

**STUDIA I PRACE
KOLEGIUM
ZARZĄDZANIA
I FINANSÓW**

ZESZYT NAUKOWY 61



Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

SKŁAD RADY NAUKOWEJ „ZESZYTÓW NAUKOWYCH” KZiF

1. prof. dr hab. Janusz Ostaszewski
– przewodniczący
Dziekan Kolegium Zarządzania i Finansów
Szkoła Główna Handlowa
2. prof. dr hab. Małgorzata Zaleska
– vice przewodniczący
Prodziekan Kolegium Zarządzania i Finansów
Szkoła Główna Handlowa
3. dr Emil Ślązak – sekretarz
Katedra Bankowości
Szkoła Główna Handlowa
4. dr hab. Stefan Doroszewicz, prof. SGH
Kierownik Katedry Zarządzania Jakością
Szkoła Główna Handlowa
5. prof. dr hab. Jan Kaja
Kierownik Katedry Polityki Gospodarczej
Szkoła Główna Handlowa
6. dr hab. Tomasz Michalski, prof. SGH
Kierownik Katedry Ubezpieczeń Gospodarczych
Szkoła Główna Handlowa
7. prof. dr hab. Jerzy Nowakowski
Kierownik Katedry Bankowości
Szkoła Główna Handlowa
8. dr hab. Piotr Płoszajski, prof. SGH
Kierownik Katedry Teorii Zarządzania
Szkoła Główna Handlowa
9. prof. dr hab. Maria Romanowska
Kierownik Katedry Zarządzania w Gospodarce
Szkoła Główna Handlowa
10. dr hab. Anna Skowronek-Mielczarek,
prof. SGH
Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem
Szkoła Główna Handlowa
11. prof. dr hab. inż. Jan Adamczyk
Kierownik Katedry Marketingu
Politechnika Rzeszowska im. Ignacego
Łukasiewicza
12. dr hab. Jan Komorowski,
prof. Politechniki Gdańskiej
Kierownik Katedry Finansów
Politechnika Gdańska
13. dr hab. Wojciech Pacho, prof. SGH
Kierownik Katedry Teorii Systemu
Rynkowego SGH
Szkoła Główna Handlowa
14. dr hab. Teresa Słaby, prof. SGH
Kierownik Katedry Poziomu Życia
i Konsumpcji SGH
Szkoła Główna Handlowa
15. prof. dr hab. Zygmund Niewiadomski
Kierownik Katedry
Prawa Gospodarczego SGH
Szkoła Główna Handlowa
16. dr hab. Marian Żukowski, prof. UMCS
Instytut Ekonomii UMCS
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

Recenzenci

Aleksandra Czerw
Paweł Felis
Jacek Grzywacz
Robert Jagiełło
Bogdan Mróz
Renata Pajewska
Marta Sadowy
Anna Skowronek-Mielczarek
Teresa Taranko

Redaktor

Ewa Tomkiewicz

© Copyright by Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, 2005

ISSN 1234-8872

Nakład 320 egzemplarzy



Opracowanie komputerowe, druk i oprawa:
Dom Wydawniczy ELIPSA,
ul. Inflancka 15/198, 00-189 Warszawa
tel./fax 635 03 01, 635 17 85, e-mail: elipsa@elipsa.pl, www.elipsa.pl

SPIS TREŚCI

Od Komitetu Redakcyjnego	5
--------------------------------	---

CZĘŚĆ PIERWSZA

ARTYKUŁY Z ZAKRESU FINANSÓW I BANKOWOŚCI	7
--	---

Analiza koncentracji sektora bankowego w Polsce w latach 1994–2003 Tadeusz Zagrodnik	9
---	---

Wnioski wynikające z integracji nadzorów nad rynkiem finansowym, z uwzględnieniem implikacji dla Polski Małgorzata Zaleska, Justyna Borudzka	29
--	----

Leasing środków transportu drogowego. Uwarunkowania rozwoju Jacek Grzywacz	40
---	----

Specyfika promocji produktu leczniczego (leki etyczne) Aleksandra Czerw	54
--	----

Szacowanie niewypłacalności firm w oparciu o model opcyjny Zbigniew Krysiak	70
--	----

Analiza ekonomiczna formą kontroli wewnętrznej w przedsiębiorstwie Wioletta Baran	87
--	----

Stosowane rachunki kosztów w przedsiębiorstwach – wybrane wyniki badań Anna Skowronek-Mielczarek	98
---	----

CZĘŚĆ DRUGA

ARTYKUŁY Z ZAKRESU ZARZĄDZANIA I EKONOMII	107
---	-----

Korzyści i zagrożenia wynikające z procesów globalizacji gospodarki światowej Adam Miara	109
---	-----

Strategie marketingowe przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych Romuald Bauer, Michał Adam Leśniewski	119
--	-----

Bariery rozwoju przedsiębiorczości w Polsce Małgorzata Zaleska, Katarzyna Owczarz	133
--	-----

Ekonomiczne aspekty satysfakcji z czasu wolnego Małgorzata Bombol	150
--	-----

Usługi społeczne jako źródło kreowania kapitału ludzkiego Mirosława Janoś-Kresło	160
---	-----

Badanie konkurencyjności Torunia za pomocą wskaźników syntetycznych Grzegorz Maśloch	176
---	-----

OD KOMITETU REDAKCYJNEGO

Oddajemy do rąk Czytelników kolejny, 61 zeszyt naukowy z serii „Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów” Szkoły Głównej Handlowej.

W zeszycie zamieszczono artykuły pracowników Kolegium Zarządzania i Finansów oraz osób współpracujących z Kolegium – głównie doktorantów oraz pracowników innych uczelni. Prezentowane materiały są efektem prac naukowych prowadzonych w ramach badań statutowych, własnych oraz przygotowywanych rozpraw naukowych na stopień doktora i doktora habilitowanego. Wszystkie przedstawione Państwu artykuły uzyskały pozytywne recenzje.

Prezentowane wydawnictwo, podobnie jak poprzednie zeszyty z tej serii, ma zasięg europejski, gdyż wysyłane jest nie tylko do wszystkich bibliotek ekonomicznych w Polsce, ale również do ośrodków naukowych w Europie współpracujących z Kolegium Zarządzania i Finansów Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

CZĘŚĆ PIERWSZA

**ARTYKUŁY Z ZAKRESU
FINANSÓW I BANKOWOŚCI**

Tadeusz Zagrodnik
Szkoła Główna Handlowa

Analiza koncentracji sektora bankowego w Polsce w latach 1994–2003

1. Wprowadzenie

Od dłuższego czasu w Polskim sektorze bankowym mamy do czynienia z ciągłym wzrostem jego koncentracji. W posiadaniu czterech największych banków w 2002 roku znajdowała się ponad połowa aktywów sektora. Liczba przedsiębiorstw bankowych począwszy od 1998 roku sukcesywnie spada.

Zgodnie z hipotezą o istnieniu efektywnej struktury rynku (*efficient structure hypothesis*) koncentracja w branży jest wynikiem różnic osiąganych przez podmioty na rynku. Zatem wzrost koncentracji i co za tym idzie selekcja i eliminacja słabych uczestników konkurencji sprawiają, że stopień koncentracji powinien być dodatnio skorelowany z osiąganą efektywnością i rentownością. Ponadto zbyt duża koncentracja w sektorze może zapoczątkować praktyki monopolistyczne i możliwości zawierania sojuszy strategicznych wśród dużych graczy.

Stopień koncentracji danej branży leży w centrum zainteresowania wielu badaczy i analityków, bowiem struktura rynku określa jego charakter i reguły gry na nim panujące. Dotyczy to szczególnie sektora banków komercyjnych. Rozwój technologii bankowej, szczególnie e-commerce wpłynął na tzw. przejrzystość rynku, kategorię dodatnio skorelowaną z procesami konkurencji w sektorze usług bankowych. Również procesy globalizacji, deregulacji i liberalizacji rynków finansowych zwiększają ilość fuzji i przejęć, w wyniku czego sektor bankowy ulega najszybszej konsolidacji, tak w państwach rozwiniętych, jak i rozwijających się. Czy tendencja ta wpływa pozytywnie na sektor bankowy? Czy w związku z powyższym, w Polsce potrzebna jest publiczna interwencja, prowadzona w imieniu klientów banków, w odniesieniu do procesów konsolidacji działalności w sektorze bankowym i uruchomienie polityki ochrony konkurencji? I wreszcie, czy spadek liczby banków rzeczywiście oznacza wzrost koncentracji w sektorze, mierzony stopniem koncentracji jego aktywów?

2. Pomiar stopnia koncentracji sektora bankowego w Polsce w ostatnich latach

W Raporcie o konsolidacji sektora finansowego (G10)¹, w rozdziale poświęconym związkom pomiędzy konsolidacją a efektywnością i bezpieczeństwem (*Does Consolidation create a trade-off between efficiency and stability*) autorzy wskazują nie tylko na szanse, ale i zagrożenia. Dla przykładu, duża presja konkurencyjna może powodować, iż mało efektywny bank podejmie ryzykowne działania spekulacyjne i kiedy osiągnie duży udział w rynku, wówczas stwarza zagrożenie dla stabilności sektora. Z drugiej strony fuzje i przejęcia wśród dużych banków prowadzą do powstania potężnych instytucji finansowych, osiągających przewagi konkurencyjne w wyniku redukcji kosztów i korzyści skali.

W literaturze przedmiotu autorzy Beck, Demirguc-Kunt, Levine² weryfikują dwie niejednoznaczne teorie, traktujące o wpływie stopnia koncentracji sektora bankowego na jego efektywność i odporność na kryzysy finansowe. Pierwsza hipoteza podlegająca weryfikacji w pracy wymienionych autorów mówi, iż rozproszony sektor bankowy, z dużą liczbą małych przedsiębiorstw bankowych, ma mniejszą możliwość generowania zysku i wykazuje większe zagrożenie efektem domina. Natomiast sektor skoncentrowany łatwiej jest monitorować ze względu na obecność tylko kilku dużych banków, ponadto łatwiej dużym bankom generować zysk w formie większych marż.

Druga, przeciwstawna teoria krytykuje skoncentrowany sektor bankowy i twierdzi, iż jest on bardziej wrażliwy na kryzysy, ponieważ duże banki posiadają sieć oddziałów, które trudno monitorować. Poza tym duże i silne podmioty bankowe, jako uczestnicy rynku o mniejszej konkurencji, ustalają wysokie stopy procentowe i prowizje – obarczają przedsiębiorców wyższym ryzykiem finansowym i utrudniają w ten sposób warunki gospodarowania.

Autorzy w toku analizy empirycznej wykazali, że jednak bardziej skoncentrowany system bankowy jest odporny na kryzysy, zatem wyższy stopień koncentracji jest dodatnio skorelowany z poziomem bezpieczeństwa systemu. Kwestia poziomu cen produktów bankowych w zależności od stopnia koncentracji systemu bankowego pozostaje nadal otwarta.

W ostatnich latach polski sektor bankowy ulega ciągłej koncentracji, natomiast wartość marży odsetkowej jest przeciętnie dwukrotnie wyższa niż w krajach Unii Europejskiej. Czy różnica ta jest skutkiem konsolidacji sektora? Otóż w literaturze funkcjonuje pogląd, który roboczo można nazwać zagadnieniem

¹ Group of Ten Report on consolidation in the financial sector (January 2001) www.bis.org.

² T. Beck, A. Demirguc-Kunt, R. Levine, Bank Concentration and Crises, „World Bank”, January 2003, s. 22.

neutralności stopnia koncentracji sektora bankowego na natężenie konkurencji w nim panującej. Na podstawie analiz empirycznych autorzy Claessens, Laeven (2003); Gelos, Roldos (2002); Hempell (2001) stwierdzili, iż nie ma jednoznacznych związków pomiędzy stopniem koncentracji systemu a poziomem konkurencji. Również w rodzimych pracach M. Pawłowskiej („Bank i Kredyt” listopad–grudzień 2003, s. 51–59; czerwiec 2004, s. 59–66) autorka używając w analizie metody deterministycznej DEA (*Data Envelopment Analysis*) przedstawia następujące wnioski:

- 1) wynik analizy polskiego sektora bankowego na podstawie interpretacji poziomu statystyki H Panzara–Rosse’a, ogólnie przyjętej miary do określania rodzaju konkurencji na rynku bankowym, wskazał na konkurencję monopolistyczną, tj. model charakteryzujący się tym, iż wielu producentów oferuje zróżnicowane produkty, a uczestnicy konkurencji monopolistycznej dążą do wyróżnienia swoich produktów, utrzymując w ten sposób wysoki poziom konkurencji;
- 2) nie ma istotnej statystycznie różnicy w poziomie konkurencji w sektorze bankowym w okresie 1997–1999 i 2000–2002, kiedy to sektor uległ znacznej konsolidacji. Innymi słowy, proces konsolidacji miał neutralny wpływ na poziom konkurencji.

Prześledźmy zatem teorię funkcjonowania rynku według kryterium ilości sprzedawców. Wyróżnia się tu trzy podstawowe formy rynku: polipol, oligopol i monopol, na których obowiązują niejako inne reguły konkurencji i gry ekonomicznej.

Tabela 1. Struktura polskiego sektora bankowego wg sumy aktywów w 2002 roku

Liczba banków	Udział procentowy w aktywach sektora
59 (Sektor bankowy)	100
4	50,7
6	62,4
10	81,2
20	90,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych NBP i sprawozdań finansowych banków.

W Polsce mamy do czynienia z niesymetryczną strukturą podmiotową rynku usług bankowych, tzn. jeden, dwóch lub trzech „sprzedawców” posiada dominujący udział w rynku, natomiast kilkudziesięciu pozostałych resztę, tak jak pokazano w tabeli 1. W polskim systemie bankowym w „rękach” czterech największych banków komercyjnych w 2002 roku (PKO BP, PeKaO S.A., BPH PBK,

Bank Handlowy) znajdowała się ponad połowa aktywów sektora. Gdy liczba obserwowanych banków wzrasta o kolejne dwa z rankingu – tj. wzrost 50% – udział posiadanych aktywów wzrasta mniej proporcjonalnie, bo tylko o jedną piątą.

Patrząc dalej, można zauważyć, że 39 banków posiada mniej niż 10% aktywów, zatem gros instytucji bankowych w polskim sektorze nie odgrywa znaczącej roli. W takiej sytuacji konkurencja pomiędzy „sprzedawcami” nie jest do końca wyeliminowana, ale jej przebieg kształtuje bank/banki o dominującej pozycji. Bardziej precyzyjne określenie formy rynku można znaleźć za pomocą współczynnika koncentracji czterech dominujących podmiotów na rynku.

Tabela 2. Współczynnik koncentracji a formy rynku

Forma rynku	Współczynnik koncentracji (W_k)
Polipol	$W_k < 40\%$
Szeroki oligopol	$40\% < W_k < 60\%$
Wąski oligopol	$W_k > 60\%$

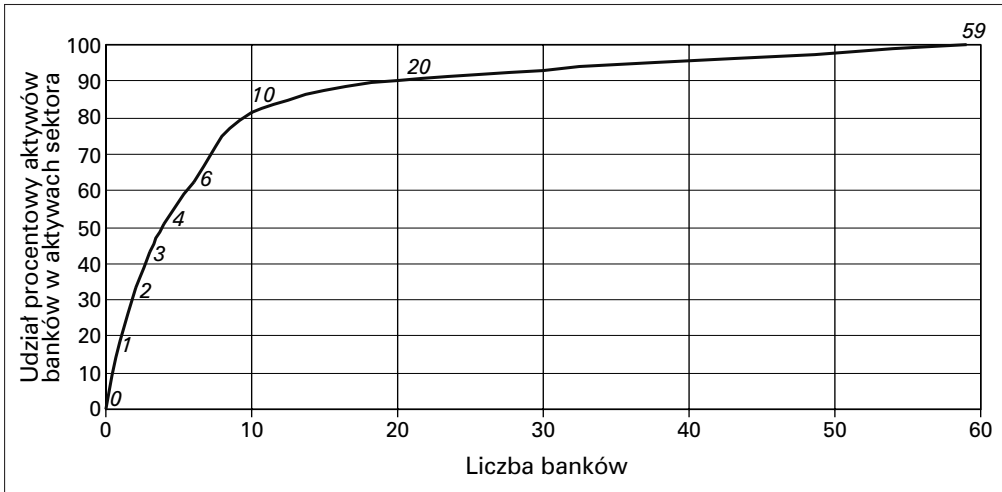
Źródło: W. Wrzosek, Funkcjonowanie rynku, PWE, Warszawa, s. 50.

Zgodnie z „normami” z tabeli 2 banki komercyjne w Polsce stworzyły szeroki oligopol, bowiem zgodnie z obliczeniami z tabeli 1 udział w rynku czterech największych banków mierzony aktywami zawiera się w przedziale 40–60%. Ta forma rynku prowadzi do budowy konkurencji oligopolistycznej, gdzie sprzedawca ma duży wpływ na cenę i otoczenie. Wykonując prostą analizę ABC, można łatwo sprawdzić, że o polskim sektorze bankowym stanowi dziesięć banków, tj. 17% zbiorowości sektora, które zarządzają osiemdziesięcioma % aktywów, jak na rysunku 1.

Analiza ABC opiera się na zasadzie Pareto, która zakłada, że w dużych zbiorach obiektów mała część zbioru (około 20%) wywołuje przeważającą część skutków (około 80%). Nazwa zasady pochodzi od nazwiska włoskiego ekonomisty Wilfredo Pareto, badającego nierównomierności podziału dochodu. Praktyka wykazała słuszność zasady Pareto w wielu zagadnieniach, np. 20% części złożonego produktu generuje 80% kosztów jego wytworzenia lub dwie spółki holdingu z trzynastu generują 78% przychodów itp. Zasadę Pareto należy traktować jako ogólną zasadę nierównomierności, wartości liczbowe traktować należy elastycznie, zgodnie ze specyfiką badanych zjawisk. Metoda ABC pozwala zatem określić owe 20%, determinujące pozostałe 80³.

³ Por.: M. Romanowska, Podstawy organizacji i zarządzania, Difin, Warszawa 2002, s. 265, Z. Martyniak, Metody organizacji i zarządzania, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1999, s. 160–165.

Rysunek 1. Krzywa ABC udziału banków w aktywach sektora bankowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z: Bank – 50 największych banków w Polsce, edycja VIII, marzec 2003.

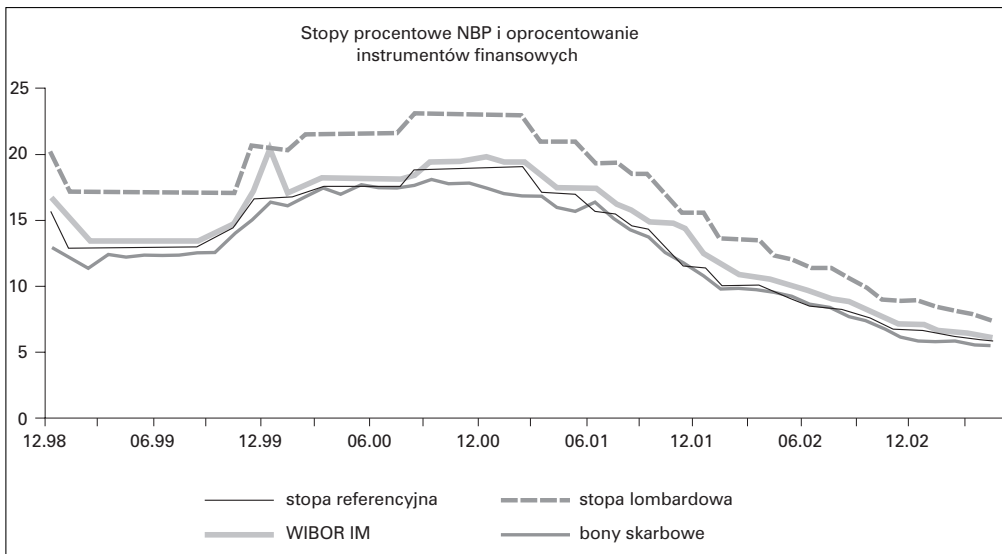
W przypadku krzywej ABC (rysunek 1) można zobaczyć, że 17% zbiorowości sektora bankowego posiada 81,2% aktywów (nawet nieco mocniejsza zależność niż wg zasady Pareto), zatem w polskim sektorze bankowym mamy do czynienia ze swoistą hegemonią dużych banków, które dyktują ceny produktów bankowych, a szczególnie kredytu. Natomiast słabo rozwinięty rynek kapitałowy i rynek pożyczek udzielanych przez instytucje parabankowe powoduje brak substytutów wobec drogich produktów kredytowych banków komercyjnych, co sprzyja budowie ich pozycji monopolistycznej.

Praktyki monopolistyczne banków polskich widać doskonale w reakcji oprocentowania depozytów i kredytów wobec obniżek podstawowych stóp procentowych przez NBP. Bodźcem dostosowawczym powinna być tu presja konkurencyjna na rynku, która jest jedną z determinant marży odsetkowej banków komercyjnych. Przykładowa obniżka stóp procentowych prowadzi do spadku oprocentowania depozytów i wzrostu marży banków. Następnie powinno dojść spadku oprocentowania kredytów, tak aby marża nie uległa znacznej zmianie. W praktyce jednak zbyt słaba konkurencja w sektorze bankowym może zakłócić tę zależność, czego przykładem był słaby związek oprocentowania depozytów i kredytów ze stopą rynku pieniężnego w Polsce w ostatnich latach.

Zatem obniżki stóp procentowych powodują wzrost marży banków i realnie wyższą cenę kredytów. Ze zjawiskiem tym mamy do czynienia, gdy jeden bank zajmuje bardzo silną pozycję na rynku depozytów, jak ma to miejsce w Pol-

sce⁴. O monopolizacji sektora bankowego pisze również W. L. Jaworski w kontekście ich struktury własnościowej: *należy się liczyć, że przejęcie banków w Polsce może prowadzić do określonego monopolu banków zagranicznych*⁵. Zatem, w związku z powyższym należałoby przychylić się do tezy krytykującej skoncentrowane sektory bankowe i postrzegać ich praktyki jako destymulanty działalności gospodarczej. Działania monopolistyczne banków w Polsce można przedstawić graficznie niejako w dwu wymiarach (rysunki 2 i 3).

Rysunek 2. Obniżki podstawowych stóp procentowych



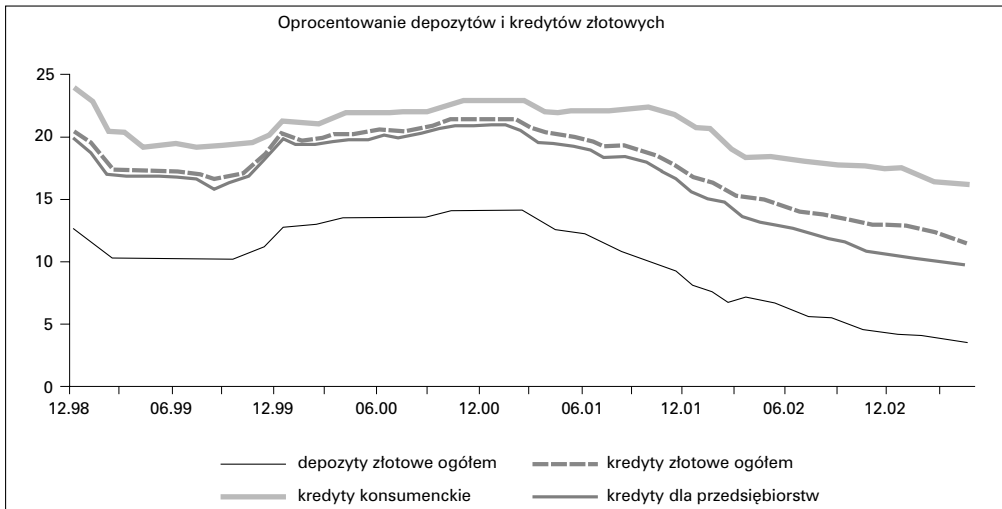
Źródło: GINB, Sytuacja finansowa banków w I kwartale 2003 r., Warszawa 2003, s. 6.

Po pierwsze, widać to w bardzo wysokiej marży odsetkowej, która czyni kredyt droгим, po wtóre od mniej więcej stycznia 2001 roku zauważalny jest brak reakcji oprocentowania kredytów konsumenckich na obniżki stóp procentowych, jak na rysunku 3, co widać graficznie w formie różnicy stromizny zmiany oprocentowania krzywych depozytów i kredytów konsumenckich. Krzywa depozytów charakteryzuje się większą dynamiką zmian.

⁴ Por.: M. Brzoza-Brzezina, Mechanizm transmisji impulsów polityki pieniężnej, Warszawa 2003, s. 4-5.

⁵ W. L. Jaworski, Banki w Polsce wyzwania i tendencje rozwojowe, Poltext, Warszawa 2001, s. 108.

Rysunek 3. Zmiany oprocentowania depozytów i kredytów w bankach komercyjnych



Źródło: GINB, Sytuacja finansowa..., *op. cit.*

Próbując wyjaśnić powyższą praktykę – przenosząc ją na grunt przedsiębiorstwa – można stwierdzić, że przedsiębiorstwo nie obniża ceny produkty finalnego, mimo spadku kosztu dostaw. Dlaczego producenci (banki) utrzymują tak wysokie ceny kredytu, stosują praktyki monopolistyczne? Moim zdaniem można tu wymienić co najmniej cztery przyczyny takiego stanu rzeczy:

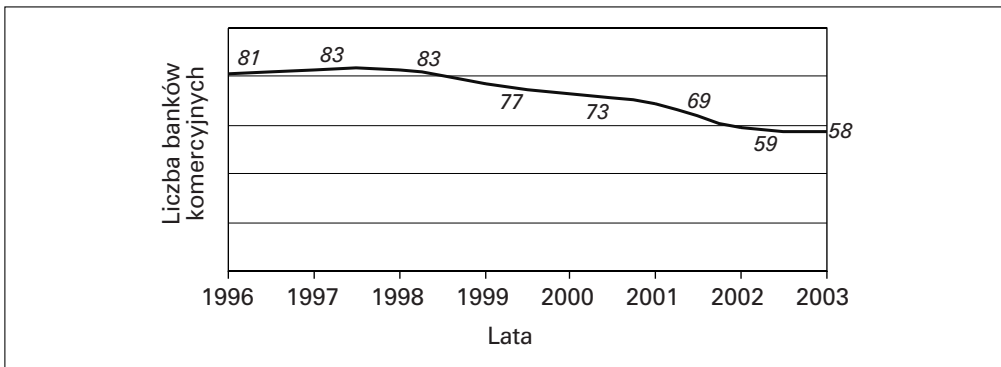
- 1) producent posiada naturalną pozycję monopolistyczną, która nie obliguje go do zmiany cen wobec zmieniającej się sytuacji. Ustawa Prawo Bankowe nakładając na bank obowiązek posiadania kapitału w odpowiedniej wysokości – wymóg oczywisty z racji bezpieczeństwa prowadzonej działalności – tworzy wysokie bariery wejścia i czyni z banku w pewnym stopniu monopol naturalny;
- 2) producent zawiera z innymi, nielicznymi uczestnikami konkurencji oligopolistycznej, porozumienie o stabilności cen;
- 3) w rozpatrywanym okresie wystąpiły dodatkowe, pozacenowe generatory kosztów i ryzyka. W przypadku banków mamy do czynienia ze zwiększonym ryzykiem kredytowym w okresach recesji gospodarczej i co za tym idzie – dodatkowe koszty w postaci rezerw celowych na nieregularne należności;
- 4) producent działa na kilku rynkach, natomiast jeden z rynków znajduje się w fazie schyłkowej lub przeżywa czasowe trudności, zatem podmiot ogranicza działalność na tym rynku na poczet innych aktywności. W dzia-

łałości bankowej istnieje substytucja pomiędzy aktywnością kredytową a zakupem obligacji skarbowych. Przy czym charakterystyczne jest, że w okresach recesji, tj. zwiększonego ryzyka kredytowego, budżet państwa przedstawia większe potrzeby pożyczkowe, co stanowi dla banków dobrą alternatywę w „trudnych czasach”.

Wymienione scenariusze działają łącznie, są pochodną kryzysowej sytuacji gospodarczej oraz działają niekorzystnie na klientów banków oraz na całą gospodarkę. Warto jeszcze wspomnieć, iż polski system bankowy od 1996 roku dąży do dalszej koncentracji (rysunek 4), mierzonej liczbą przedsiębiorstw bankowych. Ponadto zapowiadane są kolejne fuzje i przejęcia banków. Czy może to zaowocować spadkiem konkurencji i nasileniem wyżej przedstawionych zjawisk, z którymi mieliśmy do czynienia do końca 2002 roku?

Zmniejszająca się liczba banków zwiększa teoretycznie możliwości zawierania porozumień i sojuszy cenowych. Zatem można przewidywać, iż polski sektor bankowy ewoluuje wg schematu przedstawionego przez W. Wrzosek: *Przewaga konkurencyjna jednego lub kilku sprzedawców nad konkurentami prowadzi do zmian form konkurencji oraz poziomu jej intensywności. Konkurencja polipolistyczna może być, w następstwie przewag konkurencyjnych jednego bądź kilku sprzedawców, wypierana przez konkurencję oligopolistyczną. Pojawienie się przewagi konkurencyjnej sprzyja przekształceniu sytuacji szerokiego oligopolu w danym segmencie rynku w sytuację wąskiego oligopolu. Tego typu przekształcenie oznacza obniżenie poziomu konkurencji na rynku. Konsekwencją istnienia i powiększania przez sprzedawcę przewagi konkurencyjnej może być wreszcie wypieranie ich z rynku oraz powstanie sytuacji monopolistycznych*⁶.

Rysunek 4. Liczba banków komercyjnych w Polsce w latach 1996–2003



Źródło: opracowanie własne na podstawie corocznych raportów NBP.

⁶ W. Wrzosek, *Funkcjonowanie rynku*, PWE, Warszawa 2002, s. 371.

Aby odpowiedzieć na powyższe pytania, zaobserwować bieżące trendy, należy wykonać pogłębioną analizę stopnia koncentracji polskiego sektora bankowego. Dokładny pomiar koncentracji polskiego sektora bankowego zawiera tabela 3. Obliczenia w niej zawarte przedstawiają stopień koncentracji w latach 1994–2003, wyznaczony za pomocą prostych wskaźników, w ujęciu procentowym.

Wskaźniki WK(3), WK(8) i WK(15) są najprostszą miarą koncentracji i oznaczają procentowy udział badanej cechy N największych banków w łącznej wartości cechy sektora. Innymi słowy, wskaźniki te informują, ile procent analizowanej wielkości, diagnozującej sektor bankowy (np. aktywów) znajduje się w posiadaniu trzech, ośmiu i piętnastu największych banków (również mierzonych wielkością aktywów). Natomiast wskaźnik WHH to indeks Herfindahla–Hirschmana. Jest to suma kwadratów udziałów w rynku poszczególnych banków. Dotyczy najbardziej reprezentatywnych wielkości finansowych (tabela 3). WHH wyraża ryzyko z tytułu koncentracji i zgodnie z normami zawartymi w literaturze WHH poniżej 10% oznacza małą koncentrację, w przedziale 11–18% to średnia koncentracja i powyżej 18% oznacza dużą koncentrację, natomiast 100% to pełna koncentracja⁷.

Wskaźnik Herfindahla–Hirschmana jest niewątpliwie najlepiej znaną miarą koncentracji. Departament Sprawiedliwości oraz System Rezerwy Federalnej w Stanach Zjednoczonych wykorzystują tę miarę w ocenie skutków horyzontalnych konsolidacji. Przekroczenie ustalonych wartości granicznych wskaźnika powoduje pogłębioną analizę danej konsolidacji bądź też uniemożliwienie przez odpowiednie organy publiczne realizacji danego przejęcia lub połączenia.

Obliczenia zawarte w tabeli 3 dostarczają kilku ciekawych wniosków. Sygnalizowany w pracach z zakresu tematu⁸ wzrost koncentracji sektora bankowego nie nastąpił w 2003 roku i trend wzrostowy uległ zahamowaniu. Wszystkie wartości za trzy ostatnie lata analizy, pomijając WHH i WK (3) składnika wyniku finansowego i sam wynik brutto, nieznacznie spadają. Zatem wcześniejszy trend został przynajmniej w 2003 roku zatrzymany. Ponadto w tabeli 3 zawarto m.in. pomiar koncentracji najbardziej reprezentatywnych składników bilansu banków. Ich koncentracja jest szczególnie istotna z punktu widzenia polityki ochrony konkurencji, bowiem dostarcza danych na temat finansowania przedsiębiorstw produkcyjnych i usługowych oraz koncentracji obsługi depozytowej gospodarstw domowych.

⁷ W literaturze przedmiotu wskaźnik Herfindahla–Hirschmana przedstawiany jest w przedziale (0;1), jednakże istnieją opracowania, w których autorzy mnożą tę wartość przez 100%, być może dla lepszego odbioru informacji. W niniejszym opracowaniu przyjęto tę właśnie formę prezentacji wskaźnika Herfindahla–Hirschmana.

⁸ M. Pawłowska, Wpływ zmian w strukturze polskiego sektora bankowego na jego efektywność w latach 1997–2002, „Bank i Kredyt”, listopad–grudzień 2003, s. 52–53.

Tabela 3. Wyniki pomiaru koncentracji w polskim sektorze bankowym w latach 1994–2003

Indeks HHI/lata	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Aktywa	8,50	8,59	7,88	7,58	8,83	8,07	8,34	9,64	9,18	8,50
Należności od klientów i budżetu	8,78	7,60	6,25	5,79	7,06	7,19	7,76	8,78	8,26	7,82
Zobowiązania wobec klientów i budżetu	10,7	12,27	11,44	11,29	12,39	11,36	11,24	11,57	11,67	11,34
Inwestycje w papiery wartościowe	12,50	13,20	13,21	16,61	14,43	15,01	15,58	13,54	12,66	12,39
wynik z tytułu odsetek	7,37	7,47	8,20	7,13	7,53	8,69	9,97	13,80	11,70	11,06
wynik z tytułu prowizji	9,01	6,71	6,76	6,99	8,51	8,44	8,75	10,53	10,00	10,28
wynik na działalności bankowej	6,97	6,98	7,38	6,68	6,97	7,57	8,55	10,99	10,29	9,98
Wynik finansowy brutto	7,74	6,99	7,92	6,72	6,59	7,80	10,48	19,71	24,5	41,97
WK(3)										
Aktywa	42,19	41,46	39,91	38,83	43,07	40,21	42,13	45,52	44,01	42,04
Należności od klientów i budżetu	40,37	37,27	32,33	30,67	37,33	36,85	40,4	42,23	40,45	39,37
Zobowiązania wobec klientów i budżetu	47,66	50,85	48,59	47,61	51,24	42,20	48,46	48,67	48,19	49,84
Inwestycje w papiery wartościowe	51,38	54,73	54,57	60,72	56,08	58,86	58,74	55,15	52,82	54,26
wynik z tytułu odsetek	35,33	36,14	36,28	33,99	38,50	42,20	45,62	56,53	51,76	49,29
wynik z tytułu prowizji	41,28	34,56	36,08	36,43	40,41	41,52	41,63	47,20	45,47	46,64
wynik na działalności bankowej	34,37	36,63	36,57	34,96	36,21	39,30	41,30	50,31	47,65	46,63
Wynik finansowy brutto	38,89	34,40	38,31	34,69	31,86	36,95	46,70	64,36	69,84	86,73
WK(8)										
Aktywa	69,36	68,63	65,51	61,99	65,10	63,13	66,24	75,64	74,36	72,01
Należności od klientów i budżetu	71,19	66,65	61,38	57,95	62,05	63,00	67,04	74,13	71,68	69,62
Zobowiązania wobec klientów i budżetu	71,59	72,33	68,62	68,30	72,14	70,19	73,47	77,67	77,80	77,99

Tabela 3. (cd.)

Indeks HHI/lata	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Inwestycje w papiery wartościowe	75,31	75,53	76,90	77,95	76,70	77,61	80,08	79,00	79,07	79,54
wynik z tytułu odsetek	67,16	63,41	61,95	62,59	63,34	66,09	70,23	76,23	73,06	73,05
wynik z tytułu prowizji	71,08	64,29	62,54	63,58	67,93	69,53	67,53	79,83	78,05	78,62
wynik na działalności bankowej	66,87	62,96	62,03	61,69	62,24	65,24	67,32	78,02	75,71	74,69
Wynik finansowy brutto	66,00	64,98	68,28	64,74	62,27	67,52	78,98	85,36	77,98	71,50
WK(15)										
Aktywa	86,65	85,79	82,19	81,08	83,17	82,69	84,72	89,38	88,82	86,60
Należności od klientów i budżetu	86,11	83,14	79,80	79,38	81,65	82,38	83,50	88,49	87,72	85,95
Zobowiązania wobec klientów i budżetu	90,12	84,44	86,17	86,61	88,62	88,04	90,59	91,99	92,59	91,55
Inwestycje w papiery wartościowe	92,04	91,00	92,24	90,09	89,80	91,30	92,64	93,89	93,91	91,48
wynik z tytułu odsetek	86,14	83,58	81,88	81,32	80,63	81,51	84,89	89,68	87,14	85,10
wynik z tytułu prowizji	88,18	85,81	83,57	85,86	88,08	89,72	88,28	92,24	90,13	88,35
wynik na działalności bankowej	86,45	82,94	81,61	81,64	82,56	84,37	85,27	90,78	89,26	86,71
Wynik finansowy brutto	87,63	86,62	86,80	84,15	85,1	87,07	91,10	91,60	88,95	75,71

Źródło: obliczenia własne.

Zobowiązania wobec klientów i budżetu charakteryzują się w całym horyzoncie pomiaru wyższym stopniem koncentracji niż należności od klientów i budżetu. Przyczyną tego trwałego zróżnicowania jest fakt, iż największe banki komercyjne w Polsce są instytucjami o bardzo rozwiniętym komponente detalicznym. Chodzi tu szczególnie o wspomnianą wcześniej, dominującą rolę banku PKO BP na rynku depozytów. Jednakże 2003 rok przyniósł osłabienie tego trendu, mimo wzrostu ogólnej sumy depozytów o prawie 3 mld zł w stosunku do roku poprzedniego. Świadczy to o wzroście konkurencji w sektorze na rynku depozytów bankowych, w wyniku czego beneficjentami nowych depozytów były również mniejsze banki.

Kolejnym punktem analizy jest koncentracja inwestycji w papiery wartościowe, stanowiące dla banków w zakresie lokowania kapitału pieniężnego główną alternatywę dla prowadzenia akcji kredytowej. Portfel papierów wartościowych będących w dyspozycji banków działających w Polsce stanowi jeden z najistotniejszych składników ich majątku. Zdecydowana dominacja instrumentów wyemitowanych przez Skarb Państwa sprawia, iż jest to pozbawiona ryzyka kredytowego działalność inwestycyjna konkurencyjna w stosunku do działalności kredytowej, obciążonej znacznym ryzykiem. Inwestycje w papiery wartościowe odznaczają się na tle innych badanych wielkości znacznym stopniem koncentracji. Najbardziej prawdopodobną przyczyną takiego stanu rzeczy jest fakt, iż są one skupione w największych bankach detalicznych, które ze względu na znaczną nadwyżkę zobowiązań wobec klientów niefinansowych nad należnościami od nich, występują na rynku pieniężnym w roli kapitałodawców netto i nabywają znaczne pakiety dłużnych papierów wartościowych. Lata 2001–2003, według wskaźników WHH i WK (15), przyniosły spadek trendu wzrostowego koncentracji tej wielkości, być może przez to, że rosące potrzeby pożyczkowe budżetu, tj. wzrost podaży papierów skarbowych i jednoczesny wzrost ryzyka kredytowego w okresie recesyjnym, powodują swoistą popularyzację tego substytutu działalności kredytowej, czyniąc ją popularną również wśród mniejszych banków.

Innym obszarem pomiaru poziomu koncentracji w polskim sektorze bankowym są składowe wyniki finansowego banku. Wynik z tytułu odsetek oraz wynik z tytułu prowizji są to pozycje o największym udziale procentowym w wyniku na działalności bankowej – pozycji, która z kolei najpełniej obrazuje wielkość wypracowanego przez bank zysku w drodze operacji typowo bankowych. Wynik z tytułu odsetek tworzy wynik na działalności bankowej średnio w 60–70%, natomiast wynik z tytułu prowizji w 17–20%. Oczywiście proporcje te są płynne i zależą od efektywności banku, roli tradycyjnego pośrednictwa depozytowo-kredytowego, rozwoju nowych form pośrednictwa finansowego oraz otoczenia makroekonomicznego.

Dla przykładu, w warunkach deflacji, przy niskich stopach procentowych rośnie rola przychodów prowizyjnych. Pomiarowi stopnia koncentracji poddano sam wynik finansowy brutto, powstały po obciążeniu wyniku na działalności bankowej kosztami działania banku, odpisami amortyzacyjnymi, korektą o saldo pozostałych przychodów i kosztów operacyjnych, korektą różnicy wartości rezerw i aktualizacji oraz wyniku na operacjach nadzwyczajnych. Użyte miary koncentracji wskazują jednoznacznie, iż w analizowanym okresie mamy do czynienia z ciągłą koncentracją w obszarze składowych wyniku na działalności bankowej oraz wyniku brutto. Oznaczałoby to, iż beneficjentami zysków w sektorze jest z roku na rok coraz mniejsza liczba banków i w tym obszarze można mó-

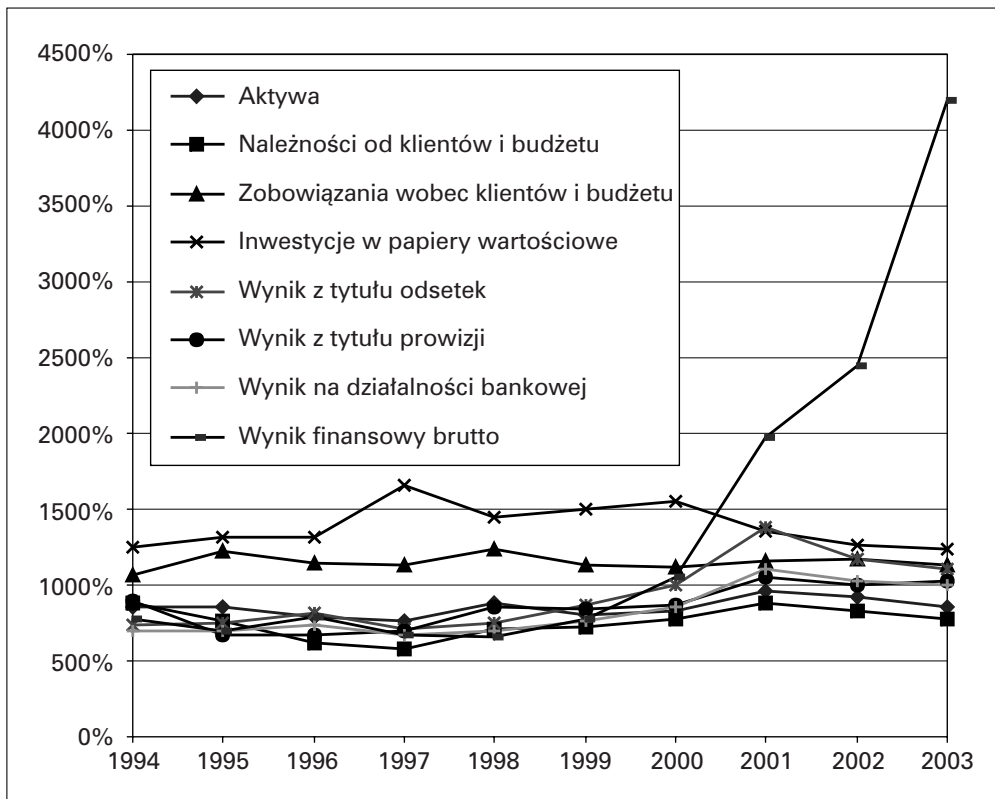
wić o wzroście koncentracji. Chociaż nie jest to wniosek jednoznaczny, bowiem na znaczny, niemal skokowy wzrost wartości wskaźnika WHH i WK(3) w 2003 roku wpłynęła ogromna strata brutto Kredyt Banku, w wysokości 1,3 mld zł. Jednakże, kiedy w pomiarze koncentracji bierze udział większa liczba banków (wskaźniki WK(8) i WK(15)), wówczas dostrzegane jest, jak w przypadku innych wielkości, zahamowanie rosnącego trendu koncentracji. Zatem wynik ten nie jest jednoznaczny.

Rosnąca koncentracja w sektorze w 2001 roku była skutkiem złej sytuacji gospodarczej kraju – niskiego wzrostu gospodarczego i ogólnie niskiego poziomu wszystkich wskaźników makroekonomicznych. Również 2002 rok był kontynuacją złych tendencji w gospodarce, ale z opóźnieniem stanowił przełożenie tej złej sytuacji na system bankowy. W 2002 roku pierwszy raz od wielu lat zanotowano spadek aktywów w sektorze, chociaż do niedawna wzrastały one w dwucyfrowym tempie. Ponadto wysokie odpisy na rezerwy wpędziły część czołowych banków w potężne straty, np.: Kredyt Bank 2,266 mln zł, PekaO S.A. 2,554 mln zł, Bank Zachodni WBK 1,025 mln zł. Co więcej, spadek stóp procentowych oprocentowania depozytów połączony z efektem opodatkowania odsetek przyniósł spadek zainteresowania polskiego społeczeństwa depozytami bankowymi, co mogło spowodować barierę finansowania akcji kredytowej (relacja depozytów do kredytów w 2002 roku spadła z 0,67 do 0,7).

2003 rok przyniósł niewątpliwie poprawę. Aktywa banków wzrosły o około 5%. Wynik ten jest znacząco lepszy od notowanego przed rokiem, gdy poziom sumy bilansowej obniżył się. Wzrost aktywności w gospodarce znalazł swoje przełożenie na wzrost aktywów całego sektora. Ponadto w 2003 roku wrócił popyt na kredyty oraz ilość zebranych depozytów. Można stwierdzić, iż zakończył się *exodus* środków zgromadzonych na depozytach bankowych do różnych funduszy inwestycyjnych, oferujących tzw. lokaty antyopodatkowe. Została przerwana zła passa banków, a 2004 rok zapowiada dalszą poprawę wyników finansowych, lepszą koniunkturę na sprzedawane produkty oraz mniejsze ryzyko przy podejmowaniu decyzji kredytowych. W związku z powyższym można wysnuć wniosek, iż koncentracja w sektorze bankowym przypada na lata recesyjne, kiedy to część banków przestaje działać, a inne zacieśniają wzajemne związki w celu osiągnięcia lepszych wyników lub minimalizacji strat w trudnych dla siebie okresach.

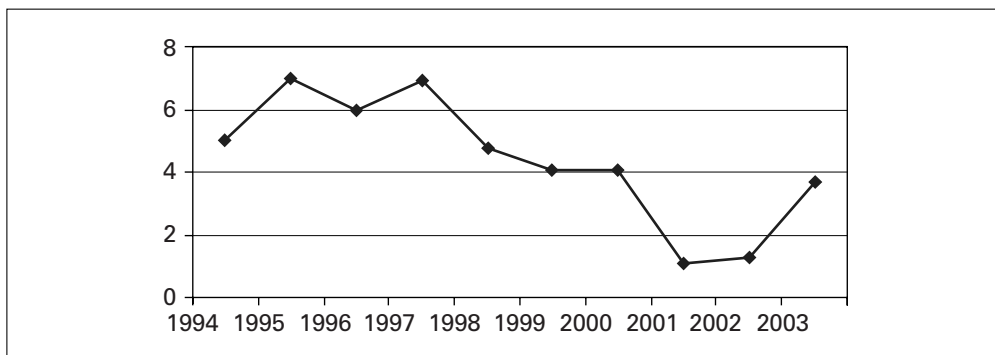
Sytuację tę obrazuje rysunek 4, przedstawiający dane z tabeli 3 oraz rysunek 5, dotyczący rocznych procentowych zmian PKB w analogicznym okresie.

Rysunek 4. Wskaźniki Herfindahla–Hirschmana dla polskiego sektora bankowego w latach 1994–2003



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z tabeli 3.

Rysunek 5. Roczne zmiany PKB latach 1994–2003



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Rocznik Statystyczny, GUS, Warszawa (różne lata).

Otóż w latach recesyjnych dla polskiej gospodarki, 1999–2001, przyrost PKB obniżył się do poziomu realnego w 1999 roku – 4,1% (spadek o 0,7% w stosunku do roku poprzedniego), 2000 – 4,1%, 2001 – tylko 1,1%. Na rysunku obrazującym poziom WHH w analogicznym okresie dostrzeżemy skokowy wzrost koncentracji sektora, który można roboczo nazwać górką koncentracji. W okresie ożywienia koniunktury proces ten ulega rozluźnieniu bądź osłabieniu, ponieważ słabnie przyczyna, dla której sektor bankowy ulega koncentracji. Zatem można wysnuć wniosek, iż główną przyczyną konsolidacji sektora bankowego w Polsce w ostatnich latach jest otoczenie makroekonomiczne dyktujące warunki dla prowadzenia działalności bankowej i gospodarczej, zatem wzrost koncentracji w sektorze jest odpowiedzią na pogarszające się warunki gospodarowania. Innymi słowy, krzywa przedstawiająca stopień koncentracji w sektorze bankowym jest w dużym przybliżeniu krzywą odwrotną do krzywej cyklu koniunkturalnego.

3. Porównanie koncentracji polskiego sektora bankowego do sektorów bankowych w wybranych krajach i regionach świata

Porównanie wyników analizy stopnia koncentracji polskiego sektora bankowego z wielkościami i trendami światowymi pozwoli sprawdzić, czy nasz sektor ewoluje zgodnie ze światowym kierunkiem zmian, przybliży nas do standardów charakterystycznych dla krajów wysoko rozwiniętych, czy też polskie warunki gospodarcze upodabniają polski sektor bankowy do standardów charakterystycznych dla krajów mniej rozwiniętych, a nawet zacofanych.

Praca N. Catorelli i M. Gambera⁹ zawiera średni wskaźnik koncentracji aktywów trzech największych podmiotów bankowych w wybranych 42 krajach, obliczonych na podstawie danych finansowych za lata 1989–96. Z danych tych wynika, że najniższy poziom koncentracji aktywów bankowych charakterystyczny jest przede wszystkim dla krajów wysoko rozwiniętych. W grupie tej znajdują się: Stany Zjednoczone 15%, Japonia 21%, Włochy 24%, Niemcy 27%, Francja 28%. Zestawienie zamykają kraje o niskim rozwoju gospodarczym i małej liczbie ludności, jak Jordania 87%, Zimbabwe 78%, Sri Lanka 75%.

Można tu zatem postawić tezę, iż w małych krajach o ubogich gospodarkach niski stopień ubankowienia sprawia, że w dłuższym okresie czasu przetrwać może tylko niewielka liczba podmiotów bankowych. Jednakże zjawisko to nie jest

⁹ N. Catorelli M. Gamber, Banking Market Structure, Financial Dependence and Growth: International Evidence from Industry Data, „The Journal of Finance”, Volume LVI, Number 2, April 2001, s. 617–647.

regułą i uzależnienie wysokiego stopnia koncentracji sektora bankowego w poszczególnych krajach wyłącznie od czynników gospodarczych może okazać się błędne, bowiem istotne znaczenie mają tu czynniki kulturowo-historyczne, jak: społeczne obawy przed monopolami i silnymi podmiotami polityczno-gospodarczymi czy preferowanie określonego modelu pośrednictwa finansowego i systemu bankowego. Przykładem może być tu bardzo wysoka koncentracja sektora bankowego występująca w krajach skandynawskich. Zestawienie zamyka Finlandia 85%, wcześniej są: Dania 74%, Szwecja 71%, Norwegia 60%. Wymienione kraje należą do wysoko rozwiniętych, zatem postawiona wcześniej teza nie może być jednoznacznie zweryfikowana.

Polski sektor bankowy ze średnią wskaźnika koncentracji aktywów trzech największych banków równą 42%, w horyzoncie czasowym przeprowadzonej wcześniej analizy, zająłby dwunaste miejsce pomiędzy Austrią a Turcją, licząc wg wzrostu stopnia koncentracji.

W publikacji Banku Rozliczeń Międzynarodowych¹⁰ z 2000 roku zawarto szerszą analizę, mianowicie zamieszczono wskaźniki koncentracji aktywów dla pięciu instytucji depozytowych w różnych częściach świata w 1990 i 1999 roku. Z danych tych wynika, iż największy stopień koncentracji aktywów występuje w Ameryce Południowej 47% w 1990 roku i 59% w 1999 roku, przy czym w badaniu brały udział kraje: Brazylia, Chile, Kolumbia, Meksyk, Peru. W Azji (Korea Południowa, Malezja, Filipiny) poziom koncentracji utrzymywał się na stabilnym poziomie 44 i 43%. W krajach wysoko uprzemysłowionych, przez które rozumie się: Stany Zjednoczone, Wielką Brytanię, Szwajcarię, Singapur, Hong Kong, Australię oraz kraje obszaru euro, poziom koncentracji aktywów w 1990 roku wynosił tylko 39%, ale w 1999 roku wzrósł do 42%.

Duży poziom koncentracji charakteryzował obszar Europy Centralnej (Czechy, Polska, Węgry), ale z silną tendencją spadkową w 1990 roku – 70%, w 1999 roku – 55%. Tak silne zmniejszenie stopnia koncentracji można tłumaczyć zmianami ustrojowymi w tym regionie. Odejście od gospodarki centralnie planowanej oznaczało w odniesieniu do sektora bankowego: wydzielenie nowych banków ze starych struktur, liberalizację zasad tworzenia nowych banków oraz dopuszczenie banków zagranicznych do operacji na krajowym rynku.

Poziom stopnia koncentracji sektora bankowego zależy również od specyfiki danej gospodarki i uwarunkowań historyczno-kulturowych. Specyfika ta jest szczególnie widoczna w Stanach Zjednoczonych, gdzie awersja do silnych insty-

¹⁰ The banking industry in the emerging market economies: competition, consolidation and systematic stability, „Bank for International Settlements”, Monetary and Economic Department, BIS Paper No. 4, 2000.

tucji politycznych i gospodarczych, skłonność do decentralizacji i co za tym idzie – duże zainteresowanie stopniem koncentracji sektora bankowego mają podłoże historyczne. W efekcie nałożone regulacje w sferze ograniczeń dotyczących ekspansji geograficznej i produktowej zaowocowały bardzo dużą liczbą działających na terenie Stanów Zjednoczonych banków komercyjnych i znaczną dekoncentracją amerykańskiego sektora bankowego, co czyni go na tle sektorów w krach europejskich złym punktem odniesienia dla analizy porównawczej. Dla przykładu wskaźnik koncentracji aktywów dziesięciu największych banków w 1980 roku wynosił zaledwie 18,6% w 1985 roku – 17%, a w 1990 roku 20%, jednakże ze względu na stopniowe znoszenie barier koncentracji na mocy ustawy Riegle–Nealá z 1994 roku wartość wskaźnika w 1999 wynosiła już 36,7%.

Sektory bankowe krajów europejskich charakteryzują się wyższą swobodą działania przy łączeniu ich podmiotów oraz mniej restrykcyjną polityką antymonopolową. W związku z tym prace z zakresu analizy i pomiaru stopnia koncentracji sektorów bankowych należą do rzadkości i analiza taka dokonywana jest najczęściej na marginesie rozważań szerszej zakrojonych projektów badawczych. I tak, na postawie danych zawartych w pracy autorstwa W. R. White'a *The Coming Transformation of Continental European Banking*¹¹ można wysnuć następujące wnioski. Po pierwsze, wskaźnik koncentracji aktywów pięciu i dziesięciu największych banków w wybranych krajach w latach 1990–1996 wskazuje na wysoki i rosnący poziom. Po drugie, liczba podmiotów bankowych sukcesywnie spada, np.: Szwajcaria spadek o 96, Wielka Brytania o 108, Włochy o 156, Niemcy o 788, Francja o 216. Po trzecie, w Europie występuje wyraźny podział na kraje o bardzo wysokim i niskim stopniu koncentracji sektora. Do pierwszej grupy zaliczyć należy Holandię, gdzie w 1996 roku pięć banków kontrolowało aż 80% aktywów sektora oraz kraje skandynawskie. Drugą grupę reprezentują: Włochy i Niemcy. Podział ten tłumaczy się ukształtowaną historycznie strukturą systemów bankowych.

Dane dotyczące zróżnicowania stopnia koncentracji sektorów bankowych w 11 krajach europejskich w 1990 roku znajdują się w artykule Lawrence'a G. Goldberg'a i Anooa Rai'a¹², gdzie na marginesie głównego nurtu rozważań autorzy zawarli podział ze względu na koncentrację zbioru depozytów dla banków komercyjnych, mierzoną wskaźnikiem Herfindahla–Hirschmana, przy czym poziom wskaźnika powyżej 12% klasyfikował dany sektor jako wysoce skoncentrowany. I tak, do grupy krajów o wysokim stopniu koncentracji zbioru depozytów

¹¹ W. R. White, *The Coming Transformation of Continental European Banking*, „Bank for International Settlements”, Monetary and Economic Department, Basle, June 1998.

¹² L. G. Goldberg, A. Rai, *The structure? performance relationship for European banking*, „Journal of Banking & Finance”, Vol. 20, 1996, s. 745–771.

zaliczyć należy: Danię, Finlandię, Szwecję, Belgię, Szwajcarię, Francję, Wielką Brytanię. Kraje o niskim stopniu koncentracji to: Niemcy, Austria, Włochy, Hiszpania. Zgodnie z przeprowadzoną wcześniej analizą, wg powyższej klasyfikacji Polskę należałoby zaliczyć do krajów o nisko skoncentrowanym sektorze bankowym, chociaż poziom wskaźnika stawia polski sektor na pograniczu przedziału klasyfikacji, a w 1995 i 1998 roku próg 12% został przekroczony. Wynik ten jest podobny do stopnia koncentracji we Francji 12% i Austrii 11%. Porównanie nie jest w pełni miarodajne, ze względu na znaczne rozbieżności horyzontu czasowego. Dane mogące stanowić lepsze porównanie odnajdujemy w pracy Sandrine Corvoisier i Reint'a Gropp'a¹³, bowiem zawarto tam pomiar stopnia koncentracji aktywów bankowych w dziesięciu krajach europejskich za pomocą wskaźnika Herfindahla–Hirschmana.

Tabela 4. Wskaźniki Herfindahla–Hirschmana w dla aktywów bankowych w Europie w latach 1994–1999

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Austria	7,006	7,004	7,150	8,094	9,788	9,167
Belgia	9,574	9,622	9,858	10,045	11,412	17,701
Finlandia	22,747	32,779	32,494	33,662	34,323	34,109
Francja	3,984	3,984	3,992	4,141	4,369	5,363
Niemcy	1,393	1,484	1,590	1,779	2,170	2,376
Irlandia	bd	14,707	14,973	12,260	10,741	11,059
Włochy	3,068	3,168	2,915	2,829	2,920	2,850
Holandia	19,893	20,583	20,234	21,164	23,184	19,166
Portugalia	10,016	9,571	9,309	9,388	9,366	9,571
Hiszpania	3,879	3,760	3,896	3,992	4,271	5,682
Polska	8,500	8,590	7,880	7,580	8,830	8,070

Źródło: Sandrine Corvoisier, Reint Gropp (2001), *op. cit.*, s. 29 oraz obliczenia własne.

Według tabeli 4 sektory bankowe w krajach europejskich, poza Irlandią i Włochami, podlegają ciągłemu wzrostowi stopnia koncentracji i w analogicznym horyzoncie czasowym dotyczy to także polskiego sektora bankowego, chociaż trend wzrostowy nie jest tu tak wyraźny, jak na przykład w Belgii czy w Niemczech. Stopień koncentracji w Polsce najbardziej przypomina sektor austriacki czy belgijski, jednakże tam koncentracja w latach 1996–1999 znacznie się nasiliła. Ponadto tabela 4 potwierdza znaczne różnice w stopniu koncentracji europejskich

¹³ S. Corvoisier, R. Gropp, Bank concentration and retail interest rates, „Working Paper”, No. 72, European Paper Series, July 2001.

sektorów bankowych. Jedyłą prawidłowością o charakterze ekonomicznym jest fakt, iż największe gospodarki europejskie, jak: Niemcy, Francja, Włochy posiadają najbardziej zdekoncentrowane sektory bankowe.

4. Podsumowanie

Literatura przedmiotu postuluje zagadnienie neutralności wpływu stopnia koncentracji sektora bankowego na natężenie konkurencji w nim panującej oraz występowanie w polskim sektorze bankowym konkurencji monopolistycznej, zatem założenie to obejmuje również i neutralność wobec poziomu cen produktów bankowych. Niemniej ceny te w polskim sektorze bankowym są nominalnie dwukrotnie wyższe niż w krajach starej Unii. Wyżej przedstawiona reakcja banków na redukcje stóp procentowych w okresie od stycznia 2001 do grudnia 2002 roku jest trudna do zaakceptowania w konkurencji monopolistycznej. Za wzrost ceny kredytu nie odpowiadał tu jednak wyłącznie wzrost koncentracji sektora w tym okresie, lecz zadecydowały również inne czynniki, jak znaczny wzrost ryzyka kredytowego i lukratywne zakupy papierów skarbowych.

Prognozowany dalszy wzrost koncentracji sektora bankowego nie nastąpił, na co wskazuje pomiar koncentracji niemal wszystkich wielkości reprezentatywnych dla sektora. Ponadto spadek stopnia koncentracji jest silnie skorelowany ze wzrostem gospodarczym, który z pewnym opóźnieniem przełożył się na poprawę wyników sektora. Spadek liczby banków nie jest tożsamy ze wzrostem koncentracji. Pomimo że w latach 2002–2003 liczba banków była znacznie mniejsza w stosunku do okresu 1996–1999, to przyrost stopnia koncentracji mierzony wskaźnikiem Herfindahla–Hirschmana i wskaźnikami WK(3;8;15) nie był równomiernie mocno skorelowany z tym spadkiem. Pomiary koncentracji poszczególnych pozycji bilansów banków potwierdziły również inne zależności. Po pierwsze, duże banki detaliczne występują na rynku pieniężnym jako kapitałodawcy netto, zatem kupują gros papierów skarbowych, co objawia się wysokim stopniem koncentracji tej pozycji bilansu. Po drugie, depozyty bankowe są bardziej skoncentrowane niż należności ze względu na dominację dużych banków na rynku depozytów, chodzi tu szczególnie o hegemonię PKO BP.

