

STUDIA I PRACE

Kolegium
Zarządzania
i Finansów

ZESZYT NAUKOWY 133

STUDIA I PRACE

Kolegium
Zarządzania
i Finansów

ZESZYT NAUKOWY 133

SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA W WARSZAWIE



SKŁAD RADY NAUKOWEJ ZESZYTÓW NAUKOWYCH „STUDIA I PRACE KOLEGIUM ZARZĄDZANIA I FINANSÓW”

dr hab. Ryszard Bartkowiak, prof. SGH – przewodniczący

dr Piotr Wachowiak – vice przewodniczący

prof. dr hab. inż. Jan Adamczyk

dr hab. Stefan Doroszewicz, prof. SGH

prof. dr hab. Jan Głuchowski

prof. dr hab. Małgorzata Iwanicz-Drozdowska

prof. dr hab. Jan Kaja

dr hab. Jan Komorowski, prof. SGH

prof. dr hab. Tomasz Michalski

prof. dr hab. Zygmunt Niewiadomski

prof. dr hab. Jerzy Nowakowski

prof. dr hab. Janusz Ostaszewski

dr hab. Wojciech Pacho, prof. SGH

dr hab. Piotr Płoszajski, prof. SGH

prof. dr hab. Maria Romanowska

dr hab. Anna Skowronek-Mielczarek, prof. SGH

prof. dr hab. Teresa Słaby

prof. dr hab. Marian Żukowski

Redakcja językowa

Julia Konkołowicz-Pniewska

Redakcja statystyczna

Tomasz Michalski

Redakcja tematyczna

Małgorzata Iwanicz-Drozdowska (Finanse)

Wojciech Pacho (Ekonomia)

Piotr Płoszajski (Zarządzanie)

Sekretarz redakcji

Marcin Jakubiak

© Copyright by Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2013

ISSN 1234-8872

Czasopismo ukazuje się w wersji papierowej (jest to wersja pierwotna) i elektronicznej

Nakład 270 egz.

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie – Oficyna Wydawnicza

02-554 Warszawa, al. Niepodległości 162

tel. 22 564 94 77, 22 564 94 86, fax 22 564 86 86

www.wydawnictwo.sgh.waw.pl, e-mail: wydawnictwo@sgh.waw.pl

Projekt okładki, koordynacja wydawnicza

Małgorzata Przestrzelska

Skład i łamanie

DM Quadro

Druk i oprawa

QUICK-DRUK s.c.

tel. 42 639 52 92, e-mail: quick@druk.pdi.pl

Zamówienie 7/I/14

Spis treści

Od Rady Naukowej	7
<i>Teresa Słaby</i> Zamożność a kapitał intelektualny	9
<i>Agnieszka Sopińska</i> Cechy i determinanty rozwoju gospodarki opartej na wiedzy (GOW). Poziom rozwoju GOW w Polsce w świetle wybranych parametrów	25
<i>Czesław Martysz</i> Płynność finansowa wybranych sektorów gospodarki polskiej w latach 2002–2010 ..	39
<i>Monika Czerwonka, Rafał Szymeczko</i> Badanie empiryczne skuteczności wykorzystania teorii perspektywy przy profilowaniu ryzyka i doborze portfela inwestycyjnego	59
<i>Jacek Gogołowicz</i> Innowacyjność i sieciowość jako warunki rozwoju przedsiębiorstwa	75
<i>Radosław Baran</i> Zmiany w działaniach marketingowych przedsiębiorstw handlu detalicznego	95
<i>Sławomir Pastuszka</i> Kondycja finansowa samorządów województw w latach 2004–2011	109
<i>Jan Komorowski</i> Lista filadelfijska a efektywność nakładów na naukę w Polsce	133
Summary	145

Od Rady Naukowej

Przekazujemy w Państwa ręce kolejny zeszyt „Studiów i Prac Kolegium Zarządzania i Finansów”. Artykuły w nim zamieszczone są poświęcone aktualnym zagadnieniom ekonomii, nauk o finansach oraz nauk o zarządzaniu. Stanowią wynik studiów teoretycznych, a także badań empirycznych.

W artykule pt. Zamożność a kapitał intelektualny Teresa Słaby przedstawiła, na podstawie badań własnych przeprowadzonych w latach 2011–2012, problem „posiadania” kapitału intelektualnego przez przedstawicieli klasy wyższej w Polsce oraz jego wykorzystania do zarządzania przedsiębiorstwami.

Agnieszka Sopińska w swoim artykule zaprezentowała cechy gospodarki opartej na wiedzy (GOW), opis czynników jej rozwoju oraz próbę oceny poziomu rozwoju GOW w Polsce na tle innych krajów. Przedstawione przez autorkę wybrane parametry wskazują na niedostatki Polski w procesie budowy gospodarki opartej na wiedzy.

Cel artykułu Czesława Martysza to ocena kształtowania się sytuacji płynnościowej wybranych branż polskiej gospodarki w latach 2002–2010. Autor rozważa również, dlaczego globalne zjawiska kryzysowe w różnym stopniu wpłynęły na płynność finansową poszczególnych branż.

Monika Czerwonka i Rafał Szymeczko w swoim artykule opisali teorię perspektywy i jej wykorzystanie do profilowania ryzyka inwestorów. Autorzy doszli do wniosku, że oparcie wzorów i obliczeń na zmiennych, których podłoże jest czysto psychologiczne, nie daje gwarancji uzyskania porównywalnych wyników.

Innowacyjność i sieciowość jako warunki rozwoju przedsiębiorstwa to temat artykułu Jacka Gogołowicza. Stanowi głos w toczącej się w ostatnich latach dyskusji na temat korzyści, jakie czerpią przedsiębiorstwa z innowacji, innowacyjności oraz sieciowości.

Cel artykułu Radosława Barana to zidentyfikowanie i scharakteryzowanie zmian, jakie zachodzą współcześnie w działaniach marketingowych dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego, które starają się wzmocnić swoją pozycję wobec konkurentów i dostawców oraz poprawić skuteczność oddziaływania na nabywców.

Sławomir Pastuszka w swoim artykule przedstawił ocenę sytuacji finansowej samorządów województw na tle uzyskiwanych przez nie dochodów i ponoszonych wydatków w latach 2004–2011. Zdaniem autora, istotne znaczenie dla kondycji

finansowej województw będą miały inwestycje jako źródło wzrostu poziomu dochodów podatkowych.

Problem związku tzw. listy filadelfijskiej z efektywnością nakładów na naukę w Polsce przedstawił w swoim artykule Jan Komorowski. Autor nie ma wątpliwości, że to państwo powinno stworzyć mechanizm, który umożliwi wykorzystanie efektów pracy polskich naukowców.

Pozostajemy w przekonaniu, że prezentowane artykuły spotkają się z Państwa życzliwym zainteresowaniem oraz, co byłoby szczególnie cenne, staną się przyczynkiem do polemiki i dalszych owocnych badań.

Życzymy Państwu przyjemnej lektury.

W imieniu Rady Naukowej

Ryszard Bartkowiak

Piotr Wachowiak

Teresa Słaby

Kolegium Zarządzania i Finansów

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Zamożność a kapitał intelektualny

1. Wprowadzenie

W tytule znajdują się dwie kategorie budzące zainteresowanie badawcze, które mogą być w opozycji do siebie lub w koniunkcji i/lub współzależne. Obie są trudne do wyceny. Zamożność jest rozumiana szerzej – nie tylko jako bogactwo materialne, agregat własności, zajmowanego stanowiska, dziedzictwa, stylu życia, wyznawanego systemu wartości, ale także, a może przede wszystkim, działań na rzecz innych. W ujęciu statystycznym można spotkać pomiar zamożności poprzez wydatki na dobra i usługi lub przez poziom dochodów. Choć ten pierwszy sposób pomiaru statystycy uważają za bardziej „szczerzy” (poziom dochodów podawany przez respondentów jest zwykle zaniżany), jednak kryterium dochodowe zaliczenia osoby do grupy zamożnych jest najczęściej spotykany w literaturze. Poziom dochodów połączony z innymi cechami, wyżej wspomnianymi, może najbardziej trafnie (w sensie ekonomicznym i socjologicznym) charakteryzować grupę osób zamożnych, tworzących tzw. klasę wyższą.

Kapitałowi intelektualnemu, którego najważniejszym elementem jest kapitał ludzki, poświęca się obecnie w rozważaniach naukowych zdecydowanie więcej uwagi niż w pod koniec poprzedniego stulecia, mimo pojawienia się wówczas prac T.W. Schultza¹, G.S. Beckera, a w szczególności A. i H. Tofflerów². Książka

¹ Wprowadzenie w 1961 r. przez T.W. Schultza pojęcia „kapitał ludzki” uważa się za jedno z przełomowych osiągnięć nauki w XX wieku. T.W. Schultz stwierdził, że wiedza i umiejętności są formą kapitału i że kapitał ten jest produktem „świadomego inwestowania”; por. http://fcis.oise.utoronto.ca/~daniel_sch/assignment1/1961schultz.html.

² Prace z lat: 1970 (o kryzysie społeczeństwa industrialnego), 1980 (analiza przyszłości społeczeństwa postindustrialnego) oraz 1995 („Budowa nowej cywilizacji”).

„Revolutionary Wealth”, wydana w 2006 r., w której ci autorzy rozwijają ideę prosumenckiej ekonomiki, uważana jest za podstawę ekonomii przyszłości.

Celem artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie, czy w Polsce osoby zamożne w szerokim tego słowa znaczeniu, przedstawiciele wschodzącej klasy wyższej budują kapitał intelektualny, czy też już go „mają”, w czym przejawia się kapitał intelektualny tych osób oraz czym może to skutkować dla relacji przedsiębiorstwo – konsument na rynku. Na podstawie badań własnych w latach 2011–2012³ autorka może postawić tezę, że przedstawiciele klasy wyższej w Polsce, osoby zamożne nie tylko „posiadają” kapitał intelektualny, ale także mogą wykorzystywać go do zarządzania, najczęściej własnymi, przedsiębiorstwami.

2. Próby pomiaru kapitału ludzkiego

Z wielu definicji kapitału intelektualnego (w tym kapitału ludzkiego), które podkreślają niematerialny zasób posiadanej wiedzy i kompetencji, na potrzeby niniejszej pracy przyjęto definicję R. Niemierko. Zgodnie z tą definicją kapitał intelektualny to szeroko rozumiane bogactwo indywidualnej kompetencji emocjonalnej i poznawczej jednostki, kształtujące w rezultacie dobrostan społeczeństwa⁴. Interesujące są rozważania tego autora dotyczące pomiaru zasobów niematerialnych, których operacjonalizacja za pomocą wskaźników pozwala spojrzeć na kapitał intelektualny od strony ekonomicznej i dokonać pewnej wyceny tych zasobów. Definicja ta jest związana ze stopniem zaspokojenia potrzeb, charakteryzujących dwie kategorie społeczne, a mianowicie poziom i jakość życia, wynikające ze stanu posiadania wiedzy i umiejętności, ale i będące zarazem źródłem powstawania tego kapitału.

Jest to spojrzenie nie przez pryzmat przedsiębiorstwa, a bardziej w odniesieniu do dyspozycji jednostki, do jej ducha i emocji, których stan jest potencjałem „posiadacza” i które są trwale z jednostką związane. Mogą stać się częścią impulsów kreatywności i innowacyjnych koncepcji przyszłego działania.

Na potrzeby dzisiejszej prezentacji przyjęto, iż kapitał intelektualny (zamiennie określany kapitałem ludzkim) jest niematerialnym zasobem jednostki, kształtującym jakość jej życia, który może przynieść zysk, jakkolwiek byłby on mierzony i „wyko-

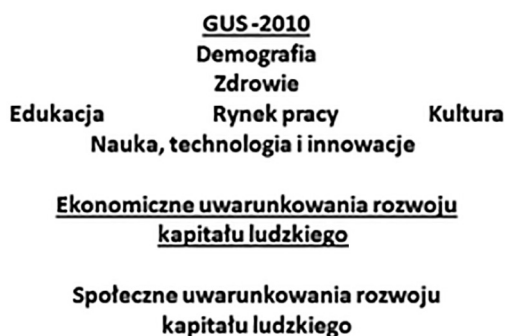
³ Współautorka: M. Bombol.

⁴ B. Niemierko, *Jak mierzyć kapitał ludzki i kapitał społeczny. Edukacyjne perspektywy operacjonalizacji pojęć ekonomicznych*, Zeszyty Naukowe Akademii Marynarki Wojennej, Rok LII nr 4 (187) 2011, s. 258.

rzystywany”. Kapitałem intelektualnym jest zatem to, co jednostka „nosi w sobie” i co można wykorzystać w różnych układach.

W statystyce publicznej (GUS) w pierwszym w Polsce badaniu kapitału ludzkiego, przeprowadzonym w 2010 r., przyjęto definicję OECD, że „kapitał ludzki to wiedza, umiejętności, zdolności oraz inne właściwe jednostce atrybuty ułatwiające tworzenie osobistego, społecznego oraz ekonomicznego dobrostanu”⁵. Za pomocą kilkudziesięciu wskaźników (bez ich agregacji), które były przypisane ośmiu grupom tematycznym, złożonym z 26 podgrup tematycznych, scharakteryzowano kapitał ludzki Polaków (rysunek 1).

Rysunek 1. Zestawienie grup tematycznych



Źródło: opracowano na podstawie: www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/OZ_Kapital_ludzki_w_Polsce_2010.pdf.

Do pierwszej grupy wskaźników (dotyczącej jakości) zaliczono mierniki demograficzne w powiązaniu z oceną edukacji, zdrowia oraz rynku pracy. Druga grupa wskaźników (tzw. kosztowa) charakteryzowała ekonomiczne uwarunkowania rozwoju kapitału ludzkiego, natomiast trzecia (dochodowa) prezentowała system wynagrodzeń w powiązaniu z posiadanym wykształceniem.

W Diagnozie Społecznej 2011, tak jak w 2007 oraz 2009 wyznaczono syntetyczny miernik kapitału ludzkiego na podstawie następujących zmiennych⁶:

- 1) wykształcenie,
- 2) kompetencje cywilizacyjne jako korzystanie z komputera w pracy, domu lub innym miejscu,
- 3) korzystanie z wyszukiwarki internetowej,
- 4) znajomość języka angielskiego,

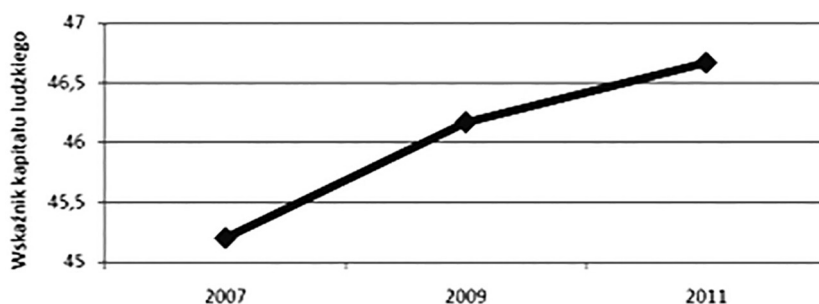
⁵ www.stat.gov.pl/gus/5840_13823_PLK_HTML.htm.

⁶ www.diagnoza.com/pliki/raporty/Diagnoza_raport_2011.pdf, s. 101.

- 5) uczestnictwo w kształceniu ustawicznym i doksztalcaniu – podnoszenie kwalifikacji zawodowych lub innych umiejętności w ciągu ostatnich 2 lat.

Syntetyczny wskaźnik kapitału ludzkiego obliczony za pomocą analizy głównych składowych dla zmiennych jakościowych (CATPCA – *Categorical Principal Component Analysis*) zastąpił i odwzorował 54,42% zróżnicowania 5 zmiennych oraz pozwolił na ocenę zmian w czasie (rysunek 2). Po znormalizowaniu wskaźnik syntetyczny przyjmował wartości z przedziału 0–100.

Rysunek 2. Ilustracja graficzna ocen liczbowych wskaźnika syntetycznego w latach 2007, 2009 i 2011



Źródło: Diagnoza Społeczna 2011, s. 103.

Kapitał ludzki Polaków wzrasta systematycznie od roku 2007. W roku 2007 syntetyczny wskaźnik był na poziomie 45,2, w roku 2009 wyniósł 46,17, zaś w roku 2011 – 46,67. Zatem wzrost w ciągu 4 lat wyniósł tylko 1,4. Rezultat ten był wynikiem zmian mierników częściowych. W latach 2007–2011 wzrosła znacznie cyfryzacja społeczeństwa polskiego, natomiast odsetek osób uczestniczących w aktywności związanej z podnoszeniem kwalifikacji lub umiejętności zmniejszył się. Udział osób znających język angielski był stabilny.

3. Definicja osób zamożnych w Polsce

Problemy metodyczne, np. wybór kryterium zaliczania osoby do klasy wyższej, nadal nie są rozstrzygnięte jednoznacznie. Kryterium poziomu dochodów wydawało się oczywiste w przypadku elit ekonomicznych. Natomiast nie można pominąć w odniesieniu do klasy wyższej faktu dziedziczenia majątku czy pochodzenia, co może kwalifikować do grona osób zamożnych. Nie oznacza zatem, że wyłącznie osoba o wysokich dochodach może być zaliczona do grupy osób zamożnych, a tym bardziej

do klasy wyższej. W literaturze przedmiotu spotkać można odmienne oceny osób bogatych. E. Spranger twierdził, że „powodzenie ekonomiczne to sukces wieńczący dzieło człowieka w sferze materialnej, służące również przyjemnemu kształtowaniu życia”⁷. A.H. Maslow uważał, że „człowiek dążący do bogactwa to człowiek chory”. We współczesnym społeczeństwie polskim osoby bogate i należące do klasy wyższej są tak samo często podziwiane jak „szykanowane” uczuciem zawiści.

Skąd czerpać informacje o progu dochodów, powyżej którego osoba może być uznana za zamożną (bogatą)? Statystyka publiczna informuje o wysokości średniego wynagrodzenia, podanego bez dwóch podstawowych informacji o zróżnicowaniu i asymetrii, zatem nie wiemy, czy i jakie poziomy wynagrodzeń tę średnią zawyżają, a należy pamiętać, że w Polsce w 2013 r. jest ok. 2 mln bezrobotnych. Z badań budżetów domowych można wydzielić gospodarstwa domowe, w których dochód miesięczny na osobę (w miesiącu badania) wynosił 5000 zł. W roku 2000 było 67 takich gospodarstw (w skali próby nieco ponad 34 000 gospodarstw domowych), w 2005 r. już 155, natomiast w roku 2011 – 429, a więc nastąpił wzrost o 540%, co świadczyć może o dużej poprawie sytuacji materialnej gospodarstw domowych w skali ogółem w Polsce.

Zgodnie z opiniami K. Jasieckiego i J. Pietrzak⁸ bogactwo w Polsce powstaje inną drogą niż w krajach zachodnich, a mianowicie poprzez gromadzenie tzw. aktywów finansowych. Wobec takiego kryterium strukturę bogatych Polaków zaprezentowano na rysunku 3. Dość symptomatyczne dla kryteriów zaliczenia osób bogatych do klasy wyższej są źródła pochodzenia aktywów finansowych i rzeczowych, prezentowanych przez J. Pietrzak (rysunek 4). Choć dotyczą te kryteria społeczeństwa amerykańskiego zostały w dużym stopniu potwierdzone przez cytowane badanie przedstawicieli polskiej klasy wyższej na przełomie lat 2011/2012.

Z raportu KPMG (międzynarodowej sieci firm audytorsko-doradczych) publikowanego w 2013 r. wynika, że miesięczny dochód brutto powyżej 7,1 tys. zł osiągnęło w Polsce nawet 751 tys. osób, tj. o blisko 23 tys. osób więcej niż w 2011 r. i o 90 tys. więcej niż w 2010 r. Łączny dochód do dyspozycji tych konsumentów w całym 2012 r. mógł sięgnąć nawet 130 mld⁹ zł. Raport przewidywał, że w 2015 r. łączny roczny dochód do dyspozycji takich osób zbliży się do 160 mld zł. Tak więc kryterium

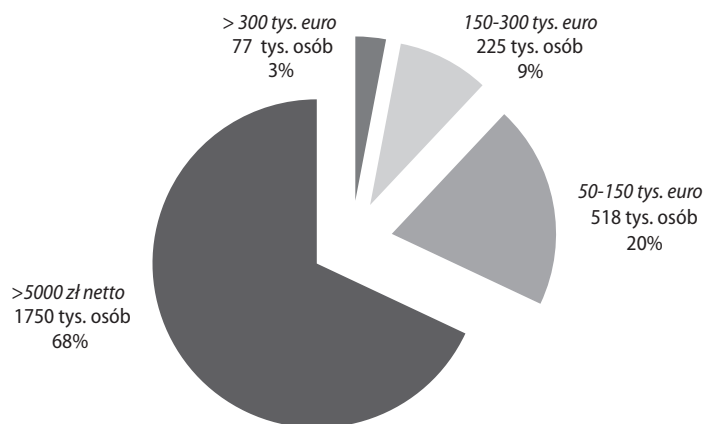
⁷ Podaję za: M. Węgrzycka, *Powodzenie ekonomiczne – cel czy instrument rozwoju jednostki*, w: *Etyczny wymiar przekształceń gospodarczych w Polsce*, red. A. Węgrzycki, Oficyna Cracovia, Kraków 1996.

⁸ K. Jasiecki, J. Pietrzak, *Bogactwo w Polsce i Unii Europejskiej*, w: *Polacy we współczesnej Europie*, red. M. Jarosz, Instytut Studiów Politycznych PAN, Warszawa 2011, s. 198–199.

⁹ www.kpmg.com/pl/pl/issuesandinsights/articlespublications/strony/raport-kpmg-rynek-dobro-luksusowych-w-polsce-edycja-2012.aspx.

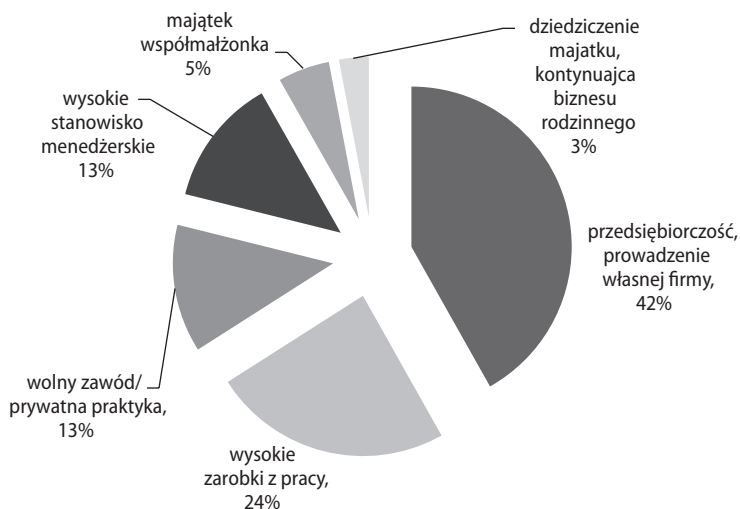
wysokich dochodów jako jednego ze źródeł zamożności będzie dotyczył stosunkowo dużej grupy Polaków.

Rysunek 3. Struktura polskiego segmentu zamożnych wg poziomu płynnych aktywów (2009–2010)



Źródło: K. Jasiński, J. Pietrzak, *Bogactwo w Polsce i Unii Europejskiej*, w: *Polacy we współczesnej Europie*, red. M. Jarosz, Instytut Studiów Politycznych PAN, Warszawa 2011, s. 200.

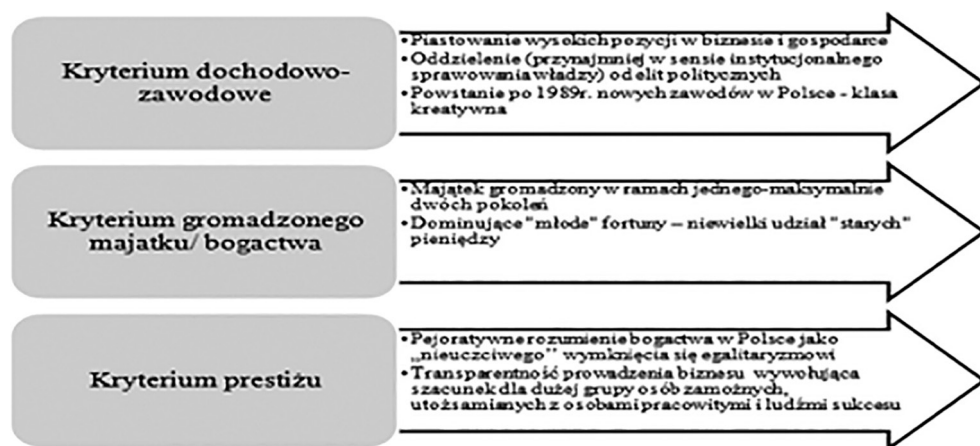
Rysunek 4. Źródła pochodzenia aktywów rzeczowych i finansowych



Źródło: J. Pietrzak, *Postawy i zachowania polskich klientów segmentu mass affluent*. Podają za: M. Bombol, *Kształtująca się polska klasa wyższa. Szkice ekonomiczno-społeczne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2012, s. 69.

Wyróżnikami klasy wyższej, do której należą osoby zamożne, najczęściej spotykanymi w literaturze są: elitarność, prestiż i luksus. Każdy z tych wyróżników operacyjnie jest trudny do zdefiniowania, np. na pytanie skierowane do jednego z respondentów badania, słynnego celebryty, czym jest dla Pana luksus, uzyskano odpowiedź: „to rodzaj zakupu, którego nie można ocenić racjonalnie, bo wówczas przestaje mieć sens”. M. Gdula i M. Sadura redefiniują koncepcję dystynkcji tworzenia klas społecznych francuskiego socjologa P. Bourdieu na rzecz uwzględnienia skrzyżowania trzech kryteriów (ekonomicznego, społecznego i kulturalnego) jako kryterium przynależności do jednej z trzech klas społecznych w Polsce (wyższej, średniej lub ludowej)¹⁰. Kryteria wyróżnienia trzech źródeł cech, pozwalających wyodrębnić grupę osób zamożnych, przedstawicieli klasy wyższej w Polsce zaproponowała M. Bombol (rysunek 5)¹¹.

Rysunek 5. Kryteria przynależności do klasy wyższej



Źródło: M. Bombol, *Kształtująca się polska klasa wyższa. Szkice ekonomiczno-społeczne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2012, s. 94.

W badaniu przedstawicieli polskiej klasy wyższej na przełomie lat 2011/2012, w którym wzięło udział 90 osób, przyjęto, że majątek powstał po 1989 r. (udział *old money* rzadko był początkowym kapitałem). Majątek osób zamożnych biorących udział w tym badaniu pochodził głównie z okresu przemian systemowych i okresu

¹⁰ *Style życia i porządek klasowy w Polsce*, red. M. Gdula, P. Sadura P., Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2012.

