległych należności, przez co placówka może nie mieć funduszy na niezbędne remonty. Obecnie coraz częściej spółdzielnie mieszkaniowe wszczynają windykację we własnym zakresie oraz kierują sprawy na drogę postępowania sądowego.

Dział Ekonomiczno-Rozliczeniowy na pierwszym etapie procesu windykacji zakłada dłużnikowi kartę informacyjną i uzupełnia ją na bieżąco w toku postępowania. Karta ta zawiera następujące informacje:

- Dane osobowe dłużnika (wraz z adresem);
- Opis mieszkania: powierzchnia użytkowa w m², typ mieszkania, liczba zameldowanych osób, stan liczników poboru wody i podzielników ciepła;
- Kwota miesięcznej opłaty za mieszkanie;
- Informacje o rodzinie i osiągniętych dochodach;
- Zakres i wysokość zaległości;
- Wezwanie do zapłaty;
- Wezwanie na indywidualną rozmowę z pracownikiem do spraw windykacji. Złożone zobowiązania przez dłużnika i monitoring wywiązywania się z niego;
- Rozmowa przeprowadzona z Zarządem LWSM – informacje o zobowiązaniu do spłaty zadłużenia i jego sposobie;
- Wywiązywanie się ze złożonego zobowiązania;
- Dodatkowe informacje;
- Zestawienie zaległości: zasądzone wyrokiem sądu, skierowane do sądu, bieżące (niezasądzone) (Uchwała Zarządu LWSM 2012).

Następnie Dział Ekonomiczno-Rozliczeniowy wysyła wezwania do użytkowników lokali mieszkalnych i użytkowych o zapłatę zaległości w opłatach powyżej 2 miesięcy. W praktyce najczęściej są to jednak 3 miesiące. W wezwaniu do zapłaty zamieszcza się następujące informacje:

- dane dłużnika,
- datę sporządzenia wezwania,
- stan zaległości na dzień sporządzenia wezwania,
- doliczony zostaje koszt wezwania w wysokości 7,60 zł.

Termin zapłaty wynosi 7 dni od daty doręczenia wezwania na indywidualny numer rachunku bankowego, który jest zamieszczony w książeczce opłat czynszowych. Wezwanie zawiera także ostrzeżenie o dalszych czynnościach jakie może wykonać Spółdzielnia w celu otrzymania zaległych należności. Kopie wezwań są przechowywane w indywidualnej dokumentacji każdej osoby zalegającej z opłatami. Wezwanie do zapłaty ma za zadanie wpływać mobilizująco na dłużnika i przypomnieć mu o istniejącym długu. Poprawnie doręczone może posłużyć jako dowód w późniejszym postępowaniu sądowym. Wezwanie należy doręczyć osobiście lub listem poleconym za potwierdzeniem odbioru. W Lokatorsko-Własnościowej Spółdzielni Mieszkaniowej, upoważniony pracownik, zazwyczaj zarządca budynku przekazuje zawiadomienie. Dłużnik musi podpisać odbiór własnoręcznie i opatrzyć go datą.

W sytuacji, gdy użytkownik lokalu otrzymał indywidualne wezwanie na rozmowę w sprawie spłaty zaległości lub wezwanie do zapłaty z określonym terminem, a nie zgłosił się w sprawie ustalenie sposobu spłaty lub nie wywiązał się ze złożonego zobowiązania, zaległości zostają skierowane na drogę postępowania sądowego. W pozwie uwzględnia się całą należność bez odsetek.

Sąd w postępowaniu upominawczym uproszczonym, na posiedzeniu niejawnym, wystawia „nakaz zapłaty”. Po wydaniu wyroku sądu Spółdzielnia wysyła pismo wzywające do stawienia się dłużnika w jej siedzibie w sprawie spłaty zasądzonej zaległości. Jeżeli dłużnik zobowiąże się do spłaty i ureguluje swoje zobowiązanie, po spłacie całości zadłużenia zostaną naliczone odsetki w wysokości 13% w skali roku. O wysokości odsetek członka spółdzielni można powiadomić telefonicznie. W przypadku niezgłoszenia się dłużnika w Dziale Ekonomiczno-Rozliczeniowym w określonym w wezwaniu terminie (od 5 do 7 dni) sprawa będzie skierowana do egzekucji komorniczej. Spółdzielnia musi jednak wcześniej zwrócić się z prośbą do sądu o nadanie klauzuli wykonalności.

Na każdym etapie postępowania pracownik komórki windykacyjnej ma możliwość nawiązywania osobistego lub telefonicznego kontaktu z dłużnikiem w celu wyjaśnienia zaistniałej sytuacji i doprowadzenia do spłaty zadłużenia. Jeżeli zachodzi obawa, że pomimo wysyłanych wezwań osoby zadłużone nie mają wiedzy o posiadanych długach, to obowiązkiem spółdzielni jest poinformowanie wszystkich użytkowników lokalu. Brak reakcji na wysłane wezwanie lub niewywiązywanie się z złożonych zobowiązań powoduje oddanie zaległości do egzekucji komorniczej.

Egzekucja komornicza może być prowadzona z dochodów użytkowników. W razie braku skuteczności w dochodzonej w ten sposób należności, egzekucję należy prowadzić z prawa do lokalu. Jeżeli komornik nie ma z czego ściągnąć należności, po około roku przysyła pismo o bezskutecznej egzekucji. Dłużnik taki z reguły nie reguluje również bieżących zobowiązań i sytuacja się powtarza. Narastanie zaległości w przypadku lokali mieszkalnych powoduje przygotowanie materiałów na posiedzenie zarządu o wykluczenie lub wykreślenie członka z rejestru Spółdzielni. Na tej podstawie zarząd podejmuje decyzje o dalszych działaniach.

W przypadku otrzymania od komornika informacji o bezskutecznej egzekucji należy:

- nie rzadziej niż raz na cztery lata kierować sprawę ponownie do komornika,
- raz w roku na posiedzeniu zarządu przedstawić informację o podjętych czynnościach (Uchwała Zarządu LWSM 2012).

Dopiero, gdy zadłużenie osiąga poziom wartości lokalu Spółdzielnia może wnieść pismo do sądu o eksmisję. Tym razem jest to postępowanie jawne. Sąd może zasądzić takim osobom lokal socjalny, który przyznaje gmina. Eksmisja może być przeprowadzona w takiej sytuacji tylko wtedy, gdy gmina przyzna lokal socjalny. Zapotrzebowanie na takie lokale w Polsce jest znacznie większe niż możliwości gmin w zaspokojeniu tych potrzeb. Dlatego oczekiwanie na mieszkanie socjalne może trwać nawet kilkanaście lat, a w tym czasie wierzyciel może spokojnie mieszkać w swoim dotychczasowym lokalu. Cały proces windykacji może ulec znacznemu wydłużeniu. Wystarczy, że członek przyjdzie do spółdzielni na rozmowę i ustali dogodny sposób spłaty zadłużenia. Następnie wpłaci pierwszą ratę bez regulacji kolejnych lub w wysokości mniejszej niż było to ustalone. Przy czym nadal nie będzie regulował bieżących opłat. Taka sytuacja może powtarzać się kilkanaście lub nawet kilkadziesiąt razy w całym etapie windykacji i za każdym razem będzie zatrzymywała skierowanie pozwu do sądu. Jednak nawet po wyroku sądu, takie postępowanie jest korzystne z perspektywy dłużnika, ponieważ znowu może prolongować spłatę długu, a potem nie dotrzymać danego słowa. W tej sytuacji ważne jest dla niego wstrzymanie egzekucji komorniczej. Takie zachowanie nieuczciwych lokatorów lub najemców lokali użytkowych może znacznie wydłużyć proces ściągnięcia należności.

Realnie zaległości czynszowe w latach 2010-2012 wzrastały kolejno w omawianych latach o 13,9% , 2,0% oraz o 1,0% w stosunku do lat poprzednich. Następnie w latach 2013-2016 spadały odpowiednio o 4,6%, 2,3% oraz o 9,2% w stosunku do poprzednich lat. Spółdzielnia podejmowała szereg działań windykacyjnych:

- w ciągu roku kieruje do 124 do 288 pozwów do sądu o zapłatę,
- egzekwowano od 80 tys. zł do 150 tys. zł odsetek za zwłokę,
- kierowano do 71 wniosków do komornika o wszczęcie egzekucji,
- średnio wykonano 1 eksmisję rocznie.

LWSM w znacznym stopniu bazuje na polubownym rozwiązywaniu sporów. W razie braku porozumienia z dłużnikiem sprawy są kierowane na drogę postępowania sądowego. W latach 2010-2012 liczba skierowanych pozwów kształtowała się odpowiednio: 124, 177 i 288. W tym czasie

skierowano 131 wniosków o eksmisję do komornika, wykonano 16 egzekucji z praw do lokali oraz 3 eksmisje. W tych latach liczba pozwów o eksmisję rosła, co wskazuje na wzrost liczby dłużników pozbawionych dochodów, bez możliwości egzekucji komorniczej. Mimo to liczba eksmisji była bardzo mała. Spowodowane było to brakiem lokali socjalnych w zasobach gminy. Pomimo powyżej opisanych trudności, Spółdzielnia uzyskiwała dobre wyniki z działalności. Wnioskując radziła sobie dobrze w trudnej sytuacji i regularnie opłacała swoje zobowiązania. W latach 2013-2016 liczba dłużników stopniowo malała, co przyczyniło się do spadku pozwów kierowanych do sądu, których liczba kształtowała się odpowiednio: 214, 153, 123. W tych latach skierowano 98 wniosków o eksmisję do komornika, wykonano 13 egzekucji z praw do lokali oraz 3 eksmisje. Spadek liczby pozwów oraz wniosków o eksmisję był spowodowany w znacznym stopniu polubownymi porozumieniami między Spółdzielnią a zalegającym w opłatach jej członkami.

3. Podsumowanie

Każdy podmiot gospodarczy powinien realizować wszystkie etapy zarządzania należnościami w relacjach z kontrahentami. W spółdzielniach mieszkaniowych występują specyficzne warunki w tej kwestii. Pierwszy etap zarządzania należnościami to prewencja. Nie jest ona stosowana w spółdzielniach mieszkaniowych, głównie ze względu na redukcję kosztów oraz trudność pełnej kontroli dużej liczby członków. Kolejny etap to monitoring, który w LWSM jest prowadzony w stosunku do wszystkich lokatorów i najemców lokali użytkowych, ze szczególnym uwzględnieniem osób zalegających w opłatach. Ostatni etap, czyli windykacja to najbardziej rozbudowana część zarządzania należnościami w spółdzielniach mieszkaniowych, ponieważ zależy od niej utrzymanie płynności finansowej. Opisana spółdzielnia prowadzi szeroki pakiet działań monitorujących i rozliczeniowo-windykacyjnych. Zaliczmy do nich: wezwania do zapłaty, rozmowy osobiste i telefoniczne z dłużnikami, sprawy sądowe i działania komornicze.

W latach 2010-2012 Polska odczuwała skutki światowego kryzysu gospodarczego, co utrudniało terminowe regulowanie zobowiązań lokatorów oraz najemców lokali użytkowych wobec spółdzielni. Mimo to Lokatorsko-Własnościowa Spółdzielnia Mieszkaniowa odnosiła zyski z działalności gospodarczej. Wiązało się to ze sprzedażą aktywów trwałych, czyli przeniesieniem praw do lokali na odrębną własność. W kolejnych latach, mianowicie 2013-2016 nastąpił powolny spadek przeterminowanych należności, co zapewne było związane z poprawą sytuacji gospodarczej w kraju.

4. Literatura

- Bekas M (2013) Windykacja należności w praktyce. Jak weryfikować zdolność kredytową klientów i odzyskiwać pieniądze od dłużników, Wolters Kluwer Polska SA, s. 20
- Mytlewski A. (2007) Monitoring ekonomiczny przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, s. 12
- Nowaczyk M, Nowaczyka T (pod red.) (1999) Praktyka ściągania należności, Wydawnictwo FORUM, rozdz. 2/2, s.1
- Stefaniak A (2011) Prawo spółdzielcze oraz Ustawa o spółdzielniach mieszkaniowych. Komentarz – orzecznictwo. Oficyna Wydawnicza Spółdzielni Pracy „DELTA”: 7-8, 10.
- Uchwała Zarządu Lokatorski-Własnościowej Spółdzielni Mieszkaniowej nr 63/2012 z dnia 23.05.2012 r.
- Ustawa z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. 1964 Nr 43, poz. 296 z późn. zm.): art. 353.
- Ustawa z dnia 16 września 1982r Prawo spółdzielcze (Dz.U. 1982 Nr 30, poz. 210 z późn. zm.): art.1.§1.
- Ustawy z dnia 15 grudnia 2000 roku o spółdzielniach mieszkaniowych (Dz.U. 2013 r. Nr 0, poz. 1222): art.1§2.

4. Sposoby kształtowania wizerunku organizacji non-profit

Ways of shaping the image of a non-profit organization

Kędzior Justyna, Łęgowski Szymon

Katedra Rynku i Konsumpcji, Wydział Ekonomii, Uniwersytet Ekonomiczny
w Katowicach

Opiekun naukowy: prof. UE dr hab. Robert Wolny

Wolny Robert: robert.wolny@ue.katowice.pl

Słowa kluczowe: image, NGO, trzeci sektor, organizacje non-profit

Streszczenie

Jeszcze nie tak dawno znaczenie wizerunku w prowadzonej działalności było niedoceniane. Dziś już wiadomo jak ważne są działy public relations oraz jak duże znaczenie dla dalszego rozwoju i przyszłych zysków mają pieniądze przeznaczone na szeroko rozumiane działania reklamowe. Teraz o sukcesie przedsiębiorstwa może decydować pozytywne wyróżnianie się na tle konkurencji. Często nie ma tak dużego znaczenia sam produkt, jak jego odpowiednie przedstawienie oraz marka firmy, która go wprowadza na rynek. Znaczenie reputacji firmy szczególnie wzrosło w momencie rozwoju handlu elektronicznego. W sytuacji, gdy nie mamy fizycznego kontaktu z oferowanym produktem, to wizerunek jego marki ma coraz większe znaczenie.

Public relations występuje wszędzie, gdzie istnieją procesy perswazji i kształtowanie określonego obrazu w oczach społeczeństw. Obecnie nie tylko przedsiębiorstwa czy znane osoby muszą dbać o swój image. Na korzystnym wizerunku zależy każdej organizacji, także NGO (Non-governmental organizations, organizacje pozarządowe). Pozytywny wizerunek decyduje o możliwości zdobycia potencjalnych klientów/darczyńców oraz utrzymaniu obecnych. Działania z zakresu szeroko rozumianego public relations sprzyjają poprawie efektywności działań organizacji, usprawniają realizację poszczególnych projektów i powodują zwiększenie przekazywanych środków finansowych fundacjom oraz innym organizacjom non-profit.

Celem przedstawionych w artykule rozważań jest ukazanie znaczenia wizerunku w organizacjach trzeciego sektora, przedstawienie metod marketingowych używanych przy analizie funkcjonowania przedsiębiorstw oraz sposobów w jakie organizacje pozarządowe mogą kreować swój image.

1. Wizerunek

Wizerunek to termin wywodzący się od łacińskiego słowa „imago”, które oznacza: wzór, odbicie, obraz. Popularnie wizerunek określany był i jest jako image, od angielskiego słowa o takim samym brzmieniu oznaczającym: wizerunek, podobiznę, obraz. Znalazło to swoje odzwierciedlenie w Słowniku współczesnego języka polskiego, który podaje słowo image jako synonim wizerunku. Dalej słownik definiuje wizerunek jako wykreowany przez daną osobę swój obraz w społeczeństwie oraz wypracowany przez grupę specjalistów obraz osoby publicznej (także medialnej) lub organizacji. Kreowanie wizerunku ma na celu pozytywne przedstawienie osoby lub firmy, co ułatwia pozyskanie społecznego poparcia czy to dla danej osoby (np. w kampanii wyborczej), czy dla prowadzonej działalności, np. wzrost sprzedaży dóbr/usług produkowanych/świadczonych przez daną jednostkę (Dunaj 1996). Według Jerzego Altkorna „wizerunek firmy to nasze subiektywne o niej wyobrażenie” (Altkorn 2004). Związane to jest z doświadczeniami i osobistymi skłonnościami; każdy człowiek jest inny i postrzega daną firmę, rzecz czy osobę inaczej. Kluczem do sukcesu jest trafienie w potrzeby i oczekiwania większości społeczeństwa. Można stwierdzić, że wizerunek to wyobrażenie na temat danej jednostki lub organizacji, które powstało w świadomości odbiorców w efekcie nieplanowych czy też planowych działań. Należy go rozpatrywać jako całość oddziaływania: postaw, poglądów oraz wrażeń, jakie dana osoba ma w stosunku do wybranego podmiotu. Image jest zatem składową dwóch czynników:

- obiektywnych cech danej osoby / organizacji,

- postaw, wartości i doświadczeń podmiotów oceniających (Brzezińska-Hubert i Olszówka 2008; Barick i Kotler 1991; Żbikowska i Potocki 2011).

Sposób postrzegania firmy utożsamiany jest z jej pozycją, a co za tym idzie przewagą konkurencyjną. Jednak nie można uzależniać przewagi rynkowej tylko od wizerunku firmy, ponieważ na zajmowaną na rynku pozycję, ma wpływ wiele innych aspektów, np. jakość towaru czy jego cena. Wizerunek przedsiębiorstwa można opisać jako kompozycję osobowości przedsiębiorstwa, wyrastającą z jego filozofii, strategii, stylu kierowania, reputacji oraz zachowania się pracowników i innych przedstawicieli firmy. Wyróżnia się trzy sposoby postrzegania wizerunku:

- pożądaný – tzw. „wizerunek zamierzony”, który stanowi wynik planowania strategicznego firmy;
- rozproszony - obejmuje wizerunek wynikający z wprowadzenia w życie planu strategicznego i często różni się od wizerunku pożądanego;
- zarejestrowany - dotyczy sposobu postrzegania firmy przez klientów oraz inne osoby niezainteresowane (Figiel 2004).

Wizerunek organizacji jest efektem czynników natury rozumowej, emocjonalnej i społecznej (Begg 2003). Firmy cechujące się mocnym image mogą prowadzić bardziej ofensywną politykę sprzedaży, łatwiej im wprowadzać nowe produkty na rynek, a co za tym idzie uzyskują wysokie zyski.

Odbiorców wizerunku firmy można podzielić na dwie grupy:

- zewnętrznych (klienci, dostawcy, konkurenci, akcjonariusze),
- wewnętrznych (pracownicy).

Zgodnie z przedstawionym podziałem wyróżniamy image zewnętrzny i wewnętrzny – a oba są ze sobą ściśle powiązane. Często waga wizerunku wewnętrznego bywa niedoceniana, a od niego zależy atmosfera w pracy oraz ilość nowych osób chcących aplikować na stanowiska w danej firmie. Należy także zauważyć jak duży wpływ ma kultura organizacyjna na wizerunek zewnętrzny i na odwrót, jak image zewnętrzny wpływa na postrzeganie firmy przez jej pracowników (Moingeon 1996). Celem wewnętrznego wizerunku jest integracja pracowników i utożsamianie dążeń firmy z celami zawodowymi pracowników. Image wewnętrzny jest szczególnie ważny w branżach, gdzie pracownik ma bezpośredni kontakt z klientem bądź kontrahentem. Zachowanie pracownika rzutuje na sposób postrzegania przedsiębiorstwa na zewnątrz, czyli wpływa na wizerunek zewnętrzny.

Kreowanie pozytywnego wizerunku zewnętrznego zazwyczaj poświęca się więcej czasu i uwagi. Wiąże się to z troską o klienta, którego chce się pozyskać. Wolna konkurencja wymusza ciągłe zabieganie o nabywców. Dobry wizerunek firmy w otoczeniu skutkuje większą sprzedażą, a tym samym większymi zyskami dla właścicieli. Działania organizacji w zakresie pozytywnego postrzegania firmy na zewnątrz można podzielić na dwie grupy ze względu na odbiorców działań:

- obecni klienci – podtrzymanie dobrych relacji, co ma spowodować wzrost sprzedaży i jej częstotliwość oraz wywołać brak zainteresowania ofertami konkurencji,
- nowi nabywcy – poinformowanie o istnieniu firmy, jej asortymencie i jakości produktów, skłonienie do zakupów.

Nieodłącznym elementem wizerunku jest wiarygodność, która łączy się z reputacją firmy. J. Kouzens i B. Posner łączą reputację z bezpieczeństwem i zaufaniem, uważają że reputacja jest obecnym wynikiem działań z przeszłości i stanowi korzenie wiarygodności (Kouzens i Posner 1997).

2. Organizacje non-profit

Tworzenie organizacji pożytku publicznego jest zawsze wyrazem woli danej grupy ludzi, jednoczących się wokół danego problemu lub potrzeby. M. Kurlito definiuje je jako „obywatelskie działające z własnej inicjatywy na rzecz wybranego interesu publicznego, niezależne od administracji publicznej i niedziałające dla osiągnięcia zysku” (Kurlito 2008).

Regulacje prawne dotyczące działania organizacji określaných mianem NGO, w Polsce opisano w Ustawie z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie. Ustawa określa zasady prowadzenia działalności pożytku publicznego przez organizacje pozarządowe w sferze zadań publicznych, współpracę organów administracji publicznej z organizacjami trzeciego sektora, uzyskanie statusu organizacji pożytku publicznego, ich tworzenie i funkcjonowanie, sprawowanie nad nimi nadzoru oraz korzystanie ze świadczeń wolontariuszy.

Głównym zadaniem NGO jest realizacja społecznie użytecznych celów w sferze kultury, oświaty, ochrony zdrowia oraz pomocy potrzebującym. Całość środków finansowych musi być przeznaczana na realizację celów charytatywnych określonych w statucie każdej organizacji oraz na pokrycie kosztów administracyjnych. Instytucje te mogą zatrudniać personel i angażować się w przedsięwzięcia generujące zysk, mające im pomóc w wypełnieniu misji statutowej. Organizacje non-profit sytuują się pomiędzy państwem a rynkiem i mają charakter instytucji uzupełniających (nie alternatywnych) – stąd nazywane są trzecim sektorem. Cel społecznie użyteczny to pojęcie mające na uwadze zaspokojenie potrzeb społeczeństwa lub grupy społecznej (wyodrębnionej np. ze względu na trudną sytuację życiową) i nie może opierać się na realizacji interesów jej założycieli lub członków (Ceglarski 2005). Organizacje non-profit realizują dwa główne zadania:

a) zaspokajania potrzeb założycieli związanych z chęcią niesienia pomocy potrzebującym; wyróżnić tu można funkcje:

- afiliacyjną – zaspokajają potrzebę przynależności do grupy, np. związki harcerskie, organizacje kobiece;
- ekspresyjną – umożliwiają zaspokojenie potrzeby samorealizacji, np. stowarzyszenia kulturalne, kluby hobbistyczne;
- pomocową – związana z ideą pomocy charytatywnej i samopomocą, np. kluby anonimowych alkoholików, fundacje;

b) zaspokajanie potrzeb społecznych, np. lokalnych lub grupowych; z kolei tu można wyróżnić funkcje:

- integracyjną – pobudza budowanie więzi społecznych, zbliżenia społeczności lokalnej oraz całego narodu, np. stowarzyszenia kulturalne;
- opiekuńczo-wychowawczą – skierowana do dzieci z ubogich rodzin lub całych rodzin potrzebujących pomocy oraz dzieci z domów dziecka, obejmuje pomoc w nauce oraz zakup materiałów edukacyjnych potrzebnych dzieciom, ale także wsparcie psychiczne i pedagogiczne dla całych rodzin, aktywizację społeczną, np. fundacje i stowarzyszenia o takim profilu działalności;
- normalizacyjną – przejawia się w dziedzinach, o których państwo zapomniało lub zbagatelizowało ich znaczenie, np. pomoc osobom uzależnionym;
- grupy nacisku – wiąże się z obroną podstawowych wartości: wolności, pluralizmu, poszanowania interesów wszystkich grup społecznych oraz wspólnego dobra, np. organizacje ochrony środowiska naturalnego czy walczące o przestrzeganie praw człowieka;
- uspołecznienia państwa – urzeczywistnia ideę demokracji, pozwala realizować wszystkie powyższe funkcje (Załużka 1998).

Wartościami dodanymi organizacji pozarządowych są: tworzenie nowych szans rozwoju (dotyczy szczególnie osób wykluczonych lub zagrożonych wykluczeniem społecznym), redukcja nierówności społecznych i ekonomicznych oraz przyczynianie się do poprawy funkcjonowania całego systemu państwa przez zmniejszanie napięć i problemów.

Źródłami finansowania działalności organizacji non-profit są:

- dotacje lub subwencje z budżetu państwa oraz budżetów jednostek samorządu terytorialnego – przede wszystkim na realizację zadań publicznych;
- środki zagraniczne – szczególnie fundusze pomocowe Unii Europejskiej (Europejskiego Funduszu Społecznego);
- prywatny kapitał, darowizny, zapisy, spadki, praca społeczna ochotników;
- zbiórki publiczne, aukcje, sprzedaż cegiełek itd.;
- majątek założycielski oraz składki członkowskie;
- dochody z prowadzonej działalności gospodarczej oraz opłaty wnoszone przez korzystających z usług organizacji (Tarach 1995).

Status organizacji pożytku publicznego uzyskuje się w momencie wpisu do KRS, aby go otrzymać niezbędne jest wykazanie faktycznego prowadzenia działalności pożytku publicznego oraz efektów tej działalności. Umożliwia to korzystanie z ulg podatkowych i powoduje zwolnienie z niektórych opłat administracyjnych, ułatwia pozyskiwanie funduszy od darczyńców i instytucji państwowych oraz pozwala na korzystanie z środków finansowych pochodzących z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych (Ceglarski 2005).

Organizacje społeczne poza korzystaniem z datków przekazywanych przez darczyńców mogą liczyć na środki publiczne przekazywane instytucjom realizującym zadania publiczne. Wsparcie takie polega na dofinansowywaniu działalności statutowej organizacji, jeśli mieści się ona w ustawowej sferze pożytku publicznego oraz jest zgodna z zasadami Ustawy o finansach publicznych z dnia 27 sierpnia 2009r. Drugim trybem przekazywania środków finansowych dla danej organizacji jest zlecenie wykonania zadań publicznych, które polega na przeniesieniu zobowiązań na podmiot niepubliczny wraz z przekazaniem środków potrzebnych do ich wykonania (Arczewska 2005).

NGO może także pozyskiwać środki finansowe z prowadzonej działalności gospodarczej, pod warunkiem jednak, że jest ona prowadzona tylko jako działalność dodatkowa w stosunku do działalności pożytku publicznego.

3. Kształtowanie wizerunku organizacji pozarządowym

Obecnie konkurencja panuje w każdej branży. Nie tylko duże firmy walczą o klienta, ale także małe organizacje poszukują coraz to nowszych sposobów na pozyskanie darczyńców. O sukcesie dużego przedsiębiorstwa, tak jak i fundacji decyduje wizerunek. Pozytywny image ułatwia poszukiwanie klientów czy też darczyńców.

Zbieranie funduszy jest poważnym wyzwaniem, przed którym staje każda organizacja non-profit. Ich działalność jest prowadzona w oparciu o pozyskane od darczyńców pieniądze. Zatem konieczne jest pokazanie, na jaki użytek zostaną przeznaczone gromadzone fundusze oraz jak wiele podopiecznych ma fundacja. Informowanie o działalności organizacji ułatwia pozyskiwanie sponsorów.

W ostatnich kilkudziesięciu latach można było zauważyć wzrostem liczby organizacji pozarządowych oraz dużych firm, które zaangażowały się działalność społeczną (jako działalność dodatkowa). Należy wziąć pod uwagę ograniczoność zasobów niezbędnych do ich funkcjonowania (mianowicie darczyńców). W celu przetrwania i rozwoju oraz poprawy swojej pozycji konkurencyjnej na rynku, organizacje non-profit zmuszone są do przyjęcia orientacji marketingowej, uwzględniającej z jednej strony zaspokajanie potrzeb i pragnień klientów, a z drugiej pozyskiwanie darczyńców wspierających ich działalność (Limański 2007).

Praktyka wskazuje, że organizacje non-profit mogą z powodzeniem korzystać z reguł i narzędzi marketingowych, które są współcześnie wykorzystywane w przedsiębiorstwach. W przypadku organizacji NGO nie powinno pojawiać się pytanie: czy stosować działania marketingowe?, lecz jak je stosować, by odnieść korzyści (Limański 2007).

Głównym nośnikiem wizerunku są niewątpliwie mass media, m.in.:

- ulotki, bilbordy – dobrze przygotowane przyciągają uwagę odbiorcy,
- foldery, biuletyny – ich celem jest przekazanie większej gamy informacji,
- reklama w TV/prasie – jej zadaniem jest dotarcie do tysięcy odbiorców, przedstawienie im swojej działalności oraz pozyskanie ich aprobaty i wsparcia finansowego,
- internet - każda szanująca się firma posiada stronę www, a niektóre korzystają też z internetowych banerów, domen oraz innej reklamy internetowej. Działania takie umożliwiają dotarcie do milionów odbiorców na całym świecie.

Każda organizacja, szczególnie na początku swojego istnienia, powinna dążyć do dotarcia do jak największej liczby odbiorców – by dowiedziało się o niej jak największej osób: potencjalnych klientów/darczyńców. Działania promocyjne są wprost idealną ścieżką prowadzącą do tego celu. W przypadku reklamy o wyborze środka przekazu, jej formie i treści komunikatu decyduje sam nadawca. Ważny jest język przekazu – musi być on dostosowany do odbiorców. Ten sam przekaz, ale innymi słowami zostanie skierowany do nastolatków, do ich rodziców, a jeszcze innymi do grupy 65+. Aby dobrze zaplanować działania marketingowe trzeba najpierw ustalić do kogo będą one kierowane.

Wizerunek organizacji powinien być spójny, w tym celu ważne są szczegóły, m.in.:

- wizytówki pracowników i kadry zarządzającej muszą być spójne, skorelowane z kolorystyką dominującą w organizacji oraz z jej logo,

- wszystkie pisma wychodzące powinny być sporządzane na papierze firmowym; nie jest to dobry zwyczaj, ale praktyka ułatwiająca kontakt z nadawcą,
- na akcje prospektingowe należy przygotować gadżety z logo i/lub stroną internetową firmy,
- służbowe samochody powinny być oznakowane logo i krótkimi informacjami o organizacji.

Public relations odgrywa główną rolę w kształtowaniu wizerunku. Niektóre organizacje trzeciego sektora (tak jak firmy) zatrudniają specjalistów od public relations do opracowania i budowy wizerunku. PR to wszelkie działania mające na celu promowanie i/lub ochronę wizerunku. Przetłumaczenie zwrotu „public relations” jest trudne i do tej pory takie próby nie zyskały dużej aprobaty. Propozycja K. Bieleckiego w tym zakresie wydaje się być najlepszym odpowiednikiem, a brzmi ona następująco „stosunki organizacji z otoczeniem”. Sam autor powyższego sformułowania przyznaje jednak, że nie jest ono zupełnie ściśle (Kotler 1994; Bielecki i in. 1986).

Obszar działań, które wchodzą w zakres PR to:

- reklama,
- propaganda gospodarcza,
- publicity.

Ostatnie z wymienionych to działanie, które ma na celu wpłynięcie na opinię społeczną poprzez bezpłatne przekazywanie informacji. Działania takie bywają podwójnie korzystne, ponieważ odbiorca bardziej wierzy w treść przekazu, gdy jest on jego zdaniem przekazywany przez neutralny środek masowego przekazu. Można by powiedzieć, że publicity to bezpłatna reklama firmy lub produktu. Z kolei propagandą gospodarczą określa się planowane i świadome ingerowanie państwa, którego celem jest pozyskanie aprobaty społeczeństwa dla istniejącego stanu lub zamierzonych działań. Z kolei reklama to wszelka odpłatna forma promowania towarów, usług lub idei.

Najczęściej wykorzystywanym działaniem jest współpraca z mediami – umożliwia ona szybkie rozprzestrzenienie informacji do dużej grupy odbiorców. Elementy PR, które są najczęściej wykorzystywane to konferencje, seminaria, wystawy i koncerty. Często niedoceniane, ale równie istotne są kontakty z odwiedzającymi organizację ludźmi oraz relacje w zespole.

Kształtowanie wizerunku powinno być działaniem systematycznym i planowanym, opartym na analizach i badaniach. Ma na celu stworzenie pozytywnego obrazu danej organizacji, pozyskania sympatii otoczenia i poparcia dla prowadzonych działań. Dobrze funkcjonujący model PR wykorzystuje sprzężenie zwrotne (feedback), który uzyskuje poprzez badanie opinii publicznej (Gruning i Hunt 1986). Zadania stawiane PR to głównie:

- analiza i interpretacja opinii publicznej w zakresie, który mógłby wpłynąć na działalność organizacji,
- pomoc w podejmowaniu decyzji kadrze zarządzającej.

Public relations przyniesie najlepsze rezultaty, gdy decyzje podejmowane przez dyrekcję będą spójne z prowadzonymi działaniami marketingowymi. (Wojcik 1997).

W. Budziński podaje trzy funkcje PR:

- komunikacyjna – bazująca na wzajemnym porozumieniu organizacji z otoczeniem,
- koordynacyjna – przekazywanie jednoznacznego i spójnego wizerunku organizacji poprzez dobrze dopasowane działania promujące,
- integracyjna – zbliżenie z otoczeniem, tak by działania organizacji pokrywały się z potrzebami potencjalnych klientów oraz by otoczenie rozumiało cele i działania owej organizacji pożytku publicznego, akceptowało je i łączyło z własnymi celami (Budziński 2002).

Jednym z elementów PR jest autoprezentacja. Przedstawienie organizacji w ciekawy sposób, który przyciągnie uwagę słuchaczy jest jednym z elementów sukcesu przedsiębiorstwa, szczególnie z sektora non-profit. Każde wystąpienie publiczne powinno być przemyślane i zaplanowane. Gdy mamy do czynienia z reputacją firmy, nie możemy pozwolić sobie na spontaniczność. Strukturę wystąpienia można porównać do większości tekstów czy to naukowych czy publicystycznych. Składają się one tak samo ze wstępu, rozwinięcia i zakończenia. Wstęp musi być ciekawy, jego celem jest takie przyciągnięcie uwagi odbiorcy by chciał on wysłuchać/przeczytać daną wypowiedź do końca. Należy podać we wstępie cel i myśl przewodnią wypowiedzi. Rozwinięcie w zależności od długości musi być bogate w anegdoty, czyli tak zwane przerywniki. Ma to na celu pobudzenie uwagi

słuchacza. Zasada jest prosta, im dłuższa wypowiedź tym więcej żartów. Zakończenie musi zawierać syntezę wypowiedzi. Przekaz musi przyciągnąć uwagę – stanowi to połowę sukcesu. Druga połowa zależy od odbiorcy – jeżeli słuchacz/czytelnik nie ma ochoty zagłębić się w dany temat to nawet najbardziej elokwentna wypowiedź nie pozytywnego efektu.

4. Podsumowanie

Wizerunek jest ważnym elementem wpływającym na sukces firmy w określonej branży. W przypadku organizacji pozarządowych pozytywny image ułatwia pozyskiwanie sponsorów oraz współpracę z instytucjami publicznymi i samorządowymi. Pozyskiwanie nowych sponsorów jest czynnością priorytetową, która zawsze powinna być realizowana, na każdym etapie działalności. To sponsorzy w dużej mierze stoją za działaniami jakie świadczy fundacja. To dzięki ich wsparciu finansowemu, fundacja może realizować swój główny cel jakim jest niesienie pomocy osobom potrzebującym. Ten cel wiąże się bezpośrednio z rozpoznawalnością danej organizacji na rynku, która bezpośrednio przełoży się na liczbę sponsorów.

Pomiędzy organizacjami non-profit, tak jak na każdym rynku funkcjonuje konkurencja. Organizacje w prawdzie nie muszą walczyć o podopiecznych, ale o darczyńców - zabiegają o ich zaufanie i środki finansowe na własną działalność. Dobry wizerunek pomaga w osiągnięciu tego celu.

5. Literatura

- Altkorn J (2004) Wizerunek firmy. Wyd. Triada: 14
- Arczewska M (2005) Nie tylko jedna ustawa. Prawo o organizacjach pozarządowych. 19
- Barick H, Kotler Ph (1991) A Framework for Marketing Image Management. Winter,
- Begg D (2003) Economics. 7th Ed., McGraw-Hill,
- Bielecki K, Borowski J i Kamiński A (1986). Marketing w handlu zagranicznym, PWN: 72.
- Brzezińska-Hubert M, Olszówka A (2008) Współpraca z mediami a tworzenie wizerunku organizacji. Pakiet Edukacyjny Pozaformalnej Akademii Jakości Projektu Część 3: 9.
- Budziński W (2002) Public relations: zarządzanie reputacją firmy. Poltext: 18-20.
- Ceglarski A (2005) Organizacje pożytku publicznego. LexisNexis: 16 i 30.
- Dunaj B (pod red.) (1996) Słownik współczesnego języka polskiego. Wyd. Wilga: 317.
- Figiel A (2004) Etnocentryzm konsumencki. Produkty krajowe czy zagraniczne. PWE: 77.
- Gruning J, Hunt T (1984) Managing Public Relations. Rinehart and Winston, New York: 21-22.
- Kouzens J, Posner B (1997) Wiarygodność, CKL: 60.
- Kurleto M (2008) Organizacje pozarządowe w działalności pożytku publicznego. 49.
- Limański A (2007) Marketing w organizacjach non-profit. Difin: 9 i 53.
- Moingeon B (1996) Understanding Corporate Identity. The French School of Thought, Journey of the Academy of Marketing Science, nr.23: 4-10.
- Tarach P (1995) Źródła finansowania organizacji pozarządowych. Rocznik „O”, Boris:
- Wojcik K (1997) Public relations od A do Z. Tom 1, Agencja Wydawnicza Placet: 23.
- Załużka M (1998) Prawne i organizacyjne ramy działania organizacji pozarządowych [w:] Załużka M, Boczoń J (pod red.) (1998) Organizacje pozarządowe w społeczeństwie obywatelskim. 37-43.
- Żbikowska A, Potocki A (2011) Komunikowanie w organizacjach gospodarczych. Difin: 90.

5. Analiza porównawcza polskich województw pod względem sytuacji ludzi młodych na rynku pracy w 2015 roku

Comparative analysis of Polish voivodships in terms of the situation of young people on the labor market in 2015

Klosa Sabina

Katedra Ekonomii, Finansów i Badań Regionalnych, Wydział Ekonomii i Zarządzania, Politechnika Opolska

Klosa Sabina: s.klosa@po.opole.pl

Słowa kluczowe: aktywność zawodowa, wskaźnik zatrudnienia, bezrobocie, bierność zawodowa

Streszczenie

Istotnym czynnikiem determinującym rynek pracy jest m.in. aktywność zawodowa ludności. Zjawisko bezrobocia zalicza się do jednych z najpoważniejszych problemów społecznych XXI wieku, gdyż ma ono ogromny wpływ na standard życia jednostki.

Celem opracowania jest diagnoza i analiza sytuacji ludzi młodych na rynku pracy w Polsce oraz ukazanie zróżnicowania regionalnego pod względem liczby pracujących, bezrobotnych i biernych zawodowo. W analizie wykorzystano dane statystyczne z IV kw. 2015 roku, które obejmowały dwie grupy wiekowe: 15-24 lata oraz 25-34 lata. Rezultaty przeprowadzonych analiz wskazują, że sytuacja na rynku pracy ludzi młodych jest zróżnicowana w zależności od przyjętej zbiorowości. Ponadto w Polsce występuje silne zróżnicowanie przestrzenne (regionalne) pod względem sytuacji na rynku pracy w grupie poddanej badaniu.

1. Wstęp

Rynek pracy może być analizowany pod różnymi względami. Rozpatrując go na poziomie kraju, obejmuje on całokształt sprzężeń popytowo-cenowo-podażowych, które znajdują się w sferze gospodarowania czynnikiem pracy na jego obszarze, w danym czasie oraz przy uwzględnieniu rzeczywistych podmiotów i instytucji działających na rynku (Mortimer-Szymczak 1992).

Wśród priorytetów współczesnego człowieka często praca ludzka zajmuje czołowe miejsce w rankingu. Jest ona pewnym wyznacznikiem statusu społecznego i daje poczucie stabilizacji materialnej. Rynek pracy w życiu młodych ludzi, którzy dopiero na niego wkraczają odgrywa szczególną rolę. Jest on bardzo istotnym czynnikiem determinującym realizację ich planów osobistych i zawodowych, m.in. dzięki zatrudnieniu na cały etat nawet w trakcie kontynuacji nauki, atrakcyjnym zarobkom czy też szybkiej ścieżce kariery. Jednak osoby młode napotykać się z wieloma ograniczeniami na rynku pracy, które mają związek w szczególności z brakiem doświadczenia zawodowego oraz kwalifikacji (Osiecka-Chojnacka 2007). Ponadto system edukacji nie zapewnia odpowiedniego wsparcia osobom młodym (Stasiak 2011).

Transformacje spowodowane globalizacją, postępująca serwicyzacja gospodarki, konkurencyjność, dynamiczny rozwój techniki, zmiana stylu życia czy starzenie się społeczeństw stały się pewnym motorem do przekształceń współczesnych rynków, w tym rynku pracy (Makuch 2014).

Głównym celem opracowania jest analiza sytuacji ludzi młodych na rynku pracy w Polsce oraz zaprezentowanie zróżnicowania regionalnego w polskich województwach.

2. Materiał i metody

Badaniem objęto 16 polskich województw. W obliczeniach wykorzystano dane statystyczne dla IV kwartału 2015 roku. Dane stanowiące podstawę analizy pochodzą z Roczników Statystycznych każdego województwa z osobna, które zostały opracowane przez Główny Urząd Statystyczny.

W Badaniach Aktywności Ekonomicznej Ludności (BAEL) przeprowadzanych przez GUS przyjmuje się, że zbiorowość ludzi młodych to ludność w wieku od 15 do 34 lat, przy czym wyróżnia

się dwie grupy wiekowe. Pierwszą z nich jest grupa 15-24 lata, której górną granicę określa średni wiek ukończenia studiów stacjonarnych. Drugą grupę stanowią osoby w wieku 25-34 lata, czyli osoby wchodzące na rynek pracy jako absolwenci lub kontynuujące naukę na wyższych poziomach kształcenia.

W IV kw. 2015 roku ludność w wieku od 15 do 34 lat liczyła 9707 tys. osób, co stanowiło w tym okresie niespełna 1/3 globalnych zasobów pracy (w wieku 15 lat i więcej) (GUS, Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2016).

Za pomocą oceny aktywności zawodowej określa się status ludności na rynku pracy. Biorąc pod uwagę rynek pracy i rządzące nim prawa ludność w wieku 15 lat i więcej można podzielić na trzy podstawowe grupy: pracujących, bezrobotnych oraz biernych zawodowo. Grupę aktywnych zawodowo stanowią osoby pracujące oraz osoby bezrobotne w wieku 15 lat i więcej (GUS, Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polski 2016). Na tych trzech grupach skupiono się w artykule.

W IV kwartale 2015 roku ludność aktywna zawodowo w wieku:

- od 15 do 24 lat liczyła 1372 tys. osób, co stanowiło niespełna 8% aktywnych zawodowo ogółem (w wieku 15 lat i więcej);
- od 25-34 lat liczyła 4715 tys. osób, co stanowiło 27% aktywnych zawodowo ogółem.

Zgodnie z przyjętymi kryteriami w Badaniu Aktywności Ekonomicznej Ludności pracujący, to osoby, które w badanym tygodniu (GUS, Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2016):

- wykonywały, przez co najmniej 1 godzinę, pracę przynoszącą zarobek lub dochód albo pomagały (bez wynagrodzenia) w prowadzeniu rodzinnego gospodarstwa w rolnictwie lub rodzinnej działalności gospodarczej poza rolnictwem,
- formalnie miały pracę, ale jej nie wykonywały (np. z powodu choroby, urlopu, przerwy w działalności zakładu, trudnych warunków atmosferycznych), jeżeli przerwa w pracy wynosiła mniej niż 3 miesiące; jeżeli przerwa w pracy wynosiła ponad 3 miesiące, dodatkowym kryterium w przypadku pracowników najemnych był fakt otrzymywania co najmniej 50% dotychczasowego wynagrodzenia.

Bezrobocie jest zjawiskiem złożonym oraz wieloaspektowym, co powoduje, że jest ono zasadniczym punktem odniesienia dla wprowadzania odpowiednich kroków, aby je zwalczać i traktować jako jednego z najistotniejszych problemów społeczeństwa XXI wieku. Próba jego zdefiniowania wynika z istotnej roli jaką ogrywa praca we współczesnym społeczeństwie, a tym samym z braku akceptacji na jej niepodejmowanie. Bezrobocie wpływa na standard życia ludności i dynamikę rozwoju gospodarczego, ale ponadto w istotnej mierze decyduje o nastrojach społecznych i popularności rządów (Kwiatkowski 2007).

W połowie lat dziewięćdziesiątych XIX pojęcie bezrobocia wprowadził angielski ekonomista John Atkinson Hobson, które określili je jako przymusową beczynność zawodową (Kwiatkowski 2002). Definicja uwzględniająca ekonomiczny punkt widzenia uznaje bezrobocie za „analityczną kategorię zatrudnienia oznaczającą nierównowagę pomiędzy podażą, a popytem na rynku pracy” (Koral 2009).

Jego miarą jest stopa bezrobocia, która określa relację liczby zarejestrowanych bezrobotnych do zasobu siły roboczej lub do liczby ludności w wieku produkcyjnym.

W metodologii BAEL przyjęto, że za osoby bezrobotne uważa się osoby w wieku 15-74 lata, które spełniają jednocześnie następujące warunki (GUS, Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2016):

- w okresie badanego tygodnia nie były osobami pracującymi,
- w ciągu 4 tygodni (wliczając ostatni tydzień badany) aktywnie poszukiwały pracy,
- były gotowe podjąć pracę w ciągu 2 tygodni następujących po tygodniu badanym.

Efektom bezrobocia wśród osób młodych może być ubóstwo, marginalizacja, a nawet wykluczenie społeczne, pojawienie się zachowań patologicznych (przestępczość, alkoholizm, narkomania, czy prostytutka).

Ze zjawiskiem bezrobocia ma ścisły związek bierność zawodowa, która jest rozumiana jako postawa polegająca na nie podejmowaniu pracy oraz nie poszukiwaniu jej. Zatem bierni zawodowo to osoby, które mają możliwości podjęcia pracy, jednak z różnych powodów nie wykazują chęci w jej

zdobyciu. Przykładami takich osób są m.in. ludzie młodzi, którzy ze względu na naukę bądź jej kontynuację na kolejnych szczeblach nie wchodzić jeszcze na rynek pracy (Szaban 2013).

Zgodnie z definicją GUS i metodologią BAEL za biernych zawodowo uważa się osoby w wieku 15 lat i więcej, które nie zostały zakwalifikowane jako pracujące lub bezrobotne (GUS, Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2016).

3. Wyniki i dyskusja

Wyniki analizy poszczególnych grup charakteryzujących ludność aktywną zawodowo zaprezentowano w niniejszym rozdziale.

3.1 Poziom aktywności zawodowej ludzi młodych

Znacząca liczba osób w wieku produkcyjnym (w głównej mierze liczba osób młodych w wieku 15-34 lata), w średnim okresie korzystnie wpływa na wzrost aktywności zawodowej oraz zatrudnienia. Z drugiej strony, liczne roczniki w wieku mobilnym przyczyniają się do jego spadku. W przypadku nierównomiernego rozkładu populacji według wieku, zmiany demograficzne mogą przejściowo inicjować wpływ (dodatni lub ujemny) na zatrudnienie na rynku pracy (Rączaszek 2006).

W IV kw. 2015 r. grupa ludności w wieku produkcyjnym stanowiła ponad 70% ogółu ludności. Natomiast ludność w wieku 15-24 lata nie przekraczała 14% ogółu, a w wieku 24-34 lata - 18%. Aby zbadać poziom aktywności ludzi młodych oblicza się ich współczynnik aktywności zawodowej, czyli procentowy udział osób aktywnych zawodowo danej kategorii w ogólnej liczbie ludności danej kategorii (wyróżnianej np. ze względu na wiek, poziom wykształcenia, stan cywilny) – Tab.1 i Rys.1.

W analizowanym okresie zmiany poszczególnych mierników określających strukturę rynku pracy w województwach w Polsce były znaczące, w niektórych przypadkach nawet rzędu kilkudziesięciu punktów procentowych. Ponadto można zauważyć, że współczynnik aktywności zawodowej oraz wskaźnik zatrudnienia osób w wieku 25-34 lata jest kilkukrotnie wyższy w porównaniu z grupą osób w wieku 15-24 lata. W związku z czym sytuacja w przypadku stopy bezrobocia jest odwrotna (mniejsze jej wartości osiąga grupa w wieku 25-34 lata).

Województwo wielkopolskie osiąga najwyższą wartość wskaźnika zatrudnienia, a jednocześnie najniższą wartość stopy bezrobocia, niezależnie od analizowanej grupy wiekowej. Analogicznie, można zauważyć, że sytuacja w województwie podkarpackim w porównaniu z pozostałymi regionami kształtuje się najmniej korzystnie (zarówno dla współczynnika aktywności zawodowej, wskaźnika zatrudnienia i stopy bezrobocia), czego przyczyną jest przewaga obszarów rolniczych, brak przemysłu i słaba jakość wykształcenia w tym regionie Polski¹.

Dokonując analizy zilustrowanego współczynnika aktywności zawodowej osób młodych w wieku 15-24 lata i 25-34 lata (Rys.1) można zauważyć, że pierwsza rozważana grupa wiekowa osiąga znacznie niższe wartości tego współczynnika w porównaniu z drugą grupą wiekową. Jest to spowodowane faktem, że osoby młode do 24 roku życia są w większości osobami uczącymi się, na utrzymaniu rodziców, a tym samym nie wkraczającymi jeszcze na rynek pracy. Z kolei grupa osób młodych w wieku 25-34 lata średnio w 84% są to osoby aktywne zawodowo, które zakończyły edukację szkolną bądź też kontynuują naukę w trybie zaocznym/niestacjonarnym, a tym samym mają możliwość podjęcia pracy.

W pierwszym rozważanym przedziale wiekowym 15-24 lata można dodatkowo wyodrębnić dwie zbiorowości: 1) w wieku 15-19 lat, czyli osoby uczące się w szkołach średnich, 2) w wieku 20-24 lat, czyli osoby kontynuujące naukę na wyższych szczeblach edukacji.

Według najnowszych wskaźników europejskich², mierniki zawarte w Tab.1 są obliczane w zawężonym przedziale wiekowym, ulega przesunięciu dolna granica wiekowa do 20 lat, zatem współczynnik aktywności zawodowej, wskaźnik zatrudnienia oraz stopa bezrobocia w badaniach aktywności ekonomicznej ludności UE (EU LFS) są obliczane dla grupy wiekowej od 20 roku życia.

¹ <http://www.echodnia.eu/podkarpackie/wiadomosci/region/art/8409292.na-podkarpaciu-mieszka-najwiecej-bezrobotnych.id.t.html> [dostęp 17.12.2017 r.]

² http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Employment_statistics/pl [dostęp 17.12.2017 r.]

Zatem z pierwszej zbiorowości zostały wyeliminowane osoby w wieku 15-19 lat, które w większości nie mają możliwości podjęcia pracy ze względu na naukę w szkole średniej, co z kolei wpływa na zmniejszenie się poziomu aktywności zawodowej.

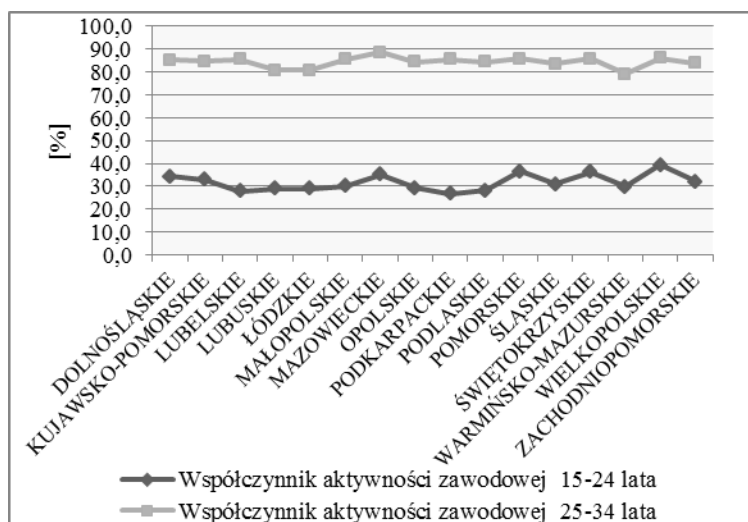
W pierwszej grupie wiekowej (15-24 lata) maksymalną wartość współczynnika aktywności zawodowej osiągnęło województwo wielkopolskie, a najmniejszą – podkarpackie. W drugiej grupie wiekowej (25-34 lata) największą wartość tego współczynnika odnotowano w województwie mazowieckim, a najmniejszą w warmińsko-mazurskim.

Tab.1 Zróżnicowanie terytorialne wartości współczynnika aktywności zawodowej, wskaźnika zatrudnienia i stopy bezrobocia w Polsce [w %].¹

Województwo	Wsp. aktywności zawodowej		Wskaźnik zatrudnienia		Stopa bezrobocia	
	15-24	25-34	15-24	25-34	15-24	25-34
	lata	lata	lata	lata	lata	lata
DOLNOŚLĄSKIE	34,3	85,3	28,0	80,4	18,2	5,7
KUJAWSKO-POMORSKIE	32,8	84,8	27,0	78,3	17,9	7,6
LUBELSKIE	28,0	85,6	20,2	44,6	29,1	12,8
LUBUSKIE	29,0	80,9	23,4	75,2	19,4	7,0
ŁÓDZKIE	29,0	80,9	23,4	75,2	19,4	7,0
MAŁOPOLSKIE	30,1	85,5	23,7	79,7	21,2	6,8
MAZOWIECKIE	35,3	88,6	29,9	81,6	15,3	7,9
OPOLSKIE	29,2	84,4	25,5	78,9	16,1	6,5
PODKARPACKIE	26,7	85,5	15,2	73,2	43,1	14,8
PODLASKIE	28,3	84,3	23,4	76,1	17,1	9,7
POMORSKIE	36,5	85,8	29,6	81,1	18,9	5,1
ŚLĄSKIE	31,0	83,5	25,3	78,5	18,5	6,2
ŚWIĘTOKRZYSKIE	36,2	85,7	27,7	74,0	23,4	13,7
WARMIŃSKO-MAZURSKIE	29,9	79,2	23,6	71,8	21,2	9,9
WIELKOPOLSKIE	39,3	86,0	33,3	81,7	15,3	5,1
ZACHODNIOPOMORSKIE	32,1	83,8	23,7	76,8	26,2	8,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS, *Roczniki Statystyczne 2016* odpowiednich województw [dostęp 15.12.2017 r.]

¹ Kolorem szarym (czarnym pogrubionym) wyróżniono osiągnięty najmniejszy (największy) współczynnik aktywności zawodowej/wskaźnik zatrudnienia/stopę bezrobocia osób młodych w poszczególnych województwach.



Rys.1 Współczynnik aktywności zawodowej Polaków w dwóch grupach wiekowych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS, *Roczniki Statystyczne 2016* odpowiednich województw [dostęp 15.12.2017 r.]

3.1.1. Pracujący

Podaż pracy czyli liczba osób zarejestrowanych jako chętne do pracy, w danym okresie, za określoną stawkę płac, którymi może rozporządzać gospodarka narodowa jest uzależniona od liczby ludności czynnej zawodowo, wymiaru czasu pracy i jego wykorzystania, a także przeciętnej produktywności pracy. Znaczącą rolę odgrywają tutaj także czynniki socjoekonomiczne i preferencje społeczeństwa (Kozioł 1988).

W badanym okresie województwami o najwyższej liczbie pracujących były (Rys.2.):

- mazowieckie, śląskie, wielkopolskie – niezależnie od analizowanej grupy wiekowej, Natomiast najmniej pracujących zarejestrowano w województwach:
- lubuskim, łódzkim, opolskim - w wieku 15-24 lata,
- opolskim, podlaskim, lubuskim, łódzkim - w wieku 25-34 lata.

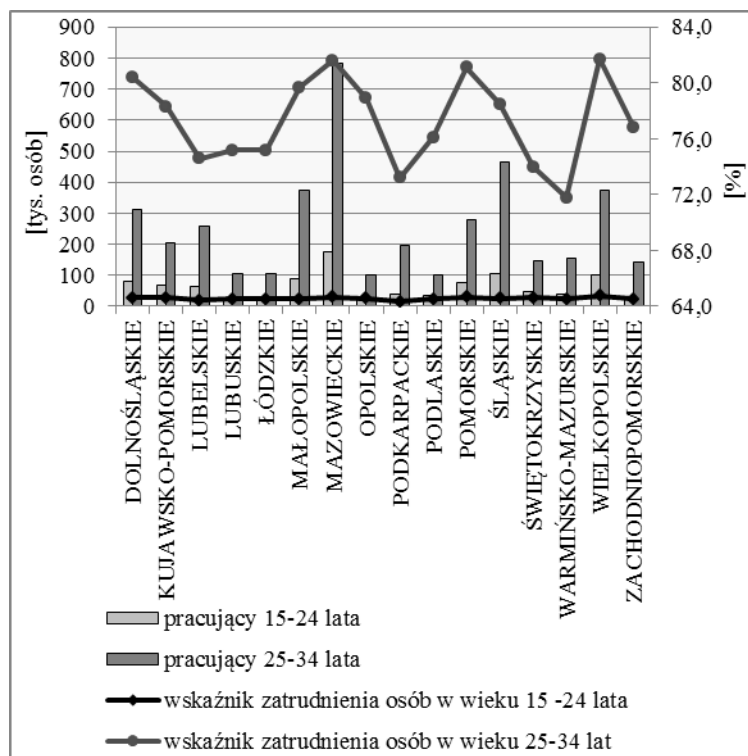
Jednak liczba osób pracujących w danym województwie jest uzależniona od ogółu osób tam zamieszkujących. Zatem największe województwa posiadają w swoich zasobach pracy największą liczbę osób pracujących i odwrotnie. W związku z czym, aby dokonać porównania województw oblicza się wskaźnik zatrudnienia, który określa jaki odsetek ludności w danym wieku pracuje zawodowo (Tab.1). Najwyższą wartość tego wskaźnika osiągnęło województwo wielkopolskie, mazowieckie i pomorskie (niezależnie od analizowanej grupy wiekowej osób młodych).

3.1.2. Bezrobotni

Obecnie coraz częściej mówi się, że Polska należy do krajów o niskim poziomie bezrobocia. Pod koniec 2015 roku stopa bezrobocia osób młodych w wieku 15-24 lata osiągnęła poziom 20,3%, a w wieku 25-34 lata kształtowała się na poziomie 7,9%. W skali całego kraju, osoby młode w wieku 15-34 lata stanowili ponad połowę wszystkich bezrobotnych (53,6%). Znaczącą cechą bezrobocia w Polsce jest duże zróżnicowanie jego rozmiarów i natężenia w przekroju regionalnym (Gawrońska-Nowak i Kaczorowski 2000).

W badanym okresie województwami o najwyższym stopie bezrobocia były:

- podkarpackie, lubelskie, zachodniopomorskie - w wieku 15-24 lata,
 - podkarpackie, świętokrzyskie, lubelskie - w wieku 25-34 lata.
- Natomiast najniższa stopa bezrobocia występowała w województwie:
- mazowieckim, wielkopolskim, opolskim - w wieku 15-24 lata,
 - pomorskim, wielkopolskim, dolnośląskim - w wieku 25-34 lata.



Rys.2 Liczba pracujących oraz wskaźnik zatrudnienia w Polsce w dwóch grupach wiekowych.
 Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS, *Roczniki Statystyczne 2016* odpowiednich województw [dostęp 15.12.2017 r.]

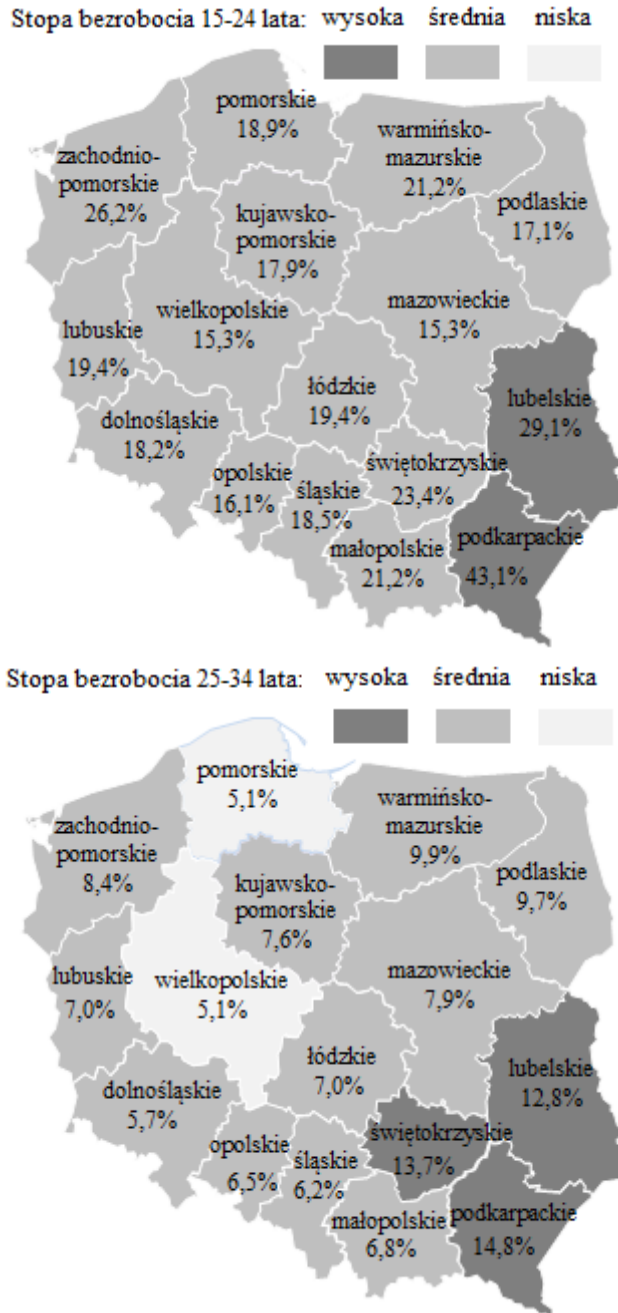
Ze względu na stopę bezrobocia w IV kw. 2015 r. województwa zostały podzielone na trzy grupy: o wysokiej, średniej i niskiej stopie bezrobocia (Rys.3). Do pierwszej z nich w grupie wiekowej 15-24 lata należą 2 województwa o wysokiej stopie bezrobocia (lubelskie i podkarpackie). Druga grupa jest najbardziej liczna, gdyż zawiera 14 województw. Ze względu na wysoki poziom stopy bezrobocia województwa podkarpackiego, który zawyżył znacząco średnią stopę bezrobocia, nie wyróżniono żadnego województwa o niskiej stopie bezrobocia.