Silnie skoncentrowane sektory bankowe charakterystyczne są dla krajów o niskim rozwoju gospodarczym i małej liczbie ludności, gdzie w dłuższym okresie przetrwać mogą tylko nieliczne instytucje bankowe. Jednak nie jest to regułą, bowiem niektóre kraje wysoko rozwinięte posiadają bardzo skoncentrowane i dobrze działające sektory bankowe, jednakże ze względu na uwarunkowania historyczne. Uwarunkowania te powodują również dekoncentrację sektora, jak ma

to miejsce w Stanach Zjednoczonych. Ograniczenia w koncentracji oraz drugorzędna rola banków w finansowaniu sektora przedsiębiorstw zaowocowały bardzo dużą liczbą małych banków. W Europie występuje bardzo wyraźny podział na kraje o bardzo wysokim i niskim stopniu koncentracji sektora bankowego. Decydują tu również uwarunkowania historyczne. Niemniej sektory w większości krajów europejski ulegają ciągłej konsolidacji. Polski sektor bankowy można nazwać średnio skoncentrowanym, bowiem leży na pograniczu progu klasyfikacji. Pod względem stopnia koncentracji najbardziej przypomina sektor austriacki.

5. Bibliografia

1. Beck T., Demirguc-Kunt A., Levine R., Bank Concentration and Crises, „World Bank”, January 2003.
2. Brzoza-Brzezina M., Mechanizm transmisji impulsów polityki pieniężnej; materiały dydaktyczne dostępne na www.sgh.waw.pl, Warszawa 2003.
3. Catorelli N., Gamber M., Banking Market Structure, Financial Dependence and Growth: International Evidence from Industry Data, „The Journal of Finance”, Volume LVI, Number 2, April 2001.
4. Corvoisier, Gropp R., Bank concentration and retail interest rates, „Working Paper”, No. 72, European Paper Series, July 2001.
5. Goldberg L. G., Rai A., The structure? performance relationship for European banking, „Journal of Banking & Finance”, Vol. 20, 1996.
6. Group of Ten Report on consolidation in the financial sector (January 2001) www.bis.org.
7. Jaworski W. L., Banki w Polsce wyzwania i tendencje rozwojowe, Poltext, Warszawa 2001.
8. Martyniak M., Metody organizacji i zarządzania, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1999.
9. Pawłowska M., Wpływ zmian w strukturze polskiego sektora bankowego na jego efektywność w latach 1997–2002, „Bank i Kredyt”, listopad–grudzień 2003.
10. The banking industry in the emerging market economies: competition, consolidation and systematic stability, „Bank for International Settlements”, Monetary and Economic Department, BIS Paper No. 4, 2000.
11. White W. R., The Coming Transformation of Continental European Banking, „Bank for International Settlements”, Monetary and Economic Department, Basle, June 1998.
12. Wrzosek W., Funkcjonowanie rynku, PWE, Warszawa 2002.

Wnioski wynikające z integracji nadzorów nad rynkiem finansowym, z uwzględnieniem implikacji dla Polski

1. Wprowadzenie

Niniejsze opracowanie kończy cykl artykułów poświęconych nadzorowi zintegrowanemu nad rynkiem finansowym. Celem artykułu jest przedstawienie korzyści oraz problemów wynikających z integracji nadzorów nad rynkiem finansowym na przykładzie krajów, które wprowadziły zintegrowany model nadzoru. Na tle doświadczeń analizowanych państw określona zostanie możliwość i potrzeba zmiany modelu nadzoru nad rynkiem finansowym w Polsce.

2. Korzyści i problemy wynikające z integracji nadzorów nad rynkiem finansowym na przykładzie krajów skandynawskich i Wielkiej Brytanii

Kilkanaście lat po wprowadzeniu zintegrowanego nadzoru nad rynkiem finansowym w poszczególnych krajach Skandynawii panuje przekonanie o znacznych korzyściach płynących z integracji. W każdym z trzech analizowanych krajów skandynawskich (Norwegii, Szwecji i Danii) pozytywne opinie o efektach integracji przeważają nad negatywnymi konsekwencjami integracji.

Nie ma właściwie wątpliwości co do tego, że powołanie nadzoru „pod jednym dachem” przyczyniło się do znacznej poprawy stanu regulacji finansowych w Norwegii, Szwecji i Danii. Utworzenie dużego, *quasi*-autonomicznego ciała regulacyjnego spowodowało nadanie mu wyższego statusu w ramach gospodarki narodowej niż pojedyncze instytucje nadzorcze mogły osiągnąć¹. Zintegrowane nadzory są zdolne odnieść większy sukces niż pojedyncze instytucje, m.in. w kontroli wielkości i jakości funduszy niezbędnych do wypełniania zobowiązań. Poza tym są w stanie stworzyć kadre profesjonalnych pracowników i dzięki temu uniknąć problemów z rekrutacją i retencją.

Omawiane kraje oceniają wprowadzenie nadzoru zintegrowanego pozytywnie również ze względu na znaczne zmniejszenie kosztów działania, w stosunku

¹ <http://wbln0018.worldbank.org>, 25.10.2004.

do wydatków ponoszonych przez oddzielne instytucje. Wszystkie analizowane kraje jednoznacznie twierdzą, że osiągnęły poprawę efektywności oraz korzyści skali, dodając jednak, że zysków tych nie można obiektywnie oszacować. Jak wcześniej wspomniano, nie ma również wątpliwości, że ustanowienie zintegrowanej instytucji znacznie poprawiło pozycję nadzoru w Norwegii, Szwecji i Danii, ponieważ wszędzie jest to ciało względnie duże, w porównaniu z całym systemem finansowym – pojedyncze instytucje nie osiągnęłyby takiego znaczenia ani siły². Należy również odnotować, że dużej, centralnej instytucji znacznie łatwiej jest pozyskać fundusze na prowadzenie działalności i wykonywanie codziennych obowiązków.

Mimo że zintegrowany nadzór przyczynił się do polepszenia standardów regulacyjnych i zbudowania „wydajności” nadzorczej, to nastąpił ograniczony postęp w zakresie usprawnienia koordynacji nadzoru nad konglomeratami finansowymi³. Jeśli chodzi o korzyści płynące z integracji, to nie są one w omawianym zakresie tak ewidentne w praktyce, jak można by oczekiwać. W teorii, nadzorca zintegrowany powinien być zdolny do oszacowania łącznego ryzyka każdej z grup w konglomeracie, podczas gdy wyspecjalizowany nadzorca skupiłby się na poszczególnych jednostkach w grupie. Zintegrowany nadzór powinien również wyeliminować możliwość arbitrażu regulacyjnego, zwiększyć przejrzystość i efektywność działania. W rzeczywistości powstały jednak trudności w osiągnięciu niektórych z wyżej wymienionych korzyści.

Po części przyczyną może być to, że administracyjna reorganizacja nie miała odbicia w zmianie prawodawstwa, tzn. reorganizacjom administracyjnym nie towarzyszyły zmiany legislacyjne. W rezultacie pojawił się brak jednego, spójnego aktu prawnego, na podstawie którego konglomeraty mogłyby świadczyć usługi finansowe⁴. Niezależni obserwatorzy oceniają, że w Norwegii próba zintegrowania i ujednoczenia prawodawstwa regulującego poszczególne segmenty rynku finansowego (np.: przeprowadzanie kontroli banków, ubezpieczycieli i firm rynku kapitałowego przez te same zespoły kontrolne) zakończyła się wręcz niepowodzeniem. Duński Finanstilsynet powstał jako struktura administracyjna nie mająca jednolitych podstaw prawnych i przez ponad 10 lat funkcjonował w oparciu o prawodawstwo odziedziczone po specjalistycznych instytucjach nadzorczych⁵.

Kolejnym problemem jest stworzenie sprawnie funkcjonującej wewnętrznej struktury organizacyjnej zintegrowanej instytucji nadzorującej. Zintegrowany nad-

² <http://inf.org>, 25.10.2004.

³ <http://fsi.treasury.gov.uk>, 25.10.2004.

⁴ <http://www.netec.mcc.ac.uk>, 25.10.2004.

⁵ M. Taylor, A. Fleming, *Integrated financial supervision. Lessons of Scandinavian Experience*, wrzesień 1999, s. 12.

zór wprowadzono, zachowując poprzednie specjalistyczne agencje jako oddzielne departamenty nowej instytucji, z całą ich odrębnością merytoryczną i kulturową. Większość wewnętrznych komórek organizacyjnych powstała poprzez całościowe przeniesienie z dotychczasowej, oddzielnej instytucji nadzoru. Zachowały one poprzedni styl pracy i sposoby komunikacji, co nie wpłynęło na podniesienie efektywności ich działania i nie usprawniło mechanizmów informacyjnych, a jednocześnie nie ułatwiło współpracy z resztą instytucji. Zlikwidowanie tego podziału – bez czego nie można osiągnąć przynajmniej niektórych z zakładanych korzyści – okazało się niezmiernie trudne. Z drugiej strony, próby głębszego zintegrowania poszczególnych departamentów doprowadziły do powstania nadmiernie złożonych struktur zarządzania. Poza tym przeniesienie wszystkich zadań na jednego nadzorcę rodzi niebezpieczeństwo przeciążenia obowiązkami⁶.

Jak wynika z powyższych rozważań, w analizowanych krajach skandynawskich integracja nie zakończyła się pełnym sukcesem. Zlikwidowanie odrębności poszczególnych departamentów nowo utworzonych instytucji nadzorujących, co jest niezbędne do prawidłowego funkcjonowania nowej instytucji, okazało się niezmiernie trudne. Tam gdzie dokonano głębokiej integracji, powstały bardzo złożone i mało elastyczne struktury zarządzania. Ponadto próba zintegrowania i ujednolicenia prawodawstwa regulującego poszczególne segmenty rynku finansowego albo zakończyła się niepowodzeniem, albo korzyści płynące z nowych rozwiązań nie przewyższyły kosztów związanych z ich wprowadzeniem. Istotne jest, że w krajach skandynawskich osiągnięto większy stopień harmonizacji nadzoru bankowego i nadzoru nad rynkiem kapitałowym niż nadzoru bankowego i ubezpieczeniowego. Doświadczenia skandynawskie wskazują, że łatwiej jest zintegrować nadzór bankowy z nadzorem nad rynkiem kapitałowym niż nadzór bankowy i ubezpieczeniowy.

Jednocześnie nie można zapominać o znaczących korzyściach – omówionych wcześniej, wynikających z wprowadzenia nowego modelu nadzoru w krajach skandynawskich. Wyeliminowanie trudności i niedociągnięć jest kwestią czasu, dążenia do ulepszania zasad funkcjonowania nadzoru.

Dokonując oceny zintegrowanego modelu nadzoru nad rynkiem finansowym w Wielkiej Brytanii, należy stwierdzić, że decyzja o integracji była trafna. Trudno jest tu jednak o daleko idące wnioski z uwagi na krótki okres działalności FSA. Niewątpliwie za sukces można uznać to, że w Wielkiej Brytanii udało się zintegrować pomyślnie aż 9 odrębnych instytucji⁷. Mimo że brytyjski rynek fi-

⁶ <http://www.wbln0018.worldbank.org>, 25.10.2004.

⁷ H. Davies, Integrated regulation in the UK and lessons for others, World Bank's Dinner, 4 December – <http://www.worldbank.org/wbi/banking/bankingsystems/aligning2003/agenda.html>, s. 6, 28.05.2004.

nansowy jest bardzo zdywersyfikowany i mniej skoncentrowany niż skandynawski, a Wielka Brytania jest międzynarodowym centrum finansowym, to stworzono strukturę gwarantującą jasną i kompleksową odpowiedzialność jednego nadzorcy. Lepsza niż w pozostałych omawianych krajach organizacja procesu integracyjnego w Wielkiej Brytanii może wynikać z faktu, że sam pomysł integracji nadzorów nie był nowy. Już wcześniej istniała koncepcja *lead supervision*, który pełnił rolę wiodącego nadzorcy, stanowił forum wymiany informacji pomiędzy jednostkami nadzorczymi i nadzorował grupy skonsolidowane⁸. Co więcej, doświadczenia Skandynawii z wprowadzania zintegrowanego nadzoru nad rynkiem finansowym niewątpliwie mogły stanowić punkt odniesienia w przypadku Wielkiej Brytanii.

3. Przesłanki i możliwości integracji nadzorów nad rynkiem finansowym w Polsce

Jak wyżej wspomniano, wprowadzenie systemów zintegrowanego nadzoru nad rynkiem finansowym w Norwegii, Szwecji, Danii, Wielkiej Brytanii i innych krajach, pomimo problemów, przyniosło niewątpliwie wiele korzyści. Na tle powyższego powstaje pytanie: czy można wprowadzić podobne rozwiązania w zakresie nadzoru w innych krajach i przyswoić omawiane systemy jako gotowe modele?

Wydaje się, że przykład analizowanych krajów może być wzorcem dla krajów, które obecnie rozważają stworzenie zintegrowanego nadzoru nad rynkiem finansowym. Jednocześnie doświadczenia omawianych krajów jedynie naświetlają prawdopodobne i możliwe konsekwencje wprowadzenia nadzoru zintegrowanego i nie są żadnym ostatecznym wyznacznikiem. Sytuacja każdego pojedynczego kraju i specyfika rynków finansowych są odmienne i te uwarunkowania należy przede wszystkim gruntownie przeanalizować pod kątem ewentualnych zmian⁹. Nauka płynąca w omawianej kwestii z Europy Północnej pełni co najwyżej rolę niewiążącej podpowiedzi lub wskazówki.

Biorąc pod uwagę powyższe rozważania, można postawić kolejne pytanie: czy doświadczenia krajów, które wprowadziły zintegrowany nadzór nad rynkiem finansowym mogą być cenną wskazówką dla Polski? Jednocześnie warto zastanowić się: czy w Polsce możliwa i potrzebna jest integracja nadzorów nad rynkiem finansowym?

⁸ Lead supervision: the FSA's new approach to the co-ordination of its supervision of groups, FSA, 1999, s. 4.

⁹ <http://wbln0018.worldbank.org>, 25.10.2004.

Obecnie w Polsce nadzór nad instytucjami finansowymi sprawują przede wszystkim:

- Komisja Nadzoru Bankowego (KNB),
- Komisja Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych (KNUiFE),
- Komisja Papierów Wartościowych i Giełd (KPWiG).

Analiza wzajemnych relacji między instytucjami nadzorczymi w Polsce wskazuje, że aspekt ich niezależności, zwłaszcza personalnej, finansowej i programowej, nie jest zachowany. Instytucje te są zależne przede wszystkim od struktur rządowych i banku centralnego¹⁰. KNB jest podmiotem kolegiальnym, który tworzą: Prezes NBP (jako przewodniczący Komisji), Minister Finansów albo delegowany przez niego sekretarz lub podsekretarz stanu w Ministerstwie Finansów (jako zastępca przewodniczącego Komisji), przedstawiciel Prezydenta RP, Prezes Zarządu Bankowego Funduszu Gwarancyjnego, Przewodniczący Komisji Papierów Wartościowych i Giełd lub jego zastępca, przedstawiciel Ministerstwa Finansów oraz Generalny Inspektor Nadzoru Bankowego. W pracach KNB uczestniczy przedstawiciel Związku Banków Polskich (głos doradczy). Podobnie jak KNB, również KNUiFE jest organem kolegiальnym. W jej skład wchodzi: Przewodniczący Komisji (powoływany przez Prezesa Rady Ministrów na wspólny wniosek Ministra Finansów oraz Ministra Polityki Społecznej), dwaj zastępcy Przewodniczącego Komisji (przedstawiciel wyznaczony przez Ministra Finansów oraz Ministra Polityki Społecznej) oraz członkowie Komisji, tj. Przewodniczący Komisji Papierów Wartościowych i Giełd albo wyznaczony przez niego zastępca przewodniczącego oraz Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W posiedzeniu Komisji z głosem doradczym uczestniczą: Rzecznik Ubezpieczonych, Przedstawiciel Prezydenta RP oraz Generalny Inspektor Nadzoru Bankowego. Natomiast członkami KPWiG są przedstawiciele: Ministra Finansów, Ministra Skarbu Państwa, Prezesa Narodowego Banku Polskiego – Generalny Inspektor Nadzoru Bankowego, Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz przewodniczącego Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych¹¹.

Należy podkreślić, że zasady funkcjonowania omawianych instytucji uregulowane są w różnych aktach prawnych. Brak jednego aktu prawnego oraz zintegrowanego organu sprawującego kontrolę/nadzór prowadzi do „rozmycia” kompetencji i odpowiedzialności oraz braku spójności i przejrzystości aktów prawnych, a nawet sprzeczności między nimi. Z drugiej strony, w przypadku powołania „su-

¹⁰ M. Zaleska, I. Misiak, Sprawowanie kontroli na przykładzie doświadczeń Bankowego Funduszu Gwarancyjnego, *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów Szkoły Głównej Handlowej, Zeszyt Naukowy* Nr 37/2003, s. 65.

¹¹ P. Zapadka, Podmioty nadzorujące polski rynek finansowy – analiza podstawowych regulacji, „*Bank i Kredyt*”, Nr 4/2003, s. 101.

pernadzorcy”, instytucji „kolosa”, powstać mogą problemy w sferze organizacji i zarządzania, m.in. trudności w wypracowaniu wspólnych standardów i stanowisk, a także w zakresie kontrolowania. Powołanie jednego „supernadzorcy” może prowadzić do powstania jednego podmiotu, który w konsekwencji musi realizować sprzeczne cele¹².

Istotnym *novum* w zakresie sprawowania nadzoru bankowego w Polsce, wprowadzonym przez nowelizację ustawy Prawo bankowe, są obowiązujące od 1 stycznia 2002 roku przepisy dotyczące nadzoru skonsolidowanego. Na podstawie wspomnianych przypisów nadzorowi bankowemu podlegają banki, które działają w holdingach finansowych (z instytucją finansową jako podmiotem dominującym), jak i holdingach o działalności mieszanej (z podmiotem dominującym niebędącym instytucją finansową). Regulacje te upoważniają KNB m.in. do badania skonsolidowanych sprawozdań finansowych całych holdingów oraz sprawozdań finansowych, sporządzanych dla podmiotów zależnych z danej grupy. Ponadto, inspektorzy nadzoru bankowego lub osoby upoważnione przez KNB mogą dokonywać czynności kontrolnych w podmiotach, które wchodzi w skład tych holdingów. Na podstawie specjalnych porozumień, zawieranych pomiędzy organami nadzoru nad rynkiem finansowym, inspektorzy nadzoru bankowego mogą uczestniczyć w czynnościach kontrolnych, dokonywanych w podmiotach poddanych nadzorowi KPWiG i KNUiFE¹³.

Namiastką integracji nadzoru jest również uczestnictwo w KNB przedstawicieli innych instytucji, w tym Komisji Papierów Wartościowych i Giełd. Niestety, w pracach KNB nie uczestniczy przedstawiciel nadzoru nad rynkiem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych, a to powoduje, że w Komisji nie są reprezentowani przedstawiciele wszystkich segmentów rynku finansowego. Ponadto brak unormowań w zakresie nadzoru skonsolidowanego w przypadku KNUiFE oraz KPWiG może stwarzać trudności z faktycznym i kompleksowym przeprowadzaniem skutecznego nadzoru nad całymi grupami finansowymi, co może z czasem stać się problemem o charakterze systemowym¹⁴.

Warto jednocześnie zauważyć, że w Polsce już funkcjonuje nadzór częściowo zintegrowany (Komisja Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych). Na podstawie przepisów ustawy z dnia 1 marca 2002 roku o zmianach w organizacji i funkcjonowaniu centralnych organów administracji rządowej i jednostek im podporządkowanych oraz o zmianie niektórych ustaw, nowym podmiotem nadzorującym działalność ubezpieczeniową, działalność funduszy emerytalnych i dzia-

¹² P. Pelc, Przeciw integracji za konsolidacją, „Gazeta Bankowa”, Nr 14/2001, s. 32.

¹³ P. Zapadka, Podmioty nadzorujące..., *op. cit.*, s. 100.

¹⁴ P. Zapadka, Podmioty nadzorujące..., *op. cit.*, s. 106.

łalność pracowniczych programów emerytalnych jest właśnie KNUiFE. Na podstawie powyższej ustawy nowy podmiot przejął kompetencje dwóch dotychczasowych podmiotów nadzorczych. Należy jednak podkreślić, że pomimo stworzenia nowej instytucji nadzorczej jej kompetencje, dotyczące poszczególnych rynków: ubezpieczeniowego i funduszy emerytalnych, wciąż określone są w dwóch ustawach: w ustawie o działalności ubezpieczeniowej i w ustawie o organizacji i funkcjonowaniu funduszy emerytalnych¹⁵. Dokonano zatem integracji organizacyjnej dwóch odrębnych nadzorów, bez scalenia prawodawstwa w omawianym zakresie.

Obecnie, w celu zapewnienia ochrony uczestnikom rynku finansowego w Polsce, poszczególne organy nadzoru nad tym rynkiem współpracują ze sobą. Przejawia się to w deklaracji wzajemnej wymiany informacji, a także współdziałania z innymi organami administracji rządowej i stosownymi instytucjami. Zgodnie z ustawą Prawo bankowe KNB może – na zasadach wzajemności – udzielać i otrzymywać informacje od KPWiG oraz KNUiFE, niezbędne do prawidłowego wykonywania ustawowo określonych zadań w zakresie nadzoru. Podobnie, jednym z zadań KPWiG jest współdziałanie z innymi organami administracji rządowej, NBP oraz instytucjami i uczestnikami publicznego obrotu w zakresie kształtowania polityki gospodarczej państwa, zapewniającej rozwój rynku papierów wartościowych. Jedną z kompetencji KNUiFE jest natomiast współdziałanie z organami administracji rządowej, NBP, Zakładem Ubezpieczeń Społecznych, towarzystwami, podmiotami działającymi na rzecz funduszy oraz związkami pracodawców, związkami zawodowymi i innymi organizacjami społecznymi w zakresie kształtowania polityki państwa zapewniającej bezpieczny rozwój funduszy i pracowniczych programów emerytalnych. Komisja realizuje to zadanie m.in. poprzez udzielanie informacji Narodowemu Bankowi Polskiemu w zakresie niezbędnym do sprawowania nadzoru nad bankami pełniącymi funkcje depozytowe i bankami będącymi akcjonariuszami towarzystw, jak również poprzez udzielanie informacji KPWiG w zakresie niezbędnym do prowadzenia nadzoru nad działalnością Krajowego Depozytu Papierów Wartościowych¹⁶.

Uprawnienia organów nadzorczych nad podmiotami rynku finansowego w Polsce nacechowane są troską prawodawcy o to, aby istniała współpraca pomiędzy organami nadzoru. Wydaje się jednak, że dla bezpieczeństwa funkcjonowania rynku kwestie współpracy powinny być bardziej jednorodnie i precyzyjnie uregulowane. Przygotowanie w tym celu specjalnej regulacji mogłoby stać się podstawą do stworzenia w Polsce jednego mechanizmu lub jednej instytucji nadzorczej, która – wzorem np. brytyjskiej Financial Services Authority – stałaby się

¹⁵ P. Zapadka, *Podmioty nadzorujące...*, *op. cit.*, s. 101.

¹⁶ P. Zapadka, *Podmioty nadzorujące...*, *op. cit.*, s. 105–106.

silnym i skutecznym wykonawcą zadań nadzorczych nad całym polskim rynkiem finansowym¹⁷. Obecne zasady sprawowania nadzoru nad rynkiem finansowym w Polsce dalekie są od modelu zintegrowanego.

Pytania, jakie polskie instytucje nadzorcze nad rynkiem finansowym i decydenci powinni sobie postawić, są następujące:

- czy pojawiają się korzyści skali z integracji nadzorów nad rynkiem finansowym?
- jaka jest skala sektora finansowego?
- czy sektor finansowy jest skoncentrowany i w jakim stopniu?
- czy konglomeraty finansowe są istotną częścią systemu finansowego?

Udzielenie prawidłowych odpowiedzi na te pytania nie jest łatwe. Trudno jednoznacznie ocenić korzyści skali. Zapewne powstałyby one dzięki stosowaniu jednego, zintegrowanego systemu informatycznego, współdzieleniu informacji i infrastruktury. Jeśli zaś chodzi o odpowiedzi na pozostałe pytania należy stwierdzić, że sektor finansowy w Polsce na tle krajów rozwiniętych charakteryzuje się małą skalą działalności, zdominowany jest przez sektor bankowy, a konglomeraty finansowe, stopniowo wraz z procesami globalizacji, odgrywają na rynku finansowym coraz większą rolę. Powyższe pozwala stwierdzić, że w przypadku Polski występują zarówno argumenty za, jak i przeciw integracji nadzorów nad rynkiem finansowym.

Obserwując tendencje w zakresie integrowania nadzorów nad rynkiem europejskim należy wskazać, że czynniki zewnętrzne wymuszą najprawdopodobniej integrację również w Polsce. W dobie zacierania się granic między poszczególnymi segmentami rynku finansowego i poszczególnymi krajami nadzór zintegrowany jest właściwym modelem. W przypadku Polski nadzór taki powinien być tworzony wokół nadzoru bankowego, z uwagi, iż jak wyżej wspomniano, sektor ten jest dominujący. Wspomnieć należy także o projekcie europejskim (dyrektywa CAD III), mającym na celu wyłonienie tzw. nadzorca konsolidującego (wiodącego) dla banków funkcjonujących w różnych krajach (obszarach geograficznych) Unii Europejskiej. W przeciwieństwie do koncepcji integracji nadzorów nad rynkiem finansowym w skali danego kraju – która nie jest wymagana przez przepisy unijne – integracja nadzorów bankowych w skali unijnej będzie najprawdopodobniej narzucona przepisami prawnymi.

Opinie przedstawicieli rynku finansowego i ekspertów, na temat integracji nadzorów nad rynkiem finansowym, są podzielone. Można wyodrębnić dwa podstawowe nurty proponowanych zmian w zakresie nadzoru: pierwszy, opierający się na jeszcze większej niż obecnie współpracy i wymianie informacji pomiędzy

¹⁷ P. Zapadka, *Podmioty nadzorujące...*, *op. cit.*, s. 106.

samodzielnymi nadzorcami nad poszczególnymi segmentami rynku finansowego i drugi, polegający na wyodrębnieniu „supernadzorczy”. Zwolennikami pierwszego modelu są przede wszystkim przedstawiciele, zarządzający obecnie funkcjonującymi pojedynczymi nadzorami. Zwolennikami drugiego nurtu są przede wszystkim bankowcy, którzy twierdzą, że składki na działalność władz nadzorczych są wyższe tam, gdzie istnieje kilka władz regulacyjnych¹⁸.

Piotr Zapadka podważa realność rozwiązania zakładającego utworzenie w Polsce instytucji nadzorczej na wzór brytyjskiej FSA (nadzór pod jednym dachem). Argumentuje to niską świadomością omawianego problemu i aktualnym stanem polskich rozwiązań prawnych¹⁹.

Reasumując, w Polsce nie występują obecnie tendencje do integrowania nadzorów nad rynkiem finansowym²⁰. Z drugiej strony, należy postulować integrację polskich instytucji nadzorczych nad rynkiem finansowym – jeśli weźmie się pod uwagę zalecenia MFW dla Polski, zawarte w dokumencie „Republic of Poland: financial stability assessment”, czyli²¹:

- postulat większej autonomii dla nadzorów nad rynkiem finansowym,
- potrzeba większej koordynacji działań między nadzorami krajowymi nad rynkiem finansowym,
- konieczność większych uprawnień wykonawczych nadzorów nad rynkiem finansowym,
- potrzeba zobligowania firm do sporządzania częstszych raportów skonsolidowanych i przeprowadzania nadzoru skonsolidowanego nad instytucjami funkcjonującymi na rynku finansowym.

4. Podsumowanie

W sytuacji postępującej konsolidacji instytucji finansowych, w tym banków, powstawania instytucji finansowych o charakterze ogólnosiwiatowym, a także konglomeratów oferujących jednocześnie usługi bankowe, inwestycyjne i ubezpieczeniowe, pozostawienie nadzoru na szczeblu krajowym może być źródłem jego słabości. Postępująca integracja rynków finansowych utrudnia pojedynczym, krajowym władzom nadzorczym ocenę i monitorowanie zarówno ryzyka dotyczącego pojedyn-

¹⁸ J. Zombirt, Ciężar regulacji, „Finansista”, Nr 2/2002, s. 45.

¹⁹ P. Zapadka, Nadzór skonsolidowany – analiza prawa polskiego na tle regulacji Unii Europejskiej, „Prawo Bankowe”, Nr 6/1999, s. 110.

²⁰ M. Smółko, Model nadzoru bankowego w Polsce na tle wybranych krajów wysoko rozwiniętych, „Bezpieczny Bank”, Nr 4/2002, s. 74.

²¹ Republic of Poland: financial stability assessment, IMF, 2001, s. 43–44.

czych instytucji, jak i całego systemu finansowego²². Zintegrowanie nadzoru nad bankami działającymi w kilku krajach Unii Europejskiej wydaje się przesądzone.

Przyjęcie koncepcji pełnej integracji nadzorów nad rynkiem finansowym w Polsce wymagałoby dokonania bardzo głębokich zmian w organizacji instytucji nadzorczych. Pełna integracja oznaczałaby konieczność przeprowadzenia nie tylko zewnętrznego połączenia tych instytucji, ale także głębokiego zintegrowania struktur wewnętrznych oraz zasadniczą nowelizację wielu aktów prawnych, gwarantujących przejście od nadzoru instytucjonalnego do nadzoru funkcjonalnego. Wyłączna integracja zewnętrzna nie przyniosłaby bowiem wymiernych efektów. Wspomnieć należy także o wysokich kosztach integracji nadzorów, zwłaszcza w początkowej fazie tego procesu. Biorąc pod uwagę wysoki deficyt budżetowy w Polsce można domniemywać, że idea integracji nadzorów nad rynkiem finansowym najprawdopodobniej nie spotka się w najbliższym czasie z dostatecznym zrozumieniem decydentów i społeczeństwa.

5. Bibliografia

1. Davies H., Integrated regulation in the UK and lessons for others, World Bank's Dinner, 4 December – <http://www.worldbank.org/wbi/bankingsystem/aligning2003/agenda.html>, 28.05.2004.
2. Kwaśniak W., Uwagi w sprawie modelu nadzoru nad sektorem finansowym w Polsce, FORUM – Polski rynek kapitałowy w Europie XXI wieku (14), Warszawa, 11.06.2001.
3. Kwaśniak W., Jeszcze nie teraz, „Gazeta Bankowa”, Nr 7/2001.
4. Lach A., Politycznie uzasadniony, „Gazeta Bankowa”, Nr 15/2000.
5. Lead supervision: the FSA's new approach to the co-ordination of its supervision of groups, FSA, 1999.
6. Moś M., Nadzór nad konglomeratami finansowymi, „Bezpieczny Bank”, Nr 2/3 (17/18)/2002.
7. Mwenda K. Kenneth, International developments in the organizational structure of financial services supervision, 20.09.2001.
8. Okiem nadzorcy, rozmowa S. Lipińskiego z W. Kwaśniakiem, „Gazeta Bankowa”, Nr 19/2001.
9. Oręziak L., Rynek finansowy Unii Europejskiej, Twigger, Warszawa 1999.
10. Pelc P., Przeciw integracji za konsolidacją, „Gazeta Bankowa”, Nr 14/2001.
11. Republic of Poland: financial stability assessment, IMF, 2001.

²² L. Oręziak, Rynek finansowy Unii Europejskiej, Twigger, Warszawa 1999, s. 131.

12. Smółko M., Model nadzoru bankowego w Polsce na tle wybranych krajów wysoko rozwiniętych, „Bezpieczny Bank”, Nr 4/2002.
13. Socha J., Nadzór nad rynkami regulowanymi, FORUM – Polski rynek kapitałowy w Europie XXI wieku (14), Warszawa, 11.06.2001.
14. Stroiński E., Ewolucja ubezpieczeń na życie łamie bariery pomiędzy usługami bankowymi i ubezpieczeniowymi, „Wiadomości Ubezpieczeniowe”, Nr 3, 4A/1999.
15. Śleszyńska-Charewicz E., Nadzór skonsolidowany – jak i kiedy, „Bank”, Nr 5/1999.
16. Taylor M., Fleming A., Integrated Financial Supervision. Lessons of Scandinavian Experience, „Finance and Development”, wrzesień 1999.
17. Taylor M., Fleming A., Integrated Financial Supervision. Lessons of Northern European Experience, World Bank Working Paper, listopad 1999.
18. Zaleska M., Misiak I., Sprawowanie kontroli na przykładzie doświadczeń Bankowego Funduszu Gwarancyjnego, Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów Szkoły Głównej Handlowej, Zeszyt Naukowy Nr 37/2003.
19. Zapadka P., Nadzór skonsolidowany – analiza prawa polskiego na tle regulacji Unii Europejskiej, „Prawo Bankowe”, Nr 6/1999.
20. Zapadka P., Podmioty nadzorujące polski rynek finansowy – analiza podstawowych regulacji, „Bank i Kredyt”, Nr 4/2003.
21. Zombirt J., Ciężar regulacji, „Finansista”, Nr 2/2002.
22. <http://www.fsi.treasury.gov.uk>, 25.10.2004.
23. <http://www.inf.org>, 25.10.2004.
24. <http://www.netec.mcc.ac.uk>, 25.10.2004.
25. <http://www.wbln0018.worldbank.org>, 25.10.2004.

Jacek Grzywacz
Szkoła Główna Handlowa

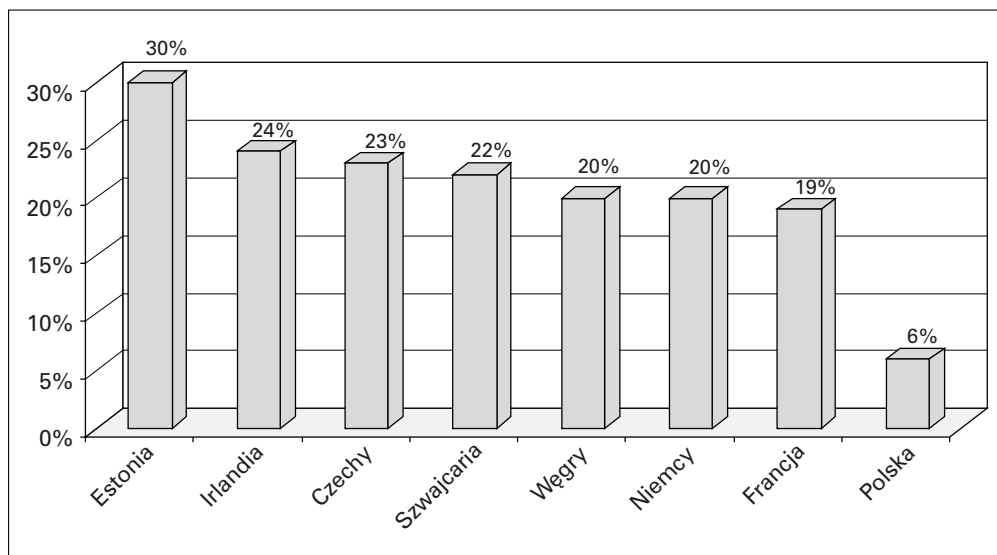
Leasing środków transportu drogowego. Uwarunkowania rozwoju

1. Polski rynek leasingu

Patrząc z perspektywy czasu można uznać, że leasing na dobre zadomowił się w naszej gospodarce, będąc stosunkowo prostym sposobem finansowania inwestycji. Jest to szczególnie istotne w sytuacji permanentnego braku kapitału, na co uskarża się wielu przedsiębiorców.

Utrzymujące się nadal wysokie stopy procentowe kredytów skutecznie zniechęcają podmioty gospodarcze do zadłużania się tą drogą, zwłaszcza że procedury bankowe w dalszym ciągu zdają się nie dostrzegać potrzeby kształtowania regulacji w taki sposób, aby odpowiadały one w szerszym stopniu specyfice naszej przedsiębiorczości. Są to bowiem w przeważającej części (ponad 99%) firmy małe, prowadzone w wielu przypadkach przez osoby nieposiadające wykształcenia ekonomicznego, borykające się z problemami niedoboru środków finansujących bieżącą działalność. Dochodzi do tego jeszcze problem krótkiego stażu rynkowego, wskazującego na stosunkowo niewielkie doświadczenie gospodarze. Wszystko razem sprawia, że szeroka oferta kredytowa banków w zakresie finansowania przedsiębiorstw nie zawsze przekłada się na autentyczną gotowość tych instytucji do podejmowania pozytywnych decyzji kredytowych. Banki uważają bowiem, że specyfika i sytuacja przedsiębiorstw w Polsce (zwłaszcza z sektora małych i średnich jednostek) wskazuje nadal na wysokie ryzyko w przypadku kredytowania ich działalności. Takie podejście znajduje niestety swój wyraz w restrykcyjnych regulacjach bankowych oraz wysokiej marży, istotnie wpływającej na wzrost kosztów kredytowania. W efekcie, stopy procentowe kredytów są nadal w Polsce znacznie wyższe od poziomu inflacji oraz od stóp kształtowanych przez bank centralny.

W takich warunkach nie może dziwić fakt intensywnego poszukiwania przez przedsiębiorców innych źródeł finansowania inwestycji. Praktyka gospodarcza potwierdza, że może być nim z powodzeniem leasing, chociaż na tle innych państw europejskich jego udział wydaje się niezbyt wysoki (rysunek 1).

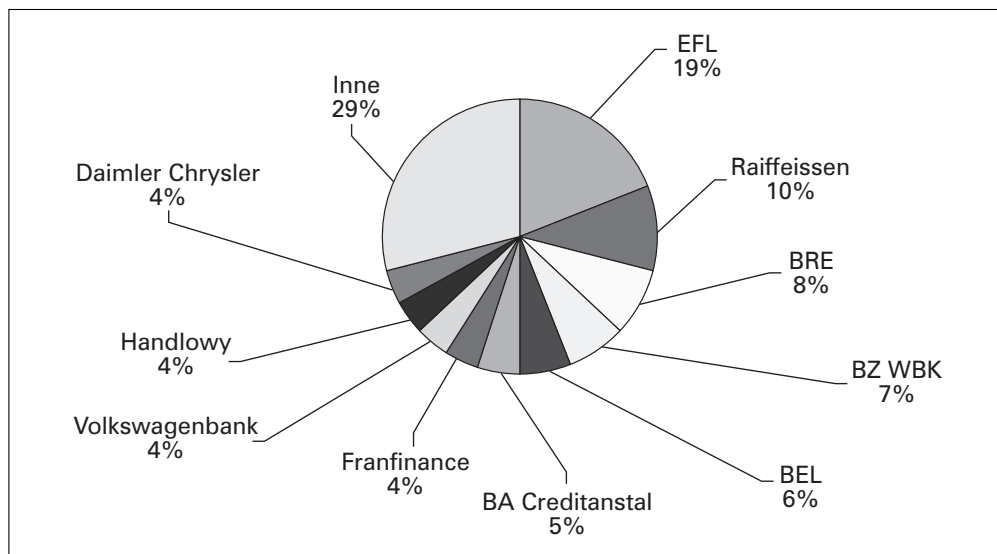
Rysunek 1. Inwestycje finansowane w 2003 roku przez leasing w wybranych państwach

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Leaseurope (wrzesień 2003), GUS oraz Związku Przedsiębiorstw Leasingowych.

Wielu przedsiębiorców w Polsce wybiera tę formę pozyskiwania kapitału ze względu na mniejsze wymagania firm leasingowych w porównaniu z kredytami inwestycyjnymi i szybszą procedurę zawarcia transakcji oraz bardziej przyjazny klientowi sposób realizacji umowy leasingu.

Na przestrzeni ostatnich kilku lat sytuacja firm leasingowych w Polsce uległa pewnej transformacji, głównie za sprawą wprowadzonych nowych uregulowań prawnych. Na rynku działają obecnie głównie przedsiębiorstwa leasingowe, utworzone przez banki oraz związane z innymi instytucjami finansowymi. Obecnie funkcjonuje na rynku ponad czterdzieści spółek leasingowych, z czego większość zaangażowało się w działania Związku Przedsiębiorstw Leasingowych. Spółki te reprezentują łącznie ponad 90% polskiego rynku¹.

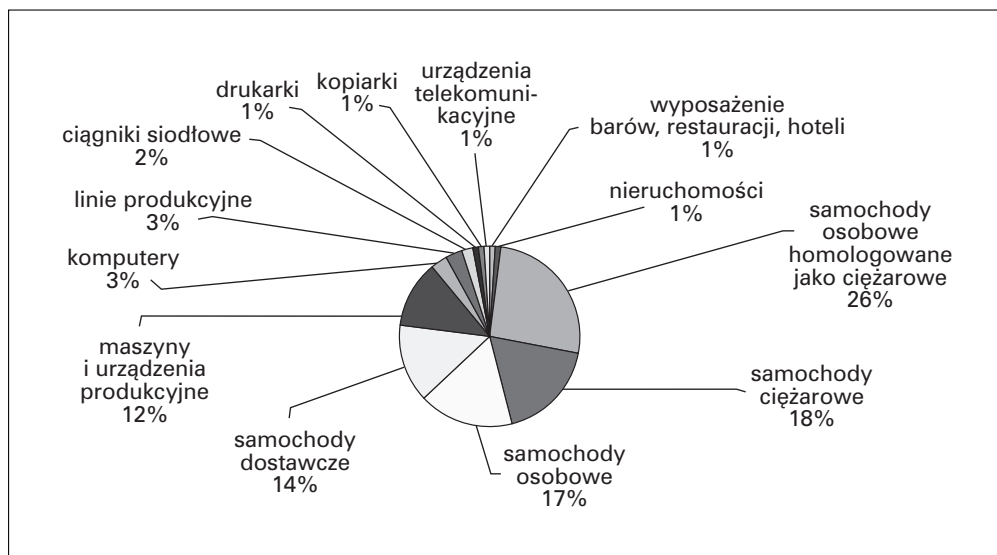
¹ www.leasing.org.pl.

Rysunek 2. Udziały poszczególnych firm leasingowych na rynku w 2003 roku

Źródło: Związek Przedsiębiorstw Leasingowych.

Należy zauważyć, że rynek leasingu w Polsce jest rozdrobniony. Udziały rynkowe największego podmiotu EFL nie przekraczają 20%, a poza nim jedynie cztery inne firmy zdobyły więcej niż 5% rynku. Specyfika leasingu w Polsce, na którą składa się niewielka ilość podmiotów oraz charakter zawieranych transakcji (z reguły o okresie nie dłuższym niż 3–5 lat) sprawiają, że trudno w tym wypadku mówić o jakiegokolwiek tendencji. Jednakże wyniki 2002 roku oraz lat poprzednich wskazują, że po kilkuletnim okresie dekoniunktury na rynku leasingu, począwszy od 2002 roku rozpoczął się jego dynamiczny rozwój. Nie może on jednak napotykać barier w postaci chociażby niekorzystnych rozwiązań leasingowych. Istotnym czynnikiem ożywienia w gospodarce jest oczywiście otwarcie rynku UE, stymulującego inwestycje „adaptacyjne”, służące rozbudowie mocy wytwórczych, zwłaszcza w sytuacji wzrostu popytu i zaostrzenia konkurencji.

Obserwacja rynku leasingowego w Polsce potwierdza, że nadal głównym przedmiotem podpisywanych umów są środki transportu drogowego, w tym samochody dostawcze, ciężarowe oraz osobowe, homologowane na ciężarowe.

Rysunek 3. Korzystanie z usług leasingowych według podmiotów leasingu w pierwszym kwartale 2004 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie B.P.S. Consultants Poland Ltd. 2004.

Tego typu sprzęt zdominował praktycznie rynek leasingu, można zatem uznać, że leasing samochodów nadal pełnić będzie rolę barometru nastrojów i tendencji w zakresie finansowania inwestycji tą drogą.

Dominacja samochodów na polskim rynku leasingu jest zgodna z trendami ogólnoeuropejskimi. Podobnie jak w naszym kraju, ten segment rynku obejmuje w całości 70% europejskiego leasingu, zajmuje zatem pierwsze miejsce przed leasingiem maszyn i urządzeń przemysłowych. Według danych Związku Firm Leasingowych w Europie – Leaseurope, dynamika wzrostu sprzedaży w segmencie środków transportu drogowego wynosiła prawie 19%, przy niespełna 16% dynamice w 2001 roku. Na wszystkich rynkach europejskich udział samochodów w ogólnej wartości sprzedaży jest wysoki. Waha się od kilkunastu do około trzydziestu procent całego rynku. Dotyczy to zarówno samochodów osobowych, jak i tzw. środków transportu drogowego. Na podobnym wielkością do polskiego – rynku hiszpańskim – w 2002 roku udział samochodów osobowych wynosił 15% całego rynku nieruchomości, w Polsce zaś 8%. W przypadku natomiast środków transportu (ciężarówki, autobusy, auta „z kratką”), stanowiły one 60% rynku nieruchomości w Polsce i 27% w Hiszpanii (tabela 1)².

² „Gazeta Prawna”, Nr 55/2004.

Tabela 1. Udział samochodów w wolumenie sprzedaży firm leasingowych

Kraj	Samochody osobowe		Środki transportu drogowego ogółem		
	Udział w sprzedaży	Przychody ze sprzedaży	Udział w sprzedaży	Przychody ze sprzedaży	
Hiszpania 2002 r.	15%	1200 mln euro	27%	2100 mln euro	
W. Brytania 2004 r.	19%	–	30%	–	
Włochy	20%	–	20%	–	
Polska	2002 r.	8%	700 mln zł	60%	5100 mln zł
	2003 r.	–	–	72%	7600 mln zł

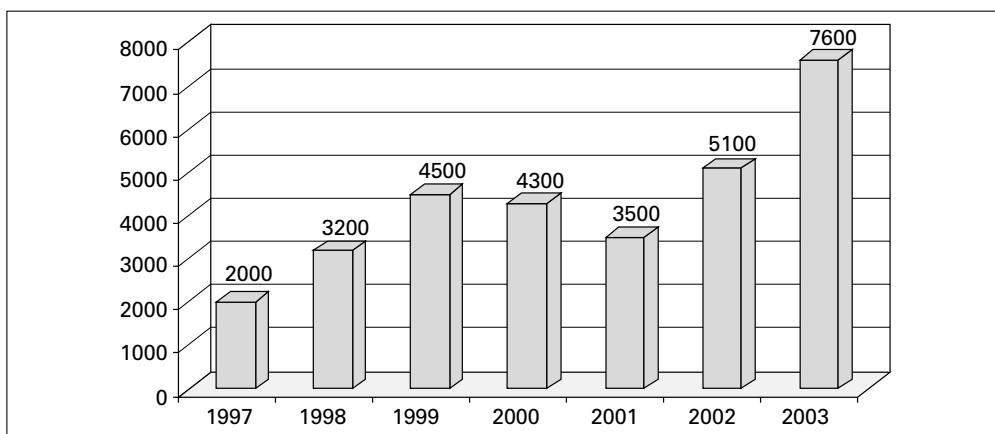
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Związku Przedsiębiorstw Leasingowych i Leaseurope.

Stosunkowo wysoki popyt inwestycyjny na środki transportu drogowego jest bez wątpienia czynnikiem stymulacyjnym rozwój gospodarczy, m.in. z uwagi na rolę przemysłu motoryzacyjnego w gospodarce państwa. Warto zatem bliżej przejrzeć się sytuacji w zakresie leasingu samochodów w Polsce oraz wskazać główne czynniki warunkujące zainteresowanie przedsiębiorców tą formą inwestycji.

2. Sytuacja na rynku leasingu środków transportu drogowego

Tendencje rozwojowe leasingu w Polsce potwierdzają, że nadal dużym zainteresowaniem cieszyć się będą transakcje dotyczące samochodów osobowych i ciężarowych. Istotny wzrost ilości podpisywanych z firmami leasingowymi umów widoczny był przede wszystkim w 2002 roku, należy również spodziewać się, że 2005 rok będzie się charakteryzował dalszą tendencją wzrostową.

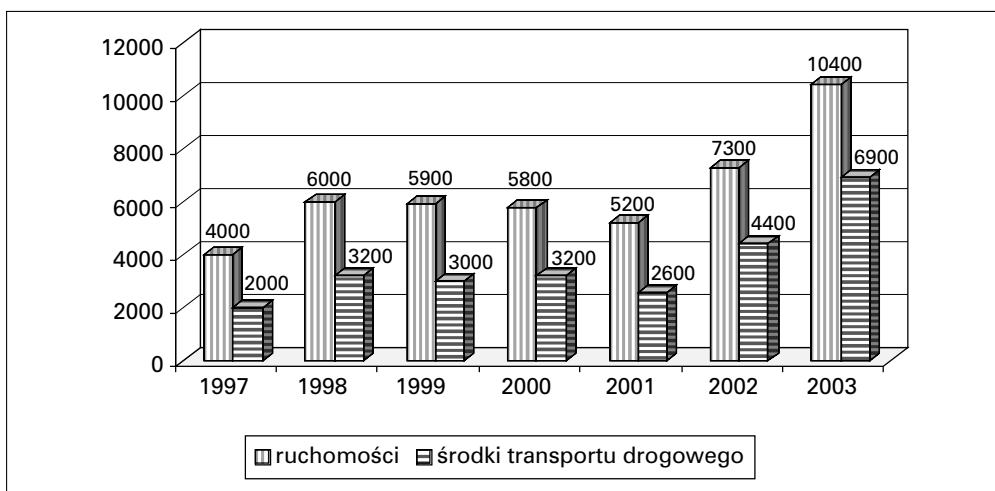
Rysunek 4. Wartość netto wszystkich wyleasingowanych środków transportu drogowego w latach 1997–2003 (w mln zł)



Źródło: Związek Przedsiębiorców Leasingowych.

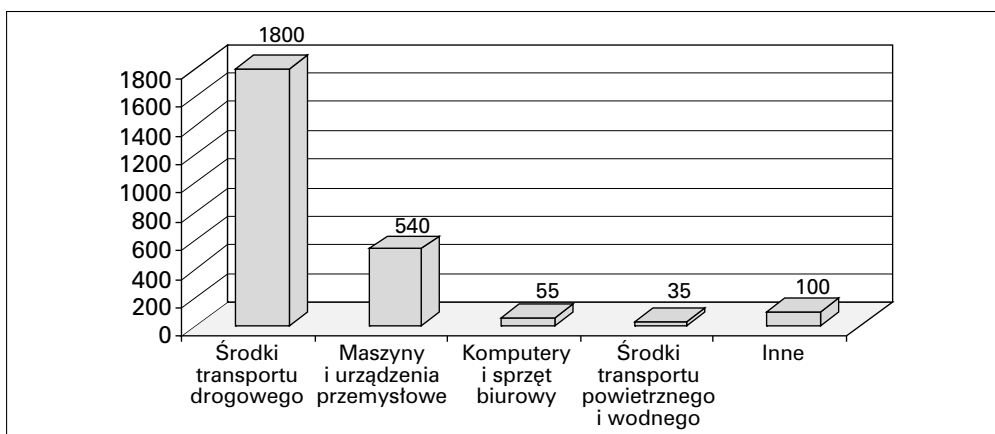
Znaczenie środków transportu dla branży leasingowej potwierdza szereg danych statystycznych charakteryzujących rynek leasingu w Polsce. Dowodzi tego chociażby porównanie wartości ruchomości oddanych w leasing do wartości środków transportu drogowego, a także poziom zakupów inwestycyjnych sfinansowanych leasingiem w pierwszych miesiącach 2004 roku.

Rysunek 5. Wartość aktywów netto ruchomości oraz środków transportu drogowego (w mln zł)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Związku Przedsiębiorstw Leasingowych.

Rysunek 6. Wartość zakupów inwestycyjnych sfinansowanych za pomocą leasingu w I kwartale 2004 r. (w mln zł)

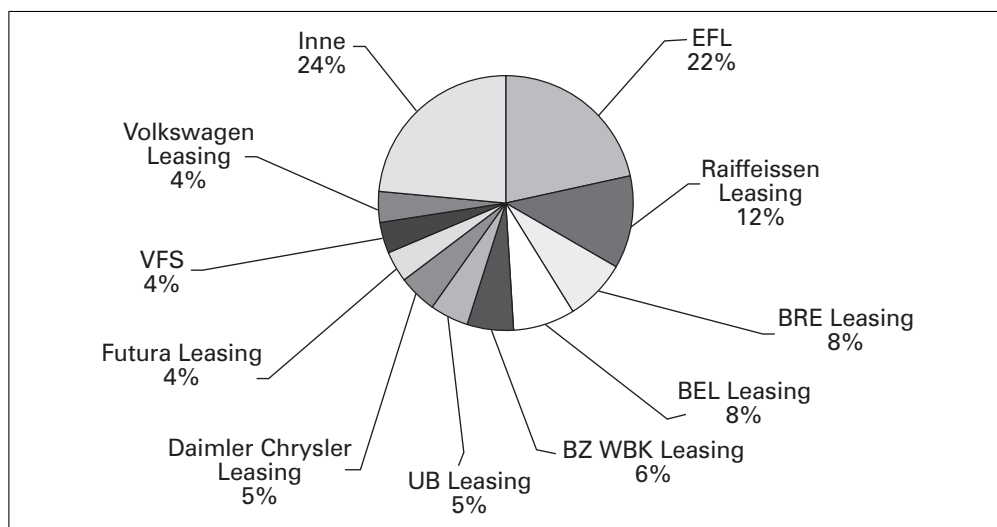


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Związku Przedsiębiorstw Leasingowych.

Pomimo wprowadzenia negatywnie ocenianej ustawy z dnia 11 marca 2004 roku o podatku od towarów i usług, wartość środków oddanych w leasing ruchomości ukształtowała się na poziomie 5,9 mld złotych za pierwsze półrocze 2004 roku. Oznacza to wzrost o 43,9% w stosunku do pierwszego półrocza 2003 roku (4,1 mld zł). Dzięki leasingowi sfinansowano zakup środków transportu drogowego za około 4 250 mln zł – wzrost o 41,6% w stosunku do pierwszego półrocza 2003 roku, gdzie na samochody ciężarowe, dostawcze i societę przypadła kwota 2 878 mln zł³.

Leasing pojazdów znajduje się w ofercie niemalże wszystkich firm leasingowych funkcjonujących w Polsce. Niektóre z nich wręcz specjalizują się w sektorze samochodowo-transportowym. Należy przy tym zauważyć, że największą rolę odgrywa Europejski Fundusz Leasingowy, z udziałem przekraczającym jedną piątą rynku środków transportu drogowego (rysunek 7).

Rysunek 7. Udział procentowy 10 największych firm na rynku środków transportu drogowego w 2003 roku



Źródło: Związek Przedsiębiorców Leasingowych.

Chociaż rynek leasingu jest w Polsce dosyć rozdrobniony, nietrudno zauważyć, że zdominowany jest on przez parę dużych przedsiębiorstw leasingowych. W znaczącej części są one związane z bankami finansującymi zakup sprzętu. Ułatwia to leasingodawcom prowadzenie bardziej aktywnej polityki w pozyskiwa-

³ Na podstawie danych Związku Przedsiębiorstw Leasingowych.

niu klienta, z kolei przedsiębiorstwo posiadające rachunek firmowy w danym banku może liczyć na korzystniejsze warunki podpisywanej umowy leasingowej.

Należy przypuszczać, że rozwój branży leasingowej będzie cały czas opierał się na ścisłej współpracy z bankami. Są tym zainteresowane nie tylko banki, ale również całe grupy kapitałowe. Stale zresztą przybywa coraz więcej pośredników – doradców, którzy zajmują się wyszukiwaniem najbardziej atrakcyjnych ofert leasingowych. Jeżeli firmy leasingowe współpracują z bankami – matkami, mogą łatwiej pozyskiwać środki finansowe na prowadzenie własnej działalności operacyjnej. Umożliwia to nie tylko otwarcie linii kredytowej, ale także pozyskiwanie środków z innych źródeł finansowania, poprzez np. emisję dłużnych papierów wartościowych. Dla banków natomiast współpraca z firmami leasingowymi jest znakomitą alternatywą poszerzenia usług finansowych, obok kredytów samochodowych.

Podsumowując, współpraca towarzystw leasingowych z bankami przynosi obustronne korzyści, wśród których warto wyróżnić:

- rozszerzenie oferty bankowej o usługi leasingowe,
- możliwość szerszej i skuteczniejszej dystrybucji przez bank oferty leasingowej,
- ułatwienie w dotarciu do klienta, dzięki posiadanej przez bank bazie informacyjnej,
- możliwość współpracy firm leasingowych z bankami przy dużych transakcjach finansowych inwestycji, poprzez wykorzystanie różnych kombinacji instrumentów finansowych.

Współpraca ta daje firmom leasingowym „siłę przetrwania” na rynku, coraz bardziej zresztą konkurencyjnym. Same transakcje leasingowe mogą być uważane za bardziej bezpieczne, a poza tym wszystkie formalności można załatwić praktycznie w jednym miejscu.

Analiza treści ofert firm leasingowych zdaje się potwierdzać, że w coraz szerszym stopniu dopasowane są one do potrzeb i specyfiki przedsiębiorstw. Na przykład, w odniesieniu do leasingu operacyjnego umowy mogą być podpisywane nawet do 5 lat, bez uwzględnienia limitu przebiegu kilometrów. Istotne jest, że korzystający może nabyć przedmiot leasingu bezpośrednio od finansującego za określoną w umowie tzw. wartość końcową. Wartość ta może być ustalona przez klienta, który ma do wyboru kilka wariantów, np.:

- 24 miesiące – 17–25% wartości początkowej pojazdu,
- 36 miesięcy – 1–20% wartości początkowej pojazdu,
- 48 miesięcy – 1–15% wartości początkowej pojazdu,
- 60 miesięcy – 1–10% wartości początkowej pojazdu.

Dzięki takiemu rozwiązaniu przedsiębiorca korzystający z leasingu sam reguluje sobie wartość końcową w określonych przedziałach i ma wpływ na wysokość raty leasingowej. Należy również zauważyć, że umowy leasingowe mogą być podpisywane w walutach obcych (z reguły jest to euro) i obejmować wyposażenie dodatkowe, co ma istotne znaczenie w przypadku samochodów.

W szczególny sposób natomiast traktowane są firmy zainteresowane nabyciem kilku samochodów (najczęściej od 5 wzwyż). Są to tzw. klienci flotowi, dla których przygotowywane są indywidualne umowy, obejmujące m.in. brak opłat manipulacyjnych, zryczałtowane raty serwisowe, zarządzanie przez firmę leasingową parkiem samochodowym takiego klienta (np. bezgotówkowe naprawy w autoryzowanych stacjach obsługi, jeden rachunek za cały park samochodowy), możliwość ustalenia wartości końcowej, w zależności od przebiegu samochodu, możliwość włączenia ubezpieczenia za cały okres leasingu w raty leasingowe czy też wydawanie stałych dowodów rejestracyjnych. Oprócz leasingu finansujący uczestniczy również w przygotowaniu i zawieraniu umów kredytowych z klientami zbiorowymi, zaś sama oferta kredytowa zawiera bardziej atrakcyjne warunki niż dla klientów indywidualnych.

Nowością na rynku jest funkcjonowanie specjalistycznych baz transportu pod nazwą *Car Fleet Management*. Zmiana z początkiem 2002 roku niektórych zasad księgowych, związana z wprowadzeniem nowej ustawy o rachunkowości, okazała się sprzymierzeńcem tych firm, oferujących nieznaną dotychczas na polskim rynku usługę. Powstał bowiem tzw. *full leasing* pojazdów, polegający na całkowitym przeniesieniu kosztów posiadania parku samochodowego na firmę leasingową. Przedsiębiorstwo korzystające z takiej usługi otrzymuje fakturę nie tylko obejmującą leasing pojazdu, ale także koszty jego bieżącej eksploatacji. Nie zawsze oznacza to zmniejszenie wydatków. Upraszcza jednak księgowość, gdyż zamiast wielu rachunków za różne samochody i naprawy firma otrzymuje jedną zbiorczą fakturę, w której może być ujęty nawet koszt paliwa. Dodatkowo, przy umowach obejmujących zarządzanie parkiem maszynowym istnieje ewentualność wykorzystywania leasingu zwrotnego, w którym przedsiębiorstwo może odsprzedać posiadane samochody i dalej je użytkować w formie leasingu. Otrzymywana kwota (uwzględniająca cenę rynkową bądź księgową) umożliwi utrzymanie przez firmę płynności finansowej, co ma z kolei wpływ na poprawę wskaźników efektywnościowych i skuteczniejsze zarządzanie finansami.

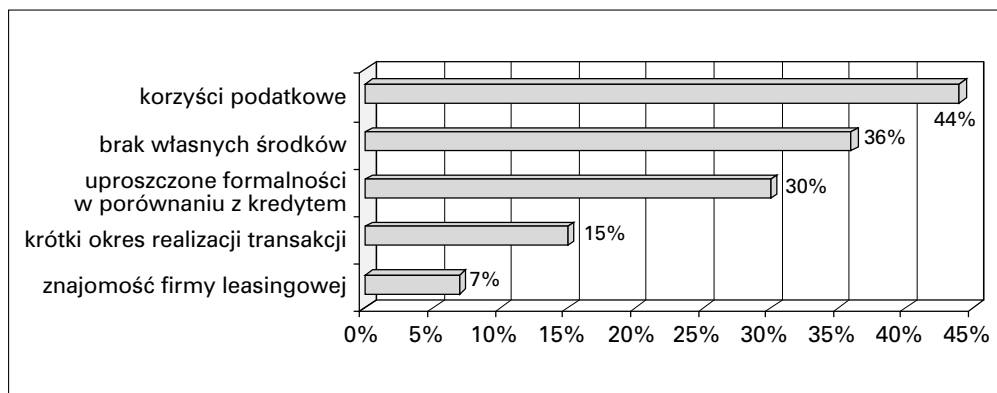
Można przypuszczać, że wprowadzone nowoczesne rozwiązania dotyczące leasingu środków transportu drogowego będą miały korzystny wpływ na rozwój tego rynku. Trudno jest bowiem podważyć atrakcyjność niektórych rozwiązań, wśród których warto wyróżnić chociażby możliwość ustalania przez korzystają-

cego wysokości rat leasingowych (nawet o niewielkiej wartości) i kształtowania w ten sposób wartości końcowej użytkowanego samochodu.