¹¹ M. Bombol, *Kształtująca się polska klasa wyższa. Szkice ekonomiczno-społeczne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2012, s. 94.

transformacji gospodarki. Grupa badawcza przedstawicieli klasy wyższej w Polsce została podzielona na trzy równoliczne grupy:

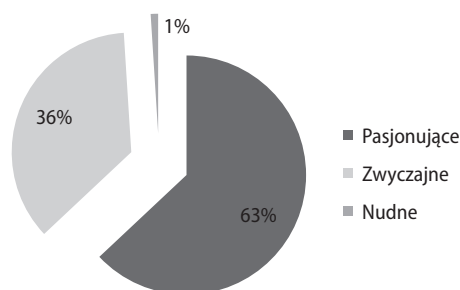
- 1) burżuazję kredytową – respondenci osiągający minimalny dochód miesięczny w wysokości 5 tys. zł; przynależność do tej subgrupy była również uzależniona od posiadania kredytu mieszkaniowego;
- 2) inteligencję etosową – osoby wykonujące zawody związane z nauką (naukowcy, wykładowcy akademicki, prawnicy, lekarze); respondenci należący do tej grupy osiągają dochód minimalny wynoszący 5 tys. zł, posiadają również majątek (często odziedziczony) w postaci domu, mieszkania lub samochodu;
- 3) biznesokrację – osoby należące do tej grupy to pokolenie sukcesu i bardzo ciężkiej pracy (np. menadżerowie, przedsiębiorcy, dyrektorzy, prezesi); minimalny miesięczny dochód netto w tej grupie to 20 tys. zł.

Osoby zamożne w najczęstszym tego słowa zrozumieniu to biznesokracja, na odpowiedzi przedstawicieli tej grupy zwrócono szczególną uwagę.

4. Przejawy kapitału intelektualnego osób zamożnych¹²

W wywiadach indywidualnych respondenci z najwyższej grupy dochodowej postrzegali siebie jako ludzi spełnionych, zadowolonych z siebie i swojego życia, co pozytywnie charakteryzuje atmosferę budowy kapitału intelektualnego (rysunek 6). Badane osoby zamożne „noszą w sobie” w przeważającej części przeświadczenie, że ich życie jest pasjonujące, byli zatem w dobrym nastroju i zadowoleni z życia.

Rysunek 6. Ocena własnego życia przez przedstawicieli klasy wyższej w Polsce (2011/2012)



Źródło: T. Słaby, *Quality of life of the emerging upper class in Poland*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2012, s. 94.

¹² Według wyników badania własnego 2011–2012.

Na postawione we wstępie pytanie o zasób już „posiadanego” kapitału ludzkiego przez osoby zamożne, przedstawicieli klasy wyższej w Polsce szukano w pracy odpowiedzi przez pryzmat cech identyfikacji zachowań definiujących zasób niematerialnych wartości określających kapitał intelektualny. M. Bombol zaliczyła do tych ocen wyznawany system wartości, relacje z innymi, styl życia i cechy osobowości (rysunek 7)¹³.

Rysunek 7. Wyróżniki psychospołeczne dla identyfikacji kapitału ludzkiego



Źródło: jak pod rys. 5, s. 124.

Odpowiedź będzie oparta na dokonanej w badaniu 2011/2012 diagnozie m.in. systemów wartości przedstawicieli klasy wyższej (osób zaliczanych do załączkowej klasy wyższej, a wśród nich zarówno przedsiębiorców – właścicieli, jak i pracowników o dochodach co najmniej 5 tys. zł/os. miesięcznie), wynikających z nich postaw wobec innych, normatywów zachowań oraz hierarchii ważności celów w życiu. Przedmiotem zainteresowania badawczego w kontekście kapitału intelektualnego był również ich styl życia, zainteresowania, sposób spędzania czasu wolnego. Cechy osobowości i preferencje stylu życia osób zamożnych są potencjalnym źródłem, a może nawet rdzeniem budowy kapitału ludzkiego, czyli szukano odpowiedzi na pytanie: Jaki jest świat wartości, relacje z innymi, styl życia i osobowość osób należących do grupy zamożnych Polaków, które stanowią klasę wyższą? Oczekiwane wyniki badania były pewną konfrontacją z często występującymi opiniami, że to świat ludzi żyjących w zamkniętym kręgu luksusowej konsumpcji. Czy jest to zatem świat „pusty”, czy też jest w nim potencjał kapitału ludzkiego?

¹³ M. Bombol, *Kształtująca się...*, op.cit., s. 124.

Rozwinięciem informacji, prezentowanej na rysunku 6, o pozytywnym nastawieniu do życia badanych osób były rozkłady częstości występowania różnych źródeł szczęścia, budujące zadowolenie z życia (tabela 1). W dużym stopniu kapitał ludzki w swoim pozytywnym oddziaływaniu na możliwości adaptacyjne innowacji, wiedzy oraz kreatywności zależy od oceny stopnia zadowolenia z życia i poczucia szczęścia.

Tabela 1. Rozkłady wariantów cechy „Źródła poczucia szczęścia” w trzech wyróżnionych grupach

Co powoduje, że czuje się Pan(i) szczęśliwy(a)?	Burżuazja kredytowa (w %)	Inteligencja etosowa (w %)	Biznesokracja (w %)	Ogółem (w %)
Posiadanie zabezpieczenia materialnego, nowoczesne technologiczne rzeczy	40	43	0	28
Życie takie, jakie lubię: doświadczam wielu pozytywnych emocji, czytam, chodzę do kina, teatru, spotykam przyjaznych ludzi. Nie mam wielu rzeczy materialnych	20	27	40	29
Żyję tak, jak lubię, bo mam wszystko	33	27	43	34
Inne powody	7	3	17	9

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania 2011/2012.

Wśród przedstawicieli biznesokracji, w porównaniu do dwóch innych grup osób stosunkowo najbardziej zamożnych, dominuje koncentracja zarówno na pracy, jak i na życiu wypełnionym wartościami duchowymi, co jest niewątpliwie źródłem kapitału ludzkiego.

Ważna poznawczo jest ocena postaw osób zamożnych w kontekście wpływu na kapitał ludzki, a konkretnie odpowiedź na pytanie, co decyduje o posiadaniu wielkich pieniędzy. Ponad 40% respondentów wskazało na znaczenie pracy jako czynnika decydującego o posiadaniu wielkich pieniędzy. Szczególną, ważną sferą życia jest po prostu praca; 76% osób zamożnych zaznaczyło pracę jako najważniejszą wartość w ich życiu; 75% stwierdziło, że praca nadaje życiu sens; 77% uważa, że ich praca zapewnia kapitał dzieciom, a 61% uważało pracę za możliwość rozwoju osobistego. Ambicja, aktywność, wysokie wymagania wobec siebie, uparte dążenie do celu, przekonanie, że przyszłość zależy od nich samych, silna wola i samokontrola, uczciwość i przyzwoitość („nikogo nie zdeptałem w imię wyżej pojętych celów”) to często spotykane w badaniu opinie.

Osoby bogate, szczególnie z grupy biznesokracja, często legitymowały się pomocą udzieloną innym osobom. Pomagali najczęściej rodzicom (50% wskazań), dzieciom (30%) i dziadkom (20%). Szczególną uwagę (poza wsparciem materialnym)

poświęcają dzieciom, zależy im na przekazaniu dzieciom odwagi i siły, aby umiały marzyć i realizować swoje plany. Mocno też podkreślano, że dzieciom nie można dać wszystkiego. Oczywiście starają się zapewnić im jak najlepsze wykształcenie.

W relacjach społecznych szczególne zadowolenie budzi w osobach zamożnych „posiadanie” przyjaciół. Większość z nich ma 4–6 oddanych przyjaciół, jednak w wywiadach jakościowych respondentów (z grona celebrytów) cechowała nieufność w stosunku do otoczenia. Nie wierzą do końca w dobre intencje innych ludzi, w zasadzie wierzą tylko członkom rodziny, z innymi ludźmi zachowują tzw. relacje towarzyskie. I tęsknią za przyjaźnią prawdziwą. Będąc na tzw. stanowisku, nie mogą być do końca sobą. Dla nich przyjaciel to osoba, przy której nie trzeba się kontrolować.

Jedną z ocen zasobu kapitału ludzkiego są działania społeczne i udział w społeczeństwie obywatelskim (tabela 2).

Tabela 2. Zaangażowanie w różne formy akcji pomocowych

Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy angażował(a) się Pan(i) w	Burżuazja kredytowa (w %)	Inteligencja etosowa (w %)	Biznesokracja (w %)	Ogółem (w %)
Akcie charytatywne	17	13	77	36
Podpisanie petycji	20	13	33	22
Działania na rzecz społeczności lokalnej	7	23	23	18

Źródło: jak pod tab. 1.

Działania filantropijne osób zamożnych są często negatywnie oceniane przez społeczeństwo. Osoby zamożne słyszą często, że w roli filantropa nie są bezinteresowne, chcą „ubić interes”, że chcą zagłuszyć sumienie, bo zapewne zdobyli majątek nieuczciwą drogą. Z wywiadów indywidualnych wynikało, że przedstawiciele biznesokracji dają na indywidualny cel i niechętnie się do tego przyznają. Raczej przelewają pieniądze anonimowo i nie chcą się kontaktować z ludźmi potrzebującymi.

Styl życia wyraża się zwykle w wielu sferach, w aspiracjach, w celach życia, w zakupach. Może być przejmowany od innych (naśladownictwo) lub kreowany z refleksją, uwagą i konsekwentnie. Współcześnie istnieje wielość stylów życia, ponieważ ludzie żyją w niezbyt zintegrowanych grupach, w szczególności dotyczy to osób zamożnych.

Źródłami inspiracji dla sposobów życia może być „własne ja” lub też wzory z otoczenia. Wśród respondentów, przedstawicieli osób zamożnych w Polsce zdecydowanie przeważały decyzje własne (rysunek 8).

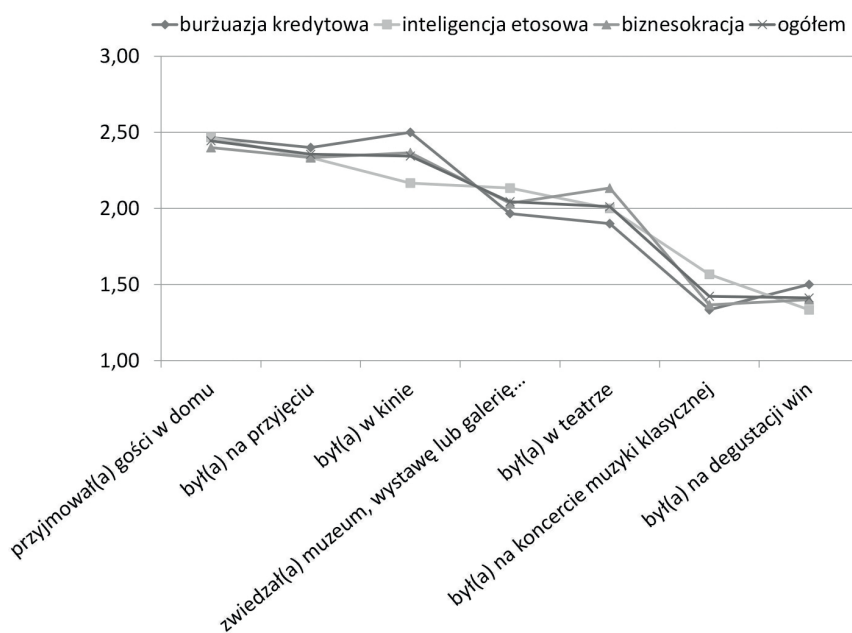
Rysunek 8. Źródła inspiracji osób zamożnych w Polsce (2011/2012)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania 2011/2012.

Na podstawie wyników badania ilościowego można było zauważyć, że czas wolny osób z grupy biznesokracja był bardzo silnie wypełniany czynnościami związanymi z pracą. Dzień był dobrze zorganizowany, weekendy często wypełniane pracą. Na skali ocen od 1 do 5 najczęściej wskazywano te czynności wykonywane w czasie wolnym, które potwierdzały, że czas wolny był często przedłużeniem życia zawodowego (rysunek 9).

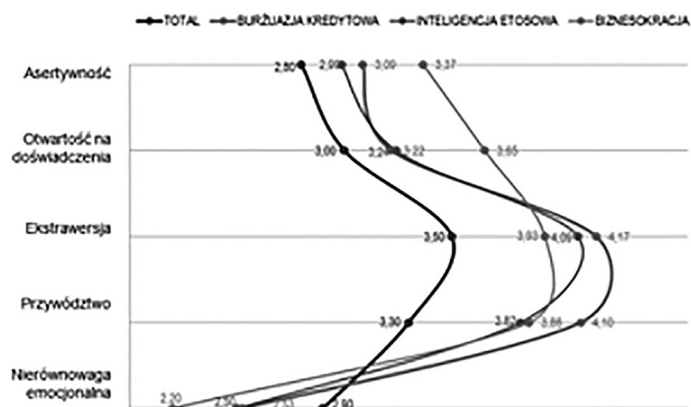
W budowie kapitału intelektualnego ważne zadanie mają cechy osobowości. Wśród badanych ogółem, podobnie jak wśród przedstawicieli wyróżnionych trzech grup, najczęściej występowali ekstrawertycy (najczęściej z grupy burżuazja kredytowa), a więc osoby towarzyskie, posiadające relatywnie wielu przyjaciół, potrzebujące impulsów z zewnątrz, działające bowiem pod wpływem sytuacji, w której się znajdują. Osoby te miały cechy przywódcze, ale były otwarte na doświadczenia. Wszyscy uważali się za osoby zrównoważone emocjonalnie. Niskie wskazania przypisano asertywności (m.in. niepoddawanie się naciskom i manipulacjom bliskich osób). Ilustrację graficzną tych ocen pokazano na rysunku 10.

Rysunek 9. Oceny struktury czynności w czasie wolnym



Źródło: jak pod rys. 8.

Rysunek 10. Cechy osobowości przedstawicieli klasy wyższej ogółem oraz w wybranych w grupach



Źródło: jak pod rys. 8.

Wpływ na samoocenę (pod względem cech osobowości, wyglądu i relacji z innymi) może mieć różnica między Ja-realnym (obraz własnej osoby) a Ja-idealnym (obraz pożądany). Ponieważ człowiek dąży do zachowania pozytywnego obrazu samego siebie, postępuje zwykle tak, aby być zaakceptowanym. W tabeli 3 zamieszczono średnie wskazania (na skali 1 do 5) samooceny realnej oraz pożądanej.

Tabela 3. Ja-realne versus Ja-idealne (średnie wskazania cech)

Cechy osobowości	Taki(a) jestem	Taki(a) chciał(a) bym być
Ambitny / Ambitna	4,33	4,53
Inteligentny / Inteligentna	4,37	4,82
Odważny / Odważna	4,06	4,66
Optymista / Optymistka	4,19	4,71
Sprytny / Sprytna	3,47	3,88
Przedsiębiorczy / Przedsiębiorcza	4,08	4,68
Pewny / Pewna siebie	4,04	4,62

Źródło: jak pod tab. 1.

Osoby zamożne z klasy wyższej nie są jeszcze gotowe, aby stwierdzić w samoocenie, że mogą już tylko „odcinać kupony”, co ma znaczenie dla dalszej budowy kapitału intelektualnego. Różnice między Ja-realnym a Ja-idealnym w odniesieniu do cech osobowości świadczą o tym, że respondenci, przedstawiciele osób zamożnych w Polsce, nie uważali, aby byli idealni. Jedynie w odniesieniu do oceny ambicji różnica była najmniejsza. Można dodać, że największy rozdźwięk między Ja-realnym a Ja-idealnym zaobserwowano wśród przedstawicieli biznesokracji. Można zatem optymistycznie zmierzać do podsumowania: jeżeli osoby zamożne nie uważają siebie za wystarczająco idealne, to ich dalsze działania, aby takimi się stać, mogą owocować większym natężeniem cech i działań, które mogą służyć wzrostem wskaźników, charakteryzujących kapitał ludzki.

5. Podsumowanie

Na podstawie wybranych wyróżników psychospołecznych kapitału ludzkiego osób zamożnych, przedstawicieli klasy wyższej w Polsce stwierdzono, że zasób tego kapitału jest duży. Wbrew wielu negatywnym opiniom społecznym osoby zamożne opierają sens swojego życia na etosie pracy, ich cechy osobowości predysponują do przedsiębiorczości, pomocy innym, filantropii. Są otwarci na impulsy z zewnątrz i kolejne doświadczenia. Jeszcze zauważają dystans do Ja-idealnego, jest zatem w nich duży potencjał twórczej kreatywności. Jeszcze wiele chcą „odrobić”. Osoby zamożne

są potencjalnym źródłem, a może nawet rdzeniem, budowy dalszych pokładów kapitału intelektualnego. Już posiadają oczywiste składowe kapitału: wykształcenie, majątek, odczuwają wysoki stopień zadowolenia z życia, jakość ich życia czyni ich „otwartymi, choć ostrożnymi **dawcami**”. Osoby zamożne w Polsce to niewątpliwie aktywa miękkie, decydujące o wartości przedsiębiorstwa i społeczeństwa. Można tę klasę społeczną zaliczyć do społeczeństwa obywatelskiego.

Bibliografia

1. *Badania polskiej klasy wyższej. Problemy, diagnozy, dylematy*, red. M. Bombol, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2012.
2. Bombol M., *Kształtująca się polska klasa wyższa. Szkice ekonomiczno-społeczne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2012.
3. Jasiński K., Pietrzak J., *Bogactwo w Polsce i Unii Europejskiej*, w: *Polacy we współczesnej Europie*, red. M. Jarosz, Instytut Studiów Politycznych PAN, Warszawa 2010.
4. *Kapitał ludzki w Polsce w 2010 r.*, GUS, Warszawa 2013.
5. Mróz B., *Konsument w globalnej gospodarce. Trzy perspektywy*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2013.
6. Niemierko B., *Jak mierzyć kapitał ludzki i kapitał społeczny. Edukacyjne perspektywy operacjonalizacji pojęć ekonomicznych*, Zeszyty Naukowe Akademii Marynarki Wojennej, Rok LII nr 4 (187) 2011.
7. Słaby T., *Quality of life of the emerging upper class in Poland*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2012.
8. *Style życia i porządek klasowy w Polsce*, red. M. Gdula, P. Sadura, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2012.
9. Węgrzycka M., *Powodzenie ekonomiczne – cel czy instrument rozwoju jednostki*, w: *Etyczny wymiar przekształceń gospodarczych w Polsce*, red. A. Węgrzycki, Oficyna Cracovia, Kraków 1996.
10. www.diagnoza.com/pliki/raporty/Diagnoza_raport_2011.pdf, s. 101.
11. www.kpmg.com/pl/pl/issuesandinsights/articlespublications/strony/raport-kpmg-rynek-dobr-luksusowych-w-polsce-edycja-2012.aspx.
12. www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/OZ_Kapital_ludzki_w_Polsce_2010.pdf.

Agnieszka Sopińska

Kolegium Zarządzania i Finansów

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Cechy i determinanty rozwoju gospodarki opartej na wiedzy (GOW). Poziom rozwoju GOW w Polsce w świetle wybranych parametrów

1. Wprowadzenie

Zgodnie z definicją zaproponowaną przez OECD w roku 1996, gospodarka oparta na wiedzy (określana też mianem: nowej gospodarki, gospodarki sieciowej lub gospodarki cyfrowej) to gospodarka „bezpośrednio bazująca na produkcji, dystrybucji i użyciu wiedzy oraz informacji”¹. Z kolei późniejsza definicja OECD i Banku Światowego z roku 2001 określa gospodarkę opartą na wiedzy (GOW) jako taką, „gdzie wiedza jest tworzona, zdobywana, transmitowana i użyta efektywnie przez przedsiębiorstwa, organizacje, jednostki i wspólnoty. GOW nie jest wąsko skupiona na przemysłach zaawansowanych technologii lub technologiach teleinformatycznych, ale raczej prezentuje ramy dla analizowania zakresu opcji politycznych w edukacji, infrastrukturze informacyjnej i systemach innowacji, które mogą pomóc zapoczątkować gospodarkę wiedzy”². GOW definiowana jest także jako gospodarka, w której przedsiębiorstwa opierają swoją przewagę konkurencyjną na wiedzy, zaś jej

¹ *The Knowledge-based Economy*, OECD, Paris 1996, s. 7–8.

² *Korea and the Knowledge-based Economy. Making the Transition*, OECD and World Bank Institute, Paris 2001, s. 12.

budowanie odbywa się poprzez „tworzenie warunków sprzyjających powstawaniu i sukcesowi przedsiębiorstw opierających przewagę konkurencyjną na wiedzy”³.

Niezależnie od przyjętej definicji warunkiem koniecznym dla tworzenia GOW jest efektywne użycie wiedzy. Wiedza sama w sobie nie posiada wartości ekonomicznej. Dopiero jej wykorzystanie, najczęściej w postaci innowacji, daje podstawy rozwoju gospodarki opartej na wiedzy. Celem artykułu jest znalezienie odpowiedzi na następujące pytania: Czy wysoka efektywność wykorzystania wiedzy to jedyna charakterystyka GOW? Jakimi innymi cechami charakteryzuje się GOW w stosunku do tradycyjnej, przemysłowej gospodarki? Co decyduje o poziomie rozwoju GOW i jakimi parametrami można go mierzyć? Jaki jest poziom rozwoju GOW w Polsce na tle innych krajów?

2. Cechy gospodarki opartej na wiedzy (GOW)

Cechy GOW najczęściej są rozpatrywane przez pryzmat innowacyjności lub rozwoju technologii. Rozpatrując GOW przez pryzmat fal narastających innowacji J. Schumpetera, można stwierdzić, iż jest ona charakterystyczna dla piątej (ostatniej) fali innowacji, zapoczątkowanej szybkim rozwojem sieci cyfrowych i Internetu oraz pojawieniem się nowych produktów i usług związanych z technologiami bazującymi na rozwoju wiedzy (rysunek 1). Rozwój Internetu zminimalizował czas przepływu informacji oraz sprawił, że bariera odległości w kontaktach biznesowych przestała być istotnym problemem, co pozwoliło diametralnie zwiększyć możliwości kreacji, wykorzystania i komercjalizacji wiedzy.

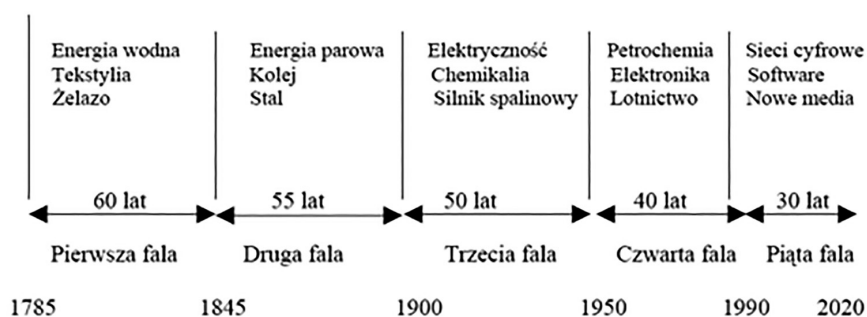
Istota GOW może też być rozpatrywana przez pryzmat koncepcji rozwoju technologii A. Tofflera. Zgodnie z tą koncepcją, GOW reprezentuje III falę gospodarczą w dziejach ludzkości – tzw. falę poprzemysłową (po agrarnej i przemysłowej). Fala ta charakteryzuje się wdrażaniem na masową skalę nowych technologii informatycznych i komunikacyjnych, które dają nieograniczone wręcz możliwości kontaktowania się ludzi ze sobą oraz transferu informacji⁴. W gospodarce industrialnej czynnikami decydującymi o rozwoju gospodarczym były przede wszystkim surowce, siła robocza (jak najtańsza), dobra infrastruktura techniczna i organizacja oraz sprawnie funkcjonujący transport. Ekonomia koncentrowała się m.in. na opisywaniu i udoskonalaniu procesu przetwarzania jednych dóbr materialnych

³ *Rozwój polskiej gospodarki – perspektywy i uwarunkowania*, red. G.W. Kołodko, WSPiZ im. L. Koźmińskiego, Warszawa 2002, s. 155.

⁴ A. Toffler, *Trzecia fala*, Wyd. Kurpisz S.A., Poznań 2006, s. 61–63.

w inne (nowe) dobra. W gospodarce poprzemysłowej wymienione czynniki rozwoju gospodarczego są sukcesywnie zastępowane przez nowe, którymi stają się wysoko wykwalifikowani pracownicy, uczelnie wyższe i ośrodki badawcze, infrastruktura informatyczna, a także tworzone przez władze państwowe warunki sprzyjające budowie oraz rozwojowi nowej gospodarki. W gospodarce poprzemysłowej kluczowe i coraz większe znaczenie ma intelekt ludzki, pozwalający przekształcić informację w wiedzę, a tę w innowacje. Dzieje się tak dzięki rewolucji technologicznej związanej z powstałymi technologiami informatycznymi i komunikacyjnymi, kształtowaniem się gospodarki globalnej oraz na skutek coraz ściślejszego związku współczesnej gospodarki z nauką i jej najnowszymi osiągnięciami. Równoczesny rozwój technologii w rozumieniu gospodarczym oraz rozwój sfery społecznej pozwala realizować skuteczną politykę technologiczną i innowacyjną, w której nacisk położony jest zarówno na przygotowywanie wykwalifikowanych kadr dla nowej gospodarki, jak i na nowe rozwiązania organizacyjne, nowe sposoby zarządzania oraz związane z nimi instytucje⁵. W ten sposób tworzy się nie tylko gospodarka poprzemysłowa, ale także społeczeństwo postindustrialne, nazywane społeczeństwem informacyjnym. Dopiero takie całościowe ujęcie pozwala rozwijać GOW.

Rysunek 1. Gospodarka oparta na wiedzy jako efekt piątej fali narastania innowacji



Źródło: *Gospodarka oparta na wiedzy jako wyzwanie dla Polski XXI wieku*, red. A. Kukliński, KBN, Warszawa 2001, s. 14.

Cechy GOW można rozpatrywać przez pryzmat trzech perspektyw: całej gospodarki, przedsiębiorstwa oraz pojedynczego człowieka. Zestawienie cech GOW na tle tradycyjnej, przemysłowej gospodarki w trzech powyższych perspektywach zaprezentowano w tabeli 1.

⁵ *Gospodarka oparta na wiedzy – wyzwanie dla Polski XXI wieku*, red. A. Kukliński, KBN, Warszawa 2001, s. 49.