Rozważając drugą grupę wiekową 25-34 lata – 3 województwa (świętokrzyskie oraz ponownie lubelskie i podkarpackie) zaklasyfikowały się do grupy o wysokiej stopie bezrobocia. Druga, najliczniejsza grupa zawiera 11 województw o średnim poziomie bezrobocia. Do trzeciej grupy o niskiej stopie bezrobocia należą 2 województwa – wielkopolskie i pomorskie.

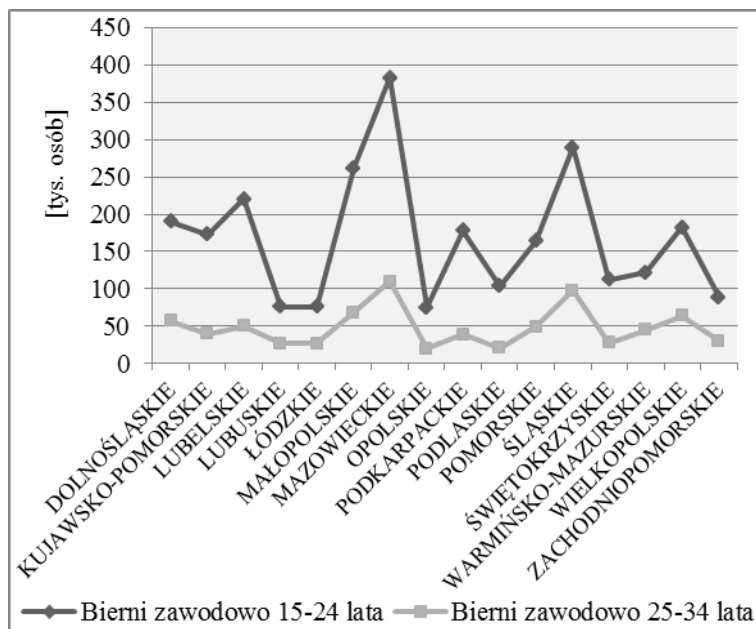
3.1.3. Bierni zawodowo

Kolejną analizowaną grupą są osoby młode, biernie zawodowo. W IV kw. 2015 r. zbiorowość ta nie znacznie była mniejsza od liczby pracujących. Relacja ta kształtowała się następująco: 13473 tysięcy biernych zawodowo wobec 16280 tysięcy pracujących (GUS, *Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2016*). Bierni zawodowo często zawyżają statystyki bezrobocia, na co wskazuje różnica między wielkością bezrobocia rejestrowanego oraz szacowanego według BAEL. Najczęściej wymienianymi czynnikami kształtującymi poziom bierności zawodowej są: poziom płac oferowanych w gospodarce, preferencje w zakresie kształcenia, brak możliwości znalezienia zatrudnienia w wyuczonym zawodzie, wielodzietność, „szybkie macierzyństwo”, unormowania w systemie emerytalnym lub też zagraniczna pensja jednego z małżonków, wystarczająca na utrzymanie rodziny (Weir 2003).

W IV kw. 2015 r. zbiorowość ta w wieku 15-24 lata wynosiła 2815 tys. osób, co stanowiło 21% ogółu biernych zawodowo w całym kraju, a w wieku 25-34 lata liczyła 804 tys. osób (zaledwie 6% ogółu biernych zawodowo). Z kolei analizowana zbiorowość osób młodych w wieku 15-34 lata stanowi niespełna 27% biernych zawodowo. Najczęściej osoby młode pozostają bez pracy z województw: mazowieckiego i śląskiego, niezależnie od grupy poddanej analizie (Rys.4).



Rys.3 Zróżnicowanie terytorialne stopy bezrobocia w Polsce w dwóch grupach wiekowych.
Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS, *Roczniki Statystyczne 2016* odpowiednich województw [dostęp 15.12.2017 r.]



Rys.4 Bierni zawodowo w dwóch grupach wiekowych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS, *Roczniki Statystyczne 2016* odpowiednich województw [dostęp 15.12.2017 r.]

4. Wnioski

Na podstawie przeprowadzonej analizy sytuacji ludzi młodych na rynku pracy w IV kw. 2015 r. można sformułować następujące wnioski i spostrzeżenia.

- Rynek pracy jest istotnym czynnikiem determinującym realizację planów osobistych i zawodowych młodych ludzi.
- Sytuacja na rynku pracy ludzi młodych w badanym okresie jest zróżnicowana w zależności od przyjętej zbiorowości. W pierwszej rozważanej grupie 15-24 lata współczynnik aktywności zawodowej oraz wskaźnik zatrudnienia kształtuje się na niskim poziomie, a stopa bezrobocia osiąga wysokie wartości. Największą grupę biernych zawodowo wśród ludzi młodych stanowią osoby do 24 roku życia (78%), a pozostałą część stanowią osoby w wieku 25-34 lata. Na uzyskane wyniki mają przede wszystkim wpływ osoby do 20 roku życia, które na co dzień są uczniami szkół średnich, nie podejmujące zatrudnienia, co powoduje przedłużenie w czasie ich wejścia na rynek pracy, a tym samym znacznie zaniżają dwa pierwsze wskaźniki (współczynnik aktywności zawodowej i wskaźnik zatrudnienia) oraz podwyższają stopę bezrobocia. Znacznie lepiej kształtuje się sytuacja w drugiej rozważanej grupie, tzn. 25-34 lata, w której współczynnik aktywności zawodowej jest ponad dwukrotnie wyższy, podobnie wskaźnik zatrudnienia (w niektórych województwach jest nawet ponad czterokrotnie wyższy), a stopa bezrobocia jest dwu i trzykrotnie niższa w porównaniu z grupą osób w wieku 15-24 lata.
- Sytuacja ludzi młodych w wieku 25-34 lata w Polsce jest satysfakcjonująca, natomiast w grupie wiekowej 15-24 lata nadal nie jest zadowalająca, na co mają wpływ przede wszystkim osoby młode do 20 roku życia, które zaniżają statystyki zbiorowości 15-24 lata.
- W Polsce występuje silne zróżnicowanie przestrzenne (regionalne) pod względem sytuacji na rynku pracy w grupie poddanej badaniu, co jest uzależnione m.in. od poziomu rozwoju gospodarczego poszczególnych regionów, odrębnego kształtowania się przepływu ludności

między grupami osób aktywnych i biernych zawodowo, różnych wielkości przyrostu ogólnej liczby ludności w wieku 15 lat i więcej. Ponadto miejsce zamieszkania ma znaczący wpływ na aktywizację bądź dezaktywizację ludności.

W celu poprawy sytuacji ludzi młodych (podwyższenia współczynnika aktywności zawodowej i wskaźnika zatrudnienia, a obniżenia bierności zawodowej i stopy bezrobocia) państwo podejmuje pewne działania w tym kierunku. Jednym z nich jest ujęcie zbiorowości ludzi młodzi w ustawie o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy w jednej z grup pozostających w szczególnej sytuacji¹.

5. Literatura

- Gawrońska-Nowak B, Kaczorowski P (2000) Regionalne niedopasowania na rynku pracy a zmiany poziomu zatrudnienia w Polsce, „Ekonomista”, nr 2.
- GUS (2016) Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2016, Roczniki Statystyczne odpowiednich województw.
- Koral J (2009) Kulturowe aspekty polskiego bezrobocia. Wydawnictwo UKSW, Warszawa:15.
- Kozioł L, Pochtowski A (1988) Gospodarowanie zasobami pracy. Wydawnictwo AE w Krakowie, Kraków: 43.
- Kwiatkowski E (2007) Bezrobocie. Podstawy teoretyczne. PWN, Warszawa: 7.
- Kwiatkowski E (2002) Bezrobocie. Podstawy teoretyczne. PWN Warszawa: 13.
- Makuch M (2014) Rozważania o pracy z perspektywy współczesnego społeczeństwa. Ujęcie psychologiczno-społeczne, [w]: Współczesny rynek pracy Zatrudnienie i bezrobocie w XXI wieku red. Makuch M, Wydawnictwo CEdu Sp. Z o.o.Wrocław: 33
- Osiecka-Chojnacka J (2007) Szkolnictwo zawodowe wobec problemów rynku pracy. Biuro Analiz Sejmowych, INFOS, nr 16: 3-4.
- Mortimer-Szymczak R (1992) Przestrzenne zróżnicowanie rynku pracy i bezrobocia, [w]: Rynek pracy w trakcie transformacji systemowej w Polsce, red. Sztanderska U, Warszawa: 223.
- Rączaszek A (2006) Demograficzne problemy rynku pracy w wybranych krajach, [w]: Regionalne i lokalne rynki pracy. Od dysproporcji do spójności, red. Horodeński RC, Sadowska-Snarska C, IPiSS, Warszawa: 99.
- Stasiak J (2011) System edukacji wobec wyzwań rynku pracy w Polsce, UŁ, „Folia Oeconomica”, nr 248: 352-353.
- Szaban J (2013) Rynek pracy w Polsce i w Unii Europejskiej. Difin, Warszawa: 243.
- Weir G (2003) Economic inactivity in selected countries, „Labour Market Trends”, no.6: 299. http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Employment_statistics/pl, [dostęp 17.12.2017 r.]
- <http://www.echodnia.eu/podkarpackie/wiadomosci/region/art/8409292,na-podkarpaciu-mieszka-najwiecej-bezrobotnych,id,t.html> [dostęp 17.12.2017 r.]
- <https://repozytorium.amu.edu.pl/handle/10593/14614> [dostęp 05.11.2017 r.]

¹ <https://repozytorium.amu.edu.pl/handle/10593/14614> [dostęp 05.11.2017 r.]

6. Zastosowanie metody wzorca rozwoju Hellwiga do klasyfikacji polskich województw pod względem poziomu rozwoju działalności innowacyjnej w przedsiębiorstwach

Application of the Hellwig development model to the classification of Polish voivodships in terms of the level of development of innovative activity in enterprises

Kłosa Sabina

Katedra Ekonomii, Finansów i Badań Regionalnych, Wydział Ekonomii i Zarządzania, Politechnika Opolska

Kłosa Sabina: s.kłosa@po.opole.pl

Słowa kluczowe: innowacje, analiza wielowymiarowa, taksonomiczną miarą rozwoju, konkurencyjność.

Streszczenie

W gospodarkach innowacje stają się czynnikiem, który warunkuje rozwój przedsiębiorstw, regionów, a nawet całych krajów. W artykule przeprowadzono analizę innowacyjności przedsiębiorstw w polskich województwach w 2016 roku za pomocą metody wzorca rozwoju Hellwiga, która bazowała na zmiennych reprezentujących trzy grupy: potencjał, nakłady i efektywność. Celem zrealizowanych badań było uchwycenie dystansu międzyregionalnego i ukazanie zróżnicowania potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw w województwach, a w konsekwencji opracowanie rankingu i typologii województw z punktu widzenia poziomu rozwoju działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w 2016 roku.

Rezultaty przeprowadzonych badań wskazują, że w Polsce występuje znaczące zróżnicowanie regionalne pod badanym względem.

1. Wstęp

Jednym z fundamentalnych czynników wpływających na konkurencyjność przedsiębiorstw stały się innowacje. Czynnikiem wpływającym na poziom rozwoju danego regionu jest zdolność do absorpcji oraz rozpowszechnienia innowacji, a istotnym zadaniem przedsiębiorstw jest poszukiwanie coraz efektywniejszych rozwiązań organizacyjnych, które umożliwią im rozwój i utrzymanie się na rynku.

Jako pierwszy pojęcie innowacji do nauk ekonomicznych wprowadził austriacki ekonomista Schumpeter (Schumpeter 1960) i jego definicja jest powszechnie uważana za klasyczną i stanowi początek rozważań nad znaczeniem innowacji w życiu gospodarczym. Schumpeter pod pojęciem innowacji rozumiał¹:

- wprowadzenie nowego produktu,
- wprowadzenie nowej metody produkcji,
- stworzenie nowego rynku,
- wykorzystanie nowych źródeł stosowanych surowców lub półproduktów,
- stworzenie nowej struktury organizacji jakiegoś przemysłu.

Pod pojęciem innowacyjności kryje się zatem zdolność do tworzenia czegoś nowego, czyli jest to pewien sposób urzeczywistnienia twórczych idei i zastosowania ich w życiu. Innowacja następuje przez zapoczątkowanie produkcji nowego bądź ulepszanego, ale już istniejącego produktu, usługi lub procesu produkcyjnego, w tym także podjęcie nowych działań marketingowych oraz zmian organizacyjnych, które z kolei powodują inne podejście do pracy i relacji przedsiębiorstwa ze środowiskiem zewnętrznym (Draft i Armstrong 2012).

¹ <http://iminno.com/istota-innowacyjnosci-powstanie-nowej-nauki-i-jej-definicja/>
[dostęp 23.12.2017 r.]

Działalność innowacyjną należy rozumieć jako „całościowy kształt działań naukowych, technicznych, organizacyjnych, finansowych i komercyjnych, które rzeczywiście prowadzą lub mają w zamierzeniu prowadzić do wdrażania innowacji. Niektóre z tych działań same z siebie mają charakter innowacyjny, natomiast inne nie są nowością, lecz są konieczne do wdrażania innowacji. Działalność innowacyjna obejmuje także działalność badawczo-rozwojową (B+R), która nie jest bezpośrednio związana z tworzeniem konkretnej innowacji”. W 2016 roku badaniem pełnym przeprowadzonym przez Główny Urząd Statystyczny zostały objęte przedsiębiorstwa przemysłowe liczące powyżej 49 pracujących, a badaniem na próbie reprezentacyjnej objęte były przedsiębiorstwa przemysłowe o liczbie pracujących od 10 do 49 osób. Ponadto badanie działalności innowacyjnej w sektorze usług było również badaniem na próbie reprezentacyjnej¹.

„Nowe rozwiązanie jest innowacją dopiero wtedy, gdy znajduje zastosowanie w działalności przedsiębiorstwa. Innowacje prowadzą do zwiększenia efektywności i zwiększenia konkurencyjności przedsiębiorstw na rynku”. W niektórych przedsiębiorstwach upowszechniane jest hasło: „innowacja lub śmierć” (*innovate or die*), która w tym przypadku oznacza upadłość i zniknięcie z rynku danego przedsiębiorstwa (Michalski 2014). Wdrażane innowacje odgrywają znaczącą rolę w różnicowaniu produktów, obniżaniu kosztów produkcji oraz mają wpływ na wzrost innych czynników produkcji (np. dzięki poprawie jakości siły roboczej), wówczas często decydują o możliwościach rozwojowych jednostek gospodarczych (Malinowski 2017).

Ogromne znaczenie polityki innowacyjnej zostało zaznaczone w Strategii Lizbońskiej², której celem było uczynienie z Europy do 2010 roku najbardziej „dynamicznie rozwijającej się i konkurencyjnej gospodarki na świecie, zdolnej do zapewnienia zrównoważonego wzrostu, oferującej więcej lepszych miejsc pracy, większą spójność społeczną, jak również poszanowanie środowiska naturalnego”. Jednak realizacja niektórych postanowień i celów Strategii była czasami wręcz niemożliwa. W 2010 r. Unia Europejska przyjęła kolejną strategię (Europa 2020), która jest kontynuacją postanowień z Lizbony. Wśród głównych jej celów został wymieniony m.in. rozwój gospodarki opartej na wiedzy i innowacjach (Sępiak-Kucharska 2012).

Podstawową przyczyną do podjęcia przedstawionego tematu badań naukowych jest luka badawcza dotycząca aktualnej oceny poziomu rozwoju działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w polskich województwach. Głównym celem opracowania jest ukazanie zróżnicowania i dokonanie klasyfikacji polskich województw ze względu na poziom rozwoju działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w polskich województwach w 2016 roku z wykorzystaniem metody wielowymiarowej – metody wzorca rozwoju Hellwiga, która umożliwi dokonanie klasyfikacji oraz grupowania województw pod badanym względem.

2. Materiał i metody

Badaniem objęto 16 polskich województw (zwanymi dalej również obiektami) opierając się na dostępnych danych z 2016 roku. Dane empiryczne stanowiące podstawę analizy pochodzą z Banku Danych Lokalnych³.

Aby zbadać przestrzenne zróżnicowanie konkurencyjności regionów (województw) pod badanym względem należy wyodrębnić pewną liczbę zmiennych, które określają poziom konkurencyjności tych województw, co można zapisać jako wielowymiarowa macierz danych (Strahl 2000):

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1p} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2p} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{n1} & x_{n2} & \dots & x_{np} \end{bmatrix}, \quad (1)$$

gdzie x_{ik} –element macierzy X , który oznacza wartość dla i -tego ($i = 1, 2, \dots, n$) obiektu (regionu) oraz k -tej ($k = 1, 2, \dots, p$) zmiennej.

¹ <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/temat> [dostęp 20.12.2017 r.]

² <http://uniaeuropejska.org/strategia-lizbonska/> [dostęp 23.12.2017 r.]

³ <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/temat> [dostęp 20.12.2017 r.]

W początkowym etapie badania wybrano 24 potencjalne zmienne diagnostyczne, które podzielono na trzy grupy odzwierciedlające różne aspekty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw: I – Potencjał, II- Nakłady, III- Efektywność (Tab.1).

Tab.1 Potencjalne zmienne diagnostyczne przyjęte w początkowym etapie badania charakteryzujące innowacyjność przedsiębiorstw

Lp.	Grupa	Zmienna
I.	Potencjał	$X_{1,1}$ – Średni udział przedsiębiorstw innowacyjnych w ogólnej liczbie przedsiębiorstw [%]
$X_{1,2}$ – Przeciętne zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw na 1000 osób aktywnych zawodowo		
$X_{1,3}$ – Zatrudnieni w B+R w sektorze przedsiębiorstw na 1000 osób aktywnych zawodowo ¹		
$X_{1,4}$ – Przedsiębiorstwa przemysłowe, które współpracowały w zakresie działalności innowacyjnej w % ogółu przedsiębiorstw		
$X_{1,5}$ – Przedsiębiorstwa z sektora usług, które współpracowały w zakresie działalności innowacyjnej w % ogółu przedsiębiorstw		
$X_{1,6}$ – Przedsiębiorstwa ogółem (przedsiębiorstwa sektora niefinansowego) posiadające dostęp do Internetu [%]		
$X_{1,7}$ – Przedsiębiorstwa ogółem (przedsiębiorstwa sektora niefinansowego) posiadające własną stronę internetową [%]		
$X_{1,8}$ – Przedsiębiorstwa sektora finansowego posiadające dostęp do Internetu [%]		
$X_{1,9}$ – Przedsiębiorstwa sektora finansowego posiadające własną stronę internetową [%]		
Lp.		Grupa
II.	Nakłady	$X_{2,1}$ – Nakłady na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach na 1 osobę aktywną zawodowo [zł]
$X_{2,2}$ – Przedsiębiorstwa przemysłowe, które poniosły nakłady na działalność innowacyjną [%]		
$X_{2,3}$ – Przedsiębiorstwa z sektora usług, które poniosły nakłady na działalność innowacyjną [%]		
$X_{2,4}$ – Nakłady na działalność innowacyjną przedsiębiorstw przemysłowych na 100 tys. osób		
$X_{2,5}$ – Nakłady na działalność innowacyjną przedsiębiorstw z sektora usług na 100 tys. osób		

¹ Z powodu braku dostępnych danych dla zmiennej $X_{1,3}$ w 2016r., wzięto pod uwagę dane z 2015r.

Lp.	Grupa	Zmienna
III.	Efektywność	$X_{3,1}$ – Przedsiębiorstwa innowacyjne przemysłowe, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone produkty [%]
$X_{3,2}$ – Przedsiębiorstwa innowacyjne przemysłowe, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone dla rynku produkty [%]		
$X_{3,3}$ – Przedsiębiorstwa innowacyjne przemysłowe, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone procesy [%]		
$X_{3,4}$ – Przedsiębiorstwa innowacyjne przemysłowe z sektora usług, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone produkty [%]		
$X_{3,5}$ – Przedsiębiorstwa innowacyjne przemysłowe z sektora usług, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone dla rynku produkty [%]		
$X_{3,6}$ – Przedsiębiorstwa innowacyjne przemysłowe z sektora usług, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone procesy [%]		
$X_{3,7}$ – Udział przychodów netto ze sprzedaży produktów innowacyjnych w przedsiębiorstwach w przychodach netto ze sprzedaży ogółem [%]		
$X_{3,8}$ – Zgłoszenia wynalazków w UPRP na 1 mln mieszkańców		
$X_{3,9}$ – Patenty udzielone przez UPRP na 100 tys. mieszkańców		
$X_{3,10}$ – Udzielone prawa ochronne w UPRP na 100 tys. ludności		

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z BDL [dostęp 20.12.2017 r.]

W drugim etapie prowadzonej analizy zmienne zostały poddane selekcji ze względu na obliczone wartości współczynnika zmienności, stosując metodę eliminacji zmiennych quasi-stałych. Z początkowego zbioru wyeliminowano 4 zmienne, dla których współczynnik ten był niższy od przyjętej krytycznej wartości progowej 10% ($X_{1,6}, X_{1,7}, X_{1,8}, X_{1,9}$). Aby rozważane zmienne diagnostyczne nie były ze sobą zbyt mocno skorelowane, czego skutkiem może być powtarzanie informacji o analizowanym zjawisku i ostatecznie prowadzenie do nieprawidłowych wniosków (Malina 2004), w kolejnym etapie zbadano stopień skorelowania między zmiennymi, tworząc macierz korelacji. Wykorzystując metodę parametryczną Hellwiga doboru zmiennych diagnostycznych, przy granicznej wartości współczynnika korelacji równej 0,7 dokonano eliminacji 8 zmiennych satelitarnych ($X_{1,5}, X_{2,1}, X_{2,4}, X_{3,2}, X_{3,3}, X_{3,6}, X_{3,8}, X_{3,9}$), tym samym pozostawiając zmienne centralne i izolowane¹.

¹ W każdej kolumnie macierzy korelacji wyznaczono sumy bezwzględnych wartości współczynników korelacji, wybrano kolumnę z największą sumą (zmienna odpowiadająca tej kolumnie to pierwsza zmienna centralna) i w niej dokonano wyboru elementów o wartościach bezwzględnych większych od przyjętej wartości progowej równej 0,7 oraz odpowiadających tym elementom wierszy (zmienne odpowiadające wyróżnionym wierszom to zmienne satelitarne). Kolejno dokonano redukcji macierzy korelacji poprzez wykreślenie wyróżnionej kolumny oraz wyróżnionych wierszy, a następnie w zredukowanej macierzy powtarzano poprzednie kroki, aż do momentu wyczerpania zbioru zmiennych. Skupienie składa się ze zmiennej centralnej i przynajmniej jednej zmiennej satelitarnej. Zmienne nie należące do skupienia nazywają się zmiennymi izolowanymi. Zmienne centralne i izolowane uznaje się za zmienne diagnostyczne (Zeliaś 2000).

Ostateczne biorąc pod uwagę powszechnie przyjęte kryteria doboru zmiennych diagnostycznych, tj. uniwersalność, mierzalność, dostępność, jakość, interpretowalność¹, do zbadania innowacyjności przedsiębiorstw przyjęto 11 zmiennych diagnostycznych (Tab. 2). Wszystkie uwzględnione zmienne miały charakter stymulant.

W pracy zastosowano wybraną metodę analizy wielowymiarowej – metodę wzorca rozwoju Hellwiga (zwaną również taksonomiczną miarą rozwoju), która jest miernikiem syntetycznym umożliwiającym utworzenie rankingu województw pod względem innowacyjności przedsiębiorstw w 2016 roku. Metoda ta została zaproponowana w 1968 roku przez Zdzisława Hellwiga (Hellwig 1968) i jest pomocna przy liniowym porządkowaniu zbioru obiektów wielowymiarowych, przy czym zakłada istnienie obiektu modelowego, zwanego wzorcem rozwoju, wobec którego buduje się odległości taksonomiczne badanych obiektów.

W kolejnym etapie badania, aby doprowadzić rozważane zmienne diagnostyczne do porównywalności dokonano ich standaryzacji zgodnie ze wzorem:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j}{S_j}, \quad (2)$$

gdzie:

z_{ij} – standaryzowana wartość j -tej cechy w i -tym obiekcie,

x_{ij} – wartość empiryczna j -tej cechy w i -tym obiekcie,

\bar{x}_j – średnia arytmetyczna j -tej cechy,

S_j – odchylenie standardowe j -tej cechy.

Następnie wyznaczono wzorzec rozwoju o współrzędnych: z_{01}, \dots, z_{0j} , gdzie $z_{0j} = \max \{z_{ij}\}$, ze względu na to, że wszystkie zmienne przyjęte w badaniu były stymulantami. Następnie dla każdego obiektu obliczono syntetyczną miarę rozwoju Hellwiga zgodnie ze wzorem (Hanusik i Łangowska 1989):

$$d_i = 1 - \frac{d_{i0}}{d_0}, \quad (i = 1, \dots, n) \quad (3)$$

gdzie:

d_{i0} – odległość Euklidesowa każdego obiektu a wzorcem rozwoju:

$$d_{i0} = \sqrt{\sum_{j=1}^k (z_{ij} - z_{0j})^2}, \quad (4)$$

d_0 – krytyczna odległość danej jednostki od wzorca:

$$d_0 = \bar{d}_0 + 2S_0, \quad (5)$$

$$(6)$$

¹ Uniwersalność wskazuje na wagę i znaczenie, mierzalność – możliwość zmierzenia zmiennych (w sposób pośredni lub bezpośredni), dostępność - uzyskanie pełnych informacji liczbowych, jakość - pozyskanie dostatecznej dokładności danych, interpretowalność - wysoka merytoryczność zmiennych diagnostycznych (Zeliaś 2000).

$$\bar{d}_0 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n d_{i0}, \quad S_0 = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (d_{i0} - \bar{d}_0)^2}$$

Tab.2 Zmienne diagnostyczne przyjęte w badaniu charakteryzujące innowacyjność przedsiębiorstw.

Lp.	Grupa	Zmienna
I.	Potencjał	$X_{1,1}$ – Średni udział przedsiębiorstw innowacyjnych w ogólnej liczbie przedsiębiorstw [%]
		$X_{1,2}$ – Przeciętne zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw na 1000 osób aktywnych zawodowo
		$X_{1,3}$ – Zatrudnieni w B+R w sektorze przedsiębiorstw na 1000 osób aktywnych zawodowo
		$X_{1,4}$ – Przedsiębiorstwa przemysłowe, które współpracowały w zakresie działalności innowacyjnej w % ogółu przedsiębiorstw
II.	Nakłady	$X_{2,2}$ – Przedsiębiorstwa przemysłowe, które poniosły nakłady na działalność innowacyjną [%]
		$X_{2,3}$ – Przedsiębiorstwa z sektora usług, które poniosły nakłady na działalność innowacyjną [%]
		$X_{2,5}$ – Nakłady na działalność innowacyjną przedsiębiorstw z sektora usług na 100 tys. osób
III.	Efektywność	$X_{3,1}$ – Przedsiębiorstwa innowacyjne przemysłowe, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone produkty [%]
		$X_{3,4}$ – Przedsiębiorstwa innowacyjne przemysłowe z sektora usług, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone produkty [%]
		$X_{3,5}$ – Przedsiębiorstwa innowacyjne przemysłowe z sektora usług, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone dla rynku produkty [%]
		$X_{3,7}$ – Udział przychodów netto ze sprzedaży produktów innowacyjnych w przedsiębiorstwach w przychodach netto ze sprzedaży ogółem [%]
		$X_{3,10}$ – Udzielone prawa ochronne w UPRP na 100 tys. ludności

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z BDL [dostęp 20.12.2017 r.]

Metoda wzorca rozwoju Hellwiga umożliwia na podstawie wyznaczonej syntetycznej miary rozwoju utworzenie rankingu województw według stopnia ich rozwoju. Uzyskane wartości miary

rozwoju Hellwiga znajdują się w przedziale [0,1], a jej interpretacja to: obiekt jest tym bardziej rozwinięty, im wartość miary rozwoju zbliża się do jedności (Pluta 1977).

3. Wyniki i dyskusja

Na podstawie zastosowanej metody wielowymiarowej - metody wzorca rozwoju Hellwiga - utworzono ranking województw według poziomu innowacyjności przedsiębiorstw. Otrzymane wyniki pokazuje Tab.3.

Tab.3 Ranking województw według metody wzorca rozwoju Hellwiga.

Pozycja w rankingu według d_i	Województwo	Miara rozwoju d_i
1	Małopolskie	0,636
2	Podkarpackie	0,561
3	Mazowieckie	0,545
4	Śląskie	0,517
5	Dolnośląskie	0,390
6	Wielkopolskie	0,382
7	Pomorskie	0,365
8	Lubelskie	0,342
9	Kujawsko-pomorskie	0,298
10	Opolskie	0,229
11	Lubuskie	0,217
12	Podlaskie	0,195
13	Łódzkie	0,190
14	Zachodniopomorskie	0,162
15	Świętokrzyskie	0,127
16	Warmińsko-mazurskie	0,082

W przeprowadzonej klasyfikacji najkorzystniej wypadają województwa: małopolskie, podkarpackie, mazowieckie i śląskie. Natomiast na ostatnich pozycjach znajdują się województwa świętokrzyskie i warmińsko-mazurskie, które znacznie odbiegają od pozostałych województw w rankingu. Ponadto można zauważyć, że osiągnięta miara rozwoju dla najlepszego województwa (małopolskiego) jest ponad 7-krotnie wyższa od miary województwa o najniższym poziomie rozwoju (warmińsko-mazurskiego).

Na podstawie uzyskanych wyników wartości miary rozwoju d_i , ich średniej arytmetycznej oraz odchylenia standardowego, województwa zostały przyporządkowane do jednej z trzech klas typologicznych – o wysokim, średnim lub niskim poziomie rozwoju działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w 2016 roku (Tab.4 i Rys.1). Pierwsza wyróżniona klasa typologiczna skupia 4 województwa o wysokim stopniu działalności przedsiębiorstw, które osiągały zdecydowanie najwyższe wartości badanej miary (powyżej 0,5). Druga grupa jest najliczniejsza, gdyż zawiera 10 województw o średnim poziomie innowacyjności przedsiębiorstw. Ostatnia wyróżniona grupa o niskim poziomie rozwoju zawiera tylko 2 województwa (świętokrzyskie i warmińsko-mazurskie), dla których obliczone wartości miary rozwoju są najmniejsze i znacznie odbiegają od pozostałych.

Tab.4 Klasy typologiczne województw według miary rozwoju.

Pozycja w rankingu wg d_i	Grupa	Województwo
1	I - o wysokim poziomie rozwoju	Małopolskie
2		Podkarpackie
3		Mazowieckie
4		Śląskie
5	II - o średnim poziomie rozwoju	Dolnośląskie
6		Wielkopolskie
7		Pomorskie
8		Lubelskie
9		Kujawsko-pomorskie
10		Opolskie
11		Lubuskie
12		Podlaskie
13		Łódzkie
14		Zachodniopomorskie
15	III - o niskim poziomie rozwoju	Świętokrzyskie
16		Warmińsko-mazurskie

Grupa:

I - o wysokim poz. rozwoju, II - o średnim poz. rozwoju III - o niskim poz. rozwoju



Rys.1 Klasy typologiczne województw według miary rozwoju.

4. Wnioski

Zrealizowane badania pozwalają na utworzenie rankingu województw pod względem poziomu rozwoju działalności innowacyjnej w przedsiębiorstwach w 2016 roku. Przeprowadzona analiza wykazała, że województwa położone blisko siebie, tzn. dwa południowe regiony (śląskie, małopolskie), jeden wschodni (podkarpackie) oraz jeden centralny (mazowieckie) osiągnęły najwyższy wskaźnik innowacyjności, kwalifikujący do I grupy o wysokim poziomie rozwoju. Może oznaczać to, że dysproporcje w poziomie działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w znacznym stopniu wynikają z różnic w położeniu geograficznym regionu, co z kolei może mieć związek m.in. z dostępem do surowców czy bliskością do krajów sąsiednich oraz z odmiennymi uwarunkowań historycznych. Ponadto w Polsce można zauważyć znaczące zróżnicowanie przestrzenne (regionalne) pod badanym względem.

Jednak czynnikami mającymi przede wszystkim wpływ na poziom innowacyjności w regionie są kapitał ludzki oraz polityka innowacyjna (odpowiednio dostosowana do potrzeb i możliwości danego regionu), która jest realizowana m.in. za pomocą Regionalnych Strategii Innowacji (Gust-Bardon 2011).

Coraz częściej przedsiębiorstwa przywiązują dużą uwagę do zwiększania swojego potencjału innowacyjnego, od którego zależy ich pozycja konkurencyjna na rynku. Istotne jest zatem wspieranie rozwoju działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w skali regionalnej. Sukces Polski jako całego kraju jest w znacznym stopniu uzależniony od rozwoju każdego województwa z osobna.

5. Literatura

- Draft R L i Armstrong A (2012), *Organization Theory & Design*, Nelson, Toronto:11.
- Gust-Bardon N (2011) Innowacyjność w aspekcie regionalnym. *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*, numer z. 23: 60.
- Hanusik, Łangowska (1989) *Metody ilościowe w badaniach ekonomicznych*, Opole: 20.
- Hellwig Z (1968) Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału krajów ze względu na poziom ich rozwoju oraz zasoby i strukturę wykwalifikowanych kadr. *Przegląd Statystyczny* nr 4: 307-326

- Malina A (2004) Wielowymiarowa analiza przestrzennego zróżnicowania struktury gospodarki Polski według województw. Wydawnictwo AE w Krakowie: 96-97.
- Malinowski M (2017) Zróżnicowanie polskich województw ze względu na poziom innowacyjności przedsiębiorstw w latach 2010-2014 – wykorzystanie metod taksonomicznych. Optium. Studia Ekonomiczne nr 2 (86):179.
- Michalski E (2014) Czynniki determinujące innowacyjność przedsiębiorstwa. Handel wewnętrzny, numer 6 (353): 78 .
- Pluta W (1977) Wielowymiarowa analiza porównawcza w badaniach ekonomicznych. PWE, Warszawa: 21.
- Schumpeter J (1960) Teoria rozwoju gospodarczego. Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa: 104.
- Stępnia-Kucharska A (2012) Działalność innowacyjna przedsiębiorstw przemysłowych w Polsce. Studia Prawno-Ekonomiczne, tom LXXXVI (86):293-294.
- Strahl D (2000) Możliwości wykorzystania miar agregatowych do oceny konkurencyjności regionów, [w:] Gospodarka lokalna w teorii i praktyce. Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, nr.860, Wrocław: 106-120.
- Zeliaś A (2000) Dobór zmiennych diagnostycznych, [w:] Taksonomiczna analiza przestrzennego zróżnicowania poziomu życia w Polsce w ujęciu dynamicznym. Wydawnictwo AE w Krakowie: 41-42.
- <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/temat> [dostęp 20.12.2017 r.]
- <http://iminno.com/istota-innowacyjnosci-powstanie-nowej-nauki-i-jej-definicja/> [dostęp 23.12.2017 r.]
- <http://uniaeuropejska.org/strategia-lizbonska/> [dostęp 25.12.2017 r.]

7. Rozwój rynku ubezpieczeń majątkowych w wybranych krajach Europy

Development of non-life insurance markets in selected European countries

Kwiatkowska Agnieszka

Katedra Finansów i Ubezpieczeń, Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych, Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny w Radomiu

Opiekun naukowy: prof. dr hab. Kazimierz Ortyński

Słowa kluczowe: ubezpieczenia non-life, rozwój ubezpieczeń, metoda Hellwiga

Streszczenie

We współczesnym świecie sektor ubezpieczeniowy jest jednym z ważnych sektorów systemu finansowego. Przede wszystkim ze względu na pełnione przez niego funkcje, które polegają na dostarczaniu narzędzi zabezpieczających przed różnymi rodzajami ryzyka, akumulacji i alokacji kapitału oraz gromadzeniu i przetwarzaniu informacji. Ponadto sektor ubezpieczeniowy ma ogromne znaczenie, ponieważ wyżywa on na poprawę klimatu dla inwestycji jak również pobudza wzrost kontraktów i działalność gospodarczą. Ubezpieczenia umożliwiają osiągnięcie wzrostu wydajności całej gospodarki i indywidualnych przedsiębiorstw poprzez zastosowanie redystrybucji ryzyka wśród podmiotów gospodarczych i pokrywanie strat z nagromadzonych funduszy. Tym samym ubezpieczenia ułatwiają podejmowanie przez podmioty gospodarcze przedsięwzięć innowacyjnych, poprzez oferowanie zabezpieczenia przed ewentualnym niepowodzeniem. Czego efektem są nowe rozwiązania technologiczne i organizacyjne, które po dokonaniu wdrożenia w szerszym zakresie powoduje przyspieszenie rozwoju gospodarczego. W związku z tym stopień rozwoju rynku ubezpieczeniowego odzwierciedla potencjał wzrostu ekonomicznego kraju (Kotlobovskiy 2003; Treder 2007). Dlatego też przedmiotem niniejszego badania jest określenie poziomu rozwoju rynku ubezpieczeń majątkowych w wybranych krajach Europy w latach 2000-2015. Na tej podstawie podzielone analizowane kraje na cztery grupy charakteryzujące się różnym poziomem rozwoju rynku ubezpieczeń. Badania wskazały, iż pomimo znacznej zmienności poziomów syntetycznej miary rozwoju w poszczególnych krajach, rynkami o najwyższym poziomie rozwoju pozostaje rynek brytyjski, niemiecki, francuski, holenderski i szwajcarski. W przypadku pozostałych grup zauważalna jest z kolei zmiana ich składu w poszczególnych latach. Ponadto poziom rozwoju rynków ubezpieczeń jest w dużym stopniu uzależniony od poziomu rozwoju gospodarczego danego kraju.

1. Wstęp

Pojęcie rozwoju jest terminem niezwykle ogólnym i złożonym, które może być odnoszące do wielu dziedzin naukowych, w tym również ekonomii. Zostało ono wprowadzone przez Arystotelesa już w IV w. p.n.e., jako pomocne w udzielaniu odpowiedzi na pytanie, jak pojmować istotę tego, co leży u podłoża różnorodnych zmian w zjawiskach (Tatarkiewicz 1978). Arystoteles ujmował rozwój, jako proces nadawania materii formy, a więc jako zmianę zmierzającą w określonym kierunku, zmianę celową, polegającą na przechodzeniu od form niższych do wyższych. Oznacza to, że według Arystotelesa rozwój ma charakter teleologiczny i progresywny. Tak pojmowany rozwój jest wartościowany pozytywnie. Te cechy pojęcia rozwoju i dyskusja wokół nich przewijają się w poglądach wielu filozofów, a następnie, począwszy od XVII wieku, także przedstawicieli różnych nauk szczegółowych.

Współcześnie jak podaje Encyklopedia PWN rozwój to „proces kierunkowych przemian, w którego toku obiekty (układy) danego rodzaju przechodzą od form lub stanów prostszych, niższych, mniej doskonałych do form lub stanów bardziej złożonych, wyższych, doskonalszych pod określonym względem”. Oczywiście oddzielną kwestią pozostaje sprawa przyjętych aksjomatów czy systemu wartości, które ze stanów należy uznać za lepszy i bardziej doskonały.

W dyskursie ekonomicznym pojęcie to pojawia się często w takich zwrotach jak: rozwój gospodarczy, rozwój społeczno-gospodarczy, rozwój trwały i zrównoważony, rozwój dualny, rozwój autonomiczny, rozwój regionalny, itd. Jednak takie złożone ujęcie terminu „rozwój” powoduje, że podlega on definiowaniu w kontekście dookreślenia pojęcia, z którym został powiązany. Wszak

rozwój nie dokonuje się w oderwaniu od rzeczywistości obiektywnej (tzn. podmiotu, przedmiotu, struktury, układu, systemu), co oznacza, że nie można mówić o rozwoju w ogóle, lecz jedynie o rozwoju czegoś lub kogoś (Osak 2009).

Z kolei poprzez rynek ubezpieczeniowy należy rozumieć jeden z wyodrębnionych segmentów rynku finansowego. Obejmujący całokształt powiązań i relacji pomiędzy jednostkami oferującymi usługi ubezpieczeniowe (zakładami ubezpieczeń), a jednostkami zgłaszającymi zapotrzebowanie na nie (ubezpieczającymi) zgodnie z ich możliwościami finansowymi.

Analizując literaturę ekonomiczno-finansową pod kątem kwestii rozwoju ubezpieczeń można zauważyć dwa aspekty rozważań nad tym zagadnieniem. Pierwszy wskazuje rozwój ubezpieczeń, jako kluczowy element rozwoju finansowego kraju, który z kolei stanowi składową rozwoju ekonomicznego (zgodnie z koncepcją wywodzącą się z teorii przedsiębiorcy i innowacji J. Shumpetera). Drugi aspekt skupia się jego znaczeniu, jako jednego z czynników długookresowego wzrostu gospodarczego, jest to związane z bardzo silnymi więzami sektora ubezpieczeniowego z innymi sektorami gospodarki (Bednarczyk 2011).

Dogłębna analiza dostępnej literatury umożliwia stwierdzenie, iż rozwój ubezpieczeń to kategoria złożona, stanowiąca zbiór określeń, często występująca w literaturze, lecz rzadko wprost definiowana. J. Handschke (2009) oceniając rozwój polskiego rynku ubezpieczeń, utożsamia rozwój ubezpieczeń z różnymi aspektami przemian, jakie miały miejsce w tym obszarze.

T. Bednarczyk (2011) podjęła próbę zdefiniowania pojęcia „rozwój ubezpieczeń” (systemu ubezpieczeniowego), przyjęła ona, iż „jest to długotrwały proces doskonalenia rynku ubezpieczeniowego, instytucji i instrumentów ubezpieczeniowych, ukierunkowany na powiększenie wolumenu transakcji ubezpieczeniowych oraz podwyższenie ich efektywności. W praktyce rozwój ubezpieczeń przejawia się w zwiększającej się liczbie produktów ubezpieczeniowych, poprawie dostępności do nich oraz wzroście pozyskiwanych przez ubezpieczycieli składek ubezpieczeniowych (Bednarczyk 2011).

2. Materiał i Metody

W celu zbadania różnicowania poziomu rozwoju rynku ubezpieczeń majątkowych w wybranych krajach Europy dokonano po pierwsze wyboru badanej próby. Dobór próby badawczej był celowy i podyktowany dostępnością danych. W konsekwencji analizie poddano 27 krajów Europy. Okres badania objął 16 lat od 2000 do 2015 r. W badaniu wykorzystano metodę wzorca rozwoju Z. Hellwiga. W tym celu dokonano wyboru czterech zmiennych określających poziom rozwoju rynku ubezpieczeń majątkowych w analizowanych krajach. Trzy spośród nich są najczęściej wskazywanymi podstawowymi wskaźnikami określającymi rozwój ubezpieczeń danego kraju, są to (Bednarczyk 2011):

- udział zebranej składki ubezpieczeniowej w produkcie krajowym brutto - określane mianem współczynnika penetracji,
- wielkość składki per capita – nazywanej współczynnikiem gęstości,
- dynamika wzrostu składek przypisanych brutto.

Dodatkowo w badaniu uwzględniono zmienną określającą udział rynku ubezpieczeń majątkowych danego kraju w światowym rynku ubezpieczeń majątkowych. Wszystkie analizowane zmienne mają charakter stymulant¹.

Istotną rolę w ocenie poziomu rozwoju rynku ubezpieczeń pełni również tzw. wskaźnik penetracji określający, jaki procent danej populacji korzysta z danego produktu lub usługi. W przypadku rynku ubezpieczeniowego jest on mierzony stosunkiem składki przypisanej brutto do wartości PKB w danym kraju. Tym samym pełni on również rolę wskaźnika określającego w sposób syntetyczny rolę sektora ubezpieczeń w danej gospodarce narodowej (Treder 2007). Im wyższy poziom tego wskaźnika tym wyższa jest kultura ubezpieczeniowa w danym kraju i szersze zastosowanie metody ochrony mienia oraz życia i zdrowia ludności (Pajewska 2003).

¹ Stymulanty to cechy, których wysokie wartości są zjawiskiem pożądanym z pewnego punktu widzenia, natomiast niskie są zjawiskiem niepożądanym.

Współczynnik gęstości określa wartość składki ubezpieczeniowej przypadającej na 1 mieszkańca. Obliczany jest, jako iloraz składki ubezpieczeniowej i liczny mieszkańców danego kraju. Dostarcza on informacji o tym, ile środków finansowych przeznacza statystyczny mieszkaniec na ubezpieczeni, określa tym samym stopień rozwoju świadomości ubezpieczeniowej obywateli danego kraju (Sawicz 2011).

W niniejszym badaniu zastosowano metodę wzorca rozwoju Z. Hellwiga, która bazuje na abstrakcyjnym obiekcie (d_{i0}) będącym wzorcem rozwoju (stanowi go kraj o najwyższym/najlepszym poziomie analizowanych zmiennych). Metoda ta pozwala na liniowe uporządkowanie badanych obiektów tak, aby te o najniższym poziomie rozwoju uzyskały niższą wartość (bliżej zera), a te o wyższym poziomie wartość bliską jedności. W tej metodzie wielkość agregatowa obliczana jest, jako syntetyczny wskaźnik odległości od teoretycznego wzorca rozwoju danego obiektu (Hellwig 1968).

W związku z tym analizowane zmienne zostały poddane standaryzacji według wzoru:

$$t_{ij} = \frac{z_{ij} - \bar{z}_j}{S_j}$$

gdzie:

t_{ij} - wartość znormalizowana j-jej cechy w i-tym kraju,

z_{ij} - wartość j-jej cechy w i-tym kraju,

\bar{z}_j - średnia arytmetyczna j-jej cechy,

S_j - odchylenie standardowe j-jej cechy.

Następnie skonstruowano wzorec rozwoju, który otrzymał najwyższe noty dla cech będących stymulantami, a najniższe dla tych będących destymulantami opisujących dany kraj Unii Europejskiej, zgodnie z formułą:

$$t_{ij} = \begin{cases} \max \{t_{ij}\}, & \text{gdy } x_{0j} \text{ jest stymulantą} \\ \min \{t_{ij}\}, & \text{gdy } x_{0j} \text{ jest destymulantą} \end{cases}$$

gdzie:

$x_{0j} = \max t_i$, a na tej podstawie obliczono odległość Euklidesową ze wzoru:

$$d_{i0} = \sqrt{\sum_{i=1}^n (t_i - x_{0j})^2 n}$$

gdzie:

d_{i0} - odległość Euklidesowa (wzorec rozwoju),

n - liczba zmiennych.

Ocenę poziomu rozwoju rynku ubezpieczeń majątkowych w krajach Europy stanowi uogólniony wskaźnik różnicy pomiędzy danym krajem a teoretycznym wzorcem rozwoju. Różnica ta obliczana jest za pomocą wzoru:

$$S_i = 1 - \frac{d_{i0}}{d_0}$$

gdzie:

d_0 - krytyczna odległość danej jednostki od wzorca, która jest liczona za pomocą wzoru:

$$d_0 = \bar{d}_{i0} + 2S_i$$

gdzie:

S_i - odchylenie standardowe różnic pomiędzy danym krajem a wzorcem d_{i0} ,

\bar{d}_{i0} - średnia arytmetyczna różnic pomiędzy danym krajem a wzorcem.

Syntetyczne miary rozwoju S_i mieszczą się w przedziale od 0 do 1. Im wartości są bliższe 1, tym badana jednostka jest mniej oddalona od wzorca, czyli charakteryzuje się wyższym poziomem rozwoju rynku ubezpieczeń. Na koniec dokonano podziału krajów UE na cztery grupy biorąc pod uwagę poziom innowacyjności.

3. Wyniki

Przeprowadzone badania umożliwiły porównanie poziomu rozwoju rynków ubezpieczeń majątkowych w analizowanych krajach Europy w latach 2000-2015 poprzez obliczenie syntetycznych miar rozwoju zgodnie z przedstawioną powyżej metodologią. Wyniki dokonanych obliczeń zaprezentowano w Tab.1.

Tab. 6 Syntetyczny wskaźnik poziomu rozwoju rynków ubezpieczeń majątkowych w wybranych krajach Europy w latach 2000-2015

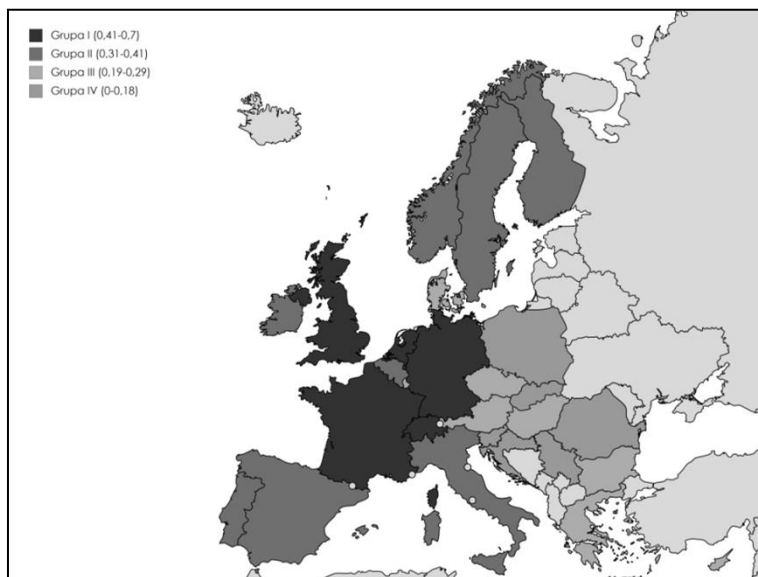
Kraj	2000	2003	2006	2009	2012	2015	Współczynnik zmienności
Austria	0,25	0,62	0,23	0,31	0,31	0,24	0,45
Belgia	0,33	0,30	0,24	0,29	0,30	0,18	0,21
Bułgaria	0,19	0,27	0,26	0,17	0,17	0,21	0,19
Chorwacja	0,14	0,35	0,25	0,18	0,18	0,06	0,50
Cypr	0,26	0,18	0,27	0,22	0,20	0,16	0,21
Czechy	0,21	0,20	0,22	0,19	0,19	0,19	0,06
Dania	0,29	0,07	0,24	0,31	0,29	0,17	0,41
Finlandia	0,37	0,23	0,24	0,24	0,24	0,19	0,25
Francja	0,51	0,13	0,26	0,54	0,55	0,38	0,44
Grecja	0,21	0,22	0,20	0,16	0,10	-0,03	0,67
Hiszpania	0,38	0,16	0,26	0,39	0,34	0,29	0,29
Holandia	0,42	0,20	0,89	0,75	0,64	0,46	0,45
Irlandia	0,41	0,12	0,20	0,25	0,23	0,21	0,40
Luksemburg	0,19	0,32	0,25	0,25	0,27	0,28	0,16
Niemcy	0,45	0,14	0,25	0,52	0,60	0,44	0,43
Norwegia	0,31	0,20	0,24	0,25	0,28	0,14	0,25
Polska	0,17	0,53	0,25	0,21	0,23	0,16	0,54
Portugalia	0,32	0,49	0,19	0,22	0,20	0,24	0,41
Rumunia	-0,01	0,15	0,38	0,17	0,17	0,16	0,73
Serbia	0,13	0,17	0,19	0,15	0,17	0,24	0,21
Słowacja	0,13	0,25	0,18	0,18	0,17	0,10	0,30
Słowenia	0,18	0,22	0,26	0,28	0,26	0,18	0,19
Szwajcaria	0,41	0,25	0,25	0,42	0,44	0,33	0,25
Szwecja	0,34	0,24	0,23	0,18	0,25	0,26	0,21
Węgry	0,20	0,38	0,20	0,16	0,12	0,18	0,43
Wielka Brytania	0,70	0,23	0,23	0,50	0,53	0,39	0,43
Włochy	0,38	0,35	0,23	0,35	0,36	0,17	0,28

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Raportów Sigma za lata 2000-2015 publikowanych przez Swiss Re

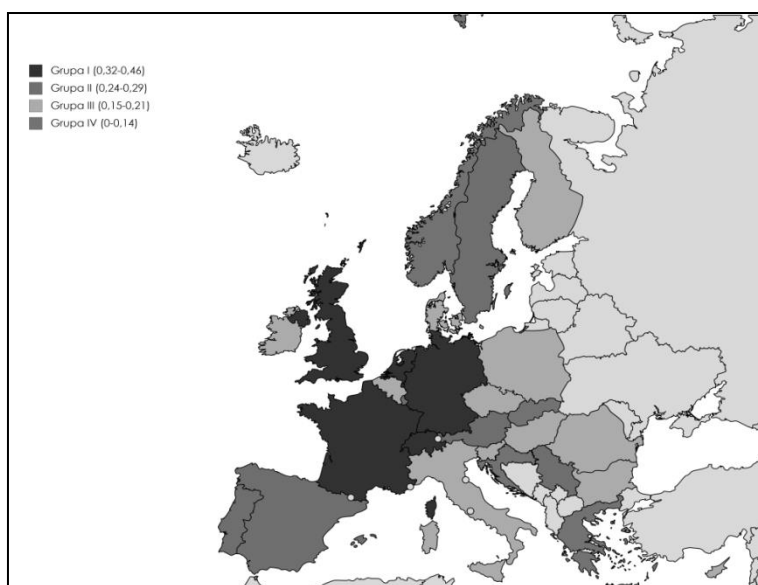
Jak można zauważyć wartość syntetycznej miary rozwoju w poszczególnych latach charakteryzowała się dużą zmiennością. W przypadku jednych krajów zmiany poziomu tego wskaźnika mierzone współczynnikiem zmienności były znaczne (Rumunia, Grecja, Polska, Chorwacja) w przypadku innych niewielkie (Bułgaria, Słowenia, Luksemburg, Czechy). Rok 2003 w przypadku niektórych analizowanych krajów był okresem zmniejszenia się wartości syntetycznego wskaźnika rozwoju (np. Dania, Francja czy Holandia), z kolei dla innych okresem jego wzrostu (np. Austria, Polska, czy Portugalia). Z kolei w roku 2006 – okresie poprzedzającym kryzys gospodarczy

lat 2007-2009 – w przypadku większości rynków nastąpił spadek syntetycznej miary rozwoju, a więc doszło do zmniejszenia poziomu rozwoju w tym czasie. Kolejne lata po kryzysie to czas, w którym gospodarka powoli wychodziła z recesji, tym samym znalazło to również odzwierciedlenie we wzroście syntetycznego wskaźnika rozwoju rynku ubezpieczeń majątkowych. Co jednoznacznie potwierdza kwestię powiązania rozwoju rynku ubezpieczeniowego z tempem wzrostu gospodarczego.

Z kolei na Rys. 1 i Rys. 2 przedstawiono przestrzenne zróżnicowanie poziomu rozwoju rynków ubezpieczeń majątkowych w analizowanych krajach Europy odpowiednio w 2000 i 2015 r.



Rys. 1 Poziom rozwoju rynku ubezpieczeń majątkowych w wybranych krajach Europy w 2000 r.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie Tab. 1.



Rys. 2 Poziom rozwoju rynku ubezpieczeń majątkowych w wybranych krajach Europy w 2015 r.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie Tab. 1.

Badane kraje zostały podzielone na cztery grupy ze względu na poziom rozwoju rynku ubezpieczeń majątkowych. Pierwsza grupa stanowi kraje o najwyższym poziomie rozwoju tego sektora ubezpieczeń, zaś czwarta grupa reprezentuje kraje o najniższym poziomie rozwoju. W całym badanym okresie do pierwszej grupy należy zaliczyć Holandię, Niemcy, Wielką Brytanię, Francję i Szwajcarię. Jeśli chodzi o pozostałe grupy krajów to w poszczególnych latach ich skład był różny. Co można zauważyć porównując Rys. 1 i Rys. 2. Dla przykładu, w przypadku Polski zauważalny jest awans z grupy czwartej do grupy trzeciej, z kolei Grecja spadła z grupy trzeciej do czwartej.

4. Dyskusja i wnioski,

Współczesny światowy rynek ubezpieczeń cechuje duże zróżnicowanie związane z nierównomiernym poziomem rozwoju ze względu na jego zlokalizowanie na sześciu kontynentach. Wynika to przede wszystkim z faktu, iż poziom rozwoju rynku ubezpieczeń poszczególnych krajów zdeterminowany jest procesami zachodzącymi zarówno w działalności ubezpieczeniowej jak i światowej gospodarce. Przyczyniają się do tego również silne zależności między poziomem dojrzałości danego rynku a czynnikiem gospodarczym (Przybytniowski 2009). Potwierdzają to przeprowadzone badania. Duże rynki ubezpieczeniowe takie jak rynek brytyjski, niemiecki, francuski czy szwajcarski charakteryzują się również najwyższym poziomem rozwoju rynku ubezpieczeń majątkowych. Są to również gospodarki wysoko rozwinięte. Z kolei kraje o niższym poziomie rozwoju gospodarczego o małych rynkach ubezpieczeniowych charakteryzują się również niskim poziomem syntetycznego wskaźnika poziomu rozwoju rynku ubezpieczeń majątkowych.

Rynek ubezpieczeniowy ma niewątpliwie istotne znaczenie w gospodarce z tego też względu istotny jest jego stały rozwój umożliwiający sprostanie dynamicznie zmieniającemu się otoczeniu i oczekiwaniom klientów. Znaczenie dla tego wzrostu w głównej mierze ma poziom świadomości ubezpieczeniowej oraz prawidłowa identyfikacja potrzeb ubezpieczeniowych. Jednakże w literaturze przedmiotu znajdziemy również szereg innych czynników determinujących poziom rozwoju tego rynku, które zostały uszeregowane w cztery kategorie (Przybytniowski 2009):

- czynniki ekonomiczne – związane z poziomem rozwoju ekonomicznego danego kraju, poziomem PKB, inflacją, zamożnością gospodarstw domowych;
- czynniki systemowe – związane z rozwiązaniami systemowymi w zakresie zabezpieczenia społecznego, zwłaszcza ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych;
- czynniki kulturowe – odwołujące się do świadomości i tradycji ubezpieczeniowej danego społeczeństwa;
- czynniki ubezpieczeniowe – wynikające z zasad i sposobu funkcjonowania rynku ubezpieczeniowego – np. w zakres ubezpieczeń obowiązkowych, jakość i dostępność produktów ubezpieczeniowych, sieć placówek świadczących usługi ubezpieczeniowe, jakość infrastruktury ubezpieczeniowej, itp.

Czynniki ekonomiczne odgrywają bardzo ważną rolę. Wskazuje się, że im wyższe są dochody rozporządzalne, tym większy jest popyt gospodarstw domowych na ubezpieczenia majątkowe, przy czym wskazuje się, że dochody mają znacznie większy wpływ na zakup ubezpieczeń komunikacyjnych niż ubezpieczeń odpowiedzialności cywilnej (Bednarczyk 2011).

Czynników pozaekonomicznych jest wiele można tutaj wskazać chociażby urbanizację i industrializację będące czynnikami mającymi korzystny wpływ na rozwój ubezpieczeń. Podobny wpływ na rozwój ubezpieczeń ma wysoki rozwinięty przemysł oraz obecność zagranicznych ubezpieczycieli na danym rynku krajowym. Pobudzają one bowiem inicjatywę rozwoju rodzimych instytucji ubezpieczeniowych oraz stymulują kształtowanie się konkurencyjnego środowiska w całym systemie finansowym oraz w poszczególnych jego segmentach. Należy jednak pamiętać, iż globalizacja sektorów gospodarczych i finansowych może również oddziaływać negatywnie na rozwój ubezpieczeń. Obecnie zarówno w sferze ubezpieczeń jak i reasekuracji mamy do czynienia ze stale postępującą koncentracją ryzyka powodującą potrzebę wzmocnienia siły finansowej ubezpieczycieli (reasekuratorów) oraz nasilającą się konkurencja na krajowym i międzynarodowym rynku ubezpieczeniowym (reasekuracyjnym). W konsekwencji doprowadziło to do powstania silnych konglomeratów finansowych, wzrostu koncentracji ubezpieczeń, niebywałej fali przejęć poprzez fuzję lub likwidację słabszych konkurentów (Bednarczyk 2011).

Oczywiście czynników oddziałujących na rozwój rynku ubezpieczeń majątkowych zarówno o charakterze ekonomicznym jak i pozaekonomicznym jest więcej niż te przedstawione powyżej. Jednakże, jako że rozwój rynku ubezpieczeniowego odzwierciedla potencjał ekonomiczny kraju, powinno się go wspierać poprzez właściwe bodźce prowadzącego do jego rozkwitu.