3. Korzystanie z leasingu przez przedsiębiorców

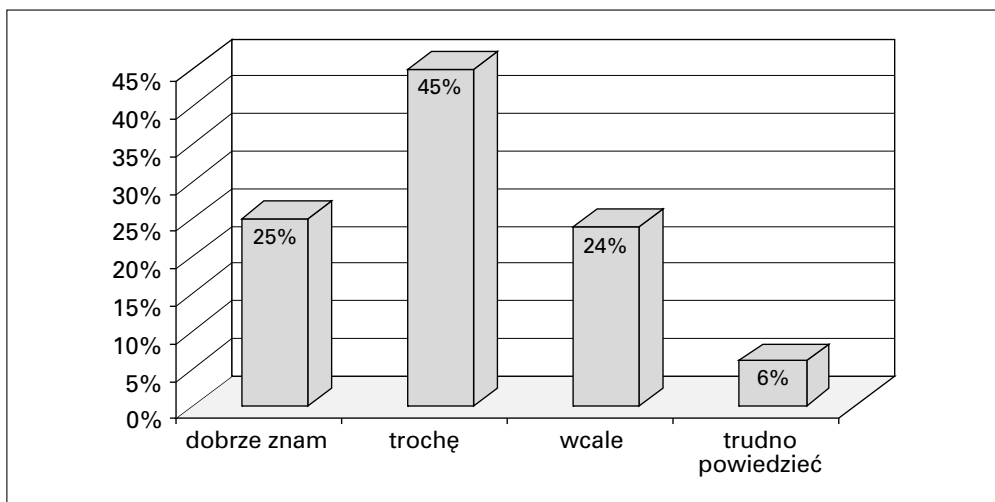
Wskazując na motywy wykorzystywania leasingu w swojej działalności przedsiębiorcy kierują się różnymi względami. Pozornie tylko wydaje się, że głównym powodem jest brak kapitału, odczuwany przede wszystkim w mniejszych podmiotach. Okazuje się bowiem, że nadal podstawową rolę odgrywa możliwość uzyskania korzyści podatkowych, związana z uwzględnieniem w kosztach wydatków ponoszonych w związku z podpisaniem umowy leasingowej.

Rysunek 8. Główne powody wyboru leasingu przez przedsiębiorstwa w 2004 roku



Źródło: na podstawie badań własnych autora przeprowadzonych jesienią 2004 roku wśród 300 przedsiębiorstw małych i średnich oraz danych BPS Consultants Poland Ltd.

Z uwagi na fakt, że przedsiębiorstwa w Polsce są zróżnicowane pod względem wielkości, osobowości prawnej, wnioski dotyczące usług leasingowych należy odnosić do konkretnej grupy firm. Trzeba jednak zauważyć, że kryteria wyboru leasingu w finansowaniu działalności są zbliżone w swojej podstawowej grupie i odnoszą się właśnie przede wszystkim do kwestii podatkowych, braku własnych środków oraz uproszczonych formalności. Niepokojące jest natomiast, że zaledwie 25% przedsiębiorców potwierdza znajomość zasad finansowania przy wykorzystaniu leasingu (rysunek 9).

Rysunek 9. Znajomość zasad finansowania inwestycji przy wykorzystaniu leasingu wśród przedsiębiorstw

Źródło: jak w rysunku 7.

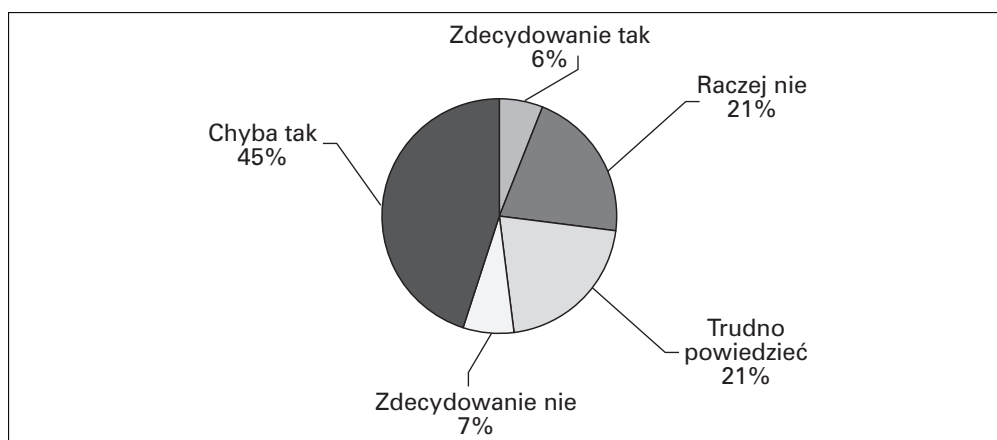
Niska znajomość specyfiki leasingu dotyczy głównie małych przedsiębiorstw, dla których w wielu przypadkach brak możliwości korzystania z leasingu samochodów oznaczałoby zaprzestanie działalności bądź wręcz niepodejmowanie jej. Jest to zatem nierzadko jedyna szansa prowadzenia firmy. Stąd też oczywista wydaje się konieczność poznania mechanizmów funkcjonowania umowy leasingowej. Problem dotyczy również właściwego wyboru firmy leasingowej, opartego o racjonalne przesłanki (np. jej renoma, koszty transakcji, wymogi proceduralne). Tymczasem wcale nierzadko o wyborze takiej firmy decyduje przypadek. Jest to istotne zważywszy, że leasing, poza bezspornymi korzyściami, wiąże się z pewnymi zagrożeniami, wśród których praktyka gospodarcza wskazuje na szczególnie dotkliwe elementy:

- 1) w przypadku bankructwa firmy leasingowej przedsiębiorstwo korzystające z leasingu narażone jest na utratę użytkowanego sprzętu. Takie przypadki miały już w Polsce miejsce, kiedy syndyk masy upadłościowej uzależnił przekazanie firmom na własność leasingowanych samochodów, od zapłacenia za nie wartości rynkowej. Szczególnie dotkliwe okazało się to w przypadkach kończenia się okresu umów leasingowych;
- 2) nierzadko łączna wartość opłat leasingowych przewyższa wartość początkową przedmiotu umowy. Wiąże się to z długimi terminami spłaty, niską zdolnością kredytową oraz wahaniami kursowymi;

3) wiele umów leasingowych szczegółowo reguluje warunki, w jakich firma leasingowa może wypowiedzieć przedsiębiorstwu umowę. Dotyczy to m.in. przypadków wprowadzenia przez korzystającego nawet niewielkich zmian w użytkowanym sprzęcie, bez wcześniejszego wyrażenia zgody przez finansującego. Wypowiedzenie umowy wiąże się z dotkliwymi skutkami finansowymi dla korzystającego, bowiem poza koniecznością natychmiastowego zwrócenia leasingowego sprzętu, zobowiązany jest on dokonać wpłat na konto firmy leasingowej, w wysokości kilku kolejnych rat.

Ważna jest zatem świadomość stopnia bezpieczeństwa leasingu wśród przedsiębiorców, która niestety pozostaje stosunkowo niska (rysunek 10).

Rysunek 10. Czy leasing jest bezpieczny dla firmy



Źródło: jak w rysunku 7.

Umiejętnemu wykorzystaniu leasingu w finansowaniu działalności przedsiębiorstwa powinna zatem służyć wiedza, bez której trudno jest mówić nie tylko o racjonalnym wyborze leasingodawcy, ale również o krytycznej weryfikacji treści podpisywanych umów. Jest to istotne zarówno ze względu na koszty ponoszone w trakcie korzystania z leasingowanego sprzętu, jak też z punktu widzenia zabezpieczenia się przed niekorzystną dla przedsiębiorstwa interpretacją zapisów zawartych w umowach, ze strony urzędników skarbowych.

4. Wnioski końcowe

Zgodnie z przepisami obowiązującymi od 1 maja 2004 roku, nie każdy rodzaj leasingu jest usługą. Usługą nie jest mianowicie umowa leasingu, na podstawie

której odpisów amortyzacyjnych dokonuje korzystający, czyli tzw. leasing finansowy. Umowa leasingu finansowego traktowana jest jako dostawa towarów. Takie rozróżnienie wpływa przede wszystkim na sposób rozliczania VAT. Przy leasingu operacyjnym uznawanym za świadczenie usług, leasingodawca nalicza VAT od każdej raty z osobna. Przy leasingu finansowym, który stanowi dostawę towarów, do pierwszej raty (w momencie wydania przedmiotu leasingu) doliczony jest VAT, obliczony od sumy wszystkich rat leasingowych. Zgodnie z art. 172 Ustawy o VAT, w sytuacji, gdy wydanie towaru na podstawie leasingu finansowego nastąpiło przed 1 maja 2004 roku, a czynności wykorzystane na podstawie starych przepisów traktowane były jako usługa, wówczas te czynności traktuje się jako usługę do czasu ich zakończenia. Konsekwencją takiego rozwiązania jest naliczanie VAT według starych zasad, tj. od każdej raty z osobna.

Z dniem 1 maja 2004 roku ustawodawca w sposób definitywny zlikwidował pojazdy tzw. kratką. Z rynku polskiego zniknęła zdecydowana większość aut, od których podatnikowi przysługiwało prawo do pełnego (100%) odliczenia podatku VAT. Samochody ciężarowe stanowiące często przedmiot leasingu podlegają opodatkowaniu stawką 22% VAT, z możliwością odliczenia całej kwoty naliczonego podatku od podatku należnego. Niestety, nie wszystkie samochody podlegają tym zasadom. Ustawa różnicuje leasing samochodów według kryterium dopuszczalnej ładowności („wzór Lisaka”), coraz częściej zresztą poddawanego ostrej polemice. Można zatem sądzić, że trudności jakie wiążą się z leasingiem finansowym, w tym także natury pieniężnej, spowodują dalsze ograniczenie stosowania w Polsce umów leasingu finansowego w rozumieniu przepisów podatkowych. Na skutek tego, leasing operacyjny (będący odpowiednikiem najmu bądź dzierżawy) nie tylko pozostanie dominującym na polskim rynku rodzajem leasingu, ale zasięg jego stosowania wzrośnie.

Wśród wielu opinii, nierzadko podkreśla się, że transakcja leasingu jest uregulowana w Polsce w sposób jasny i dość wyczerpujący zarówno w zakresie cywilno-prawnym, jak i podatkowym. Niemniej nadal można spotkać różne interpretacje przepisów przez urzędy skarbowe. Budzi to szereg kontrowersji wśród przedsiębiorców i nasila niepokój w momencie podpisywania umowy leasingowej.

Zakres wykorzystania leasingu w Polsce daleko odbiega jeszcze od poziomu europejskiego. Udział wartości leasingu w Polsce w PKB, wynoszący niespełna 1% jest trzykrotnie niższy w porównaniu z Włochami czy chociażby Portugalią, daleki jest również m.in. od sytuacji w Niemczech, W. Brytanii, Francji czy Austrii.

Można sądzić, że na rozwój leasingu w Polsce wpłynie możliwość korzystania z funduszy strukturalnych, które w ramach **Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrostu Konkurencyjności Przedsiębiorstw**, dopuszczają le-

asing jako formę finansowania projektów ubiegających się o dotację ze środków unijnych. Dużo korzyści dla rozwoju leasingu samochodów przyniesie również swoboda w prowadzeniu na terenie Polski działalności gospodarczej przez firmy unijne (w tym również leasingowe). Większa możliwość wyboru usługodawcy może mieć pozytywny wpływ na jakość ofert i szersze zainteresowanie leasingiem ze strony przedsiębiorców. Warunkiem szerokiej dostępności tej formy finansowania jest jednak atrakcyjność cenowa usług leasingowych oraz czytelne i stabilne uregulowania prawne.

5. Bibliografia

1. „Gazeta Prawna”, Nr 55/2004.
2. www.leasing.org.pl.

Specyfika promocji produktu leczniczego (leki etyczne)

1. Wprowadzenie

Każde przedsiębiorstwo po wyprodukowaniu produktu musi powiadomić swoich klientów o jego istnieniu. Przekazanie informacji o produkcie stanowi ważny instrument marketingu i nosi nazwę promocji. Promocję przyjęto definiować jako oddziaływanie na odbiorców produktów danej firmy, polegające na przekazywaniu im wiadomości mających w odpowiednim stopniu zwiększyć ich wiedzę na temat towarów firmy i samej firmy, aby stworzyć ich preferencje na rynku¹.

Przedsiębiorstwa, w celu komunikacji z klientem wykorzystują system promotion-mix. Składa się on z następujących instrumentów:

- 1) reklama – każda płatna forma nieosobistej prezentacji i promocji produktów lub usług,
- 2) sprzedaż osobista – osobista i bezpośrednia prezentacja oferty przez sprzedawcę potencjalnemu nabywcy,
- 3) public relations i publicity – działania mające na celu promowanie i ochronę wizerunku przedsiębiorstwa lub produktu,
- 4) promocja sprzedaży – krótkookresowe działania wykorzystujące bodźce ekonomiczne w celu pobudzenia sprzedaży,
- 5) marketing bezpośredni – bezpośredni kontakt z klientem obecnym i potencjalnym².

Aby promocja produktu była skuteczna, nadawca (przedsiębiorstwo) musi wybrać odpowiednie kanały komunikacji do nadania swojego przekazu. W literaturze przyjęto rozróżnić dwa podstawowe ich rodzaje:

- 1) osobiste,
- 2) nieosobiste³.

Cechą osobistych kanałów komunikowania jest bezpośredni kontakt osób komunikujących się. Kanały te można podzielić na:

- 1) kanały ekspertów – oświadczenia i opinie niezależnych specjalistów o produkcie i firmie, składane docelowym nabywcom,

¹ A. Sznajder, Sztuka promocji, Business Press Ltd., Warszawa 1993, s. 4.

² Ph. Kotler, Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola, Warszawa 1999, s. 546.

³ *Op. cit.*, s. 557.

- 2) kanały zwolenników – kontakty sprzedawców danego produktu z nabywcami docelowymi,
- 3) kanały społeczne – oświadczenia i opinie rodziny, znajomych, przyjaciół docelowych nabywców na temat produktu i firmy.

Nieosobiste kanały komunikowania przenoszą przekazy bez bezpośredniego kontaktu lub oddziaływania ludzi. Wyróżnić należy:

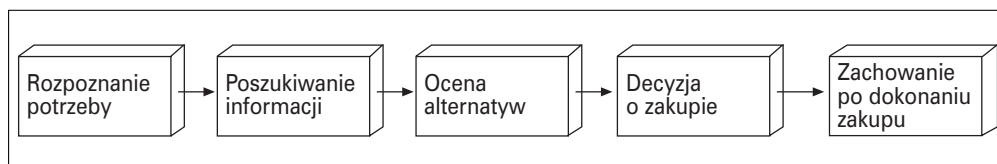
- 1) środki masowego przekazu, np. czasopisma, radio, telewizja,
- 2) wydarzenia, imprezy, których celem jest promocja firmy i produktów,
- 3) nastrój za pomocą którego tworzy się przychylne nastawienie nabywcy do kupna danego produktu.

2. Proces zakupu na rynku farmaceutycznym

Jednym z podstawowych pytań, jakie zadaje sobie przedsiębiorstwo przy projektowaniu strategii marketingowej, jest pytanie o motywacje zakupu (dlaczego klienci kupują produkty i usługi firmy?). Możliwość udzielenia dokładnej odpowiedzi gwarantuje sukces na rynku. Tak więc przed rozpoczęciem planowania strategii marketingowej każde przedsiębiorstwo powinno określić swoich docelowych nabywców i poznać charakterystyczny dla nich proces decyzyjny, prowadzący do zakupu określonego dobra czy usługi.

Proces dokonywania zakupu dobra lub usługi (rysunek 1) składa się z kilku faz, które wykraczają daleko poza fizyczny moment zakupu⁴.

Rysunek 1. Etapy procesu zakupu



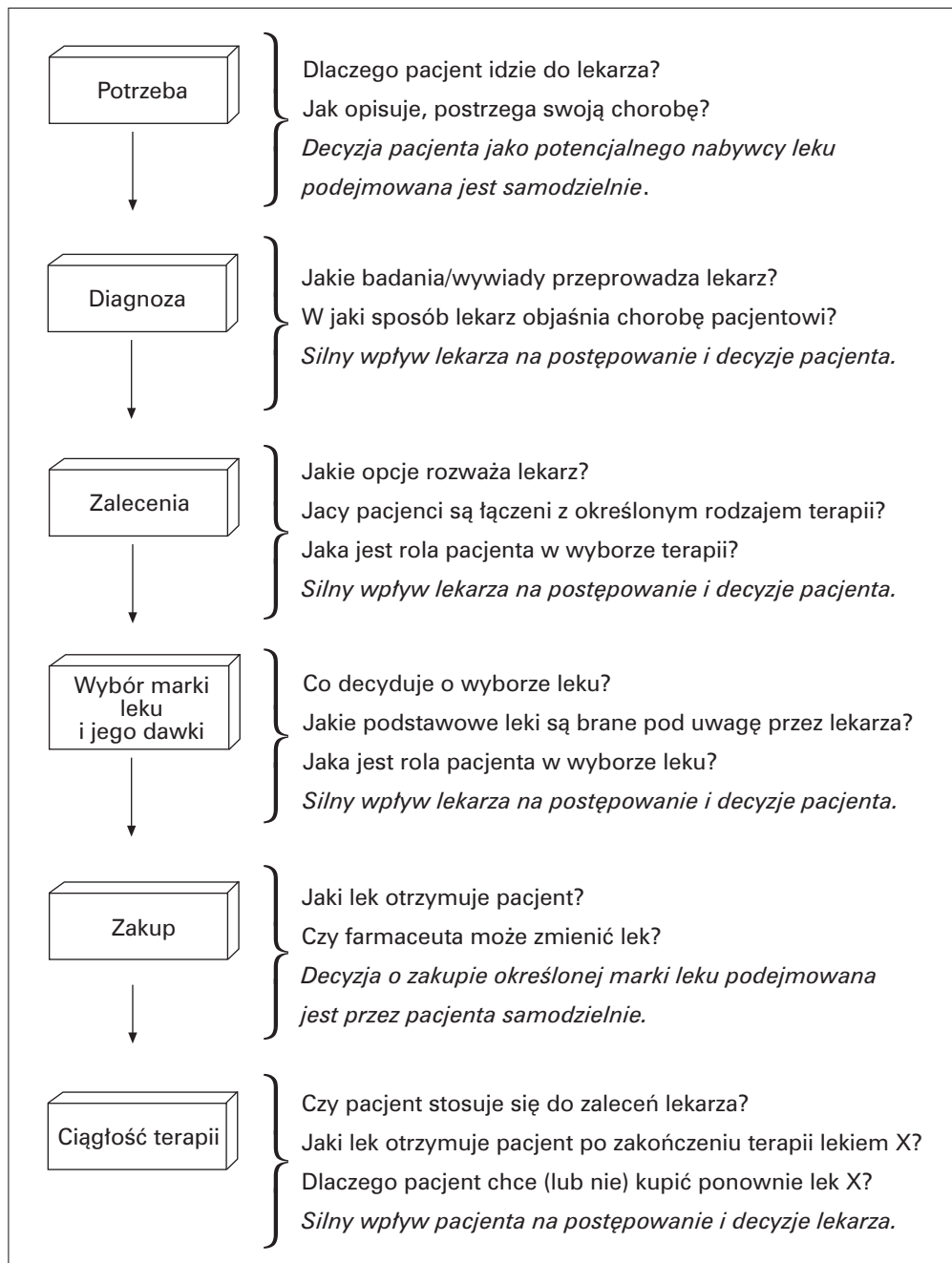
Źródło: A. Sznajder, *Sztuka promocji*, Business Press Ltd, Warszawa 1993, s. 4.

Proces zakupu na rynku farmaceutycznym różni się w zależności od tego, czy dotyczy leków wydawanych z przepisu lekarza (leki etyczne), czy leków wydawanych bez konieczności posiadania recepty (leki OTC). Przedmiotem niniejszego artykułu są – ze względu na swą specyfikę – leki etyczne.

Adaptację schematu procesu dokonywania zakupu do rynku farmaceutycznego przedstawiono na rysunku 2.

⁴ A. Sznajder, *Sztuka promocji...*, *op. cit.*, s. 4.

Rysunek 2. Proces zakupu na rynku farmaceutycznym dla leków wydawanych z przepisu lekarza



Źródło: opracowanie własne.

Poszczególne fazy procesu zakupu leku zależą od wielu czynników wpływających na zachowanie pacjenta i lekarza. W fazie rozpoznawania potrzeby lekarz wybierając konkretny lek ze spektrum leków stosowanych w danym schorzeniu, powinien przede wszystkim kierować się dobrem pacjenta. Niestety praktyka pokazuje, że istnieją przypadki, w których lekarz przy ordynacji leku kieruje się własnym, prywatnym interesem; wybiera lek tego producenta, który w zamian za preskrypcję medykamentu w określony sposób nagradza lekarza.

W fazie diagnozy procesu zakupu leku medyk podejmuje próbę najlepszego dopasowania leku do danego schorzenia, opierając się przy tym na analizie objawów opisywanych przez pacjenta, wywiadzie z pacjentem, badaniu. Często bierze pod uwagę opinię specjalistów leczących pacjenta (zwłaszcza gdy pacjent przychodzi do lekarza pierwszego kontaktu po leczeniu szpitalnym danej jednostki chorobowej z zaleconą już terapią leczenia).

W kolejnej fazie procesu zakupu leku lekarz uwzględnia standardy światowe w leczeniu danego schorzenia, własne doświadczenie, przekonanie do niektórych leków oraz siłę współpracy z poszczególnymi firmami farmaceutycznymi. Wybierając konkretną markę leku i jego dawkę, powinien on uwzględniać dopasowanie preparatu do danego pacjenta pod kątem jego ceny, formy (np. łatwiejszą formą podania lekarstwa dzieciom jest syrop czy zawiesina niż tabletki), tolerancji – wzajemnej interakcji z innymi przyjmowanymi lekarstwami przez pacjenta. Ważną rolę w tej fazie procesu zakupu leku odgrywa przyzwyczajenie medyka, często wręcz nawyk. Podjęta decyzja również uzależniona jest od relacji lekarz – przedstawiciel firmy farmaceutycznej oraz formy współpracy.

Właściwa faza zakupu leku to proces wypisania recepty na określoną markę leku, często połączony z wydaniem pacjentowi bezpłatnej próbki farmaceutyku, otrzymanej w tym celu od firmy farmaceutycznej. W przypadku jakichkolwiek wątpliwości lekarz powinien skonsultować swoje zalecenie, kierując pacjenta do lekarza specjalisty.

Ostatnią, lecz bardzo istotną fazą procesu zakupu leku (dotyczy głównie chorób przewlekłych) jest utrzymanie ciągłości leczenia danym preparatem, a więc powtórna preskrypcja konkretnego lekarstwa. Wynik postępowania medyka w tej fazie w dużym stopniu zależy od pacjenta. Lekarz uwzględnia jego uwagi, spostrzeżenia dotyczące leku, samopoczucie, fakt wystąpienia objawów niepożądanych.

Analizując proces zakupu medykamentu od strony pacjenta należy zauważyć, iż przebiega on w podobnych fazach, jak w przypadku lekarza. Różne są natomiast czynniki wpływające na ich zachowanie.

Współczesny pacjent charakteryzuje się coraz wyższą świadomością swojej choroby oraz swoich praw, często chce współdecydować w procesie leczenia. Nie-

wątpliwie na fakt, czy zaakceptuje on daną markę leku, ma wpływ rodzina pacjenta, informacje od znajomych, otoczenie, reklama telewizyjna (dotyczy leków wydawanych bez recepty – OTC) oraz akcje propagandowe firm farmaceutycznych. Nie bez znaczenia jest własne doświadczenie pacjenta (pozytywne lub negatywne, w odniesieniu do danego leku), jak również jego preferencje co do ceny, formy, dawki.

Tabela 1. Czynniki wpływające na zachowanie lekarzy i pacjentów w kolejnych fazach procesu zakupu leku wydawanego z przepisu lekarza

Fazy Procesu zakupu / Potrzebna informacja	Lekarz	Pacjent
Potrzeba	1) pomoc pacjentowi 2) zaspokojenie własnej potrzeby, współpraca z firmą farmaceutyczną	1) własna motywacja – nasilenie objawów, wzrost świadomości 2) wpływ rodziny, otoczenia 3) media, akcje propagandowe firm farmaceutycznych
Diagnoza	1) wywiad, analiza objawów 2) referencje specjalisty	1) świadomy pacjent współpracuje, może sugerować jednostki chorobowe
Leczenie	1) standardy leczenia 2) własne doświadczenie, przekonanie do leku 3) wpływ firmy farmaceutycznej na wybór terapii	1) własne doświadczenia, preferencje 2) informacje od znajomych, z mediów
Wybór marki leku	1) dopasowanie do pacjenta/choroby: dawkowanie, tolerancja, cena, forma 2) przyzwyczajenie, nawyk 3) współpraca z firmą, relacje lekarz – przedstawiciel firmy farmaceutycznej	1) preferencje co do ceny, formy, dawkowania 2) pozytywne lub negatywne doświadczenia z lekiem 3) informacja o nowym sposobie leczenia
Zakup	1) wypisanie recepty 2) wydanie próbki leku 3) skierowanie do specjalisty	1) zakup w aptece przepisanego leku 2) rezygnacja z zakupu
Ciągłość	1) przekonanie do leku 2) współpraca z firmą farmaceutyczną 3) sugestie pacjenta 4) stały kontakt z pacjentem	1) pozytywne/negatywne doświadczenia, troska o zdrowie 2) wpływ otoczenia 3) uznanie, szacunek dla lekarza

Źródło: opracowanie własne.

Należy podkreślić, iż na decyzję o zakupie może ponadto wpłynąć opinia farmaceuty wydającego lek. Ma on prawo poinformować pacjenta o istnieniu preparatów o identycznym składzie chemicznym, jak zapisany przez lekarza, ale tańszych. Ostateczna decyzja zawsze należy do pacjenta. O tym, czy pacjent powtórnie zdecyduje się na zakup preparatu danej marki, decyduje głównie jakiego doświadczenie z lekiem. Pozytywne odczucia, wewnętrzne przekonanie, iż dany lek jest dla niego najlepszym z możliwych, to gwarancja ciągłości terapii. Ważnym czynnikiem jest również uznanie i szacunek dla lekarza ordynującego leki oraz wiara w jego kompetencję i uczciwość.

3. Promocja produktu leczniczego

Za promocję produktu leczniczego należy uznać wszelkie czynności i środki, których celem jest rzetelna, obiektywna i pełna informacja o leku, adresowana do lekarzy i farmaceutów, a za ich pośrednictwem do potencjalnych konsumentów leków:

- 1) rzetelna, tzn. zgodna ze wszystkimi doświadczeniami i obserwacjami klinicznymi dla danego leku,
- 2) obiektywna, tzn. wszystkie interpretacje dotyczące właściwości terapeutycznych (działanie, efekty niepożądane, toksyczność itp.) powinny być zgodne ze stanem faktycznym i zakresem współczesnej wiedzy,
- 3) pełna, tzn. powinna zawierać absolutnie wszystkie dane i informacje o leku (zarówno korzystne, jak i niekorzystne)⁵.

Przedsiębiorstwo farmaceutyczne korzysta z szeregu instrumentów promocyjnych. W odniesieniu do leków etycznych szczególne znaczenie mają następujące instrumenty:

- 1) sprzedaż osobista – bezpośrednia prezentacja produktu dokonana przez odpowiednio wyszkolonego przedstawiciela medycznego,
- 2) reklama w czasopismach medycznych – skierowana do specjalistycznego odbiorcy,
- 3) publikacje w czasopismach medycznych – przedstawienie dostępnych informacji na temat konkretnego leku lub grupy terapeutycznej w formie opisu, sprawozdania, komentarza do zamieszczonego artykułu itp.,
- 4) marketing bezpośredni – reklama pocztowa, telemarketing,
- 5) organizacja sympozjów – spotkania o charakterze edukacyjno-towarzystkim, ukierunkowane na promocję firmy farmaceutycznej i leku,

⁵ W. Kwapiszewski, Reklama, promocja i informacja o leku, „Gazeta Farmaceutyczna”, Nr 3, 1992, s. 7.

- 6) udział w ogólnokrajowych i regionalnych konferencjach medycznych i farmaceutycznych – prezentacja firmy i leków dla szerokiego grona lekarzy, często przy wykorzystaniu sponsorowanych wykładów i sesji plenarnych,
- 7) promocja uzupełniająca – działania zwiększające atrakcyjność współpracy lekarza i farmaceuty z firmą farmaceutyczną (programy obserwacji pacjentów, udział w badaniach porejestracyjnych, dostarczanie próbek leków),
- 8) sponsoring – działania polegające na dofinansowaniu działalności jednostek służby zdrowia, stowarzyszeń pacjentów, konkretnych lekarzy i wykorzystywaniu faktu sponsoringu do promocji firmy będącej sponsorem,
- 9) *public relations* – działania mające na celu tworzenie i utrzymywanie zaufania do przedsiębiorstwa w otoczeniu, w którym działa.

W przypadku rynku farmaceutycznego, zwłaszcza leków etycznych, przedstawiony we wstępie, system promotion-mix wymaga znaczącej modyfikacji. Przedmiotem sprzedaży są leki wydawane z przepisu lekarza, a adresatami działań promocyjnych środowisko medyczne. W takiej sytuacji wykorzystywanie reklamy kierowanej do publicznej wiadomości jest niewłaściwe i niemożliwe ze względów prawnych. Podobnie – znana z rynków konsumpcyjnych – promocja sprzedaży polegająca na oferowaniu konsumentom obniżek cen, wysyłaniu bezpłatnych próbek czy organizowaniu degustacji, dla produktów farmaceutycznych nie znajduje zastosowania.

Promocja produktów leczniczych, ze względu na ich specyfikę, budzi wiele wątpliwości, głównie natury etycznej. Lekarz podejmujący decyzję za pacjenta w kwestii doboru leku zazwyczaj jest ostrożny, jeżeli chodzi o nowe produkty i potrzebuje wielu informacji zanim zdecyduje się na zastosowanie leku w terapii. Najbardziej charakterystycznym sposobem na dostarczenie rzeczowej, szczegółowej informacji o farmaceutykach, dostosowanej do indywidualnych potrzeb lekarzy, jest zespół przeszkolonych przedstawicieli naukowych (medycznych). Nazwa wywodzi się z języka angielskiego *scientific representative* lub *medical representative*. Utożsamianie przedstawicieli naukowych z akwizytorami czy agentami handlowymi nie jest właściwe. Działalność przedstawicieli medycznych, pomimo pewnych wspólnych cech, różni się od działalności akwizytorów. Głównym celem sprzedaży osobistej jest zawarcie umowy kupna-sprzedaży lub wykonania usługi. Przedstawiciel firmy farmaceutycznej nie ma możliwości fizycznego zawarcia transakcji, a jedynie może uzyskać obietnicę, że lekarz będzie stosował dany lek u swoich pacjentów z określonym schorzeniem. Zadaniem przedstawiciela naukowego jest utrzymywanie stałych kontaktów z medykami oraz dostarczanie im pełnej informacji o lekach.

Według szacunków firm farmaceutycznych, około 70% ich sukcesu promocyjnego zależy od przedstawicieli medycznych. Dzieje się tak, ponieważ bezpośredni kontakt z potencjalnym nabywcą (lekarzem) pozwala na szybką i elastyczną reakcję w przypadku zmiany opinii i postawy medyka wobec leku oraz nadaje ludzki wymiar stosunkom przedsiębiorstwo – odbiorca. Sprzyja to kształtowaniu pozytywnego wizerunku firmy i produktu. Powyższa forma promocji posiada jednak kilka istotnych ograniczeń. Do podstawowych zaliczyć trzeba wysokie koszty związane z działalnością przedstawicieli medycznych, oraz częstotliwość kontaktów (lekarze coraz częściej odmawiają przyjęcia przedstawiciela uzasadniając swoje zachowanie brakiem czasu).

Jak już wspomniano, reklama kierowana do publicznej wiadomości, w przypadku leków wydawanych wyłącznie na receptę jest prawnie zakazana; zgodnie z prawem promocja może być kierowana tylko do farmaceutów i osób mogących ordynować leki. Przepisy prawne nie zabraniają zamieszczania reklam w czasopismach specjalistycznych (medycznych). Ustawodawca jednak nie podaje definicji takich pism, nie określa również kryteriów pozwalających odróżnić pisma specjalistyczne od pism popularnych. Za medyczne pisma specjalistyczne zwyczajowo przyjęto uważać pisma, których adresatami są lekarze, farmaceuci, pielęgniarki. Na rynku polskim najbardziej znane są: „Gazeta Lekarska”, „Medycyna po Dyplomie”, „Medycyna Praktyczna”, „Wiadomości Lekarskie” i inne. Firmy farmaceutyczne w powyższych czasopismach zamieszczają reklamy swoich produktów. Zazwyczaj reklamę umieszcza się w wydaniu, w którym poruszany jest problem leczenia choroby, związanej z reklamowanym lekiem.

Kolejnym, ważnym instrumentem promocji, stosowanym przez firmy farmaceutyczne, są bezpłatne próbki leku przekazywane lekarzom, a przez nich pacjentom. Jest to najszybszy sposób wypromowania skutecznego leku. Pacjent ma okazję wypróbowania, jak działa dany lek, na ile jest skuteczny, jakie ma działania uboczne. Dostarczanie próbek produktów leczniczych jest szczegółowo regulowane przez prawo (art. 54 ustawy Prawo Farmaceutyczne z dnia 6 września 2001 roku).

Firmy produkujące leki do promocji produktów często wykorzystują bezpośrednio przesyłki pocztowe (*direct mail*), oznaczające dystrybucję materiału reklamowego za pomocą poczty lub częściej – za pomocą specjalnych firm obsługujących sektor farmaceutyczny, bezpośrednio do potencjalnego klienta⁶. Na polskim rynku najbardziej znanymi firmami oferującymi usługę *direct mail* są Medical Data Management, Polish Medical Mailing, Direct Communication. Firmy te

⁶ K. Retzler, *Direct Marketing. The Proven Path to Successful Sales*, Scott Foresman and Company, Glenview 1988, s. 265.

dysponują bazami adresowymi lekarzy i farmaceutów. Materiały reklamowe kierowane są do określonej grupy docelowej – w przypadku lekarzy może to być interesująca firmę farmaceutyczną specjalizacja (np. kardiologdy), rodzaj praktyki (np. lekarze pierwszego kontaktu), miejsce pracy (np. przychodnie rejonowe). Powyższa forma promocji jest obecnie wykorzystywana na szeroką skalę ze względu na relatywnie niskie koszty i wysoką skuteczność w dotarciu informacji do lekarza czy farmaceuty. Należy jednak zaznaczyć, iż jej atrakcyjność wykazuje tendencję malejącą. Lekarze i farmaceuci, ze względu na dużą ilość informacji od firm farmaceutycznych przesyłanych drogą pocztową, przywiązują do nich coraz mniejszą uwagę, a często wcale ich nie czytają.

Uważa się, że kampania *direct mail* w przypadku produktów leczniczych powinna mieć charakter powtarzalny. Za minimalną ilość wysyłek pocztowych przyjmuje się osiem na rok, jednak nie więcej niż dwa razy na miesiąc. Przesyłki pocztowe nie powinny zawierać jedynie tekstu reklamowego, zachęcającego do zastosowania danego leku u pacjentów; powinny również zawierać inne, cenne dla lekarza informacje, np. wyniki badań związanych z danym lekiem, nowo zarejestrowane wskazania, informacje dotyczące zjazdów i kongresów, których tematyka dotyczy leczenia danego schorzenia, materiały z konferencji itd.

Istotnym instrumentem promocji produktów leczniczych oraz firm farmaceutycznych jest uczestnictwo w wystawach i imprezach targowych. Spotkania takie stanowią doskonałą możliwość zaprezentowania firmy określonemu odbiorcy oraz konfrontację z konkurencją. Sukces na targach czy wystawach uzależniony jest od wielu czynników, w tym od stoiska reklamowego. Stanowi ono nie tylko wizytówkę firmy, lecz również tymczasowe biuro, które powinno być zaprojektowane estetycznie i funkcjonalnie. Elementem decydującym o powodzeniu na targach w dużej mierze jest umiejscowienie stoiska. Przyjmuje się, iż najkorzystniejszym dla firmy – ze względu na zauważalność, rotację osób zwiedzających oraz możliwości reklamowe – jest tzw. stoisko wypowe, usytuowane najczęściej w środku sali. Takie położenie zapewnia uczestnikom targów obejście go z każdej strony, dokładne obejrzenie materiałów reklamowych oraz umożliwia prowadzenie różnego typu akcji promocyjnych.

Lekarze większości specjalności łączą się w stowarzyszeniach czy sekcjach, które w ramach swej działalności, między innymi, organizują krajowe lub regionalne konferencje, zjazdy czy kongresy. Wydarzenia te stanowią okazję do wymiany poglądów, zapoznania się z najnowszymi badaniami, trendami w leczeniu określonych jednostek chorobowych. Ze względu na ograniczone fundusze służby zdrowia w Polsce powyższe wydarzenia nie mogłyby być organizowane bez sponsoringu firm farmaceutycznych.

Sponsoring polega na asystowaniu firmie, w formie finansowej lub rzeczowej, aktywności społecznie użytecznej i wykorzystaniu skojarzenia z tą aktywnością dla osiągnięcia celów marketingowych⁷. Cele sponsoringu można podzielić na ogólne (główne) i szczegółowe. Jako cele główne należy wymienić: wzrost wiedzy o firmie i jej produktach, poprawienie lub stworzenie nowego wizerunku firmy. Do celów szczegółowych zalicza się: dotarcie do wyselekcjonowanej grupy klientów, wejście w określoną społeczność i zaspokojenie jej potrzeb. Produkt lub usługi oferowane przez sponsorującą firmę powinny naturalnie kojarzyć się z przedmiotem sponsorowania. Firmy farmaceutyczne zazwyczaj decydują się na sponsorowanie działań związanych z medycyną, jak badania kliniczne, programy edukacyjne i szkolenia dla lekarzy, zjazdy, kongresy naukowe.

Za pokrewny sponsoringowi instrument można uznać *public relations*, którego głównym celem jest kształtowanie i podtrzymywanie pozytywnego wizerunku firmy i jej produktów w opinii różnych zbiorowości społecznych, przede wszystkim odbiorców⁸. Do najbardziej charakterystycznych narzędzi z zakresu *public relations* należą kontakty ze środkami masowego przekazu, lobbying, doradztwo dla kierownictwa przedsiębiorstwa. Obecnie firmy farmaceutyczne pragną być postrzegane jako partner dla lekarzy, farmaceutów, pacjentów. Współpracują z politykami, agendami rządowymi, legislacyjnymi w celu tworzenia sprzyjających politycznych i prawnych warunków dla swojej działalności.

Ważną rolę również odgrywają wydarzenia, takie jak konferencje prasowe, seminaria, wystawy, konkursy, jubileusze związane z działalnością firmy. Utrwaleniu wizerunku przedsiębiorstwa w świadomości klientów sprzyja ponadto posiadanie charakterystycznego logo, nazwy, barw firmowych umieszczanych na formularzach, wizytówkach, budynkach, ubraniach pracowników, samochodach.

W ramach kreowania pozytywnego wizerunku, firmy farmaceutyczne często wykorzystują narzędzie darowizny. W przypadkach klęsk żywiołowych, gdy uwaga opinii publicznej skupiona jest na ludzkim nieszczęściu, przedsiębiorstwa produkujące leki przekazują bezpłatnie medykamenty potrzebującym, skrupulatnie wykorzystując ten fakt w autoreklamie. Przykładem może być firma Eli Lii-li, której pracownicy prezentując historię firmy, z dumą podkreślają: *...Pułkownik Eli Liili, założyciel koncernu, szybko reagował na ludzkie nieszczęście, spiesząc z pomocą tam, gdzie była ona konieczna. Wspomnieć należy jego pomoc ofiarom trzęsienia ziemi i pożaru w 1906 roku w San Francisco. Dostarczył wówczas bezpłatnie leki z własnej wytwórni*⁹.

⁷ T. Redwan, Sponsoring – nowy klucz do sukcesu, „Businessman”, Nr 8, 1993, s. 64.

⁸ A. Wiśniewski, Marketing, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1995, s. 182.

⁹ Materiały wewnętrzne firmy Eli Liili.

Na zakończenie prezentacji głównych instrumentów promocji stosowanych przez firmy produkujące leki, proponuję skrótową analizę wyników badania rynku farmaceutycznego, przeprowadzonego przez pracowników Akademii Ekonomicznej w Poznaniu¹⁰.

Badanie potwierdziło, iż najlepszym instrumentem promocji środków farmaceutycznych jest sprzedaż osobista, która w związku z uwarunkowaniami prawnymi i etycznymi promocji leków wydawanych z przepisu lekarza nabiera szczególnego znaczenia. W przeprowadzonych badaniach ankietowych, mających na celu ustalenie najbardziej efektywnej formy dotarcia z informacją do lekarzy, uzyskano następujący ranking działań promocyjnych:

- 1) promocja osobista prowadzona przez przedstawicieli firm farmaceutycznych,
- 2) udział firm farmaceutycznych w zjazdach,
- 3) publikacje w prasie specjalistycznej,
- 4) ogłoszenia reklamowe w fachowych wydawnictwach,
- 5) informacje od firm farmaceutycznych przychodzące pocztą,
- 6) sympozja promocyjne organizowane przez firmy farmaceutyczne.

4. Promocja produktu leczniczego w świetle ustawy Prawo Farmaceutyczne

Rynek leków, ze względu na swą specyfikę, podlega regulacjom prawnym. Głównym aktem prawnym regulującym rynek farmaceutyczny (zasady i tryb dopuszczania do obrotu produktów leczniczych, warunki wytwarzania, reklamę produktów leczniczych, wymagania dotyczące funkcjonowania aptek, hurtowni oraz placówek obrotu pozaaptecznego) jest ustawa z dnia 6 września 2001 roku Prawo Farmaceutyczne.

W ciągu trzech lat Sejm RP kilkakrotnie dokonywał poprawek w ustawie, dostosowując polskie prawo farmaceutyczne do wymogów Unii Europejskiej. Ostatnie zmiany wprowadzono w kwietniu 2004 roku. Zmiany te jednak w niewielkim stopniu modyfikują przepisy związane z marketingiem leków. Nieznacznie zmieniono art. 55 ustawy, gdzie wprowadzono zakaz reklamy, kierowanej do publicznej wiadomości, polegającej na prezentacji produktu leczniczego przez naukowców, jak również zakazano w reklamie odwoływania się do zaleceń osób posiadających

¹⁰ B. Kawałko-Myślińska, M. Michalik, Przedstawiciel Medyczny w świetle badań. Strategie marketingowe na rynku farmaceutycznym, AE w Poznaniu, 2003, s. 126.

wykształcenie medyczne lub farmaceutyczne. Modyfikacji nie wprowadzającej istotnej zmiany uległ również art. 62¹¹.

Prezentując uregulowania prawne dotyczące promocji produktu leczniczego, należy zaznaczyć, iż ustawa nie definiuje pojęcia promocja. Rozdział IV ustawy (art. 52–64) *Reklama produktów leczniczych* zawiera jednak przepisy regulujące stosowanie instrumentów promocyjnych na rynku farmaceutycznym.

Zgodnie z treścią art. 52 ust. 1, reklamą produktu leczniczego jest działalność polegająca na informowaniu i zachęcaniu do stosowania leków, mająca na celu zwiększenie liczby przepisywanych recept, dostarczania, sprzedaży lub konsumpcji medykamentów. A zatem reklama produktu leczniczego (podobnie jak reklama każdego innego produktu) stanowi połączenie elementów informacyjnych z zachętą do stosowania produktu leczniczego. Działalność reklamowa obejmuje w szczególności:

- 1) reklamę produktu leczniczego, kierowaną do publicznej wiadomości,
- 2) reklamę produktu leczniczego, kierowaną do osób upoważnionych do wystawiania recept oraz osób prowadzących zaopatrzenie w produkty lecznicze,
- 3) odwiedzanie osób upoważnionych do wystawiania recept oraz prowadzących zaopatrzenie w produkty lecznicze przez przedstawicieli handlowych i medycznych,
- 4) dostarczanie próbek produktów leczniczych,
- 5) sponsorowanie spotkań promocyjnych dla osób upoważnionych do wystawiania recept i osób zaopatrujących w produkty lecznicze,
- 6) sponsorowanie konferencji, zjazdów i kongresów naukowych dla osób upoważnionych do wystawiania recept i osób zaopatrujących w produkty lecznicze.

Za reklamę nie uważa się informacji umieszczonych na opakowaniach oraz załączonych do opakowań leków.

Ustawodawca wprowadza następujące rozgraniczenie adresatów reklamy farmaceutyków:

¹¹ a) ust. 2 otrzymał brzmienie:

2. *Organy, o których mowa w ust. 1, mogą w drodze decyzji nakazać:*

- 1) *zaprzestania ukazywania się lub prowadzenia reklamy produktów leczniczych sprzecznej z obowiązującymi przepisami,*
- 2) *publikację wydanej decyzji w miejscach, w których ukazała się reklama sprzeczna z obowiązującymi przepisami, oraz publikację sprostowania błędnej reklamy,*
- 3) *usunięcie stwierdzonych naruszeń,*

b) ust. 3 otrzymał brzmienie:

3. *Decyzje, o których mowa w ust. 2 pkt 1 i 3, mają rygor natychmiastowej wykonalności.*

- 1) reklamy kierowane do publicznej wiadomości (art. 53 ust. 1a, art. 55 ust. 3a, art. 55 ust. 4, art. 55 ust. 5, art. 57),
- 2) reklamy kierowane do osób upoważnionych do wystawiania recept i osób zaopatrujących w produkty lecznicze (art. 58 ust. 1–3),
- 3) reklamy kierowane tylko do osób uprawnionych do wystawiania recept (art. 53 ust. 1, art. 54 ust. 1–3),
- 4) reklamy kierowane do wszystkich wyżej wskazanych podmiotów (art. 55 ust. 1, art. 55 ust. 2, art. 55 ust. 3, art. 56)¹².

Ustawa Prawo Farmaceutyczne zawiera również przepisy regulujące reklamę produktu farmaceutycznego, dotyczące wszystkich grup adresatów. Powyższy charakter mają art. 55 ust. 1, art. 55 ust. 2, art. 55 ust. 3, art. 56. Zgodnie z nimi:

- 1) reklama produktu leczniczego nie może wprowadzać w błąd, powinna prezentować produkt leczniczy obiektywnie oraz informować o racjonalnym stosowaniu,
- 2) reklama produktu leczniczego nie może polegać na oferowaniu lub obiecywaniu jakichkolwiek korzyści w sposób pośredni lub bezpośredni w zamian za dostarczenie dowodów, że doszło do nabycia medykamentu,
- 3) reklama produktu leczniczego nie może być kierowana do dzieci ani zawierać żadnego elementu, który jest do nich kierowany,
- 4) zabrania się reklamy produktów leczniczych niedopuszczonych do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz zawierających informacje niezgodne z zatwierdzoną Charakterystyką Leku.

Ze względu na fakt zakazu kierowania reklamy leków wydawanych wyłącznie na podstawie recepty do publicznej wiadomości, świadomie pominęłam prezentację artykułów ustawy regulujących te zagadnienia. Mając na uwadze temat artykułu oraz współczesne kontrowersje związane z promocją leków, zdecydowałam się na szeroką prezentację artykułów ustawy dotyczących dostarczania próbek leków oraz sponsoringu spotkań promocyjnych, konferencji, zjazdów.

Bezpłatne dostarczanie próbek produktu leczniczego

Bezpłatne dostarczanie próbek produktów leczniczych przez firmy farmaceutyczne reguluje art. 54 ustawy Prawo Farmaceutyczne. Zgodnie z nim taka forma reklamy może być kierowana wyłącznie do osób uprawnionych do wystawiania recept i musi spełniać następujące warunki:

¹² P. Białecki, Reklama produktu leczniczego w świetle ustawy Prawo Farmaceutyczne. Zagadnienia wybrane, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego”, Nr 6, 2003, s. 10.

- 1) osoba upoważniona do wystawiania recept musi wystąpić w formie pisemnej do przedstawiciela handlowego lub medycznego przedsiębiorstwa farmaceutycznego o dostarczenie próbki produktu leczniczego,
- 2) osoba dostarczająca próbkę musi kontrolować i prowadzić ewidencję dostarczanych próbek,
- 3) każda dostarczana próbka musi stanowić najmniejsze opakowanie produktu leczniczego dopuszczone do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej,
- 4) każda dostarczana próbka musi być opatrzona napisem „próbka bezpłatna – nie do sprzedaży”,
- 5) do każdej dostarczanej próbki musi być dołączona Charakterystyka Produktu Leczniczego,
- 6) ilość dostarczanych próbek tej samej osobie, tego samego produktu leczniczego, nie może przekroczyć pięciu opakowań w ciągu jednego roku,
- 7) reklama polegająca na bezpłatnym dostarczaniu próbek nie może dotyczyć produktów leczniczych będących środkami odurzającymi lub substancjami psychotropowymi.

Sponsoring spotkań promocyjnych, konferencji, zjazdów

Ustawa Prawo Farmaceutyczne nie definiuje pojęcia sponsoring. Słusznym więc wydaje się odwołanie do jednej z powszechnie stosowanych definicji, gdzie za sponsoring uważa się asystowanie firmy, w formie finansowej lub rzeczowej, aktywności społecznie użytecznej i wykorzystanie skojarzenia z tą aktywnością dla osiągnięcia celów marketingowych¹³.

Regulacje związane ze sponsoringiem, zawarte w ustawie, określają działania polegające na sponsorowaniu konferencji, zjazdów czy kongresów naukowych jako działania reklamowe. Z faktem wyraźnego wskazania działań sponsorских jako formy, pod jaką może być prowadzona reklama produktu leczniczego, wiążą się następujące rozgraniczenia i związane z nimi skutki prawne:

- 1) sponsor jest jednocześnie organizatorem konferencji i sam przekazuje treści reklamowe. W takim przypadku zobowiązany jest on do zapewnienia, aby reklama produktu leczniczego spełniała wszystkie wymogi określone przepisami ustawy Prawo Farmaceutyczne;
- 2) sponsor jedynie finansuje lub współfinansuje konferencje. W takim przypadku działania sponsora często ograniczają się do przelania określonej kwoty pieniężnej na rachunek organizatora konferencji. Trudno więc uznać, że dochodzi również do bezpośredniego przekazania jakichkolwiek

¹³ T. Redwan, Sponsoring – nowy klucz do..., *op. cit.*, s. 64.

„informacji i zachęty do stosowania produktu leczniczego” (art. 52 ust. 1). W takiej sytuacji należy przyjąć, iż informację tę i zachętę przekazuje organizator konferencji, który czynić powinien to zgodnie z wymogami określonymi w ustawie. Należy podkreślić, iż wszelkie działania dokonywane przez organizatora konferencji, zjazdu, kongresu czy spotkania promocyjnego związane z reklamą produktu leczniczego dokonywane są na zlecenie podmiotu odpowiedzialnego (najczęściej firma farmaceutyczna), który za treść takich przekazów ponosi pełną odpowiedzialność¹⁴.

Działania związane ze sponsoringiem reguluje również art. 58 prezentowanej ustawy, zgodnie z którym zabrania się kierowania do osób uprawnionych do wystawiania recept oraz osób prowadzących obrót produktami leczniczymi reklamy medykamentu, polegającej na wręczaniu, oferowaniu i obiecywaniu korzyści materialnych, prezentów, nagród, wycieczek oraz organizowaniu i finansowaniu spotkań promocyjnych farmaceutyków, podczas których przejawy gościnności wykraczają poza główny cel spotkania.

5. Podsumowanie

Rynek farmaceutyczny w XXI wieku próbuje sprostać wymogom gospodarki rynkowej: intensywnie narastającej konkurencji, wzrastającej roli klienta (także pacjenta), konieczności adaptacji procesów technologicznych do ciągle zmieniających się standardów i najnowszych osiągnięć. Tendencje globalne przekładają się na rynki w poszczególnych krajach i dalej na konkretne produkty.

W Polsce, w ostatnich latach, nastąpił intensywny rozwój marketingu produktów farmaceutycznych i transformacji z podejścia sprzedażowego na marketingowe. Fakty te znajdują swoje odbicie w konsolidacji przemysłu farmaceutycznego, programach redukcji kosztów i podnoszeniu efektywności zarządzania. Żadna firma nie może już pozwolić sobie na oparcie swojej strategii wyłącznie na przewadze jakościowej produktów. Bez wsparcia efektywną promocją nawet najlepszy lek zostanie dostrzeżony co najwyżej w kręgach badaczy naukowych.

Marketing leków budzi wiele kontrowersji. Wynika to ze specyfiki produktu i rynku. Nieumiejętne stosowanie i nadużywanie leków może być groźne dla zdrowia a nawet życia człowieka. Lek jest towarem, który musi być stosowany według określonych zasad, dlatego też konieczna jest szczególna ostrożność, dokładność i fachowość w formułowaniu działań promocyjnych. Powyższym tłumaczyć należy wysoki stopień uregulowania przepisami prawa działalności promo-

¹⁴ P. Białecki, Wybrane zagadnienia związane z reklamą produktów leczniczych na tle ustawy Prawo Farmaceutyczne, „Prawo i Medycyna”, Nr 13, 2003, s. 129.

cyjnej firm farmaceutycznych, obrotu lekami, badań klinicznych, procesu produkcji, dystrybucji, przechowywania, sprzedaży oraz ustalenia cen leków.

6. Bibliografia

1. Białecki P., Reklama produktu leczniczego w świetle ustawy Prawo Farmaceutyczne. Zagadnienia wybrane, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego”, Nr 6, 2003.
2. Białecki P., Wybrane zagadnienia związane z reklamą produktów leczniczych na tle ustawy Prawo Farmaceutyczne, „Prawo i Medycyna”, Nr 13, 2003.
3. Kawałko-Myślińska B., Michalik M., Przedstawiciel Medyczny w świetle badań. Strategie marketingowe na rynku farmaceutycznym, AE w Poznaniu, 2003.
4. Kotler Ph., Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola, Warszawa 1999.
5. Kwapiszewski W., Reklama, promocja i informacja o leku, „Gazeta Farmaceutyczna”, Nr 3, 1992.
6. Materiały wewnętrzne firmy Eli Lilly.
7. Redwan T., Sponsoring – nowy klucz do sukcesu, „Businessman”, Nr 8, 1993.
8. Retzler K., Direct Marketing. The Proven Path to Successful Sales, Scott Foresman and Company, Glenview 1988.
9. Rządowy projekt ustawy o zmianie ustawy – prawo farmaceutyczne oraz ustawy o zawodzie lekarza z dnia 02.04.2004 r.
10. Sznajder A., Sztuka promocji, Business Press Ltd., Warszawa 1993.
11. Ustawa Prawo Farmaceutyczne z dnia 6 września 2001 roku.
12. Wiśniewski A., Marketing, Warszawa 1995.
13. Dziennik Ustaw:
 - Dz.U. 02.152.1265
 - Dz.U. 02.141.1181
 - Dz.U. 02.113.984
 - Dz.U. 03.45.391
 - Dz.U. 03.189.1852.

Szacowanie niewypłacalności firm w oparciu o model opcyjny

1. Przesłanki podjęcia tematu

Ryzyko niewypłacalności wiąże się ściśle z ryzykiem kredytowym. Ryzyko niewypłacalności dotyczy każdego podmiotu gospodarczego, tzn. zarówno instytucji finansowych, jak i niefinansowych. Istnieje w tym zakresie pewna zależność przyczynowo-skutkowa. Niewypłacalność kredytobiorcy jest przyczyną realizacji ryzyka kredytowego obciążającego kredytodawcę. Większość relacji pomiędzy współpracującymi podmiotami gospodarczymi prowadzi do zależności, iż jedna strona jest kredytobiorcą a druga kredytodawcą. W związku z tym problem niewypłacalności może być rozważany w perspektywie ryzyka kredytowego, które jest jakby „odbiciem lustrzanym” ryzyka niewypłacalności. Ryzyko niewypłacalności i ryzyko kredytowe wiążą się z rozwojem przedsiębiorstwa, jego potrzebami finansowania rozwoju i powstawaniem struktury źródeł finansowania zawierającej zobowiązania długoterminowe i zobowiązania krótkoterminowe.

Przez wiele lat do oceny ryzyka kredytowego stosowano inne narzędzia i metody niż do oceny niewypłacalności firmy. Nie było w tym zakresie też współpracy pomiędzy bankiem a przedsiębiorstwem. Współpraca między bankiem a przedsiębiorstwem leży w interesie obu podmiotów. Dla banku działalność kredytowa jest obszarem podstawowej działalności i stanowi główną część dochodów, zaś dla przedsiębiorstwa jest to źródło finansowania. Równowaga pomiędzy skalą udzielanych kredytów przez bank a popytem na kredyt znajduje się w punkcie wyznaczonym przez ryzyko. Ryzyko to dotyczy z jednej strony ryzyka niewypłacalności przedsiębiorstwa, z drugiej zaś ryzyka kredytowego przejmowanego przez bank.

Oszacowanie wartości ryzyka prowadzi do wyznaczenia ceny za takie ryzyko w postaci marży kredytowej. Cena kredytu wpływa na WACC, jest więc determinantem opłacalności prowadzonej działalności lub inwestycji. Wiąże się ponadto z akceptowalnym przez bank ryzykiem. Przy przekroczeniu pewnego poziomu ryzyka nie ma sensu oferowanie kredytu niezależnie od ceny, bo wiadomo, że przedsięwzięcie przy zbyt wysokim poziomie ryzyka nie ma szans powodzenia.

Z powyższego może wynikać, że odmowa udzielenia kredytu przez bank może być interpretowana jako zagrożenie niewypłacalności przedsiębiorstwa przy

założeniach sformułowanych we wniosku kredytowym. W takim kontekście odmowę udzielenia kredytu przez bank należy traktować raczej jako wartość dodaną w procesie decyzyjnym firmy. W takim też wypadku ocena ryzyka przez bank nie jest złem koniecznym, ale niezwykle ważnym narzędziem, weryfikującym opłacalność prowadzonej przez przedsiębiorstwo działalności.

Decyzje przedsiębiorstwa wsparte decyzją banku można potraktować jako sposób zabezpieczenia firmy przed degradacją jej wartości, dlatego więc proces oceny niewypłacalności można traktować spójnie z oceną ryzyka kredytowego. W związku z powyższym powstaje problem: **Czy może istnieć wspólne narzędzie do szacowania niewypłacalności oraz ryzyka kredytowego?** Wydaje się, że wymienione postulaty spełni model opcyjny.

Skala niewypłacalności przedsiębiorstw oraz bankructw na świecie osiąga bardzo duże rozmiary. W Polsce problem jest równie złożony. Rosnąca skala kredytów zagrożonych w bankach wyraźnie odzwierciedla rosnący poziom niewypłacalności przedsiębiorstw. Współpraca pomiędzy bankiem a kredytobiorcą tworzy wiele nieporozumień w obszarze szacowania ryzyka przy ocenie opłacalności i wykonalności projektu inwestycyjnego¹.

Badania w zakresie niewypłacalności przedsiębiorstwa są szeroko prezentowane od szeregu lat, zarówno w literaturze polskiej, jak i zagranicznej. Od 1968 roku, kiedy to po raz pierwszy został zaproponowany przez Altmana model do przewidywania niewypłacalności, powstało wiele jego odmian oraz innych modeli, które były testowane i weryfikowane w warunkach poszczególnych rynków. W Polsce znane są tego typu modele zaproponowane przez Mączyńską, Hadasika, Gajdkę i Stosa². Jakość i rezultaty szacowania ryzyka niewypłacalności w takich modelach znacznie różnią się między sobą, dlatego ciągle w tym zakresie toczą się intensywne badania, których jednym z istotnych celów jest poszukiwanie postaci modelu, który obejmowałby największą liczbę czynników ryzyka, dostarczając jednocześnie wysoką jakość prognostyczną. Wymienione modele bazują tylko na wskaźnikach ze sprawozdań finansowych badanych przedsiębiorstw i nie uwzględniają wielu ważnych czynników mikro- i makroekonomicznych, wpływających na niewypłacalność przedsiębiorstwa. Ograniczona liczba i rodzaje czynników ryzyka niewypłacalności, uwzględnianych w modelach dyskryminacyjnych, mogą być przyczyną ich zawodności. Badania prezentowane w literaturze anglo-

¹ Patrz szerzej na ten temat: Rogowski W., Rachunek efektywności przedsięwzięć inwestycyjnych, Oficyna Ekonomiczna ABC, Kraków 2004.

² Szerzej na temat modeli niewypłacalności patrz: Zaleska M., Identyfikacja ryzyka upadłości przedsiębiorstwa i banku – systemy wczesnego ostrzegania, Difin, Warszawa 2002, Siemińska E., Finansowa kondycja firmy – metody pomiaru i oceny, Poltext, Warszawa 2003, Rogowski W., Możliwość wczesnego rozpoznawania symptomów zagrożenia zdolności płatniczej przedsiębiorstwa, „Bank i Kredyt”, Nr 6, 1999.

języcznej wskazują na niską jakość predykcji modeli bazujących na koncepcji Altmana w stosunku do modeli opcyjnych. Prezentowane w pracy modele opcyjne mają przewagę nad wyżej wspomnianymi pod względem ilości i jakości czynników uwzględnianych w modelu oraz jakości predykcji niewypłacalności w długim okresie.

2. Cel, zakres i tezy

W prezentowanej pracy zostaną przeanalizowane możliwości wykorzystania modelowania wartości firmy do szacowania ryzyka niewypłacalności z zastosowaniem modelu opcyjnego.

Szacowanie ryzyka niewypłacalności z wykorzystaniem modelu opcyjnego w podejściu KMV, jest powszechnie wykorzystywane na rynkach rozwiniętych, w tym głównie w USA. Do chwili obecnej uważano, że agencje ratingowe, których ratingi uwzględniano przy określaniu marży za ryzyko, posiadają „złoty” standard³. Podejście opcyjne do szacowania ryzyka niewypłacalności wprowadzone przez KMV w 1989 roku, okazało się przebojem – metodę tę stosuje 70% największych banków na świecie⁴.

W świecie, a głównie w USA, oprócz częstego wykorzystywania modelu opcyjnego w praktyce, stał się on także obiektem badań i analiz. Poświęcona mu literatura jest bogata. Mimo dużej popularności i skuteczności metody KMV (w szczególności jeśli chodzi o firmy notowane na giełdzie), Moody’s KMV nie dokonała jednak jej transferu do zbyt wielu krajów, w szczególności do krajów rozwijających się, do których należy też Polska⁵.