Tabela 1. Cechy GOW na tle gospodarki przemysłowej

Cechy	Charakterystyka dla gospodarki przemysłowej	Charakterystyka dla GOW
Perspektywa makroekonomiczna		
Otoczenie, rynek	Wysoka stabilność	Wysoka zmienność
Zakres konkurencji	Narodowy	Globalny
Dominująca forma organizacyjna	Hierarchiczna, biurokratyczna, liniowa	Płaska, sieciowa
Relacje rząd – biznes	Narzucanie regulacji	Tworzenie warunków dla wzrostu
Regulacje	Zarządzanie i wysoki stopień kontroli operacyjnej	Narzędzia rynkowe, promowanie elastyczności
Cele polityki rynku pracy	Pełne zatrudnienie	Zwiększenie zakresu wykorzystania siły roboczej i podniesienie jej produktywności
Perspektywa mikroekonomiczna		
Organizacja produkcji	Produkcja masowa	Elastyczne systemy produkcji
Czynniki wzrostu	Inwestycje w kapitał materialny Praca	Wysoka innowacyjność Wiedza
Dominująca technologia	Mechanizacja	Digitalizacja
Źródła przewag konkurencyjnych	Obniżka kosztów w wyniku wykorzystania efektów skali	Innowacyjność, jakość, innowacje organizacyjne
Znaczenie sfery B&R	Niskie lub umiarkowane	Wysokie
Dominujące relacje z innymi podmiotami	Samodzielność	Wysoki zakres kooperacji, alianse, współpraca
Perspektywa pracownika		
Zakres wymaganych umiejętności	Ograniczony; wymagana specjalizacja	Szerokie umiejętności; wymagany trening wieloaspektowy
Przebieg edukacji	Skończony – duże znaczenie formalnego wykształcenia	Proces ciągłego uczenia się
Regulacje rynku pracy i zarządzania pracą	Zarządzanie konfliktem	Zarządzenie współpracą
Natura zatrudnienia	Wysoka stabilność	Wyższy poziom ryzyka; duża zmienność zatrudnienia

Źródło: opracowanie własne na podstawie: <http://www.instytut.info/Vkonf/site/referaty>.

Wszystkie powyżej zaprezentowane cechy GOW można sprowadzić do jednej zasadniczej. Jest nią **umiejętność przetwarzania informacji w wiedzę, która jest następnie wykorzystywana w zastosowaniach praktycznych w postaci innowacji**. Tworzenie GOW uwidacznia się przede wszystkim we wzroście przewagi konku-

rencyjnej przedsiębiorstw, państw i regionów specjalizujących się w wytwarzaniu produktów wysoko przetworzonych oraz zaawansowanych technologicznie. Cechami charakterystycznymi GOW są także: akceleracja (przyspieszenie) tworzenia wiedzy, wzrost tworzenia kapitału niematerialnego, priorytetowo traktowana innowacyjność oraz rewolucja w zasobach wiedzy⁶.

Reasumując, można stwierdzić, że GOW reprezentuje fundamentalne odejście od narodowej, korporacyjnej gospodarki opierającej się na masowej produkcji dóbr, która dominowała od końca lat 40. do końca lat 70. XX wieku. GOW stanowi globalną, opartą na wiedzy oraz przedsiębiorczości gospodarkę, w której kluczowymi czynnikami sukcesu staje się zakres, w jakim wiedza, technologia i innowacja są zakorzenione w produktach i usługach⁷.

3. Determinanty rozwoju GOW

Głównymi determinantami wpływającymi na możliwości rozwoju GOW są:

- ilość i jakość kapitału ludzkiego,
- poziom rozwoju wyższych uczelni i instytucji naukowo-badawczych,
- sprawnie działające instytucje finansowe i kredytowe,
- poziom infrastruktury teleinformatycznej.

Kapitał ludzki jest siłą sprawczą powstawania i dystrybucji wiedzy w GOW. Sprawna dyfuzja wiedzy za sprawą kapitału ludzkiego między różnymi gałęziami to podstawa szybkiego rozwoju całej gospodarki. Im większa ilość i jakość kapitału intelektualnego, tym większa zdolność do wytwarzania wartości ekonomicznej w gospodarce. Bez rozwoju kapitału ludzkiego, rozumianego jako: zespół wrodzonych i nabytych „cech populacji, które mają wartość i mogą być wzbogacane za pomocą odpowiedniego inwestowania”⁸, trudno mówić o rozwoju GOW. Ilość kapitału ludzkiego danej gospodarki zależy od sytuacji demograficznej kraju, a dokładniej liczby osób zawodowo czynnych, natomiast jakość zależy od wykształcenia, doświadczenia i umiejętności. Najistotniejsze działania mające na celu podnoszenie jakości kapitału ludzkiego dotyczą szeroko rozumianej edukacji, przy czym proces

⁶ *Innowacyjny jednolity rynek – wyzwaniem dla wymiaru gospodarczego Unii Europejskiej*, Urząd Komitetu Integracji Europejskiej, Warszawa 2007, s. 79–80.

⁷ R.D. Atkinson, D.K. Correa, *The 2007 State New Economy Index. Benchmarking Economic Transformation in the States*, Kauffman Foundation, The Information Technology and Innovation Foundation, February 2007, s. 3–4.

⁸ J. Fitz-Enz, *Rentowność inwestycji w kapitał ludzki*, Oficyna Ekonomiczna – Dom Wydawniczy ABC, Kraków 2001, s. 9.

uczenia się jednostki w GOW przeciąga się na całe jej życie. Inwestowanie w rozwój kapitału ludzkiego oznacza wzrost potencjalnych możliwości rozwoju GOW, bowiem pracownicy o wysokich kwalifikacjach zawodowych opartych na rzetelnym wykształceniu, dobrze znający techniki informatyczne, znający biegle języki obce, mobilni oraz mający motywację do twórczego i efektywnego działania na rzecz gospodarki są podstawą GOW.

Do głównych działań zapewniających rozwój kapitału ludzkiego można zaliczyć wzrost wydatków związany z: szeroko rozumianymi usługami i udogodnieniami w ochronie zdrowia, szkoleniami na różnych poziomach, migracją ludzi w celu znalezienia pracy, możliwością dostosowania do zmieniających się warunków otoczenia, poszukiwaniem informacji o sytuacji ekonomicznej firm i perspektywach zarobkowych, poradnictwem zawodowym oraz badaniami naukowymi, w wyniku których poszerza się wiedzę i możliwości jej zastosowania⁹.

Dostawcami wiedzy w GOW są **wyższe uczelnie oraz instytucje naukowo-badawcze**. To one przyczyniają się do tworzenia klimatu sprzyjającego postępowi technicznemu oraz wzrostowi innowacyjności. Warunkiem koniecznym dla zbudowania GOW jest ściśle powiązanie sektora naukowo-badawczego z przedsiębiorstwami. Dzięki temu zasoby wiedzy dostarczane przez infrastrukturę naukowo-badawczą mogą być efektywnie wykorzystane. Rozpowszechnianie wiedzy naukowej uzależnione jest od jej charakteru (cicha czy skodyfikowana) oraz praw własności do niej (publiczna czy prywatna). Dyfuzja wiedzy może odbywać się za pośrednictwem różnego rodzaju publikacji, raportów, artykułów naukowych, materiałów konferencyjnych i książek, odczytów, nauczania i dyskusji, a także w postaci patentów.

Kolejną determinantą rozwoju GOW są sprawnie działające **instytucje finansowe i kredytujące**, które dostarczają kapitał dla przedsięwzięć gospodarczych wysokiego ryzyka (tzw. venture capital) charakterystycznych w GOW. W gospodarce opartej na wiedzy powstaje wiele projektów, które mogą być zamienione w bardzo opłacalne przedsięwzięcia, ale do ich realizacji potrzebne są środki finansowe. Ze względu na brak możliwości samofinansowania tworzonych projektów niezbędne staje się poszukiwanie kapitału zewnętrznego. Uzyskanie kredytu bankowego jest utrudnione i stanowi istotną barierę w rozwoju przedsiębiorczości, szczególnie w odniesieniu do projektów, których realizacja obarczona jest wysokim ryzykiem. Rozwiązaniem powyższego problemu jest kredytowanie w zamian za partycypację w zyskach z przedsięwzięcia bądź nabycie części udziałów.

⁹ S. Marciniak, L. Białoń, C. Pietras, T. Obrębski, *Perspektywy kapitału ludzkiego jako czynnika wzrostu gospodarczego Polski*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2002, s. 14.

Ostatnią z determinant rozwoju GOW, bez której przepływ wiedzy byłby znacznie utrudniony, jest **poziom infrastruktury teleinformatycznej**, obejmujący technologie informatyczne i komunikacyjne (ICT), a także sposoby ich przyswajania przez społeczeństwo i podmioty gospodarcze. Dominujące znaczenie ma rozwój Internetu, dzięki któremu możliwa jest nieograniczona wymiana informacji. Internet upowszechnia wiedzę oraz usprawnia łączność pomiędzy instytucjami naukowymi a badawczymi stanowiącymi źródło pomysłów dla GOW.

Należy podkreślić, iż wszystkie wyżej wymienione sfery oddziałują na siebie i przyczyniają się do rozwoju GOW. Natomiast zaniedbania w którejś ze sfer stanowią podstawowe bariery w budowie GOW.

4. Poziom rozwój GOW w Polsce w świetle wybranych parametrów

Do oceny poziomu rozwoju GOW stosuje się wiele parametrów. Część z nich dotyczy oceny cząstkowych determinant rozwoju GOW (np. wskaźnik KI, wskaźnik GERD/PKB, wskaźnik liczby patentów, wskaźnik cytowań publikacji), natomiast inne skupiają się na efektach rozwoju GOW w postaci oceny poziomu innowacyjności danej gospodarki. Z racji ograniczonej objętości artykułu poziom rozwoju GOW w Polsce zostanie omówiony w świetle wybranych parametrów.

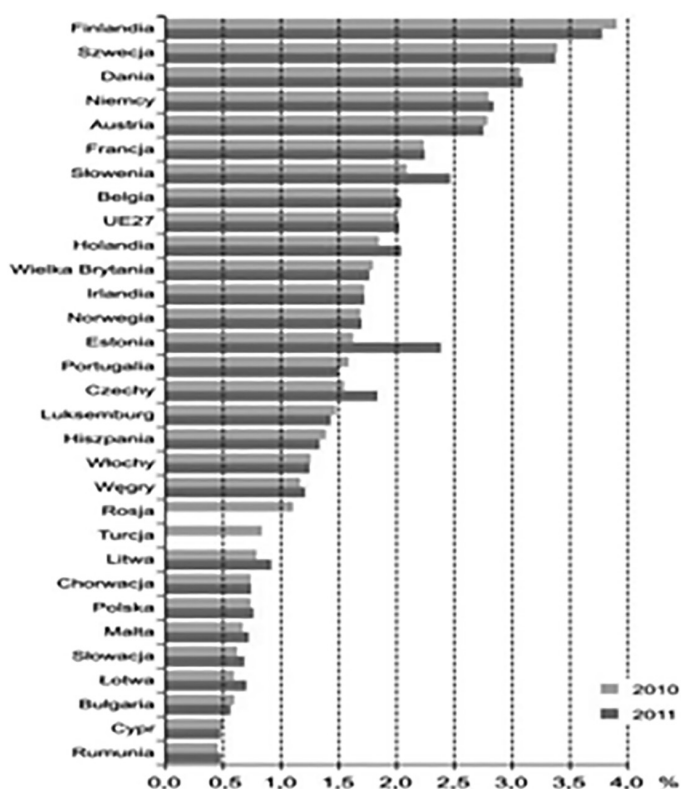
Jednym z wyznaczników rozwoju GOW jest wskaźnik kapitału intelektualnego (KI) liczony dla państw/narodów. Pionierami w jego szacowaniu są: Szwecja (od 1999 r.), Izrael (od 2000 r.), Tajwan (od 2003 r.) oraz kraje Półwyspu Arabskiego (od 2004 r.). W roku 2008 próbę jego oszacowania podjęła także grupa polskich specjalistów, działających na zlecenie Zespołu Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów. Powstały w wyniku jej pracy „Raport o Kapitale Intelektualnym Polski”¹⁰ obejmował opis 117 cząstkowych wskaźników z obszaru: kapitału ludzkiego, społecznego, strukturalnego i relacyjnego, składających się na indeks KI Polski w ujęciu generacyjnym (osobno dla każdej z grup pokoleniowych: pokolenia dzieci i młodzieży, pokolenia studentów, pokolenia dorosłych, pokolenia seniorów). Wyniki, jakie uzyskano, wyraźnie wskazują na niski lub wręcz bardzo niski poziom KI Polski na tle analizowanych 16 krajów europejskich: 13 miejsce w rankingu dla pokolenia dzieci i młodzieży; 13 miejsce dla pokolenia studentów; 14 miejsce dla pokolenia dorosłych; oraz 16 miejsce dla pokolenia seniorów¹¹. Z raportu wynika, że przyczyn niskiego

¹⁰ www.zds.kprm.gov.pl/przegladaj-raport-o-kapitale-intelektualnym.

¹¹ Ibidem, s. 6.

poziomu indeksu KI liczonego dla pokolenia dzieci i młodzieży należy upatrywać w nierównym starcie życiowym najmłodszych (m.in. najniższym udziale 3–5-latków w edukacji) oraz niskiej jakości i ograniczonego dostępu do kształcenia dzieci (m.in. szkoły nie rozwijają kompetencji poznawczych związanych z matematyką i naukami przyrodniczymi). Daleka lokata Polski w rankingu indeksu KI dla pokolenia studentów to efekt braku przełożenia ilościowego boomu akademickiego na wymiar jakościowy, niedostatecznego poziomu współpracy międzynarodowej uczelni oraz niedostosowania szkolnictwa wyższego do potrzeb rynku. Z kolei na niesatysfakcjonujący poziom indeksu KI dorosłych ma przede wszystkim wpływ bierność w pozyskiwaniu wiedzy, brak motywacji do pracy, niekorzystne środowisko biznesowe, a także niewystarczające wykorzystanie technologii IT. Niska aktywność zawodowa, bierność edukacyjna i społeczna oraz relatywnie gorszy stan zdrowia sprawiają, że indeks KI liczony dla pokolenia seniorów stawia nasz kraj na ostatniej pozycji.

Rysunek 2. Wskaźnik GERD/PKB w Polsce i w UE w latach 2010–2011



Źródło: *Nauka i technika w Polsce w 2011 roku*, GUS, Warszawa 2012, s. 50.

Kolejnym dobrym miernikiem rozwoju GOW jest wskaźnik wysokości wydatków na działalność badawczo-rozwojową ponoszonych przez dany kraj. Polska przeznacz relatywnie niewielkie środki na działalność badawczo-rozwojową. W roku 2011 wydatki te osiągnęły nieco ponad 11,6 miliardów złotych¹². Wskaźnik GERD/PKB wyniósł w tym okresie zaledwie 0,77%, co uplasowało Polskę na 21 miejscu w UE. Dla porównania średni wskaźnik GERD/PKB dla krajów UE wynosił w tym okresie 2,03% (rysunek 2).

Rozwój GOW jest możliwy dzięki odpowiednim nakładom na B&R. W Polsce dużym problemem jest nie tylko sama wielkość wydatków na B&R (w 2011 r. wskaźnik GERD/PKB wynosił 0,77%), ale także struktura źródeł finansowania wydatków na B&R. Głównym źródłem finansowania sfery badawczo-rozwojowej jest budżet państwa (55,8% w 2011 r.). Z kolei nakłady na działalność badawczo-rozwojową ponoszone przez przedsiębiorstwa są bardzo niskie i pozostają od lat na tym samym poziomie. W 2009 r. wynosiły one zaledwie 0,18% PKB, podczas gdy średnia dla 27 krajów UE dla tego okresu to 1,05%. Dla porównania w Izraelu nakłady stanowiły 3,8%, w Finlandii 2,7%, a w Japonii 2,69% PKB.

Tabela 2. Liczba wniosków patentowych w odniesieniu do liczby mieszkańców i wielkość nakładów na B&R w Polsce i wybranych krajach

	Łączna liczba wniosków patentowych złożonych do EPO na milion mieszkańców (1996-2007, średnia roczna)	Łączna liczba wniosków patentowych złożonych do EPO na miliard całkowitych wydatków na B+R (1996-2007, średnia roczna)
Polska	2,05	57,3
Włochy	70,8	265,4
Wielka Brytania	89,6	167,1
Finlandia	241,9	262,3
Austria	155,4	168,1
Szwajcaria	368,9	127,6
Niemcy	257,2	288,9
USA	105,7	124,8
UE27	102,6	295,1

Źródło: J. Wolszczak-Derlacz, A. Parteka, *Produktywność naukowa wyższych szkół publicznych w Polsce*, E&Y, Warszawa 2011, s. 30.

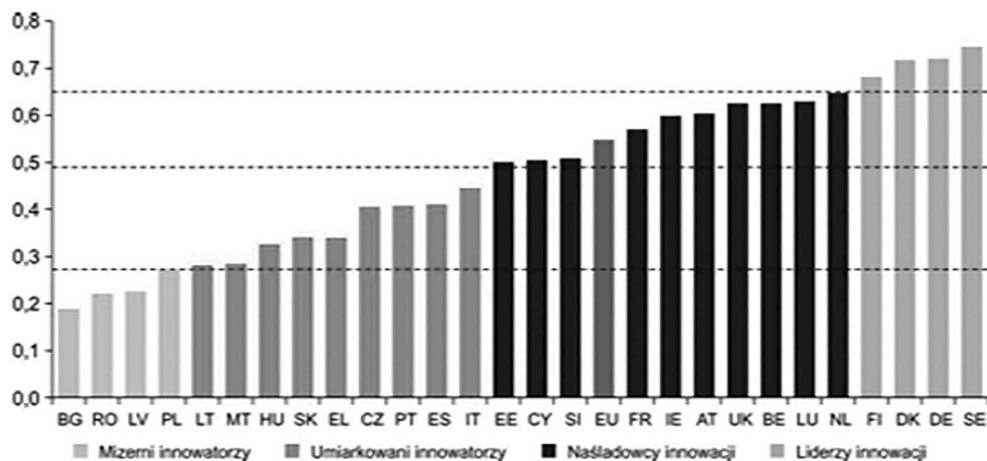
¹² *Nauka i technika w Polsce w 2011 roku*, GUS, Warszawa 2012.

Dodatkowo, większość prac badawczych nie podlega komercjalizacji, o czym może świadczyć niski wskaźnik patentowy polskich przedsiębiorstw. Średnia liczba składanych wniosków dla Polski jest 50 razy niższa od średniej w krajach UE i USA (tabela 2).

Również wskaźnik cytowań polskich publikacji jest bardzo niski. Co prawda w latach 2000–2010 liczba publikacji naukowych polskich uczonych wzrosła prawie dwukrotnie, ale odsetek publikacji znajdujących się wśród 10% najczęściej cytowanych pozostał na niezmiennym poziomie ok. 0,05%.

Innym, powszechnie stosowanym parametrem opisującym poziom rozwoju GOW jest wskaźnik innowacyjności danej gospodarki. Niestety Polska od lat plasuje się w grupie krajów o najniższym poziomie innowacyjności w Europie. Według cyklicznego raportu Innovation Union Scoreboard za rok 2013¹³, który ma za zadanie monitorować wdrażanie inicjatywy flagowej „Unia Innowacji”, nasz kraj znajduje się na czwartym miejscu od końca, w grupie krajów, których skumulowany wskaźnik innowacyjności jest na poziomie 50% i mniej średniej dla całej UE. W grupie tej znalazły się jeszcze Bułgaria, Rumunia oraz Litwa. Dodatkowo pozycja naszego kraju w porównaniu do zestawień z lat ubiegłych pogorszyła się, czego konsekwencją było przejście z grupy umiarkowanych innowatorów do grupy krajów najmniej innowacyjnych (rysunek 3).

Rysunek 3. Innowacyjność Polski na tle Europy, USA i Japonii



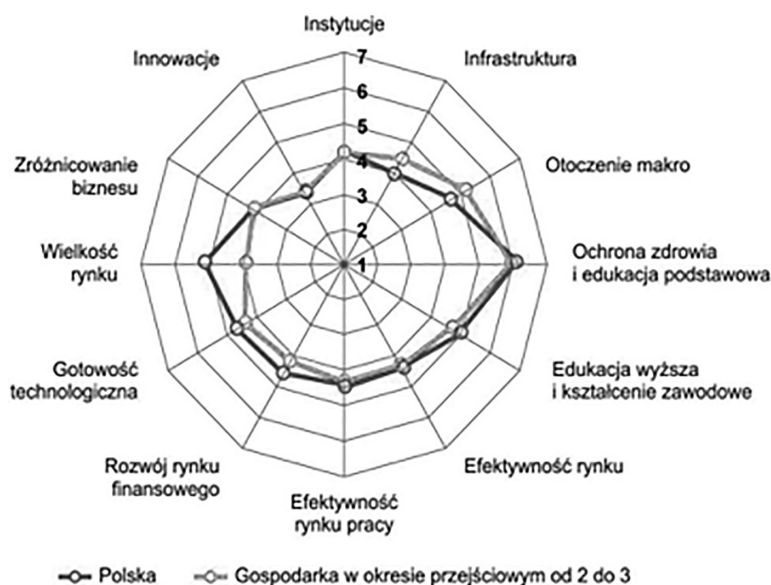
Źródło: *Innovation Union Scoreboard 2013*, European Commission, Enterprise and Industry Directorate General, Brussels 2013, s. 5.

¹³ *Innovation Union Scoreboard 2013*, European Commission, Enterprise and Industry Directorate General, Brussels 2013.

Warto zaznaczyć, że zaprezentowany powyżej wskaźnik innowacyjności ma postać zagregowaną, został bowiem opracowany na podstawie 25 wskaźników cząstkowych w trzech obszarach: potencjału danego kraju do wytwarzania innowacji, aktywności sektora przedsiębiorstw w obszarze B+R i innowacji oraz wyników działalności B&R i innowacyjnej.

Pośrednią miarą oceny poziomu rozwoju GOW może być też Global Competitiveness Index (GCI), ranking publikowany corocznie przez World Economic Forum¹⁴. Ranking ten dzieli kraje na trzy podstawowe i dwie dodatkowe kategorie, według stadium rozwoju gospodarczego. Kraje najmniej rozwinięte, znajdujące się w fazie 1, zorientowane są na czynniki; kraje z fazy 2 są zorientowane wydajnościowo; natomiast kraje z fazy 3 – zorientowane na innowacje. Dodatkowo wyróżnia się dwie podgrupy dla krajów, które uplasowały się w fazach przejściowych pomiędzy: 1 a 2 oraz 2 a 3. Według powyższego rankingu Polska znajduje się w fazie przejściowej pomiędzy fazą 2 a 3, na 41 miejscu (na 144 oceniane kraje) i ma tendencję spadkową (w zestawieniu za lata 2010–2011 nasz kraj zajmował 39 miejsce). W roku 2012 zagregowany wskaźnik osiągnął zaledwie 3,3 pkt. na 7 możliwych do uzyskania (rysunek 4).

Rysunek 4. Pozycja Polski w rankingu Global Competitiveness Index 2012–2013



Źródło: *The Global Competitiveness Report 2012–2013*, red. K. Schwab, World Economic Forum, Geneva 2013, s. 294.

¹⁴ *The Global Competitiveness Report 2012–2013*, red. K. Schwab, World Economic Forum, Geneva 2013.

Zaprezentowane powyżej parametry wyraźnie wskazują na niski poziom rozwoju GOW w Polsce. Na taki stan rzeczy może mieć wpływ m.in. niekorzystna struktura przedsiębiorczości. Według Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w roku 2011 99,8% działających firm były to MŚP. Przedsiębiorstwa te co prawda wytwarzają prawie 30% PKB, ale ich nakłady na innowacje są znikome. Niepokojący jest również fakt, iż polskie przedsiębiorstwa charakteryzują się najniższym wskaźnikiem przeżywalności w całej Unii Europejskiej, co także nie sprzyja prowadzeniu działalności innowacyjnej. Według danych Eurostat odsetek podmiotów prowadzących działalność innowacyjną w Polsce wynosi około 20%.

5. Podsumowanie

Przedstawione powyżej wybrane parametry charakteryzujące poziom rozwoju GOW wyraźnie wskazują na niedostatki naszego kraju w procesie jej budowy. W tej sytuacji niezbędne wydaje się podjęcie starań mających na celu zmianę niekorzystnego stanu. Do głównych działań mających na celu podniesienie poziomu rozwoju GOW w Polsce można zaliczyć:

- wzrost nakładów i wprowadzenie nowych zasad finansowania nauki,
- ukierunkowanie szkolnictwa na potrzeby rynku pracy,
- usprawnienie komunikacji między nauką a przemysłem,
- podniesienie jakości prawa, procedur i infrastruktury dla biznesu,
- rozwój miejsc pracy o wysokiej wartości dodanej,
- aktywizację zawodową społeczeństwa,
- wzrost zaufania w relacjach państwo – obywatel.

Realizacja powyższych działań pozwoli osiągnąć synergię pomiędzy światem nauki a światem biznesu, co będzie miało bezpośrednie przełożenie na zwiększenie innowacyjności przedsiębiorstw oraz wzrost konkurencyjności polskiej nauki.

Bibliografia

1. Atkinson R.D., Correa D.K., *The 2007 State New Economy Index. Benchmarking Economic Transformation in the States*, Kauffman Foundation, The Information Technology and Innovation Foundation, February 2007.
2. Fitz-Enz J., *Rentowność inwestycji w kapitał ludzki*, Oficyna Ekonomiczna – Dom Wydawniczy ABC, Kraków 2001.

3. *Gospodarka oparta na wiedzy – wyzwanie dla Polski XXI wieku*, red. A. Kukliński, KBN, Warszawa 2001.
4. *Innovation Union Scoreboard 2013*, European Commission, Enterprise and Industry Directorate General, Brussels 2013.
5. *Innowacyjny jednolity rynek – wyzwaniem dla wymiaru gospodarczego Unii Europejskiej*, Urząd Komitetu Integracji Europejskiej, Warszawa 2007.
6. *Korea and the Knowledge-based Economy. Making the Transition*, OECD and World Bank Institute, Paris 2001.
7. Kukliński A., *O nowym modelu polityki regionalnej*, Studia Regionalne i Lokalne 2003, nr 4 (14).
8. Marciniak S., Białoń L., Pietras C., Obrębski T., *Perspektywy kapitału ludzkiego jako czynnika wzrostu gospodarczego Polski*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2002.
9. *Nauka i technika w Polsce w 2011 roku*, GUS, Warszawa 2012.
10. *Rozwój polskiej gospodarki – perspektywy i uwarunkowania*, red. G.W. Kołodko, WSPiZ. im. L. Koźmińskiego, Warszawa 2002.
11. *The Knowledge-based Economy*, OECD, Paris 1996.
12. Toffler A., *Trzecia fala*, Wyd. Kurpisz S.A., Poznań 2006.
13. *The Global Competitiveness Report 2012–2013*, red. K. Schwab, World Economic Forum, Geneva 2013.
14. Wolszczak-Derlacz J., Parteka A., *Produktywność naukowa wyższych szkół publicznych w Polsce*, E&Y, Warszawa 2011.
15. www.instytut.info/Vkonf/site/referaty.
16. www.zds.kprm.gov.pl/przegladaaj-raport-o-kapitale-intelektualnym.