5. Literatura

- Bednarczyk T (2011) Ekonomiczne i instytucjonalne czynniki rozwoju ubezpieczeń, *Wiadomości ubezpieczeniowe*, nr 4: 85-106.
- Encyklopedia PWN, Rozwój, <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/rozwoj;4009883.html> [dostęp 30.06.2017]
- Handschke J (2009) Polskie doświadczenie w formowaniu i rozwoju rynku ubezpieczeń – wybrane aspekty, *Wiadomości Ubezpieczeniowe*, nr 3: 56–69.
- Hellwig Z (1968), Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału krajów ze względu na poziom ich rozwoju i strukturę wykwalifikowanych kadr, „Przegląd Statystyczny” nr 4: 323–326.
- Kotłobowski I (2003) Trendy i perspektywy rozwoju rosyjskiego rynku ubezpieczeniowego, [w:] Sułkowska W (red), *Rozwój rynków ubezpieczeń w krajach Europy Środkowej i Wschodniej*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków: 81-94.
- Osak M (2009) O metodzie badania rozwoju prywatnych ubezpieczeń zdrowotnych, *Wiadomości Ubezpieczeniowe*, nr 1: 113-126.
- Pajewska R (2003) Analiza rynku ubezpieczeń w krajach Europy Środkowo-Wschodniej w zestawieniu z tendencjami europejskimi, [w:] Sułkowska W. (red.), *Rozwój rynków ubezpieczeń w krajach Europy Środkowej i Wschodniej*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków: 11-30.
- Przybytniowski JW [2009] *Rozwój ubezpieczeń gospodarczych w procesie integracji europejskiej*, Wyd. Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego, Kielce.
- Sawicz K (2011) Analiza rynku ubezpieczeń na życie w latach 2000-2010 na podstawie wybranych wskaźników finansowych, *Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie. Pragmata tes Oikonomias*, z. V: 117-128.
- Swiss Re, Sigma. *World Insurance in 2000*
- Swiss Re, Sigma. *World Insurance in 2003*
- Swiss Re, Sigma. *World Insurance in 2006*
- Swiss Re, Sigma. *World Insurance in 2009*
- Swiss Re, Sigma. *World Insurance in 2012*
- Swiss Re, Sigma. *World Insurance in 2015*
- Tatarkiewicz W (1978), *Układ pojęć w filozofii Arystotelesa*, PWN, Warszawa: 42.
- Treder H (2007) *Rozwój polskiego rynku ubezpieczeń gospodarczych w warunkach integracji europejskiej*, Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.

8. Grupy ubezpieczeniowe – aspekty teoretyczne

Insurance groups - theoretical aspects

Kwiatkowska Agnieszka

Katedra Finansów i Ubezpieczeń, Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych, Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny w Radomiu

Opiekun naukowy: prof. dr hab. Kazimierz Ortyński

Słowa kluczowe: działalność ubezpieczeniowa, ubezpieczenia

Streszczenie

Współcześnie na wskutek rozwoju rynku usług finansowych w tym również usług ubezpieczeniowych, grupy kapitałowe stały się dominującymi podmiotami gospodarczymi na rynku ubezpieczeń. Jest to konsekwencją intensywnych procesów konsolidacji kapitałowej oraz rozwojem aliansów strategicznych. Celem pracy było przybliżenie wybranych aspektów teoretycznych funkcjonowania ubezpieczeniowych grup kapitałowych w gospodarce. Skupiono się na określeniu pojęcia ubezpieczeniowej grupy kapitałowej, wskazano przepisy prawne dotyczące grup, omówiono powody powstawania tych podmiotów jak również przedstawiono systematykę grup ubezpieczeniowych. Jednakże przedstawione teoretyczne aspekty funkcjonowania ubezpieczeniowych grup kapitałowych nie wyczerpują tematyki związanej z działalnością we współczesnej gospodarce tychże podmiotów. Niniejsza praca stanowi jedynie zwięzłe przedstawienie wybranych zagadnień. Dlatego istotne wydają się dalsze prace nad tym zagadnieniem dążące do ujednolicenia i dopracowania terminologii w tym zakresie.

1. Wstęp

W pierwszej połowie XIX wieku w gospodarce krajów zachodnich pojawiły się pierwsze formy integracji spółek, co było konsekwencją rozwoju procesów koncentracji i monopolizacji kapitału. Zaś z początkiem XX wieku w USA pojawiły się pierwsze zgrupowania wielopodmiotowe w postaci znanej współcześnie, co było niewątpliwie konsekwencją wpływu słynnej ustawy antytrustowej (Sherman Act) z 1890 r. Zaś ich powstawanie było ściśle związane z (Bogusławski i Wiankowski 1996):

- rozwojem firm i rosnącym ich zapotrzebowaniem na kapitał finansowy;
- dążeniem do zwiększenia efektywności ekonomicznej i sprawności zarządzania w organizacjach łączących zalety dużych firm (siła ekonomiczna);
- omijaniem systematycznie udoskonalanych przepisów antymonopolowych.

W konsekwencji w gospodarce powstały różnego rodzaju kombinacje powiązań rzeczowych, kapitałowych i prawno-organizacyjnych jednostek gospodarczych, kierowanych z reguły przez wspólny ośrodek kierowniczy. Procesy te z różnym nasileniem rozwijają się do dnia dzisiejszego. Na wskutek rozwoju rynku usług finansowych w tym również usług ubezpieczeniowych, są one również zauważalne w sektorze finansowym w tym również sektorze ubezpieczeń. W ich konsekwencji grupy kapitałowe stały się dominującymi podmiotami gospodarczymi na rynku ubezpieczeń, co było z kolei spowodowane intensywnymi procesami konsolidacji kapitałowej oraz rozwojem aliansów strategicznych. Dlatego też celem niniejszego opracowania jest przybliżenie wybranych aspektów funkcjonowania grup ubezpieczeniowych w gospodarce światowej.

2. Opis zagadnienia

Pomimo posiadania znacznie mniejszego potencjału kapitałowego niż sektor bankowy, sektor ubezpieczeniowy należy do najbardziej prężnych działów gospodarki narodowej. Jako ważny element rynku finansowego, wpływają w istotny sposób na realną gospodarkę, stabilizując warunki funkcjonowania podmiotów gospodarczych i gospodarstw domowych. Mają również istotne

znaczenie w efektywnym zarządzaniu ryzykiem, aktywizacji gromadzenia oszczędności i alokacji kapitału.

Ponadto w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat obserwowany jest proces wzrostu skali i zasięgu terytorialnego działalności ubezpieczeniowej – od lokalnej do międzynarodowej i globalnej – oraz rozwój jej produktów. Konsekwencją tych zmian jest fakt, iż prowadzenie działalności ubezpieczeniowej ograniczonej do podstawowej form organizacyjnych, czyli zakładów ubezpieczeniowych stało się w wielu przypadkach barierą rozwoju. Konieczność stało się, więc stworzenie i zastosowanie bardziej złożonych struktur działalności, głównie w postaci struktur kapitałowych. Współczesny sektor ubezpieczeniowy składa się z szerokiej gamy pojedynczych przedsiębiorstw oraz grup ubezpieczeniowych, począwszy od małych regionalnych lub lokalnych operatorów aż do dużych firm międzynarodowych (Gołąb 2012).

Z kolei zjawisko kształtowania się sieci złożonych grup i konglomeratów, jak wskazuje J. Monkiewicz (2005) może stanowić dowód na realizację przez europejskie instytucje finansowe strategii szerokiej dywersyfikacji i odchodzenie od klasycznej izolacji różnych obszarów działalności w sektorze finansowym. W konsekwencji doprowadziło to do powstania konglomeratów finansowych, które swym działaniem obejmują różne obszary rynków finansowych takie jak bankowość, ubezpieczenia, inwestycje czy też zarządzanie aktywami.

3. Przegląd literatury

Powstanie ubezpieczeniowych grup kapitałowych pociągnęło za sobą konieczność uregulowania ich funkcjonowania zarówno na poziomie krajowym jak regionalnym. Powstały wówczas regulacje ustalające zasady, standardy i wskazówki odnośnie nadzoru nad grupami (np. dyrektywy unijne, wielostronne porozumienia o współpracy pomiędzy nadzorcami i międzynarodowymi organizacjami takimi jak IAIS, Basel Committee, Joint Forum).

Za pierwszą ważną kwestią było przede wszystkim określenie, czym jest grupa kapitałowa. Już ta kwestia sprawia wiele problemów. Analiza przeprowadzona przez Międzynarodowe Stowarzyszenie Nadzorców Ubezpieczeniowych dotycząca definicji grupy ubezpieczeniowej w 49 jurysdykcjach, wskazała, iż w większości przypadków brak jest precyzyjnego określenia tego pojęcia. Głównie interpretacje w tym zakresie znajdowały się w przepisach dotyczących nadzoru. Wskazano, że podstawowe kryteria, na których oparte zostały definicje grup ubezpieczeniowych obejmują:

- powiązania kapitałowe;
- struktura grupy;
- system zarządzania ryzykiem i kontroli.

W krajach należących do Unii Europejskiej, kwestia grup ubezpieczeniowych została zawarta przede wszystkim w trzech dyrektywach:

1. Dyrektywie 98/78/EC Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 27 października 1998 r. w sprawie dodatkowego nadzoru przedsiębiorstw ubezpieczeniowych i reasekuracyjnych w grupach ubezpieczeniowych i reasekuracyjnych;
2. Dyrektywie 2002/87/EC Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 16 grudnia 2006 r. dotyczącej nadzoru dodatkowego nad instytucjami kredytowymi, przedsiębiorstwami ubezpieczeniowymi i firmami inwestycyjnymi w konglomeratach finansowych.
3. Dyrektywie 2009/138/WE z dnia 25 listopada 2009 r. w sprawie podejmowania i prowadzenia działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej (Wyłagalność II), nazywanej Solvency II, definiującej grupę ubezpieczeniową, podmioty w niej występujące (w tym spółki holdingowe) oraz organy sprawujące nadzór nad grupami.

Pierwsza z wymienionych dyrektyw nie określa jednak pojęcia grup ubezpieczeniowych bezpośrednio. Wskazuje ona jedynie na trzy przypadki zastosowanie dodatkowego nadzoru. W związku z tym za grupę należy uznać strukturę, gdy:

- zakład ubezpieczeń lub reasekuracji posiada udziały w co najmniej jednym przedsiębiorstwie ubezpieczeniowym lub reasekuracyjnym z UE lub w takich przedsiębiorstwach spoza krajów Unii;
- zakład ubezpieczeń lub reasekuracji posiada, jako przedsiębiorstwo macierzyste, ubezpieczeniową spółkę holdingową lub przedsiębiorstwo ubezpieczeniowe bądź reasekuracyjne z krajów spoza UE;

- zakład ubezpieczeń lub reasekuracji ma, jako przedsiębiorstwo macierzyste, ubezpieczeniową spółkę holdingową o działalności mieszanej.

Ponadto dyrektywa wskazuje, iż dodatkowy nadzór winien być brany pod uwagę w odniesieniu do przedsiębiorstw powiązanych z przedsiębiorstwami ubezpieczeniowymi i reasekuracyjnymi, przedsiębiorstw posiadających udziały w takich przedsiębiorstwach oraz przedsiębiorstw powiązanych z przedsiębiorstwami posiadającymi udziały w takich przedsiębiorstwach.

Z kolei B. Nogalski i R. Ronkowski (2004) wskazuje, że najogólniej grupy kapitałowe można zdefiniować, jako „zgrupowanie samodzielnych pod względem prawnym podmiotów utworzonych dla realizacji wspólnych celów gospodarczych (zgrupowanie gospodarcze), powiązane w sposób trwały więziami kapitałowymi (zgrupowanie kapitałowe) i ewentualnie dodatkowo innymi, posiadające możliwość realizacji wspólnych celów gospodarczych, wynikającą z rodzaju i intensywności tworzących je powiązań”.

W konsekwencji można stwierdzić, iż pod pojęciem ubezpieczeniowych grup kapitałowych należy rozumieć „grupy kapitałowe, których głównym celem i przedmiotem jest prowadzenie działalności ubezpieczeniowej” (Gołąb 2005).

Powodów powstawania w praktyce gospodarczej ubezpieczeniowych grup kapitałowych jest wiele, CEA (2007) wskazuje na następują:

- większa przejrzystość zarządzania – dzięki istnieniu struktury grupowej spółek można osiągnąć wyraźniejszy podział obowiązków, poprawę ładu korporacyjnego i bardziej skoncentrowane zarządzanie ryzykiem;
- działalność transgraniczna – w przypadku, gdy przedsiębiorstwo chce osiedlić się w innym kraju, może to osiągnąć poprzez tworzenie lub nabywanie lokalnych firm, które następnie stają się częścią grupy ubezpieczeniowej;
- względy strategiczne – niektóre firmy powstały z połączenia i/lub tworzenia sojuszy strategicznych z innymi firmami; celem może być wykorzystanie efektu skali lub poszerzenie oferty produktowej, np. niektóre grupy oferują połączone produkty ubezpieczeniowe, bankowe i inwestycyjne;
- wymogi prawne – oddzielenie niektórych rodzajów działalności gospodarczej; np. działalność bankowa zazwyczaj musi być oddzielona od ubezpieczeń, w większości jurysdykcji ubezpieczenia na życie muszą być oddzielone od ubezpieczeń majątkowych;
- podatki – systemy podatkowe mogą wymagać lub zachęcać przedsiębiorstwa do prowadzenia działalności w różnych firmach, np. stosowanie odmiennych stawek podatkowych powoduje rozdzielenie działalności.

Z kolei P. Gołąb (2012) wskazuje na istnienie szeregu przesłanek przemawiający za rozwojem i powstawaniem ubezpieczeniowych grup kapitałowych na świecie, należą do nich:

- zjawisko koncentrowania działalności ubezpieczeniowej w ramach grup kapitałowych na skutek dostosowywania się branży ubezpieczeniowej do zmieniającego się otoczenia gospodarczego, rozwoju technologicznego, a także przyrostu dóbr materialnych i zwiększania poziomu i koncentracji ryzyka;
- działanie w strukturze grupowej szczególnie w warunkach globalizacji, liberalizacji i deregulacji umożliwia utrzymanie pozycji na rynku;
- zmiany potrzeb klientów – obecnie klienci oczekują możliwości zakupu szerokiego wachlarza produktów finansowych „pod jednym dachem”, zmusza to firmy finansowe do rozszerzenia zakresu swojej działalności, poprzez powołanie nowych lub zakup już istniejących spółek oraz ich grupowanie. W efekcie następuje łączenie działalności z różnych sektorów w jednej strukturze (bancassurance, asurfinance, konglomeraty finansowe);
- rosną oczekiwania inwestorów na szybkie i wysokie zwroty z zainwestowanego kapitału – zarządy firm poszukują takiej strategii w ramach, której oczekiwania te zostaną spełnione. Jednakże rozwój wewnętrzny jest procesem długotrwałym, dlatego też grupy decydują się raczej na przejęcie już istniejących firm, co umożliwia znacznie szybszy wzrost wartości ubezpieczyciela. Wskutek tego następuje również nasilenie procesów konsolidacyjnych a w konsekwencji powstają i powiększają się grupy kapitałowe;

- istniejące regulacje prawne (arbitraż regulacyjny między krajami) – stawiają one firmy o niskim profilu ryzyka w pozycji uprzywilejowanej, przez co sprzyjają dywersyfikacji działalności m.in. poprzez tworzenie struktur grupowych przedsiębiorstw, działających w różnych obszarach ubezpieczeń.

Ubezpieczeniowe grupy kapitałowe mogą być tworzone na cztery sposoby (Gołąb2005):

- poprzez przejęcia lub wykupy przez podmiot dominujący udziałów lub akcji istniejących podmiotów (połączone często z następującymi po nich fuzjami)¹,
- poprzez wydzielenie ze struktury podmiotu macierzystego niektórych działalności oraz zorganizowanie ich w formie podmiotów zależnych (jest to tzw. outsourcing kapitałowy),
- poprzez utworzenie przez podmiot dominujący nowych przedsiębiorstw dla nowych obszarów działalności (tzw. strategia de novo),
- poprzez przekazanie przez właścicieli swoich udziałów lub akcji w istniejących podmiotach nowo utworzonemu podmiotowi macierzystemu (tzn. poprzez tzw. konsolidację właścicielską).

Ponadto w ramach ubezpieczeniowych grup kapitałowych wyróżniamy różne ich rodzaje. Dlatego też w Tab. 7 zaprezentowano systematykę ubezpieczeniowych grup kapitałowych.

Tab. 7 Systematyka ubezpieczeniowych grup kapitałowych.

Kryterium	Rodzaje grup		
	Grupy operacyjne	Grupy zarządcze	Grupy finansowe
Cel i forma działalności	Grupy jednorodne	Konglomeraty finansowe	Grupy (konglomeraty) mieszane
Zasięg działalności	Grupy krajowe	Grupy międzynarodowe	Grupy wielonarodowe i globalne

Źródło: Gołąb P (2005) *Grupy ubezpieczeniowe na rynku Unii Europejskiej. Procesy koncentracji i konsolidacji*, [za:] Monkiewicz J (2005) *Jednolity rynek ubezpieczeń w Unii Europejskiej*, Warszawa, s. 286.

P. Gołąb i M. Trocki (2003) wyróżniają trzy podstawowe rodzaje ubezpieczeniowych grup kapitałowych biorąc pod uwagę cele przez nierealizowane: operacyjne, zarządcze i finansowe. Ich charakterystyka została zaprezentowana w Tab. 8.

Należy jednak pamiętać, że podział ten ma jedynie charakter modelowy a w praktyce gospodarczej występują różnego rodzaju kombinacje wskazanych powyżej wariantów. Ich charakter wynika z historii tworzenia grupy, warunków jej funkcjonowania, prawodawstwa poszczególnych krajów, w których grupa funkcjonuje, jak też zależy od założonej strategii rozwoju.

Inny podział ubezpieczeniowych grup kapitałowych wyróżnia ze względu na zakres ich działalności (Gołąb 2005):

- jednorodne ubezpieczeniowe grupy kapitałowe – grupy o jednorodnej działalności (np. tylko ubezpieczeniowe);
- konglomeraty finansowe – grupy o działalności zróżnicowanej (zdywersyfikowanej) pokrewnie (np. poprzez uzupełnienie działalności ubezpieczeniowej o działalność bankową i/lub inwestycyjną);
- grupy kapitałowe lub konglomeraty mieszane - grupy o działalności zróżnicowanej (zdywersyfikowanej) niepokrewnie (np. poprzez uzupełnienie działalności ubezpieczeniowej o działalność handlową).

Z kolei R.W. Griffin (1996) zaproponował systematykę podziału przedsiębiorstw w zależności od rozmiaru internacjonalizacji prowadzonej działalności, w konsekwencji, której ubezpieczeniowe grupy kapitałowe możemy podzielić na:

- krajowe ubezpieczeniowe grupy kapitałowe – nabywają one całość swoich zasobów i sprzedają całość swych usług w jednym kraju;
- międzynarodowe ubezpieczeniowe grupy kapitałowe – zlokalizowane głównie w jednym kraju, lecz znaczna część ich zasobów i dochodów jest pozyskiwane w innych krajach;
- wielonarodowe grupy ubezpieczeniowe – nabywają zasoby oraz świadczą i sprzedają usługi na rynkach światowych;

¹ Często stosowany jest termin anglojęzyczny *Mergers & Acquisition* (M&A).

- globalne grupy ubezpieczeniowe – przekraczają granice państwowe, nie są przywiązane do jednego kraju macierzystego.

Tab. 8 Podział ubezpieczeniowych grup kapitałowych według celu przez nierealizowanego.

<i>Formy</i> <i>Charakterystyka</i>	<i>Operacyjne grupy kapitałowe (koncern, holding operacyjny)</i>	<i>Zarządcze grupy kapitałowe (holding strategiczny/zarządczy)</i>	<i>Finansowe grupy kapitałowe (holding finansowy)</i>
Cele	Utrzymanie i wzmocnienie pozycji konkurencyjnej spółki-matki w zakresie działalności operacyjnej	Utworzenie i wzmocnienie pozycji konkurencyjnej grupy, jako całości oraz tworzenie efektu synergii w wyniku współpracy spółek-córek	Maksymalizacja korzyści inwestycyjnych spółki-matki, ograniczenie ryzyka inwestycyjnego, utrzymanie i wzmocnienie pozycji konkurencyjnej spółki, jako całości
Zadania spółki-matki	Prowadzenie działalności operacyjnej kluczowej dla grupy, zarządzanie tą działalnością, zarządzanie grupą i swoimi udziałami/akcjami w spółkach-córkach. Spółka-matka jest dominująca w grupie	Nie prowadzi działalności operacyjnej, zarządza grupą i swoimi udziałami/akcjami w spółkach-córkach. Brak wyraźnej dominacji spółki-matki w grupie	Nie prowadzi działalności operacyjnej, zarządza wyłącznie swoimi akcjami/udziałami w spółkach-córkach. Spółka matka jest niewielka
Zadania spółki-córki	Spółki-córki prowadzą działalność operacyjną, wspierają i uzupełniają działalność operacyjną spółki-matki	Prowadzą działalność operacyjną i zarządzają nią	Prowadzą niepowiązaną ze sobą, zdyswersyfikowaną działalność operacyjną
Rodzaj zarządzania	Operacyjne Intensywność zarządzania – duża Standaryzacja – wysoka Elastyczność – mała Autonomia – ograniczona Delegacja uprawnień - mała	Synergiczne Intensywność zarządzania – średnia Standaryzacja – średnia Elastyczność – średnia Autonomia – średnia Delegacja uprawnień - średnia	Portfelowe Intensywność zarządzania – mała Standaryzacja – niska Elastyczność – duża Autonomia – duża Delegacja uprawnień - duża
Silne strony	Efekty koncentracji i specjalizacji Silna integracja grupy Bardzo duży zakres problemów zarządzania Brak tendencji odśrodkowych	Efekty synergii operacyjnej Zróżnicowana intensywność integracji Wysoka motywacja Duży potencjał innowacyjny	Efektywne wsparcie finansowe Przejrzysta, elastyczna struktura Szeroka autonomia podmiotów zależnych wpływająca pozytywnie na motywację Ograniczony zakres problemów zarządzania Duży potencjał innowacyjny
Słabe strony	Mała elastyczność struktury Ograniczony potencjał innowacyjny Słaba motywacja	Trudności zarządzania efektami synergistycznymi Trudność realizacji długookresowych celów i strategii Tendencje odśrodkowe	Słaba integracja Brak synergii operacyjnej Silne tendencje odśrodkowe

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Kaczmarek i Glinkowska 2012; Gołąb i Trocki 2003)

4. Podsumowanie i wnioski,

Przedstawione powyżej teoretyczne aspekty funkcjonowania ubezpieczeniowych grup kapitałowych nie wyczerpują tematyki związanej z działalnością we współczesnej gospodarce tychże podmiotów. Niniejsza praca stanowi jedynie zwięzłe przedstawienie wybranych zagadnień.

Tematyka grup ubezpieczeniowych jest w literaturze przedmiotu zagadnieniem rzadko poruszonym pomimo coraz większego znaczenia tych podmiotów na rynku nie tylko usług ubezpieczeniowych, lecz również rynku finansowego. Ponadto w tematyce tej spotyka się na liczne problemy związane chociażby z dylematami terminologicznymi. Już w zakresie tylko definicji pojęcia grupy kapitałowej w literaturze napotykamy różne często sprzeczne wyjaśnienia tego pojęcia. Jest to związane przede wszystkim z różnymi doświadczeniami oraz różnymi tradycjami językowymi (anglosaska, niemiecka, francuska, itp.) oraz czerpania z różnorodnych dziedzin wiedzy: prawa, organizacji, zarządzania, ekonomii (Kaczmarek i Glinkowska 2012). Z terminologii anglosaskiej wywodzi się pojęcie „holdingu”, termin „koncern” z niemieckiego obszaru językowego, z kolei określenie „grupa kapitałowa” jest specyficzne dla polskiego nazewnictwa. Jak wskazuje J. Koziński (1996) pojęcia te są „bliskożnaczne i w swej treści oddają także odmienność tradycji i historii gospodarczej”. Dlatego istotne wydają się dalsze prace nad tym zagadnieniem dążące do ujednoczenia i dopracowania terminologii w tym zakresie.

5. Literatura

- Bogusławski Z, Wiankowski S (1996) Formy holdingów w gospodarce, [w:] Wiankowski S (red.), Praktyka tworzenia i funkcjonowania holdingów w gospodarce, Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemśle ORGMASZ, Warszawa.
- CEA (2007) Solvency II: Understanding the Process, <http://www.piu.org.pl>
- Dyrektywa 2002/87/EC Parlamentu Europejskiego i Rady z 16 grudnia 2002 r. w sprawie dodatkowego nadzoru nad instytucjami kredytowymi, przedsiębiorstwami ubezpieczeniowymi i firmami inwestycyjnymi w konglomeratach finansowych, OJ L 35, 11.02.2003, p.1.
- Dyrektywa 2009/138/WE z dnia 25 listopada 2009 r. w sprawie podejmowania i prowadzenia działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej (Wypłacalność II)
- Dyrektywa 98/78/EC Parlamentu Europejskiego i Rady z 27 października 1998 r. w sprawie dodatkowego nadzoru przedsiębiorstw ubezpieczeniowych i reasekuracyjnych w grupach ubezpieczeniowych i reasekuracyjnych, OJ L 330, 5.12.1998.
- Gołąb P (2012) Grupy kapitałowe na współczesnym rynku ubezpieczeniowym, Poltext, Warszawa.
- Gołąb P (2005) Grupy ubezpieczeniowe na rynku Unii Europejskiej. Procesy koncentracji i konsolidacji, [w:] Monkiewicz J (red.) Jednolity rynek ubezpieczeń w Unii Europejskiej, Warszawa.
- Gołąb P, Trocki M (2003) Integracja personalna w ubezpieczeniowych grupach kapitałowych, Wiadomości Ubezpieczeniowe, nr 7-8.
- Griffin RW (1996), Podstawy zarządzania organizacjami, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Kaczmarek B, Glinkowska B (2012) Tworzenia grup kapitałowych i aliansów strategicznych, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Monkiewicz J (2005), Jednolity rynek ubezpieczeń w Unii Europejskiej, Oficyna Wydawnicza Branta, Warszawa.
- Nogalski B, Ronkowski R (2004) Podstawy funkcjonowania polskich grup kapitałowych oraz ich formy organizacyjne i sposoby zarządzania, [w:] Nogalski B, Walentynowicz P (red.), Zarządzanie w grupach kapitałowych. Aspekty organizacyjne, finansowe, właścicielskie i personalne, Wyd. Wyższej Szkoły Administracji i Biznesu im. Eugeniusza Kwiatkowskiego w Gdyni, Gdynia: 11-22.
- Koziński J (1996) Lokalizacja funkcji organicznych w strukturze ugrupowania gospodarczego, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej, maszynopis powielony, Wrocław.

9. Specyfika kredytu i pożyczki jako formy finansowania podmiotów gospodarczych

The specificity of credit and loans as a form of financing business entities

Lesiak Magdalena

Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny

Opiekun naukowy: dr Artur Sajnog

Lesiak Magdalena: magdalenalesiak2610@gmail.com

Słowa kluczowe: kredyt, pożyczka, kredytowanie działalności gospodarczej

Streszczenie

Niniejszy artykuł koncentruje się na tematyce dotyczącej specyfiki kredytu oraz pożyczki a także praktyce kredytowania podmiotów gospodarczych w Polsce. Kompleksowo przedstawia różnice między kredytem a pożyczką, a także podział kredytów według różnych kryteriów. Obrazuje również mechanizm działania kredytów preferencyjnych. Poruszona problematyka podziału kredytów ma szczególny charakter ze względu na fakt, iż Nadzór bankowy, podobnie jak Ministerstwo Finansów, nie uregulował jednoznacznie kwestii nazewnictwa bankowego, tym samym w polskiej rzeczywistości bankowej funkcjonują odmienne podziały kredytów.

1. Wstęp

Działalność kredytowa jest podstawowym obszarem funkcjonowania każdej instytucji bankowej. Produkty bankowe wzbudzają coraz większe zainteresowanie. Finansowanie za pomocą kapitału obcego umożliwia wykorzystanie efektu dźwigni finansowej. Rezultatem owego działania mogą być lepsze wyniki finansowe niż w przypadku korzystania wyłącznie z własnych środków finansowych. Chociaż w pierwszym etapie skorzystanie z kapitału obcego prowadzić może do pogorszenia wskaźników finansowych, finalnie jednak w sytuacji racjonalnego wykorzystania pieniędzy przyczynia się do poprawy kondycji finansowej. Aczkolwiek pomimo popularyzacji korzystania z obcych źródeł finansowania często pojęcia *kredyt* oraz *pożyczka* stosowane są zamiennie, wbrew temu, iż owe terminy nie są tożsame. Ich istotą jest zaciągnięcie długu, jednak skutki prawne podpisania wspomnianych umów znacząco różnią się od siebie.

Pojęcie *kredyt* można odnaleźć w obowiązującej ustawie Prawo Bankowe z dnia 29 sierpnia 1997 r. w rozdziale 5, art. 69 § 1: „Przez umowę kredytu bank zobowiązuje się oddać do dyspozycji kredytobiorcy na czas oznaczony w umowie kwotę środków pieniężnych z przeznaczeniem na ustalony cel, a kredytobiorca zobowiązuje się do korzystania z niej na warunkach określonych w umowie, zwrotu kwoty wykorzystanego kredytu wraz z odsetkami w oznaczonych terminach spłaty oraz zapłaty prowizji od udzielonego kredytu” (Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo Bankowe (Dz.U. 1997 Nr 140 poz. 939, z późm. zm.)). Prawo bankowe klarownie stwierdza, że podmiotem udzielającym kredytów może być jedynie bank. Art. 171 Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. - Prawo bankowe informuje, że: „Kto bez zezwolenia prowadzi działalność polegającą na gromadzeniu środków pieniężnych innych osób fizycznych, osób prawnych lub jednostek organizacyjnych niemających osobowości prawnej, w celu udzielania kredytów, pożyczek pieniężnych lub obciążania ryzykiem tych środków w inny sposób, podlega grzywnie do 10 000 000 złotych i karze pozbawienia wolności do lat 5” (Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo Bankowe (Dz.U. 1997 Nr 140 poz. 939, z późm. zm.)).

Termin *pożyczka* reguluje natomiast Kodeks Cywilny art. 720. § 1: „Przez umowę pożyczki dający pożyczkę zobowiązuje się przenieść na własność biorącego określoną ilość pieniędzy albo rzeczy oznaczonych tylko co do gatunku, a biorący zobowiązuje się zwrócić tę samą ilość pieniędzy albo tę samą ilość rzeczy tego samego gatunku i tej samej jakości. Umowa pożyczki, której wartość przekracza pięćset złotych, wymaga zachowania formy dokumentowej” (Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. 1964 Nr 16 poz. 93, z późm. zm.)).

W polskim porządku prawnym nie występuje legalna definicja podmiotu gospodarczego. Na potrzeby niniejszej pracy można przyjąć, iż jest to każdy podmiot, który podejmuje działalność gospodarczą. By określić zakres definicji podmiotu gospodarczego należy posłużyć się analogicznie pojęciem przedsiębiorcy w myśl ustawy o swobodzie działalności gospodarczej zgodnie z którą: „Przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej” (Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, (Dz.U. 2004 Nr 173 poz. 1807, z późn. zm.)). Przedsiębiorstwa mogą mieć różne formy organizacyjno-prawne, obejmują również samo zatrudnionych oraz przedsiębiorstwa rodzinne, które funkcjonują w rzemiośle i innych sektorach (Grudzewski i in. 2010).

2. Różnice między kredytem a pożyczką

W kredycie bankowym tak jak w pożyczce następuje powstanie zobowiązania, które musi zostać spłacone. Aczkolwiek te umowy nie są tożsame, a ich podpisanie skutkuje różnymi następstwami prawnymi oraz finansowymi.

Tab.1 Główne różnice pomiędzy kredytem a pożyczką.

Wyszczególnienie	Kredyt bankowy	Pożyczka
regulacje prawne	ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Prawo bankowe	ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny
przedmiot umowy	środki pieniężne	środki pieniężne, przedmioty (oznaczone co do gatunku)
strona udzielająca	Bank	każdy, kto posiada środki finansowe (osoba fizyczna, instytucja finansowa)
cel, na który przyznano środki	precyzyjnie określony w umowie	dowolny
forma zawarcia umowy	umowa musi być zawarta w formie pisemnej	umowa powinna być zawarta w formie pisemnej gdy przedmiotem umowy jest kwota powyżej 500 zł
koszty	zazwyczaj odpłatny (prowizja od przyznanego finansowania oraz odsetki od wykorzystanego kredytu)	może być nieodpłatna

(Urząd Komisji Nadzoru Finansowego (w ramach programu "Porozmawiajmy o finansach").

Warunki zawarcia umowy kredytowej są ściśle określone. Aby miała moc prawną należy ją sporządzić na piśmie oraz uwzględnić informacje dotyczące: kwoty kredytu, całkowitego kosztu kredytu, oprocentowania kredytu, wysokości prowizji, przeznaczenia kredytu (wyjątkiem są kredyty konsumpcyjne, które przeznacza się na zaspokojenie bieżących potrzeb), warunków zwrotu, w tym dokładnego terminu zwrotu kredytu. Znamienny jest również fakt, iż otrzymane pieniądze nie stają się własnością kredytobiorcy. Dlatego bank kontroluje w jaki sposób i czy zgodnie z celem wykorzystywane są pożyczone środki finansowe. Procedura przyznania kredytu jest bardziej skomplikowana niż otrzymanie pożyczki i de facto wiąże się również z większymi kosztami. Jednak kredyt może udzielać wyłącznie bank, który jako instytucja finansowa zobowiązany jest przestrzegać Kodeksu Etyki Bankowej oraz innych ściśle określonych procedur. Zwiększa to bezpieczeństwo zawieranych transakcji finansowych. Chociaż udzielenie kredytu jest czynnością, która zgodnie z prawem, jest zarezerwowana wyłącznie dla banków nie oznacza to, że każde zobowiązanie zaciągnięte w banku jest kredytem. Banki mają też możliwość udzielania pożyczek, w przypadku,

gdy środki finansowe do dyspozycji pochodzą z ich zasobów własnych. Podkreślić należy, że zależność ta nie jest jednak odwrotna. W przypadku pożyczek nie mają zastosowania, aż tak rygorystyczne kryteria. Stroną udzielającą może być każdy kto dysponuje środkami finansowymi, zarówno osoba fizyczna jak i instytucja finansowa, przyczynia się to do zwiększenia ryzyka oszustw finansowych. Na rynku funkcjonuje wiele instytucji, które oferują „kredyty” (tzw. chwilówki); jest to jednak nazwa używana wyłącznie marketingowo, a oferowany produkt nie jest kredytem a pożyczką (https://www.knf.gov.pl/Images/Kredyt_bankowy_i_pożyczka_Wojcicka_tcm75-42175.pdf). Zatem uwzględniając negatywne i pozytywne strony zarówno kredytu jak i pożyczki, wybór odpowiedniej formy kapitału obcego dokonywany jest na podstawie własnej wiedzy, poszczególnych umiejętności oraz z uwzględnieniem realnych możliwości kredytobiorcy (Skowronek-Mielczarek 2003).

3. Rodzaje kredytów

Nadzór bankowy, podobnie jak Ministerstwo Finansów, nie uregulował jednoznacznie kwestii nazewnictwa bankowego, dlatego w polskiej rzeczywistości bankowej funkcjonują odmienne podziały kredytów. Kredyty można podzielić według różnych kryteriów (Dobosiewicz 2007):

- ze względu na okres kredytowania, czyli okres od uzyskania kredytu do jego całkowitej spłaty: kredyty krótkoterminowe, średnioterminowe, długoterminowe;
- w zależności od formy płatności wówczas dzielimy je na: kredyty gotówkowe i bezgotówkowe;
- wyróżniamy również kredyty komercyjne i preferencyjne;
- kiedy wyznacznikiem podziału kredytów jest waluta, w której odbywa się transakcja wyróżnia się kredyty dewizowe oraz złotówkowe;
- w podziale kredytów związany z typem rachunku ich rozliczenia wyróżnia się kredyty w rachunku kredytowym oraz w rachunku bieżącym;
- opierając się o kryterium związane z celowością wzięcia kredytu wyodrębniamy trzy podstawowe obszary: kredyty budowlano – mieszkaniowe, gospodarcze i dla ludności;
- do zaspokojenia potrzeb przedsiębiorstw w obszarze środków obrotowych pomocne są również kredyty obrotowe.

Kredyty krótkoterminowe przyznawane są na okres do jednego roku, kredyty średnioterminowe od 1 roku do 5 lat a kredyty długoterminowe pozyskiwane są na okres powyżej 5 lat.

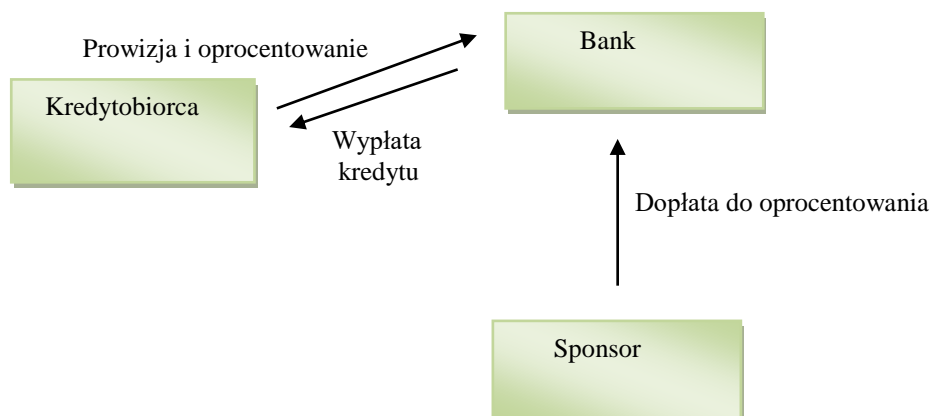
Kredyty gotówkowe w całości wypłacane są w gotówce, np. kredyt studencki, lombardowy. W przypadku kredytów bezgotówkowych bank wypłaca pieniądze przelewem na konto wykonawcy usługi lub dostawcy. Jednak w pewnych warunkach umowa może przewidywać wypłatę w gotówce pewnej części kredytu.

Kredyty komercyjne to kredyty, których koszt wynika z rachunku ekonomicznego przeprowadzonego przez bank, uwzględniającego koszt pieniądza i konkurencję innych banków. Część banków udziela również kredytów preferencyjnych, które są przyznawane w oparciu o mniej restrykcyjne warunki niż wynikające z rachunku ekonomicznego ze względu na dopłaty do nich i niższe oprocentowanie. Dedykowane są głównie na finansowanie społecznych i ekonomicznych celów polityki państwa.

Mechanizm kredytu preferencyjnego zawarty jest w umowie między bankiem a instytucją pełniącą funkcję sponsora. Przeważnie jest nim instytucja państwowa, np. fundusz, agencja, ministerstwo, zagraniczna instytucja rządowa, międzynarodowa organizacja finansowa. Bank uzyskuje standardowe oprocentowanie kredytu, którego wielkość uzależniona jest od rzeczywistego ryzyka ponoszonego przez bank. W sytuacji kiedy ryzyko ponosi instytucja współfinansująca kredyt, pobierane przez bank oprocentowanie jest zazwyczaj mniejsze - część oprocentowania regulowana jest bezpośrednio przez kredytobiorcę a część przez instytucję sponsorującą (Jochimsen i Leiner 1978).

Kredyty dewizowe są nominowane w konkretnej walucie (euro, dolar, frank szwajcarski i kilka innych walut). Koszty szacowane są także w tych walutach a następnie zostają przeliczone na

złote (po kursie dnia) i wypłacane. Zwracane są również w złotówkach a raty uzależnione są od kursu danej waluty w dniach spłat. Paradoksalnie tylko nieliczna część kredytów dewizowych realizowana jest w dewizach – jest tak gdy kredyt zostaje wykorzystany na uregulowanie określonych zobowiązań zagranicą (wtedy powinien być zwrócony w takiej samej walucie, w której został zaciągnięty). Koszt kredytu dewizowego warunkują: oprocentowanie (zazwyczaj niskie, poniżej 10 %), prowizja (przeważnie 1% kapitału kredytu), koszt związany z deprecjacją (spadkiem wartości) złotego w czasie kredytowania, koszt różnic kursowych.



Rys. 1 Mechanizm kredytu preferencyjnego (Dobosiewicz 2005).

W przypadku kredytów w rachunku kredytowym bank zakłada specjalny rachunek w związku z każdym kredytem, na którym realizowane są wszystkie wypłaty i wpłaty dotyczące kredytu. Spłacane są zgodnie ze standardowo zaakceptowanymi zasadami, tzn. oprocentowanie pobierane jest od całego niespłaconego kapitału kredytu. Odmienne reguły obowiązują w przypadku kredytów w rachunku bieżącym, w których wszystkie rozliczenia regulowane są poprzez normalny, bieżący rachunek klienta. W przypadku przedsiębiorstw limit kredytu wyliczany jest na podstawie wysokości obrotów na rachunku bieżącym, rodzaju proponowanych zabezpieczeń spłaty kredytu oraz poziomu zdolności kredytowej. Przyznawany jest z reguły na rok. Wszystkie wpływy na rachunek pomniejszają aktualne zadłużenie. Odsetki naliczane są od wysokości faktycznego zadłużenia i pobierane co miesiąc z rachunku. Spłata odsetek wliczana jest w ciężar limitu kredytowego. Spłata kredytu następuje automatycznie z bieżących wpływów na rachunek. Kredyt w rachunku bieżącym oprocentowany jest według stałej lub zmiennej stopy procentowej ustalonej z uwzględnieniem stawki WIBOR i marży banku. Oprocentowanie to waha się w przedziale kilku/kilkunastu procent w skali roku (<http://www.comperia.pl/rodzaje-kredytow-dla-firm-i-ich-przeznaczenie.html>).

Przykładowo kredytami na konkretne przeznaczenie odnoszącymi się strictly do sfery gospodarczej są kredyty inwestycyjne, które są kredytami długoterminowymi, udzielanymi na sfinansowanie wydatków inwestycyjnych związanych z prowadzeniem oraz rozwojem działalności gospodarczej. Wykorzystywane zostają jako źródło finansowania przedsięwzięć inwestycyjnych związanych z modernizacją, odtworzeniem lub powiększeniem majątku trwałego przedsiębiorstwa. Środki finansowe uzyskane są przeznaczane na budowę nowych lub rozbudowę już istniejących linii produkcyjnych oraz zakup maszyn i urządzeń, nabycie nieruchomości. Kwota kredytu warunkowana jest dyspozycją kredytobiorcy stosownie do jego indywidualnych potrzeb. Wypłacana jest jednorazowo bądź w transzach dostosowanych do harmonogramu realizacji inwestycji (Pruchnicka-Grabias i Szelągowska 2014).

Kredyty obrotowe przeznaczone są na pokrycie potrzeb związanych z zakupami materiałów i towarów. Kredyt jest wypłacany jednorazowo albo w transzach w formie bezgotówkowej lub gotówkowej. Kredyty obrotowe służą do finansowania różnych rozliczeń i na fundusz płac pracowniczych. Okresy kredytów obrotowych są rozmaite, przeważnie krótkie (http://www.pwsz.che.lm.pl/uczelnia/materialy/bankowosc_5.pdf):

- od 1 do 12 miesięcy dla kredytów obrotowych odnawialnych;
- do maksymalnie 36 miesięcy dla kredytów obrotowych nieodnawialnych.

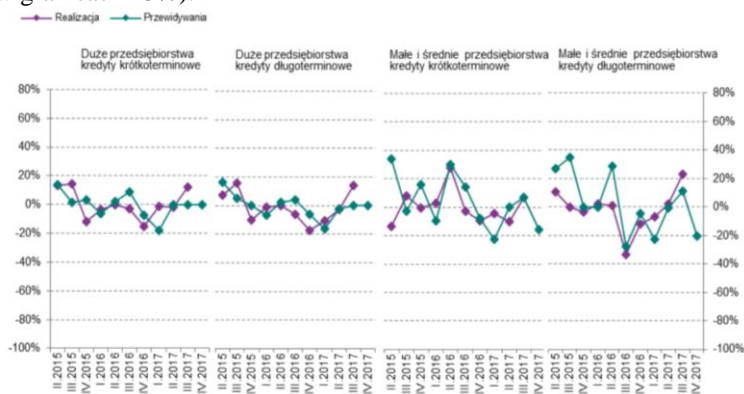
Kredyt obrotowy odnawialny polega na określeniu przez podmiot kredytujący limitu kredytowego z bankiem. W takim przypadku przedsiębiorstwo ma prawo zaciągać dług do określonego limitu np.: w sytuacji konieczności uregulowania płatności z dostawcami za dobra i usługi. Po zainkasowaniu zaległych należności następuje spłata kredytu a limit ponownie może być wykorzystany przez owe przedsiębiorstwo. Innymi słowy kredyt obrotowy odnawialny umożliwia zaciąganie zobowiązania dowolną ilość razy do kwoty uzgodnionego limitu przez określony czas.

W przypadku kredytu obrotowego nieodnawialnego podobnie jak w poprzednim przypadku następuje ustalenie limitu kredytu między przedsiębiorstwem, a bankiem. Natomiast zasadnicza różnica polega na tym, iż w późniejszym okresie, otrzymanie kredytu na stałe obniża dostępny limit o kwotę zaciągniętego kredytu. Tym samym spłata zobowiązania nie przywraca dostępnego limitu do pierwotnej wielkości. Każda kolejna uruchomiona kwota kredytu zmniejsza limit, który pozostaje do wykorzystania przez przedsiębiorstwo.

4. Praktyka kredytowania działalności podmiotów gospodarczych w Polsce¹

Najistotniejszym zewnętrznym źródłem finansowania przedsiębiorstwa są kredyty bankowe. Prawdopodobnie zaciągnięty kredyt może być zarówno instrumentem finansowania bieżącej działalności operacyjnej przedsiębiorstwa jak i źródłem finansowania inwestycji, tym samym kredyt może stać się niezbędnym elementem rozwoju przedsiębiorstwa (Korzeb i Koleśnik 2016).

W III kwartale 2017 r. ankietywane banki w niewielkim stopniu obniżyły kryteria udzielania kredytów dla przedsiębiorstw w porównaniu z poprzednim okresem (Rys. 2). Największe złagodzenie dotyczyło segmentu kredytów długoterminowych dla małych i średnich przedsiębiorstw (procent netto oscyluje w granicach 23%).

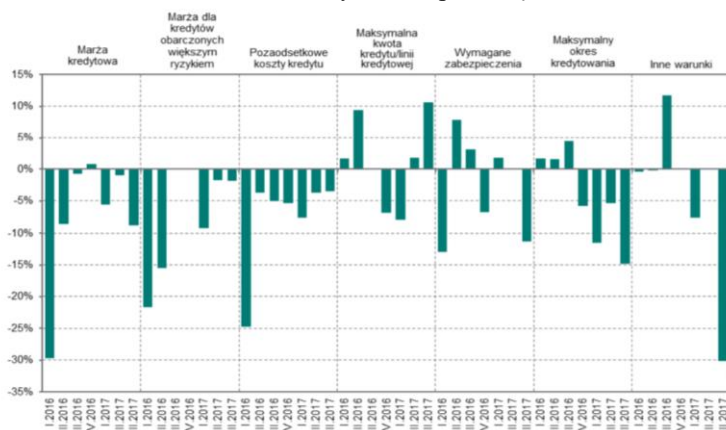


Rys.2 Kryteria udzielania kredytów dla przedsiębiorstw (<http://www.nbp.pl>, dostęp na dzień 09.12.2017r.).

Banki radykalizowały poszczególne warunki polityki kredytowej (Rys. 3). Tym samym skróciły maksymalny okres kredytowania oraz zwiększyły wymagania dotyczące wkładu własnego a także podniosły marżę kredytową (procent netto odpowiednio około -15%, -11%, -9%). Oprócz tego niektóre banki zdecydowały się na zaostrzenie takich warunków jak: zaostrzenie polityki kredytowej w zakresie finansowania rolników indywidualnych (procent netto około -30%).

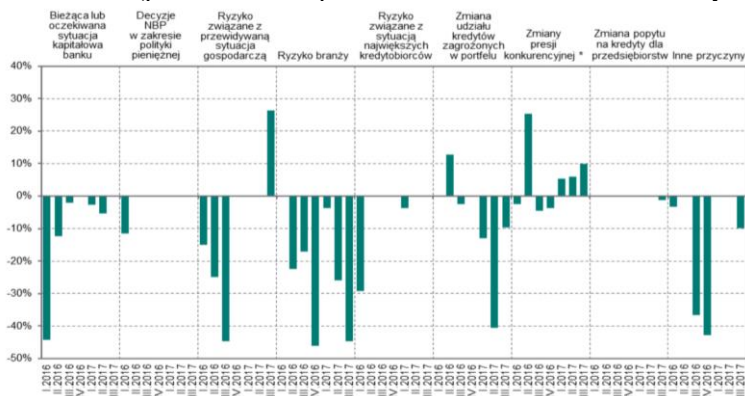
¹ Wykresy zawarte w owym opracowaniu przedstawiają procent netto. Dodatnią wartość procentu netto należy rozumieć jako złagodzenie polityki kredytowej lub wzrost popytu na kredyty, a ujemną wartość procentu netto – jako zaostrzenie polityki kredytowej lub spadek popytu na kredyty.

Równocześnie niektóre banki zwiększyły maksymalną kwotę dostępnego kredytu (procent netto około 11%). Natomiast warunki udzielania kredytów dla przedsiębiorstw nie zmieniły się istotnie.



Rys.3 Warunki udzielania kredytów dla przedsiębiorstw (<http://www.nbp.pl>, dostęp na dzień 09.12.2017r.).

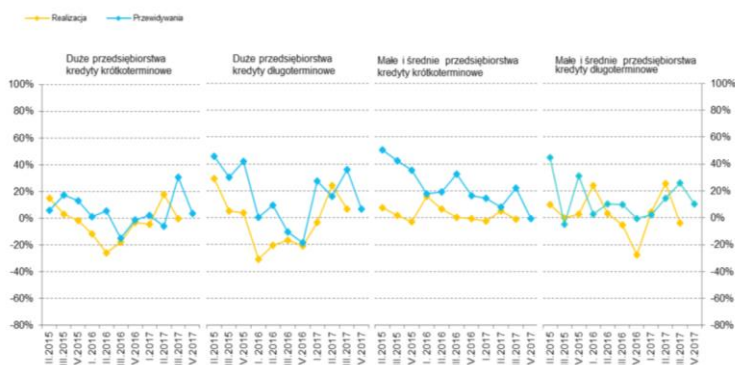
Złagodzenie polityki kredytowej w III kwartale 2017 r. banki argumentowały głównie poprawą sytuacji gospodarczej (procent netto około 26%, Rys. 4). Z kolei zaostrzenie warunków kredytowych nastąpiło w wyniku zwiększenia ryzyka związanego z kredytowaniem podmiotów z niektórych branż (budownictwo, branża rolnicza) tudzież z pogorszeniem jakości kredytów dla przedsiębiorstw w bankach (procent netto odpowiednio około -45% oraz -10%, Rys. 4).



Rys.4 Przyczyny zmian polityki kredytowej¹ (<http://www.nbp.pl>, dostęp na dzień 09.12.2017r.).

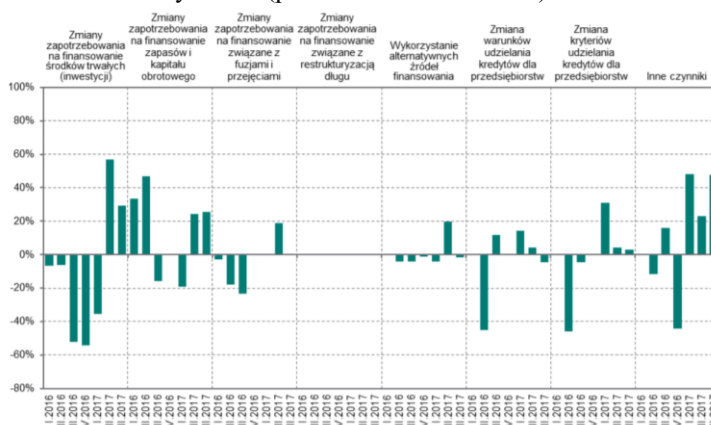
W III kwartale 2017 r. banki nie odnotowały znaczącej zmiany popytu zgłaszanego przez przedsiębiorstwa na kredyty (Rys. 5).

¹ Banki oceniają zmiany presji konkurencyjnej ze strony innych banków, nie bankowych instytucji finansowych a także rynków finansowych. Na powyższym wykresie prezentowana jest średnia arytmetyczna tych ocen. Wiadomość o przyczynach zmian polityki kredytowej przekazują banki, które dokonały zmian polityki kredytowej.



Rys.5 Popyt na kredyt dla przedsiębiorstw (<http://www.nbp.pl>, dostęp na dzień 09.12.2017r.).

Banki, które odczuły wzrost popytu na kredyty dla przedsiębiorstw, racjonalizowały go przede wszystkim większym zapotrzebowaniem na finansowanie inwestycji przedsiębiorstw (procent netto około 29%) i wzrostem zapotrzebowania na finansowanie zapasów oraz kapitału obrotowego (procent netto około 26%, Rys. 6). Tylko w opinii niektórych banków do wzrostu popytu zgłaszanego przez przedsiębiorstwa przyczyniły się również inne czynniki, tj. możliwość skorzystania z dotacji unijnych oraz poszerzenie oferty banku (procent netto około 48%).



Rys.6 Przyczyny zmian popytu na kredyt dla przedsiębiorstw¹ (<http://www.nbp.pl>, dostęp na dzień 09.12.2017r.).

Na IV kwartał 2017 r. banki przewidywały zaostrzenie polityki kredytowej w segmencie kredytów dla małych i średnich przedsiębiorstw (Rys. 2). Aczkolwiek pojedyncze banki spodziewały się wzrostu popytu, zwłaszcza w segmencie kredytów długoterminowych dla małych i średnich przedsiębiorstw. Owe przewidywania poniekąd sprawdziły się.

5. Zakończenie

Reasumując, powyższe rozważania można stwierdzić, iż dokonanie transakcji kredytowej uwarunkowane jest od posiadania przez podmiot gospodarczy zdolności kredytowej zarówno w ujęciu ilościowym oraz jakościowym, a także od wiarygodności kredytowej. Zasadniczym

¹ Informację o przyczynach zmian popytu na kredyt podają banki, które zaobserwowały zmianę popytu.

czynnikiem, który wpływa na ocenę zdolności kredytowej jest kompletność i zgodność z aktualnym stanem faktycznym oraz prawnym informacji i dokumentów zebranych przez bank o sytuacji ekonomiczno-finansowej przedsiębiorstwa. Przedstawiono kryteria udzielania kredytów, które rozumiane są jako określone przez bank minimalne standardy zdolności kredytowej, jakie musi spełnić kredytobiorca, aby uzyskać kredyt. Warunki udzielania kredytów to cechy umowy kredytu, które uzgadniane są przez bank oraz kredytobiorcę, z uwzględnieniem marży odsetkowej, pozaodsetkowego kosztu kredytu, wymaganego zabezpieczenia, maksymalnej kwoty kredytu a także maksymalnego okresu kredytowania. Podkreślić należy również fakt, że bank jako instytucja finansowa dąży do zminimalizowania ryzyka kredytowego dlatego przeprowadza szczegółową ocenę zdolności kredytowej. Jeżeli jej wynik wskaże nadmierne ryzyko, bank może zażądać dodatkowego zabezpieczenia kredytu. Owe dodatkowe zabezpieczenie będzie gwarancją, iż w przypadku trudności finansowych kredytobiorcy bank odzyska całość bądź przynajmniej część zaangażowanych środków. Prawo bankowe przewiduje również możliwość udzielenia kredytów klientom nieposiadającym zdolności kredytowej: „Osobie fizycznej, prawnej lub jednostce organizacyjnej niemającej osobowości prawnej, o ile posiada zdolność prawną, które nie mają zdolności kredytowej, bank może udzielić kredytu pod warunkiem:

- 1) ustanowienia szczególnego sposobu zabezpieczenia spłaty kredytu;
- 2) przedstawienia niezależnie od zabezpieczenia spłaty kredytu programu naprawy gospodarki podmiotu, którego realizacja zapewni – według oceny banku – uzyskanie zdolności kredytowej w określonym czasie (Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe Dz.U. 1997 Nr 140 poz. 939, art. 70, ust. 1.).

6. Bibliografia

Literatura

Dobosiewicz Z (2005) Bankowość: 299.

Dobosiewicz Z. (2007) Kredyty i gwarancje bankowe: 77-83.

Grudzewski WM, Hejduk IK, Sankowska A, Wańtuchowicz M (2010) Sustainability w biznesie, czyli przedsiębiorstwo przyszłości. Zmiany paradygmatów i koncepcji zarządzania: 250.

Jochimsen H, Leiner G (1978) Zur Beurteilung des einzelbetrieblichen Förderungsprogrammes: wirtschaftliche Entwicklung und Planrealisation geförderter Betriebe. Ber. Landwirtsch, Band 56, nr 1: 115-128.

Korzeb Z, (red.) Koleśnik J (2016) Kredyty bankowe dla przedsiębiorców [w:] Bankowość detaliczna: 140.

Pruchnicka-Grabias I, (red.) Szelałowska A (2014) Finansowane działalności gospodarczej w Polsce: 20.

Skowronek-Mielczarek A (2003) Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania: 118.

Akty prawne

Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. 2004 Nr 173 poz. 1807, z późm. zm.).

Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. 1964 Nr 16 poz. 93, z późm. zm.).

Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo Bankowe (Dz.U. 1997 Nr 140 poz. 939, z późm. zm.).

Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe Dz.U. 1997 Nr 140 poz. 939, art. 70, ust. 1.).

Strony internetowe

<http://www.comperia.pl/rodzaje-kredytow-dla-firm-i-ich-przeznaczenie.html>, dostęp na dzień 09.12.2017r.

http://www.pwsz.chelm.pl/uczelnia/materialy/bankowosc_5.pdf, dostęp na dzień 09.12.2017r.

https://www.knf.gov.pl/Images/Kredyt_bankowy_i_pozyczka_Wojcicka_tcm75-42175.pdf, dostęp na dzień 09.12.2017 r.

Urząd Komisji Nadzoru Finansowego (w ramach programu "Porozmawiajmy o finansach").

<http://www.nbp.pl>, dostęp na dzień 09.12.2017r.

10. Bezpieczeństwo konsumenta na rynku telefonii mobilnej

Consumer safety in the market for mobile telephony

Łęgowski Szymon, Kędzior Justyna

Katedra Rynku i Konsumpcji, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Opiekun naukowy: dr hab. Robert Wolny

Wolny Robert: robert.wolny@ue.katowice.pl

Słowa kluczowe: bezpieczeństwo klienta, usługi telefonii komórkowej, zagrożenia rynkowe.

Streszczenie

Celem przedstawionych w artykule rozważań jest ukazanie kwestii dotyczących bezpieczeństwa konsumenta na rynku telefonii komórkowej w Polsce. Artykuł przygotowano w oparciu o analizę wybranej literatury przedmiotu oraz ogólnodostępnych raportów i opracowań, które zostały udostępnione przez odpowiednie instytucje rządowe. Pierwsza część artykułu została poświęcona rozważaniom definicyjnym pojęć bezpieczeństwa oraz konsumenta. Kolejna część przedstawia rynek telefonii mobilnej w Polsce. Ostatnia część przedstawia aspekty dotyczące bezpieczeństwa konsumenta na rynku. Artykuł ma charakter przeglądowy.

1. Wprowadzenie

Rynek telekomunikacyjny w Polsce cały czas się rozwija. Pojawiają się, jak i również szybko znikają coraz to nowsi operatorzy. Zakres oferowanych przez nich usług jest bardzo szeroki i stale się zmienia, co częściowo związane jest z rozwojem nowoczesnych technologii (technologie informatyczne, technologie informacyjno-komunikacyjne) oraz dostosowywaniem oferty do potrzeb konsumentów. Dochodzi do tego kwestia regulacji prawnych, które także w ostatnich latach ulegają zmianie oraz pojawiające się w ostatnim czasie różnego rodzaju nowe zagrożenia. Tworzy to pewnego rodzaju niepewność funkcjonowania na rynku dla konsumenta. Wszystko to pokazuje, jak ważną kwestią jest odpowiednia edukacja konsumentów oraz informowanie ich o funkcjonowaniu samego rynku, ze szczególnym uwzględnieniem pojawiających się na nim zagrożeń.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie aspektów dotyczących bezpieczeństwa użytkowników na rynku telekomunikacyjnym w Polsce. W obliczu wielu zagrożeń, które pojawiają się na rynku oraz obecnych warunków, wydaje się to niezwykle istotne. Konsument musi posiadać określoną wiedzę na temat funkcjonowania rynku, aby móc podejmować właściwe decyzje oraz zabezpieczyć się przed zagrożeniami, wynikającymi z rynku.