W Polsce do tej pory nie prowadzono badań wykorzystania modelu opcyjnego do pomiaru ryzyka niewypłacalności. Brakuje też krajowych publikacji na ten temat – dostępne są nieliczne opracowania. W związku z powyższym adaptacja omawianego modelu poprzez określenie warunków i parametrów, jakie muszą być spełnione, staje się istotnym wyzwaniem naukowym.

³ Moody’s KMV, Moody’s KMV Pioneers Market-Based Approach to Credit Risk Management, Moody’s KMV www.kmv.com, 2003.

⁴ *Ibidem*.

⁵ Ważnym krokiem w tym zakresie może okazać się szereg specjalnie opracowanych przez Moody’s KMV publikacji prezentujących związek nowych modeli oceniających ryzyko kredytowe z procesem kredytowym, jego poszczególnymi istotnymi elementami oraz podejście do wzajemnego uzupełniania się między analizą fundamentalną, analizą wskaźnikową, a stosowaniem nowoczesnych modeli; szerzej na ten temat: Moody’s KMV, Assessing credit risk – Traditional and quantitative analysis, Quantitative risk assessment, 2003, Moody’s KMV, Assessing credit risk, Traditional and quantitative analysis, Assessing facility risk, 2003, Moody’s KMV, Assessing credit risk, Traditional and quantitative analysis, Assessing management risk, 2003, Moody’s KMV, Assessing credit risk, Traditional and quantitative analysis, Cash flow analysis, 2003.

Głównym celem pracy jest zweryfikowanie przydatności modelowania wartości firmy w szacowaniu ryzyka niewypłacalności w oparciu o model opcyjny, a także przeanalizowanie możliwości wykorzystania takiego modelu w praktyce gospodarczej w Polsce. Aby osiągnąć cel pracy, postawiono następującą tezę główną: **Wycena wartości firmy przy użyciu modelu opcyjnego w warunkach polskich stanowi kompleksowe podejście do wyznaczania ryzyka niewypłacalności.**

Szacowanie niewypłacalności przeprowadzono dla 176 spółek notowanych na GPW w okresie od 1998 do 2002 roku. Na podstawie badań sformułowano szereg wniosków, które wskazują na dużą przydatność takiego modelu w praktyce gospodarczej w Polsce. Na podstawie badań empirycznych zaproponowano też model do szacowania ryzyka niewypłacalności dla spółek nie notowanych na giełdzie.

3. Determinanty rozwoju metody opcyjnej

Koncepcja VBM (*Value Based Management*)⁶ stała się od kilku lat w teorii oraz praktyce zarządzania tematem numer jeden na świecie i w Polsce. Przyczyną wielkiego zainteresowania takim podejściem do zarządzania przedsiębiorstwem jest przede wszystkim potrzeba zapewnienia spójności pomiędzy oczekiwanymi korzyściami właścicieli, mierzonymi kształtowaniem się wartości ich udziałów, a miernikami efektywności zarządzania i działania przedsiębiorstwa. Konsekwencją wynikającą z koncepcji VBM jest potrzeba modelowania wartości przedsiębiorstwa.

Szacowanie ryzyka niewypłacalności jest dokonywane z perspektywy banku w odniesieniu do obiektu, jakim jest przedsiębiorstwo. Ważna w tej sytuacji staje się kompleksowość pomiaru ryzyka. Powinien on być oparty o miarę w pełni odzwierciedlającą efektywność działania przedsiębiorstwa⁷. Wobec tego modelowanie wartości firmy może stać się narzędziem nowym, o wysokiej jakości, służącym do oceny ryzyka niewypłacalności.

Obserwacje i dane dostępne na rynku kapitałowym oraz rynku papierów dłużnych odgrywają coraz większą rolę w modelowaniu ryzyka niewypłacalności. Miary ryzyka oparte na zachowaniu się rynkowej wartości kapitału, wyznaczające ryzyko niewypłacalności EDF⁸, mogą stanowić miary ryzyka kredytowego poszerzające warsztat analityków kredytowych, prowadząc

⁶ VBM – Zarządzanie przez Wartość.

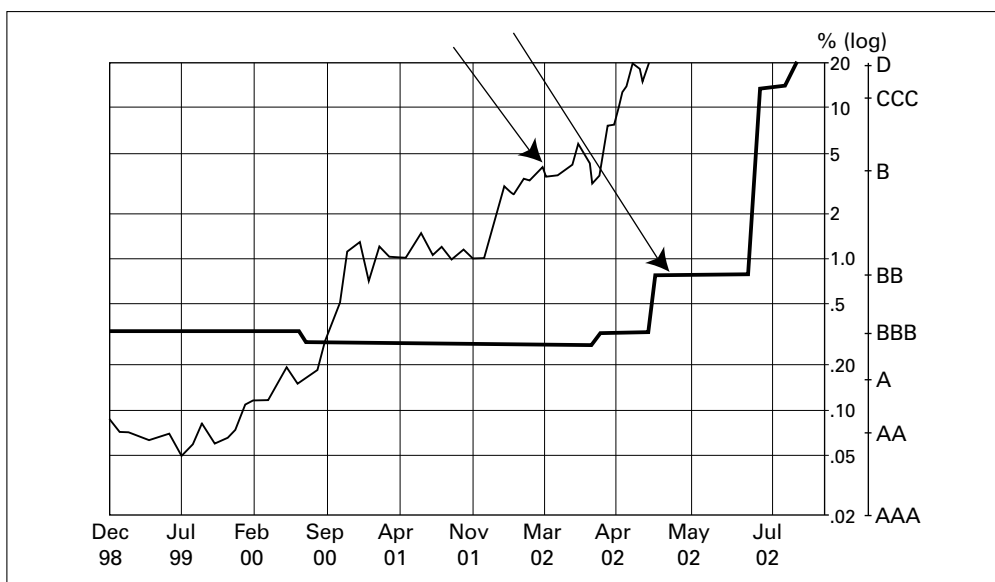
⁷ Jak wykazują autorytety w dziedzinie zarządzania wartością firmy, miary oparte na zysku lub inne wskaźniki nie potrafią odzwierciedlić wartości firmy ani w pełni scharakteryzować efektywności jej działania.

⁸ EDF, *Expected Default Frequency* – oczekiwane prawdopodobieństwo niewypłacalności.

do poprawy jakości dokonywanych analiz fundamentalnych⁹ firm w ramach procesu podejmowania decyzji kredytowej.

Na rysunku 1 zostało zaprezentowane zachowanie się ryzyka niewypłacalności w czasie mierzonego metodą opcyjną KMV, w zestawieniu z ryzykiem mierzonym przy użyciu ratingów dla firmy Worldcom notowanej na giełdzie nowojorskiej. Z rysunku 1 wynika, że ryzyko szacowane metodą KMV wyraźnie wyprzedzająco reaguje na sytuację na rynku, w stosunku do ryzyka szacowanego przez rating agencji, który reaguje zdecydowanie z opóźnieniem.

Rysunek 1. Ryzyko niewypłacalności wg KMV a ratingi dla Worldcom



Źródło: Raport Moody's KMV, 22 lipca 2002.

Można uznać, że podejście opcyjne jest typu *ex ante*, zaś ratingi *ex post*. Potwierdzeniem wysokiej jakości modelu opcyjnego może być zachowanie agencji Moody's, która w kwietniu 2002 roku zdecydowała się przejąć firmę KMV, wprowadzając ją w struktury Moody's Risk Management Services (MRMS). Istniejąca baza Moody's KMV analizuje na bieżąco ryzyko dla około 30 tysięcy firm na świecie, z czego 9700 pochodzi z Ameryki Północnej, 6100 z Europy, 5300 z Azji, 500 z Ameryki Łacińskiej i 5200 instytucji finansowych z całego świata¹⁰.

⁹ Bohn J. R., Managing Director, Moody's – KMV, Foreword, w: Glantz M., Managing bank risk, Academic Press, San Diego, California, USA, 2002, s. XV.

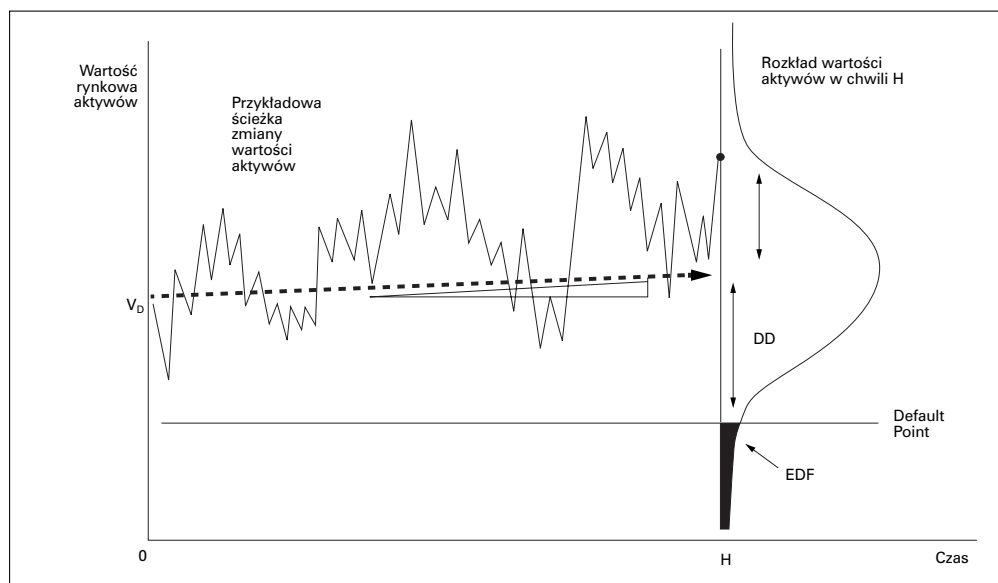
¹⁰ Moody's KMV, Moody's KMV Pioneers Market-Based Approach to Credit Risk Management, Moody's KMV www.kmv.com, 2003.

Jednym z ważnych atutów podejścia opcyjnego KMV jest lepsza jakość predykcji, pełniąca jednocześnie funkcję wczesnego ostrzegania.

4. Charakterystyka metody szacowania niewypłacalności¹¹

Pomiar ryzyka kredytowego dokonywany jest w oparciu o modelowanie wartości firmy w sposób przedstawiony na rysunku 2.

Rysunek 2. Kształtowanie się profilu wartości firmy w czasie



Źródło: Peter J. Crosbie, Modeling Default Risk, KMV Corporation.

Szacowanie ryzyka kredytowego wykorzystującego funkcję rozkładu gęstości prawdopodobieństwa wartości firmy opiera się na określeniu prawdopodobieństwa (obszaru pod krzywą), że zmienna losowa wartości firmy przyjmuje wartości mniejsze od wartości zadłużenia (określanym jako punkt niewypłacalności). Obszar, w którym wartość firmy jest mniejsza od jej długu (oznaczanego jako DP, czyli punkt niewypłacalności) oznacza, że firma nie jest w stanie spłacić swoich zobowiązań. Analityczny model Mertona ujmuje zależność pomiędzy wartością firmy i jej zmiennością a wartością kapitału własnego i jego zmiennością.

¹¹ Szerzej na temat charakterystyki metody patrz: Krysiak Z., Szacowanie ryzyka kredytowego w modelu opcyjnym, w: Inwestycje finansowe i ubezpieczenia – tendencje światowe a rynek polski, redaktorzy naukowcy K. Jajuga i W. Ronka-Chmielowiec Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Prace Naukowe AE, Nr 1037, T. 1, Wrocław 2004.

ścią oraz wartością długu. Wartość kapitału własnego w tym modelu jest równa wartości opcji call wystawionej na wartość firmy. Przy pomocy modelu opcyjnego Mertona wyznacza się rozkład wartości firmy w danym horyzoncie czasowym w przyszłości, który jest rozkładem normalnym. Parametry rozkładu wartości firmy, czyli wartość oczekiwana oraz odchylenie standardowe są obliczane z modelu Mertona na podstawie oszacowanych wcześniej wartości oczekiwanej kapitału własnego i jego zmienności. Wartość kapitału własnego i jego zmienność są szacowane na podstawie rynkowych notowań ceny akcji na giełdzie. Wielkość pola zaznaczonego jako EDF (często też określana jako PD prawdopodobieństwo niewypłacalności) jest miarą ryzyka kredytowego i oznacza prawdopodobieństwo, że firma stanie się niewypłacalna, czyli przestanie regulować swoje zobowiązania. DD jest ważnym parametrem informującym o tym, jak daleko firma znajduje się od punktu niewypłacalności. Miara ta określa, ile odchyłeń standardowych dzieli wartość oczekiwaną firmy od punktu niewypłacalności.

W celu wyznaczenia ryzyka niewypłacalności EDF – inaczej oznaczone jako PD – należy obliczyć DD¹², a następnie na tej podstawie z tablic standaryzowanego rozkładu normalnego odczytujemy EDF¹³.

PD¹⁴ będzie mierzone jako dystrybuanta standaryzowanego rozkładu normalnego w przedziale od $-\infty$ ÷ $(-DTD)$ wg wzoru, jak poniżej:

$$PD = N(-DTD) = \int_{-\infty}^{-DTD} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{1}{2}x^2} dx = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^{-DTD} e^{-\frac{1}{2}x^2} dx, \quad (1)$$

gdzie:

DTD – odległość do punktu niewypłacalności, mierzona ilością odchyłeń standardowych, będzie dana następującym równaniem:

$$DTD = \frac{\ln V_{A,T} - \ln DPT}{\sigma_A \sqrt{T}}, \quad (2)$$

gdzie:

T – horyzont pomiaru PD – 1 rok,

$V_{A,T}$ – szacowana oczekiwana rynkowa wartość firmy w momencie wymagalności,

¹² Poniżej we wzorach oznaczone jako DTD.

¹³ Gdyby rozkład wartości firmy był rozkładem normalnym to wówczas można by zastosować wymienione podejście. Jednak rozkład stóp zwrotu z wartości aktywów w praktyce jest rozkładem zawierającym tzw. gruby ogon. Dlatego w metodologii KMV przyporządkowuje się obliczonej wartości DD wartości EDF obserwowanych w praktyce. Takie dane są w bazie danych firmy KMV zebrane na podstawie długoletnich historycznych obserwacji wielu firm i z szeregu lat wstecz.

¹⁴ Oznaczone inaczej na rysunku 3 jako EDF.

DPT – wartość zobowiązań, zobowiązania krótkoterminowe plus 1/2 zobowiązań długoterminowych,

σ_A – roczne odchylenie standardowe zmiany stóp zwrotu z wartości firmy.

Aby było możliwe obliczenie odległości do punktu niewypłacalności DPT , ze wzoru (2) należy najpierw obliczyć oczekiwaną wartość firmy w horyzoncie czasowym jednego roku oraz odchylenie standardowe zmian stóp zwrotu z wartości firmy. W tym celu wykorzystuje się układ następujących równań:

$$V_{E,T} = V_{A,T}N(d_1) - DPTe^{-rT}N(d_2), \quad (3)$$

gdzie:

r – stopa wolna od ryzyka, przyjęto oprocentowanie 52-tygodniowych bonów skarbowych.

$$d_1 = \frac{\left[\ln\left(\frac{V_{A,T}}{DPT}\right) + \left(r + \frac{1}{2}\sigma_A^2\right)T \right]}{\sigma_A \sqrt{T}} \quad (4)$$

$$d_2 = d_1 - \sigma_A \sqrt{T}; \quad d_2 = \frac{\ln\left(\frac{V_{A,T}}{DPT}\right) + \left(r - \frac{1}{2}\sigma_A^2\right)T}{\sigma_A \sqrt{T}} \quad (5)$$

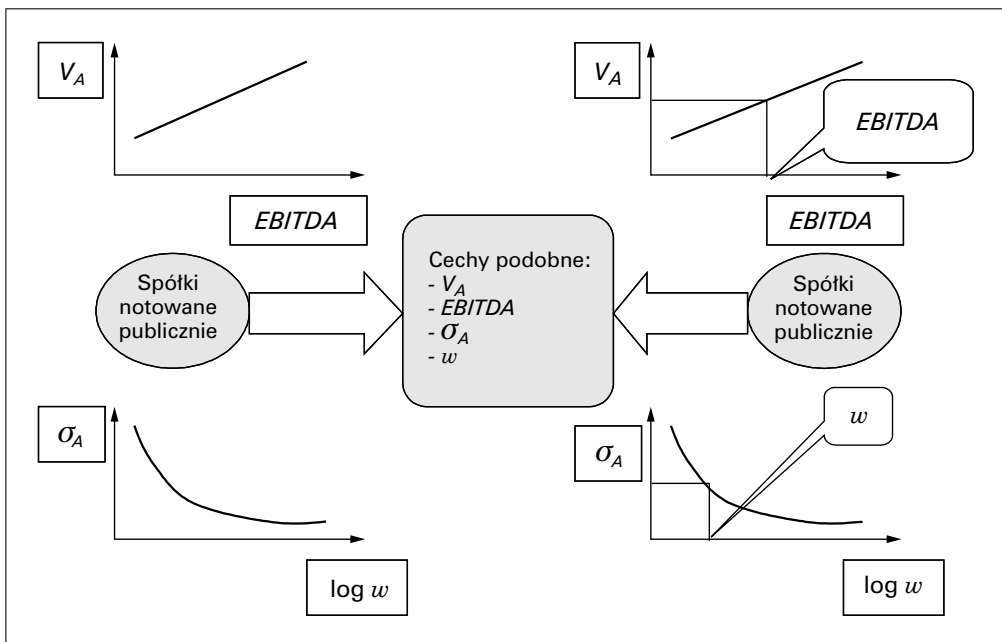
$$\sigma_E = \frac{V_{A,T}}{V_{E,T}} \times N(d_1) \times \sigma_A \quad (6)$$

Z wymienionego układu równań na podstawie informacji o wartości średniej kapitału akcyjnego firmy $V_{E,T}$ oraz odchylenia standardowego rocznej stopy zwrotu z kapitału σ_E , można wyliczyć $V_{A,T}$ oraz σ_A . Przedstawiony powyżej sposób służy do wyznaczania ryzyka niewypłacalności dla spółek notowanych na giełdzie. W przypadku braku notowań spółki na giełdzie można wyznaczać rozkład wartości firmy w oparciu o podobieństwo jej charakterystyk do firm notowanych na giełdzie.

Na rysunku 3 zaprezentowano schematycznie sposób wyznaczania rozkładu wartości firmy dla spółek nie notowanych na giełdzie w procesie wyznaczania ich ryzyka niewypłacalności. W podejściu tym zakłada się, że na podstawie reprezentantów firm w poszczególnych branżach można wnioskować o EDF dla spółek nienotowanych na giełdzie. W związku z tym wychodzi się z założenia, że wielkość $EBITDA$ (zysk operacyjny przed opodatkowaniem, kosztami finansowymi i amortyzacją), jako ekwiwalent przepływów gotówkowych będzie wyrażał śred-

nią wartości firmy, zaś pewien wskaźnik odzwierciedlający wielkość firmy, rozmiary jej działalności oraz strukturę finansowania będzie reprezentował ryzyko jej działalności, czyli odchylenia standardowego wartości firmy. Na podstawie obliczeń V_A oraz σ_A , dokonanych dla spółek giełdowych, a także informacji zebranych ze sprawozdań finansowych, wyznacza się dwie funkcje regresji: jedna opisująca zależność wartości firmy od *EBITDA* zapisana formalnie jako $V_A = f(EBITDA)$ oraz druga funkcja regresji opisująca zależność odchylenia standardowego wartości firmy od zmiennych charakteryzujących rozmiary działalności firmy i jej struktury finansowania (na rysunku 3 rozmiar oraz struktura finansowania została oznaczona przez w) i zapisana formalnie jako $\sigma_A = f(w)$.

Rysunek 3. Schemat szacowania V_A oraz σ_A dla firmy z portfela kredytowego banku



Źródło: opracowanie własne.

5. Podsumowanie

Wg przedstawionej metody dokonano oszacowania ryzyka niewypłacalności (EDF) dla wszystkich spółek oprócz banków notowanych na giełdzie w Warszawie. Następnie spółki pogrupowano w branże wg klasyfikacji stosowanej na giełdzie przez Serwis Notoria i przedstawiono kształtowanie się ryzyka niewypłacalności

w poszczególnych branżach przez wyznaczenie parametrów rozkładów (wartości średniej EDF oraz odchylenia standardowego EDF). W tabeli 1 zaprezentowano wyniki szacowanego ryzyka kredytowego dla poszczególnych branż.

Tabela 1. Średnia wartość (EDF) ryzyka kredytowego oraz odchylenia standardowych EDF¹⁵ dla różnych branż w latach 1998–2002

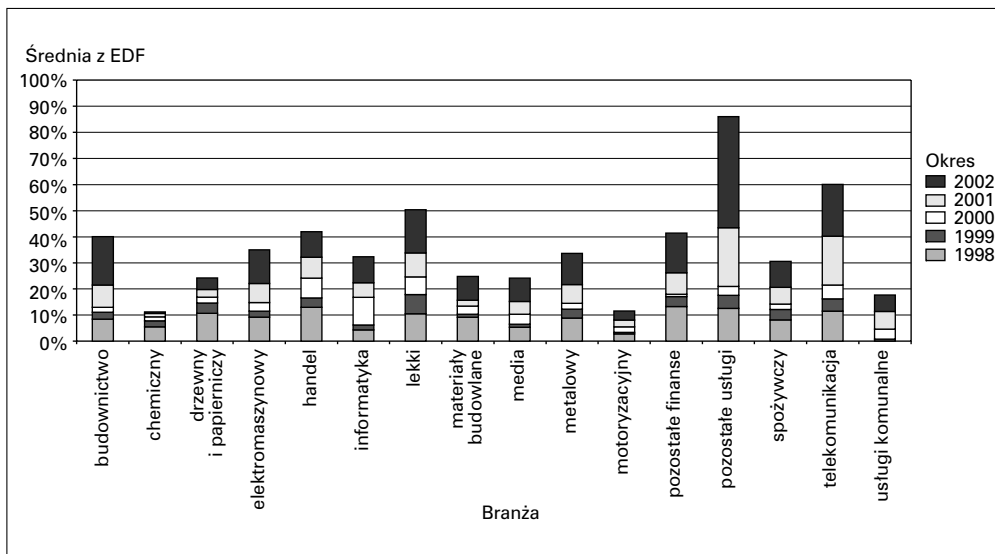
Branża	Dane	Okres					Średnia
		1998	1999	2000	2001	2002	
budownictwo	Średnia z EDF	20,2%	5,9%	4,7%	8,6%	19,0%	11,7%
	OdchStd z EDF	22,6%	16,4%	14,3%	11,9%	23,9%	19,3%
chemiczny	Średnia z EDF	14,7%	3,9%	3,7%	3,6%	3,6%	5,9%
	OdchStd z EDF	17,1%	6,6%	7,2%	8,4%	10,0%	11,1%
drzewny i papierniczy	Średnia z EDF	10,7%	4,0%	2,2%	2,9%	4,4%	4,8%
	OdchStd z EDF	7,3%	4,1%	1,5%	2,3%	5,3%	5,3%
elektromaszynowy	Średnia z EDF	11,5%	4,7%	3,3%	7,2%	13,0%	7,9%
	OdchStd z EDF	9,8%	9,7%	3,1%	11,6%	24,0%	13,7%
handel	Średnia z EDF	39,4%	18,2%	15,4%	14,0%	9,9%	19,4%
	OdchStd z EDF	38,5%	30,0%	22,5%	19,9%	11,8%	27,6%
informatyka	Średnia z EDF	32,9%	25,2%	19,3%	15,3%	10,0%	20,5%
	OdchStd z EDF	34,9%	36,8%	26,2%	27,7%	8,4%	29,0%
lekki	Średnia z EDF	18,5%	15,0%	14,8%	10,1%	22,8%	16,3%
	OdchStd z EDF	25,1%	27,6%	25,8%	14,2%	22,7%	23,2%
materiały budowlane	Średnia z EDF	12,3%	7,6%	10,1%	2,3%	9,1%	8,3%
	OdchStd z EDF	10,0%	18,1%	20,1%	2,2%	14,8%	14,2%
media	Średnia z EDF	17,2%	6,1%	9,3%	6,7%	9,0%	9,7%
	OdchStd z EDF	14,2%	7,7%	9,2%	7,5%	8,7%	9,9%
metalowy	Średnia z EDF	8,8%	3,4%	2,3%	7,1%	12,0%	6,7%
	OdchStd z EDF	5,8%	2,9%	2,2%	14,5%	16,8%	10,6%
motoryzacyjny	Średnia z EDF	2,1%	0,6%	2,1%	2,5%	3,5%	2,2%
	OdchStd z EDF	2,0%	0,5%	1,8%	2,8%	5,6%	2,9%
pozostałe finanse	Średnia z EDF	37,9%	35,8%	0,9%	8,2%	15,3%	19,6%
	OdchStd z EDF	54,2%	55,6%	0,9%	6,8%	12,3%	33,5%
pozostałe usługi	Średnia z EDF	26,1%	9,5%	13,5%	25,4%	40,4%	23,0%
	OdchStd z EDF	21,6%	9,8%	20,5%	22,9%	36,5%	23,9%
spożywczy	Średnia z EDF	11,9%	8,3%	7,5%	11,5%	15,0%	10,8%
	OdchStd z EDF	13,7%	14,7%	23,2%	23,7%	27,0%	20,8%
telekomunikacja	Średnia z EDF	33,0%	28,6%	5,3%	18,8%	19,7%	21,1%
	OdchStd z EDF	45,4%	47,8%	3,2%	21,5%	18,5%	30,2%
usługi komunalne	Średnia z EDF	32,1%	25,5%	3,8%	6,8%	6,3%	14,9%
	OdchStd z EDF	17,8%	23,2%	3,3%	10,9%	6,6%	17,1%
Średnia z EDF, Razem		20,1%	11,1%	8,4%	9,5%	13,5%	12,5%
OdchStd z EDF, Razem		25,0%	22,8%	17,8%	16,7%	19,7%	21,0%

Źródło: opracowanie własne.

¹⁵ Analiza odchylen standardowych EDF po nałożeniu jej na wartość średnią EDF dostarcza precyzyjniejszą wiedzę na temat kształtowania się ryzyka kredytowego w danej branży.

Na rysunku 4 zaprezentowano w formie graficznej porównanie kształtowania się ryzyka kredytowego w poszczególnych branżach na przestrzeni lat.

Rysunek 4. Ewolucja ryzyka kredytowego w czasie w różnych branżach



Źródło: opracowanie własne.

Na rysunku 5 zaprezentowano relatywne zmiany ryzyka kredytowego w wybranych branżach na przestrzeni kilku lat. Wykorzystana metoda daje możliwość antycypowania zachowania się relatywnych zmian ryzyka niewypłacalności w poszczególnych branżach oraz zmian ryzyka danej firmy na tle jej branży.

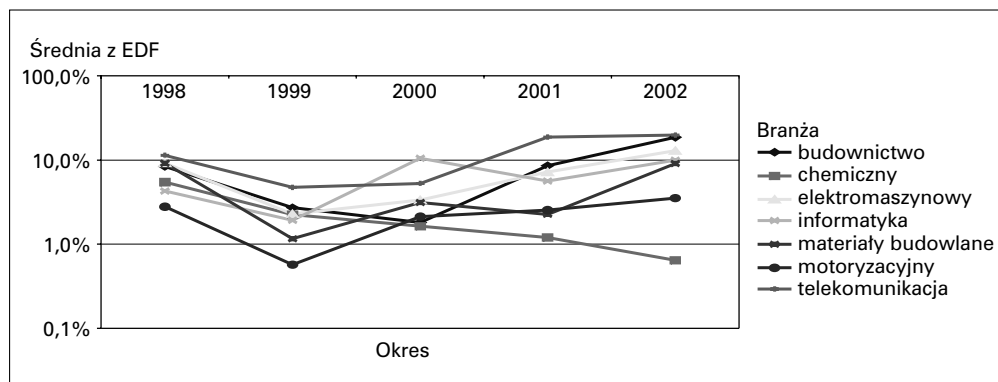
Z analizy ryzyka niewypłacalności branży budowlanej, której ryzyko często uważa się za bardzo wysokie, wynika, że jej ryzyko jest znacznie niższe na tle innych branż niż można sądzić z wielu opinii. Powinno się, zatem traktować wyniki uzyskane w badaniu jako uzupełnienie poglądu na temat kształtowania się relatywnego poziomu ryzyka niewypłacalności między poszczególnymi branżami. Tabela 2 prezentuje porównanie ryzyka niewypłacalności i ryzyka biznesowego (odchylenie standardowe wartości firmy), występującego w poszczególnych branżach w stosunku do branży budowlanej poprzez zestawienie ilości branż o ryzyku niższym, porównywalnym i wyższym.

Tabela 2. Liczba branż o średnim ryzyku kredytowym i biznesowym mniejszym, równym bądź większym od ryzyka w branży budowlanej latach 1998–2002

	Mniejsze	Porównywalne	Wyższe
Ryzyko niewypłacalności – EDF	6	2	7
Ryzyko biznesowe – Odch. Std. wartości	2	3	10

Źródło: opracowanie własne.

Spośród piętnastu branż, większa część z nich wykazuje ryzyko niewypłacalności, jak i biznesowe wyższe od ryzyka w branży budowlanej.

Rysunek 5. Średnia wartość EDF w czasie dla różnych branż – skala logarytmiczna

Źródło: opracowanie własne.

Badania dotyczące ryzyka niewypłacalności dla spółek nie notowanych na giełdzie objęły stworzenie linii regresji na podstawie, których można wyznaczyć rozkład wartości badanej firmy celem wyznaczenia jej ryzyka kredytowego. Dla linii regresji wyznaczającej zależność wartości firmy od EBITDA uzyskano dla większości branż współczynnik determinacji powyżej 0,5. Dla linii regresji, w której objaśniane jest odchylenie standardowe wartości firmy, uzyskano współczynnik determinacji zbliżony do 0,5 tylko dla pięciu branż. Ze statystycznego punktu widzenia w drugim przypadku poziom objaśniania zmiennej objaśnianej jest niewysoki, jednak tak uzyskane wartości współczynnika determinacji można wykorzystać jako miarę porządkującą, tworząc swego rodzaju ranking nieprzewidywalności branż. W branżach o niskim współczynniku determinacji wymagane byłoby zastosowanie na szerszą skalę innych metod zakresie ich oceny ryzyka.

Tabela 3. Modele regresji wyznaczające wartość firmy i odchylenie standardowe dla poszczególnych branż

Branża	Linia regresji (tys. zł)	Wsp. determinacji	Linia regresji (%)	Wsp. determinacji
	$V_A = a \times EBITDA + b$	R^2	$\sigma_A = c \times \left(\frac{V_A}{Sb - KW} \right) + d$	R^2
Chemiczna	a=7,48 b=10 698	0,98	c=3,4% d=17,1%	0,44
Motoryzacyjna	a=5,33 b=43 626	0,93	c=2,2% d=19,6%	0,08
Medialna	a=19,64 b=9 488	0,89	c=1,5% d=27,2%	0,70
Telekomunikacyjna	a=5,81 b=4 000 000	0,89	c=7,3% d=21,0%	0,31
Drzewna i papiernicza	a=3,79 b=74 607	0,88	c=4,3% d=12,7%	0,34
Spożywcza	a=12,30 b=26 724	0,82	c=3,1% d=16,2%	0,26
Handlowa	a=13,46 b=33 581	0,81	c=4,4% d=13,2%	0,32
Elektromaszynowa	a=4,85 b=43 466	0,72	c=6,3% d=12,1%	0,23
Metalowa	a=5,61 b=367 825	0,66	c=6,6% d=7,6%	0,52
Informatyczna	a=13,17 b=172 275	0,66	c=0,7% d=42,4%	0,17
Pozost. Usługi finans.	a=2,54 b=324 665	0,59	c=22,9% d=-12,5%	0,90
Mat. Budowlane	a=3,92 b=70 628	0,59	c=4,4% d=17,9%	0,31
Budowlana	a=5,32 b=114 365	0,42	c=8,8% d=5,9%	0,43
Lekka	a=1,38 b=36 851	0,18	c=6,6% d=14,2%	0,21

Źródło: opracowanie własne.

6. Wnioski

- Prezentowane w pracy podejście do pomiaru ryzyka niewypłacalności, wykorzystujące profil wartości firmy, ma charakter modelowania dynamicznego, prognozującego (*ex ante*) i kompleksowego (pod względem ilości obejmowanych czynników). Charakter ryzyka niewypłacalności wymaga stosowania właśnie takich modeli.
- Rozważany model potencjalnie może być uznawany za dobrą podstawę do ratingów wewnętrznych w ramach wdrażania NUK II. W szczególności odległość do punktu niewypłacalności może być wykorzystana jako miara będąca podstawą do ratingów.
- Z badania wynika, że wybrany model szacowania ryzyka niewypłacalności stanowi nie tylko duży potencjał teoretyczny z perspektywy jakości szacowania ryzyka, ale także z powodu jego szerokiego zastosowania w praktyce krajów zachodnich, co stwarza spore nadzieje na jego wysoką skuteczność w polskiej praktyce.
- Zastosowanie wymienionej metody będzie wymagało nowego podejścia do szkolenia kadr w tym zakresie, poszerzenia warsztatu narzędziowego pracowników banku – w szczególności w obszarze narzędzi statystycz-

nych i ekonometrycznych oraz poszerzenia wiedzy w zakresie analizowania i modelowania wartości firmy. Wymienione działania nie są specyficzne tylko dla wdrażania modelu opcyjnego, ale muszą być stosowane w przypadku wdrażania innych modeli, w związku z wprowadzaniem postanowień Nowej Umowy Kapitałowej.

- Miara prawdopodobieństwa niewypłacalności (EDF) jako miara ryzyka kredytowego, uwzględniająca zachowanie się profilu wartości firmy oraz ryzyka biznesowego jest potencjalnym predykatorem upadłości firmy. Pomiar EDF umożliwi obserwowanie trendów i relatywnych zmian ryzyka kredytowego służących do określania niewypłacalności. Możliwość oszacowania bezwzględnej wartości ryzyka kredytowego innymi sposobami, dla określonej firmy czy branży powoduje, że przy uwzględnieniu relatywnych wielkości ryzyka kredytowego, istnieje możliwość stworzenia interesującego narzędzia do pomiaru ryzyka kredytowego przed dokonaniem kalibracji.
- Modele opcyjne, bazując na miernikach wartości firmy i jednocześnie uwzględniając dynamikę czynników ryzyka i wartości w otoczeniu, wydają się być potencjalnie adekwatnym modelem opisującym zachowanie kredytobiorcy i kredytodawcy oraz związanego z nimi ryzyka na skutek uwarunkowań w otoczeniu makro- i mikroekonomicznym. Ewolucja modeli opcyjnych ma szansę przybrać taki kierunek, który rozwiązywałby rozważane problemy w sposób kompleksowy zarówno z perspektywy zarządzania finansami przedsiębiorstwa, jak i finansami banku.
- Uzyskane wyniki badań mogą wskazywać na możliwość potraktowania prezentowanej w pracy metody jako metody pomocniczej do stosowania w praktyce. Potraktowanie tej metody na tym etapie jako pomocniczej wynika z potrzeby dłuższego okresu weryfikowania na danych z portfeli kredytowych banków, a także z faktu, że uzyskane współczynniki determinacji R^2 są w przypadku wielu branż na zbyt niskim poziomie.
- Głównym źródłem dochodów banku powinna być działalność kredytowa i ponoszenie z tego tytułu ryzyka, a nie – jak to jest w przypadku jeszcze wielu banków funkcjonujących w Polsce – strategia oparta o zyski z działalności depozytowej. Obecnie obserwowana nadpłynność w sektorze bankowych niebawem się skończy i wówczas o przewadze konkurencyjnej zdecyduje jakość zarządzania ryzykiem kredytowym. Niezbędne jest, zatem wykorzystanie zaawansowanych narzędzi oceny ryzyka. Tak więc prace nad nowymi modelami w bankach powinny być traktowane jako strategiczne inwestycje i nie determinowane wyłącznie przymusem wynikającym z NUK II.

7. Bibliografia

1. Black F., Scholes M., The pricing of options and corporate liabilities, „Journal of Political Economy”, 81, 1973.
2. Das S., Credit Derivatives and Credit Linked Notes, John Wiley&Sons, New York 2000.
3. Deventer D., R., Imai K., Credit risk models & the Basel Accords, John Wiley & Sons, Singapore 2003.
4. Gajdka J., Wykorzystanie modeli z zakresu wyceny opcji do szacowania wartości aktywów i pasywów, w: Wartość przedsiębiorstwa – z teorii i praktyki zarządzania, praca zbiorowa pod redakcją J. Duraja, Szkoła Wyższa im. Pawła Włodkowica w Płocku, Płock–Łódź 2001.
5. Gałtarek D., Maksymiuk R., Krysiak M., Witkowski Ł., Nowoczesne metody zarządzania ryzykiem finansowym, WIG-Press, Warszawa 2001.
6. Glantz M., Managing bank risk, Academic Press, San Diego, California, USA 2002.
7. Jajuga K., O systematyzacji modeli ryzyka kredytowego, AE Poznań 2003.
8. Jajuga K., Wartość i ryzyko przedsiębiorstwa a informacje finansowe – niektóre współczesne problemy, w: Zarządzanie Finansami – mierzenie wyników i wycena przedsiębiorstw, T. I, red. D. Zarzecki, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2003.
9. Kasiewicz S., Krysiak Z., Rogowski W., Metody badania przedsiębiorstw zagrożonych upadłością, w: Upadłość przedsiębiorstw w Polsce w latach 1990–2003. Teoria i praktyka, redaktor naukowy D. Appenzeller, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004.
10. Kasiewicz S., Mączyńska E., Metody wyceny bieżącej wartości przedsiębiorstwa, w: Zarządzanie Wartością Firmy. Praca zbiorowa pod redakcją Andrzeja Hermana i Andrzeja Szablewskiego, Poltext, Warszawa 1999.
11. Keuleneer L., Verhoog W., Recent Trends in Valuation, John Wiley & Sons, 2003.
12. Krysiak Z., Modelowanie wartości firmy, w: Wartość przedsiębiorstwa – z teorii i praktyki zarządzania, praca zbiorowa pod redakcją J. Duraja T. V, Szkoła Wyższa im. Pawła Włodkowica w Płocku – Uniwersytet Łódzki, Płock–Łódź, maj 2004.
13. Krysiak Z., Monitorowanie ryzyka kredytowego spółek publicznych z wykorzystaniem modelu opcyjnego, w: Zarządzanie Finansami – finansowanie przedsiębiorstw w Unii Europejskiej, T. I, red. D. Zarzecki, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2004.
14. Krysiak Z., Restrukturyzacja naprawcza i rozwojowa przedsiębiorstwa, w: Teoria przedsiębiorstwa, pod red. naukową S. Kasiewicza i H. Możaryna, Oficyna wydawnicza SGH, Warszawa 2004.

15. Krysiak Z., Ryzyko a koszt kapitału w opcyjnym modelu wyceny firmy, w: *Wartość przedsiębiorstwa – z teorii i praktyki zarządzania*, Praca zbiorowa pod redakcją Jana Duraja, Szkoła Wyższa im. Pawła Włodkowica w Płocku – Uniwersytet Łódzki, Płock–Łódź 2003.
16. Krysiak Z., Szacowanie ryzyka kredytowego firm budowlanych z wykorzystaniem modelu opcyjnego, w: *Ryzyko kredytowe wiarygodności hipotecznych*, praca zbiorowa pod redakcją naukową K. Jajugi i Z. Krysiaka, Związek Banków Polskich, Warszawa 2004.
17. Krysiak Z., Szacowanie ryzyka kredytowego w modelu opcyjnym, w: *Inwestycje finansowe i ubezpieczenia – tendencje światowe a rynek polski*, redaktorzy naukowcy K. Jajuga i W. Ronka-Chmielowiec Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Prace Naukowe AE Nr 1037, Tom 1, Wrocław 2004.
18. Krysiak Z., Wycena opcyjna wartości długu i marży kredytowej a szacowanie ryzyka kredytowego, w: *Nauki finansowe wobec współczesnych problemów polskiej gospodarki*, T. III – Bankowość, red. naukowy R. Szewczyk, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2004.
19. Krysiak Z., Zastosowanie modelu opcyjnego do szacowania ryzyka kredytowego na podstawie informacji z rynku kapitałowego, w: *Rynek kapitałowy – skuteczne inwestowanie*, T. II, red. naukowy W. Tarczyński, Uniwersytet Szczeciński, Zeszyty naukowe 389, Finanse, rynki finansowe, ubezpieczenia, Nr 2, Szczecin 2004.
20. Krysiak Z., Zastosowanie opcyjnego modelu firmy w pomiarze efektywności, w: *Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa a alokacja kapitału*, praca zbiorowa pod redakcją J. Bielińskiego, CeDeWu, Warszawa 2004.
21. Krysiak Z., Zastosowanie opcyjnego modelu wyceny firmy do szacowania ryzyka kredytowego – uwarunkowania i szansa rozwoju w Polsce, w: *Zarządzanie Finansami – mierzenie wyników i wycena przedsiębiorstw*, T. I, red. D. Zarzecki, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2003.
22. Malinowska U., Wycena przedsiębiorstwa w warunkach polskich, Difin, Warszawa 2001.
23. Nowakowski J., Jagiełło R., Wybrane modele oceny ryzyka kredytowego, w: *Banki w Polsce – wyzwania i tendencje rozwojowe*, praca zbiorowa pod red. W. L. Jaworskiego, Poltext, Warszawa 2001.
24. Pereiro L. E., *Valuation of Companies in Emerging Markets*, John Wiley&Sons, New York 2002.
25. Restrukturyzacja przedsiębiorstw w procesie transformacji gospodarki polskiej T. I, pod red. naukową E. Mączyńskiej, Wydawnictwo DIG, Warszawa 2001.
26. Rogowski W., Możliwość wczesnego rozpoznawania symptomów zagrożenia zdolności płatniczej przedsiębiorstwa, „Banki i Kredyt”, Nr 6, 1999.

27. Rogowski W., Rachunek efektywności przedsięwzięć inwestycyjnych, Oficyna Ekonomiczna ABC, Kraków 2004.
28. Saunders A., Linda A., Credit Risk Measurements, John Wiley&Sons, New York 2002.
29. Schroeck G., Risk management and value creation in financial institutions, John Wiley&Sons, New York 2002.
30. Smithson Ch., Credit portfolio management, John Wiley&Sons, New Jersey 2003.
31. Upadłość przedsiębiorstwa w Polsce w latach 1990–2003 – teoria i praktyka, praca zbiorowa pod red. naukową D. Appenzeller, Wydawnictwo AE Poznań, 2004.
32. Zaleska M., Identyfikacja ryzyka upadłości przedsiębiorstwa i banku – systemy wczesnego ostrzegania, Difin, Warszawa 2002.

Wioletta Baran

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

Analiza ekonomiczna formą kontroli wewnętrznej w przedsiębiorstwie

1. Wprowadzenie

Działalność podmiotów gospodarczych regulowana jest przepisami prawa, którego nie przestrzeganie podlega karom z mocy obowiązujących ustaw. Można zatem przyjąć, że większość czynności wykonywanych w ramach funkcjonowania przedsiębiorstw podlega kontroli. Przysługuje ona w większości instytucjom zewnętrznym dbającym o interes budżetu państwa, potencjalnych odbiorców i dostawców, zatrudnianych pracowników, rynek pracy lub naturalne środowisko, w którym dany podmiot funkcjonuje.

Gospodarowanie posiadanymi zasobami, szczególnie w podmiotach o charakterze publicznym, również podlega kontroli. W tym obszarze do nadzoru powoływani są, poza zewnętrznymi jednostkami, tzw. audytorzy wewnętrzni¹.

W przedsiębiorstwach wyłączonych spoza obligatoryjnej kontroli wewnętrznej, będących prywatną własnością osób prawnych lub fizycznych, zagadnienie nadzoru pozostaje w gestii zarządzających. Regulator tych działań powinny stanowić m.in. zasady racjonalnego działania, interesy – oczekiwania właścicieli, klientów i pracowników.

Zanim jednak odbiorcy zewnętrzni w osobach właścicieli czy udziałowców otrzymają informacje o osiągniętych przez przedsiębiorstwo wynikach, proces ich tworzenia powinien być analizowany i kontrolowany w trakcie całego okresu działalności. Zyski ani straty nie powstają z dnia na dzień, nie są nieprzewidywalne i niemożliwe do zaplanowania. Dużą rolę w tym obszarze należy przypisać analizie ekonomicznej i uznać ją za szczególną formę szeroko rozumianej kontroli wewnętrznej w przedsiębiorstwie.

2. Ocena i kontrola działalności gospodarczej

W gospodarce rynkowej analiza ekonomiczna, w szczególności zaś analiza finansowa, postrzegana jest jako czynnik dostarczający informacji niezbędnych w za-

¹ Ustawa o finansach publicznych z dnia 26.11.1998, Dz.U. Nr 155, poz. 1014.

rządzeniu przedsiębiorstwem². Podstawę analizy finansowej stanowią sprawozdania finansowe, sporządzone w oparciu o obowiązujące wzory wynikające z ustawy o rachunkowości. Informacje w nich zawarte są zagregowane i umożliwiają jedynie powierzchowną ocenę sytuacji finansowej. Odbiorcami tak prezentowanego ujęcia obrazu podmiotu są głównie osoby spoza przedsiębiorstwa. Analiza zewnętrzna zdeterminowana jest zatem ich oczekiwaniami.

W zewnętrznej ocenie kondycji finansowej przedsiębiorstwa wykorzystuje się głównie wskaźniki finansowe. Jeżeli jednostka jest rentowna, a jej płynność zapewniona, właściciele mogą mieć pewność, że nie istnieje zagrożenie dla kontynuacji przez podmiot dalszej działalności³. Tym samym analizowane w określonym przedziale czasowym wielkości wskaźników finansowych mogą pełnić funkcję kontrolną.

Analiza wskaźnikowa – jako powszechnie stosowana, również przez potencjalnych udziałowców, inwestorów czy kredytodawców – nie daje jednak pełnego obrazu stanu przedsiębiorstwa. Obserwacja struktury wewnętrznej oraz zmienności w czasie składników majątku, kapitału i czynników bezpośrednio kształtujących wyniki finansowe, umożliwi co prawda przewidywanie i planowanie zjawisk, nie wskazuje jednak na ich przyczyny. Uzupełnienie informacji o czynnikach wpływających na kondycję finansową przedsiębiorstwa oraz określenie kierunków ich działania stanowić powinna analiza techniczno-ekonomiczna. W zależności od specyfiki prowadzonej działalności oraz praktycznych potrzeb analizy finansowej, może obejmować:

- analizę produkcji lub usług,
- analizę zatrudnienia, płac i wydajności,
- analizę wyposażenia przedsiębiorstwa w środki trwałe oraz ich zużycie,
- analizę gospodarki materiałowej,
- analizę postępu technicznego⁴.

Znajomość, a przede wszystkim świadomość wpływu czynników decydujących o ostatecznych efektach – wynikach działalności przedsiębiorstwa, rentowności, płynności i sprawności zarządzania, umożliwi ich kształtowanie. Wykorzystywanie narzędzi analitycznych, szczególnie w procesach rozwojowych jednostek, może przyczynić się do bezpośredniej poprawy efektywności ich funkcjonowania⁵.

² T. Waśniewski, *Analiza finansowa w przedsiębiorstwie*, Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce, Warszawa 1997, s. 15.

³ Normy wykonywania zawodu biegłego rewidenta, *Biuletyn* Nr 53, Krajowa Izba Biegłych Rewidentów, Warszawa 2002, s. 34.

⁴ M. Sierpińska, T. Jachna, *Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 16.

⁵ Z. Leszczyński, A. Skowronek-Mielczarek, *Analiza ekonomiczno-finansowa spółki*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004, s. 12.

Ważne w analizie ekonomicznej przedsiębiorstwa jest to, aby oceny jego działalności dokonywać na bieżąco, nie przy okazji sporządzania sprawozdań finansowych. Kondycja ekonomiczno-finansowa podmiotów kształtuje się bowiem w ciągu całego okresu sprawozdawczego. Efekty w postaci określonego stanu finansowego, tj. wartości i struktury majątku i kapitału oraz wyniku finansowego powstają w ciągłym procesie zarządzania posiadanymi zasobami rzeczowymi i osobowymi. Ich racjonalne wykorzystanie w działalności gospodarczej może wpływać na ostateczne wielkości podlegające ocenie.

Dużą rolę w przebiegu zdarzeń gospodarczych przypisuje się zarządzającym, od których umiejętności i doświadczenia uzależnione są wyniki finansowe przedsiębiorstwa. Tym bardziej utrzymanie i osiągnięcie dobrej kondycji finansowej staje się istotne, gdyż poza kierownictwem i pracownikami jednostki, zainteresowane są nią również i przede wszystkim osoby i podmioty z zewnątrz w osobach właścicieli i udziałowców.

3. Kontrola wewnętrzna i analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie

Nie ulega wątpliwości, że w przedsiębiorstwie funkcjonuje kontrola wewnętrzna, wynikająca chociażby z konieczności prowadzenia rachunkowości zgodnie z obowiązującymi zasadami i przepisami prawa. Jej brak bądź niewłaściwa realizacja uwidacznia się najczęściej w trakcie czynności kontrolnych przeprowadzanych przez podmioty z zewnątrz. Za koniecznością wykorzystywania w czynnościach bieżących w jednostkach kontroli wewnętrznej przemawiają ich obowiązki w zakresie m.in.:

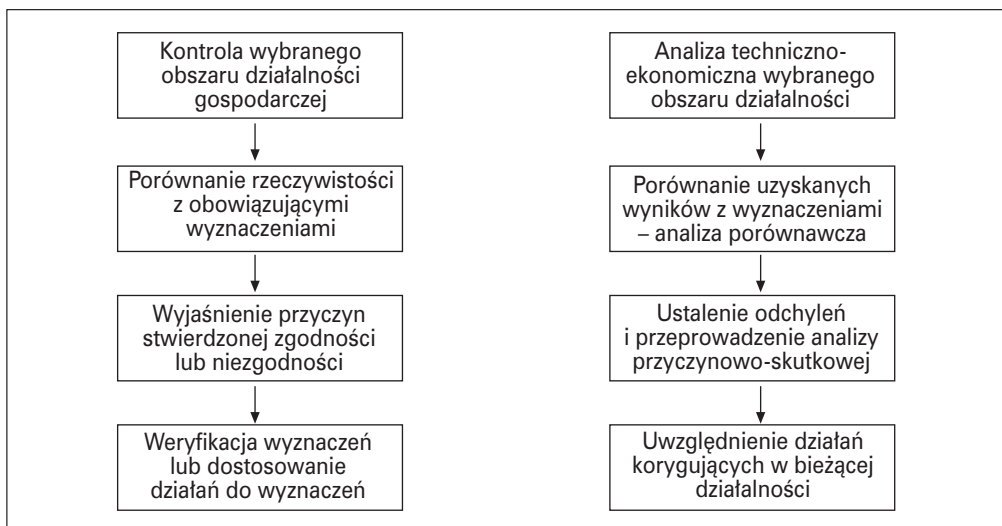
- terminowego prowadzenia rozrachunków publiczno-prawnych z tytułu podatku dochodowego, podatek VAT i składek ubezpieczenia społecznego i zdrowotnego,
- prawidłowego naliczania i wypłacania wynagrodzeń pracownikom,
- regulowania zobowiązań wobec dostawców lub z tytułu zaciągniętych kredytów,
- dbałości o ścisłość należności od odbiorców,
- prawidłowej klasyfikacji kosztów i przychodów do okresu, którego dotyczą oraz pod kątem ich uznawalności za koszty stanowiące koszty uzyskania przychodu i przychody do opodatkowania.

W szerokim zakresie kontrola wewnętrzna, poza badaniem zgodności przebiegu zdarzeń gospodarczych głównie z obowiązującym porządkiem prawnym, służy ocenie całokształtu działalności przedsiębiorstwa pod kątem racjonalności wykorzystania wszystkich posiadanych zasobów. W teorii ekonomii tego rodzaju

zadania przypisuje się analizie ekonomicznej, która poza badaniem związków i zależności zachodzących w przedsiębiorstwie⁶, powinna obejmować łączną ocenę zjawisk ilościowych i jakościowych. Te natomiast powinny służyć konstruowaniu i weryfikacji wyznaczeń w kontroli wewnętrznej stanowiących podstawę oceny wykonania⁷.

W praktyce trudno o ustalenie granicy pomiędzy kontrolą wewnętrzną i analizą ekonomiczną. Niezależnie od tego, czy przedsiębiorstwo prowadzi kontrolę wewnętrzną, czy też nie posiada wyodrębnionych organizacyjnie komórek nadzoru, na bieżąco natomiast dokonuje analizy ekonomicznej działalności, można przyjąć, że realizuje tym samym funkcje kontrolne. Czynności wykonywane w ramach obydwu procesów ilustruje rysunek 1.

Rysunek 1. Zadania kontroli wewnętrznej i analizy ekonomicznej w przedsiębiorstwie



Źródło: opracowanie własne

Obserwacja etapów działań w ramach kontroli, jak również w toku analizy ekonomicznej wskazuje, iż analizę można traktować jako szczególną formę kontroli wewnętrznej. Analiza ekonomiczna ma bowiem za zadanie ocenę działalno-

⁶ L. Bednarski, R. Borowiecki, J. Duraj, E. Kurtys, T. Waśniewski, B. Wersty, *Analiza ekonomiczna przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 1996, s. 11.

⁷ E. Ruśkowski, H. Sochacka-Krysiak, *Kontrola finansowa w sektorze publicznym*, PWE Warszawa 2000, s. 28.

ści przedsiębiorstwa nie tylko poprzez ustalenie tendencji zachodzących w nim zmian, ale również wskazanie przyczyn i skutków ewentualnych odchyień od istniejących ustaleń, norm, wzorców czy wyników międzybranżowych. W efekcie uwzględnienie w bieżącej działalności działań korygujących może prowadzić do weryfikacji wyznaczeń bądź do konieczności dostosowania do nich stanu rzeczywistego. Analiza ekonomiczna, ze względu na rozbudowany aparat badawczy umożliwia przeprowadzenie szczegółowych czynności analitycznych. Te natomiast nie mieszczą się w zakresie kontroli wewnętrznej, gdyż najogólniej czynności kontrolne sprowadzają się do:

- stwierdzania błędów i wnioskowania o ich naprawienie,
- wskazywania winnych i wnioskowania o pokrycie powstałych szkód,
- wnioskowania o nałożenie kar, zmiany personalne i organizacyjne,
- kierowania sprawy do właściwych organów kontroli⁸.

Zatem bezpośrednio o wielkości i przyczynach powstałych odchyień, szkód i optymalnych sposobach ich redukcji informuje prowadzona w przedsiębiorstwie analiza ekonomiczna. Obok przeprowadzanej na bieżąco analizy techniczno-ekonomicznej i analizy finansowej, w każdej sytuacji okazuje się niezbędna analiza otoczenia. Funkcjonowanie żadnego przedsiębiorstwa nie jest pozbawione wpływu czynników zewnętrznych, które w znaczący sposób mogą wpływać na podejmowane decyzje i ostateczny kształt wyniku finansowego i sytuacji finansowej.

4. Rola analizy ekonomicznej w kontroli wewnętrznej

Wyodrębniając w ramach kontroli wewnętrznej kontrolę funkcjonalną wykonywaną systematycznie i w sposób ciągły przez pracowników wszystkich szczebli organizacyjnych przedsiębiorstwa, można podzielić ją na kontrolę wstępną, bieżącą i następną⁹. Jej pełną realizację, szczególnie tworzenie podstaw decyzyjnych, umożliwia przeprowadzenie analizy ekonomicznej, co ilustruje tabela 1.

⁸ M. Sierpińska, B. Niedbała, *Controlling operacyjny w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 22.

⁹ Kontroli funkcjonalnej przypisuje się zapewnienie zgodności wykonywanych czynności z procedurami, limitami i przepisami oraz bieżące reagowanie na niedomagania i uchybienia. W tym rozumieniu kontrola wewnętrzna obejmuje również działania ludzi na każdym szczeblu organizacji; E. I. Szczepankiewicz, *Audyty i kontrola wewnętrzna*, „Monitor Rachunkowości i Finansów”, Nr 10/2004, s. 46; Z literatury przedmiotu wynika, iż na Zachodzie tak rozumiana kontrola funkcjonalna nie istnieje. Jako taka dotyczy bowiem czynności kontrolnych (wg COSO), do których należy badanie zgodności z przepisami prawa i regulacjami; E. J. Saunders, *Audyty i kontrola wewnętrzna w przedsiębiorstwach*, Polski Instytut Kontroli Wewnętrznej S.A., Częstochowa 2003, s. 40.

Tabela 1. Optymalizacja kontroli funkcjonalnej z wykorzystaniem analizy ekonomicznej

Kontrola	Zadania kontroli	Analiza ekonomiczna
Kontrola wstępna	<ul style="list-style-type: none"> – wykonywana przed podjęciem decyzji o realizacji zdarzeń gospodarczych, – wykonywana w celu zapobieżenia niepożądanym, nieprawidłowym efektom podejmowanych działań w przedsiębiorstwie (zapobieganie błędom) 	<ul style="list-style-type: none"> – analiza <i>ex ante</i> wykorzystywana we wszystkich procesach decyzyjnych, szczególnie w planowaniu, – analiza taktyczna obejmująca okresy nie dłuższe niż jeden rok, np. analiza wrażliwości wyniku finansowego w progno rentowności, – analiza strategiczna dotycząca oceny działań podejmowanych w okresie dłuższym niż jeden rok, np. ocena nakładów inwestycyjnych
Kontrola bieżąca	<ul style="list-style-type: none"> – wykonywana na bieżąco, służy ocenie czynności i wszelkiego rodzaju zdarzeń gospodarczych w toku ich realizacji, – wykonywana w celu stwierdzenia czy zadania wchodzące w zakres bieżącej działalności gospodarczej przebiegają rzetelnie, prawidłowo i zgodnie z wyznaczeniami, a także zasadami racjonalnego gospodarowania 	<ul style="list-style-type: none"> – analiza finansowa obejmująca ocenę sytuacji majątkowo-finansowej oraz dochodowej, w tym m.in. wykorzystanie analizy wskaźnikowej, – analiza techniczno-ekonomiczna, która obejmuje: <ul style="list-style-type: none"> • ocenę ilościową realizowanych przedsięwzięć gospodarczych pod kątem struktury badanych zjawisk, porównania ich w czasie i z wyznaczeniami, • analizę jakościową odzwierciedlającą stopień wykorzystania posiadanych zasobów osobowych i rzeczowych, która służy ocenie racjonalności gospodarowania
Kontrola następną	<ul style="list-style-type: none"> – wykonywana po zakończeniu określonych przedsięwzięć i zdarzeń gospodarczych, – wykonywana w celu wykrycia błędów i nieprawidłowości, likwidacji ich przyczyn i skutków, uniknięcia niepożądanych wyników w przyszłości oraz usprawnienia działalności. 	<ul style="list-style-type: none"> – analiza <i>ex post</i> służy: <ul style="list-style-type: none"> • przeprowadzeniu badań strukturalnych i przyczynowych w stosunku do minionych zdarzeń gospodarczych w przyjętym przedziale czasu • zapobieganiu zmianom niepożądanym w przyszłości, regulacja odchyień i likwidacja zakłóceń w przebiegu procesów gospodarczych, • utrwalaniu korzystnych tendencji w zarządzanych obszarach działalności gospodarczej.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Cz. Paczuła, Kontrola wewnętrzna w procesie zarządzania, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Warszawa, s. 14; Z. Fedak, Rewizja rocznych sprawozdań finansowych, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Warszawa 1996, s. 130; L. Bednarski..., *op. cit.*, s. 14–15.

Mimo nowoczesnych poglądów na kontrolę funkcjonalną lub też utożsamianie jej ze sposobem wykonywania bieżących czynności zgodnie z ustalonymi procedurami i instrukcjami, nieodzowne jest wykorzystywanie w jej ramach ele-

mentów metodologicznych, znanych w praktyce i teorii analizy ekonomicznej. Trudno bowiem o gwarancję, że ustalone standardy postępowania zapewnią efektywne wykorzystanie zużywanych zasobów i umożliwią osiągnięcie oczekiwanych wyników. W tym celu warto posługiwać się dostępnymi rozwiązaniami odrębnej dyscypliny naukowej, która wyrosła z ekonomik szczegółowych i ściśle wiąże się z innymi obszarami nauk, jak statystyka, rachunkowość, finanse, planowanie, technologia itp.¹⁰

Nie ulega zatem wątpliwości, że analiza ekonomiczna, jako interdyscyplinarna dziedzina nauki informacyjnie wspiera – optymalizuje działania kontroli wewnętrznej. Już na etapie kontroli wstępnej prognozowania wyników finansowych, wielkości i struktury zasobów, umożliwia podjęcie decyzji o realizacji konkretnego zdarzenia gospodarczego. Natomiast w celu zapobieżenia niepożądanym efektom podejmowanych działań w przedsiębiorstwie, niezbędnym jest ocena rentowności oraz nakładów inwestycyjnych w przypadku planowanych zmian w obszarze majątku trwałego.

Wyniki kontroli bieżącej niewątpliwie łatwiej jest interpretować jeżeli, w wyniku realizacji zdarzeń gospodarczych, przeprowadzona zostanie ocena sytuacji majątkowo-finansowej i dochodowej, uzupełniona o analizę wskaźnikową. Ocenie rzetelności, prawidłowości, zgodności z wyznaczeniami oraz zasadami racjonalnego gospodarowania służy analiza ilościowa i jakościowa odzwierciedlająca stopień wykorzystania posiadanych zasobów przedsiębiorstwa¹¹.

Etap kontroli następnej okaże się efektywniejszy w sytuacji, gdy w stosunku do zrealizowanych przedsięwzięć i zdarzeń gospodarczych przeprowadzona zostanie – w ujęciu historycznym – analiza strukturalna i przyczynowa, służąca przede wszystkim usprawnianiu działalności w zarządzanym przedsiębiorstwie.

Praktyka działalności gospodarczej wskazuje, że analizę ekonomiczną należy uzupełniać analizą otoczenia, również na każdym etapie kontroli funkcjonalnej. Wyniki i sytuacja finansowa kształtuje się także pod wpływem oddziaływania czynników zewnętrznych, często będących poza kontrolą jednostki. Jedynie

¹⁰ T. Waśniewski, *Analiza finansowa w przedsiębiorstwie*, Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce, Warszawa 1997, s. 15.