Płynność finansowa wybranych sektorów gospodarki polskiej w latach 2002–2010

1. Wprowadzenie

Płynność finansowa to stan, w którym przedsiębiorstwo, sterując strumieniami wpływających do niego i wypływających środków pieniężnych, jest zdolne do bieżącego regulowania swoich najbardziej wymagalnych zobowiązań. Dychotomiczność płynności finansowej to maksymalizacja **efektywności ekonomicznej**, czyli wykorzystania posiadanych przez przedsiębiorstwo zasobów, oraz gotowość na pokrywanie **niespodziewanych wydatków** i umiejętność przystosowania się do zmian zachodzących w otoczeniu.

Największym zagrożeniem dla prowadzonej bieżącej działalności gospodarczej jest ryzyko związane z niewystarczającą płynnością finansową, które poprzez zaleganie z płatnościami może doprowadzić do utraty wizerunku przedsiębiorstwa, pogorszenia warunków współpracy z kooperantami a nawet do jego **upadłości**. Zważywszy na powszechny udział finansowania bankowego w pasywach warto podkreślić, że nawet drobne problemy płynnościowe firmy mogą wpłynąć na pogorszenie się jej relacji z kredytodawcami, czego skutkiem może być nawet wypowiedzenie umów kredytowych i w konsekwencji dalsze pogłębienie trudnej sytuacji finansowej. Utrata płynności finansowej może również rodzić **konsekwencje prawno-skarbowe**, wynikające z niemożności terminowego opłacenia obowiązkowych danin na rzecz państwa. Wreszcie opóźnienia w regulowaniu zobowiązań mogą prowadzić do powstawania **zatorów płatniczych** w całym łańcuchu kooperantów i tym samym do pogorszenia się płynności w szerszych grupach gospodarczych.

Celem artykułu jest ocena kształtowania się w latach 2002–2010 sytuacji płynnościowej wybranych sektorów polskiej gospodarki, tj. usług, transportu, handlu, przetwórstwa przemysłowego oraz budownictwa. Wybór sektorów do analizy wynikał z ich istotnej kontrybucji w tworzeniu PKB¹. Badanie ma pomóc odpowiedzieć na pytanie, jakie czynniki odgrywały kluczową rolę w zarządzaniu płynnością finansową oraz dłaczego wpływ globalnych zjawisk kryzysowych na płynność finansową poszczególnych sektorów miał tak zróżnicowane nasilenie. W pierwszej kolejności zaprezentowane zostaną badania porównawcze sektorów, a następnie indywidualne analizy dla każdego z nich.

2. Podstawowe źródła danych

Jednym z kluczowych źródeł wykorzystanych w badaniu, pozwalających na przekrojową ocenę sytuacji płynnościowej polskich przedsiębiorstw, są **cykliczne badania GUS dotyczące koniunktury w przemyśle, budownictwie, handlu i usługach**². Badania te prowadzone są przy użyciu ankiet, w których dyrektorzy przedsiębiorstw w sposób subiektywny określają charakterystyki zarządzanych firm, jak m.in. bieżąca sytuacja finansowa, portfel zamówień, trudności w rozrachunkach z kontrahentami itp. Wskaźniki w formie szeregów czasowych oznaczają różnice między procentem podmiotów wybierających korzystne oraz niekorzystne z ich punktu widzenia warianty odpowiedzi.

Kolejnym ważnym źródłem informacji są **wyniki finansowe podmiotów gospodarczych**, publikowane przez GUS i agregowane w dwóch grupach w zależności od liczby zatrudnionych (od 10 do 49 oraz od 50 osób)³. Ich wadą jest jednak ograniczony zasięg czasowy (od 2005 r.) oraz częściowa zmiana agregacji danych od roku 2009, związana m.in. z wydzieleniem nowych branż⁴.

¹ Według danych GUS z roku 2010 przychody z całokształtu działalności dla przedsiębiorstw przetwórstwa przemysłowego, budownictwa, handlu i naprawy pojazdów, transportu i gospodarki magazynowej oraz informacji i komunikacji stanowiły przeszło 73% przychodów przedsiębiorstw ogółem.

² Badania dostępne na stronie www.stat.gov.pl/gus/5840_2794_PLK_HTML.htm.

³ Badania dostępne na stronie www.stat.gov.pl/gus/5840_1292_PLK_HTML.htm.

⁴ Nastąpił m.in. podział sekcji „transport, gospodarka magazynowa i łączność” na „transport i gospodarka magazynowa” oraz łączność. Na cele analityczne dane z obydwu sekcji z lat 2009–2010 zagregowano, sumując je lub wyciągając z nich średnią. Podobna sytuacja dotyczy także rozdzielonej branży „produkcja artykułów spożywczych i napojów”.

Ostatnim źródłem analizowanym w kontekście badania płynności polskich przedsiębiorstw są **raporty NBP o kondycji sektora przedsiębiorstw** w latach 2002–2010, ze szczególnym uwzględnieniem stanu koniunktury⁵.

3. Ogólna sytuacja płynnościowa polskich przedsiębiorstw

Ze względów makroekonomicznych lata 2002–2010 należałoby podzielić na dwa główne okresy. W latach 2002–2007 ogólna sytuacja gospodarczo-ekonomiczna polepszała się. Po recesji z roku 2001 na poprawę koniunktury niewątpliwie wpływ miała akcesja Polski do Unii Europejskiej i związany z tym napływ inwestycji zagranicznych i licznych dotacji oraz subwencji. Z kolei po roku 2007 sytuacja polskich przedsiębiorstw ulegała stopniowemu pogorszeniu na skutek światowego kryzysu finansowego, zapoczątkowanego kryzysem *subprime* na rynku nieruchomości w USA.

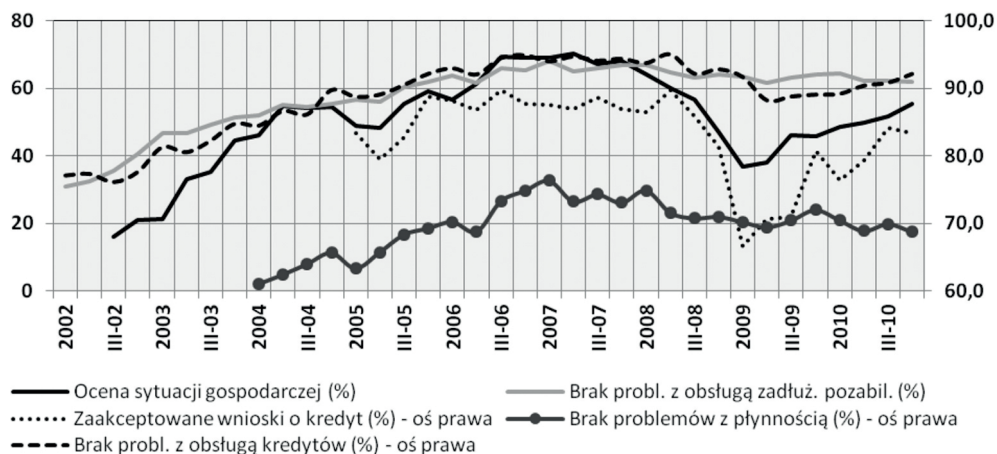
Tendencje te potwierdzają badania ankietowe prowadzone przez NBP w latach 2002–2010, zobrazowane na rysunku 1. W kontekście celu niniejszego badania warto zwrócić uwagę na rosnący aż do pierwszego kwartału 2007 r. i następnie delikatnie malejący odsetek przedsiębiorstw niezgłaszających problemów z płynnością, korespondujący z problemami dotyczącymi obsługi kredytów bankowych. Co ciekawe, pomimo wyraźnych trudności z uzyskaniem kredytów bankowych po 3Q2008⁶, ogólna sytuacja płynnościowa firm zmieniła się nieznacznie na minus. Wyrażne pogorszenie się subiektywnej oceny sytuacji gospodarczej przedsiębiorstw wynikało zatem raczej ze spadku popytu na ich dobra i usługi niż z problemów płynnościowych.

Problemy płynnościowe przedsiębiorstwa mogą w dłuższym terminie doprowadzić do jego niewypłacalności oraz do stanu upadłości, kiedy to wszczynane jest **postępowanie upadłościowe** mające na celu odzyskanie przez wierzycieli przedsiębiorstwa swoich należności⁷. Statystyki upadłościowe obrazują zatem zmiany w sytuacji gospodarczej kraju i tym samym również pośrednio problemy przedsiębiorstw z ich płynnością finansową. Transmisja ta jest jednak przesunięta w czasie, gdyż od momentu pojawiania się pierwszych problemów z regulowaniem zobowiązań do całkowitej niewypłacalności danej firmy mija na ogół od kilku do kilkunastu miesięcy.

⁵ Badania dostępne na stronie www.nbp.pl/home.aspx?f=/publikacje/koniunktura/-koniunktura_archiwum.html.

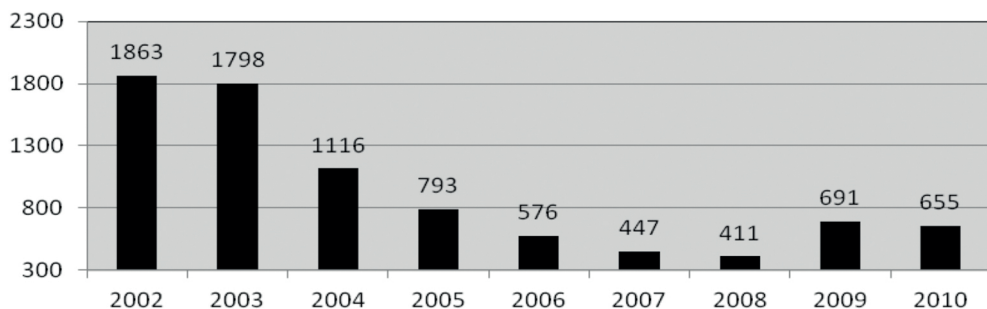
⁶ Trudności te tłumaczyć można zarówno pogorszeniem się wyników finansowych przedsiębiorstw i tym samym ich zdolności kredytowej ocenianej przez banki, jak i ogólnym zaostrzeniem polityki kredytowej banków, tj. z agresywnej na konserwatywną.

⁷ Zob: Prawo upadłościowe i naprawcze, Dz.U. z 2003 r. nr 60, poz. 535.

Rysunek 1. Koniunktura w przedsiębiorstwach niefinansowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych NBP (*Informacje i raporty o kondycji sektora przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem stanu koniunktury w latach 2002–2010*).

Na rysunku 2 widać, że lata 2002–2008 przyniosły stały spadek postępowań upadłościowych i dopiero w roku 2009 liczba ta wzrosła (+68%). Bazując na poniższych statystykach, można w pewnym uproszczeniu stwierdzić, że sytuacja płynnościowa przedsiębiorstw w całym analizowanym okresie zdecydowanie polepszała się i dopiero światowy kryzys finansowy spowodował jej nieznaczne acz zauważalne pogorszenie.

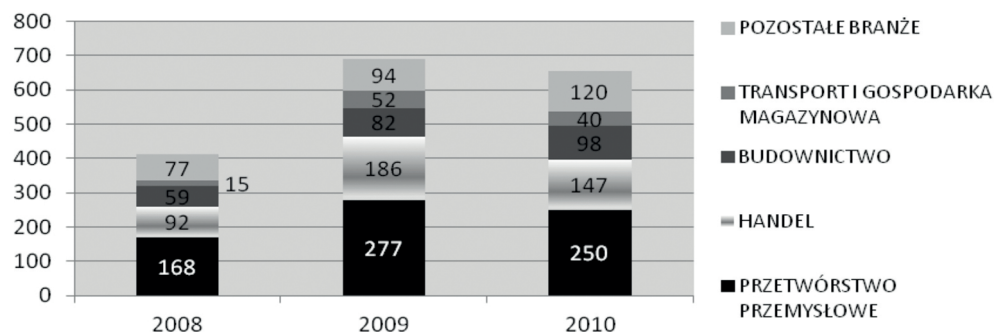
Rysunek 2. Postępowania upadłościowe w Polsce w latach 2002–2010

Źródło: Raport Coface Poland nt. upadłości firm w Polsce w 2010 roku.

Jeśli przyjrzymy się strukturze postępowań upadłościowych w ostatnich trzech badanych latach (2008–2010) zaprezentowanych na rysunku 3, zauważymy, że dotyczyły one przede wszystkim przetwórstwa przemysłowego, handlu oraz budow-

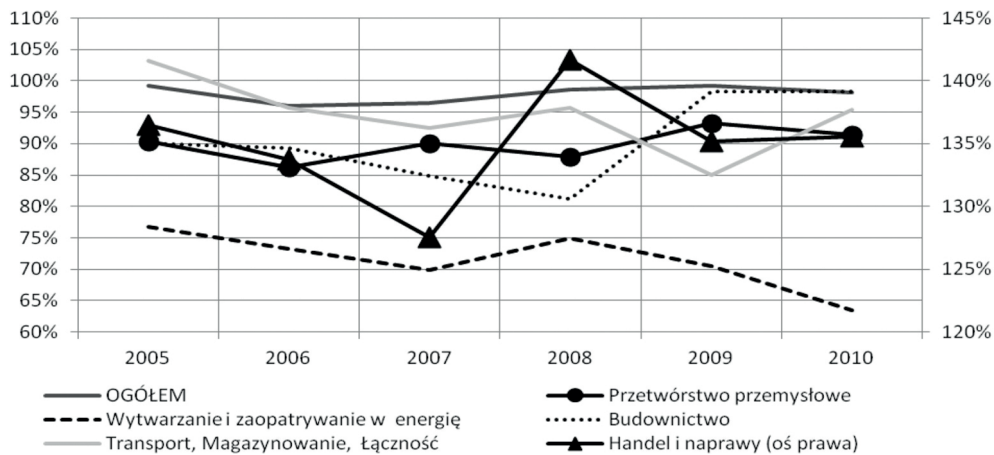
nictwa, choć procentowo największy przyrost liczby upadłości zanotował sektor transportowy (2009/2008 = +246%).

Rysunek 3. Upadłości wg branż w latach 2008–2010



Źródło: jak pod rys. 2.

Rysunek 4. Stosunek zobowiązań do należności z tytułu dostaw i usług (>49 osób)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (*Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w latach 2005–2010*).

Wzrastający stosunek zobowiązań do należności z tytułu dostaw i usług może świadczyć o chęci przedsiębiorstwa do poprawy płynności kosztem swoich dostawców. Na rysunku 4 widać, że w okresie 2005–2010 nastąpił jego zdecydowany wzrost w budownictwie oraz przejściowo także w handlu, transporcie i sektorze

energetycznym. Rok 2008 był trudny zwłaszcza dla przedsiębiorstw handlowych, które w obliczu spadającego globalnego popytu zmuszone były dłużej oczekiwać na sprzedaż towarów i opóźniały tym samym czas zapłaty faktur handlowych.

Analizując powyższe dane przez pryzmat płynności, warto mieć na uwadze zupełnie różne długości **cykli produkcyjnych**. Przykładowo, średni okres płatności faktur w handlu jest zdecydowanie krótszy niż w budownictwie. Ponadto, biorąc pod uwagę powiązania i długie łańcuchy podwykonawców w sektorze budowlanym, zaburzenia płynności finansowej są tam niejako „spychane” w dół łańcucha i przesuwane w czasie. Innymi słowy, przedsiębiorstwa o stosunkowo krótkim cyklu produkcyjnym i krótszych okresach rotacji aktywów i zobowiązań w przypadku wystąpienia negatywnych zjawisk zewnętrznych szybciej odczują problemy z płynnością, ale również szybciej będą w stanie się do nich dostosować.

Cykl konwersji gotówki pokazuje czas (w dniach), na jaki „zamrażana” jest gotówka w aktywach przedsiębiorstwa⁸. Cykl to okres, jaki upływa od momentu wypływu gotówki na zakup czynników produkcji (spłata zobowiązań) do momentu przypływu gotówki z tytułu należności. Firma, która jest w stanie skrócić cykl konwersji gotówki, może, przy niezmienionym zapotrzebowaniu na kapitał, zarabiać szybciej i więcej. Ujemny cykl konwersji gotówki jest na ogół rzadko spotykanym zjawiskiem – oznacza on, że przedsiębiorstwo jest w stanie szybciej otrzymać należności niż uregulować swoje zobowiązania handlowe. Im krótsze cykle konwersji gotówki, tym: 1) łatwiej jest przedsiębiorstwu zarządzać płynnością finansową, 2) mniej płynnych aktywów obrotowych potrzebne jest do regulowania bieżących zobowiązań, 3) negatywne czynniki zewnętrzne mniej wpływają na sytuację płynnościową przedsiębiorstwa.

W latach 2005–2010 najbardziej wydłużył się cykl konwersji gotówki dla sektora budowlanego⁹ (rysunek 5). Wzrosty zanotowano także w sektorze transportowym oraz energetycznym, co z punktu widzenia płynności należy postrzegać negatywnie. Istotną składową tego wzrostu było wydłużenie się cyklu rotacji zapasów, spowodowane przyrostem cen surowców i materiałów. Przykładowo, cena ropy naftowej w okresie styczeń 2009–grudzień 2010 wzrosła o przeszło 130%¹⁰, co należy oczywiście zaliczyć do negatywnych zewnętrznych szoków podażowych. W przypadku budownictwa najistotniejszym czynnikiem wpływającym na drożące ceny zapasów

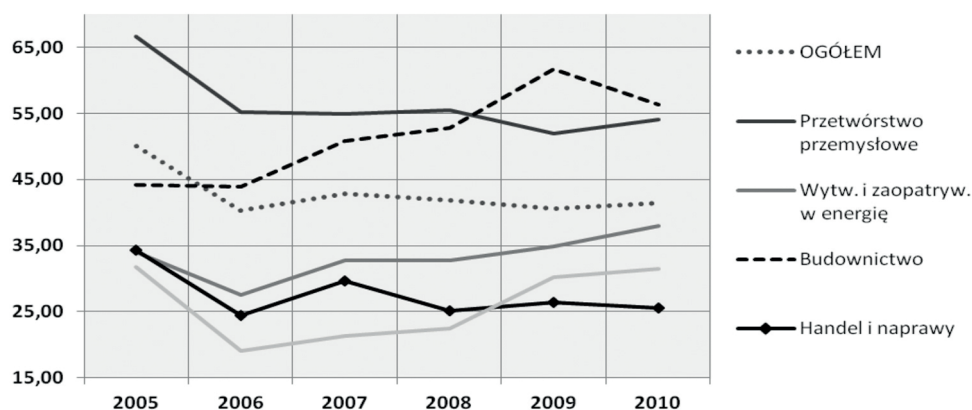
⁸ Cykl konwersji gotówki = cykl rotacji należności + cykl rotacji zapasów – cykl rotacji zobowiązań. Rotacja = czynnik $\times$ 360 dni/przychody ze sprzedaży. Wskaźniki użyte w artykule podawane są w dniach.

⁹ Budownictwo zanotowało w latach 2005–2009 aż 2,5-krotny wzrost cyklu rotacji zapasów. Por. rysunek 14.

¹⁰ Kalkulacja na podstawie kontraktów Brent Oil Future na www.stooq.pl.

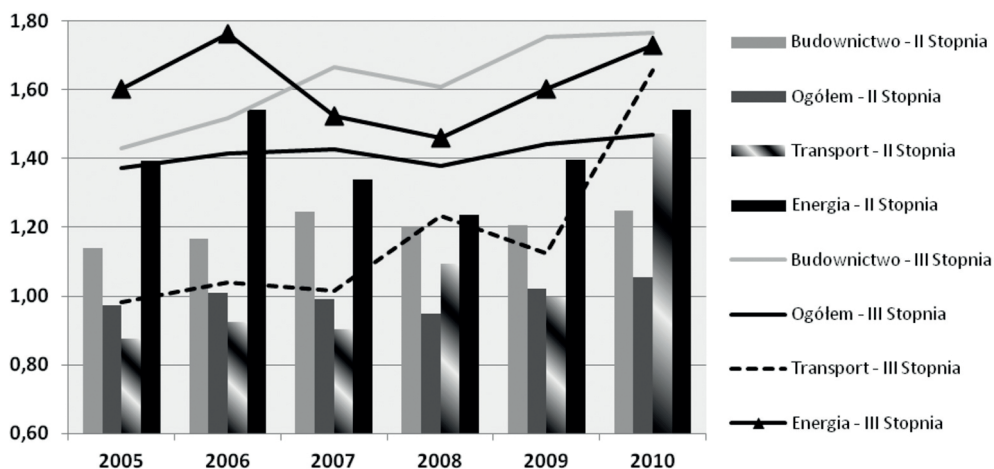
było uruchomienie publicznych programów rozwoju infrastruktury związanych z organizacją imprezy sportowej EURO 2012.

Rysunek 5. Cykle konwersji gotówki (>49 osób)



Źródło: jak pod rys. 4.

Rysunek 6. Wskaźniki płynności II i III stopnia (>49 osób)



Źródło: jak pod rys. 4.

Wzrost wskaźników płynności widać wyraźnie na rysunku 6, gdzie najwyższe wzrosty wskaźników płynności ponownie zanotowały wspomniane wcześniej trzy sektory, tj. budownictwo, transport i sektor energetyczny. Jest to logiczne, ponieważ

zarówno wskaźniki płynności bieżącej (III stopnia wg GUS) oraz płynności szybkiej (II stopnia wg GUS) na ogół przekraczały w latach 2005–2010 wartości uznane w literaturze za wzorcowe¹¹, choć płynność sektora transportowego wypadła tutaj zdecydowanie najgorzej i dopiero w roku 2010 uległa wyraźnej poprawie.

Można przypuszczać, że niepewność i pogorszenie koniunktury związane z ogólnosiwiatowym kryzysem finansowym motywowały przedsiębiorstwa do zmiany polityki płynnościowej. Aby przystosować się do rosnącej zmienności warunków gospodarowania (m.in. spodziewanego wzrostu cen zapasów oraz spadku popytu na sprzedawane dobra i usługi), przedsiębiorstwa, kierując się **motywem przezornościowym**, starają się utrzymywać podwyższone zasoby aktywów płynnych. Dzięki temu są w stanie kupować drożące zapasy i pokrywać inne nieprzewidywalne wydatki. Warto pamiętać, że ceny rynkowe usług związanych z wykorzystaniem surowców (zwłaszcza transportu i budownictwa) nie zawsze nadążają za zmianami cen samych surowców, nie pozwalając tym samym dynamicznie przerzucać kosztów działalności na finalnych odbiorców.

Wyższy poziom płynności finansowej można osiągnąć np. za pomocą wydłużania cykli rotacji zobowiązań handlowych, dlatego wspomniany motyw przezornościowy może w pewnych warunkach stać się samospełniającą się przepowiednią i niejako „na życzenie” pogorszyć ogólną sytuację płynnościową całego sektora¹². Warto w tym momencie zauważyć, że obsługa zadłużenia bankowego¹³ ma zazwyczaj wyższy priorytet niż terminowa spłata zobowiązań wobec dostawców, dlatego też firmy w celu poprawy bieżącej płynności chętniej korzystają z **pozabankowych źródeł finansowania**. Ogółem sektor przedsiębiorstw utrzymywał w okresie 2005–2010 przeważnie wysoką zdolność do terminowej spłaty zaciągniętych zobowiązań¹⁴.

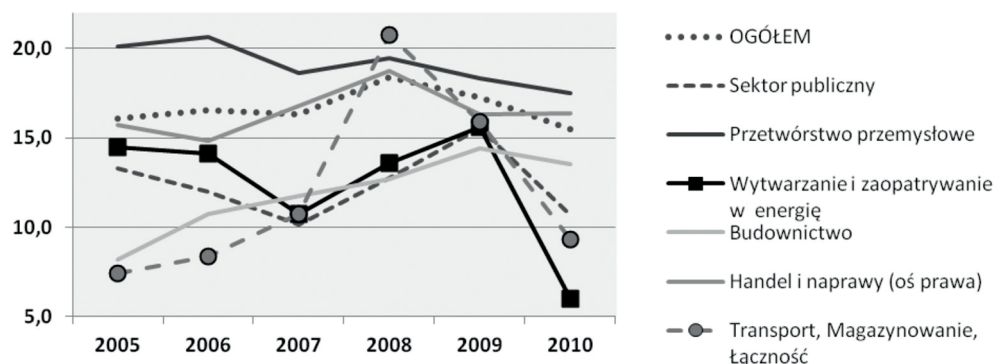
W obliczu zwiększonego zapotrzebowania na płynne aktywa obrotowe przedsiębiorstwa mogą sięgać po zewnętrzne źródła finansowania, do których należą m.in. kredyty bankowe. Na rysunku 7 można zaobserwować, że pomimo względnie stałego ogólnego udziału kredytów w zobowiązaniach krótkoterminowych w przypadku budownictwa udział ten systematycznie wzrastał.

¹¹ Są to odpowiednio 1,0 dla płynności szybkiej oraz od 1,2 do 2 dla płynności bieżącej. Por. G. Gołębiowski, A. Tłaczała, *Analiza ekonomiczno-finansowa w ujęciu praktycznym*, Difin, Warszawa 2005, s. 113–115.

¹² J. Borowski, A. Czerniak, M. Kapuściński, *Rosną zatory płatnicze, ucierpią zatrudnienie i inwestycje*, www.obserwatorfinansowy.pl/-forma/analizy/rosna-zatory-platnicze-ucierpia-zatrudnienie-i-inwestycje/.

¹³ Oczywiście kwestią wtórną pozostaje odpowiedź na pytanie, czy przedsiębiorstwo jest na tyle wiarygodne, by kredytowanie w banku móc w ogóle otrzymać.

¹⁴ *Ocena kondycji ekonomicznej sektora przedsiębiorstw niefinansowych w 2009r. w świetle danych F-01/I-01*, NBP, s. 41, www.nbp.pl/publikacje/koniunktura/raport_2009.pdf.

Rysunek 7. Udział kredytów bankowych w zobowiązaniach bieżących (>49 osób)

Źródło: jak pod rys. 4.