2. Bezpieczeństwo, a konsument

Pojęcie bezpieczeństwa ma wiele różnych definicji. Prosto rozumiana sytuacja, w której nie występuje żadne zagrożenie (brak zagrożeń) nie wypełnia całkowicie definicji bezpieczeństwa. To stan, który pozwala odczuć (określonemu podmiotowi) pewność oraz szansę jej zachowania i możliwość na rozwój, doskonalenie (Kaczmarek, Łepkowski, Zdrodowski i in. 2008). Można je uznać za podstawową z ludzkich potrzeb. Charakterystyczny dla bezpieczeństwa jest pewien, określony i akceptowalny poziom ryzyka (straty w posiadanych dobrach i zasobach - zarówno materialnych, jak i niematerialnych; utraty pracy, szacunku, zdrowia, a nawet życia). Brak bezpieczeństwa może być powodem poczucia zagrożenia oraz niepokoju. Różne podmioty, grupy społeczne, państwo próbują wywierać wpływ na otoczenie zewnątrz oraz własną sferę (wewnętrzną), aby przeciwdziałać pojawiającym się zagrożeniom albo przynajmniej zredukować ich negatywne skutki (Czupryński, Wiśniewski, Zboina i in. 2015). Bezpieczeństwo definiowane jako proces, który pozwala na zapewnianie odczucia, czy też poczucia bezpieczeństwa określonego podmiotu wydaje się być bardziej praktyczne (Koziej 2011). Tak rozumiane bezpieczeństwo wskazuje na dynamiczny i naturalny charakter tego zjawiska (Koziej 2010). W tym znaczeniu bezpieczeństwo określonego podmiotu to domena jego własnej aktywności, której istotą staje się zapewnienie przetrwania (znalezienie sposobu na przetrwanie) oraz możliwości spełnienia swoich

potrzeb (interesów) w niesprzyjających warunkach (różne zagrożenia), wykorzystując szanse, które pojawiają się w otoczeniu. To ryzyka oraz próba przeciwdziałania pojawiającym się zagrożeniom (redukcja ich negatywnych skutków) (Czupryński, Wiśniewski, Zboina 2015).

W literaturze przedmiotu można odnaleźć trzy następujące grupy rodzajowe bezpieczeństwa:

a) ze względu na teren (obszar), który zajmuje:

- bezpieczeństwo regionalne,
- bezpieczeństwo narodowe,
- bezpieczeństwo międzynarodowe,
- bezpieczeństwo globalne;

b) ze względu na relację (stosunek) z obszarem kraju:

- bezpieczeństwo wewnętrzne,
- bezpieczeństwo zewnętrzne;

c) ze względu na dziedzinę, która go dotyczy:

- bezpieczeństwo fizyczne,
- bezpieczeństwo informatyczne,
- bezpieczeństwo polityczne,
- bezpieczeństwo militarne,
- bezpieczeństwo kulturowe,
- bezpieczeństwo ekologiczne,
- bezpieczeństwo energetyczne,
- bezpieczeństwo ekonomiczne (Koziej 2011),
- bezpieczeństwo konsumenta.

W celu wyjaśnienia, czym jest bezpieczeństwo konsumenta, należy wcześniej zdefiniować, kim jest konsument.

Pojęcie konsumenta nie jest jednoznaczne. Można je definiować na wiele sposobów podkreślając odmienne elementy, które mogą go dotyczyć. Jednakże, właściwe wydaje się uznanie, iż konsument to jednostka (podmiot), która nabywa określone usługi oraz produkty na własny użytek, to użytkownik dóbr i usług. Zgodnie z art. 22 Kodeksu Cywilnego: „*Za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową*” (Kodeks Cywilny 1964). Wspomniana definicja ma charakter uniwersalny i dotyczy stosunków cywilnoprawnych. W ekonomii, konsument łączony jest z teorią wyboru oraz jednostkami, które zgłaszają (tworzą) popyt na rynku. Konsument to podmiot ekonomiczny zużywający (spożywający) produkty i usługi na własny użytek, to jednostka konsumująca. Konsumentem może być jednostka (osoba), grupa osób, organizacja (przedsiębiorstwo) (Janoś – Kresło i Mróz B2006). Przy omawianiu pojęcia konsumenta warto zwrócić uwagę na podobne terminy, które bywają często omyłkowo zamiennie wykorzystywane – nabywcę i klienta. Konsument nie dokonuje tylko samego aktu zakupu usługi/produktu, charakterystyczne dla niego jest również niszczenie, zużywanie posiadanych produktów (czyli użytkowanie) (Kędzior 1999). Nabywca to podmiot, który kupuje dany produkt w celu zaspokojenia swoich potrzeb bądź też innych podmiotów. W związku z tym nabywca może być konsumentem lub jednostką, która go reprezentuje (Janoś – Kresło i Mróz B 2006). Natomiast pojęcie klienta jest o wiele szerszym terminem, który uwzględnia także podmioty zgłaszające popyt w celu zaspokojenia potrzeb produkcyjnych. Odmienne, aniżeli wspomniany nabywca, który może dokonywać określone zakupu w celu zaspokojenia potrzeb innych, niż własne (Maciaszczyk 2014). Klient to podmiot, który może wykazywać potencjalne zainteresowanie określonym produktem/usługą (Janoś – Kresło i Mróz B 2006).

3. Rynek telefonii mobilnej w Polsce

Rynek telefonii mobilnej w Polsce dynamicznie się rozwija. Operatorzy mają coraz szerszy wachlarz oferowanych produktów i usług. Rynek telekomunikacyjny, którego telefonia komórkowa jest częścią wyceniono w 2016 roku na 39,47 mld zł. W 2016 roku operatorzy świadczący usługi posiadali 55 mln kart SIM, co wpłynęło na wartość wskaźnika nasycenia usługą telefonii komórkowej, który wynosił 144,2%. W stosunku do roku poprzedniego nastąpił spadek wartości

wskaźnika, za co odpowiadają w głównie zmiany w prawie, dotyczące wymogu rejestracji kart przedpłaconych. W Polsce zgodnie z danymi na koniec 2016 roku usługi telefonii komórkowej świadczy 29 podmiotów (operatorów). Można dokonać ich podziału na operatorów dysponujących niezbędną infrastrukturą techniczną do świadczenia usług (MNO, Mobile Network Operator – pięciu operatorów) oraz pozostałych, którzy nie posiadają odpowiednich środków technicznych do świadczenia usług (MVNO, Mobile Virtual Network Operator – 24 operatorów) i na podstawie specjalnych umów wykorzystują infrastrukturę techniczną największych operatorów. Udział rynkowy pod względem liczby posiadanych użytkowników oraz osiągniętych przychodów przedstawiono w Tabeli 1 (UKE 2017).

Tab.1 Udział rynkowy operatorów według liczby użytkowników i uzyskanych przychodów (w %) w latach 2013-2016.

Operator	Udział rynkowy (liczba użytkowników)				Udział rynkowy (przychody)			
	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
P4 (Play)	18,8	21,9	25,8	27,1	15,5	19,8	23,6	25,4
Polkomtel (Plus)	24,8	22,6	22,6	22,1	30,2	29,3	27,9	26,8
Orange Polska	26,9	26,7	27,7	28,2	29,3	28,3	26,7	25,7
T-Mobile Polska	27	26,8	20,8	18,6	24,5	22,4	21,2	19,9
Pozostali	2,5	2	3,2	4,1	0,4	0,2	0,7	2,3

Źródło: UKE [2017], <https://www.uke.gov.pl/> (dostęp: 20.09.2017).

W tabeli 1 przedstawiono czterech operatorów o największych udziałach rynkowych. W zależności od osiągniętych wyników na koniec roku, operatorzy wymieniają się między sobą pozycją lidera rynkowego. Warto zauważyć, iż na koniec 2013 roku operator sieci Play posiadał zdecydowanie mniejsze udziały rynkowe, niż pozostali operatorzy. Jednakże na koniec 2016 roku różnica pomiędzy Play, a pozostałymi jest niewielka. Może to świadczyć o dynamicznym rozwoju podmiotu, który najwyraźniej przyjął odpowiednią strategię marketingową i wykorzystał szanse pojawiające się w otoczeniu. Operator Play właściwie przygotował swoją ofertę dla konsumentów, którzy zdecydowali się mu zaufać i wybrać jego usługi oraz produkty. Należy zauważyć, iż z roku na rok udziały rynkowe T-Mobile Polska regularnie spadają, aby na koniec 2016 roku nie przekroczyć 20%. Wydaje się to świadczyć o sytuacji problemowej, gdyż przedstawione dane jednoznacznie wskazują na trend spadkowy operatora.

Rynek telefonii mobilnej jest stabilny, jeżeli brać pod uwagę udziały rynkowe głównych operatorów, co przedstawiono w tabeli 1, gdzie zauważalne są się niewielkie różnice, a wartości poszczególnych udziałów nie zmieniają się gwałtownie. Stosunkowo niewielkie różnice pomiędzy operatorami wydają się być powodem ciągłego konkurowania ze sobą operatorów, którzy próbują stale dostosowywać ofertę do potrzeb konsumenta.

W przedstawionej tabeli 1 można zauważyć, iż konsumenci coraz chętniej korzystają z usług mniejszych operatorów, którzy nie posiadają własnej infrastruktury technicznej, a ich udział w rynku powoli rośnie.

4. Bezpieczeństwo konsumenta

Omawiając kwestie bezpieczeństwa nie można pominąć samego pojęcia zagrożenia, które niewątpliwie jest związane z rynkiem telefonii mobilnej w Polsce. Pojęcie zagrożenie można

rozumieć prosto jako stan albo sytuacje zagrażające komuś bądź, gdy dana osoba odczuwa określone zagrożenie, niepokój, jak i również kiedy dany podmiot kreuje taką atmosferę (sytuację). Szersza definicja terminu (systemowa) wskazuje na pewien mechanizm, który może przyczynić się do zmiany stanu obecnego (bezpieczeństwo – stan zadowolający) w kierunku potencjalnie niebezpiecznego (zagrożenie – stan, który nie jest zadowolający) (Kwaśniewski, Kundzewicz i Juda-Rezler 2010). Autorzy z zakresu bezpieczeństwa definiują zagrożenie jako pojawienie się z pewnym prawdopodobieństwem określonego stanu, które będzie niebezpieczne dla otoczenia (negatywny charakter zjawiska). W przedstawionych definicjach można zauważyć, iż zagrożenie należy wiązać z występowaniem stanu (sytuacji) niebezpiecznej dla otoczenia (Kompała 2014).

Określone zagrożenie może wynikać z wielu, często odmiennych czynników. Prosty podział pojęcia zagrożenie przedstawia następujące rodzaje zagrożeń:

- zagrożenie wewnętrzne (wynikające z badanego obiektu),
- zagrożenie zewnętrzne (znajdujące się w otoczeniu),
- zagrożenia społeczne (działalność człowieka),
- zagrożenia techniczne (również związane z działalnością człowieka)
- zagrożenia naturalne (zjawiska naturalne, siły natury) (Kwaśniewski, Kundzewicz i Juda-Rezler 2010) (Kompała 2014).

Na rynku telefonii komórkowej w Polsce użytkownicy mogą spotkać się z wieloma sytuacjami, które są potencjalnie niebezpieczne. Do zagrożeń rynkowych należy zaliczyć:

a) Telemarketing – to jedna z form marketingu bezpośredniego, której zasadniczym celem jest przekonanie konsumenta do korzystania z produktu/usługi określonej firmy, czyli zarówno pozyskiwanie, jak i utrzymanie obecnych klientów (Kowalczyk i Wojtaszek 2015);

b) Zmowy cenowe – może to być sytuacja, w której dwie albo więcej organizacji wspólnie podejmują decyzje (handlowe): o cenie danego produktu/usługi, wielkości produkcji oraz podziale rynku. To umowy, porozumienia pomiędzy danymi podmiotami na rynku w zakresie ceny produktu (usługi), celem zwiększenia własnych dochodów poprzez uniknięcie wzajemnej konkurencji. (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów 2009);

c) Nieuczciwa konkurencja – to określone działania przedsiębiorców, które należy uznać za niezgodne z obowiązującym prawem, są to na przykład: oznaczenie firmy, które wprowadza w błąd, nieprawdziwe pochodzenie geograficzne, naśladowanie produktów innych podmiotów (Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji);

d) Oszuści, którzy funkcjonują na rynku – czyli różnego rodzaju podmioty, które wprowadzają konsumentów w błąd, sprzedają produkty niepełnowartościowe oraz niezgodne z umową;

e) Niedostateczna ilość informacji – brak dostatecznych informacji, aby obiektywnie ocenić dany produkt pod kątem jego rzeczywistej użyteczności (czy jest potrzebny konsumentowi);

f) Zmieniające się na rynku warunki – szeroko rozumiane czynniki/elementy, to coraz nowsze produkty/usługi, nowe przedsiębiorstwa, nowe technologie i towarzyszące tym wszystkim elementom zagrożenia.

Można zauważyć, iż kwestie związane z bezpieczeństwem nie należą do prostych, a konsument może mieć trudności z podejmowaniem racjonalnych decyzji rynkowych. W interesie konsumenta i w celu kontroli (harmonii) do pewnego stopnia rynku telefonii mobilnej w Polsce, powołano do tych zadań specjalne organy rządowe (instytucje: Urząd Komunikacji Elektronicznej, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Inspekcja Handlowa, Rzecznik Praw Konsumenta). Do najważniejszych należą:

a) Urząd Komunikacji Elektronicznej (UKE) – jest to urząd administracji rządowej, którego jednym z celów jest zajmowanie się obsługą Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Jako organ administracji państwowej ma różne cele swojej działalności, do przykładowych należą:

- wspieranie konkurencji w zakresie dystrybucji (dostarczania) sieci telekomunikacyjnych, pewnych udogodnień towarzyszących bądź też świadczenie usług z obszaru telekomunikacji;
- szeroko rozumiane wspieranie rozwoju rynku wewnętrznego;
- promocja interesów konsumentów (obywateli) Unii Europejskiej;
- realizacja działań (polityki) w obszarze promocji różnorodności językowej, kulturowej, jak i także pluralizmu w mediach;

- zapewnienie (gwarancja) neutralności technologicznej w zakresie przyjmowanych norm prawnych.

Zadania UKE są następujące: organizacja konkursów w zakresie rezerwacji określonych częstotliwości, rezerwacja danych częstotliwości na wyznaczone cele, analiza oraz badanie określonych rynków, sporządzanie w wyznaczonym zakresie rejestru przedsiębiorców (UKE 2017).

b) Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) – to urząd powołany specjalnie do ochrony konsumentów oraz konkurencji na rynku. Jego zasadniczym zadaniem jest, aby przeciwdziałać powstawaniu antykonkurencyjnych umów (porozumień), czy nadużywania przez określony pomiot pozycji dominującej na rynku, jak i również regulacja koncentracji przedsiębiorców. Na czele urzędu stoi Prezes Urzędu Konkurencji i Konsumentów, któremu został podporządkowany Główny Inspektor Inspekcji Handlowej (UOKiK 2017).

c) Inspekcja Handlowa (IH) – to organ powołany w celu kontroli, zajmuje się ochroną interesów konsumenta oraz interesów gospodarczych kraju. Określone zadania organu wykonują wspomniany Prezes UOKiK-u oraz wojewodowie dzięki pomocy określonych jednostek. Do zadań inspekcji należą między innymi:

- kontrolowanie produktów/usług pod kątem określonych wymagań;
- szeroko rozumiana działalność w sprawie konsumenta (zajmowanie się postępowaniami sądowymi, mediacje, porady konsumenckie);
- kontrola przedsiębiorców pod kątem legalności i rzetelności działania (Ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r., o Inspekcji Handlowej);

d) Rzecznik Praw Konsumenta (RPK) – to jednostka wykonująca zadania, które należą do samorządu terytorialnego z obszaru ochrony konsumentów. Podstawowe zadania rzecznika są następujące:

- występowanie w imieniu (reprezentowanie) konsumenta;
- nieodpłatne poradnictwo prawne w zakresie praw konsumenta;
- współdziałania z innymi podmiotami w celu ochrony praw konsumenta.

Pojęcie bezpieczeństwa konsumenta nie ma określonej definicji. Można dokonywać próby definiowania tego terminu poprzez wyróżnianie tego, co jest dla niego charakterystyczne. Bezpieczeństwo konsumenta należy rozumieć jako stan, w którym konsument ma swobodną, nieskrępowaną możliwość funkcjonowania na rynku (nabywania produktów i usług). Trudno jest jednoznacznie określić, co należy rozumieć pod pojęciem bezpiecznej usługi/produktu. Jednakże uzasadnione wydaje się być zwrócenie szczególnej uwagi na trzy elementy, które można nazwać wyznacznikami bezpiecznego produktu/usługi. Są one następujące:

- źródło pochodzenia (pewne),
- instrukcja obsługi,
- określone informacje na temat oferowanej usługi/produktu (Urząd Komunikacji Elektronicznej 2016).

Konsument musi dysponować zestawem określonych informacji na temat produktu/usługi, aby mógł być rzeczywiście bezpieczny i miał możliwość podejmowania racjonalnych (efektywnych) z własnego punktu widzenia decyzji rynkowych. Prawie każda informacja (kraj pochodzenia produktu/usługi, co zawiera i z czego jest wykonany, do czego służy, jak się go obsługuje) na temat usług/produktu może być istotna.

W związku z tym, iż konsumenci funkcjonujący na rynku telefonii komórkowej w Polsce spotykają się z wieloma odmiennymi zagrożeniami, podejmowanie decyzji wcale nie musi być dla nich proste. Właściwie w przypadku każdego konsumenta, można wyjść z założenia, iż dokonuje określonego aktu zakupu w celu możliwie jak najlepszego zaspokojenia własnych potrzeb. Jest to klasyczne podejście związane z teorią wyboru konsumenta zakładającą maksymalizację użyteczności, która jest uzyskana z konsumpcji dóbr przy określonych (ograniczonych) zasobach. W tym celu konsument powinien podjąć określone decyzje rynkowe, do których należą:

- wyznaczenie, czego dotyczyć będzie konsumpcja;
- określenie czasu, który zostanie przeznaczony na pracę oraz wypoczynek;
- podzielenie dochodu na konsumpcje i oszczędności (Sadowska 2014).

W obliczu obecnej sytuacji na rynku telefonii komórkowej w Polsce nie ma jednoznacznej odpowiedzi na pytanie: *Co może zrobić konsument, aby poprawić swoje bezpieczeństwo?* Jednakże możliwe jest wskazanie pewnych kwestii, które niewątpliwie będą stanowiły dobre praktyki działania dla konsumenta: filtrowanie informacji, poszukiwanie określonych informacji we własnym zakresie, wnikliwa analiza przedstawianych przez operatorów ofert, cierpliwość, nie podejmowanie decyzji pod wpływem impulsu oraz korzystanie z pomocy organów kontrolnych.

5. Podsumowanie

Kwestie bezpieczeństwa na rynku telefonii komórkowej w Polsce podyktowane są wieloma aspektami. Duże znaczenie dla bezpieczeństwa ma: specyfika funkcjonowania rynku, stale zmieniające się warunki, różne zagrożenia rynkowe (zmowy cenowe, nieuczciwa konkurencja, oszuści, brak informacji), wiedza i doświadczenie samego konsumenta, posiadane przez uczestników rynkowych zasoby oraz instytucje kontrolujące rynek. Świadomy i dobrze poinformowany konsument ma większą możliwość podejmowania racjonalnych z punktu widzenia własnych potrzeb decyzji. Operatorom telefonii komórkowych nie będzie łatwo sprzedać jakkolwiek usługę/produkt takiemu konsumentowi. Niewątpliwie to oni za pomocą dostępnych narzędzi mają duży wpływ na funkcjonowanie rynku i podejmowanie decyzji przez klientów (również kwestie samego bezpieczeństwa rynku). Jednakże to konsument ostatecznie podejmuje określoną decyzję, to on znajduje się na końcu łańcucha procesu podejmowania decyzji (wybiera dany produkt/usługę) pod wpływem określonych czynników.

6. Literatura

- Czupryński A, Wiśniewski B, Zboina J (red. nauk.) (2015) Bezpieczeństwo. Teoria – Badania – Praktyka. Centrum Naukowo-Badawcze Ochrony Przeciwpowodowej im. Józefa Tuliszkowskiego Państwowy Instytut Badawczy: 9-11.
- Janoś-Kresło M, Mróz B (red. nauk.) (2006) Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce. Szkoła Główna Handlowa Oficyna wydawnicza: 14-15.
- Kaczmarek J, Łepkowski W, Zdrodowski B (red. nauk.) (2008) Słownik terminów z zakresu bezpieczeństwa narodowego. Akademia Obrony Narodowej: 14.
- Kędzior Z (1999) Konsument wobec zmian systemowych w Polsce. „Marketing i Rynek” nr 1: 7.
- Kompała D (2014) Istota zagrożeń. Obronność – Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania i Dowodzenia Akademii Obrony Narodowej nr 3(11) 2014: 24.
- Kowalczyk A, Wojtaszek H (2015) Wybrane aspekty z zakresu telemarketingu. Zeszyty Naukowe. Organizacja i Zarządzanie / Politechnika Łódzka nr z. 62, nr 1203: 74-75.
- Koziej S (2010) Wstęp do teorii i historii bezpieczeństwa. Skrypt internetowy: www.koziej.pl (dostęp: 20.10.2017): 2-3.
- Koziej S (2011) Bezpieczeństwo: istota, podstawowe kategorie i historyczna ewolucja. Bezpieczeństwo narodowe nr 18: 19-20.
- Kwaśniewski J, Kundzewicz Z, Juda-Rezler K (2010) Aksjologia zagrożeń. „Nauka” 4/2010: 19.
- Maciaszczyk M (2014) Teoretyczne aspekty zachowań konsumenckich osób niepełnosprawnych ruchowo. Monografie – Politechnika Lubelska: 9.
- Sadowska E (2014) Satysfakcja i lojalność klientów jako determinanta zachowań konsumentów na rynku telefonii mobilnej. Handel Wewnętrzny nr 1: 241-242.
- Urząd Komunikacji Elektronicznej: <https://www.uke.gov.pl/> (dostęp: 20.09.2017).
- Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (2009) Zmowy cenowe: 11-23.
- Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów: <https://uokik.gov.pl/> (dostęp: 20.08.2017).
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503): art. 5-13.
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. 1964 Nr 16, poz. 93 tj. Dz.U. 2017, poz. 459): art. 22.
- Ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r., o Inspekcji Handlowej, (Dz.U. 2001 Nr 4, poz. 25 tj. Dz.U. 2017, poz. 1063), art. 1, 3, 5.

11. Znaczenie reklamy w budowaniu lojalności użytkowników telefonii komórkowej

The importance of advert in building users loyalty of the market for mobile telephony

Łęgowski Szymon, Kędzior Justyna

Katedra Rynku i Konsumpcji, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Opiekun naukowy: dr hab. Robert Wolny, prof. UE

Wolny Robert: robert.wolny@ue.katowice.pl

Słowa kluczowe: Marketing relacji, zachowanie konsumenta, satysfakcja konsumenta, rynek telekomunikacyjny.

Streszczenie

Artykuł został poświęcony tematyce dotyczącej budowania lojalności konsumenta, ze szczególnym uwzględnieniem roli reklamy w tym procesie. Celem przedstawionych w artykule rozważań jest zwrócenie uwagi na kwestie związane z kreowaniem lojalności konsumenta wobec operatora. Pierwsza część artykułu przedstawia rozważania definicyjne pojęć reklamy oraz lojalności konsumenta, następnie omówiono rynek telefonii mobilnej w Polsce, a ostatnia część przedstawia istotność działań marketingowych w zakresie reklamy, które dotyczą budowania lojalności konsumenta. Artykuł ma charakter przeglądowy.

1. Wprowadzenie

W obliczu zmian, które zachodzą na rynku telefonii mobilnej w Polsce, operatorzy świadczący usługi telekomunikacyjne muszą cały czas monitorować rynek i właściwie odpowiadać na zmiany. Badanie samego rynku, jak i również potrzeb konsumentów jest niezwykle istotne z punktu widzenia operatora, gdyż to właśnie użytkownicy (klienci) są podstawą jego funkcjonowania. Firmy działające na rynku powinny dostosowywać swoje oferty do potrzeb konsumentów, co bez należytego zbadania rynku nie jest w pełni możliwe. Zdobycie zaufania i lojalności konsumenta może skutkować w przyszłości zdobyciem przewagi konkurencyjnej operatora, co powinno być celem długoterminowym każdego przedsiębiorstwa. Istotnym elementem w procesie zdobywania przewagi konkurencyjnej jest komunikacja z konsumentem. Budowanie relacji z klientem wydaje się być kluczowe dla funkcjonowania operatorów, którzy wykorzystują różne dostępne na rynku metody i narzędzia, aby możliwie jak najlepiej komunikować się z konsumentami.

Celem niniejszego artykułu jest zwrócenie uwagi na aspekty, które dotyczą procesu budowania lojalności konsumenta (użytkownika) wobec operatora. Firmy, które funkcjonują na rynku komunikują się z konsumentami w różny sposób. Jednym z ważniejszych sposobów komunikacji jest reklama. Artykuł podkreśla wagę komunikacji z klientem oraz znaczenie (rolę) reklamy w procesie budowania lojalności użytkownika telefonii mobilnej.

2. Pojęcie reklamy oraz lojalności konsumenta

Reklama to podstawowa metoda komunikacji przedsiębiorstwa z otoczeniem. Jest to bardzo ważna część składowa struktury marketingu, który wywiera zdecydowany wpływ na postępowanie (zachowanie) poszczególnych konsumentów (Altkorn 2001). Reklamę można określić jako bezosobową formę przekazu informacyjnego, która zawiera określone propozycje (oferty). Reklamy są wykorzystywane przez różne podmioty, w celu wywierania wpływu na postawy konsumentów za pośrednictwem środków masowego przekazu. Dotyczy to głównie komunikacji w zakresie usługi/produktu oraz idei i instytucji (Grzegorzczak 2010). Wąskie ujęcie reklamy dotyczy całej działalności podmiotu w sferze gospodarczej, która poprzez prawdziwe informacje dotyczące oferowanych usług/produktów, ma na celu wzbudzenie zainteresowania u potencjalnych nabywców.

Natomiast szerokie ujęcie reklamy jest związane ze wszystkimi działaniami zmierzającymi do rozpowszechniania informacji na wyznaczony temat (idei, ludzi, rzeczy czy firm) (Barańska 2011). Reklama powinna w jasny sposób wyznaczyć następujące zakresy decyzyjne:

- zakres ilościowy – ma za zadanie wyznaczenie wielkości, jak i również scharakteryzowanie odbiorców (grupy), kosztów oraz czasu i częstotliwości z jaką wpływa na dany podmiot
- zakres jakościowy – celem jest określenie kategorii stanów, ich ważności oraz intensywności, które ma ze sobą nieść nadawany komunikat (reakcje odbiorców) (Grzegorzczak 2010).

Do najważniejszych (podstawowych) funkcji, jakie spełnia reklama należy zaliczyć:

- a) funkcję informacyjną (kształcąca) – reklama pozwala konsumentowi na poznanie oferty firmy, produktu, który może go zainteresować, ceny oraz porównania proponowanego produktu/usługi z innymi dostępnymi na rynku;

- b) przypominająca (budowanie lojalności) – chodzi o budowanie pewnego przyzwyczajenia u konsumenta do danego produktu/usługi/podmiotu (utrwalanie postaw), ponadto ma za zadanie eksponowanie przewagi danego produktu nad innymi konkurencyjnymi;

- c) perswazyjna (nakłaniająca) – jej celem jest zachęcenie, wywołanie u konsumenta przeświadczenia o konieczności zakupu danego produktu, poprzez ukazanie jego wyższości nad konkurencjom (Garbarski, Rutkowski i Wrzosek 2000) (Kłeczek 1992) (Grzegorzczak 2010).

Zasadniczym celem działań reklamowych jest zapoznanie (przybliżenie) klienta z produktem. Może się to szczególnie wyrażać za pomocą:

- zwiększenia (przyspieszenia) sprzedaży przedsiębiorstwa;
- wsparcia funkcji polegającej na wprowadzeniu określonego produktu/usługi na rynek;
- kreowanie zupełnie nowych grup (odbiorców) produktów;
- zachowanie ciągłej relacji z rynkiem (zbytu);
- wpływanie na postawy konsumenta, aby go przekonać do zakupu (Grzegorzczak 2010).

Reklamę można podzielić:

- a) ze względu na przedmiot reklamy; na reklamę firmy oraz reklamę produktu;
- b) ze względu na źródła oraz sposoby finansowania; na reklamę indywidualną i reklamę wspólną;
- c) ze względu na treść; na reklamę ukrytą, reklamę podprogową, reklamę informacyjną i reklamę, która wprowadza w błąd;
- d) ze względu na media; na reklamę prasową, reklamę medialną, reklamę internetową oraz reklamę radiową.

Powyższy katalog nie jest oczywiście zamknięty i stanowi jedynie wybrane rodzaje reklam, których jest zdecydowanie więcej (Mikosz 2011) (Grzegorzczak 2010).

Działania marketingowe przedsiębiorców, a w tym szczególnie reklama powinny być skierowane do potencjalnego klienta, czyli konsumenta. Konsument to podmiot, osoba, czy też użytkownik, nabywający określony produkt (usługę) na własny użytek w celu konsumpcji (Janoś – Kresło i Mróz 2006). Działalność marketingowa przedsiębiorców ma duży wpływ na zachowanie konsumenta. To między innymi ona ma podstawowy wpływ na budowanie lojalności użytkowników.

Pojęcie lojalności konsumenta nie jest jednoznaczne i ma wiele definicji. W rozumieniu leksykalnym termin lojalności należy rozpatrywać jako: postępowanie albo też przybranie postawy, która nie jest sprzeczna z prawem, prawość, praworzędność, prawomyślność, rzetelność oraz wierność (łacińskie *legalis* – zgodny z prawem) (Tokarski 1980). Rozumiana w ten sposób definicja podkreśla dwa rodzaje lojalności: behawioralny (zachowania), jak i również afektywny (postawy), przy założeniu, że:

- Lojalność to tylko i wyłącznie postępowanie, czyli nabywanie produktów od jednego producenta albo w jednym konkretnym miejscu (u konkretnego sprzedawcy, w konkretnym sklepie). Konsument, który jest lojalny względem firmy jest w stanie poświęcić część swoich interesów, celem wzmocnienia relacji z przedsiębiorstwem.

- Lojalność to tylko postawa, która charakteryzuje się wiernością, oddaniem i dużym zaufaniem do organizacji. To długoterminowa więź (związek) pomiędzy użytkownikiem, a przedsiębiorstwem oferującym usługi/produkty. Konsument akceptuje działalność firmy, w szczególności te w zakresie oferty skierowanej do niego.

- Lojalność to zarówno postawy jak i zachowania. W tym przypadku rozumiana jest jako zaangażowanie (przywiązanie) konsumenta do wybranego typu produktu i miejsc, w których są sprzedawane (Pilarczyk i Kwiatek 2004) (Urban i Siemieniako 2005).

Literatura przedmiotu pozwala zauważyć, iż zarówno krajowe jak i zagraniczne definicje pojęcia lojalności konsumenta, zwracają uwagę na kwestie pozytywnej relacji konsumenta z danym przedsiębiorstwem (więź, przyjaźń). Można powiedzieć, iż lojalny klient charakteryzuje się:

- akceptacją błędów firmy;
- uczestnictwem w kreowaniu pozytywnego wizerunku jednostki;
- brakiem zainteresowania działalnością konkurencji;
- stałymi zakupami u zaufanego przedsiębiorstwa;
- wykorzystywaniem całej oferty firmy (Śmiatacz 2012).

3. Telefonía mobilna w Polsce

Telefonia mobilna zarówno na świecie, jak i w Polsce dynamicznie się rozwija. Powstają nowe podmioty świadczące usługi, a konsumenci mają do wyboru coraz to większy zakres usług oraz produktów. Jednym z powodów takiej sytuacji jest szybko rozwój technologii, w tym technologii informacyjno-komunikacyjnych oraz turbulentne otoczenia organizacji, które cały czas się zmienia. Wymaga to od organizacji stałego monitorowania otoczenia oraz badania potrzeb konsumentów. Operatorzy funkcjonujący na rynku muszą odpowiadać na realne potrzeby konsumenta i szybko adaptować się do nowych warunków rynkowych. Jest to warunkiem ich przetrwania w dłuższej perspektywie czasu.

Na rynku telefonii komórkowej w Polsce działa 29 operatorów, którzy świadczą usługi telefonii ruchomej (dane na koniec 2016 roku). Operatorów, którzy funkcjonują na rynku można podzielić na dwie grupy:

a) Operatorzy posiadający własną infrastrukturę techniczną (MNO – Mobile Network Operator);

b) Operatorzy, którzy nie posiadają własnej infrastruktury (MVNO – Mobile Virtual Network Operator).

Dokładny spis wszystkich operatorów, świadczących usługi telefonii ruchomej, przedstawiono w tabeli 1.

Na rynku funkcjonuje wiele podmiotów, świadczących usługi telefonii mobilnej, tak więc konsumenci mają duży wybór i mogą swobodnie podjąć decyzję, którego operatora wybrać. Jednakże czterech operatorów zdominowało rynek. Ich udziały rynkowe pod względem liczby posiadanych klientów i przychodów wynosiły około 20% dla każdego operatora (dane na koniec 2016 roku). Są to: P4 (Play), Polkomtel (Plus), Orange Polska oraz T-mobile Polska. Warto zauważyć, iż jeszcze w 2013 roku P4 posiadał zdecydowanie mniejsze udziały w rynku, w stosunku do pozostałych podmiotów dominujących. W 2016 roku są to już niewielkie różnice, tak więc Play podjął kilka odpowiednich decyzji biznesowych oraz niewątpliwie należycie wykorzystał pojawiające się na rynku szanse.

W 2016 roku podmioty funkcjonujące na rynku odnotowały w swoich systemach baz danych, aż 55,5 mln kart SIM, co skutkowało nasyceniem rynku na poziomie 144,2 %. Jest to spadek o 2% w stosunku do roku poprzedniego. Pod względem liczby posiadanych użytkowników (zarejestrowanych kart SIM) liderem został Orange Polska (28,2% udziałów w rynku), natomiast znaczący spadek liczby posiadanych klientów można zauważyć u T-Mobile Polska – 13% rok do roku, czego przyczyną jest aktualizacja bazy konsumenckiej (usuwanie nieaktywnych numerów) oraz nowe przepisy prawa. Rynek telefonii komórkowej tworzy znaczne przychody – 16,7 mld zł, jednakże jest to kolejny rok, w którym odnotowano spadek przychodów w stosunku do roku poprzedniego, tym razem o 2,5% w relacji do 2014 roku (UKE 2017).

W związku z tym, iż rynek odnotowuje z roku na rok straty, operatorzy świadczący usługi telefonii mobilnej, powinni przemyśleć własne strategie marketingowe. Prawdopodobnie należy w nich coś zmienić, aby lepiej odpowiadać na potrzeby konsumenta, a w przyszłości zwiększać w ten sposób swoje przychody. Efektywna komunikacja marketingowa (reklamy) jest niezwykle istotna dla pozyskiwania i utrzymania obecnych klientów.

Tab.1 Operatorzy, którzy składają sprawozdania do Urzędu Komunikacji Elektronicznej (stan na koniec 2016 roku).

Lp.	Nazwa operatora	MNO/MVNO
1.	Orange Polska S.A	MNO
2.	Polkomtel Sp. z o.o.	MNO
3.	T-Mobile Polska S.A.	MNO
4.	Netia S.A.	MVNO
5.	Sferia S.A.	MVNO
6.	Telefonia Dialog Sp. z o.o.	MVNO
7.	Multimedia Polska – Południe S.A.	MVNO
8.	Cyfrowy Polsat S.A.	MVNO
9.	P4 Sp. z o.o.	MNO
10.	UPC Polska Sp. z o.o.	MVNO
11.	TOYA Sp. z o.o.	MVNO
12.	Gawex Media Sp. z o.o.	MVNO
13.	INEA S.A.	MVNO
14.	Telewizja Kablowa Chopin Sp. z o.o.	MVNO
15.	Internetia Sp. z o.o.	MVNO
16.	Telestrada S.A.	MVNO
17.	Vectra S.A.	MVNO
18.	ITI Neovision S.A.	MVNO
19.	FM Group Mobile Sp. z o.o.	MVNO
20.	Voice Net Sp. z o.o.	MVNO
21.	Aero 2 Sp. z o.o.	MNO
22.	Sat-Film Sp. z o.o. i Wspólnicy S.K.	MVNO
23.	Novum S.A.	MVNO
24.	Lycamobile Sp. z o.o.	MVNO
25.	Truphone Poland Sp. z o.o.	MVNO
26.	Ahmes Sp. z o.o.	MVNO
27.	Virgin Mobile Polska Sp. z o.o.	MVNO
28.	Klucz Telekomunikacja Sp. z o.o.	MVNO
29.	Premium Mobile SA	MVNO

Źródło: UKE [2017], <https://www.uke.gov.pl/> (dostęp: 20.09.2017).

4. Istota działań marketingowych w zakresie reklamy w kreowaniu lojalności konsumenta

Działania marketingowe operatorów nakierowane są na zmianę postaw konsumenckich. Chodzi o to, aby klient, który dokonuje określonego zakupu pierwszy raz, zrobił to ponownie stając się stałym klientem, a w perspektywie czasu, nawet rzecznikiem operatora. W tym celu operator powinien skutecznie wykorzystywać narzędzia marketingu mix, które często określa się jako 4 „P”. Ich właściwa konstrukcja skutkuje uzyskaniem pożądanego przez firmę reakcji na rynku docelowym. Marketing mix składa się z następujących elementów:

a) Produkt/usługa telefonii mobilnej – czyli każda usługa, czy produkt, które oferuje operator; liczba minut/smsów w pakiecie, atrakcyjny telefon; powinien być dostosowany do oczekiwań oraz potrzeb konsumenta.

b) Cena usługi telekomunikacyjnej – to ostateczny koszt, jaki ponosi klient; przy ustalaniu ceny należy wziąć pod uwagę nie tylko koszty operatora, ale również pozycję rynkową, przepisy prawa i stopień zaufania dotychczasowych klientów.

c) Dystrybucja – są to rodzaje oraz formy świadczenia (dotarcia do odbiorcy), czyli przykładowo stacjonarne placówki operatora.

d) Promocja – to szeroko rozumiane działania informacyjne, których celem jest zachęcenie do korzystania z usług danego operatora (Szopiński 2013).

Reklama ma duże znaczenie na wszystkich szczeblach drabiny lojalności klienta. Właściwie skonstruowana reklama powinna być: charakterystyczna, wyróżniać się spośród innych, zawierać podstawowe informacje na temat produktu/usługi oraz możliwość zaspokojenia potrzeby konsumenta (Rudawska 2005).

Na najniższym szczeblu drabiny lojalności klienta, czyli pierwszorazowego klienta, zadaniem działań reklamowych jest wytworzenie w odbiorcy potrzeby (chęci) ponownego zakupu. Reklama powinna podkreślać możliwość zaspokojenia potrzeb konsumenckich oraz zagwarantować ponowne zadowolenie. Należy budować zaufanie klienta poprzez przekazywanie odpowiedniej informacji na temat produktu/usługi, aby wytworzyć w odbiorcy przekonanie, iż operator jest uczciwy i można mu zaufać. Takie podejście powinno skutkować powstawaniem u odbiorcy pozytywnego przekonania na temat firmy, co może przełożyć się na jego ponowny zakup. Istotnym elementem w pierwszym etapie budowy lojalności klienta jest specjalny pakiet powitalny, czyli indywidualna, szczególnie oferta dla nowych konsumentów. W ten sposób wzrasta pozytywne przekonanie na temat operatora u konsumenta, który utwierdza się w słuszności podjętej decyzji. Na tym etapie reklama powinna skupić się na funkcji perswazyjnej oraz przypominającej (Żelaźnik 2013).

Następny szczebel to ponowni klienci. Operatorzy często proponują takim osobom tak zwaną ofertę wiążaną (kilka produktów określonej marki). Celem takich działań jest pogłębienie więzi łączącej klienta z firmą, co może w przyszłości przyczynić się do przejścia na wyższy szczebel drabiny lojalności. Reklama ma za zadanie przedstawić odbiorcom możliwość wyboru oferty wiązanej i korzyści, które z niej wynikają. Mogą to być określone rabaty i promocje przy ponownym zakupie danego produktu. Operatorzy w działaniach reklamowych powinni skoncentrować się na funkcji perswazyjnej i przypominającej (Żelaźnik 2013).

Kolejny szczebel to stały klient, czyli osoba, która regularnie dokonuje zakupu u operatora, ponieważ jest zadowolona z dotychczasowej współpracy. Taki konsument to osoba, która otrzymuje wszystko, czego oczekuje od jednego operatora. W związku z jego lojalnością, firma powinna oferować mu szczególne usługi i promocje, jako nagrodę za jego lojalność. Ważne jest podtrzymywanie pozytywnego wizerunku na temat organizacji u klienta, reklamy powinny odzwierciedlać osobowość odbiorcy. Nie można zapominać o tym, aby reklamy były ciekawe i wyróżniały się na tle innych (Rudawska 2013).

Ostatnim i zdecydowanie pożądanym szczeblem drabiny lojalności jest rzecznik firmy (klient, który poleca produkty/usługi operatora). W zasadzie nie ma dużej różnicy pomiędzy nim, a stałym klientem. Rzecznik firmy w odróżnieniu od stałego klienta, chętnie poleca daną firmę innym osobom. Wystawia pozytywną opinię oraz próbuje przekonywać do korzystania z produktów/usług danego operatora. Jest to pożądana sytuacja, gdyż wielu klientów jest bardziej skłonnych skorzystać z usług danej firmy, gdy poleci ją ktoś znajomy, bliska osoba, do której ma się zaufanie. Można wykorzystać specjalistę, znaną osobę bądź też przeciętnego użytkownika. W ten sposób lojalny odbiorcy, utwierdzi się w przekonaniu, co do słuszności podejmowanych decyzji (Rudawska 2013).

Reklama jest jednym z podstawowych źródeł informacji klienta o produkcie. Wielu autorów wymienia odmienne czynniki, elementy oraz uwarunkowania związane z reklamą, które mogą decydować o ostatecznej decyzji konsumenta. J.R. Rossiter i L. Percy proponują cztery typy strategii reklamowych, które z powodzeniem można zastosować na rynku usług telefonii mobilnej (Janiszewska i Kall 2012):

a) Strategia informacyjna, która dotyczy produktów/usług nisko angażujących i charakteryzuje się:

- argumentacją racjonalną;
- rozwiązywaniem przez produkt określonego problemu;
- podkreślaniami danej korzyści;
- bohaterem wiarygodnym, czyli ekspertem;
- tym, że nie musi być lubiana, istotne jest to, co prezentuje.

Przykładowo reklama sieci Play z Kubą Wojewódzkim (dotycząca zasięgu sieci).

b) Strategia transformacyjna dotycząca usług/produktów, które nisko angażują, a charakterystyczna jest dla niej:

- argumentacja emocjonalna;
- produkt/usług pobudzająca emocjonalnie;
- korzyść emocjonalna;
- bohater lubiany (osoba znana);
- reklama, która jest lubiana, nie musi być wiarygodna (Kozłowska 2015).

Może to być reklama sieci Plus, w której wykreowano charakterystyczną postać – Turbodomoman oraz SuperEs.

c) Strategia informacyjna, która dotyczy produktów/usług wysoko angażujących, o następującej treści:

- argumentacja racjonalna;
- rozwiązanie określonego problemu przez produkt;
- ukazanie faktów oraz dowodów;
- przedstawienie rzeczywistej korzyści;
- bohater wiarygodny, czyli ekspert z danej dziedziny;
- reklama wiarygodna.

Przykładowo reklama sieci Orange pod hasłem *100 sposobów Orange jak zaoszczędzisz na co chcesz*.

d) Strategia transformacyjna dotycząca usług/produktów, które wysoce angażują, to przekaz reklamowy, dla którego typowa jest:

- argumentacja silnie angażująca;
- pobudzenie emocjonalne;
- korzyści emocjonalne;
- bohater, z którym można się identyfikować;
- reklama lubiana oraz wiarygodna (Kozłowska 2015).

Można tu wymienić reklamy sieci Plus z kabaretem Mumio.

Reklama powinna budować pozytywne przekonanie konsumenta na temat operatora, zmniejszać ryzyko finansowe, które wiąże się z zakupem usługi/produktu, ryzyko związane z działaniem produktu, akceptacją społeczną albo tym, czy dany produkt/usługa są odpowiednio dopasowane do określonego konsumenta (Liczmańska 2008). Operatorzy telefonii mobilnej powinni odpowiednio zaplanować przekaz reklamowy, biorąc pod uwagę wiele różnych czynników, ze szczególnym uwzględnieniem roli odbiorcy, gdyż to on jest najważniejszy w tym całym procesie.

5. Podsumowanie

Reklama niewątpliwie odgrywa istotną rolę w kształtowaniu postaw konsumentów, a szczególnie w budowaniu lojalności konsumenta względem określonego operatora. Bywa ona często pierwszym kontaktem pomiędzy daną firmą, a klientem. Charakter pierwszego kontaktu ma duże znaczenie, ponieważ na jego podstawie, część osób buduje swoją opinię na temat firmy. Trudno jest zmienić pierwszy, negatywny obraz, wymaga to czasu oraz odpowiednich działań marketingowych. Reklama jako podstawowa metoda komunikacji z odbiorcą, jest podstawą procesu kreowania lojalności konsumenta. Ponadto ma zasadniczy wpływ na dalsze kształtowanie się relacji z konsumentem, na każdym szczeblu drabiny lojalności. W związku z tym operatorzy powinni działać ostrożnie i dokładnie badać potrzeby, oczekiwania oraz zachowania konsumenta. Wtedy istnieje możliwość skonstruowania odpowiedniej strategii marketingowej (reklamowej), aby pozyskiwać nowych klientów, jak i również pogłębiać relacji z dotychczasowymi. To użytkownik telefonii mobilnej powinien znajdować się w centrum zainteresowań operatorów, a wszelkie działania firmy powinny go uwzględniać i być na niego nakierowane.

6. Literatura

Altcorn J (red.) (2001) Podstawy marketingu. Instytut Marketingu: 309.

- Barańska M (2011). Reklama i jej ograniczenia. Standardy europejskie a prawo polskie. Wydawnictwo Poltext: 24.
- Janoś-Kresło M, Mróz B (red. nauk.) (2006) Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce. Szkoła Główna Handlowa Oficyna wydawnicza: 14.
- Mikosz J (2011) Reklama prasowa - rodzaje i podrodzaje : sposoby promocji prasy. Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica 14/1: 54-58.
- Garbarski L, Rutkowski I, Wrzosek W (2000). Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne: 517
- Grzegorzczak A (2010) Reklama. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne: 28, 42-43, 52-61, 85-96.
- Janiszewska K, Kall J (2012) Strategia reklamowa. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne: 81-82.
- Kłeczek R (red.) (1992). Marketing. Jak to się robi. Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław: 242.
- Kozłowska A (2015) Reklama w procesie budowania zaufania do marki [w:] Wiśniewska A (red.) (2015) Budowanie kapitału relacyjnego organizacji. Wyższa Szkoła Promocji: 19-20.
- Liczmańska K (2008) Silna marka jako źródło przewagi konkurencyjnej w momencie zakupu. Roczniki Ekonomiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej, nr 1: 92
- Pilarczyk B, Kwiatek P (2004) Kształtowanie lojalności nabywców na rynku farmaceutycznym. Marketing i Rynek nr 9: 23.
- Rudawska E (2005) Lojalność klientów. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne: 51.
- Śmiatacz K (2012) Badanie satysfakcji klientów na przykładzie rynku usług telefonii komórkowej w Polsce. Wydawnictwo Uczelniane Uniwersytetu Technologiczno-Przyrodniczego: 31-32.
- Szopiński (2013) Wykorzystanie narzędzi marketingowych w budowaniu lojalności klientów w banku PEKAO S.A. I Oddział. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing, nr 9 (58): 529-530.
- Tokarski J (red.) (1980) Słownik wyrazów obcych. Wydawnictwo Naukowe PWN: 435.
- Urban W, Siemieniako D (2005) Motywy lojalności klientów. Marketing i Rynek, nr 5: 2.
- Urząd Komunikacji Elektronicznej: <https://www.uke.gov.pl/> (dostęp: 20.10.2017).
- Żeleźnik (2013) Rola reklamy w kreowaniu lojalności konsumenckiej [w:] Wiśniewska A (red.) (2013) Kształtowanie lojalności konsumenckiej. Wyższa Szkoła Promocji: 72-75.

12. Znaczenie dochodów własnych w budżecie gmin

The importance of own revenue in the budget of municipalities

Markowska Ewelina, Wolska Urszula

Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny im. Kazimierza Pułaskiego w Radomiu, Katedra Finansów i Ubezpieczeń

Opiekun naukowy: dr hab. Wojciech Sońta, prof. nadzw. UTH

Markowska Ewelina:: ewelina.markowska@wp.pl

Wolska Urszula: urszulakrol1990@wp.pl

Słowa kluczowe: samorząd terytorialny, budżet, podatki, opłaty.

Streszczenie

Zasadniczym celem gmin, jest zapewnienie jak najlepszych warunków dla rozwoju społeczności lokalnej. Realizacja tego celu wymaga zapewnienia stałego dopływu środków niezbędnych do finansowania zadań publicznych.

1. Wstęp

Zasadniczym celem funkcjonowania samorządu terytorialnego, w tym również gmin, jest zapewnienie jak najlepszych warunków dla rozwoju społeczności lokalnej. Realizacja tego celu wymaga zapewnienia stałego dopływu środków niezbędnych do finansowania odpowiedniego poziomu dóbr oraz usług publicznych, jak również przedsięwzięć rozwojowych, niezależnie od nieoczekiwanych i niekorzystnych zaburzeń o znacznej skali. Celem niniejszej publikacji jest przedstawienie znaczenia dochodów własnych w budżecie gmin.

2. Źródła dochodów budżetów gmin

W myśl art. 164 ust. 1 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z roku 1997 gmina jest podstawową jednostką samorządu terytorialnego: (Dolnicki 2012). Mieszkańcy gminy tworzą z mocy prawa wspólnotę samorządową, gdzie zorganizowani w korporacyjną jednostkę samorządową winni wspólnie podejmować decyzje dotyczące ich spraw: (Ustawa z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym). W ramach gminy mogą być tworzone tak zwane jednostki pomocnicze, do których zalicza się sołectwa, dzielnice, a także osiedla. Sołectwo mieści w sobie zazwyczaj jedną miejscowość jaką jest wieś, aczkolwiek może obejmować większą liczbę miejscowości: (Bordo 2006). Gmina posiada osobowość prawną, co powoduje, że w konsekwencji jest nie tylko podmiotem prawa publicznego, ale również prawa prywatnego. Gmina jako podstawowa jednostka samorządu terytorialnego wykonuje zadania publiczne w imieniu własnym oraz na własną odpowiedzialność: (Dolnicki 2012). Fundamentem samodzielnej gospodarki gminy jest budżet. Budżet samorządu terytorialnego jest planowany oraz uchwalany jako uchwała budżetowa i realizowany podług przewidzianych aktów prawnych. Wykonywany jest on na dany rok kalendarzowy. Ponadto jest szczegółowym planem finansowym gminy, obejmującym zarówno jej dochody jak również wydatki, a także jej przychody wraz z przeznaczonymi na pokrycie planowanego niedoboru ustawowo określonymi przychodami oraz rozchodami na podstawie którego prowadzi ona w sposób jawny oraz samodzielny własną gospodarkę finansową: (Wójtowicz 2000).

Budżet jako zestawienie dochodów oraz wydatków przestrzega określonych zasad, które mają na celu zapewnienie właściwego funkcjonowania gospodarki budżetowej. Budżet musi być obligatoryjnie jawny, zawierając wszelkie poniesione wydatki oraz uzyskane dochody, stanowiąc tym samym całość: (Pietrzak 2006). Gmina chcąc realizować zadania publiczne musi posiadać określone dochody, które pochodzą z różnych źródeł. Ich klasyfikacja opiera się przede wszystkim ze względu na ich pochodzenie. Wyróżnia się: dochody własne, subwencję ogólną oraz dotacje celowe przekazywane z budżetu państwa: (Pietrzak 2006).

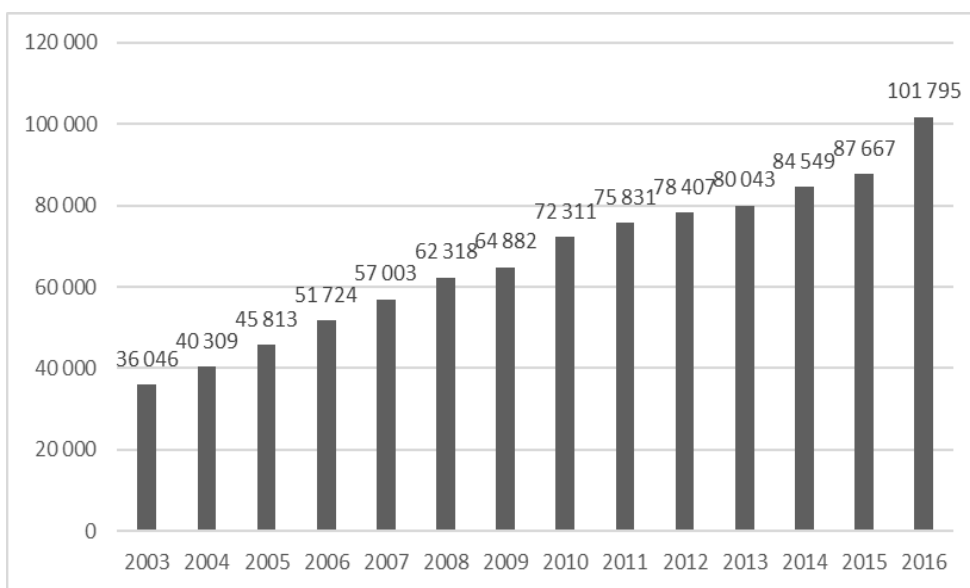
Ze względu na swoją specyfikę potrzeby lokalne wymagają, aby były one finansowane w sposób ciągły, jak również jest rzeczą pożądaną, aby źródła dochodów gmin były efektywne, kreatywne, a równocześnie stabilne. Na skutek czego gmina posiada względną niezależność finansową od państwa oraz daje jej możliwość podejmowania racjonalnej gospodarki finansowej w dłuższej perspektywie: (Brzeziński i in. 2006).

W zamyśle ustawodawcy podstawowym źródłem dochodów gmin miały być w pierwszej kolejności dochody własne. Jednak różnice w poziomie uzyskiwanych dochodów własnych okazały się na tyle wyraźne, że w sytuacji niektórych gmin ich poziom jest tak niski, że uniemożliwiały wręcz realizację zadań publicznych nałożonych na te jednostki samorządowe. Niwelowanie tych różnic w sytuacji dochodowej budżetów gmin odbywa się w oparciu o transfery finansowe z budżetu państwa do budżetów gmin: (Kowalczyk 2013).

Dochody własne gmin to przede wszystkim podatki i opłaty, które w większej części należą do tradycyjnego zestawu źródeł dochodów samorządu terytorialnego.

3. Kształtowanie się dochodów własnych budżetów gmin

Niezwykle ważne znaczenie w procesie realizacji szerokiego katalogu zadań publicznych przez samorządy gminne ma właściwy system zasilania finansowego. Wpływy budżetowe gmin w latach 2003 – 2016 przedstawia poniższy rysunek.



Rys 1 Dochody gmin ogółem w latach 2003 – 2016 (w mln zł).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/tablica> [data dostępu 25.10.2017]

Wpływy budżetowe gmin w badanym okresie charakteryzują się tendencją wzrostową, aczkolwiek dynamiczny ich wzrost był widoczny w latach 2003 – 2011. W kolejnych latach wzrost dochodów gmin był widoczny, z tym, że odznaczał się niższą dynamiką wzrostu. Natomiast w roku 2016 w porównaniu do roku poprzedniego zaobserwowano znaczny wzrost wpływów budżetowych gmin.

Dynamikę wpływów budżetowych gmin przedstawia Tabela 1.

Dochody budżetowe odznaczały się tendencją wzrostową. W roku 2005 w porównaniu do roku poprzedniego wzrosły o 14%. Natomiast w roku 2009 w porównaniu do roku 2008 wzrosły jedynie o 4%, co mogło mieć związek z ówczesnym spowolnieniem gospodarczym jakie występowało w Polsce. Podobny wzrost odnotowano w roku 2011 w porównaniu do roku

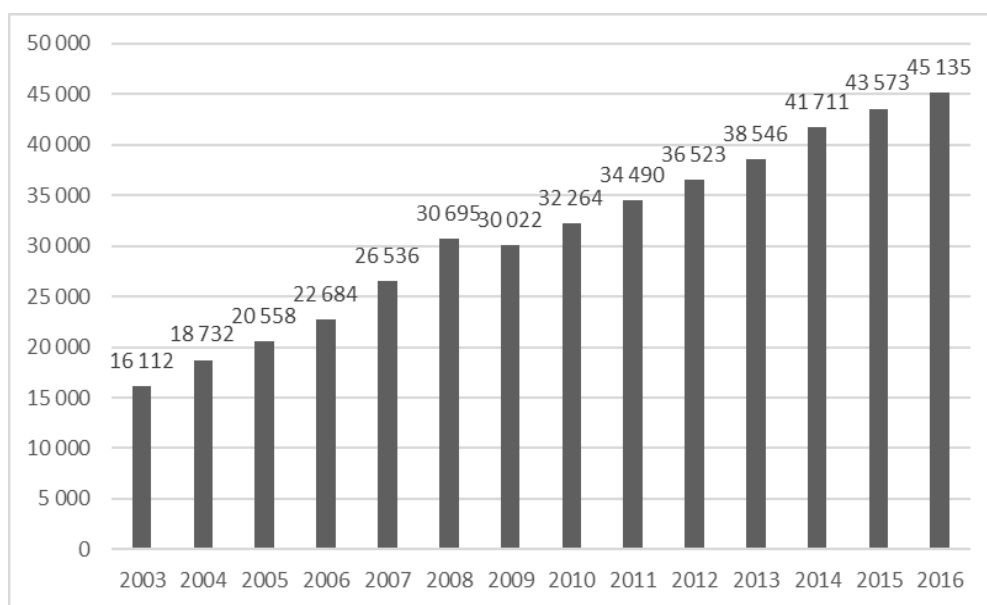
poprzedniego. Szczególny ich wzrost widać w roku 2016, gdzie w porównaniu do roku 2015 zwiększyły się o 16%.

Dochody własne gmin są głównym źródłem zasilania ich budżetu środkami finansowymi, przeznaczonymi na różnego rodzaju zadania publiczne. Podstawowymi źródłami dochodów własnych są wpływy z podatków oraz wpływy z opłat. Wykres 2 przedstawia kształtowanie się dochodów własnych w latach 2003-2016.

Tab. 1 Dynamika dochodów gmin w Polsce w latach 2003 – 2016.

Wyszczególnienie	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Dynamika dochodów gmin	111	112	114	113	110	109	104	111	105	103	102	106	104	116

Źródło: opracowanie własne na podstawie Wykresu 1.



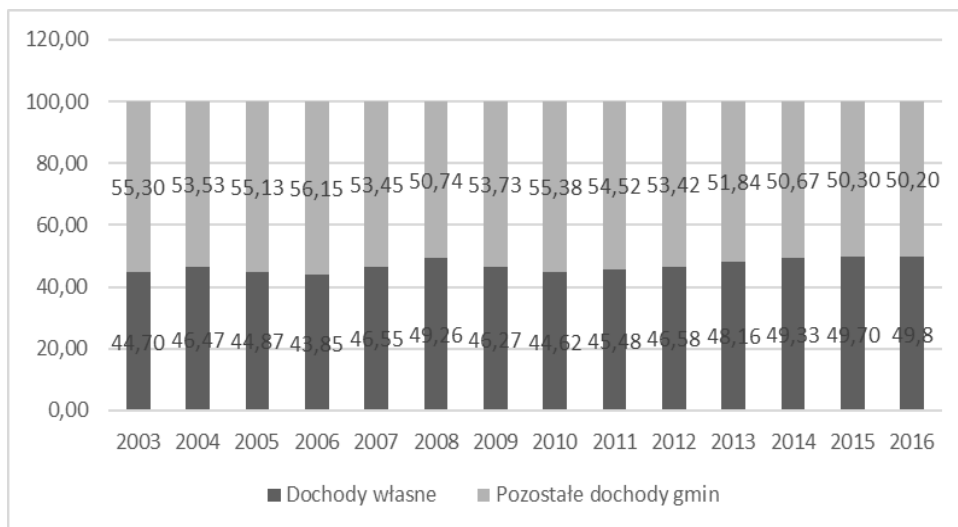
Rys. 2 Dochody własne gmin w latach 2003 – 2016 (w mln zł).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/tablica> [data dostępu 25.10.2017]

W badanym okresie dochody własne gmin z odznaczają się tendencją wzrostową co niewątpliwie jest aspektem pozytywnym. Jedynie w 2009 roku w porównaniu do roku ubiegłego zaobserwowano spadek dochodów własnych, co mogło mieć związek z ówczesnym spowolnieniem gospodarczym występującym w Polsce. Dochody własne gmin w 2003 roku wynosiły 16 112 mln zł, zaś w roku 2015 wzrosły do poziomu 45 135 mln. zł. Wzrost dochodów własnych gmin oznacza większą pulę środków finansowych jaką dysponują gminy, a co za tym idzie większe możliwości realizacji stale poszerzającego się katalogu zadań publicznych.

W oparciu o dane zawarte na wykresie należy zauważyć, iż dochody własne gmin w 2003 roku stanowiły 44,7% dochodów ogółem. W kolejnych latach udział ten kształtował się na podobnym poziomie. W latach 2014-2016 stanowiły one niemalże połowę osiągniętych dochodów. Pozostałe dochody gmin obejmują dostaje oraz subwencje.

Udział dochodów własnych gmin w dochodach ogółem przedstawia Wykres 3.



Rys. 3 Udział dochodów własnych gmin w dochodach ogółem w latach 2003-2016 (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/wymiary> [data dostępu: 26.10.2017].

4. Dochody podatkowe gmin

Ze względu na fakt, iż do grupy dochodów własnych kwalifikuje się dochody podatkowe, ważne jest przedstawienie, ich kształtowania się w budżecie gmin.