¹¹ Przetwarzanie i przygotowywanie danych ilościowo-jakościowych w zakresie analizy techniczno-ekonomicznej wymaga, obok oceny sprawozdań finansowych, zgromadzenia informacji pochodzących bezpośrednio z ewidencji księgowej i powiązania ich z parametrami niefinansowymi. Działania takie charakterystyczne są w kontroli zasobów rzeczowych i osobowych, gdzie podstawowy obszar oceny stanowić może badanie: poziomu i techniki wytwarzania, wykorzystanie zdolności produkcyjnych, zasobów pracy, jakości produktów i gospodarki wyrobami, cyklu życia produktu, pozycji przedsiębiorstwa na rynku, wymagań otoczenia i trendów rynkowych, itp. S. Nahotko, *Kontrola finansowa w zarządzaniu przedsiębiorstwem w aspekcie standardów europejskich*, Oficyna wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego Sp. z o.o., Bydgoszcz 2000, s. 217–223.

znajomość przyczyn określonych zjawisk i ich następstw umożliwia przeciwdziałanie i kształtowanie pożądanych zachowań, które w efekcie determinują całość kształtu obrazu przedsiębiorstwa.

Wskazując na możliwości wykorzystania analizy ekonomicznej w optymalizacji czynności kontrolnych, wydaje się zasadne stwierdzenie, że pełni ona służebną rolę w stosunku do działań nadzorczych. W obszarach podlegających kontroli zapotrzebowanie na informacje określonego rodzaju powinno być szczególnie definiowane, co ułatwiłoby interpretację wyników zdarzeń gospodarczych, szczególnie niepożądanych odchyłeń. W efekcie mogłoby to przynieść zarządzającym wymierne korzyści w postaci poprawy kondycji finansowej. Dlatego też analiza ekonomiczna, jako instrument służący ocenie całokształtu działalności gospodarczej, powinna być wykorzystywana w zarządzaniu przedsiębiorstwem.

5. Analiza ekonomiczna i kontrola wewnętrzna w zarządzaniu przedsiębiorstwem

Ważność analizy ekonomicznej w systemie kontroli wewnętrznej wypływa z praktyki działalności gospodarczej, szczególnie zaś z roli, jaką odgrywa ona w tworzeniu bieżących informacji niezbędnych w realizacji podstawowych celów przedsiębiorstwa. O konieczności jej stosowania można wnioskować również z opracowań instytucji międzynarodowych uczestniczących w tworzeniu powszechnie uznawanych standardów kontroli wewnętrznej¹², szczególnie w obszarze dotyczącym możliwości zabezpieczenia efektywności i wydajności podejmowanych działań.

Analizie ekonomicznej przypisuje się ponadto znaczącą rolę w kształtowaniu wiarygodnego obrazu działalności jednostki gospodarczej. Zalecając poprawne jej stosowanie, szczególnie w odniesieniu do analizy finansowej, powinno się dążyć do kompleksowego ujęcia badanej problematyki, konkretyzacji dokonanych ustaleń, komunikatywności prezentowanych wyników i wniosków oraz obiektywności oceny stanu i czynników go kształtujących¹³. Konsekwentne stosowanie zaleceń do prowadzonych czynności analitycznych, zbliża ich rezultaty do czynności realizowanych w ramach poprawnie funkcjonującej kontroli wewnętrznej. Można zatem

¹² Internal Control – Integrated Framework, The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, www.coso.org; Komunikat Nr 1 Ministra Finansów z dnia 30 stycznia 2003 r. w sprawie ogłoszenia „Standardów kontroli finansowej w jednostkach sektora finansów publicznych”.

¹³ B. Micherda, Wiarygodność sprawozdania finansowego przesłanką jego przydatności w zarządzaniu, w: Budżetowanie działalności jednostek gospodarczych. Teoria i praktyka, Krakowska Szkoła Wyższa im. A. F. Modrzewskiego, Kraków 2004, s. 160–161.

wnioskować, że analiza ekonomiczna, podobnie jak kontrola wewnętrzna w przedsiębiorstwie, stanowi nieodłączny czynnik zarządzania posiadanymi zasobami.

Podobnie zatem jak w systemie kontroli wewnętrznej, również w procesie analitycznym należy zadbać o to, aby:

- koszty jego wdrożenia były współmierne do osiągniętych korzyści,
- gromadzone informacje posiadały użyteczną wartość, zarówno w bieżącej, jak i przyszłej działalności przedsiębiorstwa,
- czynności realizowane w ramach procesu analizy powierzać osobom posiadającym odpowiednie kwalifikacje i przygotowanie merytoryczne,
- zakres wykonywanych działań wynikał z potrzeb zarządzających przedsiębiorstwem zainteresowanych osiągnięciem zadowalających wyników i racjonalnym wykorzystaniem posiadanych zasobów.

Korzyści z funkcjonowania kontroli wewnętrznej i analizy ekonomicznej należy utożsamiać m.in. z wartością strat, których uniknięto w wyniku ich wdrożenia oraz oszczędnościami powstałymi w związku z wypracowaniem racjonalnych działań.

O użyteczności gromadzonych informacji świadczy stopień ich wykorzystywania w podejmowaniu decyzji dotyczących zarówno bieżącej, jak i przyszłej działalności przedsiębiorstwa. W zależności od sytuacji bezużyteczne mogą okazać się informacje o dużym stopniu ogólności, ale także te zbyt szczegółowe. Nie bez związku pozostaje zatem odpowiedni dobór osób do wykonywania czynności kontrolnych i analitycznych, które powinny odznaczać się wysokimi umiejętnościami oceny sytuacji, analizy i syntezy informacji.

Równie ważnym czynnikiem, decydującym w najwyższym stopniu o efektywności funkcjonowania kontroli wewnętrznej i przydatności analizy ekonomicznej, zdaje się wykonywanie ich w związku z realizacją określonych przez przedsiębiorstwo celów. Szczegółowe potrzeby w tym zakresie powinni określać zarządzający. O ile w zakresie kontroli wewnętrznej istnieje obowiązek jej stosowania – o czym wspomniano we wstępie – w stosunku do analizy ekonomicznej nie istnieją żadne uregulowania. Pozostaje zatem oczekiwać od zarządzających, że wykażą się odpowiednim przygotowaniem merytorycznym, doświadczeniem, a w szczególności odpowiedzialnością za racjonalne wykorzystanie zasobów oraz stan i sytuację finansową przedsiębiorstwa powierzono im w zarząd.

Zdefiniowanie przez zarządzających potrzeb informacyjnych, bieżąca kontrola i ocena zdarzeń gospodarczych oraz szczegółowa analiza odchyleń od wyznaczeń służyć powinny przede wszystkim kształtowaniu korzystnych tendencji w zarządzaniu przedsiębiorstwem.

6. Podsumowanie

Funkcjonowanie przedsiębiorstw we współczesnym otoczeniu, charakteryzującym się wysokim stopniem konkurencyjności, wymaga podejmowania szybkich i trafnych decyzji. Nie wszystkie jednostki wyposażone są w nowoczesne systemy informatyczne wspomagające zarządzanie. Większość jednak prowadzi komputerową ewidencję zdarzeń gospodarczych, co stanowi podstawowy zbiór informacji o stanie i sytuacji finansowej podmiotu. Umiejętne wykorzystanie tak gromadzonych danych, już przy użyciu prostych aplikacji informatycznych, np. arkusza kalkulacyjnego, umożliwia przeprowadzanie analizy ekonomicznej przedsiębiorstwa.

Bieżąca, systematyczna i kompleksowa ocena wszystkich zasobów jednostki posiada znamiona kontroli, a przede wszystkim służy tworzeniu podstaw decyzyjnych. Przeprowadzana na każdym etapie realizowanych działań analiza zapobiega dodatkowo niepożądanym zmianom w przebiegu procesów gospodarczych w przyszłości. Ponadto analiza ekonomiczna, wykorzystując w swojej metodologii elementy wielu nauk ekonomicznych, zapewnia miarodajną ocenę sytuacji przedsiębiorstwa, ułatwia planowanie i podejmowanie racjonalnych działań.

Analizując zadania, jakie przypisuje się analizie ekonomicznej, trudno nie utożsamiać jej z kontrolą wewnętrzną w przedsiębiorstwie, która niejednokrotnie sprowadza się do przestrzegania obowiązujących przepisów prawnych. W przypadku braku w jednostce sformalizowanych komórek organizacyjnych, funkcje kontrolne może pełnić systematycznie prowadzona analiza sytuacji ekonomiczno-finansowej.

7. Bibliografia

1. Bednarski L., Borowiecki R., Duraj J., Kurtys E., Waśniewski T., Wersty B., Analiza ekonomiczna przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 1996.
2. Fedak Z., Rewizja rocznych sprawozdań finansowych, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Warszawa 1996.
3. Internal Control – Integrated Framework, The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, www.coso.org.
4. Komunikat nr 1 Ministra Finansów z dnia 30 stycznia 2003 r. w sprawie ogłoszenia „Standardów kontroli finansowej w jednostkach sektora finansów publicznych”.
5. Leszczyński Z., Skowronek-Mielczarek A., Analiza ekonomiczno-finansowa spółki, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004.

6. Micherda B., Wiarygodność sprawozdania finansowego przesłanką jego przydatności w zarządzaniu, w: Budżetowanie działalności jednostek gospodarczych. Teoria i praktyka, Krakowska Szkoła Wyższa im. A. F. Modrzewskiego, Kraków 2004.
7. Nahotko S., Kontrola finansowa w zarządzaniu przedsiębiorstwem w aspekcie standardów europejskich, Oficyna wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego Sp. z o.o., Bydgoszcz 2000, s. 217–223.
8. Normy wykonywania zawodu biegłego rewidenta, Biuletyn Nr 53, Krajowa Izba Biegłych Rewidentów, Warszawa 2002.
9. Paczuła Cz., Kontrola wewnętrzna w procesie zarządzania, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Warszawa.
10. Ruśkowski E., Sochacka-Krysiak H., Kontrola finansowa w sektorze publicznym, PWE, Warszawa 2000.
11. Saunders E. J., Audyt i kontrola wewnętrzna w przedsiębiorstwach, Polski Instytut Kontroli Wewnętrznej S.A., Częstochowa 2003.
12. Sierpińska M., Jachna T., Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
13. Sierpińska M., Niedbała B., Controlling operacyjny w przedsiębiorstwie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003.
14. Szczepankiewicz E. I., Audyt i kontrola wewnętrzna, „Monitor Rachunkowości i Finansów”, Nr 10/2004.
15. Ustawa o finansach publicznych, Dz.U. Nr 102, poz. 1116.
16. Waśniewski T., Analiza finansowa w przedsiębiorstwie, Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce, Warszawa 1997.

Stosowane rachunki kosztów w przedsiębiorstwach – wybrane wyniki badań

1. Istota analizy kosztów w przedsiębiorstwie

Analiza kosztów (czy rachunek kosztów), to istotne narzędzie controllingu wykorzystywane w przedsiębiorstwach. Analiza ta, wykorzystując właściwie sobie metody i techniki badań analitycznych, powinna odpowiedzieć na kilka kluczowych pytań w kwestii kosztów działalności przedsiębiorstwa. Można je sformułować następująco:

- jakie są podstawowe tendencje kształtowania się kosztów działalności przedsiębiorstwa, czy zachodzi zjawisko obniżki czy wzrostu kosztów, jaka jest jej skala?
- czy wyznaczone zadania w zakresie kosztów (limity, budżety, normatywy) zostały zachowane, a jeśli nie, to jakie są tego źródła i przyczyny?
- czy poziom kosztów i tendencje zmian tego poziomu stwarzają warunki wzrostu konkurencyjności produktów i usług firmy oferowanych na rynku oraz umacniania jej pozycji rynkowej?
- czy przedsiębiorstwo ma szanse dalszej redukcji kosztów, jakie są tego czynniki i uwarunkowania?

Odpowiedzi na te kluczowe pytania stają się wiązką celów, jakie ma do spełnienia rachunek kosztów i analiza kosztów. Powinna być ona prowadzona w takich przekrojach, w jakich koszty są ujmowane w planowaniu, ewidencji oraz sprawozdawczości. Z jednej strony pozwala to wykorzystać w analizie funkcjonujące w przedsiębiorstwie systemy informacyjne, z drugiej zaś umożliwia wykorzystanie szczególnych cech jakim odpowiadają poszczególne przekroje kosztów. Szczególne znaczenie ma wykorzystanie wyników analizy kosztów w zarządzaniu, a więc formułowaniu celów działalności firmy i środków ich osiągnięcia, które tkwią w sferze kosztów działalności.

W rachunku kosztów wykorzystuje się cały zestaw metod analizy, które można podzielić na dwie podstawowe grupy:

- metody porównań, umożliwiające ustalenie odchyień w kształtowaniu się kosztów w stosunku do przyjętych odniesień – kryteriów oceny,

- metody przyczynowo-skutkowe, które umożliwiają wyodrębnienie poszczególnych czynników i ich wpływu na kształtowanie się kosztów oraz na wielkość ustalonych odchyłeń.

Całość rachunku kosztów można umownie podzielić na dwa podstawowe obszary:

- 1) ogólną analizę kosztów wraz z badaniem podstawowych tendencji zmian,
- 2) szczegółową analizę kosztów, umożliwiającą identyfikację czynników wpływających na koszty, ich poziom, strukturę, odchylenia w stosunku do przyjętych kryteriów oceny.

W tym ujęciu można wyróżnić:

- 1) koszty działalności operacyjnej (podstawowej) niezbędne do uzyskania przychodów operacyjnych – przychodów ze sprzedaży wyrobów, usług, towarów i materiałów,
- 2) koszty pozostałej działalności operacyjnej,
- 3) koszty finansowe,
- 4) straty nadzwyczajne.

Ponadto przy sprzedaży towarów niezależnie od kosztów działalności handlowej, kosztem jest wartość sprzedanych towarów w cenach nabycia. Oczywiście kluczowe znaczenie ma analiza kosztów działalności podstawowej, obejmująca produkcję i sprzedaż wyrobów oraz towarów. Ważnym fragmentem analizy kosztów może być też analiza kosztów finansowych, będących skutkiem korzystania przez spółkę z obcych kapitałów, zwłaszcza kredytów.

Ogólna analiza kosztów polega przede wszystkim na analizie dynamiki i struktury kosztów oraz ustaleniu odchyłeń kosztów w stosunku do przyjętych odniesień. Podstawowymi przekrojami w ogólnej analizie kosztów mogą być:

- 1) wielkości kosztów okresów (lat) ubiegłych,
- 2) planowanie (założone, wyznaczone) wielkości (limity) kosztów,
- 3) w pewnych, szczególnych przypadkach wielkości kosztów innych jednostek.

Pożądane jest, aby w ogólnej analizie kosztów wykorzystać wymienione trzy podstawowe przekroje porównań. Pozwalają one wówczas na bardziej pełną i wszechstronną ocenę podstawowych tendencji zmian kosztów.

Analiza struktury kosztów umożliwia ocenę roli i znaczenia poszczególnych składników kosztów w kształtowaniu kosztów całkowitych. Strukturę kosztów analizuje się zwłaszcza w następujących przekrojach:

- 1) rodzajowym,
- 2) kosztów bezpośrednich i pośrednich – układ kalkulacyjny,
- 3) kosztów zmiennych i stałych,

- 4) szczególnych (specyficznych) przekrojach uwzględniających potrzeby danej spółki, gdzie można wyróżnić analizę kosztów:
- a) w przekroju podstawowych procesów (faz) działalności, tj. zakupu (zaopatrzenia), produkcji, sprzedaży (dystrybucji); ten przekrój stosowany jest np. w analizie kosztów procesów logistycznych,
 - b) w oparciu o rachunek kosztów działań zwany metodą ABC (*Activity Based Costing*).

Analiza struktury kosztów w przekroju rodzajowym pozwala ustalić i ocenić proporcje poszczególnych czynników, zwłaszcza zaś nakładów pracy żywej i uprzedmiotowionej. Zmiana struktury umożliwia ocenę podstawowych tendencji w rozwoju spółki. Np. wzrost udziału kosztów amortyzacji wskazuje na intensywność procesów inwestowania. Jeżeli jednocześnie spada udział kosztów pracy, oznacza to, że wzrasta wydajność pracy, realizuje się postęp techniczny typu kapitałochłonnego i jednocześnie pracooszczędnego. Wzrost udziału kosztów materiałowych może wskazywać na rozszerzenie zakresu kooperacji i nie zawsze oznacza wzrost materiałochłonności produkcji. Struktura kosztów w przekroju bezpośrednich i pośrednich – układ kalkulacyjny – może być powiązana z badaniem kosztów zmiennych i stałych. Podstawowa część kosztów bezpośrednich ma charakter kosztów zmiennych. Korzystnym zjawiskiem jest tendencja wzrostu udziału kosztów zmiennych (pośrednich). Pozwala to skuteczniej oddziaływać na ich redukcję. Malejący udział kosztów stałych wskazuje na elastyczny charakter działalności spółki, wyznacza niski próg rentowności z punktu widzenia wielkości produkcji i sprzedaży.

2. Stosowane rachunki kosztów w praktyce przedsiębiorstw

Niniejszy artykuł w dużej mierze opiera się na badaniach ankietowych 300 przedsiębiorstw, w których poddano ocenie znajomość idei controllingu w praktyce, umiejętność jego wykorzystywania, warunki wdrożeń oraz bariery, które stoją w tym zakresie przed przedsiębiorstwami¹. W sposób szczegółowy zaprezentowano wyniki badań dotyczące analiz i kontroli kosztów. W ramach tegoż obszaru

¹ W badaniach, zrealizowanych jesienią 2004 roku na zlecenie Instytutu Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji oraz autorki, wyodrębniono następujące kryteria różnicowania respondentów: dominujący rodzaj działalności, liczba zatrudnionych, branża działalności, forma własności kapitału, zasięg działania, rok założenia przedsiębiorstwa, pozycja przedsiębiorstwa na rynku, sytuacja ekonomiczna przedsiębiorstwa, forma prawna prowadzenia działalności przedsiębiorstwa oraz przeciętne obroty przedsiębiorstwa w miesiącu. Nie wszystkie z tych kryteriów miały wpływ na uzyskane wyniki badawcze, tam gdzie istniała określona korelacja pytań badawczych z kryteriami różnicowania respondentów było to w istotny sposób podkreślone.

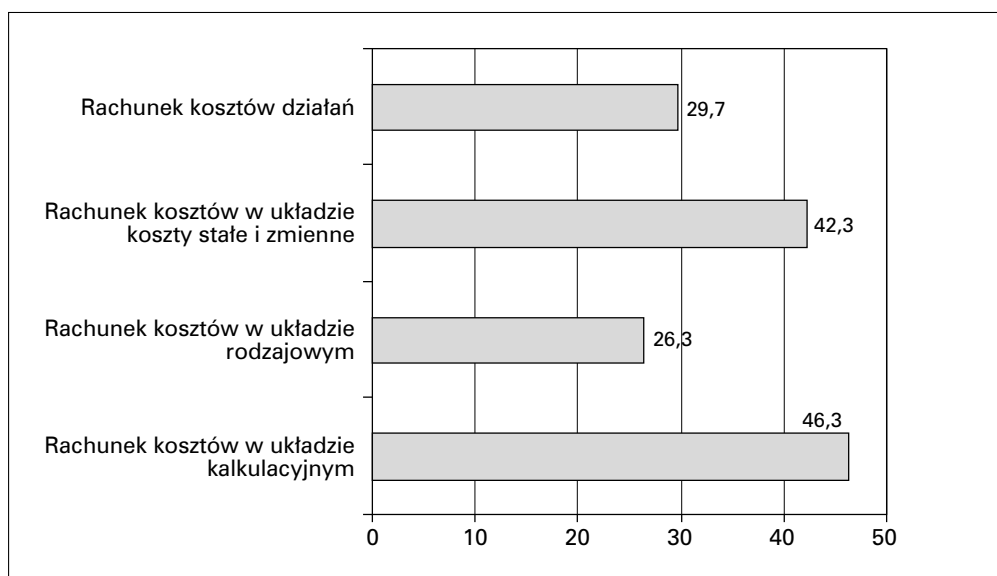
badawczego skoncentrowano uwagę wokół zagadnień związanych ze stosowaniem wybranych rachunków kosztów oraz wykorzystywanych baz porównawczych dla analizy kosztów w praktyce funkcjonowania przedsiębiorstw.

Badane przedsiębiorstwa mogły dokonać wyboru **metod prowadzenia rachunku kosztów** z następującej listy:

- układ rodzajowy
- układ kalkulacyjny
- układ koszty stałe i zmienne
- rachunek kosztów działań.

Ilustracją uzyskanych wyników w tym zakresie jest rysunek 1.

Rysunek 1. Stosowane rachunki kosztów (% odpowiedzi)



Źródło: badania własne, 2004 rok.

Jak wynika z zaprezentowanych danych, w badanych przedsiębiorstwach nie ma zdecydowanie dominującego znaczenia tylko jeden model sporządzania rachunku i analiz kosztów. Najczęściej stosowany jest układ kalkulacyjny. Ponad 46% respondentów stosuje ten układ w praktyce. Jest to zrozumiałe, bowiem wymogi księgowe stawiane przedsiębiorstwom przez ustawę o rachunkowości preferują ten typ sporządzania rachunku zysków i strat, który uwzględnia zastosowanie kalkulacyjnego rachunku kosztów.

W odniesieniu do układu kalkulacyjnego sporządzania rachunku kosztów widoczne są określone zależności z kryteriami różnicowania badanych respondentów. Na częstotliwość sporządzania tego rachunku wpływa potencjał i zasięg działania przedsiębiorstw.

I tak, w małych przedsiębiorstwach tylko 36% sporządza taki rachunek, podczas gdy w dużych odsetek ten sięga 57%. W przedsiębiorstwach o zasięgu lokalnym 40% sporządza taki rachunek, natomiast w przedsiębiorstwach o zasięgu krajowym odsetek ten wyniósł 52%. Również forma własności kapitału ma wpływ na sporządzanie tego rachunku. W przedsiębiorstwach o dominującym kapitale krajowym odsetek ten wyniósł 44%, podczas gdy w firmach zagranicznych już 62%. Podobnie forma prawna prowadzenia działalności gospodarczej wywiera wpływ na częstotliwość stosowania omawianego rachunku. W przedsiębiorstwach osób fizycznych 36% respondentów sporządza taki rachunek, natomiast w spółkach z o.o. 50%, a w spółkach akcyjnych 70%. Wynika z tego, iż większe przedsiębiorstwa o pełnym systemie księgowości mają szersze możliwości wykorzystania zaplecza informacyjnego dla prowadzenia różnorodnych analiz i rachunków kosztów.

Kolejny pod względem częstotliwości sporządzania rachunek kosztów to rachunek w układzie koszty stałe i zmienne. Sporządza go przeciętnie 42% respondentów. Jest to bardzo pozytywna sytuacja, bowiem układ kosztów tego typu nie ma charakteru obligatoryjnego. Wobec tego jego zastosowanie w praktyce przedsiębiorstw wynika z uświadomionej przez zarządzających czy właścicieli użyteczności tego rachunku. Korzyści ze stosowania rachunku kosztów stałych i zmiennych można ująć następująco:

- ułatwia on ocenę zyskowności towarów czy grup asortymentowych, gdyż nie jest zniekształcony przez umowne grupowanie i rozliczanie kosztów pośrednich;
- ułatwia stosowanie analizy prognozy rentowności, ustalanie i różnicowanie cen sprzedaży, ponieważ dostarcza informacji o kosztach zmiennych, kosztach stałych indywidualnych i wspólnych oraz o marży na pokrycie tych dwóch grup kosztów stałych oraz zysku;
- ułatwia ustalanie cen sprzedaży i różnicowanie ich poziomu w zależności od warunków rynkowych – można ustalić wpływ cen na wielkość marży brutto, ponieważ znane są informacje o górnej i dolnej granicy ceny oraz opłacalności produktów, klientów, kanałów sprzedaży itp.;
- ułatwia ustalenie przyszłych przepływów pieniężnych, co jest przydatne przy wyznaczaniu prognozy płynności i w szeregu decyzji operacyjnych;
- jego przydatność sprawdza się również w warunkach ograniczonych zasobów, bo znana jest marża brutto kluczowego zasobu przy programowaniu sprzedaży;

- generowane informacje są znaczące dla podejmowania decyzji krótkiego okresu.

Z drugiej strony wspomnieć należy również o wadach tego systemu. Do słabych stron systemu rachunku kosztów zmiennych zalicza się:

- wyróżnianie zbyt dużych grup kosztów stałych;
- trudności w podziale kosztów na zmienne i stałe;
- konieczność stosowania dualnego rachunku kosztów i wyników lub szeregu przeliczeń, celem wypełnienia standardów sprawozdań finansowych.

Na częstotliwość sporządzania rachunku kosztów stałych i zmiennych mają wpływ podobne kryteria, jak omówione wyżej. W małych przedsiębiorstwach 35% respondentów stosuje rachunek kosztów stałych i zmiennych, natomiast w dużych 49%. W przedsiębiorstwach o zasięgu lokalnym odsetek ten wynosił 33%, podczas gdy w przedsiębiorstwach o zasięgu krajowym 45%. W przedsiębiorstwach o dominującym kapitale krajowym tylko 40% wykorzystuje ten układ rachunku kosztów, natomiast w przedsiębiorstwach o kapitale zagranicznym 56%.

Również forma prawna prowadzenia działalności gospodarczej ma znaczenie dla wykorzystywania omawianego rachunku. W przedsiębiorstwach osób fizycznych tylko 35% stosuje ten rachunek, podczas gdy w spółkach kapitałowych 55%. Istotna w częstotliwości sporządzania rachunku kosztów stałych i zmiennych jest także sytuacja ekonomiczna. W przedsiębiorstwach określających swoją sytuację jako dobrą, blisko 70% deklaruje sporządzanie omawianego rachunku. Natomiast w przedsiębiorstwach o sytuacji trudnej odsetek ten wyniósł 27%.

Kolejny układ rachunku kosztów stosowany przez badane przedsiębiorstwa to rachunek kosztów działań. Blisko 30% respondentów deklaruje, iż taki rachunek sporządza w swojej działalności (co jest bardzo wysokim odsetkiem, być może wynika z faktu stosowania tego rachunku do wybranych procesów i również jako uzupełnienia innych układów sporządzania rachunków). Podobnie ponad 26% respondentów sporządza rachunek kosztów w układzie rodzajowym. Omawiane rachunki mogą mieć specyficzne zastosowanie w przedsiębiorstwach w sytuacji, gdy można wyodrębnić określone procesy gospodarcze lub też przypisać konkretne wielkości kosztów do miejsc ich powstawania. Zatem zastosowanie takich rachunków wymaga ścisłej ich analizy i wręcz drobiazgowej kontroli, co nie zawsze jest możliwe w przedsiębiorstwach, szczególnie w tych małych o niewielkim potencjale i słabym wyposażeniu informacyjnym. W odniesieniu do tych dwóch rachunków nie wystąpiły określone rozbieżności między kryteriami różnicowania badanych firm a wynikami uzyskanymi dla całej grupy respondentów.

3. Stosowane bazy porównawcze w analizach kosztów w praktyce przedsiębiorstw

W praktyce gospodarczej kategorii ekonomiczno-finansowe osiągane przez przedsiębiorstwa powinny być porównywane przy uwzględnianiu określonych baz odniesienia. Najczęściej przyjmuje się w tym zakresie następujące wielkości jako bazy:

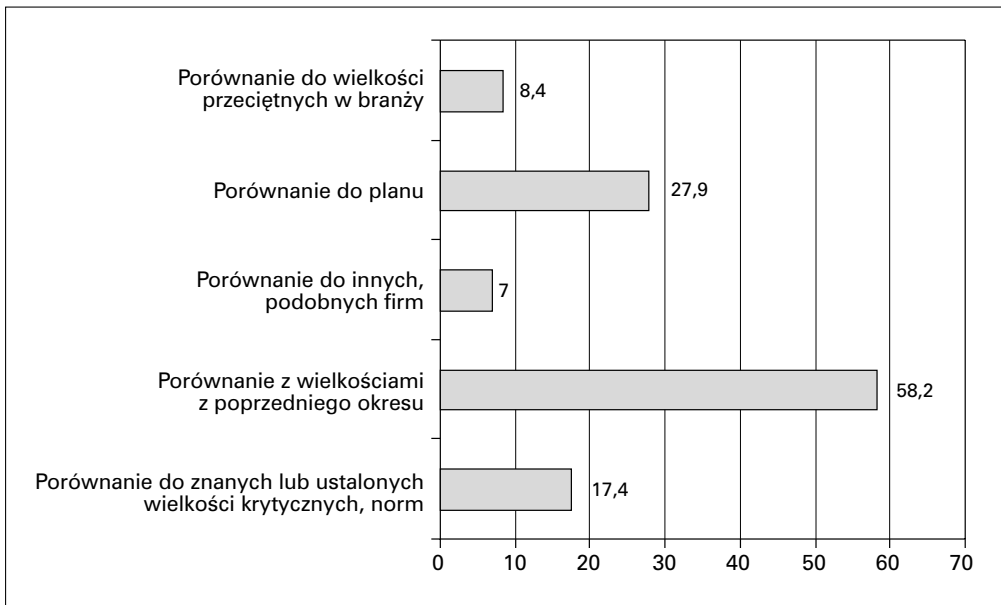
- 1) poziomy wielkości we wcześniejszych okresach. Odchylenia ustalone w postaci różnicy wskazują na kierunek zmian – pozytywny lub negatywny. Wygodniejsze jest porównywanie wielkości przez wskaźniki dynamiki, gdyż w ten sposób relatywizuje się skalę i tempo zmian dla wielkości o różnych poziomach absolutnych. Własne wielkości z poprzednich okresów są najłatwiejsze do uzyskania, dlatego też ten przekrój porównawczy jest najczęściej stosowany w praktyce analitycznej przedsiębiorstw;
- 2) porównywanie do wielkości zaplanowanych. Dotyczy to w szczególności wielkości w ujęciu absolutnym, dla których, najbardziej przydatny jest wskaźnik wykonania planu. Należy przy tym pamiętać, że wszelkie przewidywania obarczone są pewnym błędem, co jest źródłem słabości wielu wielkości planistycznych wykorzystywanych jako punkt odniesienia w porównywaniu;
- 3) porównanie przestrzenne, czyli z innymi przedsiębiorstwami, określane także jako porównania międzyzakładowe. Należy przy tym pamiętać o potrzebie porównywania podobnych jednostek. W tym przekroju najbardziej przydatne są wskaźniki, gdyż dzięki nim można oceniać jednostki różniące się skalą działania. Zewnętrzne porównanie obiektywizuje ocenę wyników;
- 4) porównywanie z zewnątrznie ustalonymi normatywami. Dotyczy to w szczególności wskaźników. Dla wielu z nich, na podstawie rozważań teoretycznych oraz obserwacji praktyki gospodarczej ustalone zostały normatywne poziomy, mające zewnętrzny charakter w stosunku do przedsiębiorstwa;
- 5) porównanie przestrzenne, ale odniesione do przeciętnej uzyskiwanej w danej branży czy sektorze, w którym działa określone przedsiębiorstwo.

I właśnie z tych ww. baz odniesienia mogły dokonywać wyboru badane przedsiębiorstwa, odpowiadając na pytanie badawcze dotyczące analizy kosztów. Ilustracją uzyskanych odpowiedzi w tym zakresie jest rysunek 2.

Jak wynika z zaprezentowanych danych, najczęściej stosowaną bazą porównawczą stosowaną przez respondentów w odniesieniu do uzyskiwanych wyników są wielkości tych parametrów oceny uzyskane w okresach poprzednich.

Koszty oceniane są do danych z okresów poprzednich przez blisko 60% respondentów. Częściej korzystają z tej bazy odniesienia przedsiębiorstwa duże – około 62% wskazań w tej grupie wielkościowej, przedsiębiorstwa małe – w granicach 50% respondentów tej grupy. Inne kryteria różnicowania badanych przedsiębiorstw nie mają zasadniczego wpływu na wykorzystywanie tej bazy porównawczej w odniesieniu do kosztów.

Rysunek 2. Koszty – wykorzystywane bazy porównawcze (% odpowiedzi)



Źródło: badania własne, 2004 rok.

Uzyskiwane w praktyce wyniki przez badane podmioty oceniane były również poprzez ich analizę porównawczą odniesioną do wielkości zaplanowanych. Odsetek przedsiębiorstw, które taką bazę odniesienia stosują, kształtował się poniżej 30% wszystkich respondentów. Kolejną bazę odniesienia dla porównywania wyników stosowaną przez badane firmy stanowiły ustalone i znane normy – w odniesieniu do kosztów wynosił on około 16%.

Przedsiębiorstwa wykorzystywały również dla porównań swych wyników uzyskiwane przeciętne wielkości w branży oraz wyniki konkurentów. Jednak odsetek przedsiębiorstw prowadzących takie analizy, o charakterze zewnętrznym w stosunku do przedsiębiorstw kształtował się na poziomie poniżej 9%. Jest to o tyle zrozumiałe, iż w danym obszarze występują określone trudności w dostępie do zewnętrznych danych ekonomiczno-finansowych. Stąd nawet ten niewy-

soki odsetek przedsiębiorstw prowadzących takie analizy należy ocenić pozytywnie, ponieważ świadczy on o fakcie, iż właśnie te przedsiębiorstwa włożyły określony wysiłek w pozyskanie tego typu danych, starają się również określić swą pozycję finansową na tle konkurencji czy branży. A informacje pochodzące z takich analiz mogą przecież stanowić określoną podstawę do podejmowania decyzji rynkowych.

4. Podsumowanie

Reasumując rozważania podjęte w tym artykule, dotyczące generalnie procesów analizy kosztów w praktyce funkcjonowania przedsiębiorstw, można stwierdzić, iż prowadzenie kontroli i wykorzystywanie w niej nowoczesnych narzędzi zarządczych w znacznej mierze zależy od wielkości przedsiębiorstw, ich potencjału, zasięgu działania, również od możliwości kadrowych, a także – dominującego inwestora. To oznacza, iż potrzeba czasu, wiedzy i umiejętności, by zmienić sytuację przedsiębiorstw w tym zakresie.

CZĘŚĆ II

**ARTYKUŁY Z ZAKRESU ZARZĄDZANIA
I EKONOMII**

Korzyści i zagrożenia wynikające z procesów globalizacji gospodarki światowej

1. Wprowadzenie

Globalizacja jest zupełnie nowym zjawiskiem w gospodarce światowej, które nie istniało jeszcze 50 czy 100 lat temu. Globalizacja to nie tylko wolny handel czy swoboda migracji, lecz przede wszystkim rozwój różnorodnych technologii umożliwiających szybkie i tanie komunikowanie się ludzi na całym świecie. Pozwala to na coraz większe powiązanie pomiędzy poszczególnymi krajami w dziedzinie produkcji i finansów, poprzez rosnącą liczbę transakcji ponad granicami poszczególnych krajów prowadzących do ukształtowania się nowego międzynarodowego podziału pracy, w którym tworzenie bogactwa na poziomie narodowym jest coraz bardziej uzależnione od podmiotów gospodarczych innych państw.

Globalizacja budzi w społeczeństwie sprzeczne opinie i uczucia. Globaliści uważają, że globalizacja jest mitem i nic nowego nie ma miejsca w integracji gospodarki światowej, co upoważniałoby do mówienia o powstaniu nowej ery¹. Uważają, że globalizacja była mniej lub bardziej obecna w ubiegłych wiekach. Globaliści natomiast przedstawiają zgoła odmienny pogląd. Uważają, że gospodarka światowa nigdy dotąd nie była tak zintegrowana, jak to ma miejsce obecnie. Z tego faktu wyciągają zasadniczo różne wnioski. Dla jednych jest to zjawisko zdecydowanie pozytywne, dla innych negatywne. Jedni widzą w globalizacji nowe możliwości, a inni głównie zagrożenia.

Poniższej przedstawione są główne szanse i zagrożenia stojące przed współczesnym człowiekiem i gospodarką, wynikające z globalizacji gospodarki światowej.

2. Korzyści wynikające z procesów globalizacji

Kiedy uważnie przyjrzymy się procesom globalizacji, zauważymy, że proces ten nie przynosi samych minusów. Poniżej zostały przedstawione i opisane główne korzyści wynikające z procesów globalizacji:

¹ Praca zbiorowa pod red. B. Liberskiej, Globalizacja. Mechanizmy i wyzwania, PWN, Warszawa 2002.

- 1) wprowadzenie ładu rynkowego poprzez zniesienie barier dla działania mechanizmu rynkowego;
- 2) przyspieszenie przepływu informacji, upowszechnienie wiedzy i umiejętności;
- 3) rozwój małych i średnich przedsiębiorstw;
- 4) rozwój gospodarki światowej;
- 5) wzrost inwestycji zagranicznych.

Ad. 1. Globalizacja prowadzi do wprowadzenia ładu rynkowego poprzez zniesienie barier dla działania mechanizmu rynkowego. Globalizacja jest kolejną fazą ewolucji rynku, który dokonywał się od zarania dziejów, kształtując i rozwijając nowy ład gospodarczy. U podstaw tego rozwoju leży wolność gospodarcza. Składa się na nią wolność wyboru w zakresie konsumpcji, wolność wyboru zawodu i miejsca pracy, wolność podejmowania działalności gospodarczej, wolność dysponowania własnością prywatną, wolność zawierania umów².

Drugim filarem ładu rynkowego jest bezpieczeństwo własnościowe³. Bez zapewnienia respektowania praw własności i przestrzegania umów handlowych nie ma możliwości na szybki rozwój rynku. W tej kwestii globalizacja wprowadza ujednolicenie reguł i pomaga w respektowaniu praw własności podmiotów gospodarczych działających na skalę ponadnarodową. Jeżeli w ten sposób patrzy się na proces globalizacji, to jego zalety są pochodną postępującej alokacji rynkowej ponad granicami⁴. Oznacza to lepsze wykorzystanie w procesie produkcji różnych czynników produkcji, również unikalnych dla gospodarki światowej, co prowadzi do podnoszenia jakościowego poziomu metod wytwarzania ze względu na lepsze wykorzystanie w gospodarce światowej kapitału fizycznego, intelektualnego i siły roboczej.

Ad. 2. Proces ten traktuje się jako decydujący czynnik dyfuzji postępu technicznego. Na przełomie lat 80. i 90. nastąpił przełom w erze informatycznej, opartej na sieciowych powiązaniach informatycznych⁵, a zwłaszcza Internetu. W znacznym stopniu nastąpiło skrócenie odległości i czasu pomiędzy poszczególnymi kooperantami. Struktura kosztów w tych przedsiębiorstwach też uległa dużej zmianie. Zmalał udział kosztów związanych z utrzymaniem siły roboczej, a wzrósł w dziedzinie maszyn i urządzeń, także w sferze marketingowej i badawczo-rozwojowej. Udział kosztów siły roboczej w nowocześnie wyposażonych zakładach obniżył się niekiedy nawet do 1%. Niezbędna do obsługi nowoczesnych

² W. Szymański, *Kształtowanie rynkowego ładu gospodarczego*, IFGN SGH, Warszawa 1991.

³ W. Szymański, *Globalizacja wyzwania i zagrożenia*, Difin, Warszawa 2001.

⁴ W. Szymański, *Globalizacja...*, *op. cit.*

⁵ R. Piasecki, *Rozwój gospodarczy a globalizacja*, PWE, Warszawa 2003.

systemów wytwórczych liczba inżynierów trzykrotnie przewyższa liczbę pracowników produkcyjnych. Świadczy to o zmianie relacji między zapotrzebowaniem nowoczesnej produkcji na wysokie i niskie kwalifikacje. Ma to duże znaczenie nie tylko dla ekonomiki produkcji, lecz również dla jej lokalizacji⁶. Rozwinął się także system międzynarodowych subkontaktów (np. firma IBM zamawia oprogramowanie do swoich komputerów w przedsiębiorstwach hinduskich), co było możliwe dzięki łatwiejszemu dostępowi do wiedzy i technologii.

Ad. 3. Domeną małych i średnich przedsiębiorstw jest szeroko rozumiana sfera usług, w mniejszym zaś stopniu działalność produkcyjna⁷. Generują one znaczną część dochodu narodowego, kreuja także więcej miejsc pracy niż duże przedsiębiorstwa. Jest to możliwe dzięki liczebności, potencjału ekonomicznego oraz efektywności działalności. Zjawisko to wynika z immanentnych cech tych jednostek gospodarczych, które mają ograniczone możliwości kapitałowe, majątkowe. Dążą do uzyskania wysokiej produktywności majątku i szybkiego zwrotu zainwestowanego kapitału.

W ostatnich kilkudziesięciu latach można zaobserwować znaczny wzrost zawieranych porozumień między krajami. Mają one na celu stworzenie wspólnego rynku poprzez liberalizację przepływu kapitału i produktów. Działania te są w znacznej mierze realizowane przez małe i średnie przedsiębiorstwa, które otrzymują znaczną pomoc na dalsze umacnianie swojego sektora. Za dobry przykład może tu służyć Unia Europejska. Przeznacza ona duże sumy na rozwój sektora MSP. Programy pomocowe mają na celu dostosowanie do wymogów jednolitego rynku i sprostania narastającej konkurencji. Działania przynoszą znaczne profity z globalizacji gospodarek narodowych, zwiększają się także kooperacje między firmami.

Innym czynnikiem przyczyniającym się do rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w warunkach globalizacji jest regionalność, wielkość i znajomość najbliższego otoczenia. Korporacje transnarodowe nie są w stanie reagować tak szybko na zmiany zachodzące na lokalnych rynkach, jak MSP. Mniejszym organizmem jest łatwiej zarządzać. Jedynym problemem, z którym czasami borykają się małe i średnie przedsiębiorstwa to brak odpowiednich funduszy na inwestycje i badania. Dlatego też wspomniane wyżej organizacje uruchamiają różnorodne programy pomocowe, które mają na celu dofinansowanie MSP.

⁶ R. Vernon, *Exploring the Global Economy. Emerging Issues in Trade and Investment*. The Center for International Affairs and University Press of America, Boston.

⁷ M. Strużycki, *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem*.

Ad. 4. Organizacja Wspólnoty Gospodarczej i Rozwoju (OECD), która została założona w 1960 roku, stała się główną organizacją wpływającą na rozwój gospodarczy. Jej celem jest pilnowanie stałego wzrostu gospodarczego i likwidację barier w handlu. Bank Światowy oraz Fundusz walutowy też mają swój wpływ na rozwój gospodarczy państw należących do nich. Główne ich zadania to pomoc w odbudowie i rozwoju oraz koordynowanie polityki finansowej. W warunkach globalizacji nowe technologie, które powstały głównie w telekomunikacji i transporcie, umożliwiają szybszy przepływ ludzi, towarów kapitału czy usług w większej skali niż kiedykolwiek w przeszłości. Umożliwia to rozwój gospodarczy krajom, które uczestniczą w jej procesach.

Ad. 5. Pod koniec lat 80. przepływy bezpośrednich inwestycji zagranicznych uległy znacznemu przyspieszeniu. Wpływ na ten stan rzeczy miały zasady regulujące przepływ inwestycji obejmujące instrumenty polityki wewnętrznej poszczególnych państw, jak również porozumienia o zasięgu biletarnym, regionalnym i multilateralnym⁸.

Wspomniana wyżej liberalizacja ustawodawstwa w poszczególnych krajach, oraz wielostronne porozumienia liberalizujące handel międzynarodowy, zawierane pod kierownictwem GATT, przyczyniły się do zwiększonych przepływów bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Porozumienia te doprowadziły do obniżenia średniej stawki celnej z 40% w 1947 roku do 2% w 2000 roku⁹. W chwili obecnej do GAAT należy około 120 krajów.

Strumienie napływu i odpływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych pozwalają zaobserwować odmienne tendencje ich zmian. Postępuje przestrzenna dywersyfikacja strumienia napływu inwestycji, a jednocześnie umacnia się koncentracja odpływu inwestycji w krajach Triady¹⁰. Jest to związane ze zwiększającymi się powiązaniem krajów nowo uprzemysłowionych (kraje Ameryki Łacińskiej, Azji Południowo Wschodniej, Europy Środkowo wschodniej) z krajami Triady.

3. Zagrożenia wynikające z procesów globalizacji

Oprócz plusów, które niesie ze sobą globalizacja, można dostrzec też minusy związane z tym procesem:

⁸ S. Ładyka, Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w świecie porozumień międzynarodowych, „Wspólnoty Europejskie”, 1998, Nr 3 (79), s. 24–25.

⁹ A. K. Sundram, J. S. Lack, *The International Business Environment. Text and Cases*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1995.

¹⁰ A. K. Sundram, J. S. Lack, *The International Business...*, *op. cit.*

- 1) zagrożenie globalnymi kryzysami finansowymi,
- 2) degradacja środowiska naturalnego,
- 3) negatywne efekty społeczne,
- 4) zagrożenie różnorodności i odrębności kulturowej, poszczególnych państw, regionów czy społeczności.

Ad. 1. Postępująca liberalizacja, która dokonała się po drugiej wojnie światowej pozwoliła na szybki rozwój korporacji transnarodowych. Korporacje transnarodowe szukając nowych możliwości rozwoju i rynków zbytu na swoje produkty i usługi, wchodzą z ofertą na rynki krajów rozwijających się. Powiązania pomiędzy poszczególnymi rynkami i ich gospodarkami są coraz większe. Duża ilość pośredników zajmujących się inwestowaniem (banki, fundusze inwestycyjne itp.) kapitału ma do dyspozycji wiele nowych instrumentów, a rozwój technologii pozwala na szybki przepływ kapitału pomiędzy poszczególnymi rynkami. To wszystko przyczynia się do powstania globalnych rynków finansowych.

Koniec ubiegłego wieku obfitował w wiele istotnych wydarzeń w świecie finansów międzynarodowych. Oprócz powstania nowej waluty europejskiej, szerokim echem odbiły się kryzysy walutowo finansowe, które z dużą regularnością powstawały w różnych zakątkach świata. Pierwszy poważny kryzys powstał w Europie Zachodniej w latach 1992–1993, następny został zapoczątkowany w 1995 roku i dotknął głównie Meksyk. Stany Zjednoczone, Fundusz Walutowy oraz Bank Światowy poprzez swą interwencję na niespotykaną do tej pory skalę nie pozwoliły na dalsze pogłębianie i rozszerzanie się kryzysu. W 1997 roku kryzys dotknął rynek azjatycki. Negatywne skutki tych wydarzeń dotknęły także koronę czeską, rubla rosyjskiego i brazylijskie peso. Na skutek tych wydarzeń spowolnił się wzrost gospodarczy, a wśród ekspertów zaczęły się rodzić obawy, że nadejdzie deflacja, a nawet depresja, która obejmie cały świat.

Kryzys gospodarczy sam w sobie nie jest nowym zjawiskiem w światowej gospodarce. Wiele wydarzeń, które negatywnie wpływały na gospodarkę, miało miejsce także w innych okresach historii gospodarowania. To, co wyróżnia zawirowania na rynkach finansowych w ostatnich latach to szybkość, z jaką kryzys przenosi się z jednego rynku na drugi. Inną cechą kryzysów, które miały miejsce w ostatniej dekadzie XX w. jest fakt, że dotknęły one krajów, które po przeprowadzeniu głębokich reform gospodarczych miały bardzo dobre perspektywy rozwoju na przyszłość.

Nic nie wskazywało na to, by pod koniec ubiegłego wieku w Azji miał zacząć się kryzys gospodarczy. W większości krajów azjatyckich była prowadzona spójna polityka fiskalna i monetarna, deficyty budżetowe były utrzymywane na niskim poziomie, a bezrobocie i inflacja były niewielkie i pod kontrolą. Do pozytywnych wskaźników należy także zaliczyć wysokie tempo wzrostu gospodarczego,

dotadni bilans obrotów handlowych, a także wysoką stopę oszczędności krajowych¹¹. Z uwagi na solidne fundamenty tych gospodarek podejście makroekonomiczne nie sprawdziło się¹². Uczestnicy rynków walutowych podejmują decyzje inwestycyjne w oparciu o zachowania innych inwestorów czy pogłoski, a nie konkretne dane.

Następstwem tego jest występowanie u inwestorów „zachowań stadnych”. Zakładają oni, że inni inwestorzy wycofujący się z rynku danego kraju wiedzą coś więcej i są w posiadaniu poufnych informacji. Wycofują swoje aktywa z rynku, zabezpieczając się w ten sposób przed ewentualną stratą.

Inną przyczyną załamania się rynków w Azji była manipulacja przez inwestorów spekulacyjnych. Otwierali oni krótkie pozycje w walucie lokalnej, a następnie wywoływali panikę na rynku Np. przez podanie do publicznej wiadomości nieprawdziwej informacji o stanie gospodarki i ostentacyjną sprzedaż aktywów, czym doprowadzali do opłacalnej dewaluacji kursu.

Historia kryzysów wykazuje, że zazwyczaj nie występują one tylko w jednym kraju, lecz przenoszą się na inne kraje i inne kontynenty. Efekt zaraźliwości kryzysów walutowych był wyraźnie widoczny podczas ostatnich kryzysów. Na ogół kryzysy przenoszą się za pomocą trzech kanałów: handel zagraniczny, kanał finansowy i ceny surowców¹³. Silne związki handlowe odegrały decydującą rolę w rozprzestrzenianiu się zawirowań na rynkach finansowych w Azji. Dewaluacja waluty tajlandzkiej zrodziła obawę o pogorszenie konkurencyjności pozostałych krajów azjatyckich, co wpłynęłoby niekorzystnie na ich bilans handlowy. Wywołało to atak spekulacyjny na ich waluty¹⁴. Powiązanie kryzysu czeskiego z azjatyckim wyjaśnia się zachowaniem globalnych banków inwestycyjnych, które uznały za podobne gospodarki znacznie od siebie oddalone oraz niemające większych powiązań handlowych czy finansowych i podejmujące wobec nich podobne decyzje inwestycyjne¹⁵.

Coraz więcej polityków i ekonomistów zastanawia się nad sposobami ograniczenia negatywnych skutków globalizacji rynków finansowych. Chodzi tu głów-

¹¹ R. Piasecki, *Rozwój gospodarcze a globalizacja*, PWE, Warszawa 2003.

¹² Istniały jednak modele, które próbują zaakceptować modele pierwszej i drugiej generacji do istniejących warunków w krajach azjatyckich Czechach czy Meksyku, zob. G. Kopits, *How Can Fiscal Policy Help Avert Currency Crises?*, Referat przygotowany na konferencje zorganizowaną przez Narodowy Bank Austrii.

¹³ Praca zbiorowa pod red. B. Liberskiej, *Globalizacja, mechanizmy i wyzwania*, PWE, Warszawa 2002.

¹⁴ Eksport między krajami tego regionu jest wyższy niż ich eksport do USA czy Europy. Ważne jest także to, że niektóre kraje są konkurentami na rynkach światowych.

¹⁵ A. Sławiński, M. Dusza, *Kryzysy walutowe w krajach otwierających się na wymianę*, „Materiały i studia NBP”, 1999, styczeń.

nie o wykorzystywanie liberalizacji przez spekulantów, którzy w imię szybkiego zysku nie wahają się wpędzić kraje w kryzys.

Noblista Jame's Tobin proponuje wprowadzenie podatku od przepływów kapitałowych. Już w końcu lat 70. ubiegłego wieku zalecał on nałożenie jednoprotentowego podatku od wszystkich transakcji walutowych. Miałby on przyhamować ruchliwość i nagłe kierunki zmian lokowania kapitału oraz duże zmiany kursowe. Mimo dość niskiego opodatkowania tych transakcji, każde przeniesienie kapitału z niżej do wyżej oprocentowanej lokaty wymagałoby zapłacenia fiskusowi podatku w wysokości 2% (transakcja odpływu i napływu). Zmniejszyłoby to przynajmniej częściowo spekulacyjny przepływ kapitału, a co za tym idzie zmniejszenie liberalizacji przepływów kapitałowych.

Ad. 2. Agresywność i brutalność wynikające z globalnej konkurencji w dążeniu do skracania cyklu życia dóbr, wyrafinowanie w zakresie tworzenia potrzeb pozornych, a zarazem tworzenie „religii towarów” i sprowadzenie systemu wartości do zdolności zakupu towarów, traktowanie konkurencji dóbr i usług jako głównego wyróżnika społecznego – to niektóre z czynników, które należy uznać za zagrożenie dla środowiska naturalnego¹⁶. Degradacja środowiska odbywa się też na zasadzie transferu brudnych technologii. Polega to na przenoszeniu produkcji do krajów z niższymi standardami ekologicznymi. Standardy te zazwyczaj są o wiele niższe w krajach rozwijających się przenoszenie produkcji do tych regionów jest bardziej opłacalne, ponieważ obniża koszty produkcji. Są państwa takie, jak USA, które do tej pory nie podpisały traktatu z KIOTO o ograniczeniu emisji gazów cieplarnianych, aby tylko ich gospodarka nie musiała ponosić dużych nakładów inwestycyjnych na ochronę środowiska, co w znacznym stopniu ograniczyłoby jej konkurencyjność. Także agresywność i brutalność, wynikające z globalnej konkurencji w dążeniu do skracania życia dóbr, wyrafinowanie w zakresie tworzenia potrzeb pozornych, a zarazem tworzenia religii towarów, traktowanie konsumpcji dóbr i usług jako głównego wyróżnika społecznego – to czynniki, które należy uznać za groźne dla naturalnego środowiska¹⁷.

Ad. 3. W związku z tym, że globalizacja jest ściśle powiązana z dość dużą niestabilnością zatrudnienia i produkcji, może to w rezultacie prowadzić do wzrostu bezrobocia. W latach 1960–1994 produkcja w krajach wysoko rozwiniętych rosła w tempie 3,6%, a w tym samym czasie zatrudnienie pozostawało bez zmian¹⁸.

¹⁶ W. Szymański, *Globalizacja wyzwania i zagrożenia*, Dyfin, Warszawa 2001.

¹⁷ W. Szymański, *Globalizacja...*, *op. cit.*

¹⁸ Word Economic Outlook 1997, June.

Globalizacja ułatwia korporacjom transnarodowym szybki i łatwy transfer produkcji za granicę i zastępowanie swoich drogich pracowników obcymi. Przyczyniła się do odpływu miejsc pracy z krajów wysoko rozwiniętych do krajów rozwijających się¹⁹. W krajach tych płace są znacznie niższe niż w krajach wysoko rozwiniętych. Jest to spowodowane głównie mniejszą wydajnością pracy.

Badania, które przeprowadził Harwardzki profesor R. Freeman wykazały, że około 80% różnic pomiędzy robotnikami ze Stanów Zjednoczonych a robotnikami z Meksyku wiąże się z różnicami w ogólnych umiejętnościach i z dysproporcjami między rynkowymi kursami wymiennymi a względną siłą nabywczą²⁰.

Ad. 4. Negatywne efekty społeczne wiążą się z transferem wzorców kulturowych z krajów wysoko rozwiniętych do pozostałej części świata, poprzez imitację modelu konsumpcji, globalne środki masowego przekazu itp.²¹ Zdaniem antyglobalistów może grozić to – w końcowym rozrachunku – homogenizacją systemów wartości oraz ograniczeniem różnic kulturowych i tożsamości narodowej²².

Globalizacja nie oddziałuje wyłącznie na rynki i państwa narodowe, ale także zmienia w zasadniczy sposób życie ludzi na całej kuli ziemskiej, mając ogromny wpływ na ich kulturę i system wartości. Dzięki integracji rynków towarowych ludzie mają łatwy dostęp do innowacji produktowych, ale też produktów pochodzących z krajów wysoko uprzemysłowionych. Szybki rozwój technologii, a zwłaszcza komunikacji odcisnął duże piętno na styl życia poszczególnych narodów, co doprowadziło do przejścia wzorców konsumpcyjnych z państw wysokoprzemysłowionych. Promocja takiego stylu życia odbywa się za pomocą reklamy i mediów (globalny marketing), co jest nieuniknionym elementem, który idzie w parze z globalną konkurencją i walką o globalne rynki. Problem, jaki się z tym wiąże wynika z faktu, że globalne produkty pochodzą w dużej mierze z państw wysokorozwiniętych i są w znakomitej większości przeznaczone dla społeczeństw zamożnych. Tylko niewielka liczba ludności z krajów rozwijających się może sobie pozwolić na produkty globalne, podczas gdy większość społeczeństwa tych krajów przeżywa frustracje i niezadowolenie z niemożności zakupu tych produktów. Wzorce zachowań przejmowane przez społeczeństwa z krajów rozwijających się, są zarezerwowane tylko dla nielicznej klasy średniej. Pozostała część społeczeństwa widzi w globalizacji zagrożenie, a nie szansę na lepsze jutro. Istnieje jednak możliwość, że konsumenci o relatywnie niskich dochodach będą mogli

¹⁹ A. Gwiazda, *Globalizacja i regionalizacja Gospodarki światowej*, Adam Marszałek, Toruń 2000.

²⁰ S. Brittman, *Who's afraid of globalization?*, „Financial Times”, 08.01.1998.

²¹ R. Piasecki, *Rozwój gospodarczy a globalizacja*, PWE, Warszawa.

²² A. Solinamo, *Globalization and National Development at the End of the 20th Century*, Policy research, „Working Paper”, The World Bank, June 1999.

mieć dostęp do dóbr globalnych. Chodzi tu o wytwarzanie dóbr nieco niższej jakości, na podstawie licencji i patentów, przy zachowaniu głównych parametrów i niektórych cech pierwowzorów²³.

4. Podsumowanie

Z przedstawionych rozważań wynika, że rozkład korzyści i zagrożeń wynikających z procesów globalizacyjnych jest wysoce zróżnicowany. Przez jednych jest odczuwana jako zjawisko pozytywne, a przez innych jako negatywne. Dla jednych jest szansą wzrostu dobrobytu i rozwoju, dla innych skazaniem na marginalizację. Niektórzy określają zalety globalizacji i korzyści z niej płynące, takie jak: tani import, dostęp do informacji, łatwość w podróżowaniu, duża gama towarów dla konsumentów, możliwość zdobycia lepszej pracy, a co się z tym wiąże – także wyższych dochodów. Z drugiej strony globalizacja jest uważana jako instrument, który dzieli świat na zwycięzców i pokonanych. Społeczeństwa w biednych krajach nie odnoszą korzyści i czeka je dalsza marginalizacja²⁴. Niektórzy uważają, że proces globalizacji oznacza dyktaturę, która została wprowadzona przez ponadnarodowy biznes i prowadzi do zanieczyszczenia środowiska. Dla innych, globalizacja wiąże się z dużym ryzykiem, niepewnością, niestabilnością rynków, gwałtownymi zmianami i wzrostem bezrobocia²⁵.

Z globalizacji najwięcej skorzystać mogą kraje wysoko rozwinięte, a tracą państwa najbiedniejsze, które nie wytrzymują walki konkurencyjnej. Nie oznacza to jednak, że krajom biedniejszym powodziłoby się lepiej, gdyby procesy globalizacji gospodarki światowej nie dotyczyły ich tak mocno, jak ma to miejsce w chwili obecnej. Kilkadziesiąt lat temu angielska ekonomistka J. Robinson miała zwyczaj mówić, że jest tylko jedna rzecz gorsza od wyzysku kapitalistycznego, a mianowicie jego brak. W XXI wieku to samo można powiedzieć o globalizacji²⁶.

5. Bibliografia

1. Britzman S., Who's afraid of globalization?, „Financial Times”, 08.01.1998.
2. Gwiazda A., Globalizacja i regionalizacja gospodarki światowej, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2000.

²³ J. James, Consumption, Globalization and Development, MacMillan Press, London 2000.

²⁴ Praca zbiorowa pod red. B. Liberskiej, Globalizacja, mechanizmy i wyzwania, PWE, Warszawa 2002.

²⁵ A. Starr, Naming the Enemy. Anti-Corporate Social Movements Confront Globalization, Colorado State University, Colorado 2000.

²⁶ R. Piasecki, Rozwój gospodarczy a globalizacja, PWE, Warszawa 2003.

3. James J., *Consumption, Globalization and Development*, MacMillan Press, London 2000.
4. Liberska B., red., *Globalizacja. Mechanizmy i wyzwania*, PWN, Warszawa 2002.
5. Ładyka S., *Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w świecie porozumień międzynarodowych*, „Wspólnoty Europejskie”, 1998.
6. Piasecki R., *Rozwój gospodarczy a globalizacja*, PWE, Warszawa 2003.
7. Sławiński A., Dusza M., *Kryzysy walutowe w krajach otwierających się na wymianę*, „Materiały i studia NBP”, 1999, styczeń.
8. Solinamo A., *Globalization and National Development at the End of the 20th Century*, Policy reserch, „Working Paper”, The World Bank, June 1999.
9. Starr A., *Naming the Enemy. Anti-Corporate Social Movements Confront Globalization*, Colorado State University, Colorado 2000.
10. Strużycki M., *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem*.
11. Sundram A. K., Lack J. S., *The International Business Enviroment. Text and Cases*. Prentice Hall, Endlewood Cliffs 1995.
12. Szymański W., *Kształtowanie rynkowego ładu gospodarczego*, IFGN SGH, Warszawa 1991, rozdz. IV.
13. Szymański W., *Globalizacja wyzwania i zagrożenia*, Difin, Warszawa 2001.
14. Vernon R., *Exploring the Global Economy. Emerging Issues in Trade and Investment*. The Center for International Affairs and University Press of America, Boston.
15. *Word Economic Outlook* 1997, June.

Strategie marketingowe przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych

1. Rodzaje strategii marketingowych na rynkach zagranicznych

Wybór strategii i rynków zagranicznych powinien być poprzedzony badaniami marketingowymi, które umożliwią dokonanie racjonalnego podjęcia decyzji. Istnieje konieczność określenia ogólnego charakteru strategii marketingowych oraz doboru instrumentów marketingowych stosowanych na rynkach zagranicznych.

Strategie marketingowe powstają i rozwijają się na gruncie marketingu, jego warstwy koncepcyjnej oraz instrumentalnej. Odzwierciedlają one zbiór decyzji, sposobów postępowania i działań rynkowych podejmowanych przez przedsiębiorstwo w procesach osiągania celu (celów)¹. Ze względu na **cel działania** można wyróżnić kilka strategii²:

- *ekspansywną*,
- *obrony pozycji*,
- *selektywnego rozwoju*.