W transporcie lata 2007–2008 przyniosły wzrost kredytowania z 8,4% do 20,8%, by ostatecznie spaść do poziomu 9,3%. Ten gwałtowny przyrost można po części uzasadnić występowaniem „naturalnej” luki w finansowaniu bieżącej działalności. Firmy transportowe muszą płacić za paliwo na ogół po 14–30 dniach¹⁵ (tak rozliczane są karty paliwowe), podczas gdy same otrzymują płatności za swoje usługi w najlepszym przypadku po 45 dniach, a średnio po około 60¹⁶ (wg danych GUS średni cykl rotacji należności w transporcie wzrósł w latach 2005–2010 z 54 do 64 dni). Biorąc pod uwagę gwałtowny wzrost cen paliw w roku 2009, wynikający m.in. z deprecjacji złotego, a także ograniczone możliwości przesuwania płatności zobowiązań¹⁷, firmy transportowe musiały sięgnąć po kredyty bankowe, by za ich pomocą uzupełnić niedobory płynności. Ponadto osłabienie się kursu złotego oznaczało nie tylko wzrost kosztów (głównie ceny paliwa), ale także spadek potencjalnych przychodów dla frachtów rozliczanych np. w EUR lub USD.

¹⁵ W roku 2008 firmy transportowe regulowały w terminie jedynie 50% zobowiązań za paliwo. Zob. *Raport grupy Euler Hermes dotyczący płynności finansowej firm w Polsce. Analiza zmian, jakie zaszły w 2008 roku*, Euler Hermes, 04.02.2009, http://www.eulerhermes.pl/pl/090204_rap_upalosci.pdf/090204_rap_upalosci.pdf.

¹⁶ *Transport drogowy – teoretycznie dobrze, a mimo to... początek problemów samodzielnych przewoźników?*, Euler Hermes, 26.03.2012, http://www.eulerhermes.pl/pl/dokumenty/120326_eh_transport.pdf

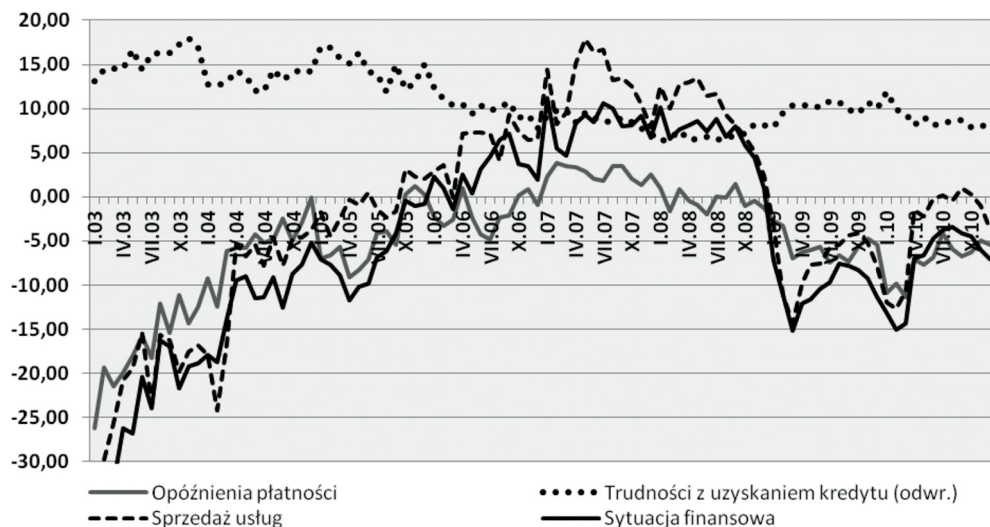
¹⁷ Gros firm transportowych finansuje swój sprzęt za pomocą leasingu, którego raty opłacane są przeważnie w ściśle określonych stałych okresach.

4. Sytuacja płynnościowa sektora usług

Analizując wskaźniki koniunktury dla sektora usług (rysunek 8), zauważa się wyraźnie, że polepszenie ogólnej sytuacji finansowej w latach 2003–2007 oraz jej wyhamowanie w roku 2008 korespondowały zarówno ze sprzedażą usług, jak i czasem otrzymywania płatności. Pod koniec roku 2008 sektor zanotował gwałtowny spadek sprzedaży i równie wyraźnie odczuł pogorszenie się sytuacji płynnościowej. Opóźnienia płatności po roku 2008 zaczęły pojawiać się praktycznie w co drugim przedsiębiorstwie, choć w punkcie kulminacyjnym na przełomie lat 2009/2010 dotyczyły już ok. 60% podmiotów.

Z perspektywy całego badanego okresu większe problemy z płynnością doświadczały sektorowi przed rokiem 2004 niż po wybuchu światowego kryzysu gospodarczego. Trudności z uzyskaniem kredytu w całym badanym okresie charakteryzowały się trendem malejącym i nie miały większego wpływu na zarządzanie płynnością finansową w sektorze. Połowa roku 2010 przyniosła poprawę sytuacji finansowej sektora.

Rysunek 8. Usługi – wskaźniki koniunktury



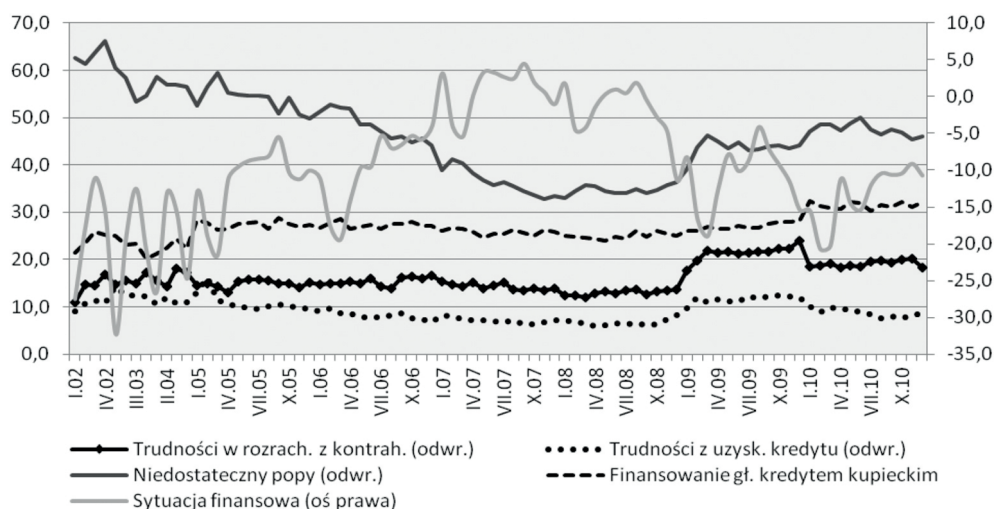
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (*Koniunktura w przemyśle, budownictwie, handlu i usługach*). Wskaźniki to różnice procentów podmiotów wybierających pozytywne oraz negatywne warianty odpowiedzi ankietowej.

5. Sytuacja płynnościowa sektora handlu

Analiza subiektywnych ocen w handlu w latach 2002–2010 (rysunek 9) pokazuje, że przeciętnie tylko ok. 40% przedsiębiorstw nie miało problemów w rozrachunkach ze swymi kontrahentami, a przewaga optymistycznych ocen sytuacji finansowej wystąpiła w znacznie węższym zakresie czasu w porównaniu z sektorem usług, tj. jedynie przez część roku 2007. Pogorszenie rozrachunków z kontrahentami nastąpiło na początku roku 2009 i korespondowało z zauważalnym spadkiem popytu oraz umiarkowanymi trudnościami z uzyskaniem kredytu kupieckiego.

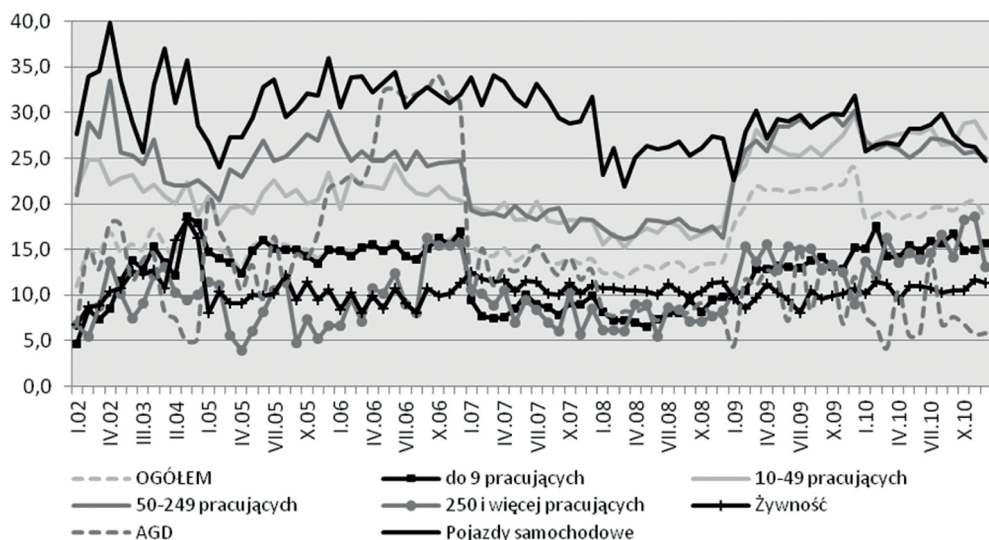
Na rysunku 10 przedstawiono trudności z odzyskiwaniem należności w podziale na poszczególne sektory handlu. Wyraźnie widać, że zjawiska makroekonomiczne nie miały większego wpływu na ściągalność należności dla sektora samochodowego (najgorzej wypadającego) oraz żywności, a także największych i najmniejszych przedsiębiorstw (tutaj czas spływania należności wypadł najlepiej na tle całego sektora). Podsumowując, można przypuścić, że pogorszenie się subiektywnej oceny sytuacji finansowej niekoniecznie było związane z problemami z płynnością finansową lecz dotyczyło raczej rentowności sprzedaży.

Rysunek 9. Handel – wskaźniki koniunktury



Źródło: jak pod rys. 8. Wskaźniki to różnice procentów podmiotów wybierających pozytywne oraz negatywne warianty odpowiedzi ankietowej.

Rysunek 10. Handel – trudności w rozrachunkach z kontrahentami

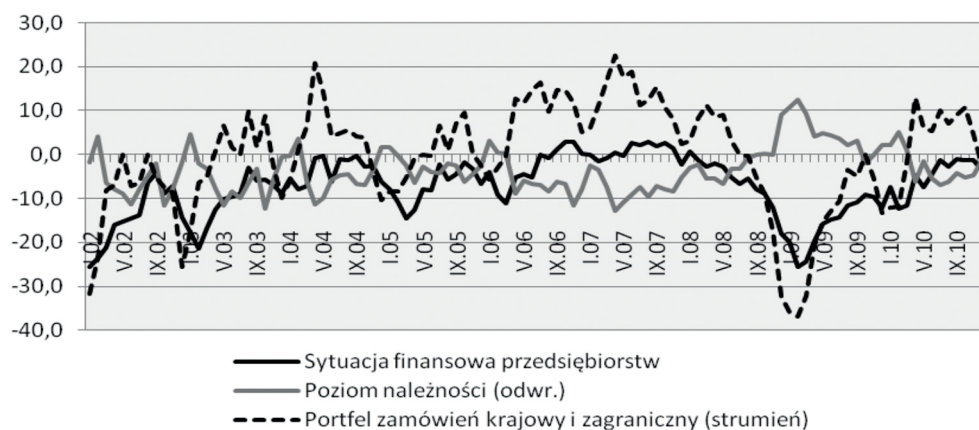


Źródło: jak pod rys. 8. Wskaźniki to różnice procentów podmiotów wybierających pozytywne oraz negatywne warianty odpowiedzi ankietowej.

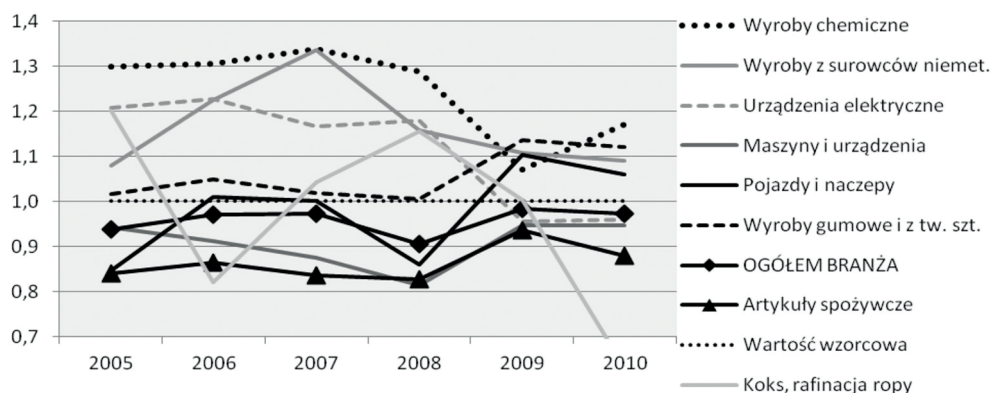
6. Sytuacja płynnościowa sektora przetwórstwa przemysłowego

W przetwórstwie przemysłowym, podobnie jak w pozostałych analizowanych sektorach, przełom lat 2008/2009 przyniósł pogorszenie się sytuacji finansowej i przede wszystkim wzrost poziomu należności. Na rysunku 11 widać wyraźnie, że odsetek przedsiębiorstw pozytywnie oceniających poziom swych należności do roku 2008 oscylował praktycznie między 50 a 60%. Poprzez pryzmat poziomu należności ocena płynności finansowej przetwórstwa przemysłowego wypada zatem w badanym okresie dość dobrze. Istotny wzrost poziomu należności zanotowano tylko przez część roku 2009.

Biorąc pod uwagę wskaźnik wysokiej płynności dla całego sektora, można stwierdzić, że w okresie 2005–2010 wypadał on raczej pozytywnie (rysunek 12), przekraczając wartość 0,9. Jego znaczące pogorszenie zanotowano w sekcji związanej z przetwórstwem ropy naftowej. Najwyższe poziomy wskaźnika osiągnęli producenci wyrobów chemicznych.

Rysunek 11. Przetwórstwo przemysłowe – wskaźniki koniunktury

Źródło: jak pod rys. 8. Wskaźniki to różnice procentów podmiotów wybierających pozytywne oraz negatywne warianty odpowiedzi ankietowej.

Rysunek 12. Przetwórstwo przemysłowe – płynność II stopnia (>49 osób)

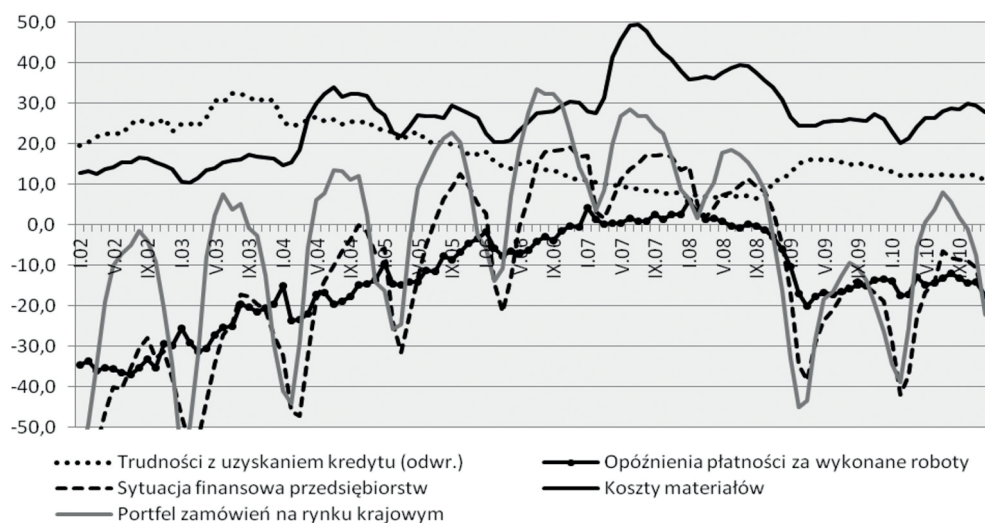
Źródło: jak pod rys. 4.

7. Sytuacja płynnościowa sektora budowlanego

Pogorszenie się koniunktury gospodarczej i towarzyszące temu problemy z płynnością przeważnie odnoszone są w mediach do sektora budowlanego, dlatego tej gałęzi gospodarki poświęcone będzie więcej miejsca w tej publikacji. Na rysunku 13

przedstawiono najważniejsze wskaźniki koniunktury dla sektora budowlanego. Pomiń-
 ając oczywisty fakt cykliczności (wzmózonej aktywności budowlanców w okresach
 poza zimą) z punktu widzenia zarządzania płynnością finansową, należy zwrócić
 uwagę na gwałtowny wzrost cen materiałów w połowie 2007 roku a także, począwszy
 od roku 2009, na narastające opóźnienia płatności za wykonane roboty budowlano-
 -montażowe wraz ze wzrostem trudności w pozyskaniu kredytu bankowego.

Rysunek 13. Budownictwo – wskaźniki koniunktury



Źródło: jak pod rys. 8. Wskaźniki to różnice procentów podmiotów wybierających pozytywne oraz negatywne warianty odpowiedzi ankietowej.

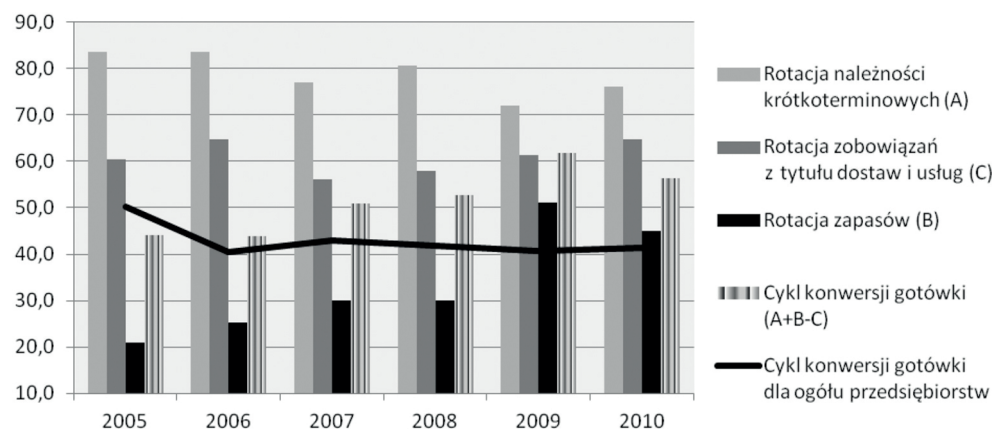
Zważywszy na długi cykl produkcyjny sektora budowlanego¹⁸ zmiany cen surowców w czasie trwania kontraktu mogą doprowadzić do problemów płynnościowych. W początkowym etapie spowolnienia gospodarczego, jakie nastąpiło po roku 2007, kontrakty budowlane podpisywane były jeszcze według relatywnie wysokich stawek prowizyjnych. Z biegiem czasu wzmożona konkurencja, a także wzrost liczby rozpoczętych inwestycji (co było związane m.in. z publicznym programem budowy autostrad i dróg ekspresowych) spowodowały spadek osiąganych marż, co przy jednoczesnych wzrostach cen surowców i materiałów budowlanych wpłynęło na problemy płynnościowe większości przedsiębiorstw sektora budowlanego.

¹⁸ Okres pomiędzy powstaniem pierwszych zobowiązań i zakupem zapasów a ukończeniem danej inwestycji i spływem należności.

Część firm, chcąc poprawić swoją doraźną płynność, decydowało się na prowadzenie bardzo agresywnej polityki cenowej, aby móc zdobywać nowe zamówienia i wygrywać przetargi budowlane. Ten na pozór prosty sposób zwiększenia obrotów przedsiębiorstwa kosztem osiąganych marż, choć **pozwała dzięki nowym zaliczkom załatać chwilowe niedobory płynności**, w dłuższym czasie przypomina raczej „podcinanie gałęzi, na której się siedzi”. Działanie takie było jedną z przyczyn wzrostu liczby postępowań upadłościowych w sektorze budowlanym po roku 2008 (por. rysunek 3), kiedy **spadający popyt na usługi budowlane¹⁹ przyniósł spadek liczby zamówień i niemożność dalszego finansowania bieżących inwestycji zaliczkami za przyszłe kontrakty**.

Sektor budowlany na tle pozostałych gałęzi gospodarki charakteryzuje się stosunkowo długim cyklem konwersji gotówki, co przedstawiono na rysunku 14. Firmy budowlane nie zawsze są w stanie uzupełnić niedobór płynnych aktywów elastycznym krótkoterminowym kredytem bankowym, przez co starają się przedłużać terminy spłat udzielonych im kredytów kupieckich, przerzucając ciężar finansowania na swoich dostawców / wykonawców.

Rysunek 14. Cykle gotówkowe w budownictwie (w dniach)



Źródło: jak pod rys. 4.

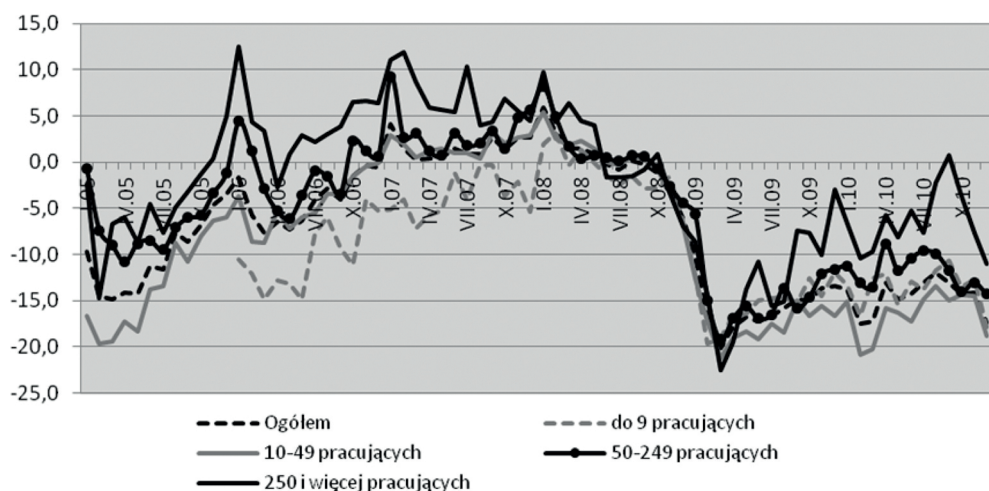
Sektor budowlany jest zatem szczególnie narażony na negatywny **efekt domina** przy powstających w ten sposób zatorach płatniczych. Przy projektach budowlanych uczestniczy częstokroć nawet kilkudziesięciu podwykonawców. Dla firm na końcu łańcucha finansowego, które nie posiadają odpowiedniego zaplecza finansowego

¹⁹ Jego wyraźny spadek zaobserwowano pod koniec 2009 r., zob. rysunek 13.

jak duże koncerny budowlane (np. dostępu do kredytów odnawialnych czy usług z zakresu factoringu), kilkumiesięczne opóźnienie w płatności często kończy się bankructwem²⁰.

Jako najczęstszą przyczynę upadłości firm budowlanych badacze wskazują właśnie na zatory płatnicze, które z uwagi liczną sieć powiązań pionowych (wykonawca – podwykonawca) oraz poziomych (wykonawca – wykonawca) wpływają na wzmocnienie tzw. efektu domina upadłości. Wpływ zatorów płatniczych na upadłości firm potwierdzają także wyniki badań ilościowych, zaś zależność przyczynowo-skutkowa jest jednokierunkowa i występuje wyłącznie od wielkości zatorów do liczby upadłości²¹. Pamiętać warto również o roli kredytów bankowych w finansowaniu i groźbie wypowiedzenia umów, np. w przypadku nieterminowego regulowania płatności zobowiązań lub naruszenia kowenantów kredytowych (np. dla poziomów zadłużenia).

Rysunek 15. Budownictwo – opóźnienia płatności za wykonane roboty



Źródło: jak pod rys. 8. Wskaźniki to różnice procentów podmiotów wybierających pozytywne oraz negatywne warianty odpowiedzi ankietowej.

Analizując rysunek 15, można postawić tezę, że choć rok 2009 przyniósł drastyczny wzrost opóźnień za realizowane roboty w całym sektorze budowlanym,

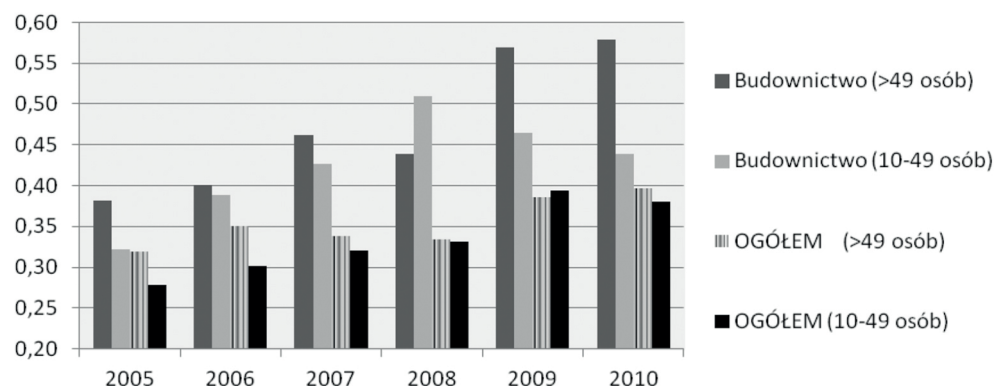
²⁰ Europejski rynek budowlany: Polska w obliczu kryzysu, raport Euler Hermes, www.eulerhermes.pl/pl/-080619_budowlanka.pdf/080619_budowlanka.pdf, 19.06.2008.

²¹ J. Borowski, A. Czerniak, M. Kapuściński, *Rosną...*, op.cit.

to firmy stosunkowo duże (zatrudniające powyżej 250 osób), wykorzystując swoje relatywnie bogate zasoby i będąc na szczycie wspomnianego łańcucha kooperantów, szybciej poradziły sobie z problemami płynnościowym niż pozostałe przedsiębiorstwa.

Wspominany już wcześniej motyw przezornościowy (zwiększanie środków płynnych w czasie gorszej koniunktury) jest w sektorze budowlanym widoczny (rysunek 16), aczkolwiek dotyczy raczej przedsiębiorstw większych (zatrudniających co najmniej 50 osób), które albo mają dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania, albo są w stanie wydłużyć okres płatności swych zobowiązań handlowych. W latach 2005–2010 poziom wskaźnika płynności gotówkowej (I stopnia wg GUS) sektora budowlanego był relatywnie bardzo wysoki, co świadczy o wysokich potrzebach płynnościowych²².

Rysunek 16. Płynność finansowa I stopnia (>49 osób)



Źródło: jak pod rys. 4.