Podatki zasilające budżety gmin stanowią jeden z komponentów systemu finansowego jednostek gminnych, stanowiąc tym samym istotną kategorię dochodów własnych, a więc dochodów decydujących o zakresie samodzielności finansowej gmin. Do dochodów podatkowych gmin kwalifikuje się: podatek od nieruchomości, podatek rolny, podatek leśny, podatek od środków transportowych, podatek dochodowy od osób fizycznych opłacany w formie karty podatkowej, podatek od spadków i darowizn, podatek od czynności cywilnoprawnych.

Podatek od nieruchomości odznacza się w analizowanym okresie tendencją wzrostową. W roku 2003 wpływy budżetowe gmin z tytułu podatku od nieruchomości wynosiły 6 028 mln zł, natomiast w roku 2016 wpływy z tego tytułu w porównaniu do roku 2003 wzrosły dwukrotnie. Podatek rolny w latach 2003 – 2005 charakteryzuje się tendencją wzrostową, zaś w roku 2006 w porównaniu do roku ubiegłego zaobserwowano spadek wpływów budżetowych z tytułu podatku rolnego. Dochody gmin z tytułu podatku leśnego w latach 2003 – 2016 systematycznie wzrastają. Jedynie w roku 2010 oraz 2014 odnotowano jego spadek w porównaniu do roku ubiegłego. Wpływy budżetów gmin z tytułu podatku od środków transportowych w badanym okresie charakteryzowały się stałym, jak również dynamicznym wzrostem. W przypadku podatku od czynności cywilnoprawnych to w latach 2003 – 2008 stale wzrastał, z kolei w roku 2009 w porównaniu do roku ubiegłego znacznie spadł, co mogło mieć związek z ówczesnym spowolnieniem gospodarczym, występującym w Polsce. Pomimo chwilowego wzrostu wpływów budżetowych gmin z tytułu podatku od czynności cywilnoprawnych w latach 2012-2013 ponownie odznaczał się tendencją spadkową. W kolejnych latach zaobserwowano wzrost dochodów z omawianego tytułu. Wpływy budżetów gmin z tytułu karty podatkowej na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat uległy znacznemu zmniejszeniu. Ostatnim podatkiem lokalnym zasilającym budżety gmin jest podatek od spadków i darowizn.

Do dochodów własnych oprócz podatków kwalifikowane są także opłaty lokalne. Do najbardziej popularnych opłat lokalnych kwalifikuje się opłatę: skarbową, targową i eksploatacyjną. Poniższa tabela przedstawia wpływy budżetowe gmin z tytułu pobieranych opłat lokalnych.

Tab. 2 Podatki według kategorii gmin w latach 2003-2016 (w mln. zł)

Wyszczególnienie	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Podatek od nieruchomości	6 028	6 501	6 995	7 270	7 596	8 018	8 488	9 060	9 771	10 608	11 311	11 831	12 027	12 625
Podatek rolny	863	906	950	796	915	1 204	1 215	974	1 046	1 517	1 635	1 626	1 600	1 490
Podatek leśny	117	118	136	150	156	173	181	164	186	224	225	207	233	291
Podatek od środków transportowych	334	361	385	426	488	515	532	561	597	624	639	667	714	724
Podatek od czynności cywilnoprawnych	379	403	438	568	912	915	707	791	762	688	710	817	895	956
Podatek od dział. gosp. osób fizycznych opłacany w formie karty podatkowej	77	65	58	56	54	51	48	46	45	44	43	42	35	38
Podatek od spadków i darowizn	64	77	81	93	113	123	120	121	119	126	112	113	135	114
Podatki lokalne razem	9 865	10 435	11 048	11 365	12 241	13 007	13 300	13 727	14 537	15 843	16 688	11 837	17 654	18 254

Źródło: opracowanie własne na podstawie <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/wymiary> [data dostępu: 26.10.2017].

Tab. 3 Wpływy budżetowe gmin z tytułu opłat lokalnych według kategorii w latach 2003-2016 (w mln).

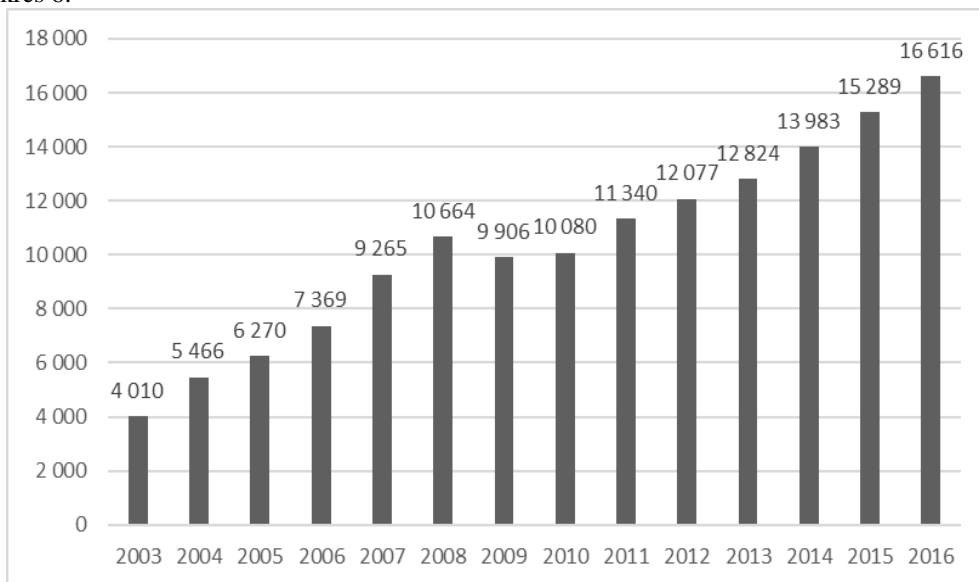
Wyszczególnienie	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Oplata skarbowa	193	282	294	303	286	284	229	226	217	203	201	205	155	163
Oplata targowa	156	151	151	143	144	149	151	143	148	144	137	141	139	133
Oplata eksploatacyjna	203	207	185	193	214	227	223	229	278	211	276	294	293	332
Pozostałe opłaty lokalne	29	40	54	82	134	171	155	152	175	194	1 130	2 267	2 406	2 573
Oplaty lokalne razem	581	680	684	721	778	831	758	750	818	752	1 744	2 907	2 993	3 201

Źródło: opracowanie własne na podstawie <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/wymiary> [data dostępu: 26.10.2017].

Oplata skarbowa stanowi jedną z głównych opłat lokalnych pobieranych przez samorządy gminne. W roku 2003 wpływy z tytułu tej opłaty wyniosły 193 mln zł. W kolejnych latach odznaczały się systematycznym wzrostem, gdzie w roku 2006 osiągnęły poziom 303 mln zł. W analizowanym wpływy budżetowe gmin z tytułu opłaty targowej charakteryzują się pewnymi wahaniami, aczkolwiek można uznać, iż średnie dochody gmin z tego tytułu wynoszą nieco ponad 140 mln zł. Z kolei najniższe wpływy z tytułu opłaty eksploatacyjnej występowały w roku 2005 – 185 mln zł, zaś najwyższe w 2016, gdzie osiągnęły poziom 332 mln zł. W przypadku pozostałych opłat lokalnych należy zauważyć, iż odznaczają się stałym, jak również dynamicznym wzrostem.

5. Udziały gmin w podatkach państwowych

Istotne znaczenie w procesie realizacji zadań publicznych przez samorzady gminne ma odpowiedni system zasilania finansowego. Od momentu reaktywacji samorządu terytorialnego w Polsce ważną rolę w tym systemie odgrywa udział gmin w podatku państwowym tj. podatku dochodowym od osób fizycznych. Wpływy budżetowe gmin z niniejszego podatku przedstawia Wykres 6.



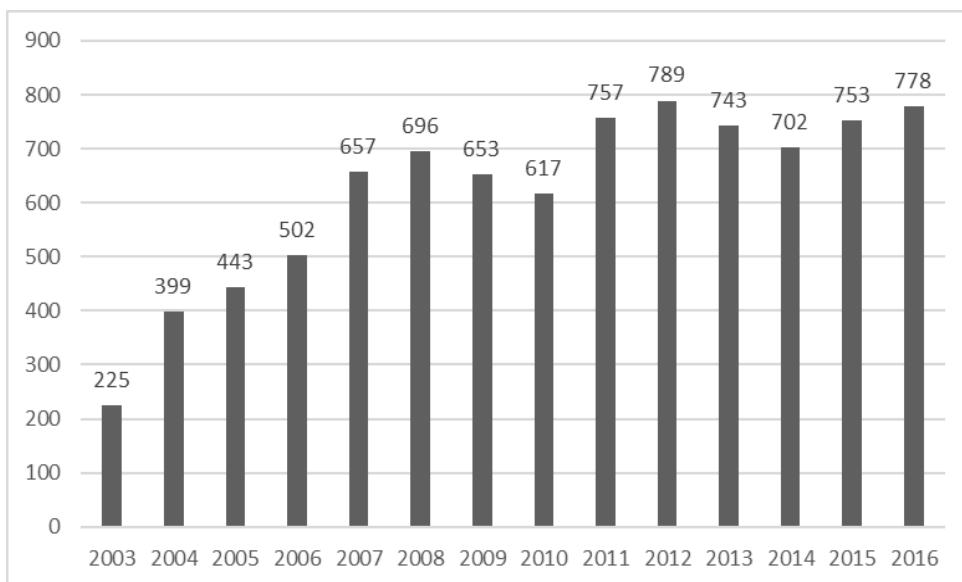
Rys. 6 Wpływy budżetowe gmin z tytułu podatku dochodowego od osób fizycznych w latach 2003-2016 (w mln zł).

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/finanse-publiczne/budzety-jednostek-samorządu-terytorialnego/sprawozdania-budżetowe> [data dostępu 28.10.2017 r.].

W latach 2003-2008 wpływy budżetowe gmin z tytułu podatku dochodowego od osób fizycznych charakteryzowały się tendencją wzrostową. W roku 2005 wynosiły 6 270 mln zł, natomiast w 2008 już 10 664 mln zł. Natomiast w roku 2009 widoczny jest spadek dochodów gmin z PIT, co mogło mieć związek z ówczesnym spowolnieniem gospodarczym. Od 2010 roku ponownie wpływy z tego tytułu wzrastają, jednak nie jest to tak dynamiczny wzrost jak przed rokiem 2009, na co niewątpliwie wpływała koniunktura gospodarcza. W roku 2016 budżety gmin zostały zasilone 16 616 mln zł tytułu ich udziału w PIT.

Obok wpływów budżetowych gmin z tytułu podatku dochodowego od osób fizycznych ważnym źródłem zasilania budżetów jest udział gmin w podatku dochodowym od osób prawnych. Wpływy budżetowe gmin z niniejszego podatku przedstawia Wykres 7.

W latach 2003-2008 wpływy budżetowe gmin z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych charakteryzowały się tendencją wzrostową. W roku 2003 wynosiły 225 mln zł, natomiast w 2008 już 696 mln zł. Natomiast w roku 2009 oraz 210 widoczny jest spadek dochodów gmin, co mogło mieć związek z ówczesnym spowolnieniem gospodarczym. Od 2011 roku ponownie wpływy z tego tytułu wzrastają, jednak w roku 2014 w porównaniu do roku ubiegłego ponownie zaobserwowano spadek wpływów budżetowych gmin z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych. W roku 2016 budżety gmin zostały zasilone 778 mln zł tytułu ich udziału w CIT.



Rys. 7 Wpływy budżetowe gmin z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych w latach 2003-2016 (w mln zł).

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/finanse-publiczne/budzety-jednostek-samorządu-terytorialnego/sprawozdania-budżetowe> [data dostępu 28.10.2017 r.]

6. Podsumowanie

Z punktu widzenia samodzielności jednostki gminnej ważne znaczenie ma podział dochodów na tzw. własne (zwyyczajne), tj. dochody przyznawane jej ustawowo na czas nieokreślony, oraz te, które nie mają stałego charakteru (nadzwyczajne), a także nie pochodzą z własnej działalności tej jednostki. Dochody własne pełnią niezwykle ważną rolę w realizacji szerokiego katalogu zadań publicznych. Im większy udział dochodów własnych w budżecie gmin tym jest większy stopień samodzielności tych jednostek.

7. Literatura

- Brzeziński B, Matuszewski W, Morawski W, Olesińska A, Zalański A (2006) Prawo finansów publicznych, Wydawnictwo Dom Organizatora, Toruń.
- Bordo A (2006) Samorząd terytorialny. System prawnofinansowy, Wydawnictwo LexisNexis, Warszawa.
- Dolnicki B (2012) Samorząd terytorialny, Wydawnictwo LEX, Warszawa.
<https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/wymiary> [data dostępu 27.10.2017].
<http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/finanse-publiczne/budzety-jednostek-samorządu-terytorialnego/sprawozdania-budżetowe> [data dostępu 28.10.2017 r.].
- Kowalczyk R (2013) Subwencja ogólna [w:] R. Mastalski, E. Fojcik-Mastalska (red.). Prawo finansowe, Wolters Kluwer Polska, Warszawa.
- Majchrzycka – Guzowska A (2011) Finanse i prawo finansowe, Wydawnictwo Prawnicze LexisNexis, Warszawa.
- Pietrzak B (2006) System finansowy w Polsce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Ustawa z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1591 z późn. zm.).
- Wójtowicz W (2000) Prawo finansowe, Wydawnictwo C.H. BECK, Warszawa.

13. Kryzys gospodarczy i jego znaczenie w bankowości

Economic crisis and its importance in banking

Markowska Ewelina, Wolska Urszula

Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny im. Kazimierza Pułaskiego w Radomiu, Katedra Finansów i Ubezpieczeń

Opiekun naukowy: dr hab. Wojciech Sońta, prof. nadzw. UTH

Markowska Ewelina:: ewelina.markowska@wp.pl

Wolska Urszula: urszulakrol1990@wp.pl

Słowa kluczowe: bank, cykl koniunkturalny, światowy kryzys

Streszczenie

Gospodarka światowa w swojej obecnej postaci jest bardzo wrażliwa na wahania koniunktury w poszczególnych krajach. Oznacza to, że występują ścisłe powiązania między poszczególnymi krajami, co jest bezpośrednim wynikiem bardzo dużej otwartości gospodarek, co powoduje przenoszenie się między nimi wszelkich zjawisk ekonomicznych zarówno tych pozytywnych, jak i tych negatywnych.

1. Wstęp

Współczesna gospodarka w dużym stopniu charakteryzuje się cyklicznością, co oznacza ciągłe występowanie wzrostu a następnie spadku koniunktur. Kryzys natomiast jest nieodłącznym elementem takiego cyklu. Gospodarka światowa w swojej obecnej postaci jest bardzo wrażliwa na wahania koniunktury w poszczególnych krajach. Oznacza to, że występują ścisłe powiązania między poszczególnymi krajami, co jest bezpośrednim wynikiem bardzo dużej otwartości gospodarek, co powoduje przenoszenie się między nimi wszelkich zjawisk ekonomicznych zarówno tych pozytywnych, jak i tych negatywnych. Możemy również zauważyć, że w wyniku takich silniejszych powiązań zjawiska kryzysowe również stają się silniejsze i szybciej przenoszą się z jednego kraju do drugiego (Adamczyk 2012).

Kryzys gospodarczy, który miał miejsce w latach 2008–2009, uznawany jest za największy z kryzysów, jakie dotknęły światową gospodarkę. Kryzys ten miał swój początek w Stanach Zjednoczonych, po czym przeniósł się przez większość krajów na świecie, szczególnie wysoko rozwiniętych. Kryzys w strefie euro utożsamiamy się na ogół z kryzysem finansów publicznych. Jednak kryzys zadłużenia publicznego krajów ze strefy euro łączy się bezpośrednio z kryzysem bankowym w tych krajach. Należy zwrócić uwagę na fakt, że oba te kryzysy przenikają się i potęgują wzajemnie. Słabość finansów publicznych tworzy negatywne impulsy dla stabilności sektora bankowego, a zachwiana pozycja kapitałowa i finansowa banków europejskich ogranicza możliwości rozwiązania problemów fiskalnych: (Gemzik – Salwach 2013).

2. Przyczyny kryzysu gospodarczego

Kryzys gospodarczy definiowany jest jako ekonomiczne zjawisko mające miejsce w gospodarce, które polega na załamaniu się obecnie istniejącego systemu z powodu wielu czynników zewnętrznych. Kryzys gospodarczy określa się także mianem recesji, załamania gospodarczego oraz depresją gospodarczą. Powodem jego narodzin może być między innymi wadliwie prowadzona polityka finansowa kraju bądź gospodarcza, co w konsekwencji przekłada się na budżet państwowy. Istota kryzysu gospodarczego sprowadza się do tego, iż zawsze powoduje negatywne skutki w funkcjonowaniu danego państwa, co z kolei przekłada się na jakość życia społeczeństwa. Bardzo często swoim zasięgiem obejmuje wiele krajów, nawet tych wysoko rozwiniętych. Generalnie najważniejsze jest, aby państwo podjęło stosowne środki w celu jego zwalczania i uzdrowienia gospodarki. Do podstawowych przyczyn kryzysu gospodarczego zalicza się (Bednarczyk i in. 2014):

- a) działania rządu federalnego;
- b) polityka monetarna USA;
- c) rozwój rynków kredytów *subprime* i nowoczesnych instrumentów finansowych.

Działania rządu federalnego spowodowały, iż w roku 2001 udział kredytów *subprime* w całościowym rynku kredytów hipotecznych w USA kształtował się poniżej 10 % oraz zaczął intensywnie, błyskawicznie rosnać sięgając ponad 20 % w 2006 roku. Główne przyczyny zaistniałej sytuacji związane były z działaniem Kongresu oraz rządu federalnego, a mianowicie:

- a) osłabienie rygoru dotyczącego wkładu własnego w przypadku kredytów hipotecznych, które były gwarantowane poprzez Federalną Agencję Mieszkaniową. Wstępnie obowiązkowy wkład własny kształtował się na poziomie 20 % wartości nabywanej nieruchomości. Warunek ten był z czasem łagodzony, aż ostatecznie w roku 2004 wyniósł zaledwie 3 % (Bednarczyk i in. 2014);
- b) umocnienie *CommunityReinvestmentAct*. Prawo to miało na celu pobudzenie banków oraz instytucji finansowych poprzez udzielanie kredytów osobom o niskich bądź umiarkowanych dochodach, mieszkających w dzielnicach zakwalifikowanych jako podupadające. Według wielu ekspertów ustawa ta przyczyniła się do obniżenia przez poszczególne instytucje bankowe standardów oceny zdolności kredytowej potencjalnych klientów (Antkiewicz i Pronobis 2009);
- c) nacisk wywierany na pożyczkodawców poprzez *Department of Housing and Urban Development* polegający na podjęciu przez pracowników tej instytucji określonych działań skierowanych przeciwko instytucjom zajmującym się udzielaniem kredytów hipotecznych, gdzie odsetek tak zwanych „kredytobiorców mniejszościowych” był znacznie niższy niż u klientów „białych”. W zaistniałej sytuacji pożyczkodawcy chcąc uniknąć kłopotów ze strony prawa podjęli się obniżania wymagań w stosunku do potencjalnych klientów zmniejszając poziom minimalnego wkładu własnego, jak również minimalnych zarobków, które są konieczne do otrzymania danego kredytu (Bednarczyk i in. 2014) ;
- d) działalność spółek *Federal NationalMortgageAssociation* (FNMA) oraz *Federal Home LoanMortgage Corporation* (FHLMC), których zasadniczym celem było zabezpieczenie kredytodawców przed ryzykiem wystąpienia niewypłacalności. Zaistniała sytuacja przyczyniła się do rozszerzenia dostępności kredytów hipotecznych. Spółka FNMA do końca lat 60. zmonopolizowała sektor pożyczek hipotecznych. Z kolei w roku 1968 obie firmy zostały sprywatyzowane, co w konsekwencji oznaczało prowadzenie działalności jako wyszczególnione osoby prawne w oparciu o mechanizmy rynkowe (Bednarczyk i in. 2014).

Polityka monetarna Stanów Zjednoczonych miała ogromny wpływ na pojawienie się kryzysu gospodarczego. Na przestrzeni ostatnich dwóch dekad XX wieku gospodarka USA doświadczyła dwóch faz długotrwałej ekspansji ekonomicznej. Pierwsza z nich miała miejsce od 1982 – 1990 roku, z kolei druga trwała od 1991 – 2001 roku i należała do najdłuższej trwającej ekspansji w historii USA. Zasadniczą cechą gospodarki Stanów Zjednoczonych w owym czasie był znaczny spadek zmienności podstawowych wskaźników makroekonomicznych, do których należą realny PKB oraz inflacja, gdzie standardowe odchylenie rocznych stóp wzrostu realnego PKB w latach 1960 – 1983 wynosiło 2,7 %, a następnie spadło do 1,6 % w okresie od 1984 do 2001 roku. Pośród wielu przesłanek, które przyczyniły się spadku zmienności PKB oraz inflacji zalicza się prowadzenie skutecznej polityki monetarnej. Od początku lat 80. w odróżnieniu do okresu przeszłego, FED przeprowadzał działania w sposób systematyczny, a nawet obligatoryjny, co spowodowało obniżenie inflacji do stabilnego poziomu, co w konsekwencji usprawniło funkcjonowanie rynku. Prowadzona na takich zasadach polityka monetarna do 2000 roku gwarantowała stabilizację w gospodarce. Od 2001 roku Zarząd Rezerwy Federalnej (FED) chcąc uchronić gospodarkę przed recesją obniżył stopy procentowe, tym samym odbiegając od wcześniej założonych zasad zapewniających ład w gospodarce. Stopa funduszy federalnych została obniżona do niewiarygodnie niskiego poziomu 1% w lipcu 2003 roku, co według wielu ekonomistów było główną przyczyną narodzenia się kryzysu gospodarczego. Niskie stopy procentowe sprawiły znaczny przyrost udzielanych kredytów hipotecznych, z kolei zredukowane wymagania dotyczące oceny zdolności kredytowej potencjalnych klientów podwyższyły udział kredytów wysokiego ryzyka, a mianowicie typu *subprime* (Kuterna i Surdykowska 2009).

Rozwój rynków kredytów *subprime* oraz nowoczesnych instrumentów finansowych były jednym z wielu czynników powstania kryzysu gospodarczego. Do 1980 roku znaczna część kredytów hipotecznych w Stanach Zjednoczonych była udzielana poprzez tak zwane kasy oszczędnościowo – pożyczkowe (S&L). Kredyty *subprime* były wówczas nowoczesnym produktem finansowym. Pozwalały one bowiem kredytodawcom na swobodne kształtowanie wysokości oprocentowania kredytów, wdrożyły oprocentowanie zmienne, a także umożliwiły wykreowanie wtórnego rynku obrotu wierzytelnościami hipotecznymi. Do 1905 roku udział kredytów subprime był wręcz znikomy, dopiero w następnych latach zaczął gwałtownie rosnąć osiągając tym samym 9% w 2001 roku. Kredytobiorcy korzystający z kredytu typu *subprime* byli skategoryzowani według grup odpowiadających poszczególnym poziomom ryzyka od najniższego aż do grupy gdzie bankructwo było najwyższe. Przyczyniło się to do udzielania kredytów klientom wysokiego ryzyka, a co za tym idzie możliwość niespłacenia danego kredytu przez kredytobiorcę (Kołodko 2011).

Pierwszym poważnym ostrzeżeniem przed zbliżającym się kataklizmem dla bankowości inwestycyjnej był upadek banku inwestycyjnego Bear Sterns i ratunkowe przejęcie go w marcu 2008 roku, przy wsparciu państwa, przez giganta J. P. Morgan. Jednak pół roku później nie udało się uratować innego znanego banku, jednego z największych amerykańskich banków inwestycyjnych (nr 4), Lehman Brothers, którego spektakularne bankructwo ogłoszono we wrześniu 2008 roku. Bank ze 158-letnią tradycją upadł w konsekwencji nadmiernej ekspozycji na rynek niskiej jakości papierów hipotecznych, zostawiając długi o wartości 613 mld USD. Było to największe bankructwo w historii USA. Był to moment zwrotny kryzysu finansowego. Szok, jaki wywołał ten upadek i w efekcie załamanie rynków był efektem przeświadczenia inwestorów, że bankructwo tak dużego banku nie było możliwe. Bankructwo Lehmana przeniósł się błyskawicznie na wiele instytucji finansowych i niefinansowych, które miały pośrednio lub bezpośrednio związek z działalnością tego banku, przede wszystkim jako inwestorzy w emitowane przez Lehmana papiery, jak również jako klienci usług brokerskich i powierniczych. Ponadto pracownicy upadających banków inwestycyjnych, świetnie znający się na skomplikowanych aktywach, szybko znajdowali posady w innych bankach lub w administracji rządowej ratującej system finansowy, gdyż okazywali się niezbędni na rynku. Dopiero pod naciskiem wzburzonej opinii publicznej i polityków, część bankierów ratowanych banków zrezygnowała z należnych im, wcześniej zagwarantowanych kontraktowo wysokich bonusów: (Szelągowska 2009).

Od lat agencje ratingowe są krytykowane za zbyt późne reagowanie na zmieniającą się kondycję ocenianych emitentów. Widoczne to szczególnie było w latach 2007-2008, przy załamaniu się rynku papierów powiązanych z rynkiem pożyczek *subprime* (pożyczki wysokiego ryzyka). Agencje te z opóźnieniem zareagowały na problemy największych banków. W konsekwencji inwestorzy posiadający teoretycznie bardzo bezpieczne papiery, nagle z dnia na dzień mogli odnaleźć się z portfelem bezwartościowych papierów. Najbardziej dramatycznie było to widoczne w przypadku obligacji wyemitowanych przez bank Lehman Brothers, który ogłosił upadłość 15 września 2008 roku, a kilka dni wcześniej posiadał dobrze odbierany rating. Agencje ratingowe, jako nieodłączny element krajobrazu współczesnej bankowości inwestycyjnej, znalazły się w krótkim czasie w ogniu krytyki, jako jedne z głównych współwinnych wybuchowi globalnego kryzysu. Blamaż agencji ratingowych był po części konsekwencją wykorzystywanych komputerowych modeli ryzyka, które – jak później się okazało- były bądź błędne, bądź też nie zawierały danych historycznych, które mogły odnosić się do porównywalnych z obecnym kryzysem sytuacji. W konsekwencji agencje nadawały najwyższe oceny ratingowe papierom, które w ogóle na to nie zasługiwały, a skale prawdopodobieństwa bankructwa były niedoszacowane: (Szelągowska 2009).

3. Skutki współczesnego kryzysu gospodarczego

Wybuch kryzysu gospodarczego objął swoim zasięgiem nie tylko USA, ale także inne kraje wysoko rozwinięte, w tym również Polskę. Konsekwencje kryzysu odcisnęły swoje piętno nie tylko na rynku finansowym, ale także przyczynił się do zakłócenia stabilnego funkcjonowania całej gospodarki. Do zasadniczych skutków globalnego kryzysu zaliczyć należy: (Nawrot 2009):

- a) straty wykazane w sektorze bankowym zauważalne na początku 2007 roku. Brak zysków występował w różnych obszarach działalności banków. Instytucje finansowe zmuszone zostały

- do tworzenia rezerw , spisywania w straty zobowiązań, których nie można było ściągnąć, zwiększania kosztu finansowania na rynku międzybankowym. Wszystkie działania prowadziły nieuchronnie do miliardowych strat finansowych, a w konsekwencji do ich bankructwa;
- b) straty finansowe w sektorze ubezpieczeniowym, co jest skutkiem angażowania się instytucji ubezpieczeniowych w innowacyjne transakcje na rynku papierów wartościowych, w tym także ukierunkowane na ówczesny ryzykowny w USA segment kredytów hipotecznych;
 - c) konieczność wzmocnienia bazy kapitałowej banków, na co wpływ miały pogorszenie płynności finansowej , wzrost ryzyka inwestycyjnego;
 - d) utrata zaufania na rynku międzybankowym, co oznaczało, iż banki były w stosunku do siebie nieufne. W konsekwencji tak zwana akcja kredytowa na rynku międzybankowym wręcz zanikła. Banki zaprzestały pożyczać pieniędzy innym bankom, bojąc się, że udzielone kredyty nie zostaną spłacone. Taka sytuacja kształtowała się przez kilkanaście miesięcy, gdzie po owej niepewności dzięki interwencji banków centralnych Stanów Zjednoczonych oraz Unii Europejskiej postępował powrót do stabilności;
 - e) załamanie na giełdzie papierów wartościowych, gdzie w wyniku powiązania tego rynku z rynkiem bankowym oraz rynkiem nieruchomości spowodował gwałtowne spadki cen akcji oraz wysoką wolatylność rynku;
 - f) marazm w segmencie dłużnych papierów wartościowych, które mogą być emitowane przez skarby państwa jak również przedsiębiorstwa;
 - g) zastój w segmencie instrumentów innowacyjnych, a zatem wstrzymanie nowych emisji innowacyjnych instrumentów , brak transakcji kupna – sprzedaży instrumentów tego rynku;
 - h) destabilizacja funduszy inwestycyjnych oraz funduszy emerytalnych , gdzie spadła wartość ich portfeli inwestycyjnych, co w konsekwencji przekładało się na wycenę jednostek uczestnictwa w funduszach. W wyniku kryzysu stopy zwrotu z inwestycji kształtowały się na bardzo niskim poziomie , ponad to wzrosło ryzyko inwestycyjne co przyczyniło się do odpływu znacznej części kapitału z funduszy inwestycyjnych;
 - i) negatywny wpływ na gospodarstwa domowe, które w obliczu kryzysu musiały się zmierzyć z wysokimi cenami kredytów, spadkiem dochodów co w konsekwencji ograniczyło ich możliwości zarówno inwestycyjne, jak i konsumpcyjne;
 - j) zaburzenia w działalności przedsiębiorstw , które miały trudności w pozyskaniu obcych źródeł finansowania ich działalności, a co za tym idzie zahamowanie w ich rozwoju oraz działalności;
 - k) pogarszająca się sytuacja na rynku pracy, gdzie społeczeństwo musiało zmierzyć się z masowymi zwolnieniami, brakiem nowych miejsc pracy;
 - l) rosnące wydatki rządowe, co pogłębiało deficyt budżetowy;
 - m) osłabienie międzynarodowej aktywności handlowej, co automatycznie przekłada się na spadek obrotów handlu zagranicznego.

Trwający od 2007 roku kryzys finansowy i gospodarczy spowodował rewolucyjne i dalekosiężne zmiany także w światowej bankowości inwestycyjnej. Już w trakcie trwania kryzysu można było wskazać kierunki rozwoju bankowości inwestycyjnej w najbliższych latach, niezależnie od tego jak głęboki i długotrwały był kryzys. Na fali kryzysu do łask inwestorów wróciły głównie bezpieczne aktywa (Szelągowska 2009):

- a) Fundusze dłużne, przede wszystkim typu prime (tj. inwestujące w papiery renomowanych emitentów skarbowych i korporacyjnych z państw rozwiniętych);
 - b) Obligacje i bony skarbowe największych państw zachodnich;
 - c) Metale szlachetne, zwłaszcza złoto, jako aktywo idealne na niebezpieczne czasy;
 - d) Krótkoterminowe lokaty w renomowanych bankach;
 - e) Dolar amerykański.
- Także bardziej ryzykowne formy inwestycyjne wróciły do łask inwestorów(Szelągowska 2009):
- a) Emisje praw poboru akcji restrukturyzowanych spółek;
 - b) Obligacje preferencyjne banków;
 - c) Akcje spółek chińskich;
 - d) Obligacje wysokodochodowe;

- e) Wybrane akcje przecenionych, dużych spółek telekomunikacyjnych, infrastrukturalnych, farmaceutycznych;
- f) Wybrane surowce i towary rolne.
Natomiast, aktywa, które w szerszym zakresie i stopniowo zyskują względy inwestorów to:
 - a) Instrumenty dające ekspozycję na rynki akcji, w pierwszej kolejności największych spółek;
 - b) Instrumenty dające ekspozycję na rynki surowców;
 - c) Instrumenty dające ekspozycję na inwestycje w energetykę nuklearną i w energię alternatywnę;
 - d) Inwestycje zabezpieczające przed wzrostem inflacji (np. obligacje indeksowane wskaźnikami inflacji);
 - e) Obligacje zamienne na akcje wiarygodnych emitentów;
 - f) Waluty inne niż dolar.

4. Największe banki światowe

W sytuacji, kiedy to państwa dotknięte kryzysem gospodarczym w dalszym ciągu zmagają się z problematyką zadłużenia, to duże banki, które to swoją działalnością w znacznej mierze przyczyniły się do powstania kryzysu, same przeszły go dużo łagodniej i szybko się wzmocniły. Biorąc pod uwagę tysiąc największych światowych banków możemy zauważyć, że w ciągu roku od wybuchu kryzysu zwiększyły swoją łączną sumę bilansową do wielkości 101 bln dolarów. Osiągnęły tym samym rekordową wielkość. Również wzrost zysku do kwoty 709 mld dolarów (77%) jasno wskazuje na znaczną poprawę ich kondycji finansowej. Taka poprawa nie dokonała się jednak kosztem stabilności banków, ponieważ równocześnie zwiększyły one swoje kapitały podstawowe o 10,5% - do łącznej kwoty 5434 mld dolarów: (Węclawski 2013).

Należy zaznaczyć, że poprawa sytuacji sektora bankowego jest zjawiskiem pozytywnym jednak w obecnej sytuacji mamy do czynienia z rozwojem największych banków do niebywałych rozmiarów. Dziesięć największych banków na świecie dysponowało pod koniec 2010 roku kapitałami podstawowymi w ujęciu jednostkowym, które wynosiły od 94 mld do 163 mld dolarów, a ich sumy bilansowe wynosiły od 2032 mld do 2671 mld dolarów. Dla porównania można wskazać dochód narodowy brutto Polski w tym samym roku wynosił ok. 469 mld dolarów. Duży rozwój bankowości nastąpił w gospodarce Chińskiej. Pod względem udziału w łącznej sumie bilansowej i kapitale podstawowym dominują banki europejskie (31% i 24%), następnie banki amerykańskie (13% i 19%), a następnie banki chińskie (11% i 11%). Banki chińskie osiągnęły również rekordowe zyski, które stanowiły 21% łącznych zysków tysiąca największych banków: (Teske 2011).

5. Podsumowanie

Kryzys finansów publicznych przełożył się bezpośrednio na sytuację w sektorze bankowym, szczególnie mocno jego konsekwencje odczuły banki europejskie. Największe znaczenie dla stabilności sektora bankowego miały wielkości pożyczek, które poszczególne banki udzieliły rządowi niektórych krajów, które borykały się z wieloma trudnościami, a także pogarszający się klimat inwestycyjny. Stabilność polskiego sektora bankowego nie została zagrożona wskutek kryzysu finansów publicznych, niemniej jednak istnieją zależności, które przenoszą na polski rynek bankowy problemy z innych krajów europejskich: (Gemzik – Salwach 2013). Dużym zaskoczeniem był gwałtowny rozwój chińskiego sektora bankowego i znaczne zyski przez niego osiągnięte.

6. Literatura

- Adamczyk M (2012) Współczesny kryzys finansowy – przyczyny i konsekwencje dla gospodarki światowej [w:] U Mrzygłód (red.) Wyzwania gospodarki globalnej, Prace i Materiały Instytutu Handlu Zagranicznego, Numer 31/2012, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot.
- Antkiewicz S, Pronobis M (2009) Gospodarka w warunkach kryzysu, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa.
- Bednarczyk J L, Bukowski S I, Misala J (2014) Współczesny kryzys gospodarczy. Przyczyny. Przebieg. Skutki, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa.

- Gemzik-Salwach W (2013) Wpływ kryzysu finansów publicznych na stabilność sektora bankowego[w:] Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.
- Kołodko G W (2011) Ekonomia kryzysu, Wydawnictwo Oficyna a Wolters Kluwer bussines, Warszawa.
- Kuterna M, Surdykowska S T (2009) Kryzysy gospodarcze a wiarygodność sprawozdań finansowych, Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Nawrot W (2009) Globalny kryzys finansowy XXI wieku. Przyczyny, przebieg, skutki, prognozy, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa.
- Szelągowska A (2009) Współczesna bankowość inwestycyjna, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa.
- Teske B (2011) Neue Rangordnung in der Bankenwelt [w:] Die Bank, nr 9.
- Węclawski J (2010) Wielkie banki i ich rola w kryzysie finansowym, Wydawnictwo Difin, Lublin.

14. Foundations of business negotiations in Norway

Michał Najman

Wydział Prawa i Administracji UŁ (Faculty of Law and Administration of UŁ)

Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny UŁ (Faculty of Economics and Sociology of UŁ)

Tutor: prof. zw. dr hab. K. Indeck.

Key words: business negotiations, Norway, negotiations.

Summary

The article describes the concept of business negotiations with special emphasis placed on business negotiations in Norway. This article is a guide for anyone who leads or intends to conduct business negotiations in Norway.

1. Introduction. Concept of Negotiations.

Concept of negotiations derived from Latin word *negotium* means: interest, business, obligation, legal action (Bargiel-Matusiewicz 2014). It can be defined as a process of resolving a conflict arisen between two or more persons during which opposite sides modify their expectations so as achieve agreement possible to accept to all parties. There are three main factors required to start negotiations: parties have to have **inner need** to negotiate; **interests** of parties depends on, at least in part, each other; achieved **agreement can bring profits** to both sides.

Negotiations contains: **issue** of negotiations, part's **position** in negotiations and **interest** of both sides of the negotiations. Issue of negotiations is what the negotiators are talking about, e.g. price or quality of buying or selling products or services. Part's **position** is individual attitude towards issue, for instance buyer want low price and high quality of acquired items, while seller tends to sell his or her goods possibly at the highest price. The most important is **interest of the negotiations**. It is long term expectations of negotiators, which are the reward for given concessions. Parts of negotiations have to be aware of likely advantages otherwise there is no common sense of commencing it. Moreover, sides shall know that if they get concession, they should give it too. Of course not so fast and with a good grace, but slow, gradually and with a pain. Common interest enables to build sustainable relationship between parts in the future and facilitate cooperation. Even if an agreements seems to be not so profitable at the moment of signing it, the greater benefits, as a rule, return later.

Few authors take a step further and say that because inner need is crucial in every negotiations so we can upward it at the opposite side or even create it. All behaviors tends to enhance our position in the future negotiations are called "**shadow negotiations**" by D.M. Kolb and J. Williams in their article "*Breakthrough bargaining*" (Kolb and Williams 2001). They divided such behaviors on power moves, process moves and appreciate moves. **Power moves** make our position stronger and more worthy to negotiate with us. **Process moves** creates circumstances by which other sides of potential negotiations feel forced or more eager to start to negotiate. **Appreciate moves** are based on rule give something and demand something. We show that we respect our rivals, we support their actions and show that we will be grateful if they agreed cooperate with us. In described situations we try to encourage negotiators-would-be to negotiate with us, although they do not want to do it.

Before 80's there was a tendency to negotiate aggressively, not to build lasting relationship but get as more as it possible. Today the way of thinking is different. Negotiators cannot be shortsighted and look forward to sign a contract only on their conditions. Now negotiators shall be able to predict potential consequences in a long term and focus on building relationship and enhance reputation of represented by them enterprises on the market. Unfortunately the past mistakes are visible to the naked eye up to today. J.K Sebenius in his article "*Six Habits of merely effective negotiators*" (Sebenius 2001) shows that focusing on prize and on our position (neglecting interests of another and both sides) are present in modern negotiations. He properly calls it "*habits*" and "*mistakes*" at one fell swoop. It is not because prize or our position is not important but there is

something more important than it and this is reputations of a mark, reliance on us, as an entrepreneurs or the possibility of receiving aid e.g. in case of business failure.

In the article “*Negotiating the spirit of the deal*” R.S Fortgang, D.A.Lax and J.K Sebenius (Fortgang, Lax and Sebenius 2003) try to prove that the spirit of the deal is durable cooperation. They called it “**social contract**” which concept refers to eighteenth century’s idea of J.J. Rousseau. It stipulates that sides in every contract agree on concessions (like society give a power to the king or parliament) but they require something for it (in a classical concept: society is a sovereign and can overthrow the power). In concept proposed in an article parties of the business contract creates conviction that there is not stronger part. You can be bigger and richer enterprise but your position at least partly depends on smaller businesses on the same market. You can have more customers, but when you use unfair competition or neglect good commercial practice you can be sure you lose. The main rule is *Pacta sunt servanda*, agreements are to be kept. Misunderstandings are possible in contracts, but you should not spoof. Authors divided social contracts on underlying and ongoing social contracts. Both are just as important. **Underlying** social contracts demands larger concessions. It comprises common interest of parts of the negotiations and it shall be uphold regardless of the circumstances. **Ongoing** social contract tends to maintain relationship and sometimes require sacrifice because canvass is more expensive than hold on to partners.

Building relationship in business is not easy. It demands from businessmen ability to foresee movements of another part of negotiations and being prepare when one plan turn out to throw away. A “second plan” is called **BATNA** (Best Alternative To Negotiated Agreement). Good negotiator should have prepared at least two plans before he or she commence negotiations. Lack of BATNAs is one of the problem of young, inexperienced or too self-confident negotiators. This matter seems to be common mistake what can be proved by quoted hereinbefore Sebenius or by A. Field in her article “*How to negotiate with a hard-nosed adversary*” (Field 2003).

Negotiators cannot be shortsighted and try to achieve the best offer only to them. Negotiations shall lead to reach an agreement profitable to both sides. Good negotiator always should prepare at least two plans of negotiations and carry out research on his or her future second-part-negotiator. The main reason why businessmen negotiate is the inner need at the both sides. It is doubtful whether we can force somebody to feel it, but our actions are legally acceptable nothing stand in the way to do it. Today reputation of mark is more important than money (Tracy 2014), so negotiators are obliged to respect signed contracts and in case of doubt try to resolve them together with their business partners. Good name on a market allow to receive an aid easier when our business partners rely on us and want to keep cooperation which gives opportunity to sign more both side’s profitable agreements in the future.

2. Negotiations in Norway

In order to achieve described hereinbefore aims of negotiations crucial role is to be well prepared. It is important especially when our counterpart is foreign. We need to take time to learn the local customs and culture and also know foreign expectations. Norway is rather typical western Scandinavian country, but as every nation has its habits and customs. Rate of standard of living is very high here. This result in high level of tolerance to individualists, and professionalism in hardly every part of living. Norwegians treat everything what they doing very serious, so spend many time on mulling over all possibilities. Like all Scandinavian nations they have specific sense of humor. Above all of it, they are strictly concrete. When they are doing something they focus only on it in a given moment and do it meticulously. Hereinafter are few advises how to negotiate with Norwegians (<http://www.leadershipcrossroads.com/mat/cou/Norway.pdf> on 8th December 2016).

How to organize the negotiations?

In Norway surprises are not welcome. Appointments should be set up beforehand and confirmed by phone, letter or e-mail (<http://www.nortrade.com/invest/norwegian-business-culture/business-meetings-and-negotiations/> on 8th December 2016). Norwegians can also demand some information about the case, even detailed, so when you call to appoint a visit prepare plan of at

least main points you would like to discuss at the table. If you want to call off meeting, you should do it earlier, not on short notice. When you postpone appointed event you should have arguments which excuse your lack of conscientiousness and apology for it, but not offer any gifts as a form of compensation.

Punctuality

Norwegians respect their time and time of other people. They are highly punctual. Being late on a meeting is considered as unprofessionalism, but also as impoliteness. When you are late or you know that it is unavoidable you shall do not call to inform about your late other parts, and disturbing in the meeting, but come and hit the high points as fast as it is possible without explanations. Moreover, not ask what had been said when you were absent. The negotiators do not slow down because of your absentia. These rules apply to formal appointments. But even on non-formal meetings there is only quarter late acceptable. Taking into account that Norwegians make everything very slow, and words of welcome are usually spoken about thirty minutes it is odd (<http://www.nortrade.com/invest/norwegian-business-culture/business-meetings-and-negotiations/> on 8th December 2016). You have to take into account that using techniques of stinking fish or Russian front will be considered as impolite (as always) and like wastage of time, what result in danger of no more negotiations with mistreated counterpart from Norway.

Place

Norwegians are traditionalists and like to discuss business within an office rather discussing business outside offices (<http://www.minorcbs.com/skills/negotiations/item/negotiation-styles-in-norway> on 8th December 2016). Especially, do not expect to talk about business over the meal or during the break (<http://www.leadershipcrossroads.com/mat/cou/Norway.pdf> on 8th December 2016). If you want to invite Norwegians to your country, you explain why it is important to you and as far as possible offer transport, accommodation and maintenance. It will be considered as professional and improve your position during the negotiations. Of course no one will expect it from you. On the other hand, if you have to come to Norway you can count on it, but do not require it as a condition of your visit and agree on their demands, because you can be sure you will not be disadvantaged.

Hour

The best time for meetings is usually between 9 and 12 in the morning and 1 and 4 in the afternoon (<http://www.nortrade.com/invest/norwegian-business-culture/business-meetings-and-negotiations/> on 8th December 2016). It is in working hours in Norway. Norwegians distinctly divide their life on business and private and rather do not mix them. This is why they dislike to do businesses after 4 a.m.

Dress code

Norway is one of the European countries and belongs to the western culture, so dress code is similar to another countries like USA, UK, France or even Poland. It is important to look professionally and elegant so as show that you respect your counterpart. On the other side, Norwegians are very tolerant and during negotiations they will rather focus on what it is talking about and look straight in the eyes, not on the appearance. But inappropriate clothes can be considered as unprofessional and disrespect to second part.

Language

Norway men are aware that their language is used only by them and in their country, so they do not require to negotiate in Norwegian. Additionally, they have high level of education and grate part of society speak fluently in few languages. English is used commonly in Norway's cities.

Manner of speaking

It has been said two important things. First, Norwegians negotiate in a slow way. Second, they are very meticulous. From these sentences results another how to speak in order to encourage counterpart to concessions. Primarily, do not use slang or jargon. Norwegians are bound to formal rules of written language and often used it in a speaking. They also are stoic in showing their emotions. Using quiet and gentle but confident tone is preferable. Speaking loud or screaming is consider rude. Norwegians also try to listen to their partner's speech to the end and not to disturb so it is important not to use long sentences and if you have to, repeat it slower and underline most important thing. What is crucial, not use plain language. Norwegians prized professionalism and using specialized and sophisticated worlds (<http://www.worldbusinessculture.com/Norwegian-Business-Communication-Style.html> on 8th December 2016). It was about *how* to speak, but more important is *what* to speak. In Norway answer is simple – facts. Norwegians detest to listen to unnecessary words in business. If you want to convince them to give you a concession or sign a contract, show concrete information. The less words, the better. If you present controversial arguments, prepare yourself, base your reasoning on deep logic and try to be objective. Give your counterpart improvements of your opinion but few cons also. Try to avoid techniques of tentative balloon or tactics of the optician from Brooklyn. Just say what you want and ask about it instead of hare and hounds.

Haggling

All Scandinavian nations hate haggling (<http://www.minorccbs.com/skills/negotiations/item/negotiation-styles-in-norway> on 8th December 2016). They do not haggle and do not accept it, even though rejecting first offer is required in many tactics of negotiations. For Norwegians price is not essential part of any contract. They are focus on long-term cooperation, mutual trust and comparable profits for both sides. They do not start negotiations from details but top-down. First of all they try to recognize a motivations of second part, why he or she want to work with them and gradually narrow scope of negotiated agreement.

Gifts

Gifts are not welcome in Norway, especially in business (<http://www.leadershipcrossroads.com/mat/cou/Norway.pdf> on 8th December 2016). Giving a present can be consider as a treating their better what is not acceptable in Norway. Norwegians strictly treat everyone in the same way. Different manner might seems to be an attempt of bribery which is wholly unacceptable and may result in not only breaking the negotiations but even proceedings. Try to evade tactic of demanding something else, unless it is answer to your concession.

Silence during negotiations

It has been said that Norwegians use few words. They do not afraid of silence during the negotiations. Sometimes it is even required. An attempt of shatter the silence by something not attached to issue of the negotiations is consider as unprofessional. Time of non-speaking is treated as a period in which parts should prepare themselves to following points of negotiated contract.

Jokes

Norwegians have specific sense of humor and do not joke in work. They prefer neatness in their minds what they say next than waste time and energy on senseless speaking. What is more, if you want to joke, e.g. in order to build closer relationship, remember that jokes shall be realistic. Norwegians are serious and analyze what you say. They have no fun with jokes: “two strawberries go through the desert...”, and their reaction will be : “strawberries have no leg and do not walk”.

Body language

Norwegians rarely use body language. They avoid talking with movements of hands. Physical contact is rather forbidden. Because of minimalism of moves in negotiations with Norwegians very important is the eye contact.

Preparation to negotiations

When you start negotiation with Norwegians you must be prepared in every way. In Norway professionalism is appreciated. Scandinavians spend much time to prepare to negotiations in details and required the same from another part. Preparation cannot be cursory. You have to know everything about what you want to, and the opposite side may demand. You shall prepare BATNAs in order to avoid ad-lib. It is because Norwegians trust their interlocutors and identify spoken promises with finish version of the negotiated contract. Say nothing of negative results of how he are perceived by Norwegians, such behavior may bring large loss to our enterprise.

Making decision

In Norway every business decision are made collectively. Even high executives have to privilege vote (<http://www.leadershipcrossroads.com/mat/cou/Norway.pdf> on 8th December 2016). No matter how you do your best you should convince your Norwegian counter partners to encourage all their workmates to accept concession which you give, and which you get. Technique of limited competence is rather useless in negotiating with Norwegians. Their sensation of common equality prolongs every decision's making process. So you can be sure that you put much effort into negotiations with Norwegians, but if you happily create in their minds need to cooperate with you, it may be very profitable.

Which tactics of negotiations shall be used?

WIN-WIN This technique is commonly used in Norway. Norwegians are focused on building sustainable relationship, which will not rise when both sides do not rely on each other. In order to achieve position of both side's winners you can use techniques based on issue of negotiations as: let us come together half-way, rejecting the offer, accept or reject or screwing tight screws. You should avoid techniques using emotions to impress counterpart, like: good and bad policeman, funny money, the wolf in sheep's skin, empty wallet, shocking offer, sham shock. Remember to be honest and evade predicting emotions. Showing your internal state is consider as unprofessional and may bring to resignation of further cooperation.

My problem is your problem It is hard to called it tactic in negotiating with Norwegians, because their assume at the beginning that if you want to talk with them, you see problem of lack of cooperation not only for you but also for them. Norwegians always want to know your motivation, so you should feel obliged to show them in a objective way that their interest might be endangered if they do not work together with you. Of course this technique is useful only when need of cooperation is based on necessity of resolving common problems. If there is no troubles, even potential, it cannot take place.

Policy of done things Norwegians are very scrupulous and conscientious. If their obliged themselves to do something, they do it. You can use this tactic negotiating with Norwegians, but not misuse. Norwegians forced to do something for us what results from their own obligations, will do it. But if you act in bad faith it may give them right to compensation and will definitely cease your cooperation. Loss of reliability In long term leads to bankruptcy.

Sell cheaper and get the reputation If you want to use this tactic, say to your Norwegian's negotiator why you are eager to accept lower price. Norwegians tend to use tactic win-win, so it can be profitable to you if you allow them know about your reasons, especially that reputation in Norway is very important.

3. Summary

To sum up, negotiation with Norwegians demands to devote much time to prepare to it, but it can be very profitable, because Scandinavians focus on building lasting relationship, and highly use win-win tactic which is efficient to both sides. The most important is to be tranquil and objective during negotiations. Crucial role in creating a partnership plays mutual trust, so be honest and evade abusing trust of second side.

4. References

- Bargiel-Matusiewicz K (2014) *Negocjacje i mediacje*, PWE, Warszawa,.
- Field A (2003) How to negotiate with a hard-nosed adversary, Mar. (82): 3-5.
- Fortgang RS, Lax DA, Sebenius JK (2003) Negotiating the spirit of the deal: Harvard Business Review, Feb.(81): 66-75.
- Kolb DM, Williams J (2001) Breakthrough bargaining: Harvard Business Review, Feb. (77): 89-97.
- Sebenius JK (2001) Six Habits of merely effective negotiators: Harvard Business Review, Apr. (79): 87-95.
- Tracy B (2014) *Negocjowanie*, Warszawa: MT Biznes.
- <http://www.leadershipcrossroads.com/mat/cou/Norway.pdf> on 8th December 2016.
- <http://www.minorccbs.com/skills/negotiations/item/negotiation-styles-in-norway> on 8th December 2016.
- <http://www.nortrade.com/invest/norwegian-business-culture/business-meetings-and-negotiations/> on 8th December 2016.
- <http://www.worldbusinessculture.com/Norwegian-Business-Communication-Style.html> on 8th December 2016.
- <https://www.quora.com/What-are-the-key-characteristics-of-Norwegian-culture> on 8th December 2016.

15. Pieniądz fiducyjny czy pieniądz towarowy? Czy warto powrócić do pieniądza towarowego opartego na złocie?

Fiduciary money or commodity money? Is it worth returning to commodity money?

Anna Pronczuk-Omiotek

Wydział Ekonomiczny UMCS, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
Opiekun naukowy: dr hab. Zbigniew Pastuszek prof. nadzw.

Pronczuk-Omiotek Anna: an.pronczuk@gmail.com

Słowa kluczowe: teoria pieniądza, szkoła austriacka, innowacje w płatnościach, pieniądz syntetyczny, bitcoin

Streszczenie

Pieniądz, czyli powszechnie akceptowany w danym kraju środek płatniczy, może przybierać formę towarową lub fiducyjną. W literaturze można się spotkać z krytyką i poparciem obu form. Zwolennicy pieniądza towarowego wskazują liczne zalety tego środka płatności, przede wszystkim to, że jest poparty stuprocentowymi rezerwami złota. Jako jego wadę podnoszony jest często argument wysokich kosztów (magazynowania, transportu, obsługi), który jest odpierany pomysłem na rozliczanie deponentów za te koszty. Z kolei dwie największe wady pieniądza fiducyjnego to jego inflacyjogenność oraz przyczynianie się do kryzysów gospodarczych.

Celem opracowania jest potwierdzenie lub obalenie hipotezy czy warto powrócić do pieniądza towarowego opartego na złocie. Metoda badawcza zastosowana w artykule to przegląd literatury na temat różnych form pieniądza oraz porównanie ich wad i zalet przez pryzmat spełnianych funkcji.

Wnioski przedstawione w artykule pokazują, że według autorki nie warto powracać do pieniądza towarowego ponieważ wiązałoby się to z wprowadzeniem wielu zmian ekonomicznych, prawnych, organizacyjnych i mogłyby negatywnie wpłynąć na wypracowane do tej pory osiągnięcia z wielu dziedzin życia, powodując spowolnienie w obrocie towarów, dóbr i usług. Dodatkowo, zaprezentowane są różne alternatywne możliwości jak pieniądz syntetyczny czy bitcoin.

1. Wstęp

Celem pracy jest porównanie różnych form pieniądza i potwierdzenie lub obalenie hipotezy czy warto powrócić do pieniądza towarowego opartego na złocie. Metoda badawcza zastosowana w artykule to przegląd literatury. Podczas porównywania form pieniądza warto wyjść od jego definicji. Pieniądzem określanym jest powszechnie akceptowany w danym kraju środek płatniczy (Milewski i Kwiatkowski 2014). **Pieniądz fiducyjny** jest to pieniądz oparty na wierze (z łaciny fides. – wiara), czyli przekonaniu, że daje nam pewną wartość zapewnioną przez emitenta. Taka waluta nie ma oparcia w dobrach materialnych, w przeciwieństwie do **pieniądza towarowego**, który jest bardziej „namacalny” i pełnowartościowy (Milewski i Kwiatkowski 2014). Jego wartość była wyznaczona przez wartość samego dobra, które pełnił funkcję pieniądza.

W artykule opisano okoliczności powstania pieniądza towarowego i fiducyjnego, a także porównano ich wady i zalety przez pryzmat spełnianych funkcji. Autorka opisała także **nowe formy pieniądza jak „pieniądz syntetyczny” i bitcoin**. We wnioskach została obalona hipoteza, że warto powracać do pieniądza towarowego ponieważ wiązałoby się to z wprowadzeniem wielu zmian ekonomicznych, organizacyjnych i prawnych.

2. Powstanie pieniądza towarowego i fiducyjnego

Pieniądz towarowy w drodze swojej przybierał różne formy. Początkowo był to przypadkowy ekwiwalent co oznaczało, że towarem wymiennym było dobro posiadane przez jego właściciela, które jednocześnie spełniało funkcję użytkową jak ak sód, zboże, tytoń, bydło, skóry, futra, perkal i inne, które były ówczesnie najbardziej pożądane. Następnie pieniądz, który przez dłuższy czas pełnił funkcję ekwiwalentu stawał się tzw. ogólnym ekwiwalentem. Były to kruszce,

najpierw nieszlachetne jak brąz, miedź, żelazo, a w późniejszym okresie szlachetne jak złoto, srebro, platyna. (Milewski i Kwiatkowski 2014). Towarem, który utrzymywał się najdłużej na szeroką skalę jako środek płatniczy, były muszle porcelanki *Cypraea moneta* (kauri), które były używane do końca XIX wieku jako środek płatniczy na obszarach Afryki, Azji i wysp Pacyfiku (www.nbportal.pl).

Ostatnim etapem w rozwoju pieniądza towarowego był powszechny ekwiwalent jakim jest pieniądz wymierny na złoto. Spośród różnych form pieniądza towarowego najlepiej spełniał on wszystkie cztery funkcje pieniądza, czyli funkcję środka wymiany, jednostki obrachunkowej, środka płatniczego i przechowywania bogactwa. Dla celów niniejszego artykułu naukowego będziemy posługiwali się definicją pieniądza towarowego w rozumieniu pieniądza powszechnego wymiernego na złoto.

„Bezwartościowe” formy pieniądza wyłoniły się jako naturalny etap po pieniądzu towarowym, spełniając te same funkcje w inny sposób. Pieniądz fiducyjny pojawiał się na rynku przez interwencję państwa. „Państwa nigdy nie ustanowiły pustych pieniędzy na drodze porozumienia społecznego, ale musiały go stworzyć najpierw, pozbawiając obecnych w obiegu pieniędzy towarowych cechy ciągłej wymierności” (Selgin i White 1996). Oznacza to, że pieniądz towarowy zastępował pieniądz towarowy raczej poprzez przymus narzucony oraz odgórne wprowadzenie nowych zasad niż na drodze naturalnej ewolucji. Zwykle następowało to przez zawieszenie wymierności waluty na kruszec jak to było np. w przypadku Systemu z Bretton Woods i zawieszenia wymierności dolara amerykańskiego na złoto.

Ponadto, zgodnie z oczekiwaniami uczestników wymiany handlowej, powstało kilka rodzajów „bezwartościowego” pieniądza jak pieniądz (Lapavitsas 2000):

- papierowy,
- bezgotówkowy,
- elektroniczny.

Pojawienie się każdej nowej formy pieniądza odbywało się w momencie gdy stosowanie poprzedniej formy narażało zbyt wiele problemów lub kosztów, tak jak np. powstanie pieniądza bezgotówkowego wynikało z tego, że ludzie nie chcieli trzymać banknotów w domu ze względów wygody czy bezpieczeństwa. Przy czym, tak naprawdę, pieniądz bezgotówkowy zapoczątkowali Fenicjanie, którzy stosowali uwierzytelnione tabliczki do dokonywania operacji finansowych (Bylok 2001).

3. Funkcje pieniądza towarowego i fiducyjnego

3.1 Pieniądz fiducyjny a towarowy przez pryzmat funkcji pieniądza

Porównując dwie formy pieniądza warto porównać je przez pryzmat jego funkcji. W większości źródeł ekonomicznych podaje się 4 funkcje pieniądza (Milewski i Kwiatkowski 2014):

1. Funkcja środka wymiany (cyrkulacji)
2. Jednostki obrachunkowej (miernika wartości dóbr i usług)
3. Środka płatniczego (realizacji odroczonej płatności)
4. Środka przechowywania bogactwa (tezauryzacji).

Po pierwsze, patrząc na te formy pieniądza, obie dobrze spełniają funkcje środka wymiany. Na korzyść pieniądza fiducyjnego przemawiają przede wszystkim niższe koszty transakcyjne: niższe koszty transportu, możliwość przeprowadzania wymiany elektronicznej, która jest niemalże bezpłatna (tylko koszty utrzymania serwerów). Natomiast pieniądz towarowy jest droższy w składowaniu, utrzymywaniu i transportowaniu ze względu na jego gabaryty. We współczesnym świecie, gdzie transakcje międzynarodowe są codziennością, transportowanie pieniądza towarowego za ocean, pomiędzy krajami mogłoby być bardzo uciążliwe, a przede wszystkim niezwykle kosztowne. Ujednoczenie całego systemu kupna i sprzedaży byłoby bardzo trudne. Dodatkowo, czas transakcji by się wydłużył o czas konieczności transportu środka wymiany. Dlatego w tym przypadku zdecydowanie lepszym rozwiązaniem jest pieniądz fiducyjny.

Po drugie, pieniądz pełni rolę miernika wartości dóbr i usług. Wartość pieniądza fiducyjnego jest porównywana pomiędzy krajami za pomocą kursów walutowych, dzięki czemu ten miernik jest dość uniwersalny. Z drugiej strony, w przypadku pieniądza towarowego ma on podwójną

użyteczność: może zaspokajać określone potrzeby ludzkie i może pełnić też rolę miernika wartości. Jeżeli wymieniamy złoto na skóry, to doskonale wiemy, że z dwóch sztabek złota możemy zrobić X naszyjników, a ze skóry możemy wykonać Y torebek. Dzięki temu, nie jest konieczne inne mierzenie ich wartości, bo doskonale wiemy, jaka jest użyteczność danego miernika, co i w jakiej ilości możemy z niego wytworzyć. Jednak przyglądając się bliżej temu zjawisku, każda fabryka ma inną efektywność produkcji, a więc z racji tego, że mamy różne koszty produkcji to wycena towarów byłaby inna w różnych krajach. Dlatego mierzenie wartości dóbr i usług za pomocą pieniądza towarowego, zwłaszcza w transakcjach zagranicznych, mogłoby być nie do końca precyzyjne.