Pierwsza z nich (*ekspansywna*) ma na celu osiągnięcie wzrostu sprzedaży, zysku i pozycji na rynku. Jest jednak trudna do realizacji, bo przedsiębiorstwo musi dysponować dużymi środkami finansowymi, konkurencja nie jest zbyt intensywna, istnieje niezaspokojony popyt na produkty przedsiębiorstwa. Konieczne są także dokładne badania rynku, na którym ono działa i podjęcie inwestycji o znacznie większych nakładach niż w przypadku innych strategii. Są to działania o dużym stopniu ryzyka.

Strategia obrony dotychczasowej pozycji jest stosowana często, gdyż jest mniej kosztowna niż strategia ekspansji. Chodzi w niej o utrzymanie dotychczasowego udziału w rynku, dobrej opinii o swoich wyrobach i obserwację działań konkurencji³. Przedsiębiorstwo realizuje tę strategię także wtedy, gdy w jego otoczeniu występuje niekorzystne zjawisko, np. wzrost konkurencji, duże ryzyko stosowania strategii ekspansji, niewielkie perspektywy wzrostu zysku i sprzedaży.

¹ W. Wrzosek, red., Strategie marketingowe, SGH, Warszawa 2001, s. 11.

² A. Sznajder, Strategie marketingowe na rynku międzynarodowym, PWN, Warszawa 1995, s. 76.

³ *Ibidem*, s. 78.

Strategia selektywnego rozwoju polega na koncentrowaniu się przedsiębiorstwa na wybranych segmentach rynku i produktach. Jeśli przedsiębiorstwo dysponuje ograniczonymi zasobami i nie ma możliwości szybkiej i elastycznej reakcji na działania konkurentów, korzystną pozycję na rynku może osiągnąć koncentrując się na wybranym segmencie rynku lub grupie produktów. Jednak i wtedy konieczne są badania marketingowe, które wskazałyby na segmenty korzystne dla przedsiębiorstwa⁴.

Wymienione rodzaje strategii marketingowych mogą być stosowane na rynkach zagranicznych, a wybór spośród nich zależy od posiadanych przez przedsiębiorstwo środków własnych oraz przyjętych wcześniej celów długookresowych.

Ze względu na **nasilenie działań oraz na liczbę rynków, na których przedsiębiorstwo chce działać**, można mówić o strategii wypukłej i wklęsłej.

Strategia wypukła polega na tym, że przedsiębiorstwo chce wejść szybko na rynki zagraniczne i szybko osiągnąć jak największy udział w rynku. Wiąże się to z koniecznością posiadania bardzo dużych zasobów finansowych, ponoszenia relatywnie dużych nakładów na inwestycje przy założeniu, że nie ma zbyt dużego ryzyka ze strony konkurencji. Strategia ta odpowiada wyżej przedstawionej strategii ekspansywnej⁵.

Strategia wklęsła polega na powolnym i systematycznym nasilaniu działań przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych. Nie ponosi ono od razu dużych nakładów, ale też celem nie jest uzyskanie szybko założonego udziału na rynku⁶.

Ze względu na **liczbę rynków, na jakich przedsiębiorstwo może działać**, wyróżnia się strategię koncentracji i dywersyfikacji.

Strategia koncentracji polega na tym, że przedsiębiorstwo koncentruje się na wybranym rynku zagranicznym i po osiągnięciu pozytywnych efektów swoich działań systematycznie wchodzi na nowe rynki zagraniczne⁷.

Strategia dywersyfikacji sprowadza się do wejścia na jak największą liczbę rynków zagranicznych, a w miarę rozwoju działań na nich na systematycznym eliminowaniu nieatrakcyjnych rynków. Strategia ta zakłada mniejsze zaangażowanie sił i środków przedsiębiorstwa na poszczególnych rynkach niż w przypadku strategii koncentracji, jest tych rynków bowiem znacznie więcej⁸.

⁴ *Ibidem*, s. 39.

⁵ W. Grzegorzczak, Marketing na rynkach zagranicznych, Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa 1998, s. 53.

⁶ *Ibidem*, s. 55.

⁷ Szerzej na ten temat: W. Bień, B. Dobiegała-Korona, M. Duczowska-Piasecka, S. Kasiewicz, Z. Pierścioneek, Skuteczne strategie, Centrum Informacji Menedżera, Warszawa 1997, s. 9–14.

⁸ A. Sznajder, Strategie..., *op. cit.*, s. 40.

Ze względu na **działania przedsiębiorstwa odnoszące się do segmentów rynku** i poszczególnych krajów można wyróżnić cztery typy strategii: strategia podwójnej koncentracji, koncentracji krajowej, koncentracji segmentowej, podwójnej dywersyfikacji.

Strategia podwójnej koncentracji polega na wyborze przez przedsiębiorstwo niewielu segmentów rynku w niewielu krajach. Ze względu na ograniczone zasoby i brak doświadczenia w działaniach na rynkach zagranicznych przedsiębiorstwo koncentruje swoje działania na wybranym segmencie(ach) i jednym lub niewielu rynkach. Chodzi jednak o to, by wybrany segment rynku był rozległy⁹.

Strategia koncentracji krajowej polega na działaniach przedsiębiorstwa w niewielu krajach, ale na wielu segmentach rynku. Konieczne jest tu posiadanie przez przedsiębiorstwo odpowiednio szerokiego asortymentu dla wielu segmentów rynku. Ograniczone możliwości wykorzystania skali produkcji mogą być zrekompensowane przez mniejsze koszty badań rynków zagranicznych i mniejsze koszty działania na rynkach zagranicznych ze względu na ich niewielką liczbę¹⁰.

Strategia koncentracji segmentowej sprowadza się do podjęcia działań na niewielu segmentach rynku, ale na wielu rynkach zagranicznych. Koncentracja na wybranym segmencie i jednym rynku zagranicznym nie byłaby opłacalna, może to być działanie podejmowane w początkowych fazach internacjonalizacji¹¹. Pozytywne doświadczenie w działaniach na wybranym rynku pozwala przejść na nowe rynki zagraniczne z tym samym asortymentem dla podobnych segmentów. Takie działania wymagają podjęcia wcześniejszych badań marketingowych pod kątem istnienia podobnych segmentów rynku w różnych krajach. Po osiągnięciu pozytywnych efektów, w przypadku realizacji strategii podwójnej koncentracji przedsiębiorstwo stoi przed wyborem między strategią koncentracji krajowej lub segmentowej. Wybór strategii koncentracji krajowej jest możliwy, gdy przedsiębiorstwo jest w stanie istotnie poszerzyć asortyment swoich produktów. Gdy istnieje duże ryzyko pozyskania nowych segmentów rynku i nie można istotnie poszerzyć asortymentu produktów, przedsiębiorstwo może wybrać strategię koncentracji segmentowej. Pozytywne efekty stosowania jednej z wybranych strategii skłaniać może podmiot gospodarczy do zastosowania strategii podwójnej dywersyfikacji.

Strategia podwójnej dywersyfikacji polega na podjęciu działań na wielu rynkach zagranicznych. Taka strategia wymaga posiadania przez podmiot gospo-

⁹ *Ibidem*, s. 41.

¹⁰ *Ibidem*.

¹¹ Szerzej na ten temat: R. Bauer, M. A. Leśniewski, Internacjonalizacja działań marketingowych przedsiębiorstwa, w: „Studia i Prace” Kolegium Zarządzania i Finansów SGH Nr 39/2003, Warszawa 2003.

darczy dużych zasobów, doskonałej znajomości rynków zagranicznych i bogatego asortymentu odpowiadającego potrzebom wielu segmentów¹².

Dla określenia strategii marketingowej na rynkach zagranicznych można także wykorzystać macierz Ansoffa. Według niej strategię dzieli się na cztery rodzaje: strategia penetracji rynku, rozwoju rynku, rozwoju produktu, innowacji¹³.

Penetracja rynku oznacza nasilenie działań dla zwiększenia sprzedaży określonego produktu na dotychczasowym rynku. Rynek jest dobrze rozpoznany, popyt nie jest nasycony i możliwe jest dotarcie do potencjalnych nabywców¹⁴.

Strategia rozwoju rynku polega na wchodzeniu z dotychczasowym produktem na nowe rynki. Może to oznaczać, że podmiot gospodarczy wychodzi poza rynek krajowy i zdobywa rynki zagraniczne. Pojawia się w tym momencie zjawisko internacjonalizacji działań. Przedsiębiorstwo może wykorzystać tę strategię, działając już od dawna na rynkach zagranicznych, np. przechodząc od strategii podwójnej koncentracji do strategii koncentracji segmentowej lub od strategii koncentracji krajowej do strategii podwójnej dywersyfikacji¹⁵.

Strategia rozwoju produktu sprowadza się do zmian w produkcie (opakowania, koloru itp.) i tworzenia produktu nowego oraz sprzedawania go na dotychczasowym rynku. Może to być zarówno rynek krajowy, jak i zagraniczny¹⁶.

Strategia innowacji polega na wprowadzaniu nowych produktów na nowe rynki. Wiąże się to z koniecznością dużych nakładów na badania nad produktem, badania nowych rynków. Strategia ta niesie jednak z sobą największe ryzyko, które wynika z niepewności co do zamierzonych wyników sprzedaży nowego produktu i działania na nowym rynku¹⁷.

Można zauważyć zbieżność pomiędzy strategiami wyodrębnionymi na podstawie macierzy Ansoffa a odnoszącymi się do segmentów rynku i poszczególnych rynków zagranicznych. Przejście od strategii podwójnej koncentracji do strategii koncentracji segmentowej odpowiada strategii penetracji i częściowo rozwoju rynku. Natomiast przejście od strategii podwójnej koncentracji do koncentracji krajowej odpowiada strategii rozwoju rynku.

¹² A. Sznajder, *Strategie...*, *op. cit.*, s. 42.

¹³ H. J. Ansoff, *Zarządzanie strategiczne*, PWE, Warszawa 1985, s. 78.

¹⁴ J. Pindakiewicz, red., *Podstawy marketingu*, SGH, Warszawa 1997, s. 209.

¹⁵ A. Sznajder, *Strategie...*, *op. cit.*, s. 43.

¹⁶ H. J. Ansoff, *Zarządzanie...*, *op. cit.*, s. 79.

¹⁷ *Ibidem*, s. 44.

2. Strategie marketingu-mix na rynkach zagranicznych

Zaprezentowane strategie przedsiębiorstwa na rynku zagranicznym są realizowane przy wykorzystaniu różnych kombinacji instrumentów marketingu, do których zaliczamy produkt, cenę, dystrybucję i promocję. Produkt, czyli każdy obiekt rynkowej wymiany, jest integralnie związany z jego ceną, której wysokość określa bezpośrednio dochody ze sprzedaży produktu na rynku. Musi on być zaferowany w odpowiednim miejscu i czasie wraz z działaniami promocyjnymi. Chodzi więc o ścisłą koordynację i integrację wymienionych instrumentów bez względu na to, czy działania podejmowane są na macierzystym rynku, czy na rynkach zagranicznych. Brak takiej integracji i koordynacji powoduje, że nie można wówczas mówić o strategii marketingu-mix, lecz o działaniach taktycznych i przypadkowych.

2.1. Polityka produktu

Produktem w rozumieniu marketingowym nazywamy dobro lub usługę zdolną do zaspokojenia ludzkich potrzeb¹⁸. Celem firmy jest zaproponowanie odmiennego produktu, który byłby lepszy pod pewnym względem, dzięki czemu docelowi klienci będą go woleli i zapłacą za niego wysoką cenę¹⁹.

W odniesieniu do produktu można wyróżnić kilka strategii działania na rynku zagranicznym. Należą do nich standaryzacja, adaptacja produktu, wprowadzenie nowego produktu.

Standaryzacja polega na wprowadzeniu przez podmiot gospodarczy na rynek zagraniczny produktu bez żadnych zmian. Inaczej można wtedy mówić o tzw. strategii standaryzacji produktu. Działanie takie może być podjęte, jeśli spełnionych jest kilka warunków²⁰:

- występuje zbliżona użyteczność materialna produktu na różnych rynkach, wynikająca z charakteru produktu,
- istnieje możliwość kształtowania preferencji nabywców bez różnicowania cech produktu,
- istnieje możliwość uzyskania korzyści ze skali produkcji na rynek krajowy i za granicą,
- mamy do czynienia z niewielkim popytem na odmiany produktu na rynku zagranicznym,
- rola rynków zagranicznych w działaniach przedsiębiorstwa, jest niewielka,

¹⁸ T. Kramer, Podstawy marketingu, PWE, Warszawa 1999, s. 84.

¹⁹ Ph. Kotler, Kotler o marketingu – jak kreować i opanować rynki, Profesjonalna Szkoła Biznesu, Kraków 1999, s. 135.

²⁰ W. Grzegorzczak, Marketing..., *op. cit.*, s. 60.

- cykl życia produktu jest krótki i występuje brak skłonności przedsiębiorstwa do ponoszenia kosztów na różnicowanie produktu.

Na rynku międzynarodowym działają jednak także czynniki sprzyjające lub wymuszające stosowanie kolejnej strategii, tj. strategii adaptacji. Polega ona na dostosowaniu produktu do lokalnych warunków i preferencji nabywców.

Do czynników sprzyjających zastosowaniu strategii adaptacji należą²¹:

- zróżnicowanie ekonomicznych, technicznych i kulturowych warunków poszczególnych rynków,
- odmienność norm prawnych obowiązujących dostawców,
- działania konkurentów – różnicowanie przez nich swoich produktów może wymuszać podobne działania,
- możliwość uzyskania lepszych warunków ekonomicznych z tytułu poszerzenia czy pogłębiania oferty,
- występowanie dużego popytu na dodatkowe odmiany produktu,
- brak konkurencyjności dodatkowych odmian produktu w stosunku do oferowanych dotąd produktów firmy,
- możliwość prowadzenia konkurencji jakościowej poprzez różnicowanie asortymentu,
- niska cena produktów importowanych wymusza adaptację produktu i oferowanie go jako produktu odmiennego.

Adaptacja produktu może być wymuszona (np. na kontynencie amerykańskim używa się instalacji elektrycznej 110V, a w krajach europejskich 220–230V) lub dobrowolna (np. Nestle sprzedaje pod tą samą nazwą różne mieszanki kawy w różnych krajach).

Warunki panujące na rynku międzynarodowym mogą wymusić stosowanie przez przedsiębiorstwo strategii wprowadzenia nowego produktu – *strategii innowacji*. Jest to rodzaj strategii najtrudniejszy do realizacji, ale też umożliwia znaczne obniżenie kosztów i osiągnięcie pozycji monopolistycznej na rynku. Działanie takie wymaga jednak dysponowania dużymi środkami finansowymi i posiadania personelu o dużym doświadczeniu i wiedzy z danej dziedziny. Cechą charakterystyczną strategii innowacji jest odłożenie wyników badań w czasie i duże ryzyko niepowodzenia badań podstawowych.

Działania innowacyjne przynoszą stosunkowo często niepowodzenia. Wynikają one z błędnych działań marketingowych (np. błędna ocena potencjalnego rynku, niedoszacowanie kosztów produkcji i dystrybucji), niedojrzałości technicznej nowego wyrobu, zbyt długiego czasu wdrażania innowacji do produkcji.

²¹ *Ibidem*, s. 60–61.

Ze względu na stopień oryginalności innowacji i pierwszeństwo w jej wprowadzeniu na rynek można mówić o dwóch sposobach działania²²:

- strategia przewodnictwa innowacyjnego,
- strategia reakcji na działania przewodnika innowacyjnego.

Strategia przewodnictwa innowacyjnego polega na ciągłym i systematycznym wprowadzaniu nowości na rynek zagraniczny. W wyniku realizowania tej strategii podmiot gospodarczy może umocnić swoją pozycję na rynku, narzucić standardy techniczne, osiągnąć efekt krzywej doświadczenia i umocnić przez to przewagę kosztów nad konkurentami, poprawić wizerunek na rynku, uzyskiwać korzystne wyniki finansowe (poprzez wyższe ceny)²³.

Strategia innowacyjna jest możliwa do stosowania na rynkach zagranicznych tylko przez przedsiębiorstwa duże w danej branży.

Istotne znaczenie w polityce produktu na rynku zagranicznym ma analiza cyklu życia produktu na tych rynkach, na których przedsiębiorstwo działa. Służy ona do kształtowania struktury produktów i do podejmowania decyzji o zmianach asortymentu czy wycofania się z rynku. Zbyt długie oferowania produktu bez zmian grozi wejściem konkurentów i wyparciem produktu z rynku. Analiza cyklu życia pozwoli np. na zmianę strategii-odejście od strategii standaryzacji i stosowanie strategii różnicowania.

Produkt zatem stanowi zespół cech obejmujących jego wartości użytkowe, wygląd, znak towarowy, cenę oraz związaną z nim usługę. Jest to ogół elementów, które z jednej strony oferuje sprzedający, z drugiej zaś kupujący może zaakceptować jako przedmioty zaspakajające jego szczególne potrzeby²⁴.

2.2. Polityka cenowa

Decyzje cenowe, jakie ma podjąć przedsiębiorstwo działające na rynkach zagranicznych, zależą od tego, jaką formę działania wybierze ono i zastosuje na tych rynkach²⁵. Przedsiębiorstwo zmuszone jest podejmować decyzje cenowe przynajmniej w kilku sytuacjach, np.: gdy przedsiębiorstwo wprowadza na rynek nowy produkt, gdy zmienia się poziom kosztów produkcji, gdy ulega zmianie popyt na dany produkt lub gdy wymagają tego posunięcia konkurentów²⁶.

²² *Ibidem*, s. 61.

²³ *Ibidem*, s. 62–63.

²⁴ T. Kramer, *Podstawy...*, *op. cit.*, s. 85.

²⁵ J. Rymarczyk, *Organizacja i technika handlu zagranicznego*, PWE, Warszawa 2000, s. 114.

²⁶ K. Mazurek-Łopacińska, red., *Badania marketingowe-podstawowe metody i obszary zastosowań*, Akademia Ekonomiczna im. O. Langego we Wrocławiu, Wrocław 1998, s. 276.

Ustalenie ceny i decyzje o jej ewentualnych zmianach muszą brać pod uwagę wiele czynników, które ulegają zmianom w czasie i do których zaliczamy między innymi²⁷:

- cel działania przedsiębiorstwa,
- przebieg cyklu życia produktu i nasilenie konkurencji,
- reakcję popytu na zmiany ceny,
- koszt działania przedsiębiorstwa,
- wpływ sprzedaży w okresach bieżących na sprzedaż w okresach przyszłych.

Cena jest istotnym składnikiem marketingu-mix. Wyznacza ona wartości podstawowych czynników produkcji, którymi są praca, ziemia, kapitał, a także decyzje o ich alokacji. Cena produktu lub usługi, określa popyt na te dobra, przesądza o konkurencyjności danego produktu i pozycji firmy w danym segmencie rynku²⁸.

Cele przedsiębiorstwa mogą odnosić się do krótkich okresów i dotyczyć najczęściej maksymalizowania obrotów lub zysków w tych okresach. Wysokość ceny wpływa na wielkość zysków lub obrotów. Ustalenie ceny na wysokim lub niskim poziomie będzie zależeć od zasobów finansowych podmiotu gospodarczego oraz poziomu nowości sprzedawanego produktu. Np. jeśli na rynek wprowadzony jest produkt o wysokim stopniu nowoczesności, a przedsiębiorstwo stawia sobie cel krótkookresowy, to z reguły stosuje wysokie ceny, które mogą być z czasem obniżone.

Z celu działania przedsiębiorstwa na rynku zagranicznym pośrednio wynika forma tej działalności. Działania eksportowe mogą zakładać cel krótkookresowy i wtedy dla nowych produktów można ustalić wysoką cenę, a dla tzw. produktów – *me too* (bez oznak nowości) cenę niższą niż ceny produktów konkurencyjnych. Można jednak założyć, że eksport jest pierwszą fazą wejścia na rynki zagraniczne i w przyszłości przedsiębiorstwo zamierza wykorzystać inne formy działania, np. własny oddział lub *joint venture*. Wówczas z reguły ustala się ceny na niskim poziomie, by za ich pomocą uzyskać założony wcześniej udział rynkowy. Podmiot gospodarczy wybierając od razu bardziej zaawansowaną formę działania na rynku zagranicznym, decyduje się wysoki stopień nowoczesności produktu i wiąże się to z celami długookresowymi. Na nowe produkty często ustala się niskie ceny (penetracyjne) dla zdobycia dużego udziału rynkowego lub wysokie przy jednoczesnej słabej intensywności konkurencji, a w dalszym okresie ceny obniża się.

²⁷ W. Grzegorzcyk, *Marketing...*, *op. cit.*, s. 66.

²⁸ T. Kramer, *Podstawy...*, *op. cit.*, s. 105.

Kolejnym czynnikiem decydującym o ustaleniu i zmianie ceny jest reakcja popytu na zmiany ceny. Można się tu spotkać z następującym oddziaływaniem zmian cen na popyt²⁹:

- systematyczne,
- asystematyczne,
- proporcjonalne,
- nieproporcjonalne.

Oddziaływanie systematyczne polega na tym, że podwyżki i obniżki ceny wywołują te same skutki w sprzedaży ze znakiem przeciwnym. *Oddziaływanie asystematyczne* oznacza, że podwyżka ceny wywołuje słabsze zmiany w sprzedaży niż obniżka ceny lub odwrotnie – słabsze zmiany powoduje obniżka ceny. *Oddziaływanie proporcjonalne* polega na tym, że sprzedaż reaguje proporcjonalnie na zmiany ceny, wywołując skutki w sprzedaży mniej (lub więcej) niż proporcjonalnie do zmiany ceny³⁰.

Na podstawie informacji dotyczących wyżej omówionych czynników przedsiębiorstwo wyznacza cenę, posługując się różnymi metodami³¹:

- metodą kosztową,
- metodą ceny konkurentów,
- metodą popytową.

Wykorzystując metodę kosztową, bierze się pod uwagę przede wszystkim koszty własne i dzięki temu można relatywnie szybko w prosty sposób i przy niewielkich nakładach ustalić cenę. Jedną z odmian tej metody jest ustalenie ceny za pomocą określenia punktu krytycznego – punktu przecięcia się krzywej kosztów z krzywą sprzedaży. Wyznacza on minimalny poziom sprzedaży konieczny do realizacji, by przedsiębiorstwo nie notowało strat. Abstrahuje się tu jednak od czynników zewnętrznych. Można też ustalić cenę opierając się głównie na cenach produktów konkurencyjnych lub wreszcie ustalić cenę w zależności od popytu, jego zmian i reakcji na zmiany cen.

Cena różni się od pozostałych trzech elementów kompozycji marketingowej tym, że jako jedyna przynosi zysk, podczas gdy pozostałe elementy tworzą jedynie koszty³².

2.3. Polityka dystrybucji

Przez proces dystrybucji rozumie się wszelkie czynności związane z pokonywaniem przestrzennych i czasowych różnic występujących między produkcją a kon-

²⁹ H. Simon, *Zarządzanie cenami*, PWN, Warszawa 1996, s. 235.

³⁰ W. Grzegorzczak, *Marketing...*, *op. cit.*, s. 68.

³¹ *Ibidem*, s. 70.

³² Ph. Kotler, *Kotler...*, *op. cit.*, s. 139.

sumpcją. Chodzi tu o takie czynności, jak transport, magazynowanie, konserwacja i uszlachetnianie produktów³³.

Polityka dystrybucji obejmuje działania związane z oferowaniem produktów do sprzedaży na zagranicznym rynku w odpowiednim miejscu i czasie. Działania te muszą być dostosowane do pozostałych instrumentów marketingu i zmieniać się wraz z nimi. Głównym zadaniem polityki dystrybucji jest pokonanie barier przestrzennych, czasowych i własnościowych, oddzielających producenta od finalnego odbiorcy³⁴.

Jednym z instrumentów polityki dystrybucji jest kanał dystrybucji, rozumiany jako liczba, kolejność i wzajemne zależności między uczestnikami procesu dostarczania produktu do finalnych odbiorców.

Czynniki, jakie decydują o wyborze kanału dystrybucji, to cele marketingowe przedsiębiorstwa, jego wielkość i zasoby, doświadczenie i stopień intensywności działań za granicą, rodzaj produktu, jego marka i cena, typ nabywcy.

Istotny wpływ na wybór kanału dystrybucji ma także produkt. Jeśli np. produkt wymaga świadczenia usług posprzedazowych, to kanał dystrybucji musi być krótki, a często punkty świadczenia tych usług są tworzone przez samych producentów lub dobiera się tylko takich dystrybutorów, którzy są w stanie podjąć się dodatkowych obowiązków. Również charakter produktu (np. towar masowy lub nietrwały) może wymagać krótkich kanałów dystrybucji. Z kolei sprzedaż towarów może wymagać przechowywania w magazynach, składach i także z tego punktu widzenia należy dobierać uczestników kanału dystrybucji.

Skracanie kanału dystrybucji i współpraca bezpośrednia z sieciami detaliistów mogą implikować konieczność dostosowania produktu i jego opakowania do wymogów bezpośredniego skierowania produktów do sprzedaży ostatecznym odbiorcom.

Marka produktu może tworzyć nadrzędną pozycję sprzedawcy wobec kolejnych ogniw kanału dystrybucji. Marka znana na zagranicznym rynku będzie pozwalać producentowi na określenie warunków współpracy w kanale dystrybucji. Marka anonimowa zmusza producenta do podporządkowania się pierwszemu pośrednikowi na zagranicznym rynku.

Cena produktu jest powiązana z typem nabywców, dla jakich produkt jest przeznaczony. Cena wysoka wpływa na skracanie kanału dystrybucji, a produkty są z reguły przeznaczane dla nabywców o średnich i wysokich dochodach. Wysoka cena powoduje także, że sprzedawca powinien przejąć na siebie dodatkowe obowiązki, np. transport i ubezpieczenie.

³³ T. Kramer, *Podstawy...*, *op. cit.*, s. 114.

³⁴ W. Grzegorzczak, *Marketing...*, *op. cit.*, s. 85.

Przy tworzeniu kanałów dystrybucji za granicą, należy brać pod uwagę także inne czynniki zewnętrzne wobec przedsiębiorstwa. Są to kanały dystrybucji konkurentów, zależności między poszczególnymi uczestnikami funkcjonujących kanałów, poziom rozwoju technologii dystrybucji. Kanały konkurentów mogą być wyznacznikiem niezbędnym dla tworzenia własnych kanałów (co do liczby uczestników, liczby ogniw, techniki sprzedaży itp.). Jeśli przedsiębiorstwo decyduje się na wybór określonego pośrednika, musi brać pod uwagę jego powiązania oraz dotychczasową współpracę z innymi pośrednikami (np. hurtownika z detalistami). Tylko podmiot gospodarczy o silnej, znanej marce może próbować wpłynąć na zmianę tych kontaktów. Uczestnicy kanału dystrybucji są z natury różni, współpracują ze sobą dla osiągnięcia korzyści.

Decyzje podejmowane w dziedzinie dystrybucji towarów muszą być przede wszystkim zgodne z decyzjami podjętymi w zakresie produkcji. Te ostatnie decydują w dużym stopniu o sposobach doprowadzenia produktu do konsumenta³⁵.

2.4. Polityka promocji

Promocja obejmuje zespół działań i środków, za pomocą których przedsiębiorstwo przekazuje na rynek informacje charakteryzujące produkt lub firmę, kształtuje potrzeby nabywców oraz pobudza, ukierunkowuje i zmniejsza elastyczność popytu³⁶.

Podmiot gospodarczy, który podejmuje działania na rynkach zagranicznych, musi brać pod uwagę konieczność działań promocyjnych, by przekazać nowym, potencjalnym nabywcom informacje o przedsiębiorstwie i jego produktach oraz by nakłonić ich do zakupu tych produktów. Dla realizacji tych funkcji można wykorzystać różne instrumenty promocji i ich kombinacje³⁷.

Promocja jest nieodłącznym elementem marketingu-mix, w skład, którego wchodzi: reklama, sprzedaż osobista, *public relations*, promocja sprzedaży.

Metody i sposoby komunikacji, jak i jej odbiór są ściśle związane z czynnikami kulturowymi, większość komunikacji jest wytwarzana i konsumowana wewnątrz rynków zagranicznych. Zróżnicowana jest też w poszczególnych krajach ważność czterech elementów promocji-mix. W społeczeństwach o wysokich dochodach rola kosztowej sprzedaży osobistej może być mniejsza niż w krajach rozwijających się, gdzie płace sprzedawcy są niższe. W państwach, których mieszkańcy dysponują wysokimi dochodami netto, większa będzie rola reklamy niż

³⁵ L. Garbarski, I. Rutkowski, W. Wrzosek, Marketing, PWE, Warszawa 2000, s. 261.

³⁶ J. Altkorn, red., Podstawy marketingu, Instytut Marketingu, Kraków 1996, s. 286.

³⁷ O. van Genus, A. Burlita, Marketing międzynarodowy i handel zagraniczny, Zachodniopomorska Szkoła Biznesu przy Uniwersytecie Szczecińskim, Szczecin 1993, s. 81.

w krajach o niskich dochodach, gdzie mieszkańcy większą uwagę zwracają na cenę i skuteczniejsza może być wtedy promocja osobista, jak „sprzedaż za grosze”.

Reklama stanowi masową, odpłatną formę nieosobowego przedstawiania i popierania idei, produktów lub usług przez określonego nadawcę³⁸.

Wydatki na reklamę w % stosunku do PKB, sugerują, że poziom ekonomicznego rozwoju danego kraju jest dobrym wskaźnikiem pokazującym, jaką rolę pełni reklama w danym państwie. W niektórych krajach stosunkowo biednych (np. Wenezuela, Korea Północna, Kolumbia), zamieszczanych jest wiele reklam i w niektórych stosunkowo bogatych państwach, jak Francja, Włochy i Austria, jest stosunkowo niewiele reklam. Przykład ten wskazuje, że działalność reklamowa jest uzależniona od innych czynników. Poniżej przedstawionych zostanie kilka z nich.

Religia. Buddyzm kładzie nacisk na brak pożądania i jest przeciwny reklamie. W krajach islamskich obowiązuje styl życia przeciwny do stylu życia na Zachodzie i w konsekwencji ogranicza to reklamę³⁹.

Zróźnicowania językowe. Problemy powstają w reklamie w krajach, w których używa się więcej niż jednego języka i w których poza językami urzędowymi, jak w Afryce każde plemię swoje własne dialekty i większość ludzi nie posługuje się językiem urzędowym. Najbardziej efektywna komunikacja byłaby wtedy w dialektach, ale jest to prawie niemożliwe, bo np. w Zairze jest używanych 100 dialektów plemiennych⁴⁰.

Infrastruktura promocyjna i dostępność mediów. W Holandii, Francji i Wielkiej Brytanii przedsiębiorstwa państwowe zamieszczają reklamy w państwowych gazetach. Trzy główne państwowe gazety w Japonii sprzedawane są codziennie w 7,5 mln egzemplarzy. Największy dziennik „Asahi Shinbur” jest czytany przez 85% wszystkich polityków, 81% biznesmenów, 44% naukowców akademickich i 40% gospodarstw domowych o wyższych dochodach⁴¹.

Apele reklamowe. W biznesie międzynarodowym ciągle debatuje się nad problemem: ujednoczyć czy różnicować reklamę. Ujednoczone informacje mogą być odpowiednie, jeżeli produkt ma cechy wyjątkowe na skalę światową, jak Coca-Cola, Seiko czy Levi's lub kiedy jednakowe są motywacje zakupu towaru, np. przy zakupie paliwa do samochodu. Różnicowanie apeli reklamowych jest właściwe, kiedy są różne motywacje zakupu towaru. Różnicowanie reklam jest konieczne dla produktów o wysokiej jakości, które są dobrze znane i mają od dawna ukształtowane rynki.

³⁸ J. Łodziana-Grabowska, *Efektywność reklamy*, PWE, Warszawa 1996, s. 13.

³⁹ W. Grzegorzczak, *Marketing...*, *op. cit.*, s. 94.

⁴⁰ *Ibidem*, s. 81.

⁴¹ *Ibidem*, s. 82.

Istota sprzedaży osobistej polega na osobistym kontakcie z potencjalnym nabywcą, przy czym rola sprzedawcy sprowadza się zazwyczaj do zapoznania potencjalnego nabywcy z cechami produktu⁴². Język, kultura, religia, dzieła narody, a nawet regiony jednego państwa. W wielu krajach świata sprzedaż osobista jest o wiele łatwiejsza niż reklamy. W USA trzy razy więcej pieniędzy wydawanych jest na sprzedaż osobistą niż na reklamę. Status i pozycja społeczna sprzedawcy jest zróżnicowana w różnych krajach, od wysokiej w USA, do bardzo niskiej w państwach islamskich⁴³.

Public relations umożliwia stworzenie wizerunku firmy, który jest kreowany głównie przez aktywne działania w kierunku public relations, ma bezpośredni wpływ na odbiór produktów firmy. Wpływ na wizerunek przedsiębiorstwa i jego produktów wywiera także wizerunek kraju. Holendrzy mają reputację solidnych, niezawodnych i godnych zaufania, co jest dużą korzyścią dla ich międzynarodowych firm i produktów.

Promocja sprzedaży powinna być prowadzona jedynie przez filie firm międzynarodowych, dystrybutorów i licencjobiorców. Jest to forma popularna szczególnie na nasyconych rynkach, na których wzrost popytu na dane towary już nie następuje lub jest bardzo powolny. Jest ona także popularna na bardzo biednych rynkach, gdzie nabywcy przychodzą specjalnie po dodatkowe bezpłatne ilości towarów. W celu ochrony konsumenta wiele państw z inicjatywy organizacji konsumenckich wprowadziło odpowiednie regulacje dotyczące promocji sprzedaży.

3. Bibliografia

1. Altkorn J., red., Podstawy marketingu, Instytut Marketingu, Kraków 1996.
2. Ansoff H., Zarządzanie strategiczne, PWE, Warszawa 1985.
3. Bauer R., Leśniewski M. A., Internacjonalizacja działań marketingowych przedsiębiorstwa, w: Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów SGH Nr 39/2003, Warszawa 2003.
4. Bień W., Dobiegała-Korona M., Duczkowska-Piasecka S., Pierścionek Z., Skuteczne strategie, Centrum Informacji Menedżera, Warszawa 1997.
5. Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W., Marketing, PWE, Warszawa 2000.
6. Genus van O., Burlita A., Marketing międzynarodowy i handel zagraniczny, Zachodniopomorska Szkoła Biznesu przy Uniwersytecie Szczecińskim, Szczecin 1993.
7. Grzegorzczak W., Marketing na rynkach zagranicznych, Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa 1998.

⁴² T. Kramer, Podstawy..., *op. cit.*, s. 163.

⁴³ O. van Genus, A. Burlita, Marketing..., *op. cit.*, s. 86.

8. Kotler Ph., Kotler o marketingu – jak kreować i opanować rynki, Profesjonalna Szkoła Biznesu, Kraków 1999.
9. Kramer T., Podstawy marketingu, PWE, Warszawa 1999.
10. Łodziana-Grabowska J., Efektywność reklamy, PWE, Warszawa 1996.
11. Mazurek-Lopcińska K., red., Badania marketingowe-podstawowe metody i obszary zastosowań, Akademia Ekonomiczna im. O. Langego we Wrocławiu, Wrocław 1998.
12. Pindakiewicz J., red., Podstawy marketingu, SGH, Warszawa 1997.
13. Rymarczyk J., Organizacja i technika handlu zagranicznego, PWE, Warszawa 2000.
14. Simon H., Zarządzanie cenami, PWN, Warszawa 1996.
15. Sznajder A., Strategie marketingowe na rynku międzynarodowym, PWN, Warszawa 1995.
16. Wrzosek W., red., Strategie marketingowe, SGH, Warszawa 2001.

Bariery rozwoju przedsiębiorczości w Polsce

1. Wprowadzenie

Ponad 65% Amerykanów myśli o założeniu własnego przedsiębiorstwa, a wśród Europejczyków zaledwie 45% rozważa podjęcie pracy na własny rachunek. Zaobserwowano również zależność, że im bardziej przesuwamy się na południe Starożytnego Kontynentu, tym silniejszy duch przedsiębiorczości panuje wśród mieszkańców. Statystyki wskazują, że w Portugalii 62% zdolnych do pracy chciałoby mieć własną działalność, zaś w Finlandii tylko 28%¹. Przeprowadzone badania wykazują, iż porażki boją się bardziej nowi obywatele Unii niż mieszkańcy „15”. Niemal 80% Węgrów uważa, że w sytuacji, gdy istnieje ryzyko bankructwa, nie powinno się uruchamiać działalności. Podobnego zdania jest też 56% Polaków, ale tylko 25% Irlandczyków i 29% Amerykanów².

Według raportu Grupy Banku Światowego³, zawierającego analizy i porównania otoczenia prawnego oraz zakresu wprowadzanych reform w 145 krajach świata, Polska nie została zaliczona do grupy krajów charakteryzujących się łatwością zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej. Nasz kraj zaklasyfikowano na 56 miejscu na świecie pod względem stopnia swobody gospodarczej. Dla porównania: sąsiednie Czechy znalazły się na 32 miejscu, Węgry na 42, a np. Estonia na 6⁴.

Według opublikowanego 30 marca 2005 roku rankingu The Economist Intelligence Unit, prezentującego kraje oferujące najbardziej sprzyjające warunki do prowadzenia biznesu w ciągu najbliższych pięciu lat, Polska zajęła 29 miejsce, wyprzedzając m.in. Słowację (30 miejsce), Bułgarię (36), Rumunię (38), Chiny (41). Liderem rankingu zostały: Dania (1 miejsce), Kanada (2) i USA (3). W pierwszej dziesiątce znalazły się także m.in. Holandia, Finlandia, Wielka Brytania. Polskę wyprzedziły również Czechy (24) i Węgry (25)⁵.

¹ A. Słojewska, Strach przed porażką, „Rzeczpospolita” z dn. 18 stycznia 2005 r.

² *Ibidem*.

³ <http://rru.worldbank.org/Doing Business>, 24/08/2004.

⁴ Wolności więcej, ale mniej niż u sąsiadów, „Gazeta Bankowa” z dn. 19 stycznia 2004 r., s. 41.

⁵ Dania najlepsza dla biznesu, „Gazeta Bankowa” z dn. 4 kwietnia 2005 r., s. 4.

W związku z powyższym słuszne wydaje się stwierdzenie, iż rozwój sektora przedsiębiorstw, w tym małych i średnich (MSP), pozostaje w związku głównie z sytuacją społeczno-gospodarczą panującą w danym kraju, uwarunkowaniami prawnymi oraz mentalnością społeczeństwa.

Niesprzyjający prowadzeniu działalności gospodarczej klimat sprawia, iż w Polsce stopa przedsiębiorczości (mierzona udziałem osób podejmujących przedsięwzięcia w ogólnej liczbie ludności w wieku produkcyjnym) przyjmuje stosunkowo niskie wartości. Badania przeprowadzone przez Global Entrepreneurship Monitor w latach 2000–2003 wykazały, iż Polska ze stopą przedsiębiorczości wynoszącą 7,2% plasuje się dopiero na 20 miejscu wśród 41 analizowanych krajów. Wskaźnik ten oznacza, że w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie na 100 osób w wieku 18–64 lata przeciętnie ponad 7 z nich usiłowało uruchomić nowe przedsięwzięcie gospodarcze lub prowadziło, ale nie dłużej niż 3,5 roku, własne przedsiębiorstwo⁶.

Tą niekorzystną sytuację miały zmienić nowe akty prawne regulujące prowadzenie działalności gospodarczej w Polsce. W dniu 22 lipca 2004 roku Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej podpisał Ustawę o swobodzie działalności gospodarczej⁷ oraz Przepisy wprowadzające ustawę o swobodzie działalności gospodarczej. Nowy akt prawny zastąpił dotychczas obowiązujące, wielokrotnie nowelizowane Prawo działalności gospodarczej z 1999 roku⁸. Przepisy wprowadzające ustawę wpłynęły na zmianę ponad 60 aktów prawnych i ustaliły nowe warunki podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej, dostosowując jednocześnie polskie regulacje do wymogów unijnych.

Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej jest jednym z najważniejszych aktów prawnych regulujących działanie kilku milionów przedsiębiorstw w Polsce. Wprowadzone zmiany – omówione poniżej – poprzez m.in. uproszczenie procesu rejestracji nowej działalności gospodarczej i ograniczenie licznych barier jej rozwoju mają pobudzić przedsiębiorczość i przyczynić się do wzrostu gospodarczego.

Na tle powyższego powstaje pytanie, czy wprowadzone zmiany były wystarczające do stymulowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce?

Celem niniejszego opracowania jest przede wszystkim określenie uwarunkowań ograniczających rozwój przedsiębiorczości w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem małych i średnich przedsiębiorstw. W oparciu o analizę dostępnej litera-

⁶ K. Baclawski, Kłopoty z przedsiębiorczością, „Rzeczpospolita” z dn. 22 października 2004 r.

⁷ Ustawa z dnia 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. Nr 173, poz. 1807 ze zm.) weszła w życie 21 sierpnia 2004 roku, z tym, że część przepisów obowiązuje od stycznia 2005 roku, a część obowiązywać będzie od 1 stycznia 2007 roku.

⁸ Ustawa z dnia 19 listopada 1999 roku Prawo działalności gospodarczej (Dz.U. Nr 101, poz. 1178 ze zm.).

tury zostały sklasyfikowane i scharakteryzowane główne czynniki hamujące inicjatywy założycielskie nowych przedsiębiorstw oraz utrudniające funkcjonowanie i rozwój już istniejących. W ramach przeprowadzonych analiz określone zostały również zmiany, jakie wniosła nowa ustawa regulująca prowadzenie działalności gospodarczej w Polsce i inne reformy mające na celu pobudzenie rozwoju przedsiębiorczości, szczególnie w sektorze MSP.

2. Charakterystyka i tendencje zmian w sektorze MSP

Przemiany ustrojowe zapoczątkowane w 1989 roku spowodowały w Polsce dynamiczny rozwój prywatnej przedsiębiorczości, w tym głównie małych i średnich przedsiębiorstw. Po „złoty” latach 90. XX w. nastąpiło jednak znaczne zahamowanie tendencji rozwojowej sektora przedsiębiorstw, w tym MSP. Najwyższe natężenie zmian liczby małych i średnich przedsiębiorstw nastąpiło w 1996 roku (dynamika wzrostu 113,39%), natomiast w latach 2002–2003 dynamika wzrostu była niższa i wynosiła odpowiednio 102,80 i 103,29%. 2004 rok przyniósł pierwszy od dziewięciu lat spadek liczby zarejestrowanych przedsiębiorstw (tabela 1).

Tabela 1. Liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w systemie REGON w latach 1994–2004

Lata	Ogółem	Liczba przedsiębiorstw					Dynamika liczby MSP (rok poprz. = 100)
		Razem MSP	Udział % MSP	Mikro	Małe	Średnie	
1994	2 301 972	2 294 665	99,68%	2 109 589	160 602	24 474	–
1995	2 099 577	2 093 148	99,69%	1 921 151	148 779	23 218	91,22
1996	2 379 949	2 373 484	99,73%	2 191 892	157 530	24 062	113,39
1997	2 552 649	2 546 405	99,76%	2 359 624	162 178	24 603	107,29
1998	2 792 697	2 786 462	99,78%	2 591 499	169 511	25 452	109,43
1999	3 013 876	3 007 444	99,79%	2 865 517	113 057	28 870	107,93
2000	3 182 577	3 176 161	99,80%	3 029 859	117 200	29 102	105,61
2001	3 374 956	3 368 366	99,80%	3 206 452	131 106	30 809	106,05
2002	3 468 218	3 462 775	99,84%	3 302 411	131 480	28 884	102,80
2003	3 581 593	3 576 536	99,86%	3 410 233	137 974	28 329	103,29
2004	3 576 830	3 571 958	99,86%	3 402 150	141 499	28 309	99,87

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Statystyki o MSP – www.parp.gov.pl oraz danych GUS: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w 2002 r.; Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w 2004 r.; Raport o stanie gospodarki.

Według statystyk, w Polsce, każdego dnia powstaje średnio 718 przedsiębiorstw, upada zaś 730, co prowadzi w konsekwencji do zmniejszania się ich

liczby⁹. Sytuacja ta uwarunkowana jest głównie stagnacją gospodarki. Średnie tempo wzrostu gospodarczego, wynoszące w latach 1992–2000 około 5% rocznie, spadło w kolejnym roku do niespełna 1% (w połowie 2001 roku było to zaledwie 0,3%)¹⁰. Sektor MSP zaczął wychodzić ze stagnacji w drugiej połowie 2002 roku, kiedy nastąpiło ponowne przyspieszenie rozwoju gospodarczego. Zaczęła rosnąć liczba aktywnych podmiotów gospodarczych, szczególnie duży przyrost obserwowany był w segmencie małych przedsiębiorstw¹¹.

Ta korzystna tendencja utrzymała się również w roku następnym. W stosunku do roku poprzedniego, w 2003 roku działało 3,2% więcej przedsiębiorstw (tj. 3582 tys.), z czego ponad 95,2% stanowiły przedsiębiorstwa najmniejsze, zatrudniające do 9 osób¹². Podmioty małe (10–49 zatrudnionych) stanowiły około 3,9%, średnie (50–249 zatrudnionych) 0,8%, a duże (250 i więcej pracowników) zaledwie 0,1% wszystkich zarejestrowanych w Polsce przedsiębiorstw. Łącznie sektor MSP w 2003 roku składał się z 3577 tys. przedsiębiorstw¹³. Według danych GUS na koniec 2004 roku, w stosunku do roku poprzedniego, zarejestrowanych było o ponad 4,5 tys. mniej przedsiębiorstw należących do sektora MSP. Sytuacja ta wynikała ze zwiększenia liczby wykreśleń z ewidencji (dynamika zmian w 2004 roku w stosunku do 2003 roku wyniosła 134,5%, najwięcej wśród przedsiębiorstw państwowych, czyli 202,0%), przy jednoczesnym zmniejszeniu liczby podmiotów prowadzących działalność gospodarczą (dynamika zmian podmiotów nowo zarejestrowanych wyniosła w 2004 roku 92,1%)¹⁴. Odnotowano 1116 przypadków niewypłacalności przedsiębiorstw, najwięcej w sektorze handlu hurtowego (230) i detalicznego (89) oraz w budownictwie (226)¹⁵.

Wśród zarejestrowanych na koniec 2004 roku podmiotów gospodarczych przedsiębiorstwa państwowe stanowiły zaledwie 0,05% (17306 przedsiębiorstw). Większość, tj. 77% sektora prywatnego stanowiły osoby fizyczne, prowadzące działalność gospodarczą (blisko 2,8 mln podmiotów). Osoby prawne, prowadzące działalność, to tylko niespełna 1/4 tego sektora. Ponad 220 tys. (ok. 6,15%) podmiotów gospodarczych, funkcjonujących na polskim rynku w 2004 roku, stanowiły spółki prawa handlowego, a 7,7% – cywilne. W Polsce przedsiębiorcy najczę-

⁹ Brak stabilnych reguł dla biznesu – rozmowa z A. Malinowskim, prezydentem Konfederacji Pracodawców Prywatnych, „Gazeta Prawna”, Nr 32 z dn. 14.06.2003 r.

¹⁰ Raport Ministerstwa Gospodarki i Pracy, „Przedsiębiorczość w Polsce 2004”, Warszawa, czerwiec 2004 r.

¹¹ M. Pokojska, Żli partnerzy?, „Gazeta Bankowa” z dn. 19 lipca 2004 r.

¹² Raport Ministerstwa Gospodarki i Pracy, *op. cit.*

¹³ Opracowane na podstawie danych GUS: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w 2003 r., Raportu Ministerstwa Gospodarki i Pracy, *op. cit.* oraz J. Okrzesik, Mapa polskich przedsiębiorstw, „Boss Gospodarka”, Nr 1/2004.

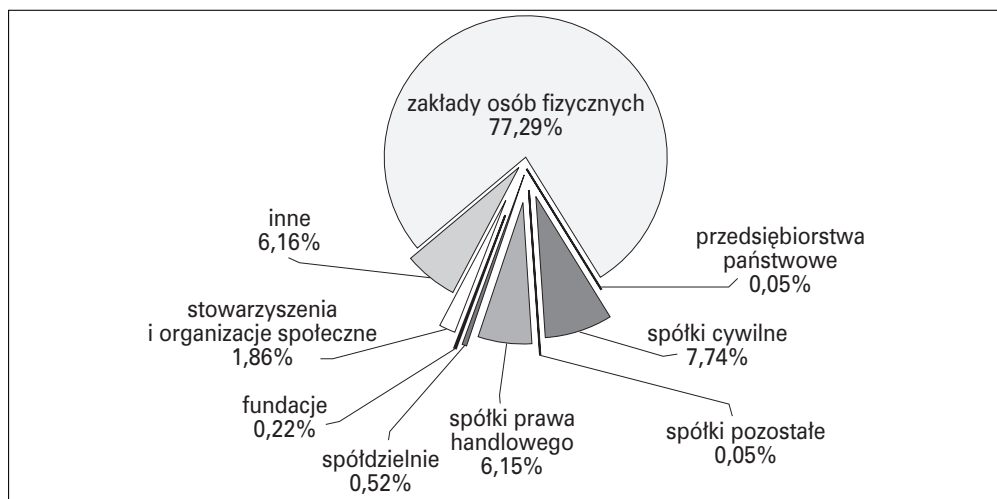
¹⁴ G. Brycki, Mniej firm działa w Polsce, „Rzeczpospolita” z dn. 28 lutego 2005 r. oraz dane GUS.

¹⁵ Raport Coface Intercredit na temat niewypłacalności firm w Polsce, www.coface, 19/01/2005.

ściej prowadzą działalność w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Kilkanaście razy mniej wybiera formę spółki akcyjnej czy jawnej (na początku 2005 roku liczba spółek z ograniczoną odpowiedzialnością wzrosła o kolejne 5% w stosunku do ich liczby w 2004 roku)¹⁶.

Zobrazowanie struktury polskiego sektora przedsiębiorstw pod względem formy prawnej działających na nim podmiotów gospodarczych stanowi rysunek 1.

Rysunek 1. Struktura polskich przedsiębiorstw ze względu na formę prawną w 2004 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w 2004 r.

3. Istota przedsiębiorczości i czynniki ją stymulujące

Wzrost liczby przedsiębiorstw ma fundamentalne znaczenie dla osiągnięcia sukcesu gospodarczego kraju. Bezpośrednio wpływa na ograniczenie bezrobocia, wzrost inwestycji, przyczynia się również do zwiększenia efektywności przedsiębiorstw, rozwoju technologii i innowacyjności. Jest niezbędny w utrzymaniu wysokich wartości wskaźników wzrostu gospodarczego w długim okresie oraz konkurencyjności danej gospodarki.

Kategoria przedsiębiorczości po raz pierwszy pojawiła się na przełomie XVIII i XIX w. w pracach przedstawicieli ekonomii i społecznej myśli liberalnej. Za jej

¹⁶ *Ibidem*.

prekursorów uznaje się A. Smitha i J. B. Saya. W klasycznym ujęciu przedsiębiorczość wiąże się głównie z innowacyjnością. Według J. Schumpetera przedsiębiorczość cechuje ludzi pełnych pomysłów, inicjatyw i wytrwałości w pokonywaniu barier, łamaniu stereotypów, uodpornionych na stresy i porażki oraz obdarzonych niezwykłą intuicją i posiadających zdolności organizacyjne¹⁷. Nie każdy może być przedsiębiorcą, gdyż *wymaga to przymiotów, w jakie wyposażona jest jedynie niewielka część społeczeństwa*¹⁸. To właśnie ta jednostka, jak przedstawił ją Schumpeter w połowie marzyciel, w połowie twardy realista, inicjuje zmianę ekonomiczną¹⁹.

We współczesnej literaturze można odnaleźć wiele definicji przedsiębiorczości, gdyż kategoria ta nie jest jednoznacznie zdefiniowana. Wśród istniejących definicji przedsiębiorczości można wyodrębnić dwie grupy:

- przedsiębiorczość jako cecha – koncentracja na cechach wrodzonych i nabytych menedżera (np. T. Kotarbiński, T. Pszczolowski),
- przedsiębiorczość jako funkcja – koncentracja na sposobie zachowania, pełnienia funkcji zarządzania przez menedżera (np. J. B. Say, J. Schumpeter, P. Drucker)²⁰.

Dla potrzeb niniejszego opracowania przytoczona zostanie definicja przedsiębiorczości pochodząca z raportu Ministerstwa Gospodarki i Pracy, który określa przedsiębiorczość jako *stan umysłu, proces tworzenia i rozwijania aktywności gospodarczej, poprzez podejmowanie ryzyka, bycie kreatywnym, innowacyjnym i zarządzanie w ramach nowej lub istniejącej organizacji*²¹. Można zatem przyjąć, że przedsiębiorczość to określona postawa charakteryzująca się niezależnością, gotowością do podejmowania ryzyka i chęcią samorealizacji w ramach prowadzonej działalności gospodarczej.

Uwarunkowania przedsiębiorczości w danym kraju określone są przez cały zbiór czynników, które wpływają na inicjatywy założycielskie nowych podmiotów gospodarczych (hamują je lub im sprzyjają) oraz ułatwiają bądź utrudniają funkcjonowanie i rozwój przedsiębiorstw, w tym małych i średnich. Istniejące uwarunkowania przedsiębiorczości mogą mieć powszechny bądź lokalny charakter, zaś

¹⁷ B. Bojewska, Przedsiębiorczość w zarządzaniu i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw, w: Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie, pod red. M. Strużyckiego, wyd. Difin, Warszawa 2002, s. 109.

¹⁸ J. Schumpeter, Teoria rozwoju gospodarczego, PWN, Warszawa 1960, s. 141.

¹⁹ A. Glapiński, Kapitalizm, demokracja i kryzys państwa podatków według teorii Josepha Aloisa Schumpetera, wyd. SGH, Warszawa 2004, s. 118.

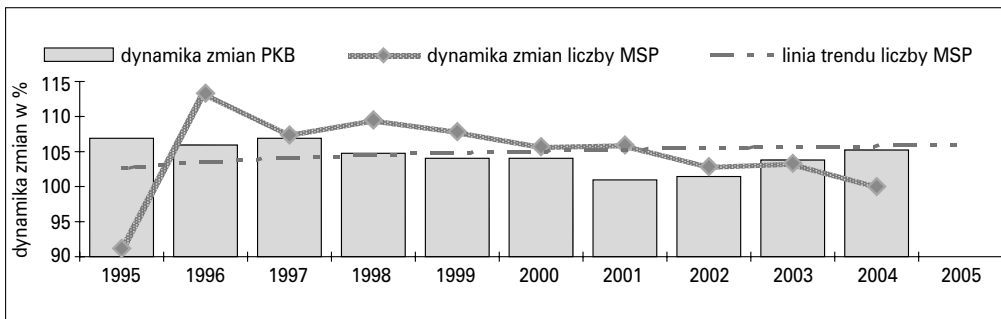
²⁰ *Ibidem*, s. 110.

²¹ Raport Ministerstwa Gospodarki i Pracy, *op. cit.*

czynniki wpływające na rozwój przedsiębiorstw mogą pochodzić z ich otoczenia makroekonomicznego, konkurencyjnego lub wewnętrznego²².

Niekorzystne uwarunkowania makroekonomiczne szczególnie dotyczą najmniejsze przedsiębiorstwa, z uwagi na ich mocno ograniczony wpływ na rynek, niewielkie zasoby kapitałowe i dużą podatność na wahania koniunktury. W rezultacie zarządzając niewielkimi podmiotami przedsiębiorcy skupiają się na krótkookresowych celach, zadaniach bieżących, co pozwala tylko przetrwać przedsiębiorstwu na rynku, a nie daje mu dużej szansy na rozwój.

Rysunek 2. Zależność między dynamiką zmian PKB a dynamiką zmian liczby MSP w Polsce w latach 1995–2004



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Statystyki o MSP – www.parp.gov.pl oraz danych GUS: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w 2004 r.; Polska 2003. Raport o stanie gospodarki; Roczników Statystycznych za lata 1997–2002.

Rysunek 2 przedstawia zależność występującą pomiędzy dynamiką zmian PKB a dynamiką zmian liczby MSP w latach 1995–2004. Wyraźnie widoczny jest na nim silny wpływ zmian poziomu PKB na liczebność przedsiębiorstw. Załączona linia trendu sugeruje wystąpienie w kolejnym okresie rosnącej tendencji zmian liczby przedsiębiorstw w sektorze MSP.

4. Bariery rozwoju przedsiębiorczości wskazywane w badaniach i ankietach

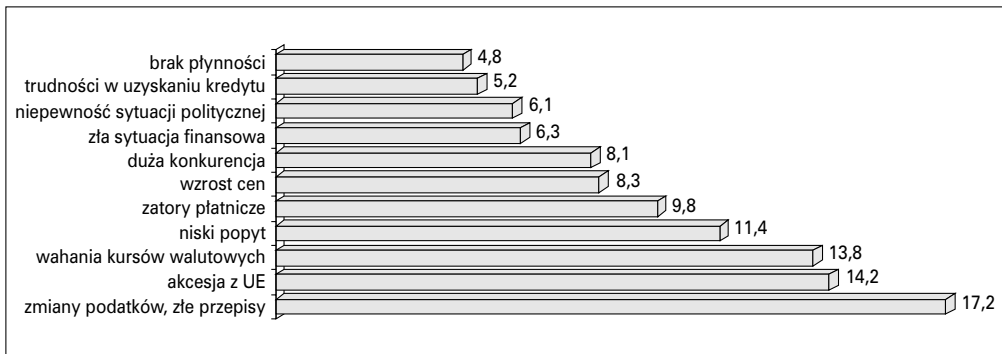
Działające w Polsce przedsiębiorstwa, w tym MSP, zmagają się na co dzień z wieloma trudnościami. Do najczęściej wymienianych barier, jakie napotykają podczas swojej działalności należą: niestabilne warunki gospodarcze i uregulowania

²² L. Piaseczny, Lokalne inicjatywy pobudzania przedsiębiorczości i rozwoju małych firm, w: Rola małych i średnich przedsiębiorstw w rozwoju regionalnym, pod red. J. Chojka, WSE, Warszawa 2002, s. 104.

prawne, brak zasobów finansowych i trudności z ich pozyskaniem, brak wsparcia ze strony władz lokalnych i samorządowych, nieskuteczność działań sądownictwa, niska skuteczność rozwiązań w obszarze prawno-podatkowym²³. Ponadto przedsiębiorcy uskarżają się na zbyt wysokie opłaty, podatki i koszty związane z zatrudnianiem pracowników oraz skomplikowane przepisy i długotrwałe procedury administracyjne.

W przeprowadzonym przez Grant Thornton Międzynarodowym Sondażu Średnich Przedsiębiorstw (IBOS 2004) za czynniki najbardziej utrudniające prowadzenie działalności gospodarczej ankietowani uznali biurokrację (w dziedzinie tej Polska znalazła się na czele badanych krajów – 76% wskazań) oraz przeszkody natury finansowej, w tym brak długoterminowych i tanich źródeł finansowania²⁴. Z kolei według ankiet przeprowadzonych przez NBP²⁵ w II kwartale 2004 roku (rysunek 3) za najpoważniejsze bariery rozwoju przedsiębiorcy uznali: zmiany podatków, złe przepisy, akcesję z UE, wahania kursów walutowych, niski popyt i zatory płatnicze.

Rysunek 3. Bariery rozwoju małej i średniej przedsiębiorczości w Polsce²⁶



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych NBP.

²³ D. Szyczak, Szanse i bariery rozwoju MSP w momencie wejścia Polski do Unii Europejskiej, w: Zarządzanie MSP w Polsce i krajach Unii Europejskiej, pod red. B. Skowron-Grabowskiej, P. Bartkowiaka, WWZPCz, Częstochowa 2003, s. 85.

²⁴ G. Garlińska, Są powody do stresu, „Nowe Życie Gospodarcze”, Nr 2 z dn. 30 stycznia 2005 r., s. 30–31.

²⁵ Systematyczne badania ankietowe dotyczące sektora MSP prowadzą również m.in. Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych, GW Infor, Ministerstwo Gospodarki Pracy i Polityki Społecznej.

²⁶ Wskaźniki barier rozwoju wyznaczono w oparciu o udział przedsiębiorstw informujących o istnieniu danego rodzaju problemu w liczbie wszystkich przedsiębiorstw biorących udział w ankiecie.

Na podstawie uzyskanych wyników badań bariery, które napotykają małe i średnie przedsiębiorstwa działające w Polsce można zakwalifikować do kilku podstawowych obszarów²⁷:

- 1) prawnego – biurokracja, niejasność i niestabilność przepisów prawnych itp.,
- 2) rynkowego – konkurencja ze strony dużych przedsiębiorstw, zmniejszanie się popytu itp.,
- 3) społecznego – niski poziom aktywności społeczeństwa, gotowości do podejmowania ryzyka, trudności z pozyskaniem wykwalifikowanych pracowników itp.,
- 4) informacyjnego – brak zaufania do partnerów gospodarczych i bardzo ograniczone możliwości sprawdzania ich wiarygodności, trudności z długoterminowym planowaniem itp.,
- 5) finansowego – trudności w uzyskaniu kredytów, zatory płatnicze.

5. Charakterystyka niektórych barier rozwoju przedsiębiorczości w Polsce na tle tendencji światowych

Wśród barier rozwoju przedsiębiorczości w Polsce do najistotniejszych i najbardziej dotkliwych, szczególnie dla MSP, należą uwarunkowania wynikające z rozwiązań prawnych. Poniżej omówione zostały ograniczenia najczęściej wymieniane przez przedsiębiorców z sektora MSP: problemy związane z rozpoczęciem działalności, niedoskonałości obowiązującego systemu podatkowego oraz sądownictwa, a także ograniczenia w dostępie do zewnętrznych źródeł finansowych.

5.1. Procedury rozpoczęcia działalności gospodarczej

Przedsiębiorca w zależności m.in. od wielkości posiadanych kapitałów czy rodzaju działalności, jaką zamierza prowadzić, musi wybrać formę organizacyjną i prawną nowo rejestrowanego podmiotu. Obecnie w Polsce kwestie te regulują: Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej z dnia 2 lipca 2004 roku oraz Kodeks spółek handlowych z 15 września 2000 roku²⁸.