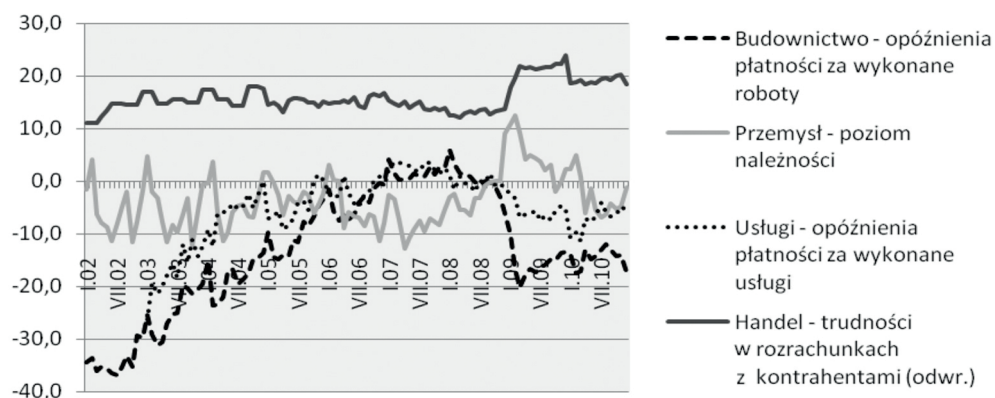
Podsumowując, warto zauważyć, że z uwagi na relatywnie długi na tle pozostałych sektorów gospodarki cykl konwersji gotówki, długi czas realizacji zleceń oraz na zjawisko finansowania bieżącej działalności zaliczkami, pogorszenie koniunktury gospodarczej przyniosło znacznie poważniejsze i bardziej długofalowe reperkusje w budownictwie niż pozostałych gałęziach gospodarki. Potwierdza to liczba upadłości firm budowlanych, która *notabene* po roku 2010 wzrosła jeszcze gwałtowniej, co świadczy o dużej „bezwładności” branży.

²² Wzorcowy poziom tego wskaźnika to 0,2. Zob: G. Gołębiowski, A. Tłaczała, op.cit., s. 116.

8. Podsumowanie

Próbując ocenić sytuację płynnościową w sektorze budowlanym, przetwórstwa przemysłowego, usług oraz handlu w latach 2002–2010, warto przyrzeć się rysunkowi 17. Choć prezentowane na nim wskaźniki (bazujące na subiektywnych ocenach prezesów przedsiębiorstw) nie do końca ze sobą korespondują, pozwalają jednakże zaobserwować znacznie większy wpływ wahań koniunktury gospodarczej na poziom należności czy też opóźnienia ściągania należności w dwóch sektorach, tj. w usługach oraz w budownictwie. Spośród wszystkich badanych sektorów najgorzej wypada ocenić sytuację płynnościową sektora budowlanego, która już po okresie objętym badaniem (2010) pogorszyła się jeszcze bardziej²³.

Rysunek 17. Poziomy należności i opóźnienia płatności w 4 branżach



Źródło: jak pod rys. 8. Wskaźniki to różnice procentów podmiotów wybierających pozytywne oraz negatywne warianty odpowiedzi ankietowej.

²³ Ciekawym wyzwaniem badawczym wydaje się próba znalezienia istotnych zależności pomiędzy sytuacją płynnościową przedsiębiorstw sektora budowlanego a obowiązującym w Polsce porządkiem instytucjonalnym w zakresie realizacji zamówień publicznych, w szczególności dotyczących budowy dróg i autostrad.

Bibliografia

Wydawnictwa zwarte

1. Gołębiowski G., Tłaczała A., *Analiza ekonomiczno-finansowa w ujęciu praktycznym*, Difin, Warszawa 2005.

Analizy i materiały internetowe

1. Borowski J., Czerniak A., Kapuściński M., *Rosną zatory płatnicze, ucierpią zatrudnienie i inwestycje*, www.obserwatorfinansowy.pl/-forma/analizy/rosna-zatory-platnicze-ucierpia-zatrudnienie-i-inwestycje/.
2. *Budownictwo w Polsce wchodzi w kolejną fazę kryzysu*, Euler Hermes, www.eulerhermes.pl/pl/dokumenty/-120210_eh_budownictwo.pdf, 10.02.2012.
3. *Europejski rynek budowlany: Polska w obliczu kryzysu*, Euler Hermes, www.eulerhermes.pl/pl/-080619_budowlanka.pdf/080619_budowlanka.pdf, 19.06.2008.
4. *Informacje i raporty o kondycji sektora przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem stanu koniunktury w latach 2002–2010*, NBP, www.nbp.pl/home.aspx?f=/publikacje/koniunktura/koniunktura_archiwum.html.
5. *Koniunktura w przemyśle, budownictwie, handlu i usługach 2000–2013*, GUS, www.stat.gov.pl/gus/5840_2794_PLK_HTML.htm.
6. Loos M., *Kapitał zamrożony w fakturach*, Truck&Business Polska, 09–10.2009, www.truck-business.pl/pobierz-460.html.
7. *Październik – rekordowa liczba upadłości firm z branży budowlanej*, Euler Hermes, www.eulerhermes.pl/pl/dokumenty/-121105_eh_upadlosci_x.pdf, 05.11.2012,
8. *Płynność finansowa – podstawowe korzyści z jej analizy*, Euler Hermes, sierpień 2010, www.eulerhermes.pl/pl/dokumenty/-1008_plynnosc_finansowa.pdf.
9. Raporty analityczne Coface Poland, www.coface.pl/-CofacePortal/PL/pl_PL/pages/home/Biuro_prasowe.
10. *Raport grupy Euler Hermes dotyczący płynności finansowej firm w Polsce. Analiza zmian, jakie zaszły w 2008 roku*, Euler Hermes, www.eulerhermes.pl/pl/090204_rap_upalosci.pdf/090204_rap_upalosci.pdf, 04.02.2009,
11. *Transport drogowy – teoretycznie dobrze, a mimo to... początek problemów samodzielnych przewoźników?*, Euler Hermes, www.eulerhermes.pl/pl/dokumenty/120326_eh_transport.pdf, 26.03.2012.
12. *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w latach 2005–2010*, GUS, www.stat.gov.pl/gus/5840_1292_PLK_HTML.htm.

Monika Czerwonka

Kolegium Zarządzania i Finansów

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Rafał Szymeczko

Kolegium Zarządzania i Finansów

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Badanie empiryczne skuteczności wykorzystania teorii perspektywy przy profilowaniu ryzyka i doborze portfela inwestycyjnego

1. Wprowadzenie

Głównym celem artykułu jest zbadanie praktycznego zastosowania teorii perspektywy w finansach. D. Kahneman i A. Tversky¹, opisując tę innowacyjną teorię doprowadzili do prawdziwej rewolucji w rozumieniu finansów i zasad, które nimi rządzą. Badania tych dwóch psychologów oraz badania licznych zwolenników finansów behawioralnych doprowadziły do obalenia wielu założeń klasycznych teorii finansów (takich jak: racjonalność inwestorów, stałość ich preferencji czy też efektywność informacyjna rynków kapitałowych), które to wiodły prym w ekonomii przez ostatnie stulecia.

Kahneman i Tversky pokazują, że schematu podejmowania decyzji przez inwestorów nie da się opisać prostym wzorem na wartość oczekiwaną, jak to czynił B. Pascal, czy też funkcją użyteczności Bernoulliego. Według teorii perspektywy proces

¹ D. Kahneman, A. Tversky, *Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk*, „Econometrica”, XLVII 1979, s. 263–291.

podjmowania decyzji inwestycyjnych dla każdego inwestora jest inny i zależy od wielu czynników, w tym trzech głównych: awersji do strat, przyjętego punktu odniesienia (punktu referencyjnego) oraz sposobu przedstawienia problemu decyzyjnego.

Oddziaływanie wyżej wymienionych czynników i innych behawioralnych bodźców Kahneman i Tversky zaprezentowali graficznie (rysunek 1), przekształcając funkcję użyteczności w funkcję wartości o następującym wzorze (1.1):

$$V(x) = \begin{cases} x^\alpha & \text{dla } x \geq 0 \\ -\lambda(-x)^\alpha & \text{dla } x < 0 \end{cases} \quad (1.1)$$

gdzie:

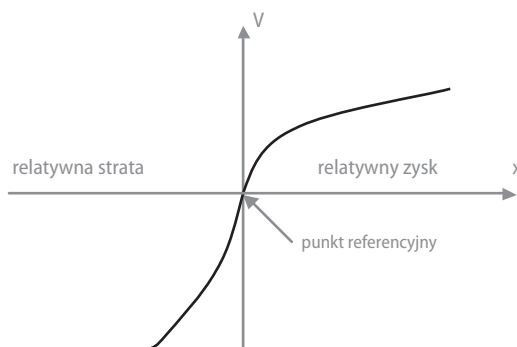
$V(x)$ – wartość,

x – zysk lub strata,

λ – współczynnik awersji do strat ($1 < \lambda$)

α – awersja do ryzyka ($0 < \alpha \leq 1$).

Rysunek 1. Funkcja wartości według teorii perspektywy



Źródło: opracowanie własne na podstawie: D. Kahneman, A. Tversky, *Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk*, „Econometrica”, XLVII 1979, s. 263–291.

Funkcja ta znalazła praktyczne zastosowanie w finansach przy profilowaniu skłonności do ryzyka inwestorów, dokonywanym przez doradców inwestycyjnych i banki oraz w procesie *wealth management*, które polega na właściwym zarządzaniu portfelem inwestycyjnym inwestora na zlecenie. Teoria perspektywy pomaga określić, w jakich proporcjach podzielić portfel na aktywa ryzykowne i bezpieczne, aby odpowiadało to indywidualnym preferencjom inwestora. Czyni się to poprzez specjalnie przygotowane ankiety, na podstawie których określany jest poziom awersji inwestora do strat oraz stosunek do ryzyka. Te podstawowe parametry przy użyciu wzorów modelują nam optymalny portfel inwestycyjny dla danego inwestora.

W niniejszym artykule podjęta zostanie próba rozstrzygnięcia, czy tak naprawdę schematy zaprezentowane przez D. Kahnemana i A. Tversky'ego właściwie odwzorowują preferencje jednostek, czy też może są jedynie kolejną próbą uproszczenia i uschematyzowania zjawisk, które się w tych ramach nie mieszczą.

2. Profilowanie ryzyka inwestora

Pierwszym etapem procesu zarządzania majątkiem na zlecenie jest profilowanie ryzyka inwestora, który chce skorzystać z takiej usługi. Zazwyczaj polega ono na wypełnieniu ankiety, która pozwala dokonać oceny oczekiwań i wiedzy klienta. Jedną z przyczyn przeprowadzenia takich badań jest obowiązek upewnienia się, że klient jest świadomy ryzyka związanego z inwestowaniem. Forma pytań i zakres zbieranych informacji są odmienne dla każdej instytucji finansowej, która zajmuje się profilowaniem ryzyka. Jednak wszystkie tego rodzaju ankiety zawierają pytania dotyczące skłonności klienta do ryzyka, jego nastawienia do strat oraz postrzegania ryzyka.

Sposób oceny i interpretacji zebranych informacji jest także kwestią indywidualną każdej instytucji finansowej. Najbardziej popularny jest system przyznawania punktów za każdą udzieloną odpowiedź, a następnie na podstawie ostatecznego wyniku następuje przydzielenie klienta do odpowiedniej grupy. Ankietę taką wprowadził w 2001 r. bank Leu o obecnej nazwie Clariden Leu². Ankieta składała się z 6 pytań o licznych podpunktach, dotyczących kolejno: świadomości ryzyka i poziomu aspiracji, awersji do ryzyka, horyzontu inwestycyjnego, skłonności do podejmowania ryzyka, sytuacji majątkowej i rodzinnej. Każda odpowiedź na pytanie punktowana była osobno, a ostatecznym wynikiem była najmniejsza spośród sześciu wartości.

Powyższy sposób obliczania punktów należy do zachowawczych, jednak ma to swoje uzasadnienie w praktyce. Niezależnie od tego jak dobrze inwestor oceniałby ryzyko albo jaka byłaby jego sytuacja finansowa, jeżeli ma wysoką awersję do strat, to i tak będzie on akceptował jedynie niskie ryzyko. Po określeniu liczby zdobytych punktów inwestor zostaje przydzielony do jednego ze standardowych przedziałów zilustrowanych w tabeli 1.

Doradca finansowy może oczywiście zmienić niektóre składniki albo proporcje proponowanego portfela inwestycyjnego. Profilowanie ryzyka daje mu jednak na wstępie wiedzę o kliencie, którą nie tak łatwo zdobyć podczas normalnej rozmowy.

² T. Hens, K. Brachmann, *Psychologia rynku dla doradców finansowych*, CeDeWu, Warszawa 2010.

Ponadto zastosowanie ankiet i modelowych portfeli niweluje wrażenie, że doradcy inwestycyjni działają w sposób nieprzewidywalny.

Tabela 1. Przykładowe portfele inwestycyjne dla klientów banku Leu

Podział na aktywa w procentach	Punkty				
	Do 8 pkt.	9 do 18 pkt.	19 do 28 pkt.	29 do 40 pkt.	>40 pkt.
Gotówka w CHF	5	5	5	5	5
Obligacje CHF	60	48	29	12	
Obligacje EUR	35	22	16	8	
Akcje Szwajcarskie		10	19	27	33
Akcje Europejskie		7	15	23	28
Akcje USA		6	11	17	22
Akcje Japońskie		2	4	6	8
Akcje Rynki Wschodzące			1	2	4

Źródło: opracowanie własne na podstawie T. Hens, K. Brachmann, *Psychologia rynku dla doradców finansowych*, CeDeWu, Warszawa 2010.

Metoda opracowana przez bank Leu była prosta w użyciu i pomocna dla doradców inwestycyjnych. Jednakże pytania w niej zawarte były zbyt ogólne, a przykładowe grupy, do których kwalifikowano klientów, zbyt rozległe, by precyzyjnie odpowiadały preferencjom inwestorów. Na przestrzeni czasu powyższa metoda była więc wielokrotnie modyfikowana i ulepszana.

3. Teoria perspektywy a podział aktywów w portfelu inwestycyjnym

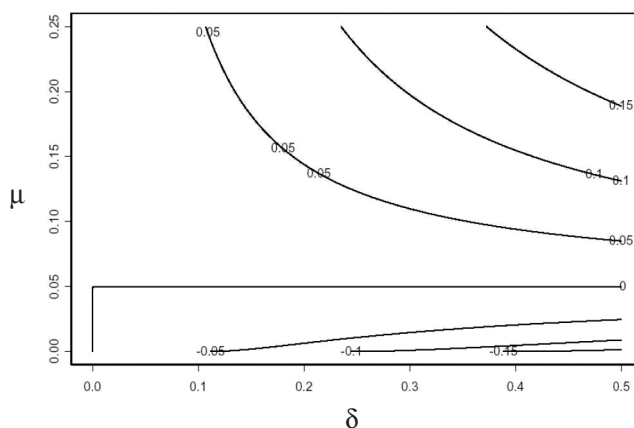
Alternatywną i bardziej szczegółową metodą od przydzielania inwestorów do poszczególnych grup na podstawie ankiet z poprzedniego rozdziału jest indywidualne tworzenie portfela inwestycyjnego przy użyciu teorii perspektywy. Dzięki powiązaniu jej ze średnio-wariancyjną teorią portfelową Markowitza³ można uporać się z podstawowym wyborem dokonywanym przez inwestorów indywidualnych,

³ Podstawą metody średnio-wariancyjnej opracowanej przez Markowitza jest wariancja oczekiwanej stopy zwrotu. Stanowi ona miarę ryzyka, która pozwala wyznaczyć optymalny skład portfela inwestycyjnego.

Pierwszym krokiem przy doborze portfela inwestycyjnego wybór właściwej funkcji użyteczności, która odpowiada realnym preferencjom inwestora i uwzględnia jego nastawienie do ryzyka i strat. Powinna być ona odporna na niewielkie zmiany parametrów, które ją określają, gdyż większość z nich jest obliczana szacunkowo, na podstawie badań empirycznych. W danym przypadku rozpatrywać będziemy funkcję wartości Kahnemana i Tversky'ego.

Kolejnym krokiem jest wybranie metody dokonania podziału⁴. Zakładając, że rynki są efektywne, czyli że stopy zwrotów z aktywów mają rozkład normalny, można użyć analizy *stricte* średnio-wariancyjnej. Zastosowanie tej metody nie jest jednak optymalne, bowiem niewielka zmiana dowolnego z parametrów potęgowej funkcji obojętności prowadzi do znaczących zmian w końcowym wyniku. Na rysunku 2 widać znaczące zmiany kształtu funkcji wartości wraz ze zmianą parametrów.

Rysunek 2. Krzywe obojętności przy zastosowaniu teorii średnio-wariancyjnej na podstawie klamrowej potęgowej funkcji wartości Kahnemana i Tversky'ego



δ – odchylenie standardowe

Źródło: T. Hens, K. Brachmann, *Psychologia rynku dla doradców finansowych*, CeDeWu, Warszawa 2010, s. 77.

⁴ Na podstawie T. Hens, K. Brachmann, *Psychologia rynku dla doradców finansowych*, CeDeWu, Warszawa 2010, s. 76–80.

Problem ten można wyeliminować, wykorzystując kłamrową wykładniczą funkcję wartości:

$$v(\Delta x) = \begin{cases} -\lambda^+ \exp(-\alpha \Delta x) + \lambda^+ & \text{dla } \Delta x \geq 0 \\ \lambda^- \exp(\alpha \Delta x) - \lambda^- & \text{dla } \Delta x < 0 \end{cases} \quad (1.2)$$

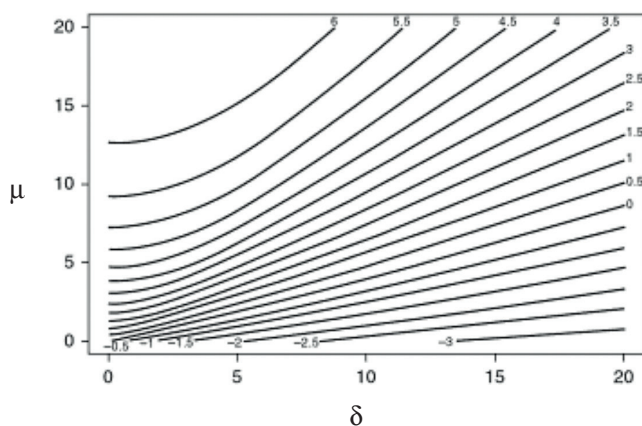
gdzie:

x – zysk / strata,

λ^+, λ^- parametry wyznaczające awersję do strat $\beta = \frac{\lambda^+}{\lambda^-}$

Dzięki takiemu zapisowi funkcji użyteczności otrzymano krzywe obojętności, które są mniej wrażliwe i kształtują się w sposób pozwalający na jednoznaczne rozwiązanie omawianego problemu decyzyjnego przy użyciu granicy efektywnej bądź też linii rynku kapitałowego (rysunek 3).

Rysunek 3. Krzywe obojętności na podstawie kłamrowej wykładniczej funkcji wartości



Źródło: jak pod rys. 2, s. 78.

Sytuacja komplikuje się w przypadku, gdy nie występuje efektywność rynków i stopy zwrotu mogą przybrać dowolny rozkład. By dokonać wyboru zgodnego z zasadami średnio-wariancyjnymi, należy zastosować kłamrową kwadratową funkcję o następującej postaci:

$$v(\Delta x) = \begin{cases} \Delta x - \frac{\alpha^+}{2}(\Delta x)^2 & \text{dla } \frac{1}{\alpha^+} > \Delta x \geq 0 \\ \beta(\Delta x - \frac{\alpha^-}{2}(\Delta x)^2) & \text{dla } \frac{1}{\alpha^-} < \Delta x < 0 \end{cases} \quad (1.3)$$

gdzie:

Δx – różnica między stopą otrzymaną z portfela R a punktem referencyjnym RP,

β – awersja do strat.

Dla parametrów α^+ większego od 0 i α^- mniejszego od 0 powyższa funkcja jest S-kształtna. Warunki ograniczające $\frac{1}{\alpha^+} > \Delta x \geq 0$ i $\frac{1}{\alpha^-} < \Delta x < 0$ wykluczają sytuację, gdy użyteczność maleje po osiągnięciu poziomu $\frac{1}{\alpha^+}$ oraz gdy rośnie po osiągnięciu poziomu strat $\frac{1}{\alpha^-}$. Powyżej tych wartości granicznych zakłada się, że użyteczność jest stała.

Zakładając, że inwestor indywidualny ma do wyboru dwa aktywa: pozbawione ryzyka o stopie zwrotu R_f oraz ryzykowne o możliwych stopach zwrotu R_u i R_d , prawdopodobieństwa otrzymania R_u i R_d wynoszą odpowiednio p i $(1 - p)$, zaś γ oznacza procent majątku zainwestowany w aktywa ryzykowne. Stopę zwrotu z takiego portfela możemy zatem wyrazić jako:

$$R = R_f + (R_u - R_f)\gamma \quad \text{lub} \quad R = R_f + (R_d - R_f)\gamma$$

Jeżeli założymy ponadto, że inwestor posiada kłamrową funkcję wartości opisaną powyżej, to otrzymamy:

$$v(R_s) = \begin{cases} R_s - RP - \frac{\alpha^+}{2}(R_s - RP)^2 & \text{dla } R_s \geq RP \\ \beta(R_s - RP - \frac{\alpha^-}{2}(R_s - RP)^2) & \text{dla } R_s < RP \end{cases} \quad (1.4)$$

gdzie:

R_s – stopa zwrotu z ryzykownego aktywa.

Dodając założenie, że funkcja wartości jest *quasi* wklęsła i $\frac{1}{\alpha^-} \leq R_s \leq \frac{1}{\alpha^+}$ to

optymalny procentowy udział bogactwa, który powinien być zainwestowany w aktywa ryzykowne dla $RP = R_f$ wynosi:

$$\gamma = \frac{p(R_u - R_f) + \beta(1-p)(R_d - R_f)}{\alpha^+ p(R_u - R_f) + \beta\alpha^-(1-p)(R_d - R_f)^2} \quad (1.5)$$

Otrzymany dzięki powyższemu wzorowi współczynnik jest wprost proporcjonalny do stopy zwrotu z aktywów obarczonych ryzykiem.

Aby jednak móc obliczyć współczynnik γ , potrzebne są wartości α^+ , α^- , β . W celu ich otrzymania stawia się w ankietach profilujących ryzyko odpowiednie pytania. Dla obliczenia parametru awersji do ryzyka dla osiągniętych korzyści α^+ pytanie może dotyczyć np. wyznaczenia tego, jaki pewny zysk zrekompensowałby decydentowi grę losową dającą 50% szans na 10% zwrotu i 50% na wyjście na zero. Przy założeniu, że odpowiedź wyniesie 4%, korzystając z wcześniej opisanej klamrowej kwadratowej funkcji wartości (1.3), otrzymamy równanie:

$$0,5 \left(10 - \frac{\alpha^+}{2} \times 100 \right) = 4 - \frac{\alpha^+}{2} \times 16 \quad (1.6)$$

Co w rezultacie daje $\alpha^+ = 1,17$.

W celu ustalenia parametru awersji do ryzyka dla strat α^- zadaje się decydentom podobne pytanie. Należy wybrać pewną stratę, którą byłoby się gotowym ponieść, by uniknąć loterii, która z 50-procentowym prawdopodobieństwem przynosi 10% strat i z 50-procentowym prawdopodobieństwem daje szansę wyjścia na zero. Przy założeniu, że odpowiedź również wyniesie 4%, otrzymamy:

$$0,5\beta \left(-10 - \frac{\alpha^-}{2} \times 100 \right) = \beta \left(-4 - \frac{\alpha^-}{2} \times 16 \right) \quad (1.7)$$

W tym wypadku również otrzymamy $\alpha^- = 1,17$.

4. Metodologia badań przeprowadzonych wśród studentów

W celu sprawdzenia zasadności i skuteczności zastosowań teorii perspektywy przy profilowaniu ryzyka oraz w procesie *wealth management* przeprowadzono badanie grupy 100 studentów Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie z różnych roczników.

Badanie zostało zbudowane na podstawie narzędzi do profilowania ryzyka omówionych w poprzednim rozdziale, jednak ze względu na fakt, że badanie było wykonywane głównie przez Internet, a badani studenci mogli je w każdej chwili przerwać, musiało przybrać krótszą i bardziej przystępną formę.

Główny nacisk został położony na określenie podstawowych współczynników teorii perspektywy. Pierwsze dwa pytania miały formę loterii. Ich celem było obliczenie współczynnika skłonności do ryzyka przy rozpatrywaniu zysków oraz przy rozpatrywaniu strat. Za pomocą kolejnego pytania otrzymano wartość awersji do strat.

4.1. Obliczenia współczynników skłonności do ryzyka

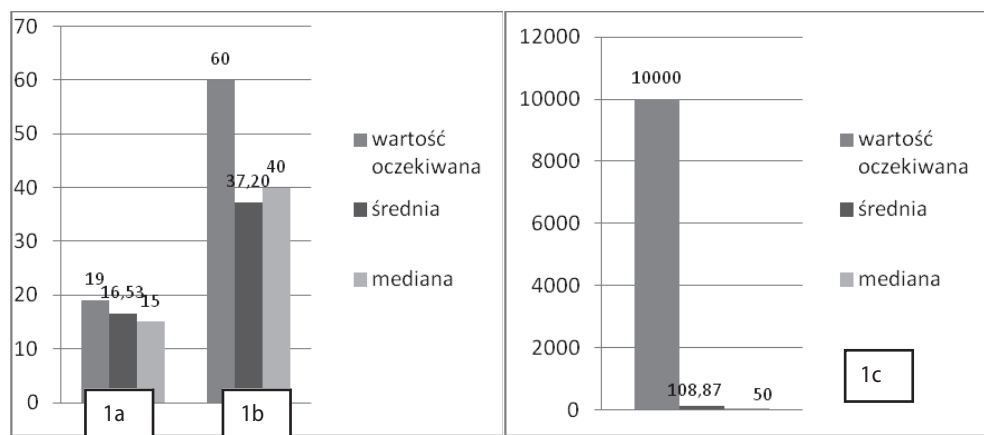
Pierwsze pytanie dotyczące skłonności do podejmowania ryzyka w przypadku zwrotów dodatnich miało formę gry losowej. W trzech przedstawionych sytuacjach badani mieli określić, ile maksymalnie byliby gotowi zapłacić za udział w danej grze losowej. Prawdopodobieństwa kształtowały się następująco:

1a) 10% na zwrot 100 zł, 90% na 10 zł,

1b) 60% na zwrot 100 zł, 40% na 0 zł,

1c) 1% na zwrot 1 000 000 zł, 99% na 0 zł.

Rysunek 4. Wyniki dla loterii 1a, 1b i 1c



Źródło: opracowanie własne.