Po trzecie, pieniądz pełni funkcję środka płatniczego, czyli realizacji odroczonej płatności. Początkowo, rozliczenia związane z transakcjami kupna-sprzedaży były dokonywane w momencie zawierania transakcji i niestety pieniądz towarowy raczej nie był używany do realizacji odroczonej płatności. Aktualnie, odbiorcy mogą regulować zobowiązania w terminie późniejszym za pomocą pieniądza fiducyjnego. W momencie zawierania transakcji pieniądz nie występuje realnie, a pojawia się dopiero później, gdy następuje faktyczna zapłata i przepływ środków za produkty lub usługi dostarczone wcześniej.

Czwartą, ostatnią, ale nie najmniej ważną funkcją pieniądza jest środek przechowywania bogactwa. Wspominałam wcześniej o podwójnej użyteczności pieniądza towarowego. Zgromadzone przez człowieka metale szlachetne mogą zostać przez niego przechowane jako źródło bogactwa i wykorzystane w przyszłości nie tylko jako środek wymiany, ale także: w przypadku złota czy srebra jako drogocenna biżuteria. Jeżeli skupimy się tylko na sytuacji, w której za pieniądz towarowy służy złoto, to jest on relatywnie dobrym sposobem na przechowywanie bogactwa, pod warunkiem, że koszty jego składowania nie są wysokie. Z drugiej strony, pieniądz fiducyjny także umożliwia przechowywanie wartości i gromadzenie bogactwa, jednak w innej formie, np. w postaci aktywów finansowych, akcji czy obligacji, które mogą przybrać formę dokumentu papierowego bądź elektronicznego, którego składowanie niewiele kosztuje.

4. Polemika

4.1 Krytyka pieniądza fiducyjnego

Krytyka pieniądza fiducyjnego odbywała się już w wielu artykułach (Rothbard 1962; Hoppe 1994; de Soto 1995; Hülsmann 1996; Selgin i White 1996; Hoppe i in. 1995). Hoppe podkreślał, że „niewielu, jeśli którykolwiek z deponentów zdaje sobie sprawę, że część ich depozytów jest pożyczana” (Hoppe 1994). Niestety, tak jest aż do czasów współczesnych. W większości przypadków klienci banków mają niski poziom świadomości na temat działania system bankowości i nie zdają sobie sprawy, że po wpłaceniu środków ich pieniądze są od razu wpuszczane do obrotu ani że ich pieniądze nie mają pokrycia w złocie. Selgin i White uważają „likwidację standardu pieniądza towarowego za wielką tragedię, coś osiągniętego wysoce niepożądanymi środkami, skutkującego destrukcyjnymi konsekwencjami gospodarczymi jak dewaluacja” (Selgin i White 1996) oraz zubożenie społeczeństwa, które odbyło się na skutek zaprzestania wymiany złotych depozytów na kruszec.

Największą wadą pieniądza fiducyjnego jest jego inflacyjność. Koszt produkcji pieniądza fiducyjnego jest bliski zeru, a jego wartość jest wyznaczana przez politykę monetarną danego kraju. Zarówno jego wartość, nadmiar czy niedobór są wymyślone. Oznacza, to, że państwa mogą niemalże dowolnie zwiększać bazę monetarną i czasami „dodrukowywać” pieniądze, ponieważ zwiększenie ilości pieniądza na rynku kosztuje relatywnie niewiele (Selgin 2015). Nadmierna kreacja pieniądza powoduje **niestabilny poziom cen, a wręcz inflację**, zmniejszenie siły nabywczej pieniądza i ubożenie społeczeństwa.

W następstwie inflacyjności pieniądza fiducyjnego pojawia się kolejne zagrożenie dla gospodarki. Mianowicie, jeżeli połączymy inflacyjność pieniądza fiducyjnego ze sposobem w jaki funkcjonują dzisiejsze systemy bankowe to według części ekonomistów razem prowadzą one do destabilizacji ekonomicznej. Ekonomiści wielokrotnie wskazywali już, że problemy pojawiające się w ramach systemów bankowych są kreowane przez nie same. „Banki powodują sztuczny ruch na rynku dóbr kapitałowych oraz nadmierne inwestycje w fazie ekspansji kredytowej (Dach 2011).

“Ekspansja kredytowa bezustannie się zwiększa i z racji tego, że każde państwo prowadzi własną politykę pieniężną, w ujęciu globalnym jest ona praktycznie niekontrolowana (Duda 2015). Powyższe czynniki powodują przegrzewanie się gospodarki i kryzysy gospodarcze, które wcześniej nie miały miejsca aż na taką skalę.

Trzeci argument przeciwko pieniądзом fiducyjnym mówi o tym, że nie mogą one zostać pozostawione same sobie i zawsze konieczna jest instytucja, która będzie je nadzorowała. Nie ma możliwości, aby pieniądź fiducyjny sam regulował, czy jest go na rynku za dużo czy za mało. Poza tym, każde dodatkowe wprowadzenie nowej ilości pieniądza na rynek wymaga działania tejże instytucji nadzorującej, ponieważ pieniądź nie może wprowadzić się sam (Selgin 2015). Dodatkowo, nigdy nie ma stuprocentowej pewności, czy dana ilość pieniądza wprowadzona na rynek była tą odpowiednią ilością. Ekonomisci wymieniają setki przykładów złego zarządzania polityką monetarną oraz jego skutków. Przykładowo Wojtyna opisuje różne strategie polityki monetarnej oraz katastrofalne skutki niewłaściwego ich zastosowania, przykładowo: “Jeśli boomowi surowcowemu towarzyszy boom na rynku aktywów, to dylemat banków centralnych staje się trudniejszy niż w przypadku typowych szoków cenowo-podażowych. Przeprowadzone symulacje pokazują, że jeśli bank centralny reaguje na szok podaży ignorując zaburzenia finansowe, to wywołuje recesję i deflację” (Wojtyna 2012).

4.2 Argumenty za funkcjonowaniem pieniądza fiducyjnego

Pierwszą i podstawową zaletą pieniądza fiducyjnego są znacznie niższe niż w przypadku pieniądza towarowego koszty utrzymania. Przy pieniądzu fiducyjnym nie ponosimy kosztów wydobycia, ale w to miejsce pojawiają się koszty druku banknotów, które są zdecydowanie niższe. Dzięki temu zwiększenie ilości pieniądza na rynku kosztuje relatywnie niewiele. Dodatkowo, w przypadku pieniądza fiducyjnego ponosimy niższe w przypadku pieniądza towarowego koszty składowania, magazynowania i transportu. Dodatkowo koszty “składowania” są obniżane przez wprowadzanie coraz to bardziej nowoczesnych form pieniądza elektronicznego i innowacji w płatnościach, a pojawiające się koszty dotyczą utrzymania serwerów i rozwiązań informatycznych.

Pieniądź fiducyjny nie zrodził się na wolnym rynku, jednak nie oznacza to, że nie jest na nim pożądanym. Niezwykle ważną rzeczą jest tutaj użyteczność pieniądza, którą “wyraża się w jego wartości wymiennej lub subiektywnej wartości użytkowej i wymiennej pieniądza, czyli użyteczność dóbr, które można nabyć za jednostkę” (Appelt 2013). Dodatkowo, współcześnie mówi się, że pieniądź fiducyjny okazał się być jedynym praktycznym środkiem, który rozwiązuje problem małych płatności. Monety fiducyjne odgrywały kluczową rolę już w rewolucji przemysłowej Wielkiej Brytanii, co szczegółowo opisuje Selgin (Selgin 2009).

Jako poparcie pieniądza fiducyjnego dodatkowo można podać argument, że umożliwia on stosowanie polityki monetarnej w celu uzyskania wyższego rozwoju gospodarczego. W momentach spowolnienia jest w stanie stworzyć zachętę do zakupów i “rozruszać” gospodarkę ze spowolnienia, a docelowo spowodować ożywienie gospodarcze. Natomiast w momentach zbytniego rozgrzania gospodarki jest w stanie ją spowolnić i ustabilizować konsumpcję. Jednakże, ten drugi przykład jest raczej teoretyczny niż praktyczny ponieważ w praktyce trudno jest wyczuć moment gdy gospodarka dochodzi do szczytu rozgrzania. Poza tym, niestety przedsiębiorcy i instytucje kredytowe zawsze będą widziały cel i zarobek w dodatkowym zwiększaniu konsumpcji niż odwrotnie.

Dodatkowymi zaletami pieniądza fiducyjnego, wymienianymi przez ekonomistów jest m.in fakt, że współczesny system bankowy sam chroni się przed bankructwem, bo bank centralny jest uznawany za pożyczkodawcę ostatniej instancji. W razie problemów sektora bankowego banki centralne mogą tworzyć nowe instrumenty finansowe pozwalające realizować założenia polityki monetarnej. Jednym z takich przykładów jest wprowadzony pod koniec pierwszej dekady XXI wieku przez bank centralny USA nowy instrument polityki pieniężnej o nazwie „Quantitative easing” i zasilenia gospodarki płynnością poprzez zakup obligacji, papierów wartościowych lub innych instrumentów finansowych (Pyka 2000). Oczywiście ma to też wielu przeciwników i powoduje działania inflacyjne, o czym była mowa powyżej.

4.3 Krytyka i poparcie pieniądza towarowego

Największa zaleta pieniądza towarowego wynika z jego istoty, czyli że jest poparty stuprocentowymi rezerwami złota. W systemie pełnej wymienialności pieniądza banknoty są zbliżone do certyfikatów uprawniających do wydania złota z magazynu. Jednocześnie pojawia się tutaj pierwszy kontrargument, który mówi o tym, że surowce są ograniczone i kosztowne, a pieniądź towarowy generuje wysokie koszty magazynowania, transportu, drukowania i obsługi not czy czeków (Selgin 2009). Niesie to za sobą zarówno koszty tych usług jak i koszty stałego zatrudnienia pracowników którzy np. zapewnią ciągłość obsługi magazynów. Argument ten jest odpierany przez zwolenników pieniądza towarowego pomysłem na przierzucanie tych kosztów na deponentów. Jednakże, jak zauważył White (White 2003) oszacowanie takich opłat wobec posiadaczy certyfikatów pieniężnych jest dość trudne ponieważ bankierzy nie będą w stanie śledzić ich posiadaczy, aby móc pobierać od nich proporcjonalny procent udziałów za przechowywanie pieniędzy i związanych z tym opłat (Selgin 2009).

Kolejną wadą pieniądza towarowego jest to, że jest podatny na **szoki podażowe**. Takie wstrząsy mogą być spowodowane odkryciem nowego złoża o wysokiej wydajności lub tańszych środków do ekstrakcji minerałów z istniejących już źródeł, co wpływa na zmianę bazy monetarnej (Selgin 2015). Warto zwrócić na to szczególną uwagę ponieważ ekonomiści często podkreślają, że szoki podażowe są bardziej niebezpieczne dla gospodarki niż szoki popytowe i gospodarka dłużej z nich wychodzi (Wojtyna 2012). Z drugiej strony, w przypadku braku innowacji w zakresie wydobywania złóż szoki podażowe nie wystąpią, ale niskie koszty wydobycia i niszczenie już wybitych monet może skutkować skutkować zbyt małą ilością pieniądza na rynku, a następnie **stagnacją sekularną** (Selgin 2015). Oznacza to trwałe zahamowanie wzrostu gospodarczego, z którego nawet rozwinięte gospodarki wychodzą z trudem. Zwykle pojawia się wtedy także wzrost bezrobocia, spadek aktywności gospodarczej oraz w ostateczności długotrwałe przestoje w produkcji, które powodują upadki firm. Taki czarny scenariusz skutecznie przestrzega przed stosowaniem pieniądza towarowego. Według Hansena, czyli twórcy koncepcji stagnacji sekularnej tylko inwestycje mogą zachować wzrost gospodarczy, a ich realizacja możliwa jest poprzez 3 metody: "innowacje, odkrywanie i rozwój nowych obszarów oraz wykorzystanie nowych zasobów, a także wzrost liczby ludności. Sam Hansen podkreślał, że dwa ostatnie źródła stymulacji wyczerpały się i jedynym rozwiązaniem w takiej sytuacji mogą być inwestycje prywatne pobudzane postępowaniem technologicznym" (Mucha-Leszko 2016).

Ostatnią, ale nie najmniej istotną wadą jest fakt, że może nastąpić zmiana popytu na dobro, które jest jednocześnie pieniądzem towarowym. Na przykład może pojawić się wzrost zapotrzebowania na złotą lub srebrną biżuterię spowodowany nowymi trendami na rynku lub modą. Fakt ten, wydaje się mało znaczący, jednak może on mieć wpływ na zmniejszającą się podaź pieniądza towarowego, a ostatecznie spowodować deflację. Selgin podaje przykład XVIII-wiecznej Anglii kiedy to odkryto, że miedź jest świetnym surowcem do produkcji statków. Jeżeli w ówczesnych czasach system pieniężny Anglii byłby oparty na miedzianym standardzie, mogłoby to spowodować kryzys deflacyjny (Selgin 2015).

Pomimo istnienia wad pieniądza towarowego, zwolennicy nadal postulują za jego powrotem. Przykładem jest m.in Hoppe (Hoppe 2001), który w swojej książce opisuje tzw. ład naturalny, który jest ustrojem politycznym zapewniającym dobrobyt, a jego gwarantem ma być m.in. międzynarodowy standard pieniądza towarowego. Jednym ze sposobów powrotu do pieniądza towarowego jest zrzeknięcie się pieniądza fiducyjnego przez wszystkie państwa jednocześnie i przejście na międzynarodowy pieniądź towarowy np. oparty na złocie (Hoppe 2001). Taka decyzja ma dać korzyści wszystkim stronom, zapewnić stabilny wzrost gospodarczy i szybszy postęp kulturowy.

4.4 Nowe formy pieniądza

W ekonomii znane są także rozwiązania mieszane, jak np. "**syntetyczny pieniądź towarowy**", który przypomina pieniądź fiducyjny poprzez nieposiadanie pozamonetarnej wartości, ale warunkami działania przypomina pieniądź towarowy (Selgin 2015). Takie pieniądze składają się z przedmiotów, które nie mają wartości niepieniężnej i występują rzadko (ale nie przypadkowo).

Podaż tego pieniądza ustalana jest przez sztucznie zaaranżowane ograniczenia zasobów. Ograniczenie te przekształcają zerowe lub prawie zerowe krańcowe koszty produkcji, w koszty, które rosną, nawet do nieskończoności. Jak to opisuje Selgin: “Rzeczywisty koszt zasobów potrzebnych do wyprodukowania syntetycznego pieniądza towarowego jest nie większy lub porównywalny do kosztów zasobów potrzebnych do wyprodukowania pieniądza fiducyjnego. Dzięki temu pieniądz syntetyczny nie ma wad, które z kolei posiada pieniądz towarowy ponieważ jego niedobór, choć niezmienny, jest mimo wszystko wymyślony. Niedobór ten nie podlega zmianom wynikającym z odkryć surowcowych lub innowacji technologicznych. Syntetyczny pieniądz nie ma alternatywnych, niepieniężnych zastosowań, dlatego nie ma czegoś takiego jak zmienny niepieniężny popyt na niego” (Selgin 2015).

Największą zaletą pieniądza syntetycznego jest to, że nie potrzebuje on żadnej instytucji nadrzędnej i zapewnia istnienie “automatycznego” systemu monetarnego. Dzięki temu, w przeciwieństwie do pieniądza fiducyjnego, nie jest podatny na działanie banków centralnych i zapewnia wysoką stabilność makroekonomiczną (Selgin 2015). Mimo to, żaden rząd nie wprowadził jak dotąd pieniądza syntetycznego, być może dlatego, że przed wprowadzeniem go do ogólnego obiegu konieczne będzie odpowiednie zaprojektowanie odpowiedniego systemu. Mimo to, można znaleźć przykłady działania takich pieniędzy, jednak ich wprowadzenie nie było celowe, a raczej przypadkowe, jak np. szwajcarski denar w Iraku. Ten i inne przykłady opisuje m.in. Selgin (Selgin 2015).

Dodatkowo, zupełnie nowym środkiem wymiany (niekoniecznie pieniądzem), który pojawił się wraz z rozwojem nowych technologii jest bitcoin. Jest to „zdecentralizowana, wybrana przez rynek waluta internetowa stworzona w oparciu o zasady kryptografii” (Sieroń 2013). Bitcoin powstał w 2009 roku, od 2013 zyskuje na popularności, natomiast w 2017 osiągnął najwyższy historyczny wynik 66501,00 BTC/PLN w grudniu 2017 roku (Rys. 1), a prognozy przewidują, że pomimo okresowych wahań, jego wartość nadal będzie rosła.



Rys. 1 Zmiana wartości Bitcoina do złotych (BTC/PLN) w ciągu ostatnich 12 miesięcy.

Źródło: <https://www.money.pl/pieniadze/bitcoin/>

Nie jest jasno określone czy bitcoin jest pieniądzem, ponieważ nie jest on jeszcze powszechnie akceptowany (Sieroń 2013) jednak z pewnością jest środkiem wymiany i częściowo spełnia funkcje pieniądza. Wyzwaniem dla współczesnej ekonomii jest fakt, że nie ma nad nim żadnej instytucji emitującej ani nadzorującej i trudno przewidzieć jego przyszłą wartość.

5. Podsumowanie

Podsumowując, istnieje wiele argumentów zarówno za i przeciw stosowaniu pieniądza fiducyjnego, jak i towarowego. W ekonomii nie ma jednoznacznego stanowiska na ten temat. Porównując argumenty za i przeciw obu formom pieniądza, autorka obala hipotezę postawioną na początku artykułu. Według autorki nie warto powracać do pieniądza towarowego opartego na złocie. Argumentuje to faktem, że we współczesnej gospodarce pieniądz fiducyjny ceniony jest przede wszystkim za swoją użyteczność i wartość wymienną. Funkcjonujemy w gospodarce opartej na wiedzy, z wykorzystaniem licznych rozwiązań informatycznych, które mają nam zapewnić wygodniejsze życie oraz szybkie zakupy a pieniądz fiducyjny jest naturalnym elementem tych czasów i jednym z gwarantów wygody oraz szybkości transakcji. Pieniądz towarowy natomiast może spowodować stagnację sekularną, co wydaje się być najgorszym scenariuszem z możliwych.

Rozwiązaniem, które zdaje się być najlepsze jest pieniądz syntetyczny, jednak na ten moment żadne państwo nie zdecydowało się na jego wdrożenie, zapewne m.in. z powodu braku możliwości przewidzenia efektów jego wdrożenia. Gdyby gospodarki zdecydowały się na powrót do pieniądza towarowego lub przejście na pieniądz syntetyczny, wymagałoby to wielu zmian ekonomicznych, prawnych, organizacyjnych i mogłyby negatywnie wpłynąć na wypracowane do tej pory osiągnięcia z wielu dziedzin życia, powodując spowolnienie w obrocie towarów, dóbr i usług. Na pewno warto debatować na temat pieniądza syntetycznego, jednak wprowadzenie go do gospodarki będzie możliwe dopiero w przyszłości ze względu na konieczność przeprojektowania całego systemu.

6. Literatura

- Appelt K (2013) Obiektywna wartość wymienna pieniądza w subiektywnej teorii wartości, *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, Sectio H Oeconomia* 47.3, s.11-18.
- Byłok F (2001) Wybrane aspekty socjologii rynku, Częstochowa: Wydział Zarządzania Politechniki Częstochowskiej., s. 95-96.
- Dach Z (2011) Polityka makroekonomiczna w warunkach kryzysu i jej wpływ na gospodarkę. Wolters Kluwer, s. 27.
- De Soto JH (1995) A critical analysis of central banks and fractional-reserve free banking from the Austrian school perspective, *The Review of Austrian Economics* 8.2, s. 25-38.
- Duda M (2015) Zarys historii rozwoju pieniądza oraz systemu pieniężnego—wybrane aspekty, *Współczesna Gospodarka* 6.3 s. 18.
- Hoppe HH (1994) How is fiat money possible?—or, the devolution of money and credit, *The Review of Austrian Economics* 7.2,s. 49-74.
- Hoppe HH, Hülsmann JG, Block W (1998) Against fiduciary media, *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, 1(1), s. 19-50.
- Hoppe HH (2001) Democracy-the God that failed: the economics and politics of monarchy, democracy, and natural order. Transaction Publishers, s. 117-118.
- Hülsmann JG (1996) Free banking and the free bankers, *The Review of Austrian Economics* 9.1, s. 3-53.
- Lapavistas C (2000) Money and the analysis of capitalism: the significance of commodity money. *Review of Radical Political Economics* 32.4, s. 631-656.
- Milewski R, Kwiatkowski E, (2014) *Podstawy Ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Wydanie III zm., Warszawa, s. 339.
- Mucha-Leszko B (2016) Przyczyny słabego ożywienia koniunktury gospodarczej w strefie euro w świetle hipotezy o nowej sekularnej stagnacji, *Research Papers of the Wrocław University of Economics/Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, s. 438.
- Pyka I (2010) *Bank centralny na współczesnym rynku pieniężnym: dyscyplina regulacyjna, skuteczność, instrumenty*. CH Beck, s. 57.

- Rothbard MN (1962) The Case for a 100 Percent Gold Dollar, In Leland B. Yeager, ed., In Search of a Monetary Constitution. Cambridge: Harvard University Press, s. 21-32
- Selgin G (2009) 100 Percent Reserve Money: The Small Change Challenge. Quarterly Journal of Austrian Economics, 12(1), 3. s. 3-4.
- Selgin G (2015). Synthetic commodity money. Journal of Financial Stability, 17, s. 92-99.
- Selgin GA, White LH (1996) Money and the Invisible Hand: A Correction. Journal of Economic Literature, 34(1), s. 124-125 [w] In defense of fiduciary media—or, we are not devo (lutionists), we are Misesians!. The Review of Austrian Economics, 9 (2), s. 83-107.
- Sieroń A (2013). Czym jest Bitcoin?. Ekonomia. Wrocław Economic Review, 19(4), s. 31-51.
- Von Mises L (2013) The theory of money and credit. Skyhorse Publishing, Inc., s. 58.
- White LH (2003) Accounting for Fractional-Reserve Banknotes and Deposits—or, What's Twenty Quid to the Bloody Midland Bank? The Independent Review, 7(3), s. 423-441.
- Wojtyła A (2012) Banki centralne po kryzysie: czy konieczne są zmiany instytucjonalne w strategii bezpośredniego celu inflacyjnego. Gospodarka Narodowa, (7-8), s. 45-65.
- www.nbportal.pl/sloownik/pozycje-sloownika/placidlopieniaz-towarowy

16. Zastosowanie metodyk zwinnych w lubelskich firmach IT – case study

Application of agile methodologies in Information Technology companies in Lublin – case study

Anna Pronczuk-Omiotek

Wydział Ekonomiczny UMCS, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
Opiekun naukowy: dr hab. Zbigniew Pastuszek prof. nadzw.

Pronczuk-Omiotek Anna: an.pronczuk@gmail.com

Słowa kluczowe: zarządzanie projektem, podejście zwinne, agile, scrum, start-up, information technology

Streszczenie

Metodyki zwinne są powszechnie używane w zarządzaniu w firmach informatycznych na całym świecie, a także coraz częściej w firmach IT w Lublinie. Należą do nich m.in. Agile, Scrum, Kanban, eXtreme Programming (XP). Celem artykułu jest przedstawienie jednej z metodyk zwinnych tj. metodyki Scrum zastosowanej w jednej z lubelskich firm IT. Na bazie ankiety przeprowadzonej w listopadzie 2017 autorka zbadała, jak pracownicy firmy oceniają używanie metodyki Scrum. Autorka postawiła trzy hipotezy dotyczące zastosowania metodyki zwinnej Scrum:

1. Stosowanie metodyki Scrum ułatwia komunikację w zespole.
2. Scrum zapewnia lepszą komunikację z klientem.
3. Scrum wpływa na usprawnienie pracy i podniesienie efektywności zespołu projektowego.

W tym celu autorka zastosowała kwestionariusz anonimowej ankiety oraz pogłębiony wywiad. Wyniki badań literaturowych, a także empirycznych wskazują, że zastosowanie Scrum wywiera pozytywny wpływ na poprawę komunikacji w zespole IT, a przez to pośrednio wpływa na usprawnienie pracy i podniesienie efektywności zespołu projektowego. Okazuje się jednak, że Scrum ma też kilka wad, które mogą utrudniać efektywność pracy tj. przeznaczanie zbyt wiele czasu na spotkania. Dodatkowo, mimo że Scrum jest metodyką zwinną, został oceniony jako sposób działania, który nadaje zbyt sztywne ramy. Zapewne jest to porównanie z innymi metodykami np. Kanban. Ponadto, według badanych osób Scrum poprawia także komunikację z klientem dzięki możliwości ciągłego dostosowania produktu do potrzeb klienta.

1. Wstęp

Metodyki zwinne (ang. agile methodologies) są to metody zarządzania projektami, które zostały rozpowszechnione głównie dzięki branży IT (information technology). Swoje zastosowanie znalazły w nowoczesnych projektach informatycznych, wymagających równie innowacyjnego podejścia do organizacji pracy. Powstały jako odpowiedź na dotychczas stosowaną metodę kaskadową (ang. Waterfall), której główną wadą był długi czas oczekiwania na finalny produkt. Ponadto, w przeciwieństwie do metodyki kaskadowej, metodyki zwinne cechuje:

- ograniczenie liczby błędów,
- skrócenie czasu tworzenia gotowych produktów,
- ograniczenie łącznych kosztów wytwarzania (Elssamadisy 2010).

Celem opracowania jest przedstawienie jednej z metodyk zwinnych mianowicie metodyki Scrum oraz analiza i ocena wyników badań dotyczących zastosowania tej metodyki w jednej z lubelskich firm IT. Autorka postawiła trzy hipotezy dotyczące zastosowania metodyki Scrum:

1. Stosowanie metodyki Scrum ułatwia komunikację w zespole.
2. Scrum zapewnia lepszą komunikację z klientem.
3. Scrum wpływa na usprawnienie pracy i podniesienie efektywności zespołu projektowego.

W celu zweryfikowania hipotez zastosowano dwie metody badawcze, tj. kwestionariusz anonimowej ankiety oraz pogłębiony wywiad. Powyższe tezy zostały potwierdzone we wnioskach na końcu artykułu.

2. Charakterystyka metod zarządzania projektami informatycznymi

Odnosząc się do metodyk projektowania systemów informatycznych i zarządzania tego typu projektami, warto wspomnieć o różnych podejściach i metodykach. W literaturze istnieje podział na dwa rodzaje metodyk (Chmielarz i Klincewicz 2010):

- tradycyjne (ciężkie, klasyczne, tradycyjne), takie jak kaskadowa (liniowa), przyrostowa, ewolucyjna, baz danych, prototypowa, spiralna,
- zwinne (lekkie, nowoczesne), np.: Agile, Scrum, Kanban, eXtreme Programming (XP), Feature Driven Development (FDD), Crystal Methodologies, Dynamic System Development Method (DSDM), Adaptive Software Development (ASD).

Skuteczny rozwój oprogramowania jest możliwy zarówno w metodykach tradycyjnych jak i zwinnych, jednak sam proces prowadzenia projektów różni się znacząco. Podstawowa różnica polega na tym, że w metodykach tradycyjnych od momentu planowania do momentu wdrożenia projektu informatycznego mija zwykle długi okres czasu. Natomiast w metodykach zwinnych silny nacisk jest kładziony na w miarę możliwości szybkie dostarczanie klientowi działających fragmentów oprogramowania i gotowych rozwiązań, a także daje możliwość na zmianę wymagań i minimalizowanie kosztów (Skrzypek 2017).

Metodyki zwinne, rozumiane jako sposób myślenia o rozwoju oprogramowania, zostały rozpowszechnione dzięki **Manifestowi Agile (ang. Agile Manifesto)**, który został wypracowany na bazie wieloletnich doświadczeń, a finalnie spisany w dniach 11-13 lutego 2001 roku w narciarskim ośrodku wypoczynkowym The Lodge w górach Wasatch w stanie Utah (U.S.A.). W tym czasie, zebrało się 17 osób, aby połączyć odpoczynek z możliwością porozmawiania o porozumieniu na wspólnym gruncie, jakim był Agile. Uczestnicy tego wyjazdu określili ostateczny kształt i własnoręcznie podpisali "The Manifesto for Agile Software Development" (Fowler i Highsmith 2001). Manifest rozpoczyna się od czterech filarów, które głoszą, że na bazie dotychczasowych doświadczeń twórcy oprogramowania zaczęli bardziej cenić (Manifesto 2010):

- ludzi i interakcje od procesów i narzędzi,
- działające oprogramowanie od szczegółowej dokumentacji,
- współpracę z klientem od negocjacji umów,
- reagowanie na zmiany od realizacji założonego planu.

Manifest Agile zakłada także 12 zasad zwinnego tworzenia oprogramowania (Manifesto 2010):

1. "Najwyższy priorytet ma dla nas zadowolenie klienta dzięki wczesnemu i ciągłemu wdrażaniu wartościowego oprogramowania."

Oznacza to, że przeciwieństwie do metodyki Waterfall, klient dostaje częściej i szybciej działające części oprogramowania. Jest to możliwe m.in. dzięki zastosowaniu Definicji Ukończenia (ang. Definition of Done), która może odnosić się zarówno do pojedynczej czynności, jak i do całego procesu, którego efektem finalnym jest przekazanie gotowego produktu (Kraśniński 2012).

2. "Bądźcie gotowi na zmiany wymagań nawet na późnym etapie jego rozwoju. Procesy zwinne wykorzystują zmiany dla zapewnienia klientowi konkurencyjności."

Ta zasada oznacza nastawienie na cele biznesowe klienta oraz gotowość na częste i ciągłe zmiany w jego projekcie. Niezwykle ważne jest też to, aby zespół projektowy rozumiał, że taka potrzeba wynika z realiów rynkowych

3. "Dostarczajcie funkcjonujące oprogramowanie często, w kilkutygodniowych lub kilkumiesięcznych odstępach. Im częściej, tym lepiej."

Ponownie warto zastosować porównanie do metodyki Waterfall, w której funkcjonujące oprogramowanie było zwykle dostarczane na zakończenie projektu. Natomiast metodyki zwinne pozwalają, a nawet wymuszają dostarczanie działających fragmentów oprogramowania tak szybko, jak to możliwe.

4. "Zespoły biznesowe i deweloperskie muszą ściśle ze sobą współpracować w codziennej pracy przez cały czas trwania projektu."

Ta zasada oznacza ścisłą współpracę pomiędzy pracownikami klienta, samym klientem, zespołem deweloperskim, analitykami, testerami i managerami. Ma gwarantować, że wszystkie zaangażowane osoby będą rozumiały wymagania dotyczące projektu w ten sam sposób.

5. "Twórcie projekty wokół zmotywowanych ludzi. Zapewnijcie im potrzebne środowisko oraz wsparcie i zaufajcie, że wykonają powierzone zadanie."

Projekty realizowane w ramach metodyki Scrum skupiają się nie tylko na kliencie i jego potrzebach, ale także na zespole, a właściwie na członkach zespołu i ich potrzebach. Ta zasada postuluje samorządność zespołów, ograniczenie ich kontroli i obdarzenie ich zaufaniem, ponieważ są to specjaliści w swojej dziedzinie.

6. "Najbardziej efektywnym i wydajnym sposobem przekazywania informacji zespołowi deweloperskiemu i wewnątrz niego jest rozmowa twarzą w twarz."

Ta zasada postuluje stosowanie spotkań zamiast komunikacji oficjalnych kanałów komunikacji lub zbyt wielu e-maili. Przykładowo, w metodyce Scrum są to codzienne spotkania Daily Standup. Dodatkowo, wszelkie bieżące problemy również powinny być rozwiązywane na osobistych spotkaniach.

7. "Działające oprogramowanie jest podstawową miarą postępu."

Cele projektu informatycznego są osiągane w momencie uzyskania działającego oprogramowania. Można stosować różnego rodzaju wizualizacje postępu i tak np. w Scrumie stosuje się Wykres Spalania, który prezentuje postęp prac w czasie.

8. "Procesy zwinne umożliwiają zrównoważony rozwój. Sponsorzy, deweloperzy oraz użytkownicy powinni być w stanie utrzymywać równe tempo pracy."

Zrównoważony rozwój w projektach IT oznacza m.in. równomierne tempo pracy (ang. Velocity), które określane jest po kilku tygodniach od startu pracy nad danym projektem. Określenie Velocity nie jest możliwe na samym początku prac, ponieważ każdy zespół jest inny i dopiero gdy członkowie zespołu nauczą się ze sobą pracować, to możliwe jest oszacowanie ich tempa pracy. W Scrumie Velocity oraz poszczególne zadania są szacowane za pomocą tzw. Story Pointów, czyli wypadkowych trzech czynników: złożoności, ryzyka i czasochłonności.

9. "Ciągłe skupienie na technicznej doskonałości i dobrym projektowaniu zwiększa zwinność."

Oznacza to skupienie na poprawnym i wysokiej jakości kodzie programistycznym, co przekłada się na jakość projektu oraz sprawniejszą pracę nad nim.

10. "Prostota – sztuka minimalizowania ilości koniecznej pracy – jest kluczowa."

Ta zasada postuluje skupienie na kluczowych elementach w projekcie i wykonywanie ich w pierwszej kolejności, aby szybciej osiągnąć cele założone w projekcie.

11. "Najlepsze rozwiązania architektoniczne, wymagania i projekty pochodzą od samoorganizujących się zespołów."

Przedostatnia zasada oznacza, że w metodykach zwinnych zespoły powinny mieć dużą samodzielność w działaniu. "Samoorganizacja" oznacza, że programiści sami mogą wybierać kolejność zadań w ramach priorytetów ustalonych przez klienta. Ta zasada jest ściśle powiązana z zasadą nr 5 ponieważ pozwala na samoorganizację zwiększając motywację członków zespołu.

12. "W regularnych odstępach czasu zespół analizuje możliwości poprawy swojej wydajności, a następnie dostraja i dostosowuje swoje działania do wyciągniętych wniosków."

Ostatnia zasada odnosi się także do organizacji pracy przez sam zespół i dotyczy spotkań, na których omawiane są nie tylko kwestie techniczne, ale także sama organizacja pracy, problemy w zespole oraz kwestie komunikacji zespołowej i z klientem. W Scrumie do tego celu organizowane są dedykowane spotkania o nazwie Retrospektywy (ang. Retrospective).

Wskazane reguły opisane w Manifeście są nierozdzielne i według twórców, powinny być zawsze stosowane łącznie. Jednak czasem ich wdrożenie może spotkać z brakiem przychylności kadry zarządzającej, ze względu na brak sformalizowanych zasad lub zbyt elastyczne podejście. W takich sytuacjach w firmie wdraża się tylko wybrane zasady z "Agile Manifesto". Jednak jak

twierdzą sami twórcy Manifestu, jeżeli nie są stosowane wszystkie zasady jednocześnie, to firma nie jest w pełni “agile”.

3. Specyfika metodyki Scrum

W ramach podejść zwinnych następował rozwój i podział na różne metodyki, jednak zawsze cechą wspólną była iteracyjność, czyli dzielenie projektu na elementy oraz, w ramach stałych i powtarzalnych procesów, etapowe wytwarzanie wartości dodanej (Kraśniński 2012). Autorka skupiła się na jednej z najłżejszych agilowych metodyk, jaką jest Scrum. Sama nazwa z języka angielskiego oznacza młyn i jest terminem związanym z grą w rugby, a oznacza rzut wolny, w którym spleceni ze sobą gracze przeciwnych drużyn przepychają się (negocjują) nad piłką (celem) (Jaszkiewicz 1997). Celem metodyki Scrum w projektach technologicznych jest dostarczanie przez zespół jak najlepszej jakości oprogramowania, w możliwie najkrótszym czasie przy maksymalnym spełnieniu wymagań klienta.

Wedle definicji stworzonej przez Schwabera i Sutherlanda, Scrum to nie proces czy technika, ale ramy postępowania, dzięki którym ludzie mogą rozwiązywać złożone problemy i wytwarzać produkty o jak najwyższej wartości dodanej (Schwaber Sutherland 2016). Ponadto, Scrum opisuje sposoby postępowania, w obrębie których możliwe jest stosowanie różnorodnych procesów i technik, a także odkrywanie nieefektywności w procesie wytwarzania oprogramowania, a następnie eliminowanie ich lub doskonalenie całego procesu.

Scrum był wykorzystywany już od początku lat dziewięćdziesiątych, a zastosowanie w pierwszych firmach technologicznych i start-upach opisuje sam Sutherland. Pierwszą firmą, w której w 1993 r. zastosował Scrum była Easel Corporation, a w 2000 r. wdrażał tę metodologię w start-upie o nazwie PatientKeeper. Jak widać, Scrum stanowił o wzroście firm o różnych wielkościach, od fazy startu, do średniej firmy, a następnie dużej korporacji dostarczającej międzynarodowe rozwiązania (Sutherland 2001).

Przedstawienie działania metodyki Scrum w projektach informatycznych wymaga wyjaśnienia kilku podstawowych pojęć z nim związanych. Po pierwsze, tzw. zdarzenia:

- Sprint - okres czasu, który trwa minimum 2 do 4 tygodni, podczas którego wytwarzany jest gotowy fragment działającego oprogramowania. Jest to najważniejsze wydarzenie w Scrumie, które gwarantuje ciągłość rozwoju całego projektu.
- Planowanie Sprintu (ang. Sprint Planning) - spotkanie trwające od 2-8 godzin, podczas którego planowany jest zakres prac w najbliższym Sprincie.
- Codzienny Scrum (ang. Daily Standup) - codzienne spotkanie, którego celem jest zaprezentowanie dotychczasowych wyników prac, przedstawienie zadań na dzień dzisiejszy oraz poinformowanie o potencjalnych blokadach, które mogą wystąpić w trakcie realizacji projektu.
- Przegląd Sprintu (ang. Sprint Review) - spotkanie trwające od 2-4 godzin podczas którego omawiane są wyniki dotychczasowej pracy ukończone w danym sprincie. Kluczowym jego elementem jest prezentacja Przyrostu, która ma spowodować wymianę zdań w zespole, zebranie feedbacku, a także zwiększenie motywacji zespołu poprzez ukazanie efektów dotychczasowych prac.
- Retrospektywa Sprintu (Retrospective) - spotkanie trwające od 1,5-3 godzin, którego celem jest omówienie nietechnicznych aspektów Sprintu, takich jak: komunikacja w zespole, komunikacja z klientem, napotkane problemy i wyzwania. Celem tego spotkania jest zidentyfikowanie i nazwanie tych problemów, a następnie stworzenie listy usprawnień i planu wdrożenia ich w życie.

Z kolei artefakty są to elementy projektu, które prezentują pracę lub wartość tak, aby uzyskać przejrzystość. Są to (Schwaber i Sutherland 2016):

- Backlog Produktu - czyli lista wszystkiego, co jest potrzebne do realizacji projektu informatycznego,
- Backlog Sprintu - czyli zbiór elementów z Backlogu Produktu, który jest uzupełniony o konkretny plan realizacji oraz sposób dostarczenia Przyrostu produktu i realizacji celu Sprintu,

- Przyrost - rozumiany jako zakończone, działające elementy backlogu produktu podczas jednego Sprintu lub wszystkich poprzednich Sprintów. Najważniejszą jego cechą jest to, że musi być "ukończony" i zgodny z "Definicją Ukończenia".

Gdy znamy już podstawowe pojęcia związane ze Scrumem możemy przejść do analizy przebiegu samego projektu. Według W. Chmielarza sposób zarządzania projektem informatycznym przy zastosowaniu metodyki Scrum przebiega według ośmiu kroków (Chmielarz 2012):

- rozpoznanie ogólnych wymagań i wstępna analiza zapotrzebowania;
- rozpoznanie i analiza dla pierwszego sprintu,
- planowanie sprintu (analiza i projekt techniczny),
- bieżąca weryfikacja założeń w trakcie codziennych spotkań (Daily Standup),
- realizacja systemu i generacja oprogramowania kolejnego prototypu,
- konstruowanie i zastosowanie,
- testowanie systemu po każdym sprincie,
- eksploatacja i potencjalne przyszłe modyfikacje systemu.

Powyższe zadania są wykonywane przez zespoły Scrumowe, które liczą minimum 3, a maksymalnie 9 osób. Role jakie można pełnić w zespole to (Schwaber i Sutherland 2016):

- Właściciel Produktu (ang. Product Owner) - jest to osoba, która jest odpowiedzialna za maksymalizację wartości produktu i pracy zespołu Deweloperskiego, jest odpowiedzialna przede wszystkim za Backlog produktu i jego zrozumienie,
- Zespół Deweloperski (ang. Development Team) - jest to grupa profesjonalistów, których zadaniem jest dostarczenie, na zakończenie każdego Sprintu gotowego, działającego elementu oprogramowania,
- Scrum Master - jest to osoba odpowiedzialna za to, aby Scrum był rozumiany i stosowany w zespole. Jest jakby "strażnikiem" metodyki Scrum, która ma zapewniać możliwości i zasoby do jego skutecznej implementacji.

W metodyce Scrum kluczową rzeczą jest organizacja pracy. Podstawowymi wartościami dla pracy w Scrumie są zaangażowanie, odwaga, skupienie, otwartość i poszanowanie. Niezwykle ważne jest to, że zgodnie ze wszystkimi metodami agilowymi, zespół musi być samoorganizujący się. Dodatkowo, zespoły są interdyscyplinarne i komplementarne, co tym bardziej ma im zapewnić samodzielność w działaniu. Mimo, że członkowie Zespołu Deweloperskiego jako samodzielne jednostki mogą posiadać bardzo różnorodne umiejętności i wąskie specjalizacje, to odpowiedzialność za wykonywaną pracę ciąży na całym zespole, co tym bardziej ma ich motywować do skutecznej współpracy.

4. Materiał i metody

Badana firma działa na lubelskim rynku od grudnia 2014 roku. Jest to trzeci oddział tej firmy w Polsce, po Wrocławiu i Szczecinie. We wrześniu 2017 r. lubelski oddział zatrudnił 28 osób, z czego większość to programiści, a pozostałe osoby zajmują się testowaniem, zarządzaniem lub administracją. Docelowo firma w Lublinie planuje zatrudnić 100 osób. Celem działania oddziału jest realizowanie projektów dla klientów z zagranicy, przede wszystkim ze Stanów Zjednoczonych, oraz gromadzenie w oddziale najlepszych specjalistów z Lublina. Pracownikami oddziału są przede wszystkim Mid i Senior Developerzy, czyli programiści z co najmniej 3-letnim doświadczeniem w branży IT.

W trakcie badania wykorzystania metodyk zwinnych autorka wykorzystała kwestionariusz anonimowej ankiety oraz pogłębiony wywiad. Liczebność populacji statystycznej wynosiła 28 osób, a aż 24 osoby stanowią osoby pracujące na stanowiskach wymagających wysokiej znajomości nowych technologii. Osoby pracujące w oddziale są w wieku od 20 do 38 roku życia. Autorka szacuje, że wielkość frakcji wynosi 92%, czyli aż 26 osób z populacji ma na co dzień styczność z metodyką Scrum przy swojej pracy projektowej i może ocenić jej użyteczność. Dwie osoby zajmują się pracą administracyjno-biurową.

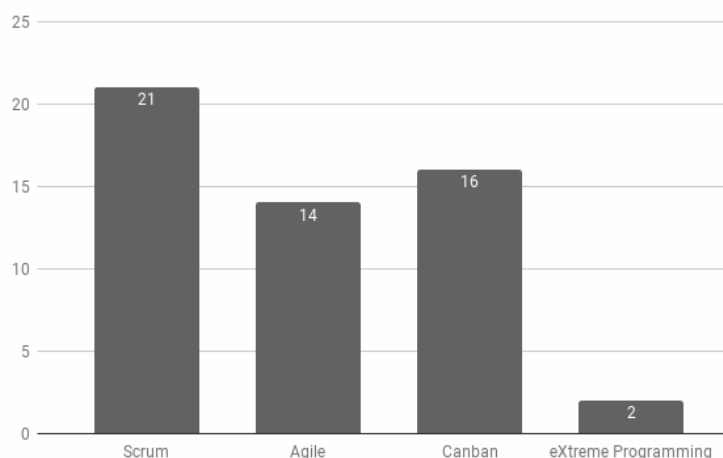
Skonstruowana ankieta składała się z 6 pytań, z czego wszystkie pytania były zamknięte. Pytania oraz sugerowane odpowiedzi w ankiecie zostały skonstruowane na bazie wywiadów

z programistami z wielu firm IT. W celu doprecyzowania wniosków, również został przeprowadzony pogłębiony wywiad już tylko ze specjalistami IT w badanej firmie.

5. Analiza i ocena wyników badań dotyczących zastosowania metodyki Scrum w jednej z lubelskich firm IT

Arkusze anonimowej ankiety uzupełniły 22 osoby, co oznacza, że błąd maksymalny wynosi 6% przy poziomie ufności 95%. Na ankietę odpowiedzieli głównie programiści (10 osób) oraz testerzy (7 osób). Pozostałe osoby były związane ze stanowiskami zarządzającymi i organizacyjnymi (Manager, Product Owner, Scrum Master). Niestety, z racji tego, że pytanie o staż pracy było nieobowiązkowe, to nikt nie udzielił odpowiedzi na to pytanie.

Do respondentów skierowano pytanie o metodyki zwinne stosowane w badanej firmie (było to pytanie wielokrotnego wyboru ze względu na to, że firma prowadzi kilka projektów w różnych zespołach). Zdecydowana większość badanych, bo aż 21 osób odpowiedziało "Scrum". Pozostałe odpowiedzi to Kanban, Agile i eXtreme Programming. Rozkład odpowiedzi obrazuje Wykresie 1. Z racji tego, że już w momencie konstruowania ankiety autorka wiedziała, że zdecydowana większość specjalistów w badanej firmie używa metodyki Scrum w codziennej pracy lub używało go chociaż raz w życiu, to pozostałe pytania w ankiecie dotyczą już tylko tej metodyki zwinnej.



Rys. 1 Zastosowanie metodyk zwinnych w badanej firmie.

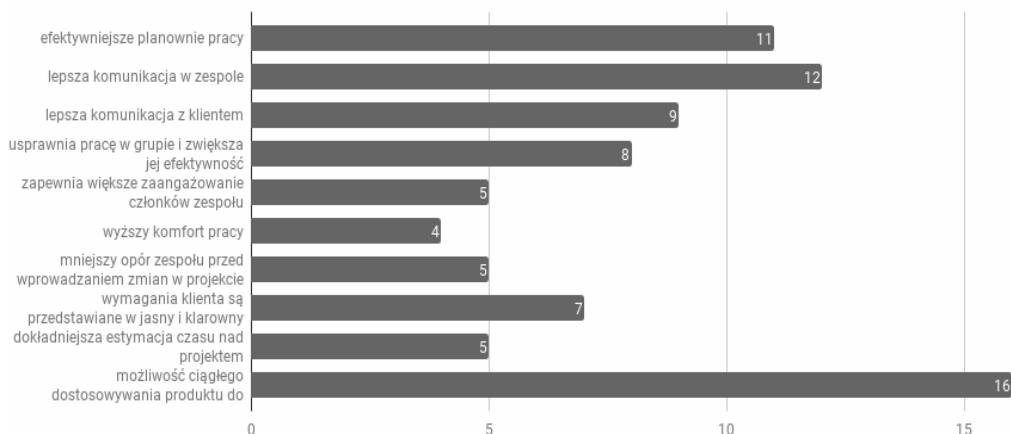
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników ankiety

W kolejnym pytaniu autorka zapytała o subiektywną ocenę respondentów, czy używanie metodyki Scrum daje wartość w projekcie. Aż 18 osób odpowiedziało, że "Tak", a 4 udzieliło odpowiedzi "Trudno powiedzieć". Nikt nie odpowiedział negatywnie. Ostatnie dwa pytania dotyczyły korzyści i wad zastosowania metodyki Scrum przy projektach, przy których pracowali badali specjaliści z branży IT. Rozkład odpowiedzi został przedstawiony na Rys. 2 i 3.

Najczęściej wybieraną korzyścią ze stosowania metodyki Scrum była możliwość ciągłego dostosowywania produktu do potrzeb klienta. Na drugim miejscu stawiano lepszą komunikację w zespole (12 głosów), efektywniejsze planowanie pracy (11 głosów) oraz lepszą komunikację z klientem (9 głosów).

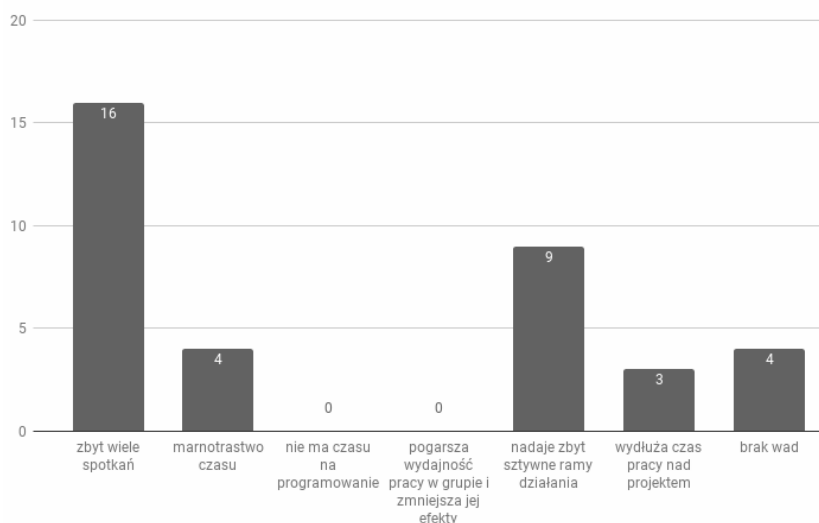
Do najczęściej wybieranych wad metodyki Scrum należało zdecydowanie zbyt wiele spotkań (tzw. zdarzeń w Scrumie), ponieważ aż 16 osób wybrało tę odpowiedź. Na kolejnych miejscach znajdowało się nadawanie zbyt sztywnych ram działania (9 głosów), marnotrawstwo czasu (4 głosy) oraz wydłużenie czasu pracy (3 głosy). Natomiast 4 osoby opowiedziały, że Scrum nie ma wad - porównując te wyniki z odpowiedzią na pytanie "Czy uważasz, że używanie metodyki Scrum daje wartość w projekcie?" okazuje się, że nawet osoby, które zaznaczyły, że Scrum daje wartość w projekcie to i tak widzą jego wady.

Badania i Rozwój Młodych Naukowców w Polsce



Rys. 2 Korzyści ze stosowania Scrum w badanej firmie.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników ankiety



Rys. 3 Wady ze stosowania Scrum w badanej firmie.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników ankiety

6. Wnioski

Wyniki badań literaturowych, a także empirycznych wskazują, że zastosowanie metodyki Scrum ma pozytywny wpływ na poprawę komunikacji w zespole IT, a przez to pośrednio na usprawnienie pracy i podniesienie efektywności zespołu projektowego. Okazuje się jednak, że Scrum ma też kilka wad, które mogą stać na drodze tej efektywności jak marnowanie czasu na zbyt wiele spotkań. Dodatkowo, mimo że Scrum jest metodyką zwinna, został oceniony jako sposób działania, który nadaje zbyt sztywne ramy. Zapewne odnosi się to do innych metodyk stosowanych w badanej firmie jak np. Kanban.

Okazuje się też, że według badanych osób Scrum poprawia także komunikację z klientem dzięki możliwości ciągłego dostosowywania produktu do potrzeb klienta. Dzieje się tak m.in. dzięki zastosowaniu skutecznego planowania i przede wszystkim zrozumienia przez wszystkich członków zespołu wymagań dotyczących projektu. Zatem potwierdziły się hipotezy postawione na

początku badania. W oparciu o wyniki pogłębionego wywiadu można wywnioskować, że projekty informatyczne stosowane przy zastosowaniu metodyk zwinnych lepiej spełniają:

- oczekiwania klienta (bo są częściej z nim konsultowane),
- oczekiwania rynku (bo na bieżąco można dostosowywać produkt do sytuacji na rynku oraz do konkurencji klienta),
- oczekiwania firmy realizującej projekt (bo zadowolenie klienta daje dużą szansę na nowe zlecenia).

Scrum jako zwinna metodyka zarządzania ma zarówno wady jak i zalety. Zalety z pewnością wiążą się ze skuteczniejszą komunikacją, co jest kluczowe przy tak szybko zmieniających się warunkach rynkowych jakie panują w branży IT. Nieuniknione jest, że coraz więcej firm w Polsce jak i na Lubelszczyźnie będzie wdrażało się metodyki zwinne, w tym Scrum, do swoich zespołów projektowych.

7. Literatura

Agile Manifesto (2010) Manifesto for agile software development, 2001. URL:

<http://agilemanifesto.org>

Chmielarz W (2012) Kryteria wyboru metod zarządzania projektami informatycznymi, *Problemy Zarządzania* vol. 10, nr 3 (38), Wydział Zarządzania UW, s. 26-27.

Chmielarz W, Klineciewicz K (2010) Zarządzanie w kontekście zmian, *Organizacja i zarządzanie w zarysie*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe WZ UW, Dom Wydawniczy Elipsa, s. 238–252.

Elssamadisy A (2010) AGILE: wzorce wdrażania praktyk zwinnych, Wydawnictwo Helion, s. 54.

Fowler M, Highsmith J (2001) The agile manifesto, *Software Development* 9.8, s. 28-35.

Jaszkiewicz A (1997) Inżynieria oprogramowania, Gliwice: Helion, (cyt. za:) Chmielarz W (2012) Kryteria wyboru metod zarządzania projektami informatycznymi, *Problemy Zarządzania* vol. 10, nr 3 (38), Wydział Zarządzania UW, s. 35.

Kraśński M (2012) Metodyka kanban w zarządzaniu projektami informatycznymi, *wspolczesne_Sopinska.indd*, 13.3.2012., s. 235-237.

Skrzypek E (2017) Wybrane perspektywy zwinności organizacyjnej *Problemy jakości*, nr 12, s. 10.

Schwaber K, Sutherland J (2016), *The Scrum Guide*. Przewodnik po Scrumie: Reguły Gry, *Scrum.org*, URL: <http://www.scrumguides.org/docs/scrumguide/v2017/2017-Scrum-Guide-Polish.pdf>

Sutherland J (2001). *Inventing and Reinventing SCRUM in five Companies*. Patient-Keeper, Inc. (Online: <http://faculty.salisbury.edu/~xswang/research/papers/serelated/scrum/inventingscrumpdf>).

17. Kredyt bankowy jako forma finansowania działalności gospodarczej

Bank credit as a form of financing business activity

Styś Kinga

Katedra Finansów i Ubezpieczeń, Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych, Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny w Radomiu

Opiekun naukowy: dr hab. Tadeusz Dyr

Kinga Styś: kstys5@wp.pl

Słowa kluczowe: kredyt inwestycyjny, kredyt obrotowy, dotacje de minimis

Streszczenie

Podmioty gospodarcze, aby móc się rozwijać potrzebują w tym celu środków finansowych. Jednym ze źródeł, z jakich mogą pozyskać te zasoby finansowe są kredyty bankowe. Przedmiotem niniejszego artykułu było określenie znaczenia kredytów bankowych w finansowaniu działalności gospodarczej przedsiębiorstw w Polsce. Przeprowadzone badania pokazały, że kredyt bankowy jest bardzo ważnym źródłem finansowania działalności gospodarczej obok środków własnych przedsiębiorstw. Przedsiębiorcy mogą korzystać zarówno z kredytów obrotowych, jak i inwestycyjnych. Dodatkowo w związku z polityką państwa mającą na celu wspieranie przedsiębiorczości nowe firmy mogą skorzystać ze specjalnie przeznaczonych dla nich kredytów "na start". Ponadto przedsiębiorstwa chcące skorzystać z kredytu bankowego powinny wziąć pod uwagę szereg różnorodnych czynników mających wpływ na jego koszt całkowity. Natomiast analiza danych statystycznych pokazała, że polskie firmy chętnie korzystają z kredytów, a ich wartość stale rośnie. Wielkość kredytów inwestycyjnych utrzymuje się na stałym poziomie. Natomiast w przypadku kredytów obrotowych ich wartość stale rośnie, co oznacza że coraz częściej przedsiębiorcy korzystają z tej metody finansowania bieżącej działalności gospodarczej.

1. Wstęp

We współczesnej gospodarce każde nowo powstające, jak również już funkcjonujące na rynku przedsiębiorstwo potrzebuje kapitału. Istnieje wiele różnych źródeł pozyskiwania środków na prowadzoną przez podmioty gospodarcze działalność gospodarczą. Jednakże zgodnie z teorią hierarchii źródeł finansowania samo finansowanie działalności gospodarczej i rozwoju przedsiębiorstwa niejako wymaga pozyskiwania kapitału ze źródeł wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Należy podkreślić fakt, iż to na jaki kapitał dana firma zgłasza zapotrzebowanie wynika nie tylko z jej bieżącej sytuacji finansowej, ale również z fazy cyklu, w jakiej się znajduje. W literaturze przedmiotu można znaleźć podział przedsiębiorstw na fazę powstania, początkowego rozwoju, wzrostu, dojrzałości i schyłku działalności (Duliniec 2011). W zależności od fazy rozwoju przedsiębiorstwo ma możliwość pozyskania kapitału z konkretnego źródła (Tab.1). W początkowych etapach swojej działalności przedsiębiorstwa korzystają głównie ze środków własnych, bądź pozyskanych od rodziny, Aniołów Biznesu, funduszy venture capital, bądź private equity. Bardzo często z uwagi na fakt, iż młode firmy nie posiadają zabezpieczenia dla kredytu bankowego i historii kredytowej ich ocena zdolności kredytowej jest wręcz niemożliwa do zbadania.

Analizując dane zawarte w Tab.1 można zauważyć, iż w momencie powstania koncepcji i rozruchu firmy, kiedy to od posiadanych funduszy zależy istnienie oraz powodzenie danego przedsięwzięcia, kapitał jest pozyskiwany głównie od rodziny, znajomych, współników, urzędów pracy oraz inkubatorów przedsiębiorczości. Pozostałe opcje są dla przedsiębiorców niedostępne. W pozostałych fazach rozwoju jest im już łatwiej pozyskać niezbędny kapitał. Warto podkreślić, że przy wyborze optymalnego źródła finansowania każdy przedsiębiorca powinien się kierować przede wszystkim elastycznością, kosztem oraz dostępnością kapitału.

Do najczęstszych źródeł finansowania działalności gospodarczej zalicza się środki własne, dotacje oraz kredyty i pożyczki. To właśnie kredyt bankowy w tym procesie zajmuje tu istotne miejsce. Może być on udzielany firmie na rachunku bieżącym (tzw. kredyt obrotowy) oraz rachunku

kredytowym (tzw. kredyt inwestycyjny). Kredyty obrotowe mają charakter krótkoterminowy, natomiast inwestycyjne długoterminowy, ponieważ służą stworzeniu lub powiększaniu środków trwałych. Kredyty mogą być również udzielane w walucie polskiej, bądź walutach zagranicznych, wówczas są to kredyty złotówkowe lub dewizowe (Dragunowicz i in. 2001; NBP 2015).

Dlatego też celem niniejszej pracy jest określenie znaczenia kredytów bankowych w finansowaniu działalności gospodarczej przedsiębiorstw w Polsce.

Tab. 6 Źródła finansowania działalności gospodarczej w zależności od fazy rozwoju przedsiębiorstwa.

Źródła finansowania	Faza rozwoju			
	Koncepcja i rozruch firmy	Mikro firma	Mała firma	Średnia firma
Kredyt bankowy	-	+	+	+++
Faktoring	-	++	++	+++
Leasing	-	++	+++	+++
Fundusze venture capital	+	+	++	++
Wkłady wspólników	+++	+++	+++	+++
Samofinansowanie	-	+++	+++	+++
Franchising	-	-	-	+++
Obligacje	-	-	+	+
Fundusze pomocowe	-	++	++	++
Kredyt kupiecki	-	+++	+++	+++
Inkubatory przedsiębiorczości	+++	+++	+++	-
Pożyczki od sektora poza bankowego (w tym dotacji z urzędów pracy)	++	++	++	+++
Pożyczki od rodziny i znajomych	+++	+++	+++	+++

Legenda: - źródła niedostępne, + źródła trudno dostępne, ++ źródła średnio dostępne, +++ źródła łatwo dostępne

Źródło: (Stawasz 2006; Skowronek -Mielczarek 2007).

2. Materiały i metody

W Polsce podobnie, jak w Europie w odróżnieniu od Stanów Zjednoczonych bardzo duże znaczenie odgrywa sektor bankowy w finansowaniu działalności gospodarczej. Oferty poszczególnych banków mają za zadanie zachęcić potencjalnych kredytobiorców do zaciągania kredytów. Obecnie banki zaczęły doceniać znaczenie małej przedsiębiorczości w gospodarce i poszerzyły swoją ofertę o nowe produkty. Pojawiła się specjalna oferta kredytowa dla firm, które dopiero zaczynają swoją działalność na rynku (Smolarek, Dziendziora 2011). Kredyty dla takich firm charakteryzują się m.in. ostrzejszymi warunkami umowy kredytowej czy też dużo wyższym oprocentowaniem niż te przeznaczone dla innych przedsiębiorców, ponieważ podmioty te charakteryzują się znacznie wyższym poziomem ryzyka kredytowego, które jest powiązane z tym, że nie posiadają jeszcze ugruntowanej pozycji na rynku. To sprawia, że całkowite koszty zobowiązania są wyższe. W Tab. 2 zaprezentowano ranking ofert kredytowych dla firm, które dopiero zaczynają prowadzić działalność gospodarczą. Analizując dane można zauważyć, że banki oferują kredyty od 30 tys. zł do 600 tys. zł na maksymalny okres nawet 10 lat. Ponadto banki oferują przedsiębiorcom udzielenie kredytu bez zaświadczeń m.in. od urzędu skarbowego czy też urzędu skarbowego. Nowe firmy, które tak naprawdę nie generują jeszcze wysokich zysków, mają niskie kapitały własne, słabą płynność, nie posiadają sprawozdań finansowych, charakteryzują się niską rentownością i nie posiadają osobowości prawnej, a ich sytuacja na rynku jest niestabilna, mają problem z uzyskaniem kredytu. Bardzo ważne przy wyborze kredytodawcy w momencie rozpoczynania działalności jest zwrócenie się do banku, który specjalizuje się w udzielaniu kredytów firmom początkującym, ponieważ wówczas ryzyko odrzucenia wniosku kredytowego jest mniejsze, a warunki kredytowania nie będą tak rygorystyczne, jak w innym banku. Dodatkowo niezwykle istotna jest prowadzona na rzecz przedsiębiorców polityka państwa mająca na celu wspieranie rozwoju przedsiębiorczości.