Już samo uruchomienie działalności gospodarczej może stanowić poważną barierę dla wielu przedsiębiorców, gdyż w celu formalnego zarejestrowania podmiotu niezbędne jest przeprowadzenie szeregu działań. Niektóre rodzaje działalności wymagają dodatkowo uzyskania różnych koncesji (obecnie ograniczono ich

²⁷ B. Bojewska, *Przedsiębiorczość w..., op. cit.*, s. 137–139.

²⁸ Ustawa Kodeks spółek handlowych z dnia 15 września 2000 r. (Dz.U. Nr 94, poz. 1037 ze zm.).

liczbę z 7 do 6 rodzajów działalności²⁹), zezwoleń (wymagało ich do niedawna ponad 100 rodzajów działalności, obecnie liczbę tę ograniczono do 25), licencji, odpowiednich wpisów, potwierdzeń i powiadomień. Co prawda, Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej znacznie upraszcza procedury rejestracyjne, ale przepisy te obowiązywały będą dopiero od 2007 roku.

Trzy czwarte Polaków uważa, iż warunki stwarzane przez państwo małym i średnim przedsiębiorstwom nie sprzyjają ich powstawaniu i rozwojowi³⁰. Opinię tę potwierdzają wyniki badań przeprowadzone przez Bank Światowy. Użyte dane pozwoliły stwierdzić, iż na formalne uruchomienie działalności gospodarczej w Polsce jeszcze do sierpnia 2004 roku potrzeba było średnio 31 dni i 10 różnych procedur. Pod tym względem Polska znajduje się znacznie poniżej średniej występującej w krajach OECD i UE. Pod względem komplikacji procesu rejestracji ustępujemy tylko Grecji (15 procedur, 38 dni), Portugalii (odpowiednio 11, 78), Japonii (11, 31) i Korei Południowej (12, 22)³¹. Wprowadzenie nowej ustawy regulującej zasady działalności gospodarczej w Polsce pozwoliło na obniżenie liczby koniecznych do dopełnienia procedur o 20%³². Od 1 stycznia 2007 roku przedsiębiorcy podejmujący działalność gospodarczą wraz z wnioskiem o rejestrację firmy będą mogli w jednym miejscu (spółki prawa handlowego w Krajowym Rejestrze Sądowym, a osoby fizyczne w urzędach gmin) uzyskać także numer statystyczny (REGON), numer identyfikacji podatkowej (NIP) oraz zgłosić zgłoszenie do ubezpieczeń społecznych i zgłosić płatnika składek (tzw. zasada jednego okienka)³³. Ponadto wprowadzona została możliwość złożenia wniosku o wpis do ewidencji listownie lub w formie elektronicznej. W konsekwencji w przyszłości powinien również znacznie skrócić się czas niezbędny do dokonania rejestracji działalności gospodarczej. Tym bardziej, że ustawa ograniczyła termin wydania decyzji o wpisie do ewidencji do 3 dni roboczych od daty wpływu wniosku, określiła również limity czasowe na przyznanie numerów REGON i NIP.

Dzięki nowej ustawie ułatwione będzie także sprawdzanie kontrahentów i kredytobiorców, gdyż powstanie Centralna Informacja Ewidencji Działalności Gospodarczej, gdzie za opłatą każdy będzie mógł uzyskać informacje dotyczące działających na rynku podmiotów. Identyfikacja przedsiębiorcy we wszystkich urzędowych rejestrach następować będzie jedynie na podstawie numeru NIP. Wszystkie

²⁹ Spis rodzajów działalności, które wymagają koncesji zawiera art. 14, ust. 1 Ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. Nr 173, poz. 1807 ze zm.).

³⁰ Według badań Pracowni Badań Społecznych (PBS), www.ipis.pl (09.08.2004) za „Rzeczpospolitą” z dn. 20 czerwca 2003 r.

³¹ <http://rru.worldbank.org/DoingBusiness>, 24/08/2004.

³² M. Czekański, W Polsce mogłoby być lepiej, „Rzeczpospolita” z dn. 25–26 września 2004 r.

³³ Swoboda działalności gospodarczej, serwis prawniczy domu wydawniczego ABC, www.abc.com.pl, 13/09/2004.

te zmiany powinny znacznie zmniejszyć biurokrację i liczbę formalności, szczególnie uciążliwych dla małych przedsiębiorstw, które często są podmiotami 1-osobowymi (średnia zatrudnienia w sektorze MSP w Polsce to 2 osoby).

Kolejnym problemem jest stosunkowo wysoki koszt rozpoczęcia działalności w odniesieniu do dochodu narodowego *per capita* – wynosi on w Polsce 20,6%, natomiast średnia w krajach Unii to 15,5%. Niewątpliwie istotną barierą jest wymagany minimalny kapitał niezbędny do zarejestrowania nowej działalności. W Polsce, aby zarejestrować spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością należy wyposażyć ją w kapitał sięgający co najmniej 50 tys. zł. Autorzy raportu Banku Światowego twierdzą, że są to XIX-wieczne regulacje, od których kraje rozwinięte odchodzą – przykładowo we Francji można założyć spółkę z kapitałem 1 euro³⁴.

5.2. System podatkowy

Wyniki badań wskazują, że ponad 60% przedsiębiorców za problem większy niż słaby rozwój gospodarki polskiej uważa korupcję i system podatkowy³⁵. W Polsce daniny na rzecz państwa i innych jednostek (np. samorządu lokalnego) związane z prowadzeniem działalności obejmują: podatki, składki, opłaty, cła. Ustanowione są one w 55 różnych ustawach i rozporządzeniach, co łącznie stanowi aż 1200 pozycji³⁶.

Wiele spośród tych danin ma bardzo sformalizowany i skomplikowany sposób naliczania. Prawne podstawy ich pobierania, jak wyżej wspomniano, określone są w wielu najróżniejszych aktach prawnych, które dodatkowo bardzo często ulegają zmianie. Wszystko to powoduje, że przedsiębiorcy, zwłaszcza z sektora MSP, mają problemy z identyfikacją aktualnie obowiązujących przepisów oraz ich interpretacją.

Korzystnym dla przedsiębiorstw rozwiązaniem, które wprowadza Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej, jest możliwość złożenia wniosku o wydanie pisemnej interpretacji stosowania przepisów podatkowych przez Urząd Skarbowy. Co istotne, przedsiębiorca nie będzie ponosił odpowiedzialności finansowej za błędne stanowisko urzędu. Jest to niezwykle ważny przepis dla najmniejszych przedsiębiorstw, które rzadko mogą sobie pozwolić na korzystanie z usług doradztwa czy zatrudnianie fachowców z różnych dziedzin. Do tej pory właściciele prowadzący niewielkie przedsiębiorstwa często nie mieli jasności co do obowiązujących przepisów i nierzadko płacili za to wysoką cenę. Ograniczeniu ulega też liczba i czas kontroli przedsiębiorstw – poza nielicznymi wyjątkami zakazano prowadzenia u przedsiębiorcy więcej niż jednej kontroli, a czas jej trwania nie

³⁴ M. Czekajski, W Polsce..., *op. cit.*

³⁵ A. Żabówka, MIS-ie przed szansą, „Bank”, Nr 9/2004.

³⁶ Raport Ministerstwa Gospodarki i Pracy, *op. cit.*

może być dłuższy niż 4 tygodnie w przypadku małego i średniego przedsiębiorstwa, a u pozostałych nie dłuższy niż 8 tygodni³⁷. Nie zmienia to jednak faktu, że przedsiębiorstwa w Polsce wciąż może kontrolować aż 40 instytucji³⁸.

5.3. Sądownictwo

Według badań przeprowadzonych przez Bank Światowy Polska nie wypada dobrze pod względem czasu potrzebnego na egzekucję długów. W Polsce okres, jaki musi upłynąć między złożeniem pozwu do sądu najniższej instancji, a momentem uzyskania i egzekucji prawomocnego wyroku sądu wynosi 1000 dni (czyli ok. 3 lata). Okres ten jest niemal 4-krotnie dłuższy niż w pozostałych krajach UE i OECD. Wśród objętych badaniem krajów pod tym względem nieznacznie wyprzedza nas tylko Słowenia³⁹. Jednocześnie liczba składanych w Polsce wniosków o upadłość jest około 9-krotnie wyższa od liczby wydawanych postanowień. Wciąż wielu wierzycieli traktuje złożenie wniosku jako formę mobilizacji dłużnika do spłaty przeterminowanych należności⁴⁰.

W ostatnich latach wprowadzono w Polsce kilka nowych rozwiązań, by poprawić jakość pracy polskiego sądownictwa. Obowiązująca od października 2003 roku Ustawa prawo upadłościowe i naprawcze⁴¹ spowodowała, że wzrósł poziom należności (z nieco ponad 60% do średnio niemal 70%)⁴² odzyskiwanych przez wierzycieli upadłego przedsiębiorstwa. Dzięki uproszczeniu procedur przyspieszeniu uległo całe postępowanie upadłościowe. Wprowadzenie możliwości podpisania przez przedsiębiorstwa zagrożone upadłością układu z wierzycielami i przeprowadzenia procedur naprawczych odsunęło też w wielu przypadkach konieczność udania się do sądu⁴³.

Od 5 lutego 2005 roku wszedł w życie kolejny bardzo ważny dla przedsiębiorców, zwłaszcza małych i średnich, akt prawny – nowelizacja Kodeksu postępowania cywilnego⁴⁴. Uchwalona 2 lipca 2004 roku ustawa wprowadza zmiany w zakresie właściwości sądów. Sprawy gospodarcze, w których wartość przedmiotu sporu nie przekracza 100 tys. zł będą rozstrzygane przez sądy rejonowe (dotychczas rozstrzygały one sprawy, których wartość przedmiotu sporu nie była

³⁷ P. Blajer, Ustawa jest, swobody coraz mniej, „Rzeczpospolita” z dn. 27 stycznia 2005 r. – od momentu wejścia w życie Ustawy o swobodzie działalności gospodarczej różne instytucje państwowe mające dotychczas prawo nieograniczonego kontrolowania podmiotów gospodarczych zgłaszają projekty zmian ustawy, starając się zwiększyć zakres swoich uprawnień.

³⁸ M. Zieliński, Belkonomika, „Wprost” z dn. 10 kwietnia 2005 r.

³⁹ I. Dryll, Pogoda dla przedsiębiorczych, „Nowe Życie Gospodarcze”, Nr 14/375 z dn. 18 lipca 2004 r.

⁴⁰ Raport Coface Intercredit na temat niewypłacalności firm w Polsce, www.coface, 19/01/2005.

⁴¹ Ustawa z dnia 28 lutego 2003 r. Prawo upadłościowe i naprawcze (Dz.U. Nr 60, poz.535 ze zm.).

⁴² M. Czekański, W Polsce..., *op. cit.*

⁴³ A. Stawiszyński, Teraz firmom łatwiej ogłosić upadłość, „Puls Biznesu” z dn. 30 września 2004 r.

⁴⁴ Ustawa Kodeks postępowania cywilnego z dnia 2 lipca 2004 r. (Dz.U. Nr 172, poz. 1804 ze zm.).

większa niż 30 tys. zł). Powyżej wspomnianego progu sprawy są kierowane do sądów okręgowych⁴⁵. Wprowadzone zmiany powinny przyczynić się do skrócenia czasu trwania procesu. Ponadto zwiększenie górnej granicy wartości przedmiotu sporu w sprawach gospodarczych znacznie ułatwi dochodzenie roszczeń przez większość przedstawicieli małego biznesu (np. nie trzeba dojeżdżać na sprawy sądowe do odległych sądów okręgowych).

W polskim sądownictwie potrzebnych jest jeszcze wiele zmian. Dokonując poprawy jakości funkcjonowania polskich sądów, warto korzystać z rozwiązań zastosowanych już z powodzeniem w innych krajach. W wielu z nich egzekucji długu można dokonać bez udziału sędziego w postępowaniu administracyjnym. Pozwala to na znaczne uproszczenie procedur i ograniczenie czasu ich trwania, np. czas potrzebny na egzekucję długów w Tunezji ogranicza się średnio do 27 dni, we Francji do 75, a w Czechach do 300⁴⁶.

5.4. Ograniczenia w dostępności do źródeł finansowania

Zrealizowane w 2003 roku przez PARP badania wykazały, iż przedsiębiorstwa, które zwiększają swoje zobowiązania więcej inwestują, podnoszą zatrudnienie oraz swój udział w rynku. Obserwacja ta pozwala na sformułowanie tezy, że finansowanie dłużne jest podstawowym czynnikiem rozwoju przedsiębiorstw w Polsce⁴⁷.

Jednocześnie w Polsce tylko 16% małych i średnich przedsiębiorstw nie zgłasza żadnych problemów z pozyskaniem zewnętrznego finansowania⁴⁸. Przeprowadzone w 2003 roku przez GFK Polonia badania⁴⁹ wykazały, iż najczęstszym problemem przedsiębiorstw z sektora MSP jest zachowanie płynności finansowej. W momencie wystąpienia problemów z płynnością przedsiębiorstwa z analizowanej grupy na ogół nie korzystają z pomocy banku tylko szukają innych rozwiązań. 48% z nich korzysta z prywatnych środków właściciela przedsiębiorstwa, 35% odracza płatności u dostawców, a 19% pożycza z innych źródeł⁵⁰.

Kapitał na utworzenie przedsiębiorstwa, finansowanie jego bieżącej działalności i rozwój może pochodzić z różnych źródeł: kapitałów własnych oraz kapitałów obcych (długo- i krótkoterminowych). Jak wykazały badania, leasing i kredyt bankowy są najpopularniejszymi formami zewnętrznego finansowania przedsię-

⁴⁵ A. Stawiszyński, Sądy rejonowe bliżej przedsiębiorców, „Puls Biznesu” z dn. 18 października 2004 r.

⁴⁶ M. Czekański, W Polsce..., *op. cit.*

⁴⁷ Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2002–2003, PARP, Warszawa 2004, s. 213.

⁴⁸ Polska 2003. Raport o stanie gospodarki, Ministerstwo Pracy, Gospodarki i Polityki Społecznej, Warszawa 2003.

⁴⁹ Badania GFK Polonia „Segmentacja małych i średnich przedsiębiorstw”, maj 2003.

⁵⁰ www.ipis.pl, Sytuacja MSP – najczęstsze problemy, nowe wyzwania, 09/08/2004.

biorstw sektora MSP⁵¹. Jeszcze do niedawna były to także fundusze *venture capital*, ale obecnie obserwowana jest zmiana trendu. Fundusze *venture capital* niechętnie i rzadko inwestują w przedsiębiorstwa małe i młode (w 2003 roku do spółek młodych i rozpoczynających działalność trafiło 12,7 mln zł, co stanowiło niecałe 7% inwestycji sektora *venture capital*), przy czym tendencja ta utrzymuje się w całej Europie⁵².

Wśród małych przedsiębiorstw finansowanie rozwoju w przeważającej liczbie przypadków wciąż odbywa się w oparciu o środki własne. Rozwiązanie takie deklaruje ponad 90% przedsiębiorstw z sektora MSP⁵³. Przeprowadzone badania wykazują, iż sytuacja ta uwarunkowana jest przede wszystkim poziomem dostępności innych źródeł finansowania⁵⁴.

Dla najmniejszych i najmłodszych przedsiębiorstw dostępne są w zasadzie tylko środki własne w formie wkładów wspólników oraz w niewielkim stopniu kredyt, leasing i pożyczki z sektora pozabankowego. Wraz ze wzrostem rozmiaru przedsiębiorstwa i czasu jego funkcjonowania na rynku liczba możliwych do wykorzystania źródeł finansowania i poziom dostępności do nich powiększają się.

Przedsiębiorstwa z sektora MSP charakteryzują się niskim poziomem zadłużenia, w większości nie korzystają z kredytów. Udział kredytów w finansowaniu MSP wynosi w Polsce 15–20% (dla porównania: w krajach zachodnich 40–60%)⁵⁵. Rozmiary kredytów w relacji do PKB są w Polsce 4-krotnie mniejsze niż średnia w krajach strefy euro⁵⁶. Mimo poszerzania oferty i lepszego dopasowania usług i produktów oferowanych MSP przez banki, przedsiębiorstwa te wciąż mają duże problemy z uzyskaniem kredytu. Tylko ok. 1/3 przedsiębiorstw korzysta z tej formy finansowania, w tym ok. 16% przedsiębiorstw zatrudniających do 5 pracowników⁵⁷. W grupie najmniejszych przedsiębiorstw, ze względu na brak możliwości uzyskania poręczeń lub innych form zabezpieczenia, nie może pożyczyć środków finansowych 11% z nich⁵⁸. Niski udział kredytów bankowych w finansowaniu MSP wynika także z zaprezentowanych poniżej czynników⁵⁹:

⁵¹ Raport o stanie sektora..., *op. cit.*, s. 216.

⁵² M. Pokojska, Odwrócona piramida, „Gazeta Bankowa” z dn. 20 grudnia 2004 r., s. 35.

⁵³ *Ibidem*, s. 35.

⁵⁴ Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2001–2002, PARP, Warszawa 2003, s. 194.

⁵⁵ D. Ostrowska, Mały pożyczki, ale z poręczeniem, „Gazeta Bankowa” z dn. 17 stycznia 2005 r., s. 23.

⁵⁶ Raport Ministerstwa Gospodarki i Pracy, „Przedsiębiorczość w Polsce 2004”, Warszawa, czerwiec 2004.

⁵⁷ *Ibidem*.

⁵⁸ Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych, www.eksporter.pl, 14/01/2005.

⁵⁹ Opracowane na podstawie: M. Zaleska, Kiedy małe i średnie firmy mogą liczyć na kredyt?, „Finanlista”, Nr 3/2003, A. Skowronek-Mielczarek, Finansowe uwarunkowania rozwoju MSP na progu UE, w: Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie, pod red. M. Strużyckiego, wyd. Difin, Warszawa 2002, s. 235–236, A. Brukó, A. Politańska, Ocena zdolności kredytowej przeprowadzona przez wybrane banki w Polsce, „Bank”, Nr 3/126 z marca 2003 r., s. 9.

- konieczności przedstawienia szczegółowej informacji ekonomiczno-finansowej, której MSP najczęściej nie posiadają, a także krótkiego okresu istnienia wielu firm na rynku, co powoduje brak możliwości przedstawienia dostatecznego zakresu wymaganych przez banki dokumentów,
- braku możliwości zaoferowania dobrych zabezpieczeń zwrotu kredytu,
- niechęci banków do finansowania MSP, m.in. ze względu na wysoki wskaźnik bankructw (60% spośród MSP bankrutuje w ciągu dwóch pierwszych lat działania przedsiębiorstwa⁶⁰), spekulacyjny charakter wielu podmiotów, wysoki poziom ryzyka transakcji (jakość portfela kredytowego banków związanego z kredytowaniem MSP jest średnio 5-krotnie niższa niż w przypadku portfela kredytów korporacyjnych⁶¹),
- wysokości stóp procentowych, prowizji i innych dodatkowych kosztów związanych z udzieleniem kredytu (np. marża banków w Polsce wynosi 4,5–6%, zaś w krajach zachodnich 1–1,5%⁶²).

Niski poziom dostępności kredytów bankowych nie pozwala przedsiębiorstwom z sektora MSP na wykorzystanie w dostatecznym stopniu tzw. efektu tarczy podatkowej, występującego przy finansowaniu długiem.

Poza kredytami przedsiębiorstwa, szczególnie małe i średnie, mogą korzystać z innych form dostępu do zewnętrznych źródeł finansowania, takich jak fundusze pożyczkowe czy poręczeniowe⁶³. Niestety system ten w Polsce nie jest jeszcze dostatecznie rozwinięty, a liczba i poziom komplikacji procedur jest tam również wysoki jak w bankach.

W celu ułatwienia przedsiębiorcom dostępu do informacji oraz zwiększenia możliwości korzystania w szerszym stopniu z dofinansowania pochodzącego z unijnych środków pomocowych został ustawowo wprowadzony obowiązek informowania przez organy administracji publicznej o wdrożeniu programu pomocowego w terminie 30 dni od momentu jego ustanowienia⁶⁴.

Kolejną barierą ograniczającą dostęp małych i średnich przedsiębiorstw do zewnętrznych źródeł finansowania jest fakt, iż w polskiej gospodarce przedsiębiorcy muszą konkurować z wzrastającymi potrzebami pożyczkowymi pań-

⁶⁰ M. Laszczak, Kierowanie małą firmą: tajniki przedsiębiorczości, Poltext, Warszawa 2004, s. 181; Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2001–2002, wyd. PARP, Warszawa 2003, s. 194.

⁶¹ M. Zaleska, Kiedy małe i średnie firmy mogą liczyć na kredyt?, „Finansista”, Nr 3/2003.

⁶² D. Ostrowska, Mały pożycz, ale z poręczeniem, „Gazeta Bankowa” z dn. 17 stycznia 2005 r., s. 23.

⁶³ Według: Polska 2003. Raport o stanie gospodarki, Ministerstwo Pracy, Gospodarki i Polityki Społecznej, Warszawa 2003, w Polsce działa 73 lokalnych i regionalnych funduszy pożyczkowych i mikropożyczkowych oraz 50 funduszy poręczeń kredytowych.

⁶⁴ Art. 8 Ustawy z dnia 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. Nr 173, poz. 1807 ze zm.).

stwa. Skarb Państwa oferuje papiery wartościowe o niskim poziomie ryzyka i relatywnie wysokiej dochodowości. Daje to bankom możliwość bezpieczniejszego lokowania wolnych środków, w porównaniu z obciążonym większym ryzykiem udzielaniem kredytów przedsiębiorstwom⁶⁵. Wartość emisji wynikająca z potrzeb budżetu jest tak duża, że destabilizuje rynek finansowy. Według przyjętego przez rząd projektu ustawy budżetowej na 2005 rok potrzeby pożyczkowe państwa wzrosną do 46,5 mld zł⁶⁶. Środki finansowe sektora bankowego, zamiast kredytować w większym stopniu inwestycje w przedsiębiorstwach, będą najprawdopodobniej finansowały budżet.

6. Wnioski

Przeprowadzone w opracowaniu rozważania, dotyczące barier rozwoju przedsiębiorczości w Polsce, pozwoliły na sformułowanie następujących wniosków:

- nowa Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej wprowadza wiele interesujących rozwiązań, szczególnie korzystnych dla sektora MSP, jednak warunki społeczno-gospodarcze panujące w Polsce, pomimo znaczącej poprawy, wciąż nie sprzyjają rozwojowi przedsiębiorczości, nasz kraj nie posiada korzystnego klimatu do uruchamiania i prowadzenia działalności gospodarczej,
- z uwagi na mocno ograniczony wpływ na rynek małych i średnich przedsiębiorstw, ich małe zasoby kapitałowe i dużą podatność na wahania koniunktury, niekorzystne uwarunkowania makroekonomiczne szczególnie dotyczą omawianą grupę przedsiębiorstw,
- czynniki hamujące inicjatywy założycielskie nowych przedsiębiorstw oraz utrudniające funkcjonowanie i rozwój już istniejących ulokowane są zarówno w otoczeniu makroekonomicznym, jak i konkurencyjnym oraz wewnętrznym małych i średnich przedsiębiorstw,
- do najczęściej wymienianych barier, jakie napotykają podczas swojej działalności małe i średnie przedsiębiorstwa należą: niestabilne oraz niekorzystne warunki gospodarcze i uregulowania prawne, niski stopień przestrzegania przepisów prawnych i możliwości ich egzekwowania, brak zasobów finansowych i trudności z ich pozyskaniem, brak wsparcia ze strony władz lokalnych i samorządowych, nieskuteczność działań sądownictwa,

⁶⁵ G. Garliński, Są powody do stresu, „Nowe Życie Gospodarcze” z dn. 30 stycznia 2005 r.

⁶⁶ Aktualności Ministerstwa Finansów. Rząd przyjął projekt ustawy budżetowej na rok 2005, www.mof-net.gov.pl, 03/03/2005.

- uruchomienie działalności gospodarczej w Polsce jest niezwykle czasochłonne, wiąże się z uzyskaniem szeregu zezwoleń, licencji, wpisów i potwierdzeń, przy czym korzystne zmiany, zwłaszcza dla MSP, wprowadziła Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej, znacznie upraszczając procedury (m.in. zasada „jednego okienka”, możliwość złożenia wniosku o wpis do ewidencji listownie lub w formie elektronicznej) i ograniczając ich liczbę (o 20%) oraz wprowadzając limity czasowe dla urzędów,
- polski system podatkowy jest zbyt rozbudowany, a przepisy są niejasno sformułowane, skomplikowane i bardzo często zmieniane, co sprzyja niezrozumieniu prawa, błędnemu interpretowaniu przepisów, nadmiernej biurokracji i korupcji,
- czas potrzebny do sądowej egzekucji długów w Polsce jest zbyt długi, między złożeniem pozwu do sądu najniższej instancji a momentem uzyskania i egzekucji prawomocnego wyroku sądu upływa prawie 3 lata,
- dostępność źródeł finansowania skorelowana jest z wielkością przedsiębiorstwa i jego czasem funkcjonowania na rynku, wśród przedsiębiorstw wciąż utrzymuje się tendencja do finansowania rozwoju w oparciu o środki własne, szczególnie dotyczy to małych i młodych przedsiębiorstw,
- głównymi ograniczeniami w dostępie do kredytu bankowego są: stosowanie przez banki rygorystycznych procedur weryfikacyjnych kredytobiorców oraz relatywnie wysoki koszt kredytów, zakres i szczegółowość informacji koniecznych do przygotowania przy ubieganiu się o kredyt (trudne do przedstawienia przez wiele przedsiębiorstw), niewystarczające dostosowanie oferty kredytowej do specyfiki przedsiębiorstw z sektora MSP,
- istniejące w Polsce inne źródła zewnętrznego finansowania MSP, takie jak fundusze pożyczkowe i poręczeniowe są wciąż zbyt słabo rozwinięte, a towarzyszące im procedury restrykcyjne i silnie sformalizowane.

Ekonomiczne aspekty satysfakcji z czasu wolnego

1. Wprowadzenie

Problematyka czasu wolnego jest punktem zainteresowań różnych dyscyplin nauk społecznych. Do najistotniejszych kwestii związanych z czasem wolnym należy zaliczyć przede wszystkim regenerację sił jednostki, odpoczynek, relaks, rozładowywanie napięć związanych z codziennym życiem. Bardzo istotną kwestią jest także budowanie w czasie wolnym relacji i więzi społecznych.

Z punktu widzenia nauk ekonomicznych, czas wolny jest postrzegany przez pryzmat jego wyzwalania i zagospodarowywania, z wykorzystaniem dóbr i usług konsumpcyjnych. Pozyskanie dodatkowych zasobów czasu wolnego, jest swoistym wyrazem czasów współczesnych. Jednym z uwarunkowań tych dążeń jest, fakt iż brak czasu wolnego jest uważany za barierę rozwoju konsumpcji.

Kolejną istotną kwestią jest interesujący sposób jego zagospodarowania. Wzorce zachowań w czasie wolnym, ulegają niespotykanemu szybkiemu rozprzestrzenianiu w skali społecznej – choćby poprzez globalizację takich rynków, jak: usługi turystyczne, rekreacyjne, gastronomiczne, kultury czy też poprzez media. Jednostki i ich gospodarstwa domowe, wykazują skłonność do poszukiwania nowych, atrakcyjnych sposobów spędzenia swego czasu wolnego. Jak zauważa T. Kozłowski¹: *...żyjemy w czasach, kiedy ilość czasu wolnego przestała być drogim dobrem zarezerwowanym dla bogaczy, a stała się oczywistością, która niejako z konieczności jest dostępna dla wszystkich. ...Coraz większym uznaniem cieszą się nie ci, którzy mają czas wolny, bo mają go wszyscy, ale ci, którzy potrafią z niego skorzystać i to w wyrafinowany sposób, [...] którzy potrafią swój czas skolonizować jak najciekawiej.*

2. Istota czasu wolnego w społeczeństwie współczesnym

Dzisiejsze rozumienie czasu wolnego pojawia się dopiero po rewolucji przemysłowej, gdy praca ludzka została ujęta w pewne ramy czasowe. Zostało go wówczas

¹ Kozłowski T., Popnatura i masowa nuda. Czy podkultura wypełni pustkę czasu wolnego, w: Szlendak T., Pietrowicz K., red., Na pokaz. O kapitalizmie bez kapitału. Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2004, s. 188–189.

tak mało, że przeznaczony mógł być jedynie na zaspokojenie potrzeb fizjologicznych organizmu oraz wykonanie koniecznych prac domowych. Unormowanie czasu pracy nie spowodowało automatycznego pojawienia się czasu wolnego. Dopiero w miarę rozwoju społeczno-gospodarczego, wraz z wprowadzeniem postępu technicznego i nowych form organizacji pracy, możliwe stało się wyłonienie czasu rzeczywiście wolnego.

Z definicyjnego punktu widzenia czas wolny, to czas przeżywany w uwolnieniu się od czynności koniecznych i obowiązkowych, czas dążenia do przeznaczenia jednostki. Prawdziwa wolność czasu to ta, w której żadne czynniki zewnętrzne nie ingerują w jego przeżywanie, dla niego samego. Wolność jednostki w czasie, wiąże się także z ustaniem zobowiązań na rzecz środowiska zewnętrznego (praca, rodzina czy też religia).

Wolność czasu jest także utożsamiana z swobodą wyborów, co do stanów i aktywności przeżywanych i wykonywanych w czasie wolnym. Należy przez to rozumieć odrzucenie osób, czynności lub dóbr wypełniających czas jednostki wbrew niej samej.

Czas wolny dotyczy również stanu umysłu. Pozwala na koncentrowanie się na czynnościach kontemplacyjnych, skłaniających do samourzeczywistnienia i samospelnienia. Taki czas jest największą wartością jednostki. Pozwala na jej samorozwój, dystansując od codziennego życia, wskazując na istnienie wartości, na przeżywanie których zwykle brakuje czasu. Tylko wtedy jednostka może dostrzec, co w jej życiu wymaga przemian, jakie aspekty swego istnienia należy zdynamizować itp.²

Definiowanie czasu wolnego, jest kwestią podlegającą rozstrzygnięciu poprzez pryzmat nauk społecznych. Jak podkreśla B. Jung³ pojęcie czasu wolnego zawiera w sobie wiele elementów. Należą do nich **aspekty psychologiczno-subiektywne** (czas wolny jako stan duszy, stosunek jednostki do wykonywanej czynności, styl postępowania), **rezydualne** (czas jaki pozostaje po uwolnieniu się jednostki od obowiązków zawodowych, 24 godziny pomniejszone o obowiązki), **autonomiczno-osobisty** (czynności dowolnie wybrane, działanie wolne i dobrowolne), **normatywno-funkcjonalne** (czas pogoni za prawdą i poznaniem samego siebie, całokształt czynności którym oddaje się jednostka w celu wypoczynku, rozrywki lub bezinteresownego pogłębiania swej wiedzy), **behavioralne** (każdy typ zachowania inny niż praca, wykonywany poza czasem pracy) oraz **ekonomiczne** (cały czas, który nie jest sprzedawany i który należy do jednostki bez względu na sposób, w jaki jest wykorzystywany).

² Tamże.

³ Jung B., O czasie wolnym. Kultura i rekreacja w procesach rozwoju społeczno-ekonomicznego, SGPiS, Warszawa 1987, s. 56.

W społeczeństwie współczesnym, obfitującym w produkty i usługi, istotnym parametrem jest zasobność w czas wolny⁴. Ludzie „bogaci w czas” mają świadomość, że mają go więcej niż potrzebują do wykonania wszystkich potrzebnych im czynności, natomiast „ubodzy w czas” postrzegają go jako podstawowe ograniczenie ich życia. Ujmując rzecz z perspektywy historycznej, należy zauważyć, iż właśnie niedostatek czasu stał się siłą napędową wielu czynników kształtujących konsumpcję. Ekspansja działalności np. szybkiej gastronomii oraz zwiększające się zapotrzebowanie na żywność gotową do spożycia, wydają się potwierdzać słuszność tej konstatacji. Jednocześnie, skracanie długości czasu pracy, zwiększająca się zamożność oraz ograniczanie czynności związanych z prowadzeniem gospodarstwa domowego, otwierają możliwości tworzenia i zagospodarowania czasu wolnego.

Jednakże, dla wielu osób swoiste „uwalnianie” czasu nie daje rosnącego poczucia zasobności w czas. W społeczeństwach postindustrialnych brak czasu wydaje się być cechą powszechną. Przyczyną tego jest poczucie nieustannego przyspieszenia. *Gdy oszczędzamy czas, wydaje nam się, że oszczędzamy go po to, aby mieć więcej wolnego czasu. Wolny czas stanowi w istocie stan umysłu, lecz żaden słownik nie definiuje go bez odwołania do upływającego czasu. Jest to czas nieograniczony, nie poświęcony pracy, nie zajęty... [jednak] nie zajęty czas znika. Przemysł rozrywkowy... wypełnia czas, jak woda gruntowa wypełnia studzienkę odpływową. Olbrzymia rozmaitość doświadczeń atakuje nasz wolny czas, próbując nas zaspokoić. Pracujemy dla rozrywki. „Pięćset kanałów” stało się frazesem lat dziewięćdziesiątych, zanim jeszcze, ściśle rzecz biorąc, stało się rzeczywistością i symbolem zbyt dużego wyboru... Technologia znacznie przyspieszyła rytm życia, skracając prace domowe, podróże, rozrywkę, ścieśniając coraz więcej w określonym czasie. Nikt nie spodziewał się, że stworzy ona wrażenie, że życie biegnie zbyt szybko...*⁵.

Osoby „bogate” w czas mają poczucie, że zasoby ich czasu nieustannie narastają, i często stosują strategię „zabijania” czasu. Do tej grupy można zaliczyć osoby emerytowane, bezrobotne i – co bywa dyskusyjne – dzieci i młodzież. Na powstanie tego specyficznego segmentu miały wpływ ważne osiągnięcia rozwoju cywilizacyjno-gospodarczego. Pierwszym z nich jest wprowadzenie zabezpieczenia emerytalnego na starość, dającego gwarancję zabezpieczenia potrzeb ludzi w podeszłym wieku, bez konieczności świadczenia pracy. Drugim ważnym ele-

⁴ Lindskog H., Brege S., Time-rich and Time-poor Consumer Behavior. The Importance of Time in Market Segmentation. Materiały publikowane przez Department of Management and Economics Institute of Technology, University of Linköping 2001.

⁵ Gleick J., Szybkiej. Przyspieszenie niemal wszystkiego, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2003, s. 18.

mentem jest likwidacja zatrudnienia dzieci i młodocianych w krajach rozwiniętych. Podwyższanie wieku obowiązkowej nauki, znacznie odraza w czasie, podejmowanie pracy zarobkowej i zakładanie własnej rodziny (czyli czynników w znacznym stopniu ograniczających czas jednostki). Rozwojowi gospodarstwu towarzyszą także zjawiska niekorzystne ze społecznego punktu widzenia, a do nich należy zaliczyć bezrobocie. Ta grupa osób „bogatyh” w czas wolny szczególnie dotkliwie odczuwa jego nadmiar.

Z kolei do grona osób „ubogich” w czas należy właściwie zaliczyć wszystkich pracujących, a także osoby wychowujące małe dzieci. Jedną z głównych przyczyn tak szerokiego ujęcia jest atrakcyjność pracy, która staje się coraz bardziej istotna, szczególnie w warunkach konkurencji na rynku pracy. Obecnie, w wielu zawodach podnosi się kwestię podejmowania przez pracowników różnorodnych wyzwań przynoszących dużą dozę satysfakcji. Miarą sukcesu życiowego często bywa kariera zawodowa, czasami jest ona punktem odniesienia wszystkich wartości wyznawanych i respektowanych przez jednostkę⁶.

Kolejne istotne zagadnienie stanowi przenikanie się czasu pracy i czasu po pracy (domowego, przeznaczonego na relaks, przyjemności, wypoczynek). Rozwój technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych powoduje, że współcześnie kontakt z pracą można mieć praktycznie w każdej chwili i z każdego miejsca.

Ponadto, grupa osób „ubogich” w czas wolny jest tak duża, ponieważ nie spotykana w dziejach cywilizacji podaż dóbr i usług wymaga od jednostek podejmowania nieustannych decyzji związanych z różnorodnymi wyborami. Powoduje to kurczenie się rezerw czasu w ujęciu personalnym. Ponadto o czas jednostki konkuruje wiele podmiotów (rodzina, przyjaciele, znajomi, współpracownicy, wspólnicy, podwładni) oraz przedmiotów (środki konsumpcji, media, rozrywki, hobby itp.). Także posiadanie wielu dóbr (takich jak kamera, sprzęt sportowy) zajmuje więcej czasu (składowanie, konserwacja) niż przeznaczanego na ich efektywne użytkowanie.

Czas wolny ograniczany jest także przez cywilizacyjnie wygenerowane i powszechnie obowiązujące potrzeby „bycia na czasie” czy też „posiadania niezbędnej wiedzy”. Zjawiskiem powszechnym okazuje się niewystarczalność terażniejszej wiedzy do przyszłej ewolucji, albowiem przyspieszenie rozwoju tworzy nowe jakości, które muszą być nieustannie przyswajane. Dlatego też wiedza, jaką wyniosło się ze szkoły, dla wcześniejszych generacji była wystarczająca na wiele lat, co obecnie jest niemożliwe.

⁶ Lindskog H., Brege S., Time-rich and Time-poor Consumer Behavior. The Importance of Time in Market Segmentation. Materiały publikowane przez Departament of Management and Economics Institute of Technology, University of Linköping 2001.

3. Ekonomiczny pryzmat czasu wolnego

Niezależnie od posiadania określonej liczby dni wolnych od pracy przez osoby pracujące, istotną kwestią jest wyzwalanie zasobów czasu wolnego jako takiego, w życiu codziennym – a więc scedowanie czynności czasochłonnych i koniecznych do wykonania na dobra i usługi tzw. czasoszczędne (sprzęt gospodarstwa domowego, usługi porządkowe, pralnicze itp.). Taka droga kreowania zasobów czasu wolnego jest jednak kapitałochłonna, wymaga poniesienia przez jednostkę określonych nakładów finansowych. Tworzy to ekonomiczny pryzmat czasu wolnego, który także uwidacznia się w zagospodarowaniu tegoż czasu. Sprowadza się to do nabywania dóbr i usług czasochłonnych, służących „skolonizowaniu” czasu wolnego.

Czas wolny ma znaczenie dla funkcjonowania jednostki w różnych sferach a mianowicie biologicznej (czas odpoczynku fizycznego i regeneracji sił fizycznych), psychologicznej (czas odreagowania stresu, osiągania dobrostanu psychicznego) oraz społecznej (czas nawiązywania i podtrzymywania kontaktów z innymi – rodziną przyjaciółmi, znajomymi, czas budowania własnej pozycji w grupach społecznych).

Swoistym „spoiwem” łączącym, powyższe trzy wymiary jest pryzmat ekonomiczny. To ekonomiczne możliwości jednostki stanowią o podwalinach jej bytu i osiąganego z niego zadowolenia. Wydaje się słusznym stwierdzenie, iż po pierwsze możliwości ekonomiczne (utożsamiane przede wszystkim z poziomem otrzymywanego dochodu lecz i także całokształtem zasobności materialnej), wpływają w głównym stopniu na poziom zaspokojenia jej potrzeb – zakupy dóbr i usług – lecz także na tworzenie aspiracji i motywacji do konsumpcji.

Człowiek żyjący w warunkach wszechwładniającej konsumpcji, nie jest w stanie oderwać się od jej atrybutów. Znajdując się pod swoistą presją gromadzenia i nabywania, mając choć potencjalne ku temu możliwości (rozumiane choćby jako wystarczający poziom dochodu) czuje się swobodniej i pewniej. Dotyczy to także sfery czasu wolnego. Zarówno jego wytworzenie, jak i zagospodarowanie nierozzerwalnie łączą się z dobrami i usługami, w przeważającej mierze oferowanymi przez system rynkowy. Jednostka, zaspokajając swe potrzeby związane z czasem wolnym, dokonuje szeregu decyzji zakupowych. Jeśli więc czas wolny to po części decyzje *stricte* ekonomiczne, zasadne wydaje się stwierdzenie, iż satysfakcja (bądź jej brak) płynąca z pozostałych sfer czasu wolnego jednostki (biologicznej, psychologicznej i społecznej) jest pochodną sytuacji dochodowej jednostki.

Posługując się zależnościami przedstawionymi w tabeli 1 wychodzimy z założenia, że dochód jest elementem dającym początek tworzenia satysfakcji z czasu wolnego.

Tabela 1. Sekwencje – zależności pomiędzy poziomem dochodu a stopniem satysfakcji z czasu wolnego – ujęcie modelowe

I	II	III	IV	V	VI
Poziom dochodu	Możliwości wygospodarowania czasu <i>dobra i usługi czasooszczędne, wydatki rynek na czas wolny</i>	Czas wolnego <i>ilość czasu, aktywności, dobra i usługi czasooszczędne wydatki, rynki dla czasu wolnego</i>	Modele zagospodarowania czasu wolnego <i>medialny, rekreacyjny, społeczny, samorealizacyjny, mieszany</i>	Korzyści z czasu wolnego <i>biologiczne, psychologiczne, społeczne</i>	Ogólny stopień zadowolenia jednostki

Źródło: opracowanie własne

Zakłada się, że na określonym poziomie dochodu istnieją sekwencje, poprzez które jednostka dochodzi do zadowolenia z posiadanego i zagospodarowanego czasu wolnego. W każdym etapie mamy do czynienia z różnymi kierunkami działań, u podstaw których leżą warunki ekonomiczne, w jakich funkcjonuje jednostka – przy czym za podstawę ich kształtowania bierze się posiadany dochód na osobę w gospodarstwie domowym. Determinuje on przede wszystkim potencjał wygospodarowania czasu, wyrażający się możliwościami dokonywania zakupów dóbr i usług czasooszczędnych, oferowanych przez tzw. rynki na czas wolny (II)⁷. Oczywiście, biorąc przykład biegunowo skrajnych gospodarstw niezamożnych (żyjących na przykład na granicy minimum socjalnego) i o dobrej kondycji finansowej, będziemy mieli do czynienia z różnorodnymi „ścieżkami” wyboru w sekwencjach II–V⁸.

Tam gdzie dochód (w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym) jest relatywnie niski, nastąpi sytuacja, w której będzie dominowała skłonność do czynności samoobsługowych niskim stopniu kapitałochłonności (np. zmywanie naczyń ręcznie, a nie za pomocą zmywarki do naczyń), ponieważ wygospodarowanie czasu za pomocą dóbr trwałego użytku może ulegać deprivacji, z racji wła-

⁷ Przez rynek na czas wolny należy rozumieć rynek w którym celem transakcji jest posiadanie (wygospodarowywanie) czasu wolnego i następnie jego sprzedaż. Występuje także na nim czasooszczędna orientacja konsumentów przejawiająca się skłonnością do zakupu tych dóbr i usług. Z kolei rynek czasu wolnego to rynek na którym przedstawiciele popytu poszukują towarów umożliwiających wykorzystanie i spędzenie czasu wolnego a przedstawiciele podaży oferują je. W tym przypadku kupujący muszą mieć uświadomioną potrzebę czasu wolnego popartą posiadanym funduszem swobodnej decyzji.

⁸ Celowo nie zakłada się żadnych konkretnych progów dochodowych, albowiem będzie to przedmiotem empirycznej weryfikacji ukazanego modelu teoretycznego.

śnie czynników ekonomicznych. Już w tej sekwencji możemy mieć do czynienia nie tyle z chęcią zagospodarowania czasu wolnego, co z podejmowaniem w nim dodatkowych zajęć zarobkowych.

Z kolei w gospodarstwach zamożniejszych można zakładać, poszukiwanie ułatwień w wykonywaniu absorbujących czynności dnia codziennego, które oczywiście pociągają za sobą określone nakłady finansowe. Niezależnie od wybranej ścieżki dojścia, uzyskanie czasu wolnego prowadzi do sekwencji III. W zależności od ilości czasu wolnego możemy mieć do czynienia z różnorodnymi typami aktywności, poczynając od tzw. domowych i niskonakładowych (korzystanie z posiadanych dóbr czasochłonnych), regionalnych (w pobliżu miejsca zamieszkania – usługi rekreacyjne, gastronomiczne kulturalne, centra handlowe itp.), a na ponadregionalnych ośrodkach spędzania czasu wolnego skończywszy. Jednakże aktywności te wymagają nakładów finansowych rozłożonych w czasie, a ponoszonych na rynkach dla czasu wolnego. W tej sekwencji ogromną rolę odgrywają też aspiracje i motywacje do wykonywania określonych czynności w posiadanym przez jednostkę czasie wolnym, będące wypadkową uwarunkowań psychicznych i społecznych funkcjonowania jednostki. Chodzi tu zarówno o pomysłowość, walory intelektualne i związane z nimi potrzeby, ale także procesy naśladownictwa i różnorodne presje społeczne.

Konsekwencją powyższych, jest przejście do sekwencji IV. Wykonywanie pewnego zestawu czynności w czasie wolnym, można ująć w ramy modeli zachowań. Kryterium wyróżniania poszczególnych modeli (medialnego, samorealizacyjnego, społecznego, rekreacyjnego), jest zestaw pięciu najczęściej wykonywanych w czasie wolnym czynności.

I tak, na przykład dla modelu medialnego będą: to oglądanie telewizji, słuchanie radia (muzyki), czytelnictwo, zaś dla modelu rekreacyjnego: uprawianie sportów, ćwiczenia fizyczne, aktywna rekreacja itp. Z kolei w modelu społecznym dominującymi aktywnościami będą: spotkania towarzyskie, uczestnictwo w różnej skali imprezach, ale także rozmowy i kontakty z członkami najbliższej rodziny. Model samorealizacyjny to zestaw czynności, w których realizowane są pasje, hobby i rozwijanie własnych zainteresowań.

Przyjęte kryterium nie jest do końca jednoznaczne, albowiem czasami trudno jest w sposób obiektywny zakwalifikować niektóre czynności – np. czy oglądanie wyspecjalizowanych kanałów tematycznych w telewizji wchodzi w zakres modelu medialnego, czy też samorealizacyjnego).

Sekwencje V i VI modelu obrazują przełożenie się zagospodarowania czasu wolnego na funkcjonowanie jednostki w sferach pozaekonomicznych. W każdej z nich, przywołując ponownie przykład osób niezamożnych i dobrze sytuowanych, będą zachodziły różne relacje. Osoby niezamożne mogą w ramach swych

skromnych możliwości ekonomicznych, spędzać czas wolny na swoją miarę atrakcyjnie. Dotyczy to głównie korzystania z mediów, kontaktów towarzyskich czy też odwiedzania popularnych centrów handlowych (nawet nie dla robienia zakupów lecz dla przeciwdziałania poczuciu wykluczenia z powodu złej sytuacji materialnej). Kluczowym zagadnieniem jest pytanie, czy w czasie wolnym robią coś tylko dla siebie (inwestują w siebie), czy też ograniczają się do czynności typowo relaksacyjnych i wypoczynkowych. Niewątpliwie mamy do czynienia z sytuacją, braku lub mocno ograniczonego uczestnictwa w ofercie wysokonakładowych⁹ sposobów spędzania czasu – usługi kulturalne, turystyczne, odnowy biologicznej itp.

Z kolei w przypadku gospodarstw o dobrej kondycji finansowej, trzeba przede wszystkim zasygnalizować, że może być ona „okupiona” permanentnym brakiem czasu wolnego, który jeżeli już jest w dyspozycji, to podlega wielkiej konkurencji o jego rozdysponowanie. Chodzi tu o swoiste rozterki, na co go przeznaczyć, czy na regenerację sił, walkę ze stresem, podtrzymywanie kontaktów z rodziną, czy też podleganie naciskom społecznym typu: co wypada robić z własnym czasem wolnym. Bo właśnie sposób spędzania czasu wolnego może być wyróżnikiem osiągniętego statusu i pozycji społecznej. W tym wypadku nie można chyba mówić o ograniczeniu ekonomicznym podejmowania decyzji związanych ze spędzaniem czasu wolnego lecz pokonywaniu bariery psychicznej i społecznej (zrobić coś dla siebie czy dla innych). Niezależnie od rozstrzygniętych w tej dziedzinie dylematów, jednostka przechodzi do ostatniej sekwencji, której wymiernym efektem jest poczucie zadowolenia i satysfakcji (lub ich braku) z posiadanego i zagospodarowanego czasu wolnego.

Obiegowe opinie wskazują na fakt, iż we współczesnym świecie wszyscy mają zbyt mało czasu wolnego, jednakże badania empiryczne¹⁰ ujawniają zróżnicowany stopień subiektywnego zadowolenia z własnego czasu wolnego. Otrzymane wyniki badań, skłaniają one do stwierdzenia, iż elita ekonomiczna (gospodarstwa domowe o miesięcznym dochodzie powyżej 5000 zł netto na osobę) żyje w poczuciu swoistego dyskomfortu, wynikającego z braku lub niewystarczających zasobów czasu wolnego (77% badanych wskazało, że ma go zbyt mało lub nie posiada go w ogóle). Jest to o 19 punktów procentowych więcej niż w przypadku deklaracji otrzymanych z wielkomiejskich gospodarstw domowych, które to go-

⁹ Co jest oczywiście kwestią umowną, w zależności od posiadanego dochodu.

¹⁰ Punktem odniesienia były przeprowadzone w Katedrze Poziomu Życia i Konsumpcji SGH badania: Model konsumpcji polskich gospodarstw domowych na początku lat 2000-nych (badanie wykonane na 400 osobowej próbie miejskich gospodarstw domowych w lipcu 2004) oraz Wzorzec konsumpcji polskich elit ekonomicznych (badanie zrealizowane na warstwowo dobranej 150 osobowej próbie w czerwcu 2004).

spodarstwa częściej wskazywały na fakt, że posiadają tyle czasu wolnego, ile im potrzeba. Kwestią wymagająca podjęcia dalszych rozważań są kierunki rozdysponowania tego czasu, rozumiane jako częstotliwość i długość trwania określonych czynności, a także skonfrontowania ich z poziomem dochodu respondentów.

Tabela 2. Subiektywna ocena zadowolenia z posiadanych zasobów czasu wolnego uzyskana w badaniach sondażowych miejskich gospodarstw domowych i elity ekonomicznej (w % uzyskanych odpowiedzi)

	Badanie elit ekonomicznych	Badanie miejskich gospodarstw domowych
Nie mam czasu wolnego	13	7
Mam niewiele czasu wolnego	64	51
Mam aż za dużo czasu wolnego	3	10
Mam tyle czasu wolnego, ile potrzebuję	20	32

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań: Model konsumpcji polskich gospodarstw domowych na początku lat 2000-nych – badanie wykonane na 400 osobowej próbie miejskich gospodarstw domowych w lipcu 2004 oraz Wzorzec konsumpcji polskich elit ekonomicznych – zrealizowane na warstwowo dobranej 150 osobowej próbie w czerwcu 2004.

4. Podsumowanie

Zaprezentowany sekwencyjny model osiągnięcia satysfakcji z czasu wolnego jako wypadkowej sytuacji materialnej jednostki, jest tylko jednym z proponowanych podejść. Oczywiście, patrząc z punktu widzenia nauk społecznych, można konstruować inne jego warianty, w zależności od takich kategorii, jak wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania, wykonywany zawód czy też prezentowany styl życia. Jednakże wydaje się, że po empirycznym zweryfikowaniu scenariuszy przejścia przez wymienione sekwencje, będzie można zaproponować narzędzie segmentacyjne dla firm koncentrujących swe działania na rynkach związanych z czasem wolnym. Jego zaletą będzie operowanie prostym kryterium weryfikacyjnym, jakim jest dochód jednostki. Przełożenie ekonomicznego aspektu funkcjonowania na inne sfery pozwoli lepiej zrozumieć uwarunkowania zachowań konsumpcyjnych nie tylko jednostek, ale i grup społecznych. Wydaje się, iż w miarę rozwoju gospodarczego i społecznego, rynki na czas wolny i dla czasu wolnego prezentują duży potencjał wzrostu, stąd też rodzi się konieczność budowania narzędzi służących rozpoznaniu, przewidywaniu i kreowaniu postępowania konsumentów.

5. Bibliografia

1. Gleick J., Szybciej. Przyspieszenie niemal wszystkiego, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2003.
2. Jung B., O czasie wolnym. Kultura i rekreacja w procesach rozwoju społeczno-ekonomicznego, SGPiS, Warszawa 1987.
3. Kozłowski T., Popnatura i masowa nuda. Czy podkultura wypełni pustkę czasu wolnego, w: Szlendak T., Pietrowicz K., red., Na pokaz. O kapitalizmie bez kapitału, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2004.
4. Lindskog H., Brege S., Time-rich and Time-poor Consumer Behavior. The Importance of Time in Market Segmentation. Materiały publikowane przez Departament of Management and Economics Institute of Technology, University of Linköping 2001.

Usługi społeczne jako źródło kreowania kapitału ludzkiego

1. Pojęcie kapitału ludzkiego i usług społecznych

Brakuje jednoznacznego, precyzyjnego określenia pojęcia kapitał ludzki. Mówi się o życiu ludzkim jako kapitale albo inaczej – o kapitale ucieleśnionym w człowieku, ew. o zasobie kapitału, jaki stanowią ludzie wraz z ich wiedzą, umiejętnościami i zdrowiem. G. Becker odnosi kapitał ludzki do zdolności, wykształcenia, zdrowia i wyszkolenia jednostek, a ponieważ wykształcenie i kwalifikacje mają długie trwanie, są kapitałem¹. R. Domański definiuje kapitał ludzki jako zasób wiedzy, umiejętności, zdrowia i energii witalnej zawarty w danym społeczeństwie. Jest to zasób, który jest źródłem przyszłej satysfakcji, zarobków czy też usług o jakiejś wartości². Według Leksykonu polityki społecznej, kapitał ludzki to wiedza, umiejętności, zdolności, wyszkolenie, doświadczenie, kompetencje oraz zdrowie, które w różnym stopniu są udziałem każdego człowieka. Zakres tego terminu można rozszerzyć na inne cechy osób, które odpowiadają za ich możliwości, kondycję oraz sprawność intelektualną i manualną³. Zakres pojęcia kapitału ludzkiego rozszerzany jest także o badania naukowe.

Cechę wyróżniającą kapitał ludzki stanowi fakt, że jest on związany z człowiekiem, jest częścią człowieka i żadna osoba nie może oddzielić od siebie posiadanego kapitału. To kapitał ludzki – ponieważ jest ucieleśniany w człowieku i stanowi kapitał, a także jest źródłem przyszłej satysfakcji lub przyszłych zarobków lub jednego i drugiego⁴. Kapitał ludzki może być gromadzony nie jak aktywa nabywane na rynku, ale poprzez inwestowanie w siebie. Człowiek towarzyszy zatem swojemu kapitałowi, czy to w działalności produkcyjnej, czy w konsumpcyjnej.

¹ G. Becker, Znaczenie kapitału ludzkiego, „Społeczeństwo” 1977, Nr 1–2, s. 51.

² R. Domański, Kapitał ludzki. Stan i perspektywy, w: Kapitał ludzki. Stan i perspektywy, Raport Nr 27 RSSG przy RM, Warszawa 1998, s. 67.

³ Leksykon polityki społecznej, red. naukowy B. Rysz-Kowalczyk, Oficyna Wyd. ASPRA-JR, Warszawa 2002, s. 64; por. także: B. Liberda, T. Tokarski, Kapitał ludzki a wzrost gospodarczy w krajach OECD, „Gospodarka Narodowa” Nr 3/2004, s. 16.

⁴ T. Schultz, Investment in Human Capital, The Free Press 1971, s. 24.

cji. Jednostka posiada zatem swoje zasoby indywidualne, stanowiące niejako jej prywatną własność⁵.

We wzbogacaniu i rozwoju kapitału ludzkiego istotną rolę odgrywają usługi społeczne. Mianem usług społecznych określa się usługi w zakresie edukacji, ochrony zdrowia, kultury oraz wypoczynku, które związane są z jednostką ludzką, a ich celem jest kształtowanie i wzbogacanie zasobów fizycznych i intelektualnych człowieka, w wyniku oddziaływania których tworzy się kapitał ludzki⁶. Działania podmiotów świadczących usługi oraz działania samych zainteresowanych powodują, że zachodzące w człowieku przeobrażenia istnieją w formie zasobów zdrowia, wiedzy, kultury. Efekt usług społecznych jest niematerialny właśnie w postaci wiedzy, kwalifikacji zawodowych, lepszego samopoczucia itp.

Podstawowe zadanie usług społecznych – to bezpośrednie zaspokajanie potrzeb ludzkich. Intensywność odczuwania potrzeb zaspokajanych poprzez korzystanie z usług społecznych uwarunkowana jest z jednej strony osiągniętym poziomem rozwoju gospodarczego, społecznego i kulturalnego, z drugiej zaś – określana właściwościami konkretnej jednostki, jej cechami osobowości, ale także wpływami środowiska, do którego dana osoba należy lub aspiruje.

Efekty oddziaływania usług społecznych mogą być i są długotrwałe. W przeciwieństwie do dóbr materialnych, które tracą swoje właściwości użytkowe w procesie konsumpcji, użyteczne dla człowieka właściwości dóbr niematerialnych – wiedzy, wykształcenia, kultury – nie tylko nie maleją, lecz przeciwnie, rozwijają się i wzbogacają.

Z punktu widzenia rozwoju kapitału ludzkiego istotne jest rozpoznanie przede wszystkim poziomu wykształcenia i kwalifikacji, aktywności kulturalnej oraz kondycji zdrowotnej.

2. Edukacja a kapitał ludzki

Zrozumienie kapitału ludzkiego, zdaniem G. Beckera, należy rozpocząć od rodziny. To właśnie rodziny zajmują się swoimi dziećmi i starają się wszelkimi sposobami kształcić je, rozwijać ich zdolności. To w rodzinie wykształca się także system wartości, zaś rodzice (opiekunowie) są pierwszymi nauczycielami dziecka. Potrzeba czasu, aby dzieci stały się jednostkami samodzielnymi i jednocześnie pro-

⁵ A. Giza-Poleszczuk, M. Marody, Kapitał ludzki i systemowy, w: A. Giza-Poleszczuk, M. Marody, A. Rychard, Strategie i system. Polacy w obliczu zmiany społecznej, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2000, s. 46.

⁶ M. Janoś-Kresło, Usługi społeczne w procesie przemian systemowych w Polsce, SGH, Warszawa 2002, s. 18.

duktywnymi, a do tego czasu rodzina stanowi podstawowy podmiot inwestujący w młode pokolenie.

Ważna rola w kontekście kształtowania kapitału ludzkiego, jeśli chodzi o świadczenia na rzecz rodzin wychowujących dzieci, przypada żłobkom i przedszkolom. Przedszkola, także inne placówki opiekuńczo-wychowawcze, odgrywają istotną rolę w rozwoju intelektualnym i fizycznym dzieci. Ich działalność jest bowiem wspierana specjalistyczną wiedzą z zakresu pedagogiki, psychologii wieku rozwojowego i teorii wychowania. Wczesna edukacja zwiększa szanse na pokonywanie kolejnych szczebli edukacyjnych, a także może sprzyjać wyrównywaniu szans młodzieży, których źródłem są niekorzystne warunki materialne i kulturowe.

W coraz większym zakresie doceniana jest działalność tych placówek w zakresie monitorowania zdrowia, żywienia i ogólnie – sytuacji rodzinnej dziecka. Formy i programy kształcenia przedszkolnego są coraz popularniejsze, co świadczy o zrozumieniu znaczenia edukacji przedszkolnej dla przyszłego rozwoju. Jednak w porównaniu z większością krajów europejskich upowszechnienie przedszkoli w grupie dzieci najczęściej z nich korzystających, tj. w wieku 3–5 lat należy do najniższych wskaźników w Europie. W Polsce w roku szkolnym 2001/2002 do przedszkoli uczęszczało zaledwie 32% dzieci w wieku 3–5 lat, mieszkających: w miastach 51%, na wsi – 11%⁷. Obowiązkowa edukacja podstawowa w naszym kraju rozpoczyna się w wieku 7 lat, podczas gdy w krajach Unii Europejskiej jest to najczęściej 6 lat, a nawet 5 lat.

Edukacja rozumiana jako wychowanie, wykształcenie, nauka czy też proces zdobywania wiedzy, umiejętności, kształcenia odgrywa istotną rolę we wzbogacaniu i tworzeniu kapitału ludzkiego. Ponieważ uczenie się jest akceptowane jako nieustająca aktywność przez całe życie, a edukacja otwiera i poszerza horyzonty myślenia, promuje tolerancję, szacunek i zrozumienie dla innych ludzi, pozwala na rozwój kreatywności, uwarunkowania edukacyjne rozwoju kapitału ludzkiego uznawane są za najważniejsze i im poświęca się najwięcej uwagi.

Dzisiaj, w dobie społeczeństwa informacyjnego, wykształcenie oznacza nie tylko posiadanie określonego zasobu wiedzy, umiejętności obsługiwanie urządzeń związanych z gromadzeniem, przetwarzaniem i wytwarzaniem informacji czy znajomości języków obcych, ale przede wszystkim umiejętność zdobywania wiedzy, która jest niezbędna dla funkcjonowania w zmieniającym się otoczeniu. Prędkość poruszania się we współczesnym świecie jest tak duża, że rozglądanie

⁷ Zob. W trosce o pracę. Raport o rozwoju społecznym Polska 2004, CASE, UNDP, Warszawa 2004, s. 35 i dalsze.

się na boki staje się ryzykowne – grozi wypadnięciem z drogi, a co gorsza, musimy „pedałować” coraz szybciej, by nie stracić równowagi⁸.

Kapitał edukacyjny kształtowany jest przez cały system szkolnictwa, począwszy od podstawowego do wyższego oraz przez różne formy kształcenia ustawicznego. Zmiany, jakie zachodzą w szkolnictwie od początku lat 90., dotyczą wszystkich jego poziomów; mają one charakter zarówno ilościowy, jak i jakościowy.