Wyniki zebrane z trzech loterii składających się na pierwsze zadanie mówią wiele o kształtowaniu się stosunku do ryzyka wśród badanych (rysunek 4). Pokazują, że w zdecydowanej większości przypadków badani podawali odpowiedzi poniżej

wartości oczekiwanej. Stąd też średnia i mediana odpowiedzi znajdują się poniżej tego poziomu. Ponadto różnica pomiędzy wartością oczekiwaną a udzielanymi odpowiedziami rosła wraz ze zwiększaniem się kwot występujących w loteriach. Współczynnik stosunku do ryzyka dla zysków obliczono z poniższego wzoru:

$$p_1 \left(r_1 - \frac{\alpha^+}{2} \times r_1^2 \right) + p_2 \left(r_2 - \frac{\alpha^+}{2} \times r_2^2 \right) = x - \frac{\alpha^+}{2} \times x^2 \quad (1.8)$$

gdzie:

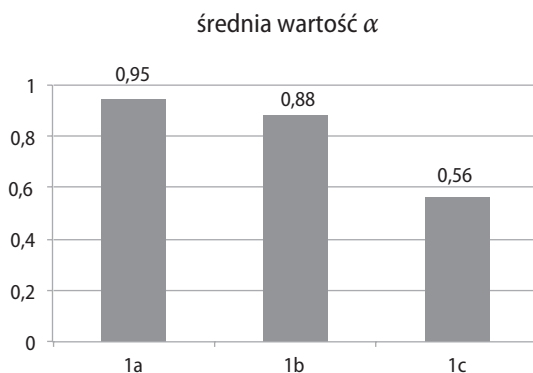
p_1, p_2 – prawdopodobieństwo otrzymania odpowiedniego rezultatu loterii,

r_1, r_2 – stopy zwrotu dla możliwych rezultatów loterii,

x – otrzymana z ankiety stopa zwrotu równoważąca udział w loterii według danego decydenta.

Współczynnik α obrazuje nastawienie decydentów do podejmowania ryzyka. Wartość równa 1,00 oznacza neutralność wobec ryzyka i postępowanie zgodne z rachunkiem prawdopodobieństwa. Zaś mniejsze bądź większe wartości oznaczają odpowiednio większą asertywność bądź większą skłonność do ryzyka. Otrzymane na podstawie powyższego wzoru współczynniki α kształtowały się, jak pokazano na rysunku 5.

Rysunek 5. Kształtowanie się współczynnika α dla zysków



Źródło: opracowanie własne.

Współczynnik α powinien być stały dla każdego inwestora i jednoznacznie określać jego stosunek do ryzyka, żeby można było użyć go do rozwiązywania różnych problemów decyzyjnych. Przeprowadzone badanie wykazało jednak, że jest inaczej. Współczynnik α jest niestabilny i maleje wraz z każdą kolejną loterią.

Z powyższych obserwacji można wywnioskować, że decyzje badanych studentów odbiegają od oczekiwanych wyników obliczonych przy użyciu klasycznych teorii finansów. Różnice te jednak można wytłumaczyć przy użyciu teorii perspektywy i finansów behawioralnych. Współczynnik stosunku do ryzyka o wartości poniżej 1, wykazany we wszystkich trzech ankietach, wskazuje, że badani studenci są niechętni wobec podejmowania ryzyka. Może to być związane z tym, że na co dzień nie rozwiązują podobnych problemów decyzyjnych i podchodzą do loterii zachowawczo.

Dużo bardziej istotne są przyczyny występowania malejącego współczynnika α . Jedną z nich może być dobór grupy do badania. To badanie zostało przeprowadzone na studentach, którzy nie charakteryzują się wysokim poziomem bogactwa. Mimo iż potrafili oni obliczyć i trafnie ocenić szansę i wielkość wygranej, to nie podejmują ryzyka, gdyż ich zasoby są ograniczone. Szczególnie widać to w ankiecie 1c, gdzie wartość oczekiwana wygranej to aż 10 000 zł. Badani zdają sobie sprawę, że mogą dużo wygrać, jednak w przypadku niepowodzenia strata tak wysokiej kwoty, jaka wynikałaby z wartości oczekiwanej, byłaby dla nich zbyt bolesna. Dlatego średnia wartość, jaką byłiby w stanie zapłacić za udział w danej loterii, wynosi jedynie 108,73 zł.

Badanie pokazało, iż współczynnik α jest niestabilny i oddziałuje na niego wiele czynników zewnętrznych, których wpływ ciężko wyłączyć. Zatem obliczony na podstawie loterii bądź pytań współczynnik nie znajduje zastosowania przy rozwiązywaniu podobnego problemu decyzyjnego osadzonego w innych warunkach.

Drugie pytanie w badaniu przeprowadzonym wśród studentów dotyczyło skłonności do ryzyka w przypadku strat. Studentom wypełniającym ankietę przedstawiono 3 loterie. Ich zadaniem było określenie, jaką pewną stratę gotowi byliby ponieść, by nie musieć brać w nich udziału. Zwroty z loterii kształtowały się następująco:

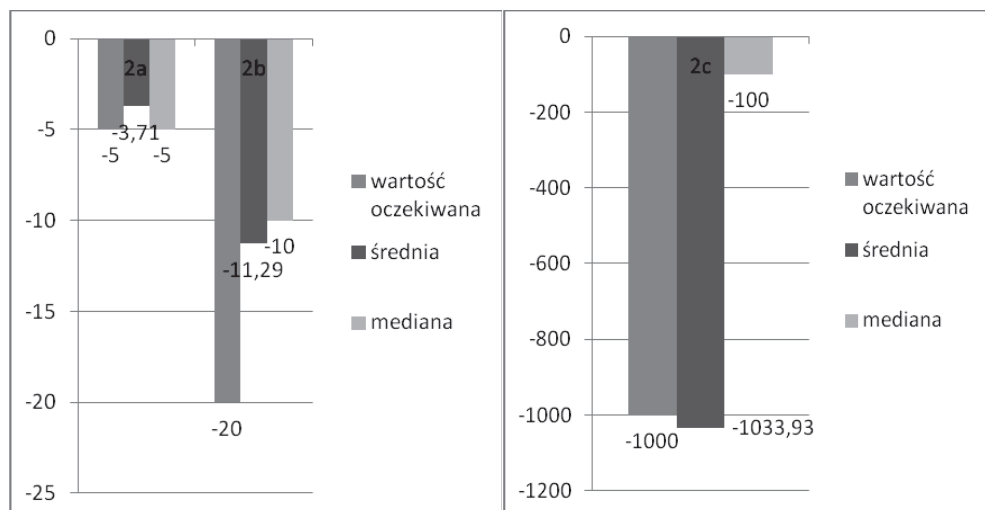
- 2a) 50% na 0 zł, 50% na 10 zł,
- 2b) 80% na 0 zł, 20% na 100 zł,
- 2c) 99% na 0 zł, 1% na 100 000 zł.

Średnie wyniki dla danych loterii zostały przedstawione na rysunku 6.

W przypadku rozważania strat widać, że średnie odpowiedzi udzielane przez uczestników są około dwa razy mniejsze od wartości oczekiwanej. Potwierdza to i dokumentuje występowanie awersji do strat opisanej w teorii perspektywy. Głębszej analizy wymaga jednak trzecia loteria, w której występuje 1% ryzyka poniesienia najwyższej straty wynoszącej 100 000 zł. Wartość oczekiwana straty to 1000 zł, średnia to -1033,93, zaś mediana to tylko 100 zł. Po dokładniejszym zbadaniu 73% odpowiedzi znajduje się poniżej wartości średniej, zatem odpowiedzi dla tego pytania są bardzo skrajne. 27% badanych wykazało się niezwykle silną awersją wobec ryzyka przy ponoszeniu strat i zgodziło się na wysoką pewną przegraną, przekraczającą wartość oczekiwaną. Pozostała część badanych przyjęła 1-procentowe

ryzyko poniesienia strat w loterii za niezwykle mało prawdopodobne i skłaniała się ku wzięciu udziału w loterii.

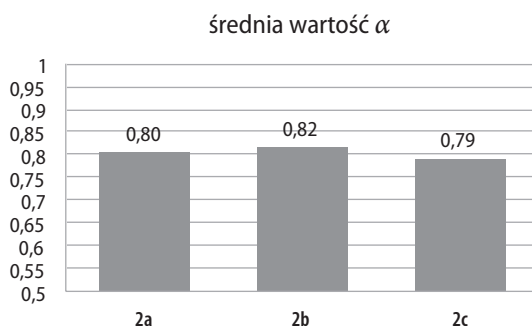
Rysunek 6. Wyniki loterii 2a, 2b i 2c



Źródło: opracowanie własne.

Dla tak otrzymanych wyników obliczona wartość współczynnika α kształtuje się, jak pokazano na rysunku 7.

Rysunek 7. Średnia wartość α dla loterii przynoszących straty



Źródło: opracowanie własne.

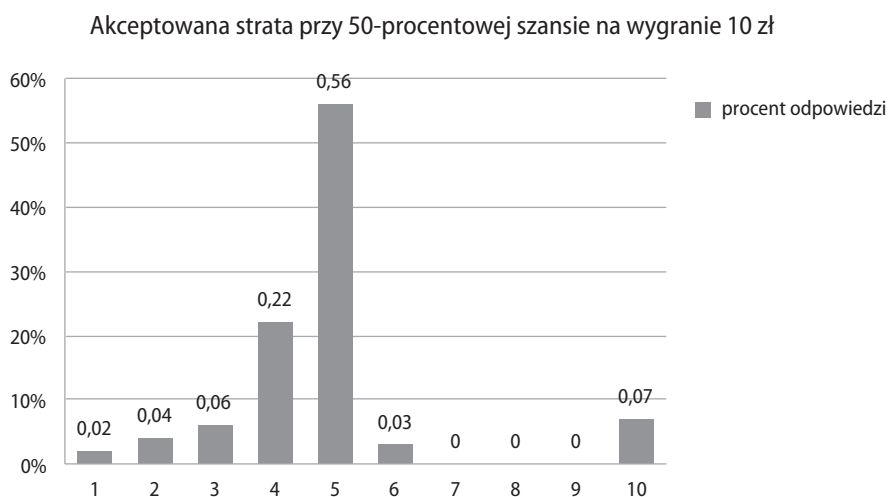
W przypadku loterii generujących straty współczynnik α jest stabilny. Widzimy zatem, że badani studenci podejmowali konsekwentne decyzje. Stała wartość

współczynnika pozwala na użycie go do modelowania i przewidywania zachowań inwestorów w przypadku wystąpienia podobnych problemów decyzyjnych. Ponadto wartości poniżej 1 w przypadku strat wskazują na, odwrotnie niż w przypadku zysków, niską awersję do ryzyka. Decydenci są gotowi ponieść jedynie niską pewną stratę.

4.2. Współczynnik awersji do strat

Kolejne pytanie zostało zadane w celu wyznaczenia współczynnika awersji do strat. Decydenci zostali zapytani o to, czy wzięliby udział w loterii, która daje jednakowe szanse na 10% zysku i 10% strat. Jeżeli nie, to jaką wysokość możliwej straty byłiby gotowi zaakceptować. Wyniki zaprezentowano na rysunku 8.

Rysunek 8. Wyniki w pytaniu dotyczącym awersji do strat: Jaką maksymalną stratę decydent jest gotów zaakceptować, by wziąć udział w loterii dającej 50% szans na zyskanie 10 zł i 50% szans na przegraną?



Źródło: opracowanie własne.

Zgodnie z wynikami badań najwięcej decydentów gotowych było zaakceptować stratę wynoszącą 5 zł – 56% badanych lub mniejszą – 34% badanych. Jedynie 7% wykazało się brakiem awersji do strat i wybrało wartość 10 zł.

Dla każdego decydenta podstawiono obliczone wcześniej współczynniki α dla zysków i strat oraz powyższe wyniki podstawiono do klamrowej kwadratową funkcji użyteczności (1.3) i na tej podstawie obliczono współczynnik β :

$$0,5 \left(10 - \frac{\alpha^+}{2} \times 100 \right) = \beta \left(-x - \frac{\alpha^-}{2} \times x^2 \right)$$

$$\beta = \frac{0,5 \left(10 - \frac{\alpha^+}{2} \times 100 \right)}{\left(-x - \frac{\alpha^-}{2} \times x^2 \right)}$$

Otrzymana na podstawie powyższych obliczeń średnia wartość β kształtuje się na poziomie 2,767. Współczynnik jest wyższy od średniej awersji do strat obliczonej przez Khanemana i Tverskiego w swoich badaniach, która wynosiła 2,25. Otrzymana różnica znajduje jednak odzwierciedlenie w odpowiedziach ankietowanych. Mocne odczuwanie strat jest prawdopodobnie związane z niskim poziomem bogactwa wśród decydentów, którymi byli studenci. Niewielka ilość środków pieniężnych powoduje, że uszczuplenie tych i tak już skromnych zasobów może być odczuwana przez nich bardziej intensywnie.

5. Podsumowanie

Na podstawie powyższego badania można stwierdzić, że wartości otrzymane za pomocą szacowania podstawowych współczynników teorii perspektywy za pomocą ankiet i podstawiania ich do wzorów różnią się od wyborów, które powinny zostać dokonane na podstawie klasycznych teorii finansów.

Badanie potwierdziło wystąpienie zjawisk i tendencji opisanych w teorii perspektywy w postaci awersji do strat i indywidualnej skłonności do ryzyka. Jednakże próba wymierzenia stałych współczynników w celu oszacowania skali tych zjawisk i dalszego wykorzystania okazała się tylko w połowie satysfakcjonująca. Podstawowy współczynnik skłonności do ryzyka przy rozpatrywaniu zysków okazał się niestabilny i zależny od skali oraz sposobu przedstawienia problemu.

Ten sam współczynnik okazał się stały w kontekście strat, co oznacza, że może on być obliczony na podstawie ankiet i użyty przy przewidywaniu zachowań i preferencji inwestorów przy rozpatrywaniu innych problemów decyzyjnych dotyczących strat.

Zróznicowane wyniki przypominają o fakcie, że oparcie wzorów i obliczeń na zmiennych, których podłoże jest czysto psychologiczne, nie daje gwarancji uzyskania porównywalnych wyników. Mimo wszystko wzory uzyskane na podstawie teorii perspektywy zawsze stanowią będąc interesujące uzupełnienie klasycznych teorii, pozwalające na lepsze zrozumienie skłonności i preferencji inwestorów.

Bibliografia

1. Bernoulli D., *Exposition of a New Theory on the Measurement of Risk*, „Econometrica”, vol. 22, no. 1 (Jan. 1954), s. 23–36.
2. Cieślak A., *Behawioralna ekonomia finansowa. Modyfikacja paradygmatów funkcjonujących w nowoczesnej teorii finansów*, Narodowy Bank Polski, Warszawa 2009.
3. Czerwonka M., Gorlewski B., *Finanse behawioralne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2012.
4. Daniel K., Hirshleifer D., Subrahmanyam A., *Investor Psychology and Security Market Under- and Overreactions*, „The Journal of Finance” 1998, vol. 53, Issue 6, 1839–1885.
5. Goode E., *A conversation with Daniel Kahneman; On Profit, Loss and the Mysteries of the Mind*, „New York Times” z dnia 5.11.2002.
6. Hacking I., *The Logic of Pascal's Wager*, „American Philosophical Quarterly” 1972, vol. 9: 186–192.
7. Han B., Hsu J., *Prospect Theory and Its Applications in Finance*, http://www.researchaffiliates.com/ideas/pdf/Working_Paper_Dec_2004_Prospect_Theory_and_Its_Applications_in_Finance.pdf, data dostępu: 10.10.2012.
8. Hens T., Brachmann K., *Psychologia Rynku dla doradców finansowych*, CeDeWu, Warszawa 2010.
9. Hens T., Wang M., *Does Finance have a Cultural Dimension*, NCCR working paper, University of Zürich 2007.
10. Hens T., Rieger M.O., *The dark side of the moon: structured products from the customer's perspective*, <http://www.cfr-cologne.de/download/kolloquium/2009/hens-rieger.pdf>, data dostępu: 10.10.2012.
11. Kahneman D., Tversky A., *Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk*, „Econometrica”, XLVII 1979 r., s. 263–291.
12. Nofsinger J.R., *Psychologia inwestowania*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2006.
13. O'Boyle E.J., *Requiem for homo oeconomicus*, „Journal of Market & Morality”, vol. 10, no. 2 (Fall 2007), 321–33.
14. Ostaszewski J., *Finanse*, Difin, Warszawa 2008.
15. Sherfin H., *Beyond Greed and Fear: Understanding of behavioral finance and the Psychology of investing*, „Oxford University Press”, New York 2002.
16. Simon H.A., *Rationality In Psychology and Economics*, „The University of Chicago Press”, Chicago 2007.

Jacek Gogołowicz

Kolegium Zarządzania i Finansów

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Innowacyjność i sieciowość jako warunki rozwoju przedsiębiorstwa

1. Wprowadzenie

Innowacyjność staje się coraz częściej warunkiem koniecznym egzystencji i rozwoju przedsiębiorstw. Jednak, jak pokazują choćby przykłady sektora motoryzacyjnego czy telefonii komórkowej, w branżach *high-tech*, gdzie informacja szybko traci na znaczeniu, nie da się prowadzić działalności innowacyjnej samodzielnie. Byłoby to zbyt kosztowne i ryzykowne. Stąd przedsiębiorstwa nawiązują współpracę z innymi graczami w celu m.in. generowania innowacyjnych rozwiązań problemów, jakie przed nimi stawia rynek i rosnąca konkurencja. W miarę wzrostu liczby porozumień kooperacyjnych oraz potrzeby skorzystania z coraz bardziej wyspecjalizowanych zasobów i umiejętności pojawiają się relacje o charakterze sieciowym.

Niniejszy artykuł jest przeglądem literatury polskiej i światowej. Celem pracy jest ukazanie, za pomocą rozumowania dedukcyjnego, związków, jakie występują pomiędzy sieciowością, innowacyjnością a rozwojem przedsiębiorstwa. Dotychczasowa literatura z zakresu nauk o zarządzaniu skupiona jest przede wszystkim na analizie dwuczynnikowej, tj. relacji bezpośredniej między rozwojem przedsiębiorstwa a jego innowacyjnością lub sieciowością (korzyści ze współpracy) a rozwojem organizacji. Niniejszy artykuł ma również na celu wykazanie, że sieciowość przedsiębiorstwa jest warunkiem jego rozwoju nie tylko w sposób bezpośredni, ale także pośredni. Sieciowość przedsiębiorstwa warunkuje istnienie innych czynników determinujących rozwój przedsiębiorstwa. W pracy skupiono się na relacjach między sieciowością a innowacyjnością, które warunkują rozwój przedsiębiorstwa.

2. Innowacyjność przedsiębiorstwa

W ostatnich latach obserwuje się dynamiczną dyskusję podejmującą kwestie innowacji. W literaturze polskiej stosuje się powszechnie terminy takie, jak: innowacja, proces innowacyjny, aktywność innowacyjna, potencjał innowacyjny, innowacyjność. Stąd punktem wyjścia do rozważań na temat innowacyjności powinno być zdefiniowanie pojęcia „innowacja”.

Podstawowym czynnikiem identyfikacji innowacji – z czym zgadza się znakomita większość autorów – jest jej nowość rozumiana subiektywnie. Postrzegana jest ona przez pryzmat danej organizacji. Natomiast pierwsze wprowadzenie danego produktu, usługi, procesu czy sposobu zorganizowania w skali światowej określa się jako wynalazek¹.

Powszechnie dokonuje się jakościowego wartościowania innowacji – radykalna, przełomowa, inkrementalna itp. – jednak każdy niezerowy poziom nowości powinien skłaniać do uznania danego fenomenu za innowację.

Drugim, istotnym atrybutem innowacji jest jej wprowadzenie na rynek (szerzej – do praktyki gospodarczej), chociaż część badaczy wskazuje, iż za innowację można uznać samo opracowanie procesu technologicznego. To rozróżnienie „momentu”, od którego dany fenomen można uznać za innowację (przede wszystkim w rozumieniu rzeczowym) jest kluczowe, gdyż w przedsiębiorstwach powstaje wiele pomysłów, które są rozwijane, ale tylko część z nich trafia bezpośrednio na rynek. Część z tych pomysłów – pomimo wyprodukowania bądź gotowości organizacji do produkcji – jest ze względów strategicznych wstrzymywana (trafia do tzw. lodówki innowacji – *innovation fridge*). Jest to związane z właściwą polityką produktową przedsiębiorstwa, nastawioną na maksymalizację dochodów, wykorzystanie cyklu życia wprowadzanych na rynek produktów, realizowanych technologii oraz innowacji. Na przykład, korporacja L'Oréal realizuje produkcję i sprzedaż szamponów, których technologia wytwarzania określona jest jako kluczowa lub wręcz bazowa. Natomiast szampony produkowane z wykorzystaniem nanocząsteczek są przewidywane dopiero w następnych latach, mimo iż koncepcja technologii wytwarzania korzystnie przeszła testy wykonalności. Część z innowacyjnych pomysłów trafia do archiwów, gdyż w tej chwili brak jest dla nich komercyjnego zastosowania – tak było z historią Pampersów: w pierwszej chwili Procter and Gamble wynalazła materiał

¹ Por. I. Łącka, *Współpraca technologiczna polskich instytucji naukowych i badawczych z przedsiębiorstwami jako czynnik wzrostu innowacyjności polskiej gospodarki*, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, Szczecin 2001, s. 37; *Oslo Manual – Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, OECD i EUROSTAT, Paryż 2005, s. 17, 46.

relatywnie wysoko absorbujący ciecze, a dopiero kilkadziesiąt lat później zastosowała go w Pampersach, tworząc w ten sposób całkowicie nową kategorię produktu².

W niniejszym artykule za innowację przyjmuje się dokonanie sprzedaży nowego, z punktu widzenia danego przedsiębiorstwa, produktu (usługi) bądź wdrożenie nowego procesu czy nowego sposobu zorganizowania działalności przedsiębiorstwa³. Przyjęta definicja stanie się podstawą do dalszych analiz nad innowacyjnością.

Po przyjęciu definicji innowacji należy określić pole semantyczne terminu innowacyjność.

Jak piszą P. Niedzielski, J. Markiewicz, K. Rychlik i T. Rzewuski, w kontekście gospodarki innowacyjność „jest cechą (...) oznaczającą zdolność do tworzenia i wdrażania innowacji, jak również ich przyswajania”⁴. W marketingu czy badaniach nad konsumentami innowacyjność jest rozumiana jako pewna cecha osobowościowa lub zachowanie związane z zakupem nowych produktów tudzież usług czy też jako preferencja nowych doświadczeń związanych z konsumpcją (rozumianą ekonomicznie)⁵.

Jeśli chodzi o innowacyjność przedsiębiorstw, to najczęściej wskazuje się ją nie jako rezultat (innowację) ani proces do tego rezultatu prowadzący⁶, lecz jako pewien atrybut danej organizacji.

G.T. Lumpkin i G.G. Dess piszą o innowacyjności jako o tendencji przedsiębiorstwa do prowadzenia procesów innowacyjnych⁷. Na innowacyjność jako zdolność organizacji do „tworzenia i wdrażania zmian” wskazują J. Bogdanienko, M. Haffer i W. Popławski⁸. Z kolei R. Nowacki określa ją jako „skłonność i zdolność” danego

² W. Townsend, *Innovation and the Path Not Traveled*, „Southern Business Review” 2009, summer, s. 27–28.

³ Por. *Oslo Manual...*, op.cit., s. 46.

⁴ P. Niedzielski, J. Markiewicz, K. Rychlik, T. Rzewuski, *Innowacyjność w działalności przedsiębiorstw. Kompendium wiedzy*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2007, s. 86.

⁵ J.B. Hartman, K.C. Gehrt, K. Watchravesringkan, *Re-examination of the concept of innovativeness in the context of the adolescent segment: Development of a measurement scale*, „Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing” 2004, vol. 12, no. 4, s. 355.

⁶ Por. W. K. Szalkiewicz, A. Skonieczek, *Dynamiczny wskaźnik innowacyjności: metoda badania innowacyjności*, Olsztyńska Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania im. Prof. Tadeusza Kotarbińskiego, Olsztyn 2009, s. 18.

⁷ G.T. Lumpkin, G.G. Dess, *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance*, „Academy of Management Review” 1996, vol. 21, no. 1, za: H. Salavou, *The concept of innovativeness: should we need to focus*, „European Journal of Innovation Management” 2004, vol. 7, no. 1, s. 34.

⁸ J. Bogdanienko, M. Haffer, W. Popławski, *Innowacyjność przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2004, s. 21.

podmiotu do generowania innowacji⁹. Innowacyjność jako umiejętność definiuje M. Dolińska¹⁰. Natomiast K.B. Matusiak poprzez innowacyjność rozumie „zdolność i motywację do poszukiwania i komercyjnego wykorzystania jakichkolwiek wyników badań naukowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków, prowadzących do wzrostu poziomu nowoczesności i wzmocnienia pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa, a także realizacji ambicji technicznych przedsiębiorcy”¹¹.

Wydaje się, że najważniejszym jest określenie innowacyjności przedsiębiorstwa holistycznie. Należy zatem połączyć podejście do innowacyjności jako pewnej skłonności, zdolności i samego procesu generowania innowacji z wymiernym ich rezultatem, to znaczy systematycznym wdrażaniem nowych produktów i rozwiązań, dużym udziałem nowych lub ulepszonych produktów w wolumenie produkcji i usług¹². Takie spojrzenie na innowacyjność prezentują m.in. azjatyccy badacze¹³, jak również autorzy *Innovation Union Scoreboard*, gdzie w skład zagregowanego miernika innowacyjności wchodzi: możliwości (*enablers*), działalność (*activity*) oraz rezultaty (*outputs*)¹⁴.

Zatem innowacyjność to pewien atrybut przedsiębiorstwa oznaczający jego motywację, jak również potencjał i zdolność do prowadzenia działalności, której zamierzonym rezultatem jest wprowadzenie na rynek bądź do zastosowania w danym podmiocie: nowych produktów (w tym usług), procesów czy metod zorganizowania oraz fakt prowadzenia tejże działalności i wdrożenia do praktyki gospodarczej wymienionych nowości. Tak określona innowacyjność łączy jej 3 „składniki”: po pierwsze, potencjał, zdolność i motywację do generowania innowacji; po drugie, prowadzenie działalności innowacyjnej; po trzecie, rezultaty aktywności innowacyjnej. W sposób obrazowy przyjętą definicję innowacyjności zaprezentowano na rysunku 1.

⁹ *Innowacyjność w zarządzaniu a konkurencyjność przedsiębiorstwa*, red. R. Nowacki, Difin, Warszawa 2010, s. 30.

¹⁰ M. Dolińska, *Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy*, PWE, Warszawa 2010, s. 22.