Tab. 7 Kredyty dostępne dla nowo powstałych firm.

Bank	Maksymalna kwota kredytu	Maksymalny okres kredytowania	Prowizja	Uwagi
AFORTI Finance	do 100 tys. zł	2 lata	Ustalana indywidualnie	Bez konieczności rozliczania się z pożyczki.
Ekspert Finansowy EXPANDER	do 500 tys. zł	10 lat	Ustalana indywidualnie	Dla firm z krótkim stażem działalności, bez zabezpieczeń.
Idea Bank	do 50 tys. zł	5 lat	0%	Bez zaświadczeń ZUS i US.
mBank	do 30 tys. zł	7 lat	od 0% kwoty kredytu	Wymagane założenie konta firmowego.
Idea Bank	Dotacje UE	-	-	Analiza możliwości pozyskania dotacji z UE.
Idea Bank	do 600 tys. zł	10 lat	Ustalana indywidualnie	Bez zaświadczeń ZUS i US.
Raiffaisen Polbank Bank	do 50 tys. zł	7 lat	do 2,5%	Wymagany minimalnie 12 miesięczny okres prowadzenia działalności gospodarczej.

Źródło: opracowanie własne (oferty-kredytów.com 2017)

Istotne znaczenie w prowadzeniu działalności gospodarczej odgrywają kredyty obrotowe, które mogą być udzielane w walucie złotówkowej, jak i obcej na okresy związane z cyklem rozliczeniowym danego podmiotu gospodarczego. Środki te są udostępniane przedsiębiorcom w rachunkach bieżących, jako linia kredytowa¹. Warto podkreślić, że kredyty obrotowe są odnawialne i pomagają w znaczny sposób utrzymać płynność finansową oraz na bieżąco regulować zobowiązania. W Tab. 3 zaprezentowano ranking ofert kredytów obrotowych dla polskich przedsiębiorców oferowanych przez banki.

Tab. 8 Kredyty obrotowe dostępne dla polskich firm.

Bank	Maksymalna kwota kredytu	Prowizja	Uwagi
AFORTI Finance	Faktoring	Finansowanie faktur od 80% do 95%	Faktoring do kwoty 100 tys. zł na okres 24 miesięcy.
Idea Bank	do 1,5 mln zł	Ustalana indywidualnie	Kredyt dostępny również dla firm z krótkim stażem działalności.
Raiffaisen Polbank	Faktoring	Obrót roczny od 1 mln zł	Zamiana faktur na gotówkę w ciągu 2 h.
Idea Bank	do 50 tys. zł	-	Karta kredytowa bez żadnych prowizji, ze standardowym oprocentowaniem i bez odsetek przez 60 dni.

Źródło: opracowanie własne (oferty-kredytów.com 2017)

Analizując dane (Tab. 3) można zauważyć, że najniższą kwotę kredytu obrotowego przedsiębiorcy mogą uzyskać w Idea Bank (50 tys. zł) przy zerowej prowizji od udzielenia kredytu oraz przy karcie kredytowej z zerowymi odsetkami przez 60 dni (taka opcja jest niezwykle korzystna dla przedsiębiorstw, gdyż dodatkowe koszty nie zwiększają ich zadłużenia). Natomiast najwyższą kwotę takiego kredytu oferuje również Idea Bank - 1,5 mln zł - nie wymagając przy tym ubezpieczenia kredytu oraz przy niskim zabezpieczeniu kredytu. Ponadto kredyt jest również dostępny dla przedsiębiorstw nie posiadających długiego stażu w prowadzeniu działalności gospodarczej. Ponadto Raiffaisen Polbank i Aforti Finance proponują przedsiębiorcą finansowanie w formie faktoringu co jest to niezwykle ważne, ponieważ w większości przedsiębiorstw np.

¹ Inaczej jest kredyt w rachunku bankowym o charakterze odnawialnym. Jest to określony umową na dowolny cel dostępny limit na jaki może się zadłużyć kredytobiorca. Jest on ustanowiony automatycznie lub na wniosek klienta. Ponadto wysokość takiego kredytu określana jest indywidualnie i zależy od wpływów na konto. Warto podkreślić, iż istnieje możliwość wielokrotnego wykorzystania środków przyznanych przez bank, ponieważ każdy wpływ na rachunek automatycznie zmniejsza jego zadłużenie. Dlatego koszty takiego kredytu są w praktyce o wiele niższe niż pokazują to tabele oprocentowania (TotalMoney.pl 2016).

handlowych terminy wpływu należności mogą nie pokrywać się z terminami regulowania zobowiązań, co z kolei mogłoby prowadzić do utraty przez nie płynności finansowej.

Innym rodzajem kredytów będących obiektem zainteresowania przedsiębiorców są kredyty inwestycyjne. Są one oferowane firmom, które zgłaszają zapotrzebowanie na kapitał niezbędny do ich dalszego rozwoju. Z reguły są to inwestycje w park maszynowy (m.in. wymiana maszyn, remonty, ulepszenia), nieruchomości, oprogramowania itd. Taki kredyt jest udziałowy zazwyczaj na długi okres i w dużych kwotach. Warto podkreślić, iż oprocentowanie takiego kredytu może być niższe ze względu na niższe ryzyko kredytowe niż w przypadku kredytów udzielanych nowym firmom. Należy zauważyć, że kredyty inwestycyjne wymagają zabezpieczenia w postaci np. nieruchomości (Rygielska, Wolska 2015). Obecnie banki oferują szereg udogodnień w przypadku kredytów inwestycyjnych (mogą one mieć również miejsce w przypadku kredytów obrotowych), które związane są ze wsparciem rządowym oraz ustaleniem korzystnych warunków kredytowania, dzięki czemu możliwe stanie się przede wszystkim zwiększenie nie tylko innowacyjności, ale również produktywności przedsiębiorstw funkcjonujących w Polsce. Mają tu zastosowanie gwarancje de minimis¹ (Bank Gospodarstwa Krajowego 2016). W Tab. 4 zaprezentowano ranking ofert kredytów inwestycyjnych oferowanych przez polskie banki, na podstawie których można zauważyć, że taki kredyt przedsiębiorca może wziąć maksymalnie na 20 lat o kwocie nawet 4 mln zł, choć w przypadku banku Millenium kwota ta, zależy od indywidualnych potrzeb przedsiębiorstwa. Zarówno ING Bank Śląski oraz Millenium oferują taki kredyt bez żadnego zabezpieczenia ze strony kredytobiorcy.

Tab. 9 Kredyty inwestycyjne dostępne dla polskich firm.

Bank	Maksymalna kwota kredytu	Maksymalny okres kredytowania	Prowizja	Uwagi
Idea Bank	do 50 tys. zł	do 5 lat	0%	Bez zaświadczeń ZUS i US.
Kredyt market	do 50 tys. zł	do 6 miesięcy	2,5%	Na dowolny cel firmowy, decyzja wydawana maksymalnie w 15 minut.
Alior Bank	Kredyt do 80% realizowanej inwestycji	20 lat	ustalana indywidualnie	Zabezpieczenie spłaty kredytu na przedmiocie realizowanej inwestycji.
AFORTI Finance	do 100 tys. zł	do 2 lat	ustalana indywidualnie	Bez konieczności rozliczania się z kredytu.
mBank	do 4 mln zł	do 20 lat	od 0% do 5%	0 % prowizji za wcześniejszą spłatę kredytu.
ING Bank Śląski	do 2 mln zł	10 lat	0% kosztem wyższej marży	Wykupienie ubezpieczenia obniża marżę o 0,5 p.p..
BZ WBK	do 80 lub 90% wartości inwestycji	15 lat	od 1%	Możliwość skorzystania z karencji do 18 miesięcy.
Millenium	do 80% nakładów inwestycyjnych	15 lat	5%	Karencja w spłacie rat kapitałowych na okres 24 miesięcy.

Źródło: opracowanie własne (oferty-kredytów.com 2017)

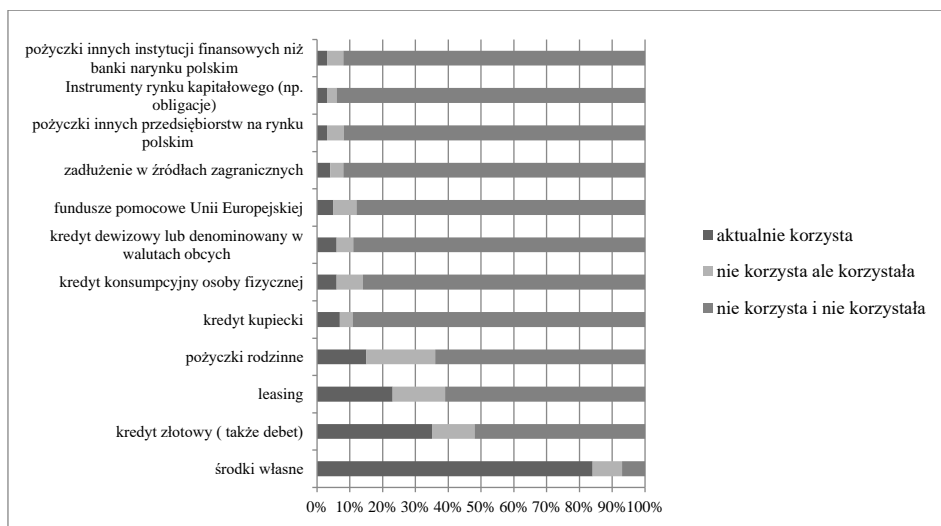
3. Wyniki i dyskusja

Każdy przedsiębiorca przed podjęciem decyzji o zaciągnięciu kredytu powinien wziąć pod uwagę szereg czynników, które będą powodowały w przyszłości wzrost jego kosztów. Na koszty każdego kredytu składa się przede wszystkim oprocentowanie nominalne oraz prowizja banku. Należy zauważyć, iż prowizja jest pobierana jednorazowo w momencie przyznania kredytu (w Polsce jej wysokość waha się w przedziale 0%-5%) i zależy m.in. od warunków kredytowania, rodzaju zabezpieczenia czy oceny zdolności kredytowej. Natomiast oprocentowanie nominalne jest składową

¹ Jest to jedna z form pomocy de minimis i nie stanowi dotacji pieniężnej, która jest udzielana w ramach dopuszczalnej pomocy publicznej w celu zabezpieczenia spłaty zarówno kredytu inwestycyjnego, jak i obrotowego dla sektora MŚP. Ponadto nie jest związana z przekazaniem środków finansowych przedsiębiorcy i nie wywołuje skutków podatkowych.

marży¹ banku oraz stawki WIBOR² (1M, 3M, 6M) (Gazeta Prawna 2015). Dodatkowo wpływ na koszt kredytu ma również obowiązek wykupienia ubezpieczenia kredytu, potrącenie opłaty przygotowawczej, cel kredytu oraz rodzaj jego zabezpieczenia. Należy zauważyć, że kredyty inwestycyjne dla nowych przedsiębiorstw są znacznie droższe niż kredyty obrotowe. Dlatego też te podmioty, które już ugruntowały sobie pozycje na rynku mogą spodziewać się kredytów o niższym koszcie. Ponadto przy wyborze optymalnego kredytu przedsiębiorca powinien wziąć również pod uwagę oferowaną przez bank maksymalną kwotę kredytu, okres kredytowania, możliwość karencji, szybkość decyzji kredytowej oraz wszystkie dodatkowe wymagania, jakie musi spełnić kredytobiorca. Powyższe dane zostały zaprezentowane w Tab. 2-4, podczas analizy których można zauważyć, że analizowane banki starają się wychodzić naprzeciw przedsiębiorcom ze swoją ofertą, na co również istotny wpływ ma polityka rządu.

Jednakże, jak wynika z badania „Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa o usługach bankowych” przeprowadzonego przez CBM Indicator we współpracy ze Związkiem Banków Polskich oraz Warszawskim Instytutem Bankowości³, najczęstszą formą finansowania wśród przedsiębiorstw o charakterze zewnętrznym jest kredyt bankowy⁴. Ponad 1/3 małych i mikro firm oraz prawie połowa średnich przedsiębiorstw korzysta z kredytów bankowych. Ponadto zauważono, że na koniec marca banki udzieliły łącznie 334 mld zł kredytów przedsiębiorstwom (ponad 55% - 187 mld - przypadła na segment MSP) (ZBP, 2016).



Rys. 1 Źródła finansowania działalności gospodarczej małych firm.

Źródło: opracowanie własne (CBM Indicator, ZBP, Warszawski Instytut Bankowości 2016)

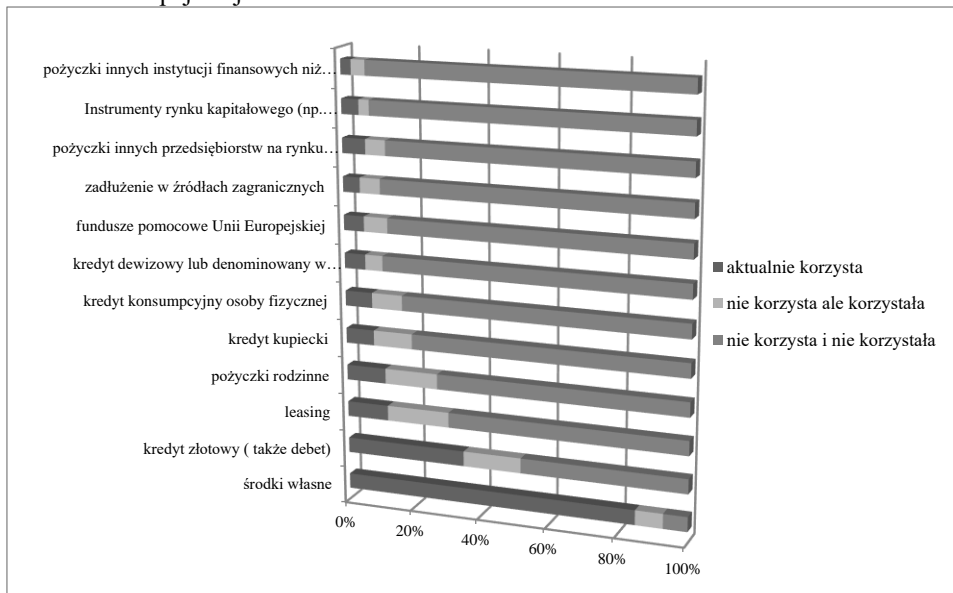
¹Jest to wartość, jaką bank zarabia udzielając kredytu. **Ponadto jest** stałym parametrem, który może zostać zmieniony tylko wówczas, gdy zostanie na to wyrażona zgoda przez obie strony umowy kredytowej.

² WIBOR (Warsaw Interbank Offer Rate) jest to stopa procentowa, po jakiej banki udzielają innym bankom pożyczek i jest ona ustalana w każdy dzień roboczy o godzinie 11.00.

³ Badanie ankietowe przeprowadzone na przełomie stycznia i lutego 2016 r. na próbie n=1214 przedsiębiorców, którzy zostali podzieleni na dwie grupy badawcze: małych firm o obrotach do 3,6 mln zł oraz średnich firm o obrotach w przedziale od 3,6 mln do 3 mln zł. Badanie zostało przeprowadzone metodą indywidualnych zestandaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych.

⁴ Respondentom przedstawiono listę dwunastu form finansowania. Ich zadaniem była ich ocena w skali: 1 – firma aktualnie korzysta, 2 – firma nie korzysta, ale korzystała oraz 3 – firma nie korzysta i nie korzystała.

Polscy przedsiębiorcy wskazują na kredyt w bankowy (Rys. 1 i Rys. 2), jako najbardziej dostępne zewnętrzne źródło finansowania działalności gospodarczej przez 35% mikro i małych przedsiębiorstw oraz przez 47% średnich firm. Należy jednak zauważyć, że wciąż większość przedsiębiorstw, bo ponad 84% małych i 85% średnich w finansowaniu swojej działalności preferuje wykorzystanie środków własnych. Można również zauważyć, że tylko niewielka część przedsiębiorstw korzysta z pozostałych źródeł finansowania takich jak leasing, kredyt kupiecki, środkami Unii Europejskiej.



Rys. 2 Źródła finansowania działalności gospodarczej przez średnie firmy.

Źródło: opracowanie własne (CBM Indicator, ZBP, Warszawski Instytut Bankowości 2016)

Aby w pełni móc ocenić skalę finansowania działalności gospodarczej w Polsce za pomocą kredytów bankowych w Tab. 5 zaprezentowano ogólny poziom zadłużenia kredytowego polskich przedsiębiorców w latach 2007-2015.

Tab. 10 Zadłużenie z tytułu kredytów bankowych i pożyczek w sektorze przedsiębiorstw w latach 2007-2015 (mln zł).

Wyszczególnienie	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Polska	60 476	78 851	72 645	69 896	75 360	111 130	115 320	105 714	121 042	126 896
Województwo										
dolnośląskie	5 212	6 953	6 841	7 156	6 811	11 974	10 256	9 576	12 553	13 744
kujawsko-pomorskie	3 130	3 734	2 904	3 096	2 553	3 892	3 936	4 551	5 945	4 511
lubelskie	1 567	2 223	1 844	1 446	1 769	2 018	2 338	1 993	2 010	2 127
lubuskie	1 027	1 136	1 080	1 016	1 290	1 260	1 299	1 163	1 563	1 647
łódzkie	3 074	3 452	3 802	3 735	4 379	4 837	5 079	5 683	5 839	7 950
małopolskie	4 726	5 113	4 368	4 348	5 907	6 941	7 476	7 830	8 839	8 718
mazowieckie	17 158	25 483	21 335	17 698	19 213	30 558	29 257	27 767	31 304	33 840
opolskie	1 145	1 188	1 119	1 362	1 116	1 653	1 703	1 596	2 091	2 250
podkarpackie	2 225	2 383	2 421	2 301	2 576	3 953	3 551	3 359	4 396	4 682
podlaskie	1 342	1 277	1 742	1 173	1 510	2 611	2 065	1 606	1 698	1 892

Badania i Rozwój Młodych Naukowców w Polsce

Wyszczególnienie	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
pomorskie	3 115	3 954	4 330	5 128	5 855	6 660	6 313	7 217	8 698	8 492
śląskie	6 968	8 646	8 413	8 317	8 061	13 314	16 906	14 257	14 989	13 802
świętokrzyskie	1 385	1 969	2 515	2 642	1 863	3 005	3 898	1 595	1 831	3 243
warmińsko-mazurskie	1 084	1 571	1 276	1 306	1 213	1 542	1 461	1 231	1 843	1 947
wielkopolskie	5 589	7 215	6 637	6 836	8 636	12 587	16 183	13 349	14 625	14 726
zachodniopomorskie	1 730	2 552	2 019	2 335	2 609	4 325	3 600	2 939	2 814	3 326

Źródło: Bank Danych Lokalnych [dostęp: 4.09.2016 r.].

Analizując dane (Tab. 5) można zauważyć, iż ogólny poziom wykorzystywania kredytów i pożyczek bankowych przez sektor przedsiębiorstw w badanym okresie stale rośnie w skali kraju, jak i województw. Największy wzrost wykorzystania kredytów i pożyczek miał miejsce w 2015 r. w stosunku do roku 2007 (ponad dwukrotnie) w województwie pomorskim, dolnośląskim, wielkopolskim oraz śląskim. Natomiast według raportu NBP o sytuacji finansowej przedsiębiorstw w IV kwartale 2015 r. ogólne zadłużenie kapitałem długoterminowym (kredyty inwestycyjne) spadło, natomiast zadłużenie kapitałem o charakterze krótkoterminowym (kredyty obrotowe) wzrosło w skali roku o 14%. W raporcie stwierdzono również, że łączna wartość kredytów i pożyczek krótkoterminowych wyniosła na koniec 2015 r. nieco ponad 36% całkowitego zadłużenia z tytułu kredytów i pożyczek. Wskazano również, że udział zadłużenia długoterminowego w zadłużeniu ogółem pozostało poniżej 65% (NBP 2016).

4. Wnioski

Kredyt bankowy jest bardzo ważnym źródłem finansowania działalności gospodarczej obok środków własnych przedsiębiorstw. Dzięki niemu przedsiębiorcy mogą korzystać z pozytywnych efektów dźwigni finansowej. Znacznie chętniej z kredytu bankowego korzystają średnie i duże firmy, które posiadają już ugruntowaną pozycję na rynku jak i odpowiednie zabezpieczenie dla kredytu.

Przedsiębiorcy mogą korzystać zarówno z kredytów o charakterze krótkoterminowym, pozwalającym im na prowadzenie bieżącej działalności gospodarczej, będącymi kredytami odnawialnymi udzielanymi w rachunku bieżącym, jak i długoterminowych. Te są wykorzystywane do rozwoju danego podmiotu gospodarczego m.in. na zakup nowych maszyn i technologii. Dodatkowo w związku z polityką państwa mającą na celu wspieranie przedsiębiorczości nowe firmy mogą skorzystać ze specjalnie przeznaczonych dla nich kredytów "na start".

Każdy przedsiębiorca chcący skorzystać z kredytu bankowego powinien wziąć pod uwagę szereg czynników. Do najważniejszych z nich należą: oprocentowanie nominalne, prowizja, marża banku, obowiązek wykupienia ubezpieczenia kredytu, potrącenie opłaty przygotowawczej, cel kredytu oraz rodzaj jego zabezpieczenia, jak również staż działalności danego podmiotu na rynku.

Ponadto, jak wynika z danych statystycznych polskie firmy chętnie korzystają z kredytów, ich wartość stale rośnie. Wielkość kredytów inwestycyjnych utrzymuje się na stałym poziomie. Natomiast w przypadku kredytów obrotowych ich wartość stale rośnie, co oznacza że coraz częściej przedsiębiorcy korzystają z tej metody finansowania bieżącej działalności gospodarczej.

5. Literatura

Bank Danych Lokalnych (2016) <https://bdl.stat.gov.pl/>.

Bank Gospodarstwa Krajowego (2016) Gwarancje de minimis, <https://www.bgk.pl/> [dostęp: 29.11.2017 r.].

Centrum Badań Marketingowych Indicator, Związek Banków Polskich, Warszawski Instytut Bankowości(2016) Polscy przedsiębiorcy o usługach bankowych. Materiały prasowe, Warszawa.

- Dragunowicz M, Heropolitańska I, Sterniak-Kujawa J, Sendek W (2001) Kredytowanie działalności gospodarczej małych przedsiębiorców, TWIGGER, Warszawa.
- Duliniec A (2011) Finansowanie przedsiębiorstwa. Strategie i instrumenty, PWE, Warszawa.
- Gazeta Prawna (2015) Niska marża vs. niska prowizja: Co ważniejsze przy kredycie hipotecznym?, <http://serwisy.gazetaprawna.pl/> [dostęp: 20.11.2017 r.].
- NBP (2015) Kredyt bankowy, <https://www.nbportal.pl> [dostęp: 07.12.2017 r.].
- NBP (2016) Raport o sytuacji finansowej przedsiębiorstw w IV kwartale 2015 r., NR 01/16, Instytut Ekonomiczny, Warszawa.
- Rygielska S, Wolska E (2015) Kredyt inwestycyjny jako źródło finansowania inwestycji, *Finanse i Prawo Finansowe*, kwartalnik II(2), Łódź.
- Skowronek-Mielczarek A (2007) Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania, CH BECK, Warszawa.
- Smolarek M, Dziendziora J (2011) Wybrane zewnętrzne źródła finansowania MŚP w Polsce, *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas, Zarządzanie* nr 2/2011, Sosnowiec.
- Stawasz E (2006) Pojęcie i źródła finansowania MSP, [w:] *Bariery w korzystaniu z usług bankowych w finansowaniu działalności małych i średnich przedsiębiorstw*, Bilski J, Stawasz E (red.), Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- TotalMoney.pl (2016) <http://www.totalmoney.pl/> [dostęp: 08.12.2017 r.].
- Oferty-kredytów.com (2017) Ranking kredytów dla firm 2016 – aktualne porównanie ofert, <http://oferty-kredytow.com/ranking-kredytow-dla-firm/> [dostęp: 13.12.2017 r.].
- Związek Banków Polskich (2016) , <https://zbp.pl/> [dostęp: 29.11.2017r.]

18. Inflacja, bezrobocie i PKB jako determinanty wahań cyklu koniunkturalnego w Polsce

Inflation, unemployment and GDP as a determinant of fluctuations in the business cycle in Poland

Styś Kinga

Katedra Finansów i Ubezpieczeń, Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych, Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny w Radomiu
Opiekun naukowy: dr hab. Tadeusz Dyr

Kinga Styś: kstys5@wp.pl

Słowa kluczowe: inflacja, bezrobocie, PKB *per capita*, cykl koniunkturalny

Streszczenie

Celem badań była identyfikacja ekonomicznych skutków występowania wahań cyklu koniunkturalnych oraz określenie faz ich wahań w polskiej gospodarce. W części pierwszej niniejszej pracy opisano cztery teorie cyklu koniunkturalnego oraz wskazano mierniki na podstawie, których można zbadać, jak w danym okresie się on kształtował. Natomiast w drugiej części podjęto próbę określenia faz cyklu koniunkturalnego na podstawie dynamiki PKB *per capita* w latach 2004-2014, stopy bezrobocia rejestrowego i wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych. Przeprowadzone badania wskazały, iż badanym okresie miały miejsce wahania polskiej koniunktury, które zostały zobrazowane przez PKB, inflację i stopę bezrobocia. Wobec powyższego można stwierdzić, że cykliczność koniunktury jest zjawiskiem, które było obecne, jest obecne i będzie zawsze obecne w we współczesnej gospodarce.

1. Wstęp

Cykl koniunkturalny jest nieodzownym elementem funkcjonowania gospodarki. W pewnych okresach obserwuje się szybki wzrost gospodarczy, któremu towarzyszy spadek bezrobocia i wzrost inflacji, natomiast w innych okresach wzrost gospodarczy słabnie, dynamika wzrostu cen maleje, a sytuacja na rynku pracy ulega pogorszeniu. Ponadto współczesne cykle koniunkturalne charakteryzują się nieregularnymi zmianami poziomu produkcji, zatrudnienia, cen czy czasem trwania. Wobec powyższego mianem cyklu koniunkturalnego można określić wahanie poziomu aktywności gospodarczej.

Niezwykle istotne dla podmiotów gospodarczych w takich warunkach staje się poszukiwanie najefektywniejszych źródeł finansowania działalności. Ponadto duży wpływ na decyzję dotyczącą wyboru źródła finansowania odgrywa aktualny w danym momencie stan gospodarki.

Każde przedsiębiorstwo staje w pewnym momencie w obliczu podjęcia decyzji, skąd pozyskać środki na otwarcie danego przedsięwzięcia, jak finansować dalszą działalność, rozwój czy też zapewnić sobie przetrwanie na ciągle zmieniającym się rynku. Obecnie przedsiębiorcy mogą korzystać z szerokiego wachlarza źródeł finansowania, obarczonych mniejszym lub większym poziomem ryzyka. Jednakże warto podkreślić, iż nie wszystkie rodzaje finansowania są dostępne dla podmiotów gospodarczych w każdej fazie ich rozwoju. Szczególnie trudnym zadaniem okazuje się pozyskanie kapitału w warunkach ogólnego spadku dochodów społeczeństwa, produktu krajowego brutto oraz wzrostu bezrobocia.

2. Materiały i metody

W opracowaniu wykorzystano metodę analizy opisowej dostępnej literatury przedmiotu w odniesieniu do scharakteryzowania podjętego zagadnienia. Do zbadania kształtowania się cyklu koniunkturalnego w Polsce wykorzystano dane BDL.

3. Wyniki i dyskusja

Istnieje wiele teorii wyjaśniających i opisujących zjawisko cyklu koniunkturalnego. Różnice pomiędzy nimi stanowi przypisanie przez nie roli poszczególnym czynnikom mającym wpływ na kształt cyklu. Można tu wyróżnić teorie endogeniczne i egzogeniczne. Według innego podziału, który jest związany z czasem powstania danej teorii (jest to bezpośrednio związane z dominującą wówczas teorią ekonomiczną) możemy wyróżnić teorie klasyczne i neoklasyczne (Barczyk i Kowalczyk 1993).

Teoria Johna M. Keynesa jest najbardziej znaną popytową teorią cyklu koniunkturalnego. W ekonomii klasycznej przyjmowano, że to mechanizm popytu i podaży w sposób automatyczny ureguluje całkowity popyt, czyli nastąpi samoregulacja poziomu płac oraz cen, której zadaniem jest zagwarantowanie stałej równowagi pomiędzy całkowitym popytem oraz pełnym zatrudnieniem. Sam nadmiar produkcji ma być wykorzystany na nowe inwestycje lub zatrzymany na przyszłość. Stopy procentowe pełnią w tym modelu rolę pewnego kosztu pieniądza, który ma zapewnić równowagę pomiędzy bieżącą konsumpcją, a skłonnością do oszczędzania i inwestowania. Sam stan nierównowagi w teorii klasycznej wynika z istnienia zbyt dużej ilości tzw. chybionych inwestycji, co powoduje pojawienie się nadmiaru pieniędzy, które wywołują sztuczny popyt. Aby sprowadzić gospodarkę do równowagi należy zlikwidować ten nadmiar poprzez m.in. obcięcie płac, zamknięcie nierentownych firm w czasach kryzysu, aż do momentu ponownego uzyskania równowagi. Niestety ten sposób radzenia sobie z kryzysem doprowadzał do pogarszania całej sytuacji, czyli do pogłębiania kryzysu.

Według Keynesa sposobem wyjścia z tej sytuacji było w czasie kryzysu pobudzać popyt poprzez m.in. obniżanie stóp procentowych, stosować ulgi inwestycyjne w systemie podatkowym oraz stosując jak najwięcej narzędzi interwencjonizmu państwowego. Jednakże takie postępowanie prowadziło do powstania efektu mnożnika inwestycyjnego¹.

Teoria keynesowska jest teorią popytu zagregowanego oraz jego wpływu na inflację oraz produkt (Nędziński 2003).

Inne podejście do tej problematyki prezentował Milton Friedman, który w swojej książce napisanej razem z A. J. Schwartz „*Historia monetarna Stanów Zjednoczonych 1867-1969*” (*A Monetary History of the United States 1867-1969*) na podstawie zgromadzonego materiału statystycznego oraz przeprowadzonej analizy funkcjonowania administracji państwowej, a także analizy dziejów gospodarczych kraju, udowodnił, że to zmiana ilości pieniądza była głównym czynnikiem, który określał zarówno wahania cykliczne aktywności gospodarczej, jak i poziom dochodów. Ponadto to właśnie nadmierna ilość pieniądza była przyczyną wzrostu cen w gospodarce. Friedman uważał również, że należy odrzucić zalecaną przez Keynesa manipulację wielkością podaży pieniądza, jako narzędzie do pobudzania koniunktury, ponieważ choć w krótkim okresie wzrost ilości pieniądza może ją pobudzić, natomiast w długim okresie doprowadzi on do wzrostu inflacji.

W czasie prowadzenia badań nad wpływem pieniądza na kształtowanie się procesu gospodarowania, Friedman odkrył zależności pomiędzy dochodem narodowym a rozmiarem podaży pieniądza w ujęciu nominalnym, które określają poprzez zmiany w ilości pieniądza w obiegu tempo aktywności gospodarczej. Według niego każda zmiana podaży pieniądza ma wpływ zarówno na poziom cen, jak i rozmiary produkcji (w ciągu od 6 do 9 miesięcy zmienia się wielkość produkcji, natomiast w ciągu kolejnych 6 – 9 miesięcy ulega już zmianie poziom cen).

Friedman prowadząc badania nad nieskutecznością polityki fiskalnej rozpatrywał działanie tzw. efektu wypychania (crowding-out effect) już po wyizolowaniu samego bodźca fiskalnego, który nie był związany z ekspansją monetarną (w momencie, gdy dochodzi do zmiany obciążeń podatkowych, bądź poziomu wydatków budżetowych przy równoczesnym braku zmian w ilości pieniądza w obiegu). Bodziec fiskalny będzie oddziaływał negatywnie załamując lub obniżając rozmiar inwestycji prywatnych poprzez ich wypchnięcie z procesu gospodarki narodowej. Friedman

¹ Polega on na tym, że zainwestowany pieniądz generuje wielokrotnie więcej pieniędzy w przyszłości na konsumpcję, które z kolei pobudzają kolejne inwestycje, a w efekcie cała gospodarka nabiera większego rozpędu.

podkreślał, że tylko w ograniczonych warunkach (w okresie depresji lub kryzysu) czysta polityka fiskalna przyniesie pozytywne rezultaty tylko w krótkim okresie (Stankiewicz 2006).

Teoria realnego cyklu jest zaliczana do ekonomii głównego nurtu i ściśle wiąże analizę mikro i makroekonomiczną. Teoria realnego cyklu koniunkturalnego zakłada, że wahania zarówno produkcji i zatrudnienia są wynikiem zmian realnych czynników w gospodarce przy założeniu, że rynki dostosowują się szybko oraz zawsze pozostają w stanie równowagi. Jej twórcami są Finn E. Kydland i Edward C. Prescott. W tej teorii pomijane są czynniki monetarne oraz uznaje się, że źródła samego zjawiska cyklu koniunkturalnego są po podażowej stronie gospodarki. Wszelkie wahania ogólnogospodarcze są wynikiem przypadkowych szoków zewnętrznych (np. technologicznych - tempo postępu technologicznego podlega dużym fluktuacjom). Wahania ogólnej produkcji i zatrudnienia wywołują wstrząsy podażowe, ponieważ racjonalnie działające jednostki reagują zmianami podaży oraz decyzji konsumpcyjnych na wszelkie zmiany cen względnych. A zatem to szoki technologiczne, przy jednoczesnym założeniu stałego kapitału oraz liczby godzin pracy są przyczyną fluktuacji w gospodarce.

Według teorii realnego cyklu koniunkturalnego występowanie cykli jest związane głównie z koniecznością tzw. oczyszczania się rynków i przywracaniem stanu równowagi na skutek szoków podażowych, które są związane z techniką produkcji (np., odkrycia, nowe wynalazki, zmiana technologii). To one powodują zmianę produktywności czynników produkcji, a także zmieniają otoczenie, w jakim działają podmioty rynkowe. Wówczas faza nagłego przyspieszenia wzrostu spowodowana szokiem technologicznym trwa do chwili, gdy siły rynkowe wyrównają jego działanie. Ponadto zarówno ceny i płace w tej teorii samoczynnie dostosowują się do nowych warunków, ponieważ są doskonale elastyczne. Dodatkowo teoria ta przyjmuje, iż podmioty gospodarcze w każdym momencie znajdują się w swoim optimum. To dlatego interwencja rządu może być co najmniej nieskuteczna lub wręcz szkodliwa (NBP 2015c).

Austriacka teoria cyklu koniunkturalnego została sformułowana przez ekonomistów szkoły austriackiej. Teoria ta ma na celu wyjaśnienie nie tylko przyczyn powstawania, ale i dynamiki oraz skutki cykli koniunkturalnych. Ojcami tej teorii są Ludwig von Mises i Friedrich von Hayek, którzy wypracowali ją w pierwszych dekadach XX wieku.

W swojej teorii „kredytu obrotowego” Mises stworzył pewnego rodzaju kombinację teorii naturalnej stopy procentowej oraz austriackiej teorii kapitału stworzonej przez Carla Mengera (rozszerzonej później przez Eugena von Böhm-Bawerka). Duży wpływ na poglądy Misesa miała British Currency School, która przyczyniła się do fluktuacji gospodarczych dopatrywała się w ekspansji monetarnej - Mises był tego samego zdania. Kierując się tym tokiem myślenia Hayek doszedł do wniosku, że nietrwały boom, który jest spowodowany przede wszystkim udzielaniem przez banki zbyt dużego kredytu według niższej od jej poziomu naturalnego stopy procentowej. Taki nadmierny kredyt staje się w ten sposób podstawową przyczyną powstawania cyklu koniunkturalnego.

Ekonomiści szkoły austriackiej uważali, że to banki powodują nie tylko sztuczny ruch na rynku dóbr kapitałowych, ale także nadmierne inwestycje w stadium ekspansji kredytowej oraz inflacyjnej emisji pieniądza. To z kolei powoduje złą alokację ograniczonych środków, a dopiero po pewnym czasie okazuje się, że ruch ten był pozbawiony zdrowych podstaw ekonomicznych (np. projekty zostają przeinwestowane, dochodzi nawet do spekulacji kapitału). Natomiast to wszystko prowadzi do kontrakcji na rynku oraz recesji w gospodarce. Wobec tego kryzys pojawia się w momencie, kiedy konsumenci dążą do przywrócenia pożądanego przez nich poziomu oszczędności oraz konsumpcji przy jednoczesnym zachowaniu bieżącego poziomu stóp procentowych.

Natomiast Carl Menger uważał, że cykle koniunkturalne nie są w sposób nierozzerwalny związane z wolnorynkową gospodarką kapitalistyczną. Według niego są one tylko i wyłącznie skutkiem interwencjonizmu państwa w podaż pieniądza.

Należy podkreślić, iż zwolennicy tej teorii zwracają przede wszystkim uwagę na różne tempo, z jakim świeżo wykreowany kredyt trafia na różnorodne rynki w gospodarce. To w konsekwencji powoduje zmiany zarówno podczas kontrakcji, jak i ekspansji gospodarki w pewnej kolejności (NBP 2015b; BS_NET 2016).

Reasumując powyższe rozważania można stwierdzić, że cykl koniunkturalny to zjawisko występowania w gospodarce wahań koniunktury przy utrzymującym się długookresowym trendzie

wzrostu gospodarczego w okresach kilkuletnich. Do badania koniunktury najczęściej wykorzystuje się:

- dynamikę PKB,
- poziom zatrudnienia,
- zmiany cen,
- wielkość eksportu i importu,
- wskaźniki rynku kapitałowego (indeksy giełdowe),
- nakłady inwestycyjne i zapasy przedsiębiorstw,
- obroty i zyski przedsiębiorstw (NBP 2015a).

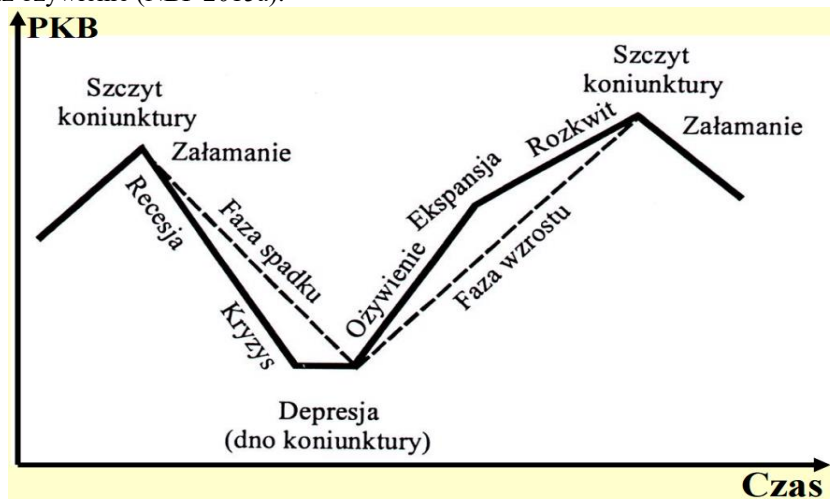
Należy zauważyć, że w dobie gospodarki światowej wahania koniunkturalne odnoszą się do wszystkich gospodarek niezolowanych. Dlatego też ich skutki nie odbijają się w takim samym stopniu na wszystkich dziedzinach gospodarki. To powoduje, że nawet w trakcie ogólnej recesji gospodarczej pewna branża w konkretnym kraju będzie prosperować nadzwyczaj dobrze. Na szczególną uwagę zasługują te wahania koniunkturalne, które charakteryzują się okresowością tworząc cykl koniunkturalny. Posiadają one następujące cechy:

- swoim zasięgiem obejmują całą gospodarke;
- wynikają z samo wyzwających się mechanizmów wewnętrznych, które występują w gospodarce;
- zmiany mają charakter długo i krótkookresowy;
- kolejne wzrosty i spadki zmian wielkości ekonomicznych są oddzielone tzw. punktami zwrotnymi, które powtarzają się ze stosunkowo względną regularnością (Orłowska i Pangsy-Kania 2003).

Natomiast klasyczny cykl koniunkturalny przyjmuje następujące fazy (Rys.1):

- kryzysu - wzrost bezrobocia przy jednoczesnym spadku zatrudnienia, produkcji, popytu, cen i inwestycji;
- depresji - wyżej wymienione wielkości osiągają niski poziom i już nie spadają;
- ożywienia - następuje wzrost zatrudnienia, produkcji, popytu, cen i inwestycji przy jednoczesnym spadku bezrobocia;
- rozkwitu - wyżej wymienione wielkości osiągają maksymalny poziom i dalej już nie rosną.

Należy podkreślić, że wszystkie fazy cyklu powinny być traktowane jako procesy, a nie stany przejściowe. Jednakże we współczesnych cyklach koniunkturalnych wyróżnia się tylko dwie fazy - recesję oraz ożywienie (NBP 2015a).



Rys. 3 Współczesny cykl koniunkturalny.

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Hübner, Lubiński 1989).

Współczesny cykl koniunkturalny jest określany, jako powtarzające się, ale nie zawsze regularne pod względem długości oraz amplitudy wahania aktywności gospodarczej o okresie 2-10 lat (a nawet kilkunastu lat). Wahania te przejawiają się przede wszystkim w wahaniami dynamiki (stopy wzrostu), zmianach absolutnych lub odchyleniach od trendu różnych zmiennych ekonomicznych opisujących poziom aktywności gospodarczej (Hübner, Lubiński, Małecki, Makowski 1994). Cechą charakterystyczną współczesnych cykli koniunkturalnych jest skrócenie oraz spłylenie fazy spadkowej. Taka sytuacja powoduje złagodzenie recesji, która ujawnia się przede wszystkim w dynamicznie rozwijających się gospodarkach w poprzez przyhamowanie tempa wzrostu gospodarczego, a nie zmniejszeniem wielkości produkcji.

Współczesne cykle różnią się od tych klasycznych przede wszystkim złagodzeniem samego zjawiska cykliczności rozwoju gospodarczego, co jest związane z procesami takimi, jak:

- szybkość przepływu informacji;
- wieloletnie oraz skuteczne oddziaływanie polityki stabilizacyjnej państwa;
- współczesny system oraz bankowy;
- istnienia bardziej wiarygodnych informacji o sytuacji gospodarczej oraz jej perspektywach;
- stabilizujące oddziaływanie międzynarodowej współpracy gospodarczej oraz handlu zagranicznego;
- dynamiczną ekspansję sektora usług, który charakteryzuje się dużą odpornością na okresowe spadki koniunktury gospodarczej;
- procesy internacjonalizacji i globalizacji (Orłowska i Pangsy-Kania 2003).

We współczesnych cyklach koniunkturalnych można zauważyć, że na miejscu recesji pojawia się bardzo często spowolnienie wzrostu gospodarczego. To powinno być pewnego rodzaju sygnałem ostrzegawczym dla rządu o kierunku zmian, jakie zachodzą w gospodarce rynkowej.

Podając analizę cyklu koniunkturalnego należy objąć badaniem różne kategorie ekonomiczne, takie jak konsumpcję, ceny dóbr i usług, poziom bezrobocia i zatrudnienia, stanu zapasów oraz wiele innych. Jednakże główną wielkością poddawaną analizie jest produkcja, ponieważ to ona wyznacza pewną charakterystykę wahań cyklicznych. Należy zauważyć, że w teorii ekonomii samo podejście do zmian produkcji w gospodarce jest odmienne w zależności od szkół opisujących cykl koniunkturalny. Zarówno monetaryści, nowi klasycy oraz keynesiści – do opisanie zmian w wytwarzaniu dóbr i usług posługują się wielkościami zagregowanymi. Inne podejście prezentują przedstawiciele szkoły austriackiej, którzy zalecają analizę produkcji w oparciu o różne rodzaje dóbr.

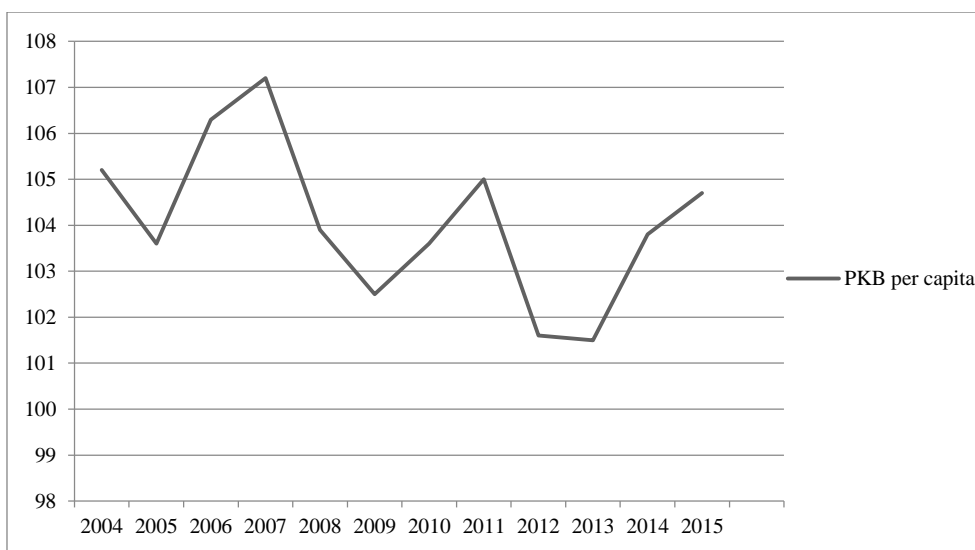
Aby móc określić przebieg faz cyklu koniunkturalnego w Polsce poddano analizie wielkość produktu krajowego brutto w przeliczeniu na jednego mieszkańca (Rys.2), poziom bezrobocia rejestrowego (Rys.3) oraz poziom inflacji mierzony wskaźnikiem poziomu cen towarów i usług konsumpcyjnych (Rys.4).

Analizując dane (Rys. 2) można zauważyć, że w badanym okresie polska gospodarka miała dwa załamania - w 2007 i 2011 roku. Zarówno w pierwszym, jak i drugim przypadku faza spadku trwała dwa lata (recesja miała miejsce przez rok, a następnie nastąpił roczny kryzys, aż do osiągnięcia punktu krytycznego). Następnie nastąpiła faza wzrostu z początkowym ożywieniem, późniejszą ekspansją i rozkwitem, aż do osiągnięcia punktu maksymalnego (w pierwszym przypadku), po którym nastąpiło kolejne załamanie.

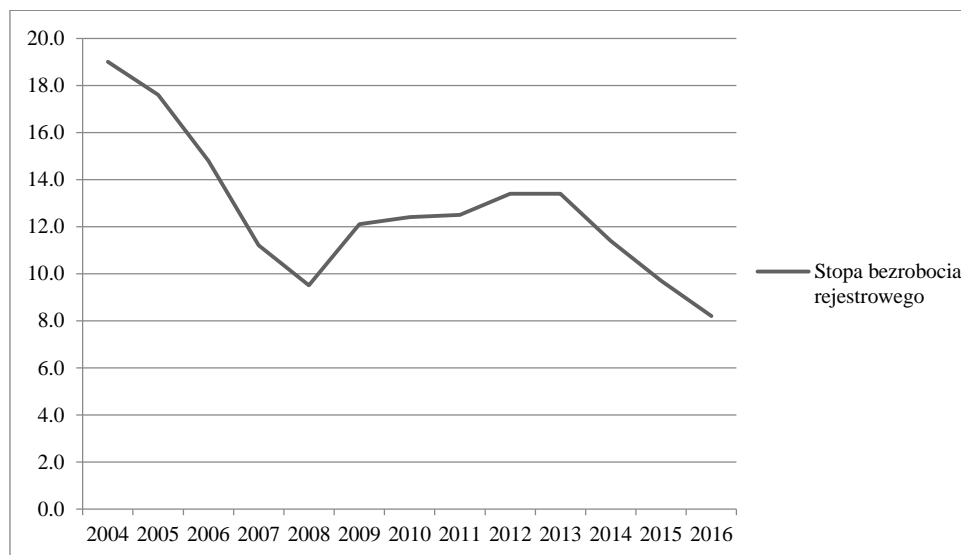
Analizując dane (Rys. 3) można zauważyć, iż od 2004 roku aż do roku 2008 miał miejsce spadek bezrobocia rejestrowego o 10 p.p.. Następny taki spadek bezrobocia można zaobserwować od 2013 roku. Natomiast stopniowy wzrost stopy bezrobocia miał miejsce od 2008 roku do 2013 roku. Taka sytuacja jest odzwierciedleniem sytuacji w gospodarce. Na podstawie tych danych można wnioskować, iż polska gospodarka w badanym okresie znajdowała się w kilkuletnim kryzysie (2008-2013), co przejawiającym się we wzroście bezrobocia. Dodatkowo można wyraźnie zaobserwować, iż przez rok (2012-2013) na polskim rynku panowała depresja tzn., że stopa bezrobocia osiągnęła wartość krytyczną i już więcej nie rosła. Natomiast w badanym okresie zaobserwowano dwukrotnie ożywienie polskiej gospodarki przejawiające się spadkiem stopy bezrobocia rejestrowego (lata 2004-2008 oraz 2013-2016). Dodatkowo można zauważyć, że obecnie stopa bezrobocia nie osiągnęła

jeszcze wartości krytycznej, co pozwala wnioskować, iż polska gospodarka wciąż znajduje się w fazie wzrostu gospodarczego.

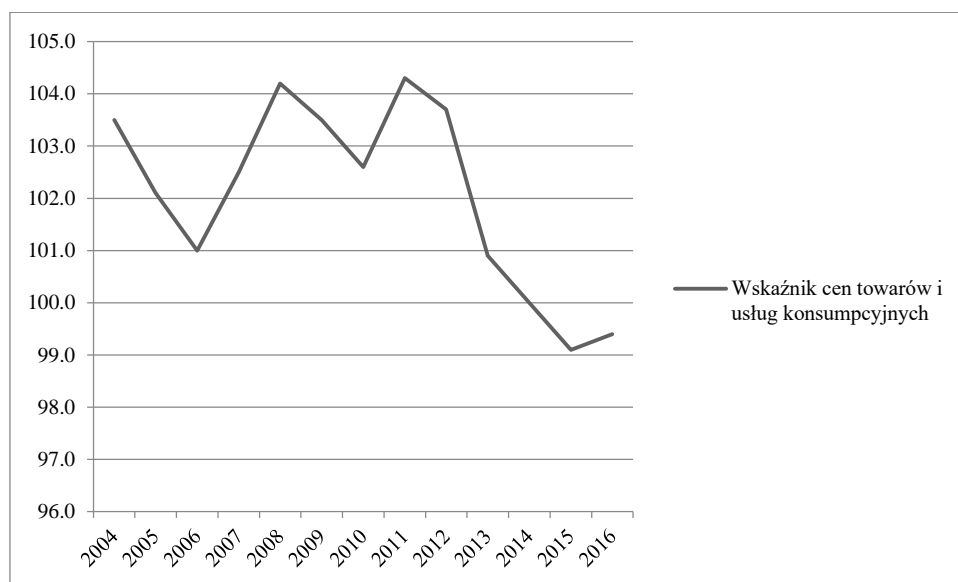
Jednakże analizując dane zawarte na Rys. 4 można wskazać trzy okresy, w których miał miejsce spadek cen towarów i usług konsumpcyjnych (2004-2006, 2008-2010 i 2012-2015) oraz ich wzrost (2006-2008, 2010-2011 i 2015-2016). Na tej podstawie można stwierdzić, iż trzykrotnie polska gospodarka w badanym okresie znajdowała się w fazie spadku koniunktury (spadek wartości wskaźnika) oraz w fazie wzrostu (wzrost wartości wskaźnika). Na tej podstawie można stwierdzić, iż cykliczność koniunktury jest zjawiskiem, które było obecne, jest obecne i będzie zawsze obecne w we współczesnej gospodarce.



Rys. 4 Dynamika PKB na 1 mieszkańca w Polsce w latach 2004-2015 - ceny stałe (%).
Źródło: opracowanie własne na podstawie (BDL 2017).



Rys. 5 Stopa bezrobocia rejestrowego w latach 2004-2016 w Polsce (%).
Źródło: opracowanie własne na podstawie (BDL 2017)



Rys. 6 Wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych w latach 2004-2016 w Polsce (%) - okres poprzedni = 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie (BDL 2017)

4. Wnioski

Przeprowadzona analiza kształtowania się PKB pokazała, że polska gospodarka miała dwa załamania - w 2007 i 2011 roku. Zarówno w pierwszym, jak i drugim przypadku faza spadku trwała dwa lata (recesja miała miejsce przez rok, a następnie nastąpił roczny kryzys, aż do osiągnięcia punktu krytycznego). Następnie nastąpiła faza wzrostu z początkowym ożywieniem, późniejszą ekspansją i rozkwitem, aż do osiągnięcia punktu maksymalnego (w pierwszym przypadku), po którym nastąpiło kolejne załamanie.

Natomiast analiza stopy bezrobocia rejestrowego pokazała, iż polska gospodarka w badanym okresie znajdowała się w kilkuletnim kryzysie (2008-2013), co przejawiającym się we wzroście bezrobocia. Dodatkowo można wyraźnie zaobserwować, iż przez rok (2012-2013) na polskim rynku panowała depresja tzn., że stopa bezrobocia osiągnęła wartość krytyczną i już więcej nie rosła. Natomiast w badanym okresie zaobserwowano dwukrotnie ożywienie polskiej gospodarki przejawiające się spadkiem stopy bezrobocia rejestrowego (lata 2004-2008 oraz 2013-2016). Dodatkowo zauważono, że obecnie stopa bezrobocia nie osiągnęła jeszcze wartości krytycznej, co pozwala wnioskować, iż polska gospodarka wciąż znajduje się w fazie wzrostu gospodarczego.

Z kolei analiza wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych pokazała, że polska gospodarka znajdowała się trzykrotnie w fazie spadku koniunktury gospodarczej (2004-2006, 2008-2010 i 2012-2015) oraz jej wzrostu (2006-2008, 2010-2011 i 2015-2016).

Na tej podstawie można stwierdzić, iż badanym okresie miały miejsce wahania polskiej koniunktury, które zostały zobrazowane przez PKB, inflację i stopę bezrobocia. Wobec powyższego można stwierdzić, że cykliczność koniunktury jest zjawiskiem, które było obecne, jest obecne i będzie zawsze obecne w we współczesnej gospodarce

5. Literatura

Bank Danych Lokalnych (2017) <https://bdl.stat.gov.pl/>.

Barczyk R, Kowalczyk Z (1993) *Metody Badania Koniunktury Gospodarczej*, PWN, Warszawa, s. 10-36.

- BS_NET - Internetowy Serwis Bankowości Spółdzielczej (2016) *Teorie cykli koniunkturalnych*, <https://bs.net.pl>, [dostęp: 12.12.2016 r.].
- Hübner D, Lubiński M, Małeckie W, Makowski Z (1994) *Koniunktura Gospodarcza*, PWE, Warszawa, s. 9.
- Hübner D, Lubiński M (1989) *Współczesny cykl koniunkturalny*, PWE, Warszawa, s. 23.
- NBP (2015a) *Cykl koniunkturalny*, <https://www.nbportal.pl/> [dostęp: 28.11.2016 r.].
- NBP (2015b) *Austriacka teoria cyklu koniunkturalnego*, [https://www.nbportal.pl.](https://www.nbportal.pl/) [dostęp: 30.11.2016 r.].
- NBP (2015c) *Teoria realnego cyklu koniunkturalnego*, [https://www.nbportal.pl.](https://www.nbportal.pl/) [dostęp: 30.11.2016 r.].
- NBP (2016) *Raport o sytuacji finansowej przedsiębiorstw w IV kwartale 2015 r.*, NR 01/16, Instytut Ekonomiczny, Warszawa.
- Nędzyński K (2003) *Rola złota w polityce pieniężnej. Teoria monetarna w modelu ekonomii podaży*, Zeszyty naukowe Materiały i studia nr 168/2003, NBP, Warszawa, s.20-23.
- Orłowska R, Pangsy-Kania S (2003) *Cykle koniunkturalne - teoria, analiza i praktyka*, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, s. 9-12.
- Stankiewicz W (2006) *Historia myśli ekonomicznej*, PWE, Warszawa, s. 335-339, 348-349.

19. Wiedza i innowacje jako czynnik rozwoju gospodarczego w świetle teorii ekonomicznych

Knowledge and innovation as a factor of economic development in the light of economic theory

Wolska Urszula, Markowska Ewelina

Uniwersytetu Technologiczno – Humanistycznego w Radomiu

Opiekun naukowy: dr hab. Wojciech Sońta, prof. nadzw. UTH

Wolska Urszula: urszulakrol1990@wp.pl

Markowska Ewelina: ewelina.markowska@wp.pl

Słowa kluczowe: innowacje, wiedza, rozwój gospodarczy

Streszczenie

W poniższym artykule zatytułowanym „*Wiedza i innowacje jako czynnik rozwoju gospodarczego w świetle teorii ekonomicznych*” wymieniono i opisano najważniejsze teorie ekonomiczne odnoszące się do innowacji i gospodarki opartej na wiedzy jakie powstały na przestrzeni wielowiekowego rozwoju ekonomii.

1. Wstęp

Rozwój gospodarczy i sposoby jego stymulowania od zawsze był kwestią sporną dla większości ekonomistów. Zazwyczaj rozpatrywano zagadnienia z zakresu interwencjonizmu państwowego w przeciwieństwie do swobodnie działającego mechanizmu rynkowego. Różnorodność opinii opierała się głównie o fakt, że jedna grupa ekonomistów była zdania, że konieczna jest większa ingerencja państwa, a druga grupa twierdziła, że wolny rynek zapewnia z reguły większą efektywność, a zatem rola państwa w tym zakresie powinna być minimalna. (Kulawczuk i Kwela 2008) Problem poszukiwania sposobów i dróg prowadzących do optymalnego rozwoju gospodarczego był i jest podstawowym w naukach ekonomicznych. Biorąc pod uwagę rosnące znaczne dysproporcje w poziomie rozwoju poszczególnych krajów i regionów, szczególnego znaczenia nabierają poszukiwania koncepcji określającej w pełni rozwój gospodarczy i jego determinanty. Zróżnicowanie przestrzenne rozwoju staje się podstawowym problemem współczesnej gospodarki. (Churski 2012)

Celem artykułu jest przedstawienie najważniejszych teorii ekonomicznych dotyczących wpływu wiedzy i innowacji jako czynnika rozwoju gospodarczego.

2. Znaczenie innowacji i wiedzy w gospodarce na przestrzeni wieków

Słowo „innowacja” pochodzi od łacińskiego słowa „*innovatis*”, czyli odnowienie, tworzenie czegoś nowego. Natomiast w Polsce słowo to definiowane jest jako „wprowadzenie czegoś nowego, rzecz nowo wprowadzona, nowość, reforma”. (Tokarski, 1980) Potoczne rozumienie oznacza coś nowego i innego od dotychczasowych rozwiązań; kojarzy się z potrzebną zmianą na lepsze i bardzo często używane jest, jako synonim słowa „zmiana”. (Janasz i Koziół 2007)

Adam Smith (1723–1790) istotną część swojej publikacji pt. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* poświęcił na analizę zjawiska podziału pracy w gospodarce. Uważał, że jest to jedna z sił, która determinuje bogactwo narodu. W swoich pracach udowodnił, że narastający podział pracy sprzyja powstawaniu nowych wynalazków. Robotnicy mogą skupić się wówczas na wąskim zakresie procesu produkcyjnego, przez co są mniej rozproszeni, a także bardziej skłonni do zastanowienia się nad usprawnianiem swojej pracy na różne sposoby, co rodzi okazję do nowatorstwa i rozwoju innowacji. Smith uznawał wynalazki bardziej jako konsekwencje ludzkiej ciekawości oraz skupionej uwagi niż jako efekt zaplanowanych działań inteligencji. Twierdził, że

wynalazki (głównie maszyny) usprawniają i skracają pracę, a także umożliwiają wytworzenie towaru przy mniejszym nakładzie siły roboczej (Smith, 1904). (Gust-Bardon 2012)

David Ricardo (1772–1823) z kolei nie miał jednoznacznego podejścia do wynalazków i postępu technicznego. W swojej [racy pt.: *On the Principles of Political Economy and Taxation*] przeznaczył jeden rozdział na przedstawienie wpływu maszyn i nowych urządzeń wprowadzonych do produkcji na efekty gospodarcze. Dużą uwagę zwracał również na wzrastające równolegle z postępem kapitalizmu bezrobocie, a także na wypieranie siły roboczej przez maszyny. Równocześnie jednak wskazywał, że wypieranie to nie odbywa się natychmiastowo, dlatego też możliwy jest stopniowy przepływ kapitału na rzecz nowych rozwiązań technicznych (Ricardo, 1821). (Gust-Bardon 2012)

Jean-Baptiste Say (1767–1832) natomiast w jednym z rozdziałów *Traité d'économie politique* wskazał na efekty ekonomiczne płynące z wprowadzenia maszyn do produkcji. Pisał o „korzyściach innowacji”, które wynikają z zastosowania innowacyjnych urządzeń mechanicznych. Jako przykład podawał, że nowe maszyny muszą być przez kogoś skonstruowane, co powoduje tworzenie nowych miejsc pracy. Ponadto, wynalazki skutkują powstaniem nowych miejsc pracy, które do tej pory nie istniały. Przykładowo podał wynalezienie drukarni. Początkowo pojawienie się druku spowodowało pozbawianie pracy wielu kopistów, jednak znaczne obniżenie kosztów produkcji książki skutkowało ich rozpowszechnieniem oraz pojawieniem się nowych zawodów w przemyśle drukarskim (np. introligator, księgarz, wydawca). Say zwrócił uwagę również na korzyści innowacji płynące dla konsumentów, takie jak niższa cena produktów oraz większy stopień ich dopracowania, precyzji (Say, 1855). (Gust-Bardon 2012)

John Stuart Mill (1806–1873) w swojej pracy pt. *On Liberty* zwracał szczególną uwagę na oryginalność i kreatywność, gdyż uważał, że jest to wartościowy element w życiu człowieka. Pisał, że „wszystkie istniejące wartościowe rzeczy są owocem oryginalności”. (Mill 1869) W swoich pracach pisał dużo o roli jaką wynalazki odgrywają w handlu zagranicznym. Twierdził bowiem, że innowacyjne maszyny, które umożliwiają tańszą produkcję dóbr na eksport powinny być utrzymane w tajemnicy przed innymi krajami, ponieważ w znacznej mierze to właśnie one decydują o przewadze konkurencyjnej (Mill 1874). Natomiast w *Principles of Political Economy* zaznaczał, że pojawiające się wynalazki nie przyczynią się do poprawy życia całego społeczeństwa, lecz tylko niektórych grup (Mill 1848).