Liczba szkół podstawowych ulega w tym czasie systematycznemu zmniejszeniu, na co ma wpływ m.in. sytuacja demograficzna. Reforma ustroju szkolnego wdrażana od roku szkolnego 1999/2000 skróciła czas nauki w szkole podstawowej i wprowadziła od tegoż roku gimnazja (odpowiadające w międzynarodowej standardowej klasyfikacji edukacji poziomowi ISCED2 – *International Standard Classification of Education*), a od roku szkolnego 2002/2003 nowe typy szkół ponadgimnazjalnych (odpowiadające ISCED3). Upowszechniło się kształcenie na poziomie średnim, przede wszystkim ogólnokształcącym. Coraz mniej młodzieży wybiera zasadnicze szkoły zawodowe, w roku szkolnym 2002/2003 już tylko około 15% absolwentów gimnazjów podjęło naukę w takich szkołach. Zmiany te spowodowane są zarówno sytuacją demograficzną, jak i generalnie wzrostem zainteresowania kształceniem w szkołach średnich ogólnokształcących i zawodowych, których ukończenie umożliwia dalszą naukę. Zwiększone zainteresowanie kontynuacją nauki na poziomie wyższym odzwierciedlają wskaźniki dotyczące liczby szkół wyższych i liczby studentów, które systematycznie wzrastają. W roku szkolnym 2003/2004 było 400 szkół wyższych, z tego 260 to szkoły prywatne, a liczba studentów na 10 tys. ludności w 2003 roku wzrosła do 484,6 (1990 roku – 104,6)⁹.

Polska posiada jeden z niższych, w porównaniu ze wszystkimi krajami Unii Europejskiej, wskaźnik młodzieży w wieku 18–24 lata, która nie podejmuje dalszego kształcenia (tzw. *early school leavers* w 2003 roku: Polska – 6,3%, UE 15 – 18,0%, UE 25 – 15,9%, NPC (nowe państwa) 10 – 7,5%)¹⁰. Polska jest także w ścisłej czołówce wśród krajów OECD pod względem kończenia studiów wyższych przez absolwentów szkół średnich ostatnich roczników: w Polsce studia kończy co czwarta osoba na dziesięć, przy średniej dla krajów OECD wynoszącej 32%¹¹.

Jakościowe aspekty przemian w edukacji dotyczą natomiast większej swobody w kształtowaniu treści programowych, odchodzeniu od encyklopedycznego

⁸ J. Lubacz, Kilka uwag – „informacji” – wprowadzających, w: W drodze do społeczeństwa informacyjnego, Warszawa 1999, s. 6.

⁹ Rocznik statystyczny RP 2004, GUS, Warszawa 2004, s. 58–59.

¹⁰ Indicators for Monitoring the Employment Guidelines, 2004/2005 Compendium, za: Krajowy Plan Działania na rzecz Integracji Społecznej na lata 2004–2006, Ministerstwo Polityki Społecznej, Warszawa 2004, s. 67. Dla UE dane wstępne.

¹¹ A. P., Uwaga na grupę ryzyka, „Rzeczpospolita” z 15.09.2004.

nauczania na rzecz rozwijania umiejętności i kształtowania osobowości, promowania rozwoju uczniów i przygotowania ich do samodzielnego rozwiązywania problemów czy też uruchamiania różnego rodzaju zajęć dodatkowych, często jednak odpłatnych. Także oferowany przez wyższe uczelnie produkt – oferta dydaktyczna stała się bardziej zróżnicowana co do jakości, cen, miejsca i trybu nauczania. Kilkustopniowa możliwość kształcenia – studia na poziomie licencjackim, inżynierskim, magisterskim to także lepsze dostosowanie do rynku pracy, do zmieniającej się na nim koniunktury.

Zmienia się poziom wykształcenia ludności, które traktowane jest jako formalny wyraz kwalifikacji. Zwiększył się odsetek młodzieży, która kontynuuje naukę w szkołach ponadpodstawowych; następuje zmiana profilu kształcenia. Coraz więcej młodzieży wybiera ścieżkę kształcenia umożliwiającą jej później kształcenie na poziomie wyższym. W 2002 roku wyższym wykształceniem legitymowało się 10,2% Polaków powyżej 15 roku życia (w 1988 roku – 6,5%)¹².

Rosną aspiracje edukacyjne społeczeństwa, co wynika z szybko zmieniającej się sytuacji na rynku pracy, jak i coraz powszechniejszego przekonania, że wykształcenie pozostaje najważniejszym czynnikiem determinującym awans społeczny i zawodowy. Nadal jednak Polacy uważają, że jak na potrzeby obecnej rzeczywistości, są nieodpowiednio wykształceni, osiągnęli zbyt niski szczebel wykształcenia.

Poziom wykształcenia społeczeństwa polskiego systematycznie podnosi się, ale i tak jest on niższy niż w innych krajach. W 2002 roku odsetek osób w wieku 25–64 lata ze średnim wykształceniem wynosił w Polsce 68,3%, w krajach UE 15 – 42,9%, NPC (nowe państwa) 10 – 66,3%, UE 25 – 46,7%, a z wyższym w Polsce – 12,5%, w UE 15 – 21,8%, NPC 10 – 14,8%, UE 25 – 20,6%¹³.

Poprawa poziomu wykształcenia ludności, czyli proces akumulacji kapitału ludzkiego, stale rośnie. Jest to, oczywiście, korzystne. Procesowi temu towarzyszą jednak zjawiska niepokojące, takie jak:

- wzrost dysproporcji w wykształceniu kobiet i mężczyzn, na niekorzyść mężczyzn;
- luka edukacyjna ludności wiejskiej, której nie zlikwiduje obecna reforma szkolnictwa, ale która według prognoz pogłębi się w przeciągu najbliższych 10 lat, co powoduje, iż sytuacja młodzieży wiejskiej na rynku pracy będzie bardzo trudna;
- zróżnicowanie nauczania w szkołach miejskich;

¹² Rocznik statystyczny RP 2004, *op. cit.*, s. 196.

¹³ Third Report on Economic and Social Cohesion, Brussels 2004, s. 188–201.

- wysokie, chroniczne bezrobocie i zubożenie dużej części społeczeństwa, co dzieciom i młodzieży pochodzącym z takich rodzin uniemożliwia już na starcie – z powodu niskich dochodów – dostęp do systemu edukacyjnego zapewniającego odpowiednią jakość kształcenia.

Niestety, w badaniu poziomu umiejętności Polacy nie wypadają najlepiej. Międzynarodowe badania dotyczące alfabetyzmu funkcjonalnego, czyli zdolności rozumienia i wykorzystania informacji w życiu codziennym wykazały, że Polacy mają bardzo ograniczone umiejętności radzenia sobie z dynamicznie zmieniającym się otoczeniem informacyjnym, a poziom wykształcenia jest czynnikiem najsilniej warunkującym te umiejętności. Także polska młodzież w międzynarodowym teście OECD/PISA sprawdzającym rozumienie tekstu, myślenie matematyczne oraz myślenie naukowe, w którym w 2000 roku brało udział ponad 40 krajów świata, wypadła gorzej niż ich rówieśnicy z innych krajów. Analiza danych zawartych w kwestionariuszach szkół i uczniów wykazała, że główne źródła różnicowania leżą poza szkołą – w środowisku domowym uczniów, ich pochodzeniu społecznym, wykształceniu rodziców, wyposażeniu i dostępie do dóbr kultury.

Dokonujące się przemiany w charakterze gospodarek, i co za tym idzie, transformacja społeczeństwa powodują, że dla coraz większej części społeczeństwa uczenie się będzie procesem trwającym przez całe życie. Wśród czynników zwiększających popyt na edukację wymienić należy:

- rosnącą świadomość wartości wykształcenia,
- zmiany w strukturze popytu na pracę w kierunku pracowników o wyższym poziomie wykształcenia,
- coraz większą konkurencję na rynku pracy związaną z dominującym pracooszczędnym modelem rozwoju,
- dokonującą się zmianę modelu zatrudnienia w kierunku rosnącego udziału jego niestandardowych form,
- wydłużenie średniej długości trwania życia,
- skrócenie czasu życia firm¹⁴.

Polacy w znacznie mniejszym stopniu zaangażowani są w proces podnoszenia wykształcenia. W roku szkolnym 2001/2002 prawie 1,5 miliona dorosłych (8–10% pracujących w gospodarce, w UE15 – to 20%) brało udział w zajęciach na różnych poziomach szkolnictwa od szkoły podstawowej do studiów podyplomowych i doktoranckich. W 2003 roku osoby w wieku 25–64 lat stanowiły 5% wszystkich uczących się i doksztalających (w krajach UE 8,5%)¹⁵. Poważne dys-

¹⁴ M. Sulmicka, Rynek edukacji w dobie społeczeństwa informacyjnego i globalizacji, w: *Kształcenie ustawiczne w warunkach globalizacji i rozwoju społeczeństwa informacyjnego*, praca pod red. A. Zbierchowskiej, Instytut Wiedzy, Warszawa 2002, s. 86–88.

¹⁵ J. Wojteczek, Europejskie „naj” – raport Eurostatu, wiadomosci.wp.pl., 1.10.2004.

proporcje można zauważyć w odniesieniu do liczby godzin poświęcanych na szkolenie w formach zorganizowanych – w Polsce około 2 godziny rocznie, w krajach UE – to 50–70 godzin rocznie¹⁶.

Z badań własnych¹⁷ wynika, że prawie 18% dorosłych mieszkańców miast uzupełnia wykształcenie bądź podnosi poziom swoich kwalifikacji, korzystając z różnych form edukacji i na różnych poziomach. Najwięcej osób uczęszcza na kursy języka obcego oraz doskonalili swoje umiejętności zawodowe na kursach i szkoleniach. Ponad połowa dorosłych respondentów (58,3%) nie ma jednak potrzeby korzystania z usług edukacyjnych, co należy uznać za dość niepokojący sygnał. Doskonaleniem wiedzy i podnoszeniem kwalifikacji, w najwyższym stopniu nie są zainteresowane osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym (67%) i średnim (53,4%). Prawidłowością jest, że im wyższe wykształcenie tym większe zainteresowanie podwyższaniem kwalifikacji. Proces dokształcania ma zatem charakter selektywny – w podnoszeniu kwalifikacji uczestniczą osoby, które i tak mają relatywnie wysokie kwalifikacje.

Edukacja ma istotny wpływ na kształtowanie i rozwój kapitału ludzkiego. Zmieniające się warunki społeczno-ekonomiczne powodują, że edukacja w coraz większym stopniu odgrywa decydującą rolę w osiąganiu sukcesu zarówno jednostek, jak i społeczeństw.

Niezbędnym staje się unowocześnienie systemu kształcenia młodzieży, dostosowanie do potrzeb przyszłości i skomputeryzowanego społeczeństwa. Powinno to być związane z przejściem do intensywnego inwestowania w edukację, zwiększaniem nakładów na edukację, tak aby w 2010 roku osiągnąć 6,5% PKB, a w 2020 roku 7–7,5% w porównaniu z obecnym poziomem 5,6%, co umożliwi osiągnięcie standardów edukacyjnych UE w latach 2010–2012¹⁸.

3. Uczestnictwo w kulturze a kapitał ludzki

W rozważaniach na temat kapitału ludzkiego relatywnie mniej uwagi poświęca się uczestnictwu w kulturze. Tymczasem kultura i przyporządkowany jej określony system wartości przenika wszystkie obszary życia społecznego, warunkuje rozwój społeczny i gospodarczy, kształtuje postawy obywateli i formy instytucjo-

¹⁶ Krajowy Plan Działania..., *op. cit.*, s. 13.

¹⁷ M. Bombol, A. Dąbrowska, M. Janoś-Kresło, B. Mróz, Model konsumpcji polskich gospodarstw domowych na początku lat 2000-ych. Do badania przeprowadzonego w lipcu 2004 r. wytypowano 400 gospodarstw domowych z: Warszawy, Białegostoku, Łodzi, Katowic i Wrocławia. Badanie zostało zrealizowane w ramach badania statutowego Katedry Poziomu Życia i Konsumpcji SGH.

¹⁸ Strategia rozwoju Polski do roku 2020. Synteza, Komitet prognoz „Polska 2000 Plus” przy Prezydium PAN, Warszawa 2001, s. 34.

nalne państwa. W dużej więc mierze od niego oraz od poziomu kulturalnego społeczeństwa zależy stopień jego przygotowania do rozwiązywania bieżących problemów współczesnego świata.

Potrzeby kulturalne, w najbardziej ogólnym sensie, są stałym elementem życia każdej ludzkiej zbiorowości. Nie są to potrzeby określone przez czysto fizjologiczne wymagania organizmu, muszą być rozbudzane, rozwijają się i kształtują pod wpływem świadomej działalności. Aktywność kulturalną w sposób najbardziej jednoznaczny determinuje wykształcenie. Uznaje się powszechnie, że zasadniczym progiem aktywnego uczestnictwa w kulturze jest ukończenie szkoły średniej.

Wpływ wykształcenia na uczestnictwo w kulturze nie budzi żadnych zastrzeżeń. Socjologowie zwracają jednak w tym kontekście uwagę na uwarunkowania samego wykształcenia, w tym na pochodzenie, które wyznacza poziom i sposób zaspokajania aspiracji kulturowych, które pośrednio wpływają na intensywność i jakość uczestnictwa w kulturze.

Na uczestnictwo w kulturze składają się różne formy aktywności społecznej, zorientowane na recepcję oraz interpretację dzieł artystycznych. Kontakt z wytworami kultury jest uczestnictwem w kulturze, gdy odbywa się w sposób rozumiejący, wymaga on zrozumienia sensu dzieła, jego przesłania, czy manifestowanych wartości. Zachowania te mają istotne znaczenie zarówno dla właściwego funkcjonowania każdej społeczności, jak i dla normalnego funkcjonowania każdej jednostki.

Uczestnictwo w kulturze ma charakter podmiotowy. Wynika ono z określonych wyborów i upodobań. Te z kolei warunkowane są zarówno sytuacją kultury w określonym środowisku, jak skutecznością oddziaływania edukacji, która owe upodobania powinna rozwijać, kształtować i pogłębiać.

Dostęp do kultury i szanse uczestniczenia w niej w przeważającym stopniu uwarunkowane są miejscem zamieszkania, sytuacją finansową, poziomem wykształcenia czy rodzajem wykonywanej pracy.

O możliwości korzystania z placówek i instytucji kulturalnych decyduje przede wszystkim ich liczba oraz rozmieszczenie. Powszechnym procesem jest pogarszający się stan infrastruktury kulturalnej, zmniejsza się liczba placówek oraz odbiorców. Szczególnie dotkliwym, ale i niepokojącym zjawiskiem jest likwidacja bibliotek i punktów bibliotecznych, zwłaszcza na obszarach wiejskich, które w ostatnim czasie często są animatorami innych form działalności kulturalnej (organizują koncerty, wystawy czytelnicze i plastyczne, spotkania z autorami, wyświetlają filmy itp.). W latach 1990–2003 ubyło 35% bibliotek, w tym 16% na wsi. Odnotowano 10% spadek liczby domów i ośrodków kultury, klubów i świetlic, na wsi – 11%. Ponad dwukrotnie, od 1990 roku, zmniejszyła się liczba kin, w tym przede wszystkim na wsi, w 2003 roku na 589 kina w Polsce, 29 było na

wsi. Kino obecnie, to kino działające w miastach, a od końca lat 90. dynamicznie rozwija się kino nowoczesne (minipleksy i multipleksy), z których co trzecie znajduje się w województwie mazowieckim. Lepiej wygląda sytuacja, jeśli chodzi o teatry oraz muzea i galerie, w odniesieniu do których możemy mówić o ilościowym rozwoju tych placówek, jak i działalności wystawienniczej, ale nie przekłada się to na liczbę zwiedzających. W latach 1990–2002 wydatki publiczne na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego wynosiły 0,4% PKB, w tym 79,4% stanowił udział wydatków z budżetów samorządu terytorialnego¹⁹.

Przestrzenne rozmieszczenie instytucji kulturalnych jest nierównomierne, a najwyżej i najbardziej rozwinięte, nieporównywalne z pozostałymi jest województwo mazowieckie. Relatywnie wysoko rozwinięte i też nieporównywalne z innymi jest województwo dolnośląskie, zdecydowanym „outsiderem” jest natomiast województwo świętokrzyskie. Najwyższy, maksymalny syntetyczny wskaźnik dostępności kultury dla województwa mazowieckiego wyniósł 0,582, dla świętokrzyskiego – 0,084 (najwyższa możliwa wartość wskaźnika to 1)²⁰.

Nadal utrzymują się istotne różnice tak w dostępie do instytucji kultury, jak i w stopniu korzystania z nich w poszczególnych województwach. Za przykład może posłużyć województwo pomorskie, w którym 79% mieszkańców wsi nie miała dostępu do infrastruktury kulturalnej, w miastach średniej wielkości – 51%, a w dużych miastach – 28%²¹.

Obraz uczestnictwa w kulturze jest zróżnicowany. Wskaźniki mierzące jego zakres zmieniały się wyraźnie do drugiej połowy lat 90., w późniejszych latach były już bardziej stabilne. W 2003 roku, jak wynika z badań CBOS, przynajmniej raz było w kinie 29% dorosłych Polaków, przynajmniej raz w teatrze – 12%, 57% zadeklarowało, że przeczytało dla przyjemności przynajmniej jedną książkę²².

Wyniki badań własnych również wskazują na zróżnicowany poziom aktywności kulturalnej, przy czym trzeba pamiętać, że objęły one tylko mieszkańców dużych miast. Największą popularnością cieszyło się wśród badanych kino, używało najwięcej wskazań (61%). Inną popularną formą uczestnictwa okazało się kupowanie książek oraz płyt i kaset. Mniejszym zainteresowaniem cieszył się teatr, koncerty i dyskoteki oraz widowiska sportowe. W pozostałych formach kultury – galerie, muzea – uczestniczyło mniej niż 10% gospodarstw domowych, a operę i operetkę odwiedziło mniej niż 5% badanych.

¹⁹ Kultura 2003, GUS, Warszawa 2004, s. 35.

²⁰ Narodowa Strategia Kultury, *op. cit.*, s. 60, 62.

²¹ T. Słaby, Kultura i jej otoczenie rynkowe, „Wiadomości statystyczne”, Nr 11/2002, s. 63.

²² Uczestnictwo w kulturze i niektóre inne formy spędzania czasu wolnego w 2003 roku – Komunikat CBOS, Warszawa, luty 2004. Badanie zostało przeprowadzone w dniach 9–12 stycznia 2004 r. na liczącej 1057 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

Duża aktywność kulturalna cechuje osoby, którzy oceniają sytuację dochodową swojego gospodarstwa domowego jako bardzo dobrą. Im lepiej oceniana sytuacja dochodowa, tym wyższa aktywność kulturalna.

Trzeba mieć jednak świadomość, że zmienia się zakres korzystania z usług kultury. O ile w poprzednim okresie polegało ono przede wszystkim na uczęszczaniu do instytucji i placówek kultury, to obecnie polega głównie na nabywaniu i wykorzystywaniu dóbr kultury oraz nośników treści i wartości kulturalnych, a szczególna rola przypada telewizji.

Do innych uwarunkowań, które mają wpływ na zmianę charakteru uczestnictwa w kulturze, należą czynniki cywilizacyjne – megatrendy; gospodarka rynkowa, rozwój pluralizmu i demokracji oraz rozwój mediów, w tym rozwój globalnych technik przenoszenia informacji, dźwięku i obrazu, które łącznie wpływają na zmiany w funkcjonowaniu kultury.

4. Kondycja zdrowotna a kapitał ludzki

Zdrowie stanowi podstawową wartość indywidualną człowieka, zapewniającą jego istnienie, rozwój i działania, jak również podstawową wartość społeczną, od której zależy społeczny, kulturalny i gospodarczy rozwój społeczeństwa. Niemniej jest to pojęcie względne, charakteryzujące stopień z jakim poszczególne jednostka, w warunkach określonych przez czynniki genetyczne oraz jej środowisko fizyczne i kulturowe może skutecznie działać.

Zapotrzebowanie na usługi ochrony zdrowia jest wynikiem nie tylko stanu zdrowia ludności, w tym zmian w zachorowalności, ale przede wszystkim przeobrażeń społeczno-kulturowych. Zasadniczą rolę odgrywają przeobrażenia demograficzne, głównie proces starzenia się ludności. Ponadto o wzroście potrzeb w zakresie ochrony zdrowia decydują przemiany świadomości społecznej oraz postęp wiedzy medycznej.

Korzystanie z usług ochrony zdrowia jest silnie warunkowane stanem zdrowia osób korzystających z tych usług, zarówno w sensie obiektywnym, jak i subiektywnym, w tym losowym charakterem zachorowalności, infrastrukturą, od której zależy fizyczna dostępność usług oraz możliwościami finansowymi gospodarstw domowych.

Stan zdrowia ludności znajduje swój formalny wyraz w statystyce zachorowań i czasie niezdolności do pracy, a także w zwiększonej śmiertelności osób w wieku produkcyjnym, co powoduje przedwczesne wyłączenie kapitału ludzkiego.

Wśród uwarunkowań stanu zdrowia społeczeństwa wymienia się najczęściej czynniki środowiskowe, zachowania jednostkowe oraz służbę zdrowia. Wpływ

tych czynników jest zróżnicowany, ale największe znaczenie przypisuje się zachowaniom rozumianym jako styl życia – 51% (np. zwyczaje żywieniowe, palenie i picie, skłonność do ryzyka), mniejsze uwarunkowaniom środowiskowym – 21% (czynniki podtrzymujące życie – żywność, woda, powietrze, biologiczne, psychospołeczne, chemiczne) i genetycznym – 20% (np. wyposażenie genetyczne, wrodzone predyspozycje). Mimo, iż wpływ dostępności i poziom opieki zdrowotnej (jej organizacja, jakość) na stan zdrowia ludności szacowany jest na około 10%, to wydaje się, że w praktyce – przynajmniej w odniesieniu do społeczeństwa polskiego – jest on znacznie większy. Należy bowiem uwzględnić zarówno stan zdrowia ludności, działania związane z profilaktyką czy z procesem leczenia, jak i działania promujące zdrowie.

Od początku lat 90. nastąpiły istotne zmiany w bazie materialnej, co znalazło odzwierciedlenie w danych charakteryzujących dostęp do infrastruktury opieki zdrowotnej. Zmiany te spowodowane były zmianami organizacyjnymi (łączenie zakładów), wycofywaniem z użytkowania obiektów zdekapitalizowanych, ale w największym stopniu konsekwencją reformy ochrony zdrowia wprowadzonej od 1999 roku. Po 2000 roku przybywa zakładów opieki zdrowotnej (przychodni, ośrodków zdrowia, samodzielnych poradni), głównie niepublicznych. W 2003 roku było 11 978 (w 2000 roku – 8 188) takich zakładów, w tym 8 403 niepubliczne. Obok publicznych i niepublicznych zakładów opieki zdrowotnej funkcjonują w niepublicznym sektorze służby zdrowia praktyki lekarskie, będące nową formą organizacyjną ambulatoryjnej opieki zdrowotnej. Realizują one świadczenia zdrowotne w ramach środków publicznych, jeśli podpiszą stosowny kontrakt oraz środków niepublicznych. W końcu 2003 roku działało 7 847 praktyk lekarskich, które podpisały kontrakty z Narodowym Funduszem Zdrowia.

Wzrosła liczba szpitali. W końcu grudnia 2003 roku funkcjonowało 732 szpitale ogólnych (o 65 więcej niż w 1990 roku, o 7 mniej niż 2002 roku), w tym 660 publicznych (spadek o 36 w stosunku do roku 1995 roku, spadek o 18 w porównaniu z 2002 rokiem) i 72 szpitale prywatne (w 1995 roku – 9), których liczba systematycznie wzrasta. Liczba łóżek w szpitalach ogólnych w przeliczeniu na 10 tys. ludności zmniejszyła się z 57,2 w 1990 roku do 48,7 w 2003 roku²³. Ubywa łóżek w szpitalach publicznych, przybywa w prywatnych, ale mimo iż następuje ich dynamiczny wzrost, to stanowiły one w 2003 roku tylko 2,8% liczby łóżek w szpitalach publicznych.

Wskaźniki dotyczące liczby kadry medycznej odpowiadają przeciętnym wskaźnikom w krajach Europy Zachodniej, ale rozmieszczenie tej kadry jest znacznie zróżnicowane w przekroju wojewódzkim.

²³ Rocznik statystyczny RP 2004, s. 379.

Ograniczenie bazy materialnej w służbie zdrowia – to wynik różnych procesów zachodzących w tej sferze, jak łączenie zakładów, wycofywanie się z użytkowania obiektów zużytych technicznie, prywatyzacja, a także zmian systemowych w ochronie zdrowia wymuszającymi potrzebę efektywniejszego wykorzystania posiadanych zasobów²⁴. Ponadto publiczna służba zdrowia odczuwa stale niedobór środków finansowych. Podstawowym wyróżnikiem aktualnej sytuacji ekonomicznej samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej jest bardzo wysoki i dynamicznie narastający poziom zadłużenia. Według stanu na koniec czerwca 2004 roku zobowiązania, dla których upłynął termin płatności (wymagalne) wynosiły 5,5 mld zł i uległy podwojeniu od 2001 roku²⁵.

Jakość usług medycznych w Polsce nie została najlepiej oceniona przez brytyjskich naukowców, którzy sprawdzali skuteczność służby zdrowia w krajach UE. Naukowcy ci analizowali dane z lat 1999–2002, zgromadzone przez WTO, koncentrując się na przypadkach zgonów, których można było uniknąć, dysponując bardziej efektywną służbą zdrowia oraz wdrażając programy prozdrowotne (tzw. avoidable mortality). Kraje Europy Środkowo-Wschodniej, które przystąpiły do UE, w tym Polska, ustępują bogatemu zachodowi na skutek niedostatecznego finansowania i złej organizacji systemu ochrony zdrowia²⁶.

Na utrzymanie dobrej kondycji zdrowotnej ma wpływ korzystanie z różnego rodzaju usług w zakresie rekreacji i wypoczynku. Ma to swoje pozytywne konsekwencje przyczyniając się nie tylko do utrzymania człowieka w dobrym zdrowiu i kondycji, ale także wzbogacając jego wiedzę poprzez poznawanie świata i ludzi. Działalność ta, wraz z innymi działaniami powiększającymi kondycję fizyczną i psychiczną człowieka, stanowi ten rodzaj inwestycji w kapitał ludzki, który wpływa (może wpływać) na energię, wytrzymałość i długość życia ludzkiego²⁷.

Niemniej w czasie wolnym najczęściej oglądamy telewizję (74,3%), słuchamy radia i nagrań (59,1%), nieco rzadziej czytamy gazety i czasopisma. Relatywnie często odwiedzamy rodzinę, znajomych przyjaciół bądź przyjmujemy ich u siebie (39,9%), chodzimy na spacer, odpoczywamy na świeżym powietrzu (50,4%). Bardzo rzadko (prawie nigdy lub nigdy) natomiast uprawiamy sport (58%), chodzimy do muzeów (85,5%), kin (70,8%), teatrów, na koncerty (83,7%)²⁸.

²⁴ Sfera społeczna w okresie transformacji. Zjawiska i tendencje, Rządowe Centrum Studiów Strategicznych, Warszawa, kwiecień 2002.

²⁵ Zadłużenie samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej. Informacja dla Sejmowej Komisji Zdrowia, Ministerstwo Zdrowia, Warszawa, listopad 2004, s. 3.

²⁶ Unia zdrowych i chorych, „Rzeczpospolita” Nr 282 z dnia 2.12.2004. Raport został opublikowany przez Institut des Sciences de la Saute, a przygotowali go eksperci z London School of Hygiene and Tropical Medicine oraz London School of Economics of Health and Social Care.

²⁷ R. Domański, Kapitał ludzki, *op. cit.*, s. 24–26.

²⁸ Zróżnicowanie warunków życia ludności w Polsce w 2001 r., GUS, Warszawa 2002, s. 98–107.

Także z badań przeprowadzonych przez CBOS wynika, że Polacy preferują bierny wypoczynek. Mimo iż zdrowie należy do najwyższej cenionych wartości, i mimo iż Polacy doceniają wartość wysiłku fizycznego i ruchu na świeżym powietrzu, większość – 59% odpoczywa w sposób bierny i w ogóle nie uprawia sportu ani żadnych ćwiczeń służących sprawności ruchowej. Najpopularniejszą formą aktywnego wypoczynku jest jazda na rowerze – 41% i popularność tej formy spędzania czasu wolnego w ostatnich latach wyraźnie wzrosła (o 26 punktów procentowych w stosunku do 1997 roku). Popularne jest także uprawianie ćwiczeń gimnastycznych, sprawnościowych i rehabilitacyjnych – 19% (spadek o 11 punktów procentowych), pływanie – 16% (wzrost o 6 punktów procentowych), gra w piłkę nożną – 15%²⁹.

Niska skłonność Polaków do powszechnego uprawiania sportu tłumaczona jest słabym rozpropagowaniem idei zdrowego trybu życia w szkołach o różnych poziomach nauczania, jak i niedocenianiem go jako czynnika kształtującego kondycję fizyczną i psychiczną społeczeństwa. Trzeba jednak pamiętać, że potrzebna jest odpowiednia infrastruktura, a w tej dziedzinie nadal możemy mówić o niedorozwoju.

5. Ograniczenia w korzystaniu z usług społecznych

Zachowania gospodarstw domowych, jeśli chodzi o korzystanie z usług społecznych silnie determinuje sytuacja materialna. Dla wielu gospodarstw domowych brak pieniędzy stanowił istotną przeszkodę ograniczającą zaspokajanie potrzeb związanych z edukacją. Koszty kształcenia dzieci w znacznym stopniu obciążają budżety gospodarstw domowych, dla ponad 1/3 gospodarstw domowych stanowią one poważne obciążenie finansowe.

W roku szkolnym 2002/2003 19% gospodarstw domowych z dziećmi uczącymi się nie wyżej niż w szkole średniej zrezygnowało lub ograniczyło wysyłanie dzieci na dodatkowe zajęcia, w ok. 12% gospodarstw zabrakło pieniędzy na zakup niezbędnych podręczników, a ok. 6% gospodarstw zrezygnowało z korzystania przez dziecko w szkole z obiadów lub innych posiłków. Wśród gospodarstw domowych, w których najsilniej nastąpił wzrost różnego rodzaju ograniczeń finansowych związanych z kształceniem dzieci były gospodarstwa pracujących na własny rachunek, postrzegane zazwyczaj jako będące w dobrej sytuacji dochodowej³⁰.

Wyniki badania własnego potwierdziły, iż przy postępującej komercjalizacji usług edukacyjnych, korzystanie z tych usług w coraz większym stopniu zależy

²⁹ Komunikat CBOS: O aktywności fizycznej Polaków, Warszawa, styczeń 2003.

³⁰ *Ibidem*, s. 14.

od możliwości finansowych gospodarstwa domowego. Największy odsetek osób korzystających z kursów języka obcego, kursów/szkoleń zawodowych, nauki w szkołach średnich i wyższych – to osoby, które sytuację dochodową gospodarstwa domowego oceniają przede wszystkim jako dobrą. Osoby, których nie stać na naukę, wywodzą się z gospodarstw pracowników na stanowiskach robotniczych oraz gospodarstw o ograniczonych możliwościach finansowych.

Uczestnictwo w kulturze także w dużej mierze zależy od sytuacji dochodowej, w jakiej znajdują się gospodarstwa domowe. Korzystanie dzisiaj z placówek kultury kosztuje, i to coraz więcej, co przy trudnościach finansowych wielu gospodarstw domowych skutkuje ograniczaniem uczestnictwa w kulturze. Wyraźnie zaznacza się zależność pomiędzy zakresem uczestnictwa w kulturze, a warunkami materialnymi gospodarstw domowych³¹.

W 2003 roku, jak wynika z badania „Diagnoza społeczna 2003” ponad jedna trzecia badanych musiała z powodów finansowych zrezygnować z wyjścia do kina, teatru, opery, operetki, filharmonii i na koncert lub zwiedzenia muzeum czy wystawy. Najwięcej rezygnacji (ponad 40%) dotyczyło teatru, opery, operetki. Fakt rezygnacji ze względów finansowych z różnych form uczestnictwa w kulturze zgłaszały także gospodarstwa domowe zamieszkujące największe miasta, miał miejsce wzrost liczby gospodarstw w tych miastach zmuszonych do rezygnacji z wybranych form uczestnictwa w kulturze właśnie ze względów finansowych³². W pierwszej połowie 2003 roku skala rezygnacji w miastach z wyjścia do kina w ostatnich trzech miesiącach wynosiła ok. 38%, i taki sam odsetek zrezygnował z wyjścia do teatru czy na koncert. Rezygnacja ze względów finansowych dotyczyła także zakupu książek. Brak pieniędzy, jak wynika z badań GUS, był powodem, dla którego w 2003 roku w ciągu trzech miesięcy 42% gospodarstw domowych nie kupiło ani jednej książki dla dorosłych, a około 34% dla dzieci³³.

Problem uczestnictwa w kulturze jest jednak bardziej złożony. Na malejące uczestnictwo w kulturze wpływ mają nie tylko braki finansowe, ale również brak czasu czy brak zainteresowań kulturą, połączone z brakiem uznania dla tego rodzaju zainteresowań ze strony innych ludzi.

Trudności finansowe to także powód zmuszający znaczną część gospodarstw domowych do rezygnacji z usług opieki medycznej. W 2003 roku, podobnie jak w latach poprzednich, 1/3 gospodarstw domowych musiała zrezygnować z wizyt

³¹ Szerzej zob. W. Łagodziński, Szanse i zagrożenia uczestnictwa w kulturze w latach 1990–2003 w świetle wyników badań Głównego Urzędu Statystycznego, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2004.

³² *Diagnoza Społeczna 2003*, pod red. J. Czapińskiego, T. Panka, Wyższa Szkoła Psychologii i Zarządzania w Warszawie, Warszawa 2004, s. 82–83.

³³ Sytuacja bytowa gospodarstw domowych w 2003 roku (w świetle wyników ankietowego badania warunków życia ludności), Wydział Warunków Życia Ludności GUS, s. 19, www.stat.gov.pl.

u stomatologa mimo wystąpienia takiej potrzeby, około 1/5 rodzin zrezygnowała z wizyt u lekarza, ponad 1/5 z badań specjalistycznych lub zabiegów rehabilitacyjnych. Z powodu trudności finansowych, ograniczeń w zakupie leków i korzystaniu z usług medycznych najczęściej musiały dokonać gospodarstwa osób utrzymujących się ze źródeł niezarobkowych, a więc najbiedniejszych oraz emerytów i rencistów, które ze względu na wiek i stan zdrowia relatywnie najczęściej korzystają z tych usług.

Gospodarstwa domowe, ze względu na sytuację finansową, zmuszone są do oszczędzania, także na wypoczynku i turystyce. Względy finansowe są częstszą przyczyną rezygnacji z wyjazdów wypoczynkowych niż z wybranych form uczestnictwa w kulturze. Gospodarstwa domowe rzadziej rezygnują z wyjazdów dzieci niż dorosłych z powodów finansowych.

Brak środków finansowych jest jedną z głównych przyczyn wykluczenia społecznego, w tym przypadku dotyczącą korzystania z usług społecznych.

6. Podsumowanie

W rozwoju i kształtowaniu kapitału ludzkiego szczególna rola przypada usługom społecznym. To właśnie człowiek jest bezpośrednim obiektem oddziaływania tych usług; to ich konsumpcja tworzy, kształtuje i wzbogaca intelektualny i fizyczny potencjał człowieka. Kapitał ludzki uznawany jest obecnie nie tylko za kluczowy czynnik zwalczania bezrobocia i niskich płac, ale także za czynnik sprzężony z wieloma innymi korzyściami niezwiązanymi z gospodarką, w tym z poprawą zdrowia oraz większym dobrobytem³⁴.

Człowiek jest współcześnie podstawowym czynnikiem produkcji, a nabyte przez niego umiejętności, wiedza, kondycja zdrowotna są formą kapitału, którego zasoby można podnosić poprzez różnorodne działania. Kształtowanie i rozwój kapitału ludzkiego jest niezbywalną funkcją sfery usług społecznych. Funkcjonowanie tej sfery wraz z dokonującymi się przemianami systemowymi zmieniło się zasadniczo, zarówno w aspekcie instytucjonalnym, jak i finansowym.

W ostatnich latach zmiany zachodzące w zasobach infrastruktury społecznej wskazują, iż w wielu dziedzinach zwiększa się liczba placówek świadczących usługi. Liczebnemu wzrostowi obiektów infrastruktury społecznej nie zawsze jednak towarzyszy wzrost liczby korzystających. Powodów nieskorzystania z usług społecznych z pewnością jest wiele, ale głównym czynnikiem ograniczającym za-

³⁴ Education at a Glance OECD Indicators – 2004 Editions. Podsumowanie w języku polskim. www.oecd.org/dateoecd. Zamieszczone wyniki są przedstawiane na całym świecie o określonej dacie i godzinie. W 2004 roku było to 14 września o godz. 11.00 czasu paryskiego.

kres uczestnictwa okazuje się brak pieniędzy. Stąd też, w przypadku ograniczonych możliwości finansowych, gospodarstwa zmuszone do oszczędności, ograniczają lub rezygnują z zaspokajania tych potrzeb.

Można przyjąć, że wraz z poprawą sytuacji materialnej gospodarstw domowych będzie wzrastało korzystanie z usług społecznych. W konsekwencji zwiększać się będzie kapitał ludzki, który współcześnie staje się główną przyczyną bogactwa, jednym z podstawowych czynników rozwoju.

Badanie konkurencyjności Torunia za pomocą wskaźników syntetycznych

1. Wprowadzenie

Konkurencyjność jest pojęciem teoretycznym, odnoszącym się do rynkowego sposobu regulacji. Teoretyczny charakter tego pojęcia oznacza, że nie posiada ono desygnatów dających się określić wprost. W uproszczeniu można przyjąć, że konkurencyjność oznacza umiejętność konkutowania, a więc działania i przetrwania w konkurencyjnym otoczeniu.

Miasta polskie konkurują ze sobą w wielu dziedzinach, a procesy globalizacyjne występujące w gospodarce są jednym z czynników mobilizujących do rywalizacji. Konkurencyjność miasta jest kategorią względną i wielowymiarową, a bezpośredni pomiar tej kategorii jest w ogóle niemożliwy. Pomiaru pośredniego można natomiast dokonać przy pomocy metod jakościowych (opisowych) i ilościowych (statystycznych).

Istotne miejsce w rozwiązywaniu problemów porządkowania przestrzeni obiektów wielocechowych zajmuje taksonomia. Porównania obiektów wielocechowych można dokonać ze względu na każdą z cech oddzielnie (porównanie analityczne) albo ze względu na specjalnie skonstruowaną cechę agregatową, będącą funkcją cech diagnostycznych (porównanie syntetyczne). Zmienna agregatowa zawiera informacje wnoszone przez wszystkie przyjęte do analizy, pierwotne zmienne diagnostyczne i jest traktowana jako miernik syntetyczny poziomu osiąganego przez badane obiekty. Wykorzystanie mierników syntetycznych, czyli przejście od wielowymiarowego układu cech na układ jednowymiarowy, pozwala stosować prosty pojęciowo aparat metodologiczny, daje też duże możliwości prowadzenia analiz porównawczych. Wskaźniki syntetyczne dają także możliwość porównania i porządkowania miast ze względu na poziom ich konkurencyjności.

W niniejszym artykule zostaną zaprezentowane dwie różne metody obliczania syntetycznego miernika rozwoju oraz propozycja ich praktycznego zastosowania do oceny pozycji konkurencyjnej Torunia. Pierwszą z nich jest metoda sum standaryzowanych (Perkala), drugą natomiast klasyczna metoda miernika syntetycznego (Hellwiga).

2. Metodyka i procedury badań

W ocenie konkurencyjności miast istnieje możliwość porównywania poziomu konkurencyjności w grupach o określonym profilu. Ocenie mogą podlegać np. miasta przygraniczne, turystyczne, o określonym potencjale usługowym czy demograficznym¹. Konkurencyjność obejmuje zwykle grupy miast pokrewnych tak pod względem wielkości i pozycji, jak i rangi oraz profilu, a także odległości i sąsiedztwa. W artykule do wyboru miast które zostały uwzględnione w badaniach, wykorzystano kryterium demograficzne. Tak więc pozycja konkurencyjna Torunia została przebadana na tle miast Polski w przedziale wielkości od 150 do 300 tysięcy mieszkańców. Są to: Białystok, Bielsko-Biała, Częstochowa, Bytom, Gliwice, Gdynia, Kielce, Olsztyn, Radom, Rzeszów, Sosnowiec i Zabrze. Dodatkowo przeanalizowano również pozycję konkurencyjną Bydgoszczy, jako ważnego miasta dla Torunia, tworzącego z nim aglomerację bydgosko-toruńską. Badanie przeprowadzone zostało z wykorzystaniem dostępnych danych statystycznych z 2003 roku.

Koncepcja wskaźników syntetycznych jest powszechnie znana i używana we wszelkiego rodzaju analizach czasowych, przestrzennych i czasowo-przestrzennych. Najważniejszym celem miar syntetycznych jest „porządkowanie” obiektów ze względu na poziom wielocechowego zjawiska. Zasadnicze różnice pomiędzy technikami obliczania poszczególnych wskaźników syntetycznych sprowadzają się do: uwzględniania lub nie cech stymulant i destymulant, sprowadzania cech diagnostycznych do wspólnego układu porównawczego, określania wartości cech obiektu-wzorca lub pomijania go, zasad budowy miary lub własności miary. Konstrukcja miernika uwzględnia wszystkie zmienne diagnostyczne, ale w zależności od przyjętej metody ich wpływ na jego wartość może być zróżnicowany. Dotyczy to także interpretacji uzyskanych wyników.

Przeprowadzona w artykule procedura badawcza składała się z następujących etapów:

- 1) dobór zmiennych diagnostycznych,
- 2) standaryzacja,
- 3) zamiana destymulant na stymulanty,
- 4) obliczenie wskaźników syntetycznych,
- 5) interpretacja otrzymanych wyników.

Na rozwój miast i jego konkurencyjność wpływa wiele czynników, jednak uwzględnienie w opracowaniu ich pełnej listy nie jest możliwe z powodu niedokładności i niekompletności danych statystycznych istotnych dla charakterystyki

¹ A. Tatuśko, Sposoby pomiaru konkurencyjności miast, w: *Gospodarka lokalna w teorii i w praktyce*, red. E. Sobczak, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Nr 939, Wrocław 2002, s. 128.

ki badanego problemu oraz z braku odpowiednich informacji statystycznych. Dobór odpowiednich mierników przesądza jednak o wartości przeprowadzonych badań. Prawidłowy wybór cech zaliczany jest do najważniejszych i najtrudniejszych etapów przeprowadzanego badania². Dlatego też badając konkurencyjność miast należy uwzględnić zmienne, które najlepiej odzwierciedlają poziom rozwoju jednostki terytorialnej.

Zmienne diagnostyczne posiadają różną mianą, stąd konieczne jest sprowadzenie ich do wspólnego układu porównawczego. Na potrzeby niniejszego opracowania zastosowano standaryzację w oparciu o poniższy wzór, gdyż zachowuje ona dyspersję zmiennych. Jest to zresztą najczęściej stosowana metoda przy opracowaniach o charakterze diagnostycznym.

$$y'_{ij} = \frac{y_{ij} - \bar{y}_j}{s_j},$$

gdzie:

y_{ij} – wartość j -tej cechy w i -tym obiekcie;

s_j – odchylenie standardowe j -tej cechy;

\bar{y}_j – średnia arytmetyczna dla j -tej cechy.

Zmiennymi stymulantami nazywane są te charakterystyki, których większe wielkości świadczą o wyższym poziomie rozwoju badanego zjawiska, a zmiennymi destymulantami nazywane są takie cechy diagnostyczne, których spadek wartości świadczy o wyższym poziomie rozwoju (niskie wartości są pożądane z punktu widzenia danego zjawiska a wysokie niepożądane). Ponadto używa się również nominanty, zmienne, które w pewnych krajach/miastach mogą pełnić rolę stymulant lub destymulant rozwoju. Określenie charakteru zmiennych powinno opierać się na przesłankach merytorycznych.

Gdy brakuje odpowiedniej teorii można posłużyć się np. metodą opinii kompetentnego zespołu ekspertów³. W przypadku wykorzystywania wskaźników syntetycznych, jeśli chcemy, aby ich wyższym wartościom odpowiadała lepsza sytuacja, zachodzi konieczność unikania stosowania nominant oraz zamiany destymulant na stymulanty. W niniejszym opracowaniu, w destymulantach po standaryzacji zamieniano przed wartościami znaki plus na minus i odwrotnie.

² A. Harańczyk, Uwarunkowania konkurencyjności miast w Polsce, w: Przemiany bazy ekonomicznej i struktury przestrzennej miast, red. J. Słodczyk, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2002, s. 118.

³ A. Malina, A. Zeliaś, Taksonomiczna analiza przestrzennego zróżnicowania jakości życia ludności w Polsce w 1994, „Przegląd Statystyczny”, 1997, zeszyt Nr 1, s. 12.

Kolejnym etapem było obliczenie wskaźnika syntetycznego Perkala w oparciu o wzór:

$$P_i = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m y'_{ij},$$

gdzie:

y'_{ij} – standaryzowana wartość j -tej cechy w i -tym obiekcie, po zamianie destymulant na stymulanty;

m – ilość obiektów.

Interpretacja wskaźnika syntetycznego Perkala jest następująca: im wyższa wartość wskaźnika tym jednostka bardziej rozwinięta, a tym samym bardziej konkurencyjna. Natomiast najniższe wskaźniki osiągnięte przez miasta świadczą o ich zacofaniu do jednostek o najwyższym poziomie wskaźnika.

Wartość miernika syntetycznego Hellwiga jest określona przez uogólnioną odległość euklidesową punktu reprezentującego dany obiekt od punktu-wzorca. Za wzorzec przyjęto abstrakcyjny obiekt, charakteryzujący się maksymalnymi realizacjami wszystkich zmiennych. Odległość tą można wyznaczyć według wzoru⁴:

$$C_{io} = \left[\sum_{k=1}^k V_k (Z_{ik} - Z_{ok})^2 \right]^{\frac{1}{2}}, \quad i = 1, 2, \dots, n,$$

gdzie:

C_{io} – uogólniona odległość euklidesowa i -tego obiektu od wzorca;

V_k – waga przypisana k -tej zmiennej ze zbioru zmiennych diagnostycznych;

Z_{ik} – znormalizowana wartość k -tej zmiennej dla i -tego obiektu;

Z_{ok} – znormalizowana wartość k -tej zmiennej dla obiektu wzorcowego.

Miarę rozwoju wyznaczono natomiast ze wzoru⁵:

⁴ M. Piotrowska-Trybull, Analiza konkurencyjności polskich województw za pomocą metod taksonomicznych, w: Konkurencyjność regionów w okresie przechodzenia od gospodarki rynkowej. Międzynarodowa analiza porównawcza: Białoruś, Litwa, Łotwa i Polska, red. W Kosiedowski, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2004, s. 432.

⁵ Z. Hellwig, Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału krajów ze względu na poziom ich rozwoju oraz zasoby i strukturę wykwalifikowanych kadr, „Przegląd Statystyczny”, 1968, zeszyt Nr 4, s. 324; J. Józwiak, J. Podgórski, Statystyka od podstaw, PWE, Warszawa 1997, s. 49.

$$H_i = 1 - \frac{c_{io}}{c_o},$$

gdzie:

$$c_o = \bar{c}_o + 2s_o,$$

$$\bar{c}_o = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n c_{io},$$

$$s_o = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (c_{io} - \bar{c}_o)^2}{n-1}},$$

H_i – wartość miernika syntetycznego dla i -tego obiektu;

c_{io} – uogólniona odległość euklidesowa i -tego obiektu od wzorca;

c_o – czynnik normujący;

\bar{c}_o – średnia arytmetyczna uogólnionych odległości euklidesowych obiektów od wzorca;

s_o – odchylenie standardowe uogólnionych odległości euklidesowych obiektów od wzorca.

Wskaźnik H_i przyjmuje wartości w przedziale [0,1]. Jego interpretacja jest następująca: dana jednostka terytorialna jest tym bardziej rozwinięta, im bliższa jedności jest wartość miary rozwoju.

3. Ocena konkurencyjności Torunia – praktyczne zastosowanie wskaźników

Analizę badanej grupy miast przeprowadzono na podstawie następującego zestawu mierników (dane wyjściowe zawarte są w załączniku 1):

- x_1 – gęstość zaludnienia na 1 km²,
- x_2 – procentowy stosunek ilości zgonów niemowląt do urodzeń żywych,
- x_3 – procent ludności w wieku produkcyjnym,
- x_4 – procent ludności w wieku poprodukcyjnym,
- x_5 – dochody ogółem budżetu miasta na 1 mieszkańca w zł,
- x_6 – procentowy udział dochodów własnych w dochodach ogółem budżetu miasta,
- x_7 – przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto,
- x_8 – procentowy udział wydatków inwestycyjnych majątkowych w wydatkach ogółem budżetu miasta,

- x_9 – procent ludności bezrobotnej do pracującej,
 x_{10} – stopa bezrobocia,
 x_{11} – liczba podmiotów gospodarki narodowej, zarejestrowana w rejestrze REGON, na 1 tys. mieszkańców,
 x_{12} – przeciętna powierzchnia użytkowa mieszkań w m^2 ,
 x_{13} – liczba mieszkań na 1 tys. mieszkańców,
 x_{14} – liczba mieszkań oddanych do użytku w stosunku do zawartych małżeństw w procentach,
 x_{15} – liczba mieszkań oddanych do użytku na 1 tys. mieszkańców,
 x_{16} – liczba miejsc w hotelach na 1 tys. mieszkańców,
 x_{17} – liczba osób korzystających z obiektów noclegowych na 1 tys. mieszkańców,
 x_{18} – liczba pracujących na 1 tys. mieszkańców,
 x_{19} – zużycie energii elektrycznej w MWh na 1 mieszkańca,
 x_{20} – odpady przemysłowe uciążliwe dla środowiska wytworzone w ciągu roku, ogółem w tys. ton/rok,
 x_{21} – udział wydatków na opiekę społeczną w ogólnej liczbie wydatków,
 x_{22} – liczba ludności przypadająca na 1 aptekę,
 x_{23} – liczba ludności przypadająca na 1 lekarza ogółem,
 x_{24} – liczba ludności przypadająca na 1 lekarza dentyzę ogółem,
 x_{25} – liczba ludności przypadająca na 1 łóżko w szpitalach,
 x_{26} – liczba pielęgniarek na 1 tys. mieszkańców,
 x_{27} – księgozbiór bibliotek na 1 mieszkańca,
 x_{28} – liczba mieszkańców na sklep,
 x_{29} – widzowie w kinach na 1 seans,
 x_{30} – seanse na 1 tys. mieszkańców.

Spośród wytypowanego zbioru zmiennych dwanaście cech uznano za destymulanty ($x_1, x_2, x_4, x_9, x_{10}, x_{20}, x_{21}, x_{22}, x_{23}, x_{24}, x_{25}, x_{28}$), a pozostałe cechy określono mianem stymulant. Jest rzeczą wartą wnikliwej obserwacji oraz dyskusji, jaka jest waga każdego z przyjętych czynników dla rozwoju danych miast. W omawianym przypadku autor przyjął, że wszystkie czynniki mają taką samą wagę, a w rezultacie są jednakowo ważne dla określenia poziomu rozwoju wspólnoty⁶.

⁶ W literaturze przedmiotu brakuje powszechnie akceptowanej formalno-statystycznej metody ustalania wag. Wobec kłopotów ze znalezieniem poprawnej metody formalno-statystycznej zaleca się stosowanie wag ustalonych metodą ekspertów, lub przy braku takich, powstrzymanie się od wagi cech (i to właśnie podejście stosowane jest najczęściej). Zob.: Taksonomia struktur w badaniach regionalnych, regionalnych, red. D. Strahl, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Wrocław 1998, s. 61–62.

Nie wyklucza to jednak przeprowadzenia zabiegu określania wag poszczególnych czynników w przyszłości, mając na uwadze fakt, iż cechy mają różne znaczenie dla rozwoju miast, a ich ranga uzależniona jest często od celu i zakresu badań. Wyniki obliczeń omawianych wskaźników zawiera tabela 1.

Tabela 1. Wartości wskaźników P_i i H_i

Lokata/Miasto/Wskaźnik P_i	Lokata/Miasto/Wskaźnik H_i
1. Olsztyn (0,782)	1. Olsztyn (0,520)
2. Rzeszów (0,638)	2. Rzeszów (0,432)
3. Bielsko-Biała (0,417)	3. Toruń (0,408)
4. Gdynia (0,381)	4. Bielsko-Biała (0,405)
5. Toruń (0,293)	5. Gdynia (0,393)
6. Kielce (0,193)	6. Kielce (0,367)
7. Białystok (0,075)	7. Białystok (0,334)
8. Częstochowa (0,031)	8. Częstochowa (0,333)
9. Bydgoszcz (-0,007)	9. Bydgoszcz (0,326)
10. Gliwice (-0,063)	10. Gliwice (0,271)
11. Sosnowiec (-0,399)	11. Radom (0,137)
12. Radom (-0,653)	12. Sosnowiec (0,124)
13. Zabrze (-0,693)	13. Zabrze (0,081)
14. Bytom (-0,968)	14. Bytom (0,025)

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych statystycznych zawartych w załączniku 1.

Wyniki uzyskane za pomocą każdej z metod okazały się podobne. Pewne różnice można zauważyć w przypadku Torunia, Bielsko Białej i Gdyni a także Sosnowca i Radomia.

Z przeprowadzonych badań wynika, że w 2003 roku miastem o najwyższym poziomie rozwoju, a tym samym najbardziej konkurencyjnym był Olsztyn. Do miast charakteryzujących się wysokim wskaźnikiem rozwoju należą także Rzeszów Bielsko-Biała, Toruń i Gdynia.

Do miast średnio rozwiniętych należały: Kielce, Białystok, Częstochowa i Bydgoszcz.

Grupę miast najsłabiej rozwiniętych – a tym samym o najmniejszym potencjale konkurencyjności – stanowiły miasta: Gliwice, Sosnowiec, Zabrze, Radom i Bytom.

Badając pozycje konkurencyjną Torunia za pomocą omawianych w artykule metod i mierników trzeba stwierdzić, iż znajduje się on wśród miast o najwyższym potencjale konkurencyjności. Posiada dogodną pozycje konkurencyjną, w stosunku do innych miast Polski, a do największych jego konkurentów można zaliczyć miasta: Rzeszów, Olsztyn i Gdynię.

Analizując pozycje konkurencyjne Torunia należy zauważyć, iż w mieście mamy do czynienia z wieloma słabymi stronami, których wyeliminowanie lub zredukowanie często przerasta możliwości władz samorządowych oraz jego mieszkańców i wymaga długiego czasu. Do największych zagrożeń i problemów, jakie wyłaniają się przed miastem, jest wysokie bezrobocie. Nie ulega wątpliwości, że na gospodarkę i stan Torunia wpływa także trudna sytuacja całego województwa kujawsko-pomorskiego. Województwo to pod wieloma aspektami należy do najsłabszych w kraju. Toruń będąc miastem stosunkowo niewielkim nie jest w stanie zagospodarować nadwyżki siły roboczej z sąsiednich powiatów, gdzie sytuacja na rynku pracy jest dramatyczna. Także Bydgoszcz, miasto współtworzące z Toruniem aglomerację bydgosko-toruńską należy do słabo rozwiniętych, a tym samym mało konkurencyjnych. Jak wynika z porównań pozycji konkurencyjnych Bydgoszczy i Torunia, miasta dużo większe nie zawsze osiągają korzystniejsze wyniki gospodarcze. Realizowanie przez miasto wojewódzkie głównych funkcji samorządu wojewódzkiego nie gwarantuje również zdobycia przewagi konkurencyjnej nad innymi miastami województwa.

Otrzymane wyniki badań informują również o trudnej sytuacji miast śląskich oraz Radomia, które w badaniu zajęły ostatnie lokaty. Przyczyną tego stanu jest głównie restrukturyzacja górnictwa, hutnictwa i przemysłu ciężkiego, która najdotkliwiej dotknęła te miasta oraz niski stopień przystosowywania się społeczeństw tych miast do zmieniających się warunków i sytuacji w kraju.

4. Podsumowanie

Pojęcie konkurencyjności miasta ze względu na swoją wielowymiarowość z trudem poddaje się pomiarowi. Pomiaru pośredniego można dokonać przy pomocy metod jakościowych i ilościowych, przy czym drugie z nich dają możliwości uzyskania wyników bardziej wiarygodnych i zobiektywizowanych niż pierwsze. Spośród metod statystycznych do pomiaru pośredniego konkurencyjności można wykorzystać metody taksonomiczne: metodę Hellwiga i metodę J. Perkala. Wyniki uzyskane za pomocą każdej z tych metod okazały się podobne, co dodatkowo potwierdza ich przydatność w rozwiązywaniu postawionego problemu.

Przedstawione powyżej problemy konkurencyjności miast zostały jedynie zasygnalizowane. Bardziej szczegółowy obraz podjętego zagadnienia wymaga głębszej analizy poszczególnych kwestii, co przekracza ramy niniejszego artykułu.

5. Bibliografia

1. Harańczyk A., Uwarunkowania konkurencyjności miast w Polsce, w: Przemiany bazy ekonomicznej i struktury przestrzennej miast, red. J. Słodczyk, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2002.
2. Hellwig Z., Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału krajów ze względu na poziom ich rozwoju oraz zasoby i strukturę wykwalifikowanych kadr, „Przegląd Statystyczny”, 1968, zeszyt Nr 4.
3. Józwiak J., Podgórski J., Statystyka od podstaw, PWE, Warszawa 1997.
4. Malina A., Zeliaś A., Taksonomiczna analiza przestrzennego zróżnicowania jakości życia ludności w Polsce w 1994, „Przegląd Statystyczny”, 1997, zeszyt Nr 1.
5. Piotrowska-Trybull M., Analiza konkurencyjności polskich województw za pomocą metod taksonomicznych, w: Konkurencyjność regionów w okresie przechodzenia od gospodarki rynkowej. Międzynarodowa analiza porównawcza: Białoruś, Litwa, Łotwa i Polska, red. W Kosiedowski, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2004.
6. Taksonomia struktur w badaniach regionalnych, regionalnych, red. D. Strahl, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Wrocław 1998.
7. Tatuśko A., Sposoby pomiaru konkurencyjności miast, w: Gospodarka lokalna w teorii i w praktyce, red. E. Sobczak, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Nr 939, Wrocław 2002.
8. <http://www.stat.gov.pl>.

Załącznik 1. Cechy miast użyte w metodzie J. Perkala i Hellwiga

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅
Białystok	3103	0,67	65,84	14,17	1670	43,12	2087,5	11,77	21,7	14,2	116,6	58,2	370	1,29	6
Bielsko-Biała	1425	0,48	65,19	15,61	1993	51,39	2123,6	13,96	16,2	10,8	138,5	63,9	354,6	1	5
Bydgoszcz	2139	0,76	64,99	16,26	1702	49,83	2126,5	3,4	19,9	12,5	129,4	57	365	0,62	2,9
Bytom	2790	1,05	64,88	15,73	1816	51,89	2278,7	1,71	50,8	25	81,5	54	378	0,15	0,6
Częstochowa	1562	0,72	65,24	16,65	1680	43,07	1965,9	8,8	26,2	15,7	106	59	375	0,72	3,6
Gdynia	1868	0,37	65,31	16,62	1822	57,91	2423,4	7,38	16,2	9,8	121,4	59	380	1,28	6,3
Gliwice	1507	0,68	66,25	15,57	2336	59,05	2611,4	8,8	22,7	14,5	100	59	365	0,29	1,4
Kielce	1943	0,67	66,88	13,71	1968	46,19	2154,3	12,48	25,4	16	135,4	57	356	0,66	3,4
Olsztyn	1960	0,36	67,67	13,49	2094	50,60	2271,1	13,5	17,6	12,4	124,2	57,3	364	1,66	7,7
Radom	2045	0,86	64,26	14,57	1829	41,17	2069	9,62	57,7	28,2	112,4	57,7	335	0,6	3,3
Rzeszów	2959	1,16	66,58	13,69	2195	44,61	2102	14,48	13,1	9,8	118,6	61,2	337	0,49	5,4
Sosnowiec	2527	0,9	68,29	15,22	1593	54,77	2007,9	4,6	41,8	23,7	111	53,7	393	0,08	0,4
Toruń	1816	0,9	67,02	13,99	1897	47,95	2070,7	12,93	23,4	14,5	126,4	57	367	0,87	4,4
Zabrze	2425	0,94	65,08	14,74	1992	54,99	2080,4	19,15	39,7	23,3	72,8	54,6	345	0,11	0,5
	X ₁₆	X ₁₇	X ₁₈	X ₁₉	X ₂₀	X ₂₁	X ₂₂	X ₂₃	X ₂₄	X ₂₅	X ₂₆	X ₂₇	X ₂₈	X ₂₉	X ₃₀
Białystok	3,2	408	256	0,54	165,4	15,45	3317	173	1561	110	8,07	2,68	81	32	27,4
Bielsko-Biała	4	324	320	0,7	144,6	11,38	3696	227	1706	161	6,6	3,5	66	11	2,71
Bydgoszcz	3,7	237	292	0,6	196	13,85	2553	280	1908	126	7,08	2,9	68	34	49
Bytom	0,26	22	184	0,62	506	17,54	4778	370	2033	116	5,9	2,1	100	-	0
Częstochowa	2,4	652	281	0,68	367	15,05	2572	293	1418	145	7,04	2,9	74	58	9,86
Gdynia	4	375	267	0,81	133,9	10,8	2640	364	1864	276	4,18	2,5	77	45	64
Gliwice	3	156	285	0,79	1711,3	12,43	4289	359	1784	195	4,8	2,1	106	34	16,7
Kielce	4,34	286	308	0,53	96	15,66	2449	228	1932	137	8,8	2,5	61	31	41
Olsztyn	9,86	661	322	0,66	93	14,43	3090	331	1559	122	7,2	3,5	75	77	11,8
Radom	1,3	152	210	0,59	108,9	16,4	3869	319	1691	368	7,2	1,7	75	41	12,4
Rzeszów	4,6	476	423	0,55	124	14,27	2179	164	1314	85	11,4	3,4	59	31	73
Sosnowiec	1,2	83	210	0,64	99,6	15,76	3433	329	1351	124	7,1	3,5	77	53	5,75
Toruń	4,96	581	292	0,67	153,5	13	3425	308	1899	172	6,8	3,7	75	47	29,5
Zabrze	1	109	198	0,63	1057,2	14,62	4504	387	2891	129	6,9	1,1	111	25	101

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych regionalnych zawartych na <http://www.stat.gov.pl>, 30.12.2004.