Karl Marx (1818–1883) ukazywał negatywną stronę postępu technicznego w kapitalizmie. Marx zwracał uwagę, że pojawienie się innowacyjnych maszyn produkcyjnych sprawiło, że w wielu przypadkach praca nie wymagała od pracownika dużej siły fizycznej, co w znacznym stopniu umożliwiło pracę zarówno kobietom, jak i dzieciom. W tym przypadku mówi o moralnej degradacji, którą wywołał system kapitalistyczny poprzez wykorzystywanie kobiet i dzieci (Marx 1906). Udoskonalanie maszyn produkcyjnych i ekstensywne ich użycie w fabrykach spowodowało, że praca robotnika straciła indywidualny charakter, a on sam stał się jedynie dodatkiem do urządzeń. Dlatego od pracowników zaczęto wymagać tylko prostych, żmudnych czynności, których łatwo można było się nauczyć. To sprawiło, że robotnicy byli łatwo zastępowalni i ich wynagrodzenie ustalano na możliwie najniższym poziomie, który pozwalał jedynie na utrzymanie się przy życiu (Marx, 1888). (Gust-Bardon 2012)

Alfred Marshall (1842–1924) uważał, że koncentracja wyspecjalizowanego przemysłu w określonej przestrzeni geograficznej ułatwia wprowadzenie nowatorskich rozwiązań do procesu produkcyjnego. Skoncentrowanie geograficzne pozwala bowiem na szybszą wymianę pomysłów, które w połączeniu z innymi koncepcjami mogą stanowić podstawę innowacyjnych rozwiązań zarówno w sferze produkcyjnej, jak i w kwestiach związanych z zarządzaniem przedsiębiorstwem (Marshall 1920). (Gust-Bardon 2012)

Gabriel Tarde (1843–1904) znaczną uwagę w swoich pracach poświęcał badaniom nad efektem dyfuzji wynalazków w społeczeństwie. Twierdził, że jest to zjawisko w dużej mierze wyjaśniające społeczne zmiany. Nie postrzegał on wynalazku jako największej siły kształtującej zmiany w społeczeństwie, ale uważał, że jest to „bezpośredni, determinujący i wyjaśniający” czynnik sprawczy (Tarde 1902). W swoich pracach podkreślał, że dyfuzja wynalazków następuje poprzez proces imitacji. Uznawał niezwykle znaczenie nowych technologii, które usprawniają i przyspieszają

przepływ nowych koncepcji i pomysłów, co jednocześnie przekłada się na proces dyfuzji. (Gust-Bardon 2012)

Thorstein Veblen (1857–1929) definiował technologię jako wspólny zasób wiedzy uzyskany z wcześniejszych doświadczeń (jako dziedzictwo), który jest trzymany i przekazywany jako indywidualna, niepodzielna własność społeczności. Indywidualne działania nie tworzą postępu, gdyż do tego konieczne są działania wielu podmiotów (Veblen 1994). Zmieniając brzmienie przysłowia „potrzeba jest matką wynalazku” na „wynalazek jest matką potrzeby”, zauważył, że chęć posiadania określonych dóbr może rozpocząć się z chwilą ich pojawienia. (Gust-Bardon 2012)

Arthur Cecil Pigou (1877–1959) uważał, że każdy wynalazek oraz udoskonalenie tworzy udogodnienia dla produkcji towarów i usług już wcześniej powstałych, jak i stwarza możliwości do wytwarzania zupełnie nowych dóbr. Innowacyjność prowadzi zatem do obniżenia cen produktów, a co się z tym wiąże, do wzrostu popytu.. Podzielił wynalazki na kapitałoszczędne, pracooszczędne oraz neutralne. Wynalazki kapitałoszczędne zmniejszają stosunek nakładu kapitału do siły roboczej, a z kolei pracooszczędne zwiększają proporcje pomiędzy kapitałem a pracą. Pigou uważał, że większość wynalazków i udoskonaleń zwiększa realny dochód z pracy, jak również całkowity dochód krajowy. (Pigou 1932)

Do lat czterdziestych – pięćdziesiątych XX wieku widoczny jest (z nielicznymi wyjątkami) brak zainteresowania nauki problematyką innowacyjną, wynikający zarówno z przyczyn o charakterze obiektywnym, jak i subiektywnym. Przyczyny natury obiektywnej związane są głównie z tym, że przed tym okresem trudno niewątpliwie mówić o istnieniu wyraźnych dwukierunkowych zależności między działalnością naukową a wynalazczą oraz między działalnością wynalazczą a produkcyjną. Wśród historyków nauki i techniki panuje dość zgodne przekonanie, że do połowy XIX wieku technologia wyraźnie wyprzedzała naukę, a w związku z tym nawet jednokierunkowa współzależność była słabo rozwinięta. Do subiektywnych przyczyn możemy zaliczyć nieprzygotowanie przez teorię metod i form analizy, właściwych do badania procesów tak dynamicznych, jak postęp naukowy – technologiczny czy proces innowacyjny. Mimo, iż teoria ekonomiczna podjęła już wcześniej badania o charakterze dynamicznym (modele wzrost), jednak w badaniach tych przyjmowano niemierzalny stan nauki i techniki, bądź też zakładano, że rozwój tych dziedzin wynika z ekstrapolacji dotychczasowych trendów. (Fiedor 1979)

3. J.A. Schumpeter i teoria innowacji

Joseph Schumpeter (1883–1950) jest powszechnie uznawany za prekursora teorii innowacji w naukach ekonomicznych. Odróżnił on bowiem innowacje od wynalazku, podkreślając w swoich pracach, że „innowacja możliwa jest bez tego wszystkiego, co utożsamiamy z wynalazkiem, ponieważ wynalazek niekoniecznie musi indukować innowacje”. (Schumpeter 1939) Zgodnie z jego teorią innowacyjność oznacza czynność charakteryzującą się umysłową kreatywnością. (Gust-Bardon, 2012)

Zainteresowanie nauki innowacjami rozpoczęło się na dobre w latach czterdziestych – pięćdziesiątych XX wieku, chociaż pojęcie innowacji do literatury ekonomicznej wprowadził już w 1911 roku J.A. Schumpeter. Zainteresowanie to spowodowane było zmianą myślenia o rozwoju społecznym i gospodarczym. Nastąpiła stopniowa dewaloryzacja tradycyjnego podejścia do przedsiębiorstwa jako instytucji przynoszącej zysk jej właścicielom. Nowe podejście wskazywało na podstawową rolę przedsiębiorstw w generowaniu rozwoju. (Bielski 2000)

Początkowo problematykę innowacyjną rozpatrywano w ujęciu makroekonomicznym, badając wpływ postępu technicznego na rozwój gospodarczy. Dopiero później pojawił się nurt badań o charakterze mikroekonomicznym, w którym postęp technologiczny potraktowano jako proces i rozpoczęto badanie jego składowych.

Treść przypisywana przez różnych autorów pojęciom związanym z innowacjami jest często odmienna. Znamienna jest tutaj wypowiedź F. Machlupa, który po zaprezentowaniu jak niejednakowo rozumiane jest pojęcie innowacji stwierdził: „W tej sytuacji będziemy raczej starali się obejść bez słowa innowacja, gdziekolwiek znajdziemy odpowiedniejszy, mniej wieloznaczny wyraz....”. (Machlup 1962)

Pierwszy raz pojęcie innowacji do nauk ekonomicznych wprowadził J.A. Schumpeter. Pod względem przedmiotowym określał on innowację niezwykle szeroko. Według niego obejmuje ona:

1. wprowadzenie nowego towaru, z jakim konsumenci nie mieli jeszcze do czynienia, lub nowego gatunku jakiegoś towaru,
2. wprowadzenie nowej metody produkcji jeszcze praktycznie nie wypróbowanej w danej dziedzinie przemysłu,
3. otwarcie nowego rynku, czyli takiego, na którym dany rodzaj krajowego przemysłu uprzednio nie działał i to bez względu, czy rynek ten istniał wcześniej, czy też nie,
4. zdobycie nowego źródła surowców lub półfabrykatów i to niezależnie od tego, czy źródło już istniało, czy też musiało być dopiero stworzone,
5. wprowadzenie nowej organizacji jakiegoś przemysłu, np. stworzenie monopolu bądź jego złamanie. (Schumpeter 1960)

Kluczowym słowem w tej definicji jest pojęcie „nowy”. J.A. Schumpeter wiązał innowację z pierwszym zastosowaniem danego rozwiązania. Nie uznawał za innowacje ich upowszechniania. Proces ten określał mianem imitacji. Duże znaczenie przypisywał także osiągnięciu pozytywnego wyniku ekonomicznego z wprowadzenia innowacji i możliwości jej wykorzystania w praktyce. (Niedzielski i Rychlik 2006) Oprócz tego J.A. Schumpeter oddzielał znaczenie pojęcia „innowacja” od pojęcia „wynalazek”. Wiele wynalazków nigdy nie staje się innowacją, gdyż nie zostają wprowadzone do produkcji.

J.A. Schumpeter skupiał się przede wszystkim na innowacjach technicznych i ich znaczeniu dla gospodarki. Pierwsza teoria innowacji jaką sformułował dotyczyła gospodarki kapitalistycznej z początku XX wieku. W gospodarce tej zasadniczą rolę odgrywały ziemia, produkcja i kapitał. Na drugi plan schodziły czynniki ważne obecnie, takie jak wiedza i informacja. Pod koniec XX wieku na skutek wprowadzenia radykalnych zmian istniejących produktów i procesów zmienił się system techniczno – ekonomiczny całej gospodarki (zmiana paradygmatu techniczno – ekonomicznego). Zmiana ta spowodowała zwiększenie znaczenia wiedzy i informacji w gospodarce. Na skutek tych zmian zwiększało się zainteresowanie problematyką innowacyjną i klasyczne ujęcie schumpeterowskie (funkcjonowało do II wojny światowej) ustąpiło miejsca nowym koncepcjom. Wraz ze zmniejszeniem znaczenia przemysłu na rzecz usług zakres przedmiotowy innowacji znacznie się rozszerzył i wyszedł daleko poza sferę techniki. (Janasz i Koziół 2007)

W definicjach, które powstały po drugiej wojnie światowej innowację można interpretować w szerokim bądź wąskim znaczeniu. W wąskim ujęciu innowacja jest po prostu wynalazkiem, który znajduje określone wykorzystanie, natomiast w szerszym ujęciu całym procesem zarządzania, obejmującym różnorodne czynności, prowadzące do tworzenia, rozwijania i wprowadzania nowych wartości w produktach lub nowych połączeń środków i zasobów, które są nowością dla tworzącej lub wprowadzającej je jednostki. Postrzegane w szerokim ujęciu innowacje obejmują również przenoszenie tych wartości na istniejących bądź nowych partnerów rynkowych, oraz mogą być wynikiem pracy grupy przedsiębiorstw. (Niedzielski i Rychlik 2006)

4. Współczesne teorie innowacji i wiedzy

Oprócz J.A. Schumpetera innowacje szeroko rozumiał także A.J Herman, E. Hagen, J. Parker i P.R. Whitfield. Szczególnie ciekawą definicję innowacji zaproponował ten ostatni, który jako innowacje określa ciąg skomplikowanych działań polegających na rozwiązywaniu problemów. W rezultacie powstaje kompleksowa i całkowicie opracowana nowość. (Whitfield 1979) Do reprezentantów wąskiego podejścia do innowacji zaliczyć możemy: S. Kuznetsa, Ch. Freemana oraz E. Mansfielda. Ch. Freeman jako innowacje traktował pierwsze handlowe wprowadzenie nowego produktu, procesu, systemu lub urządzenia. (Janasz i Koziół 2007)

Kolejnym problemem, który podzielił badaczy zagadnień innowacyjnych, była kwestia, czy za innowacje należy uznać tylko pierwsze zastosowanie wynalazku, czy też za innowacje można uznać również schumpeterowskie imitacje, czyli powielane innowacji zastosowanych w innych jednostkach. Odmienne stanowisko od definicji J.A. Schumpetera prezentował R. Johnston, który uważał, że pojęcie innowacji stosuje się nie tylko do pierwszego zastosowania wyrobu czy metody

wytwarzania, ale również do kolejnych, gdy zmiany przyswajane są przez inne firmy, sektory przemysłu czy kraje. (Janasz i Koziół 2007)

Wiele definicji innowacji powstało również w Polsce. Badania nad tym zagadnieniem intensywniej zaczęły rozwijać się pod koniec lat sześćdziesiątych XX wieku, jednak w gospodarce centralnie planowanej problematyka ta z powodu braku autentycznych mechanizmów rynkowych była rozpatrywana przede wszystkim w aspekcie technicznym. Do polskich badaczy zajmujących się tą problematyką w tym okresie możemy zaliczyć: K. Wandelta, J. Czupiała, L. Piasecznego, J. Więckowskiego, B. Fiedora, S. Kasprzyka, L. Białonia, Z. Pietrusińskiego, W. Sprucha oraz Z. Madeja.

Według Z. Pietrusińskiego innowacje to zmiany celowo wprowadzane przez człowieka lub zaprojektowane przez układ cybernetyczny, które polegają na zastępowaniu dotychczasowych stanów rzeczy innymi, ocenianymi dodatkowo w świetle określonych kryteriów składających się w sumie na postęp. Definicja ta jest bardzo trafna z dzisiejszego punktu widzenia. Odrębną od wszystkich innych autorów koncepcje innowacji zaproponował Z. Madej, który za innowacje uznawał zmiany niekoniecznie posiadające znamiona pozytywne. (Janasz i Koziół 2007)

Zmiany w sposobie widzenia innowacji i działalności innowacyjnej przedsiębiorstw wprowadziła w Polsce transformacja systemowa. Na pierwszy plan wysunął się aspekt ekonomiczny traktowania innowacji, a na dalszy plan zszedł aspekt techniczny. Takie same tendencje widoczne były w latach siedemdziesiątych w Ameryce Północnej i Europie Zachodniej. Do przedstawicieli tego nurtu zaliczyć można: P.F. Druckera, Ph. Kotlera, R.W. Griffina, M.E. Porter oraz Polaków: S. Marciniaka, I.K. Hejduka, W.M. Grudzewskiego, A. Pomykalskiego i S.Gomułkę. (Janasz i Koziół 2007)

Według Podręcznika Oslo Manual innowacja występuje, gdy „nowy lub ulepszony produkt zostaje wprowadzony na rynek albo nowy lub ulepszony proces zostaje zastosowany w produkcji, przy czym ów produkt lub proces są nowe przynajmniej z punktu widzenia wprowadzającego je przedsiębiorstwa”. (Stawasz 2005)

Mnogość definicji związanych z pojęciem innowacji oraz brak ogólnie akceptowanych teorii na ten temat dowodzi, że studia nad tą problematyką są niezbędne. Zdaniem P.F. Druckera: „Nie potrafimy jeszcze opracować teorii innowacji. Wiemy już dostatecznie wiele, by móc stwierdzić, kiedy, gdzie i jak szuka się w systematyczny sposób okazji do innowacji oraz w jaki sposób ocenia się szanse ich powodzenia oraz ryzyko w przypadku niepowodzenia. Wiemy wystarczająco dużo by opracować, choć w zarysie praktykę innowacji”. (Drucker 1992)

Z pojęciem innowacji silnie związane jest zjawisko postępu, chociaż całkowite utożsamianie tych pojęć byłoby błędem. Postęp jest w samej swej istocie zmianą dotychczasowego stanu rzeczy na stan pod pewnymi względami lepszy. Innowacja obejmuje zjawiska związane z postępem, ale nie tylko postępem technicznym lecz również postępem organizacyjnym, ekonomicznym i społecznym. Podstawowa różnica między postępem a innowacją polega na tym, że efekty ekonomiczne procesów innowacyjnych muszą być kwantyfikowalne na poziomie mikroekonomicznym, natomiast efekty postępu różnego typu mogą być trudne do zmierzenia na tym poziomie. Dopiero poziom makro pozwala nam na ich określenie. Rozróżnienie to wynika głównie z faktu, że celem postępu jest zmniejszenie społecznych nakładów pracy bądź rozszerzenie zakresu zaspokajania potrzeb lub polepszenie warunków pracy. W innowacji natomiast nacisk kładzie się na pozytywny efekt ekonomiczny, podczas gdy postęp może być neutralny z punktu widzenia rachunku ekonomicznego. (Niedzielski i Rychlik 2006)

Ważne też wydaje się w tym miejscu wyjaśnienie pojęcia „innowacyjności”. Według P. Niedzielskiego innowacyjność jest „cechą podmiotów gospodarczych lub gospodarek, oznaczającą zdolność do tworzenia i wdrażania innowacji, jak również ich absorpcji, wiążącą się z aktywnym zaangażowaniem się w procesy innowacyjne i podejmowaniu działań w tym kierunku; oznacza również zaangażowanie w zdobywanie zasobów i umiejętności niezbędnych do uczestniczenia w tych procesach”. (Niedzielski i Rychlik 2006)

Innowacyjność często mierzy się ilością wprowadzonych innowacji oraz wielkością nakładów przeznaczonych na te działania. Innowacyjność ściśle wiąże się z posiadanymi zasobami,

ale także umiejętnością ich wykorzystania, czyli dojrzałością innowacyjną (odpowiednim poziomem kultury organizacyjnej, warunkującym wykorzystanie posiadanych zasobów). (Niedzielski 2005)

Michał Kalecki (1899–1970) badając teorię cykli koniunkturalnych, swoją uwagę poświęcił także postępowi technicznemu. W pracy pt. *Teoria dynamiki gospodarczej*, dużo pisał o decydującej roli innowacji technicznych oraz nowych źródeł surowcowych w długofalowym rozwoju gospodarki. Brak impulsów w postaci nowych innowacji technologicznych oraz nowych rynków zbytu (czyli czynników egzogenicznych) spowodowałoby stagnację kapitalizmu, ponieważ długofalowy rozwój wymaga czynników zewnętrznych (Kalecki 1986).

5. Bibliografia

- Churski P (2012) Czynniki rozwoju regionalnego w świetle koncepcji teoretycznych, [w:] Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin
- Drucker P (1992) Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady, Wydawnictwo PWE, Warszawa
- Gust-Bardon N (2012) Innowacja w myśli ekonomicznej od xviii do xx wieku: analiza wybranych zagadnień, [w:] ACTA UNIVERSITATIS NICOLAI COPERNICI EKONOMIA XLIII Nr 1 (2012), Toruń
- Kalecki M (1986) Teoria dynamiki gospodarczej: rozprawa o cyklicznych i długofalowych zmianach gospodarki kapitalistycznej, PWN, Warszawa
- Kozioł-Nadolna K (2013) Internacjonalizacja działalności badawczo-rozwojowej w kształtowaniu procesów innowacyjnych przedsiębiorstw w Polsce, Wydawnictwo Cedewu, Warszawa
- Marshall A (1920) Industrial Organization, Continued. The Concentration of Specialized Industries in Particular Localities, [w:] Principles of Economics, Macmillan and Co., Ltd.
- McCraw T (2007) Prophet of Innovation: Joseph Schumpeter and Creative Destruction, Harvard College, Cambridge
- Marx K (1906) A Critique of Political Economy. The Process of Capitalist Production, t. 2, Charles H. Kerr and Co., Chicago
- Michalski E, Piocha S (2008) Instytucjonalne i rynkowe uwarunkowania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, Wydawnictwo Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Koszalin
- Mill J (1848) Principles of Political Economy, Hackett Publishing, United States
- Mill J (1869) Of Individuality, as One of the Elements of Well-Being, [w:] On Liberty, Longman Roberts & Green Co., III 12, London
- Mill J (1874) Of the Laws of Interchange between Nations; and the Distribution of the Gains of Commerce among the Countries of the Commerical World, [w:] Essays on Some Unsettled Questions of Political Economy, Longmans, Green, Readers, and Dyer, London
- Piech K (2009) Wiedza i innowacje w rozwoju gospodarczym: w kierunku pomiaru i współczesnej roli państwa, Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa
- Pigou A (1932) Inventions and Improvements, [w:] The Economics of Welfare, Macmillan and Co., London
- Ricardo D (1821) On Machinery, [w:] On the Principles of Political Economy and Taxation, John Murray, London
- Schumpeter J (1960) Teoria rozwoju gospodarczego, Wydawnictwo PWN, Warszawa
- Smith A (1904) Of the Division of Labour, [w:] E. Cannan (red.), An Inquiry into the nature and Causes of the Wealth of Nations, Methuen & Co., London
- Schumpeter J (1939) Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process, McGraw-Hill Book Company, Nowy Jork
- Tarde G (1902) L'invention considerée comme, moteur de l'évolution sociale, [w:] Revue Internationale de Sociologie
- Veblen T (1994) The Engineers and the Price Systems, Routledge/Thoemmes, London

20. Przedsiębiorczość ekonomiczna a sytuacja na radomskim rynku pracy

Economic entrepreneurship and the situation in the Radom labor market

Wolska Urszula, Markowska Ewelina

Uniwersytetu Technologiczno – Humanistycznego w Radomiu
Opiekun naukowy: dr hab. Wojciech Sońta, prof. nadzw. UTH

Wolska Urszula: urszulakrol1990@wp.pl

Markowska Ewelina: ewelina.markowska@wp.pl

Słowa kluczowe: Radom, rynek, pracy, przedsiębiorczość, bezrobocie

Streszczenie

W poniższym artykule została przedstawiona problematyka wysokiego poziomu bezrobocia w Radomiu. Niski poziom zatrudnienia oddziałuje na praktycznie wszystkie sfery życia mieszkańców Radomia poprzez negatywne skutki bezrobocia. W artykule wskazano owe negatywne skutki oraz teoretyczne możliwości przeciwdziałania im. Następnie przedstawione zostały instytucje oraz instrumenty, którymi mogą się władze samorządowe posługiwać w celu oddziaływania na lokalny rynek pracy. Poddano analizie realnie funkcjonujące w Radomiu programy instrumenty, które w ostatnich latach były realizowane i efekty jakie przyniosły.

1. Wstęp

Gmina jako podstawowa jednostka samorządu terytorialnego posiada szeroki zakres oddziaływania na rozwój przedsiębiorczości na swoim obszarze. Istotne znaczenie odgrywa działalność władz gminnych, które powinny stworzyć odpowiednie warunki do rozwoju przedsiębiorczości swoich mieszkańców. Przede wszystkim powinny zadbać o prawidłowo sporządzony miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego oraz plan rozwoju gospodarczego. Gminy jeżeli chcą dążyć do stabilnego i zrównoważonego rozwoju zobowiązane są do inwestowania w rozwój infrastruktury technicznej, a także przygotowywanie terenów pod inwestycje. W ramach rozwoju lokalnego na gminach spoczywa duża odpowiedzialność za rozwój danego obszaru, jednak wszelka działalność gminna w tym zakresie wiąże się ze zwiększonym poziomem wydatków.

Bezrobocie określane jest jako zjawisko społeczne, które polega na tym, że część populacji zdolnej do pracy i deklarującej jej podjęcie nie znajduje zatrudnienia. Jest zatem efektem niedostosowania podaży i popytu na rynku pracy. Bezrobocie jest jednym z najistotniejszych problemów polskiej gospodarki od początku lat 90' XX wieku. Należy zauważyć, że problematyka bezrobocia jest niezwykle różnorodna i złożona. [1] Kwestia walki z bezrobociem dotyka wszystkich miast i regionów w całej Polsce jednak w Radomiu jest ona szczególnie istotna, gdyż poziom bezrobocia kształtuje się od lat niezmiennie w okolicach 20%. Oznacza to, że 1/5 mieszkańców Radomia pozostaje bez pracy.

W literaturze przedmiotu można się spotkać z różnymi klasyfikacjami instrumentów wspierania przedsiębiorczości. Powszechnie przyjętym kryterium jest jednak podział na instrumenty dochodowe, do których zaliczane są przede wszystkim ulgi i zwolnienia podatkowe, oraz instrumenty wydatkowe, wśród których naczelną pozycję zajmują wydatki inwestycyjne

2. Problematyka bezrobocia

Problematyka związana z wysokim poziomem bezrobocia jest jednym z najbardziej istotnych zagadnień będących przedmiotem polityki społecznej państwa. Wynika to zarówno z problemów, jakie związane są z samym bezrobociem, jak i tych, które mogą być przyczyną jego występowania (np. dezaktywacja zawodowa, czy marginalizacja społeczna). Aktualnie, z punktu widzenia przyczyn powstawania bezrobocia, możemy wyróżnić 4 jego rodzaje bezrobocia:

bezrobocie frykcyjne – niemożliwy do obniżenia, minimalny poziom bezrobocia występujący w każdej gospodarce;

bezrobocie strukturalne – związane ze zmianami, jakie zachodzą w gospodarce, których efektem jest niedopasowanie siły roboczej do potrzeb pracodawców;

bezrobocie klasyczne – będące efektem umyślnego utrzymywania płacy realnej powyżej poziomu wyznaczanego przez przecięcie się krzywych podaży i popytu na pracę;

bezrobocie keynesowskie (cykliczne, koniunkturalne) – występujące w efekcie zmniejszenia się popytu globalnego i wolnego dostosowania się płac i cen do nowej sytuacji.

Bezrobocie jest zjawiskiem negatywnym zarówno dla osób nim dotkniętych jak i dla całego społeczeństwa niezależnie czy rozważamy je w skali całego kraju, regionu czy konkretnego miasta.. W skali masowej jest ogromnym ciężarem dla całej gospodarki kraju:

- w skali makroekonomicznej pociąga za sobą drenaż finansów publicznych na zasiłki i inne świadczenia socjalne oraz na programy przeciwdziałania bezrobociu;

- powoduje zmniejszenie dochodów budżetowych państwa, ponieważ bezrobotni nie płacą podatków dochodowych, nie płacą składek na ubezpieczenie społeczne, nie kupują towarów, w których jest ukryty podatek pośredni;

- praca jest ważnym czynnikiem produkcji; masowe bezrobocie oznacza niepełne wykorzystanie tego czynnika;

- niemożność znalezienia pracy skłania młodych wykształconych ludzi do emigracji zarobkowej; straty z tym związane widzi się nie tylko w sferze ekonomicznej, ale także w demograficznej;

- bezrobocie powoduje pogorszenie stanu zdrowia fizycznego i psychicznego w społeczeństwie

- bezrobocie ma duży wpływ na rosnącą liczbę chorób psychicznych, psychosomatycznych i zaburzeń osobowości; przy długotrwałym bezrobociu wzrasta liczba samobójstw i prób samobójczych;

- wzrasta przestępczość wśród bezrobotnych; - bezrobocie sprzyja wzrostowi liczby rozwodów;

- młodzi bezrobotni są grupą najbardziej zagrożoną skutkami dezaktywizacji zawodowej; to właśnie u nich obserwuje się trwałe i groźne społecznie

- zmiany w psychice: frustracja, obojętność, zahamowanie rozwoju, osobowości, obniżenie aspiracji edukacyjnych, lęk o przyszłość, w rezultacie prowadzą do alkoholizmu, narkomanii, prostytucji i przestępczości. (Jaśkiewicz 2013)

3. Klasyfikacja instrumentów gmin

Instrumenty wspierania przedsiębiorczości wykorzystywane przez władze gminne możemy podzielić biorąc pod uwagę ich cechy charakterystyczne. Wówczas możemy wyodrębnić:

- instrumenty o charakterze infrastrukturalnym, są to: kondycja miejscowych przedsiębiorstw oraz ich zdolność do utrzymywania i tworzenia miejsc pracy dla miejscowej ludności, infrastruktura techniczna czy poprawa wyglądu gminy,
- instrumenty o charakterze prawno-administracyjnym, do których zalicza się pozwolenia administracyjne, decyzje administracyjne ułatwiające podejmowanie działań inwestycyjnych, okienka przedsiębiorczości czy lokalne programy wspierające przedsiębiorczość,
- instrumenty o charakterze finansowym, do których zalicza się przede wszystkim podatki i opłaty lokalne,
- instrumenty o charakterze miękkiego wsparcia, które można podzielić na trzy główne grupy:
 - doradztwo i szkolenia, przede wszystkim dla przedsiębiorców należących do sektora małych i średnich przedsiębiorstw,
 - instrumenty informacyjne,
 - instrumenty promocyjne. (Krajewski 2004)

Instrumenty infrastrukturalne, nazywane również instrumentami inwestycyjnymi, należą do jednych z najważniejszych narzędzi wykorzystywanych do pobudzania rozwoju gospodarczego gmin. Przyczyniają się bowiem do wykreowania danej gminy jako miejsca sprzyjającego aktywnej przedsiębiorczości. Celem tych instrumentów jest np. sprawny przepływ towarów, usług, surowców

do produkcji, a także ułatwianie kontaktu z dostawcami i kontrahentami przez tworzenie nowych lub modernizację nienadających się do dalszego użytkowania dróg, budowę chodników i ścieżek rowerowych itp. Instrumenty infrastrukturalne stanowią jedną z najważniejszych grup instrumentów, które umożliwiają rozwój przedsiębiorczości. Ich wykorzystanie przyczynia się do poprawy warunków otoczenia zewnętrznego, oddziałującego na funkcjonowanie już istniejących przedsiębiorstw, a ponadto stanowią one narzędzie promocyjne ułatwiające pozyskanie nowych inwestorów. Instrumenty te możemy podzielić na:

- inwestycje drogowe:
 - budowa i modernizacja dróg,
 - budowa chodników,
 - budowa ścieżek rowerowych,
 - budowa miejsc parkingowych;
- inwestycje telekomunikacyjne:
 - łącza telefoniczne,
 - łącza internetowe;
- inwestycje komunalne:
 - rozbudowa mediów (gaz, woda, prąd),
 - odnawialne źródła energii,
 - budowa wysypisk śmieci,
 - ochrona środowiska. (Sadowska-Spychała 2013)

Instrumenty prawno-administracyjne regulowane są w aktach prawnych. Umożliwiają one wpływanie gminy na rozwój przedsiębiorczości przez stosowanie nakazów, zakazów i pozwoleń. Wśród instrumentów prawno-administracyjnych należy wskazać: ustalanie zasad gospodarowania mieniem, wydawanie pozwoleń oraz instrumenty planistyczne. (Sadowska-Spychała 2013) Z praktycznego punktu widzenia efektem działalności gmin w ramach rozwoju owej gminy, a także poziomu przedsiębiorczości na jej terenie, są dokumenty programowe, które przybierają postać: strategii i planów rozwoju lokalnego, programów wsparcia dla małych i średnich przedsiębiorstw, studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego, a także miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego. Dokumenty te, gdy są podejmowane w ramach przemyślanych, racjonalnych i odpowiedzialnych decyzji rozwojowych zapewniają danej gminie realną szansę rozwoju. Należy pamiętać, że są one niezwykle istotne, gdy chce się zminimalizować wpływ czynnika losowego i podejmowania decyzji metodą prób i błędów. W sytuacji gdy gmina posiada dokumenty strategiczno – planistyczne, to wówczas ma możliwość ubiegania się o środki zasilania zewnętrznego, np. z Funduszy Unii Europejskiej. Opisana powyżej działalność gmin może zapewnić rozwój zarówno gospodarczy gminy jak i jej struktury przestrzennej. (Tomanek 2006)

Instrumenty finansowe w zakresie wspierania przedsiębiorczości przez władze gminne stanowią najważniejszy element tej działalności. Opierać się one będą o budżet gminy, który jako narzędzie władzy lokalnej oddziałuje na zadania gospodarcze na obszarze danej gminy. Przy wykorzystaniu polityki fiskalnej gmina może wpływać na wysokość opłat i podatków. Teoretycznie obniżenie podatków i opłat wpływa stymulująco na rozwój przedsiębiorczości ale tylko do pewnego pułapu. Obniżenie przez władzę gminy podatków i opłat bezpośrednio przyczyni się do wzrostu inwestycji. Zaznaczymy tu jednak, że na wielkość inwestycji w znacznym zakresie wpływają stopy oprocentowania kredytów dlatego istotne będzie również w tej materii porozumienie pomiędzy daną gminą a bankami spółdzielczymi. Należy jednak pamiętać, że wraz ze spadkiem wartości podatków opłat lokalnych zmniejszą się również wpływy do budżetu gminy z tego tytułu. Polityka fiskalna musi być stabilna i przewidywalna dla potencjalnych inwestorów dlatego ważne aby władze gminy i realizowana przez nich polityka były wiarygodne. Inwestorzy chcą móc przewidywać rozwój swojej działalności na kilka lat w przód, dlatego tak ważna jest stabilność polityki fiskalnej i rozwoju. By decyzje finansowe gminy mogły pozytywnie oddziaływać na rozwój przedsiębiorczości, należy zwrócić uwagę na:

- skoordynowanie decyzji, ☒
- stworzenie kompleksowego, wieloletniego planu, najlepiej strategii rozwoju, ☒

- jawność poczynań i podejmowanych decyzji, ☒
- precyzyjne określenie kompetencji i odpowiedzialności poszczególnych komórek organizacyjnych i osób, ☒
- oddzielenie funkcji kontrolnych od decyzyjnych i wykorzystanie kontrolnych uprawnień rad gminy,
- konsekwentne realizowanie przyjętych programów gospodarczych, zasad czy strategii, co musi mieć odzwierciedlenie w corocznie podejmowanych uchwałach budżetowych. (Kochmańska 2007)

Instrumenty o charakterze informacyjno – promocyjnym stanowią najmniej sformalizowany aspekt oddziaływania gmin na poziom przedsiębiorczości, choć to nie oznacza, że jest to instrument o najmniejszym znaczeniu. Zakres działania gmin w zakresie tego instrumentu jest niezwykle szerokie. Może obejmować przykładowo poniższy zakres działania:

- własna strona internetowa,
- interaktywna baza danych o przedsiębiorstwach,
- organizacja targów, wystaw krajowych i zagranicznych,
- organizacja targów turystycznych, jarmarków, festynów itp.,
- prasa gminna,
- reklamy gminy w mediach,
- współpraca międzygminna,
- marka turystyczna. (Tomanek 2006)

Władze gmin mają do dyspozycji kilka instrumentów, które mogą oddziaływać na lokalne życie gospodarcze. Stosowane kompleksowo, planowo i z rozwagą w znacznym stopniu mogą się przyczynić do stworzenia dobrych warunków do rozwoju przedsiębiorczości. (Dropek 2013)

4. Działania instytucji rynku pracy

W literaturze przedmiotu istnieje wyraźne zróżnicowanie pomiędzy polityką rynku pracy a polityką zatrudnienia. Polityka rynku pracy podejmuje przede wszystkim tematykę problemów strukturalnych rynku pracy i poprawianie skuteczności jego funkcjonowania. Przy czym jej działania są ukierunkowane głównie na wykorzystanie na wyspecjalizowanych instrumentów, które dostosowujących strukturę podaży pracy do struktury popytu na pracę, takich jak na przykład szkolenia zawodowe czy subsydiowanie zatrudnienia. Możemy zatem powiedzieć, że polityka rynku pracy ma charakter mikroekonomiczny. Natomiast polityka zatrudnienia funkcjonuje w celu wywierania wpływu na ogólny poziom zatrudnienia w gospodarce, a w szczególności osiągnięcie stanu pełnego zatrudnienia. W ramach instrumentów, którymi się posługuje występują przede wszystkim narzędzia polityki gospodarczej (zwłaszcza polityki budżetowej i pieniężnej), mające charakter makroekonomiczny. (Wiśniewski 2010)

Polityka rynku pracy jest realizowana za pośrednictwem publicznych i niepublicznych instytucji rynku pracy powołanych dla aktywizacji zawodowej, łagodzenia skutków bezrobocia i promocji zatrudnienia. Celem działań podejmowanych przez instytucje rynku pracy jest dążenie do:

- pełnego i produktywnego zatrudnienia;
- rozwoju zasobów ludzkich;
- osiągnięcia wysokiej jakości pracy;
- wzmacniania integracji oraz solidarności społecznej;
- zwiększenia mobilności na rynku pracy. (Gawrycka 2016)

Instrumenty rynku pracy wspierają podstawowe usługi rynku pracy. Osoby bezrobotne mogą korzystać z następujących podstawowych form aktywizacji zawodowej, przewidzianych ustawą z dnia 20 kwietnia 2004 roku o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy:

- strategię aktywizacyjną;
- pośrednictwo pracy,
- doradztwo zawodowe;
- szkolenia zawodowe;
- subsydiowanie zatrudnienia;

- programy dla młodzieży;
- programy skierowane dla osób niepełnosprawnych. (Kosztowniak i Sobol 2016)

W omawianej ustawie zostały również wskazane publiczne służby zatrudnienia, które wymienione są na pierwszym miejscu wśród instytucji realizujących zadania rynku pracy. Tworzą je organy zatrudnienia wraz z powiatowymi i wojewódzkimi urzędami pracy, urzędem obsługującym ministra właściwego do spraw pracy oraz urzędami wojewódzkimi, realizującymi zadania określone ustawą. W skład publicznych służb zatrudnienia wchodzi 16 wojewódzkich urzędów pracy oraz 338 urzędów powiatowych oraz ich filie. Łącznie strukturę publicznych służb zatrudnienia tworzą 354 urzędy, które obsługują 379 powiatów i 16 województw. Uzupełnienie systemu usług publicznych służb zatrudnienia w zakresie aktywizacji zawodowej stanowią Ochotnicze Hufce Pracy specjalizujące się w działaniach na rzecz młodych osób zagrożonych marginalizacją i realizujące działania w zakresie kształcenia, szkoleń, wychowania przez pracę, pośrednictwa pracy, poradnictwa zawodowego. Ustawa z 20 kwietnia 2004r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy poszerzyła kompetencje OHP dotyczące refundowania pracownikom młodocianym wynagrodzeń i składki na ubezpieczenie społeczne. Została także zwiększona rola OHP w zakresie pośrednictwa pracy i poradnictwa zawodowego w odniesieniu do młodych bezrobotnych. Należy zaznaczyć, że system organów zatrudnienia ma charakter rządowo-samorządowy, a jego istotną cechą jest niezależność każdej jednostki organizacyjnej. Ogólna polityka rynku pracy ustalana jest na szczeblu krajowym, ale urzędy pracy zarówno powiatowe, jak i wojewódzkie mają ogromne możliwości uzupełniania jej, tak by zaspokajać lokalne potrzeby. (Jankiewicz 2016)

Najbardziej miarodajnym obszarem do sprawdzania zjawisk zachodzących na rynku pracy są rynki województw bądź rynki miast wraz z otaczającym je powiatami. W ramach lokalnej polityki rynku pracy podejmowane są działania aktywizacyjne mające za zadanie pobudzenie wzrostu zatrudnienia i ograniczanie bezrobocia. Należy jednak zwrócić uwagę, że regionalne i lokalne rynki pracy znacznie się od siebie różnią, choćby sytuacją gospodarczą, która nie jest stała i może ulegać zmianie. W sytuacji gdy mamy do czynienia z znacznie różniącymi się sytuacjami na lokalnym i regionalnym rynku pracy oczywistym jest fakt, że należy dostosować instrumenty rynku pracy do potrzeb uczestników owych rynków, a także do ich oczekiwań. (Fischer i in. 2016)

5. Sytuacja na radomskim rynku pracy

Liczba zarejestrowanych bezrobotnych w Radomiu w końcu czerwca 2016 r. wyniosła 15799 osób (w tym 7693 kobiety) i była o 9,3% mniejsza od notowanej w czerwcu 2015 r. oraz o 6,2% mniejsza od notowanej w grudniu 2015 r. Największy spadek nastąpił pomiędzy czerwcem a majem — o 4,0%. W analizowanym okresie w Polsce i w województwie mazowieckim największy spadek odnotowano pomiędzy kwietniem a marcem odpowiednio: o 4,9% i o 3,4%. W ciągu I półrocza 2016 r. w Radomiu zarejestrowano 7512 bezrobotnych, tj. o 413 osób mniej niż w tym samym okresie 2015 r. Najwięcej nowych rejestracji osób bezrobotnych miało miejsce w styczniu (1581 osób), natomiast najmniej — w czerwcu (1108 osób). Wśród nowo zarejestrowanych bezrobotnych w okresie styczeń – czerwiec 2016 r. największą liczbę stanowiły osoby, które znalazły się w ewidencji po raz kolejny (6623 osoby). W okresie I półrocza 2016 r. z ewidencji urzędu pracy wyrejestrowano 8558 osób, z tego najwięcej w czerwcu (1763 osoby), a najmniej w styczniu (1075 osób). Z powodu podjęcia pracy wyrejestrowano z ewidencji 4082 osoby (o 4,8% mniej niż w analogicznym okresie 2015 r.). W końcu czerwca 2016 r. odsetek bezrobotnych mężczyzn stanowił 51,3% ogółu bezrobotnych zarejestrowanych i zmniejszył się o 0,6 p. proc. w skali roku. Największy udział mężczyzn w ogólnej liczbie bezrobotnych zarejestrowanych w I półroczu 2016 r. odnotowano w lutym i marcu — po 52,0%, a najmniejszy w czerwcu — 51,3%. Większość bezrobotnych radomian rejestrujących się w Powiatowym Urzędzie Pracy w Radomiu posiadała niski poziom wykształcenia. Najliczniejszymi grupami bezrobotnych były osoby posiadające wykształcenie gimnazjalne, podstawowe i niepełne podstawowe oraz zasadnicze zawodowe (odpowiednio 27,7% i 25,3% ogółu bezrobotnych). W m.st. Warszawie były to osoby legitymujące się dyplomem ukończenia szkół wyższych (28,9%). W Ostrołęce i Siedlcach natomiast najliczniejszą grupę stanowiły osoby posiadające dyplom ukończenia szkół policealnych i średnich zawodowych (odpowiednio: 28,3%

i 23,2%), a w Płocku osoby z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i niepełnym podstawowym — 25,4%. Pod względem kryterium stażu pracy najliczniejszą grupę bezrobotnych tworzyły osoby ze stażem 1–5 lat (20,9% ogółu zarejestrowanych bezrobotnych), a ich liczba w skali roku zwiększyła się o 1,0 p. proc. Liczną grupę stanowiły również osoby bez stażu pracy (19,1%). W porównaniu ze stanem w końcu czerwca 2015 r. liczba osób bez stażu pracy zmniejszyła się o 0,4 p. proc. Najmniej liczną grupę tworzyły osoby bezrobotne ze stażem pracy 30 lat i więcej (3,0%), tj. na tym samym poziomie analogicznego okresu ub. roku. W Płocku i w Ostrołęce najliczniejszą grupę stanowiły osoby ze stażem pracy 1–5 lat (odpowiednio: 21,6% i 21,4% ogółu bezrobotnych), a w Siedlcach i w m.st. Warszawie osoby ze stażem pracy do 1 roku (odpowiednio: 21,9% i 21,6% ogółu bezrobotnych). W końcu czerwca 2016 r. najliczniejszą grupę bezrobotnych (poza działalnością niezidentyfikowaną) stanowiły osoby, które poprzednio pracowały w branży „przetwórstwo przemysłowe” — 18,0% ogółu bezrobotnych, tj. 0,4 p. proc. mniej niż przed rokiem, a w dalszej kolejności bezrobotni poprzednio pracujący w „handlu hurtowym i detalicznym; naprawie pojazdów samochodowych włączając motocykle” — 15,9%, tj. o 0,1 p. proc. więcej niż przed rokiem oraz w sekcji „budownictwo” — 8,8% ogółu zarejestrowanych bezrobotnych (ich udział w porównaniu do poprzedniego roku pozostał na tym samym poziomie). (Dane GUS 2016)

6. Podsumowanie

Gminy w zakresie swojej działalności powinny podejmować działania mające na celu rozwój przedsiębiorczości lokalnej, gdyż wpływa on nie tylko na wzrost zamożności i rozwoju mieszkańców ale również na rozwój całej gminy. Przedstawione instrumenty stanowią szeroki zestaw narzędzi służących do rozwoju lokalnej przedsiębiorczości. Stopień ich wykorzystania jest zależny od środków finansowych, jakimi dysponuje gmina. Stosowanie większości z nich wymaga dużych nakładów finansowych i jest procesem długookresowym. Wykorzystanie instrumentów zgodnie z ich funkcją wymaga ujęcia ich w planach i strategiach rozwojowych gminy. Należy pamiętać, że gmin nie muszą wszystkich działań realizować w pojedynkę, mogą w tym celu współpracować z innymi gminami. Najczęściej współpraca zostaje nawiązana pomiędzy gminami sąsiadującymi.

7. Bibliografia

- Adamczyk-Lojewska A, Bujarkiewicz A (2016) Przedsiębiorczość czynnikiem rozwoju obszarów wiejskich-wyniki badań w ujęciu lokalnym i regionalnym, [w:] Journal of Agribusiness and Rural Development 01 [29] (2016), Poznań
- Bończak-Kucharczyk E, Herbst K, Chmura K (2008) Jak władze lokalne mogą wspierać przedsiębiorczość, Warszawa
- Dropek K (2013) Działania samorządu terytorialnego wspierające przedsiębiorczość w gminach województwa wielkopolskiego, [w:] Studia Oeconomica Posnaniensia 2014, vol. 2, no. 2 (263), Warszawa
- Fischer P, Trippel M, Fredin S (2016) The influence of labour market institutions on business survival in European countries: what affects the survival of New businesses?, [w:] Department of Economic History, EKH51 20161, s. 44-45
- Gorzela G, Bąkowski A i in. (2006) Polskie regionalne strategie innowacji: ocena i wnioski dla dalszych działań, Warszawa
- Gawrycka M, Kujawska J (2016) Oferta kształcenia a wymogi współczesnego rynku pracy, [w:] Marketing i Rynek, (3 (CD), s. 186
- Jankiewicz (2016) Polityka rynku pracy a rozwój gospodarczy Polski, [w:] Marketing i Rynek, nr 3 (CD), s. 245-246
- Jaśkiewicz M (2013) Skutki bezrobocia dla jednostki i rodziny, wyd. RODO N, Radom
- Klasik A (2005) Przedsiębiorczy i konkurencyjny region w teorii i polityce rozwoju regionalnego, [w:] PAN Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, Biuletyn, z. 218, Warszawa
- Kochmańska M (2007) Działalność gminy w zakresie rozwoju przedsiębiorczości lokalnej, [w:] Zarządzanie i Marketing, Zeszyt 1/2007, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas, Sosnowiec

- Kosztowniak A, Sobol M (2016) Współczesna polityka gospodarcza, Radom: wyd. CeDeWu, s. 330-334
- Krajewski K, Śliwa J (2004) Lokalna przedsiębiorczość w Polsce. Uwarunkowania rozwoju, [w:] Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa
- Saar M (2014) Jak samorządy lokalne mogą wspierać rozwój przedsiębiorczości?, Warszawa
- Sadowska-Spychała J (2013) Rola samorządu gminnego w rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej, [w:] Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej, Nr 61 'Organizacja i Zarządzanie', Poznań
- Sztando A (2004) Gminne instrumenty kształtowania rozwoju lokalnych podmiotów gospodarczych", [w:] Kieres L. (red.), „Samorząd terytorialny, Nr 7-8, Warszawa
- Tomanek A (2006) Wykorzystanie instrumentów rozwoju lokalnego w gminach powiatu Hajnowskiego i Zambrowskiego w świetle przeprowadzonych badań ankietowych [w:] M. Kunasz B (2015), Problemy gospodarowania w dobie globalizacji – materiały konferencyjne, Szczecin
- Dane GUS, http://warszawa.stat.gov.pl/files/gfx/warszawa/pl/defaultaktualnosci/744/3/8/1/bezrobocie_rejestrowane_w_radomiu_2016, [dostęp z dnia, 23.11.2017r.]

Recenzje rozdziałów w monografiach z kolekcji ISBN 978-83-65677-93-8:

dr hab. Damian Absalon, dr Jan Andrzejewski, prof. dr hab. Krzysztof Anusz, dr hab. inż. Piotr Arlet, dr hab. Katarzyna Bagan-Kurluta, dr hab. Maciej Barczewski, dr inż. Jacek Bartman, dr hab. inż. Marian Bartoszek, dr inż. Justyna Batkowska, dr inż. Piotr Bąska, dr hab. Teresa Bednarczyk, dr Jerzy Bednarski, dr Katarzyna Bergier, dr inż. Agnieszka Bielaszka, prof. dr hab. inż. January Bień, dr Barbara Bilewicz-Kuźnia, dr inż. Mariola Błaszczyk, dr Tomasz Błądek, prof. dr hab. Jacek Błęszyński, dr hab. Adam Bobryk, dr Michał Borodo, dr inż. Marta Borowska, dr inż. Tomasz Brynk, prof. dr hab. Jarosław Całka, dr Beata Całyniuk, dr hab. Witold Chabuz, dr hab. Piotr Chęłpiński, dr Dorota Chrobak-Chmiel, dr Agnieszka Chruścikowska, dr hab. Andrzej Ciążela, prof. dr hab. Jan Cielichowski, dr hab. inż. Adam Cwudziński, prof. dr hab. inż. Anna Cysewska-Sobusiak, dr Paweł Czarniecki, dr hab. Ewa Katarzyna Czech, dr inż. Małgorzata Czichy, dr inż. Klara Czyńska, dr Krzysztof Damaziak, dr hab. Paweł Daniel, dr hab. Anna Doliwa-Klepcka, dr Wioleta Drobik-Czwaro, prof. dr hab. Leszek Drodz, dr Renata Dudziak, prof. dr hab. inż. Włodzimierz Dudziński, dr inż. Krzysztof Durka, dr hab. Marzena Dyjakowska, dr Gabriela Dyrda, dr Magdalena Dziedzic, dr hab. Małgorzata Dzierżęcka-Gappa, dr inż. Małgorzata Dzieciół, prof. dr hab. inż. Marek Dziubiński, dr Marcin Dziwisz, prof. dr hab. Leonard Etel, dr hab. Beata Feledyn-Szewczyk, dr Wiesław Fidecki, dr hab. Marek Figura, dr hab. Paweł Filipiak, dr Piotr Filipiak, dr Jarosław Frączak, dr hab. Magdalena Gajęcka, dr inż. Mariusz Gamracki, prof. dr hab. Ryszard Gerlach, dr Artur Giełdoń, dr Wojciech Glac, prof. dr hab. Tomasz Głowiński, prof. dr hab. Agnieszka Gmitrowicz, dr hab. Sławomir Gonkowski, prof. dr hab. Józef Górniewicz, ks. prof. dr hab. Krzysztof Gózdź, dr Marcin Grąz, dr hab. Joanna Hawlena, dr Iga Hołyńska-Iwan, dr Magdalena Jaciow, dr Magdalena Jankowska-Wajda, dr inż. Tomasz Jankowski, dr inż. Paweł Jelec, dr hab. Andrzej Junkuszew, dr Agata Kabała-Dzik, dr Alena Kacmarova, dr Marta Kaczmarek-Ryś, dr hab. Hanna Karakuła-Juchnowicz, dr inż. Robert Kasner, prof. dr hab. inż. Nina Kazhar, dr inż. Krzysztof Kaziński, dr inż. Agata Kiciak, dr Dominika Kidaj, prof. dr hab. Marek Klimek, dr Joanna Klonowska, dr hab. Zbigniew Kobus, dr hab. Beata Kolny, dr Przemysław Kołodziej, dr inż. Bogusław Kołodziejski, dr hab. Jerzy Kopyński, dr Agnieszka Korchut, dr Grzegorz Korcyl, dr Monika Kornacka, dr hab. inż. Marta Kosior-Kazberuk, dr inż. Łukasz Kotwica, dr hab. Małgorzata H. Kowalczyk, dr Kamil Kowalski, prof. dr hab. Wojciech Kowalski, dr hab. Katarzyna Kozłowicz, dr hab. Piotr Krakowiak, dr Marlena Krawczyk-Suszek, dr hab. Marta Krenz-Niedbała, ks. dr hab. Piotr Kroczek, dr inż. Karol Król, dr Celina Kruszniak-Rajs, dr inż. Krzysztof Krzysztofowicz, dr Waldemar Kuczma, dr inż. Edyta Kudlek, dr Joanna Kula-Gradziak, dr hab. inż. Andrzej Kulig, dr inż. Tomasz Kulpa, dr Marcin Kunecki, dr hab. inż. Robert Kunkel, dr hab. Małgorzata Kwiecień, dr Marzanna Lament, prof. dr hab. Katarzyna Laskowska, dr inż. Magdalena Lech, dr inż. Justyna Libera, prof. dr hab. Tadeusz Linkner, prof. dr hab. Anna Lityńska, dr hab. Wiesław Lizak, dr inż. Aneta Lorek, dr hab. inż. Magdalena Janus, dr Tariq Mahmood, dr inż. Ewa Malczyk, dr hab. inż. Justyna Martyniuk-Pęczek, dr Sławomir Maślanka, dr hab. Jacek Matulewski, dr Artur Mazurek, dr Anna Michalska-Bañkowska, dr inż. Paweł Michalski, prof. dr hab. Jan Miciński, dr hab. ks. Bogusław Migut, dr hab. Krzysztof Mikołajczuk, dr Barbara Milewicz-Bednarska, prof. dr hab. inż. Piotr Miller, dr hab. Maria Mocarz-Kleindienst, dr Sylwia Mojsym-Korybska, dr Marta Mozgawa-Saj, dr inż. Adam Mroziński, dr hab. Dorota Narożna, dr hab. Oktawian Nawrot, prof. dr hab. Stanisław Sławomir Nicieja, dr Joanna Nieć, prof. dr hab. Mateusz Nieć, dr Jacek Niedźwiecki, dr hab. Jerzy Nita, dr Katarzyna Nowak, dr hab. Zbigniew Nowak, prof. dr hab. inż. Lucyna Nyka, dr hab. Ireneusz Ochmian, dr inż. Paweł Ogrodnik, dr hab. Dorota Olszewska-Słonina, dr hab. Krzysztof Oplustil, prof. dr hab. inż. Leszek Opyrchal, prof. dr hab. Lucjan Pająk, prof. dr hab. inż. Zbigniew Paszkowski, dr inż. Agnieszka Pawłowska, dr inż. Marek Piątek, dr inż. Paweł Pietrusiewicz, dr Karol Pilorz, dr hab. Monika Pitucha, dr hab. Magdalena Polak-Berecka, dr hab. Renata Polaniak, dr inż. Kornelia Polek-Dvraj, dr Piotr Pomorski, dr inż. Arkadiusz Popławski, dr Agnieszka Potyrańska, dr hab. Krzysztof Pudelko, dr Rafał Raczyński, dr hab. Zenon Rajfur, prof. dr hab. Konrad Rejda, dr hab. Piotr Romańczyk, dr inż. Andrzej Roszkowski, dr hab. Lucyna Rotter, dr Monika Różańska-Boczula, dr inż. Jarosław Rubacha, dr inż. Maciej Rumiński, dr inż. Bogdan Ruszczak, dr hab. Justyna Rybak, dr hab. Stanisław Rybicki, dr Liliana Rytel, dr inż. Martyna Rzelewska, dr inż. Beata Sadowska, prof. dr hab. Zygmunt Sadowski, dr Artur Sajnog, dr Rafał Sawicki, dr hab. inż. Gabriela Siawrys, dr hab. inż. Jarosław Sidun, dr Grzegorz Siebielec, dr hab. inż. Waldemar Skomudek, dr hab. Agnieszka Skowrońska, prof. dr hab. Wojciech Skóra, prof. dr hab. Elżbieta Skrzypek, dr inż. Grzegorz Sławiński, dr hab. Beata Smolik, dr Marta Sobańska, prof. dr hab. Wojciech Sońta, dr hab. inż. Michał Stosiak, dr hab. Maria Straś-Romanowska, dr hab. Alicja Sułek, dr hab. Lech Szczegół, dr inż. Mirosława Szewczyk, dr Sebastian Szklener, dr Agnieszka Szuklarek, dr Łukasz Szleszkowski, dr hab. Magdalena Zulc-Brzozowska, dr hab. Józef Szymański, dr Lidia Szymczak-Mazur, prof. dr hab. inż. Adam Maria Szymski, dr inż. Małgorzata Śmist, dr hab. Janusz Świniarski, dr hab. Bożena Targońska-Stępnik, prof. dr hab. inż. Elżbieta Trocka-Leszczyńska, prof. dr hab. Paweł Turzyński, dr inż. Lechosław Tuz, dr hab. Witold Tyborowski, dr inż. Ewa Ura-Bińczyk, dr inż. Krystyna Urbańska, dr inż. Urszula Warzyńska, dr hab. Adam Waśko, dr inż. Dariusz Wawrentowicz, dr hab. Adrian Wiater, dr hab. Jacek Wilczyński, dr Lidia Anna Wiśniewska, dr hab. Piotr Wiśniewski, dr inż. Agnieszka Witecka, dr Wojciech Witkowski, dr inż. Alicja Wodnicka, dr Krzysztof Kamil Wojtanowski, dr hab. Filip Wolański, dr Łukasz Wolko, dr hab. Karolina Wójcik, prof. dr hab. Maria Wróbel, dr inż. Joanna Wyczarska-Kokot, dr Adrian Zając, dr hab. Przemysław Zalewski, dr hab. Jerzy Zalewski, dr hab. Bożena Zawadzka, prof. dr hab. Anna Zdziennicka, prof. Piotr Ziółkowski, prof. dr hab. Dariusz Zlotkowski, dr inż. Maciej Zwierzchowski

W kolekcji „Badania i Rozwój Młodych Naukowców w Polsce” (ISBN 978-83-65677-93-8) ukazały się:

1. Nauki przyrodnicze - Część I – Żywnienie i żywność
(online: ISBN 978-83-65917-96-6; druk: ISBN 978-83-65917-97-3)
2. Nauki przyrodnicze - Część II (online: ISBN 978-83-65917-99-7; druk: ISBN 978-83-65917-98-0)
3. Nauki przyrodnicze - Część III (online: ISBN 978-83-66139-00-8; druk: ISBN 978-83-66139-01-5)
4. Nauki przyrodnicze - Część IV (online: ISBN 978-83-66139-03-9; druk: ISBN 978-83-66139-02-2)
5. Nauki przyrodnicze - Część V (online: ISBN 978-83-66139-04-6; druk: ISBN 978-83-66139-05-3)
6. Nauki przyrodnicze - Część VI – Ochrona Środowiska
(online: ISBN 978-83-66139-07-7; druk: ISBN 978-83-66139-06-0)
7. Nauki medyczne i nauki o zdrowiu - Część I (online: ISBN 978-83-65917-92-8; druk: ISBN 978-83-65917-93-5)
8. Nauki medyczne i nauki o zdrowiu - Część II (online: ISBN 978-83-65917-95-9; druk: ISBN 978-83-65917-94-2)
9. Nauki techniczne i inżynierskie - Część I – Budownictwo i architektura
(online: ISBN 978-83-66139-08-4; druk: ISBN 978-83-66139-09-1)
10. Nauki techniczne i inżynierskie - Część II (online: ISBN 978-83-66139-11-4; druk: ISBN 978-83-66139-10-7)
11. Nauki techniczne i inżynierskie - Część III (online: ISBN 978-83-66139-12-1; druk: ISBN 978-83-66139-13-8)
12. Nauki techniczne i inżynierskie - Część IV (online: ISBN 978-83-66139-15-2; druk: ISBN 978-83-66139-14-5)
13. Nauki techniczne i inżynierskie - Część V (online: ISBN 978-83-66139-16-9; druk: ISBN 978-83-66139-17-6)
14. Nauki humanistyczne i społeczne - Część I (online: ISBN 978-83-65917-83-6; druk: ISBN 978-83-65917-82-9)
15. Nauki humanistyczne i społeczne - Część II – Ekonomia, działalność gospodarcza i bankowość
(online: ISBN 978-83-65917-84-3; druk: ISBN 978-83-65917-85-0)
16. Nauki humanistyczne i społeczne - Część III (online: ISBN 978-83-65917-86-7; druk: ISBN 978-83-65917-87-4)
17. Nauki humanistyczne i społeczne - Część IV – Pedagogika, edukacja, rodzina
(online: ISBN 978-83-65917-89-8; druk: ISBN 978-83-65917-88-1)
18. Nauki humanistyczne i społeczne - Część V – Prawo i administracja
(online: ISBN 978-83-65917-90-4; druk: ISBN 978-83-65917-91-1)