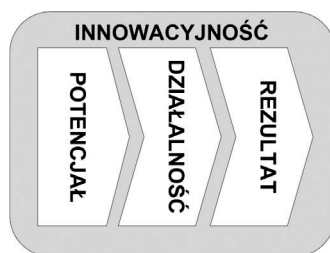
¹¹ K.B. Matusiak, *Budowa powiązań nauki z biznesem w gospodarce opartej na wiedzy. Rola i miejsce uniwersytetu w procesach innowacyjnych*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2010, s. 60.

¹² Por. K. Poznańska, *Innowacyjność przedsiębiorstw*, w: *Nauka o przedsiębiorstwie: wybrane zagadnienia*, red. I. Lichniak, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2009, s. 334; A.H. Jasiński, *Innowacje i transfer techniki w procesie transformacji*, Difin, Warszawa 2006, s. 41.

¹³ M.-T. Tsai, S.-S. Chuang, W.-P. Hsieh, *Prioritization of Organizational Innovativeness Measurement Indicators Using Analytic Hierarchy Process*, „The Business Review” 2009, vol. 12, no. 1, s. 250.

¹⁴ H. Hollanders, N. Es-Sadki, *Innovation Union Scoreboard 2013*, Komisja Europejska, Bruksela 2003, s. 4.

Rysunek 1. Składniki definicji innowacyjności



Źródło: opracowanie własne.

3. Znaczenie innowacyjności dla rozwoju przedsiębiorstwa

Generowanie innowacji oraz ich wdrażanie jest jednym ze sposobów kreujących szanse na rozwój organizacji i uzyskanie, choć tymczasowej, przewagi nad konkurentami¹⁵. Innowacyjność jest kluczowym czynnikiem sukcesu w warunkach postępującej globalizacji¹⁶. Innowacje są jednym ze sposobów, jakie przedsiębiorstwa mogą stosować w walce konkurencyjnej. Nowe produkty czy usługi pozwalają przedsiębiorstwom utrzymać lub zwiększyć udziały w rynku oraz obronić rentowność. Innowacyjność pozwala nie tylko na komercjalizowanie nowych produktów czy usług, ale także na uczynienie tego szybciej, częściej, mniejszym kosztem i efektywniej¹⁷.

B. Nogalski podkreśla, że innowacyjność, szczególnie w zakresie wdrażania innowacji na rynku, ma podstawowe znaczenie zarówno dla rozwoju, jak i samego istnienia przedsiębiorstwa na rynku¹⁸. Podobną opinię prezentuje W. Janasz, twierdząc, iż innowacyjność jest warunkiem koniecznym utrzymania się na rynku w turbulentnym otoczeniu. Jego zdaniem, to właśnie innowacyjność umożliwia generowanie oraz

¹⁵ K. Tajeddini, *The effects of innovativeness on effectiveness and efficiency*, „Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues” 2011, vol. 4, no. 1, s. 6; P.F. Drucker, *Natchnienie i fart, czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2004, s. 21.

¹⁶ *Innowacyjność polskiej gospodarki*, red. A. Zygierecz, „Studia BAS” 2011, nr 1 (25), s. 5.

¹⁷ *IPT's integrated institutional capacity building services and programmes for Technology Centres and Parks*, UNIDO, Wiedeń 2004, s. 10.

¹⁸ B. Nogalski, *Przewaga konkurencyjna gospodarki jutra*, w: *Innowacje w rozwijaniu konkurencyjności firm. Znaczenie, wsparcie, przykłady zastosowań*, red. J. Perenc, J. Hołub-Iwan, C.H. Beck, Warszawa 2011, s. 121.

odnawianie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw¹⁹. Na innowacyjność jako *conditio sine qua non* przetrwania i rozwoju przedsiębiorstwa wskazuje także A. Jasińska²⁰. W. Świtalski natomiast zwraca uwagę, że innowacyjność przynosi efekty nie tylko w obszarze strategii, lecz także finansów – innowacyjne przedsiębiorstwa działają efektywniej i uzyskują relatywnie wyższe korzyści ekonomiczne²¹.

Oprócz aspektu sprawności M. Strużycki i B. Bojewska wskazują korzyści marketingowe innowacyjności. Ich zdaniem innowacyjność pozwala organizacjom pokonywać bariery, jakie napotykają na drodze swojego rozwoju, oraz ułatwia pozyskiwanie klientów i budowanie ich lojalności. Innowacyjność ma pozytywne przełożenie na jakość produktów, lepsze dopasowanie działań przedsiębiorstwa do sytuacji w jego otoczeniu, zwiększenie potencjału eksportowego, jak również poprawienie konkurencyjności sprzedaży²². Jak pisze A. Pomykański, w wielu badaniach udowodniono, iż wzrost innowacyjności jest powiązany ze wzrostem wydajności i konkurencyjności²³.

M. Mach wskazuje, że przytoczone powyżej korzyści płynące z innowacyjności znajdują rezultat we wzroście wartości innowacyjnego przedsiębiorstwa²⁴. Natomiast brak innowacyjności przedsiębiorstwa powoduje spadek jego wartości²⁵.

Jak zatem wynika z przeprowadzonej powyżej analizy, innowacyjność jest jednym z kluczowych motorów rozwoju przedsiębiorstwa²⁶.

4. Wzrost znaczenia sieci

C. Martin-Rios definiuje sieci międzyorganizacyjne (*inter-firm networks*) jako „dobrowolne porozumienia niezależnych przedsiębiorstw, które [porozumienia

¹⁹ W. Janasz, *Innowacje i ich miejsce w tworzeniu wartości przedsiębiorstwa*, w: *Innowacje w działalności przedsiębiorstw w integracji z Unią Europejską*, red. W. Janasz, Difin, Warszawa 2005, s. 54–55.

²⁰ A. Jasińska, *Rola innowacji w działalności przedsiębiorstwa*, w: *Innowacyjność we współczesnych organizacjach*, red. A. Stabryła, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2005, s. 321, 323.

²¹ W. Świtalski, *Innowacje i konkurencyjność*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2005, s. 145.

²² M. Strużycki, B. Bojewska, *Rola państwa i rządu w kształtowaniu innowacyjnej gospodarki*, w: *Innowacje w rozwijaniu konkurencyjności...*, op.cit., s. 18–19, 21.

²³ A. Pomykański, *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Łódź 2001, s. 11.

²⁴ M. Mach, *Innowacyjność a wartość przedsiębiorstwa*, w: *Innowacyjność w teorii i praktyce*, red. M. Strużycki, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2006, s. 74, 76.

²⁵ J. Komorowski, *Cele i wartości współczesnego przedsiębiorstwa. Ujęcie behawioralne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2011, s. 121.

²⁶ Ibidem, s. 125.

– przyp. aut.] obejmują wymianę i dzielenie się wiedzą”²⁷. Z kolei według J.C. Jarillo sieć to takie zgrupowanie organizacji, w której minimum jedna kontroluje przepływ zasobów materialnych i niematerialnych (w tym wiedzy) pomiędzy innymi organizacjami²⁸. Natomiast W.E. Baker podkreśla wymiar relacyjny – fakt, iż sieć to zbiór powiązań, relacji pomiędzy przedsiębiorstwami²⁹. Jest to podejście zbliżone do definicji zaproponowanej przez F. Prenkerta i L. Hallena, którzy mianem sieci określają pewien zorganizowany system wymiany (*organised behavioural system of exchange*)³⁰. S. Łobejko jako sieci uznaje „zorganizowane formy działalności gospodarczej, organizacji i przedsiębiorstw rozproszonych geograficznie i współpracujących ze sobą przy wykonaniu określonego zadania”³¹. Z kolei R. Filieri i S. Alguezaui ograniczają pojęcie sieci do zbioru podmiotów opartego na kosztach transakcyjnych, gdzie współpraca jest formalna i krótkoterminowa, a grupę organizacji współtworzących, dzielących się ze sobą oraz integrujących zasoby wiedzy, współpracujących długoterminowo nazywają rozszerzonym przedsiębiorstwem³².

J. Cygler wskazuje na kluczowe cechy sieciowości: pomiędzy uczestnikami sieci dochodzi do transferu zasobów, powiązania w obrębie danej sieci są wielorakie (hierarchiczne, poziome, pionowe, hybrydowe, formalne, nieformalne), organizacje w sieci nie są całkowicie zintegrowane – każda z nich posiada własne cele i strategię dojścia do nich, choć może być ona ograniczona celami i strategią sieci. Ponadto działalność sieci opiera się przede wszystkim na przepływie informacji, stąd, z reguły, sieci mają dobrze ukształtowane kanały komunikacji. Sieci w większości są nastawione długookresowo, a interakcje, do jakich w nich dochodzi, są z reguły powtarzalne³³.

Zainteresowanie badaczy z zakresu nauk o zarządzaniu sieciowością rozpoczęło się w latach 80. XX wieku i było spowodowane trzema czynnikami. Po pierwsze,

²⁷ C. Martin-Rios, *Why do firms seek to share human resource management knowledge? The importance of inter-firm networks*, „Journal of Business Research” 2012, article in press, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.10.004>, s. 2.

²⁸ J.C. Jarillo, *Strategic Networks. Creating the Borderless Organization*, Butterworth-Heinemann, Oxford 1995, s. 6, za: J. Cygler, *Organizacje sieciowe jako forma współdziałania przedsiębiorstw*, w: *Przedsiębiorstwo partnerskie*, red. M. Romanowska, M. Trocki, Difin, Warszawa 2002, s. 147–148.

²⁹ W.E. Baker, *The Network Organization in Theory and Practice*, w: *Networks and Organizations*, red. N. Nohria, B. Eccles, Harvard Business School Press, Cambridge 1992, s. 399, za: J. Cygler, *Organizacje sieciowe...*, op.cit., s. 148.

³⁰ F. Prenkert, L. Hallen, *Conceptualising, delineating and analysing business networks*, „European Journal of Marketing” 2006, vol. 40, nr 3/4, s. 385.

³¹ S. Łobejko, *Przedsiębiorstwo sieciowe. Zmiany uwarunkowań i strategii w XXI wieku*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2010, s. 43.

³² R. Filieri, S. Alguezaui, *Extending the enterprise for improved innovation*, „Journal of Business Strategy” 2012, vol. 33, nr 3, s. 44.

³³ J. Cygler, *Organizacje sieciowe jako forma...*, op.cit., s. 148–150.

rozwojem technologii ICT. W tamtym okresie badacze zainteresowali się sieciami telekomunikacyjnymi i ich dwoma aspektami: sieciowymi efektami zewnętrznymi³⁴ oraz standaryzacją³⁵. Po drugie, trwały już wtedy dyskusje na temat granic przedsiębiorstwa, wywołane coraz większym znaczeniem problemu decyzyjnego *make-or-buy*, a co za tym idzie, zmianami związanymi z budowaniem coraz ściślejszych relacji z dostawcami, w których to zmianach coraz większe znaczenie miało zaufanie, a nie tylko cena³⁶. Po trzecie, było to związane z relatywnie dynamicznym i szerokim rozwojem technologii. To z kolei wymagało nie tylko posiadania zasobów wiedzy typu „co”, ale i typu „jak” – jak używać danej technologii (*know-how*). W pierwszych stadiach rozwoju takie zasoby są niedostępne bądź trudno dostępne na rynku, więc przedsiębiorstwa współpracowały z tymi podmiotami, które takie zasoby już posiadały. Organizacje zaczynały budować portfele „aliansów”, partnerstw, które nie były oparte na zasadach doskonałej konkurencji, ale na dwóch podstawowych regułach: im dłużej trwa dana relacja i im bliższa (ściślejsza) jest ona, tym jest efektywniejsza. Oznaczało to, że do interakcji dochodziło już potencjalnie nie ze wszystkimi pojedynczymi uczestnikami rynku, lecz z wybraną grupą podmiotów³⁷. Te 3 zagadnienia spowodowały wzrost zainteresowania zjawiskiem sieciowości.

Jednak sieciowość przedsiębiorstw nie wydaje się być wynikiem tylko zmian technologicznych w sektorze ICT. M. Castells postrzega pojawienie się współpracy sieciowej przedsiębiorstw jako rezultat niesprawdzenia się modelu ścisłej integracji pionowej. Organizacje działające na podstawie tego modelu były znacznie mniej efektywne, wolniej odpowiadały na wyzwania dynamicznie zmieniającego się rynku i generowały relatywnie wysokie koszty stałe³⁸. Jak stwierdza J. Birkinshaw, sieciowość miała zwiększyć elastyczność przedsiębiorstw³⁹.

Z kolei R.E. Miles i C.C. Snow postrzegają organizacje sieciowe jako kolejną formę ewolucji form organizacji: od przedsiębiorstw funkcjonalnych, przez dywizjo-

³⁴ To znaczy rosnącymi korzyściami, jakie z danego dobra osiąga użytkownik w miarę, jak wzrasta liczba użytkowników danego dobra.

³⁵ Żeby uczestnicy sieci mogli się ze sobą komunikować, musi istnieć wspólny kod, standard komunikacji. R. Cowan, *Networks Models of Innovation and Knowledge Diffusion*, w: *Clusters, Networks, and Innovation*, red. S. Breschi, F. Malerba, Oxford University Press, Oxford 2007, s. 31.

³⁶ Ibidem, s. 32.

³⁷ Ibidem, s. 33.

³⁸ M. Castells, *The Rise of the Network Society*, Blackwell Publishers, Oxford 2000, s. 177–188, za: J. Cygler, *Organizacje sieciowe jako forma...*, op.cit., s. 152–154.

³⁹ J. Birkinshaw, *Network Relationships Inside and Outside the Firm, and the Development of Capabilities*, w: J. Birkinshaw, P. Hagstrom, *The Flexible Firm. Capability Management in Network Organizations*, Oxford University Press, Oxford 2000, s. 4–17, za: J. Cygler, *Organizacje sieciowe jako forma...*, op.cit., s. 152–154.

nalne (lata 40. i 50. XX w.) i macierzowe (lata 60. i 70. XX w.) do właśnie sieciowych, powstałych jako odpowiedź na zdynamizowanie konkurencji i przełomowe zmiany technologii ICT⁴⁰.

Bez względu na to, jakie uzasadnienie zostanie przyjęte, niewątpliwym pozostaje fakt, iż zjawisko sieciowości systematycznie nabiera znaczenia – zarówno w teorii zarządzania, jak i dla rozwoju przedsiębiorstw.

5. Korzyści sieci dla przedsiębiorstw

Zdaniem J. Childa i D. Faulknera⁴¹ uczestnictwo przedsiębiorstwa w sieciach niesie ze sobą kilka podstawowych korzyści. Po pierwsze, redukuje niepewność działania, zarówno przez rozłożenie ryzyka dużych przedsięwzięć na wielu partnerów, jak i dzięki budowaniu zaufania i poczucia wspólnego interesu uczestników danej sieci. Jak wskazuje J.H. Dunning, uczestnictwo w sieci ogranicza asymetrię informacji oraz redukuje prawdopodobieństwo oportunistycznego postępowania⁴². Po drugie, stymuluje rozwój przedsiębiorstwa dzięki integracji i koordynacji działań aliantów. Po trzecie, umożliwia bądź ułatwia dostęp do poszukiwanych zasobów i umiejętności – w skrajnym przypadku sieć funkcjonuje jako zbiór wyspecjalizowanych jednostek posiadających komplementarne zasoby; działalność takich jednostek jest koordynowana przez lidera sieci. Możliwe jest również wykorzystanie uczestnictwa w wielorakich sieciach do pozyskania niezbędnych zasobów i umiejętności – w ten sposób dany podmiot staje się „przedsiębiorstwem mistrzem” w określonej dziedzinie⁴³. Po czwarte, uczestnictwo w strukturach sieciowych pozwala na szybszą mobilizację i realokację zasobów. Jak zauważa J.C. Jarillo, ten ostatni aspekt prowadzi do kolejnej korzyści osiągananej przez przedsiębiorstwa uczestników sieci – zwiększenia elastyczności⁴⁴.

⁴⁰ R.E. Miles, C.C. Snow, *Causes of Failure in Network Organizations*, „California Management Review” 1992, Summer, s. 54–55, za: Z. Dworzecki, A. Krejner-Nowicka, *Sposoby tworzenia organizacji sieciowych*, w: *Przedsiębiorstwo kooperujące*, red. Z. Dworzecki, Euro Expert Grupa Doradcza Sp. z o.o., Warszawa 2002, s. 102.

⁴¹ J. Child, D. Faulkner, *Strategies of Cooperation: Managing Alliances, Networks, and Joint Ventures*; Oxford University Press, Oxford 1998, za: J. Cygler, *Organizacje sieciowe jako forma...*, op.cit., s. 152–154.

⁴² J.H. Dunning, *Alliance Capitalism and Global Business*, Routledge, London 1997, s. 33–118, za: J. Cygler, *Organizacje sieciowe jako forma...*, op.cit., s. 152–154.

⁴³ J. Cygler, *Organizacje sieciowe jako forma...*, op.cit., s. 152–154.

⁴⁴ J.C. Jarillo, *Strategic Networks. Creating...*, op.cit., s. 65–69.

Do podobnych wniosków dochodzą K.-Y. Chan, L.A. G. Oerlemans i M.W. Pretorius, którzy zauważają, że szanse na przetrwanie organizacji w dużej mierze zależą od portfela relacji, jakie dane przedsiębiorstwo utrzymuje. To te powiązania umożliwiają dostęp do komplementarnych zasobów, budują reputację i status danego podmiotu, jak również pozwalają podzielić się ryzykiem działalności czy projektu z innymi partnerami w sieci⁴⁵.

Rolę sieci w redukcji ryzyka, zwiększaniu elastyczności i ułatwianiu dostępu do informacji wskazuje także J. Światowiec-Szczepańska⁴⁶. Z. Dworzecki i A. Krejner-Nowecka jako korzyści z uczestnictwa przedsiębiorstwa w sieci wymieniają: zwiększenie szybkości reakcji na zmiany w otoczeniu, poprawę efektywności działania organizacji oraz wzrost wyniku finansowego⁴⁷.

6. Związki między innowacyjnością a sieciowością przedsiębiorstwa

Jak zauważa S. Łobejko, obecnie innowacje powstają interdyscyplinarnie; w ich powstawanie zaangażowane są liczne podmioty: ośrodki naukowe, jednostki badawcze, organizacje *non-profit* oraz przedsiębiorstwa. Warunkiem innowacyjności jest uzyskanie dostępu do rozproszonych zasobów oraz ciągłe uczenie się i zwiększanie swojej absorpcyjności wiedzy. Działalność innowacyjna jest coraz bardziej czasochłonna i kapitałochłonna, a ponadto cechuje się coraz wyższym ryzykiem⁴⁸. J. Cygler wskazuje, że wysoka dynamika zmian technicznych, tempa reakcji na zmieniające się otoczenie oraz intensywność technologiczna określonych branż powodują, że współpraca sieciowa, nawet z bliskimi konkurentami, wydaje się być jedynym racjonalnym rozwiązaniem, jeżeli przedsiębiorstwo chce być innowacyjne⁴⁹. Duża liczba oraz różnorodność źródeł informacji i wiedzy są niezbędne dla powodzenia

⁴⁵ K.-Y.A. Chan, L.A.G. Oerlemans, M.W. Pretorius, *Knowledge exchange behaviours of science park firms: the innovation hub case*, „Technology Analysis & Strategic Management” 2010, vol. 22, no. 2, s. 209.

⁴⁶ J. Światowiec-Szczepańska, *Ryzyko partnerstwa strategicznego przedsiębiorstw. Ujęcie modelowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2012, s. 76.

⁴⁷ Z. Dworzecki, A. Krejner-Nowecka, *Sposoby tworzenia organizacji...*, op.cit., s. 109–110.

⁴⁸ S. Łobejko, *Przedsiębiorstwo sieciowe...*, op.cit., s. 97, 175–176.

⁴⁹ J. Cygler, *Kooperencja przedsiębiorstw. Czynniki sektorowe i korporacyjne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2009, s. 99–101.

innowacyjnych projektów. Stąd coraz popularniejszą metodą tworzenia innowacji staje się współpraca z innymi organizacjami⁵⁰.

Mikroekonomiczne *address models* wskazują, że w przypadku wymiany dóbr znaczenie ma nie tylko cena, lecz także dystans i koszty transportu⁵¹. Te same reguły, zdaniem R. Cowana, dotyczą także informacji, która jest podstawą innowacyjności. A. Jaffe, M. Trajtenberg i R. Henderson wskazują, że dyfuzja innowacji jest silnie związana lokalnie – im bliżej jest się źródła innowacji, tym szybciej dana informacja dotrze do danego podmiotu⁵². W 2003 r. S. Breschi i F. Lissoni wykazali, że poza bliskością geograficzną w transferze informacji rolę odgrywa również dystans społeczny (*social distance*)⁵³. W ten sposób innowacyjność zaczyna być łączona z sieciowością, a ta ostatnia znajduje coraz poważniejsze miejsce w badaniach czynników innowacyjności.

Jak wynika z badań na próbie amerykańskich przedsiębiorstw, występuje silny pozytywny związek pomiędzy siecią (liczbą i jakością relacji) danego przedsiębiorstwa, a jego innowacyjnością, gdyż sieci są naturalnym *loci* dla innowacji⁵⁴.

Analiza działalności innowacyjnej 248 brytyjskich przedsiębiorstw z lat 1975–1982 pozwala stwierdzić, że innowacyjność w dużej mierze pochodzi z tysięcy prób, doświadczeń z danym zagadnieniem (*learning-by-doing and learning-by-using*). Tego typu informacje pochodzą z różnych źródeł: od dostawców, klientów, konkurentów i stąd tak ważne są dobre relacje z tymi źródłami⁵⁵.

Na aspekt „doświadczalny” sieci wskazuje także A. Laskowska-Rutkowska⁵⁶, która nazywa sieci „globalnymi laboratoriami” innowacji. Zaś J. Fagerberg i B.-A. Lundvall wskazują, że w sieciach zachodzą interaktywne procesy uczenia się, które są moż-

⁵⁰ K. Koschatzky, T. Stahlecker, *The emergence of new modes of R&D services in Germany*, „The Service Industries Journal” 2010, vol. 30, no. 5, s. 685.

⁵¹ R. Cowan, *Networks Models of Innovation...*, op.cit., s. 30.

⁵² A. Jaffe, M. Trajtenberg, R. Henderson, *Geographic localization of knowledge spillovers as evidenced by patent citations*, „Quarterly Journal of Economics” 1993, vol. 63, s. 577–598, za: R. Cowan, *Networks Models of Innovation...*, op.cit., s. 31.

⁵³ S. Breschi, F. Lissoni, *Mobility and social networks: Localised knowledge spillovers revisited*, CESPRI Working Paper 142, CESPRI, Centre for Research on Innovation and Internalisation Processes, Università Bocconi, Mediolan 2003, za: R. Cowan, *Networks Models of Innovation...*, op.cit., s. 31.

⁵⁴ K. Bunker Whittington, J. Owen-Smith, W.W. Powell, *Networks, Propinquity and Innovation in Knowledge-intensive Industries*, „Administrative Science Quarterly” 2009, vol. 54, s. 94. *Loci* to liczba mnoga od *locus* – pojęcia zaczerpniętego z genetyki. *Locus* to logiczna komórka (obszar, „kontener”) wyodrębniony w chromosomie, zajmowany przez gen (informację genetyczną).

⁵⁵ R. Baptista, P. Swann, *Do firms in clusters innovate more?*, „Research Policy” 1998, nr 28, s. 528.

⁵⁶ A. Laskowska-Rutkowska, *Czas, kooperacja, innowacja – presja czasu a innowacyjne formy kooperacji sieciowej*, w: *Innowacje, przedsiębiorczość i gospodarka oparta na wiedzy*, red. P. Niedzielski, E. Stawasz, K. Poznańska, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007, s. 123.

liwe dzięki transferowi zasobów wiedzy oraz nabywaniu i imitowaniu kompetencji innych uczestników sieci⁵⁷.

Jak się okazuje, im bardziej skomplikowana innowacja, tym częściej powstaje ona w wyniku współpracy. Jest to związane z faktem, że do bardziej zaawansowanych innowacji potrzeba szerszej perspektywy, większego zakresu źródeł wiedzy. Przedsiębiorstwa, które same nie posiadają lub nie są w stanie wygenerować potrzebnych zasobów informacyjnych, poszukują ich na zewnątrz, nawiązując współpracę z innymi podmiotami⁵⁸.

7. Znaczenie innowacyjności i sieciowości dla rozwoju przedsiębiorstw

Początkowo innowacje powstawały w pojedynczych przedsiębiorstwach, a następnie stosunkowo powoli następowała ich dyfuzja do innych podmiotów życia gospodarczego. Dziś innowacje są generowane coraz częściej w wyniku współpracy organizacji, nawet konkurentów (kooperencja⁵⁹). Obecnie powszechnie wiadomo, że żadne z przedsiębiorstw nie jest w stanie dokonywać innowacji całkowicie samodzielnie⁶⁰.

Jak zauważają J. Cygler, C. Martin-Rios oraz L.D. Peters, W.J. Johnston, A.D. Pressey i T. Kendrick, uczestnictwo w sieciach w kontekście innowacyjności ma przede wszystkim tę zaletę, iż umożliwia relatywnie łatwy i tani dostęp do zasobów (w tym zasobów wiedzy i informacji). W tym kontekście należy mówić o umożliwieniu dostępu w ogóle (zasoby nieosiągalne w inny sposób) lub obniżeniu kosztów i trud-

⁵⁷ J. Fagerberg, *Innovation: a guide to the literature*, w: *Handbook of Innovation*, red. J. Fagerberg, D. Mowery, R. Nelson, Oxford University Press, Oxford 2004; *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*, red. B.-A. Lundvall, Pinter Publishers, London 1992; B.-A. Lundvall, *National business systems and national systems of innovation*, „International Studies of Management and Organization” 1999, vol. 29, s. 60–77, całość za: *Innovation and Institutional Embeddedness of Multinational Companies*, red. M. Heidenreich, Edward Elgar, Cheltenham-Northampton 2012, s. 271.

⁵⁸ M.J. Nieto, L. Santamaria, *The importance of diverse collaborative networks for the novelty of product innovation*, „Technovation” 2007, vol. 27, s. 358; J. Cygler, *Korzyści kooperencji – oczekiwania i efekty*, maszynopis na prawach rękopisu, s. 4–5.

⁵⁹ Definicja kooperencji – patrz: J. Cygler, *Kooperencja jako tendencja w zarządzaniu przedsiębiorstw w dobie globalizacji*, „Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów” 2009, nr 94, s. 89; J. Cygler, *Kooperencja przedsiębiorstw...*, op.cit., s. 15–19; J. Cygler, *Korzyści kooperencji...*, op.cit., s. 1–2.

⁶⁰ J. Cygler, *Kooperencja jako tendencja...*, op.cit., s. 78.

ności związanych z dotarciem do nich⁶¹. Pozyskanie tych zasobów z kolei zwiększa innowacyjność przedsiębiorstw.

S. Stańczyk, wskazuje, że „sieć powiązań między partnerami sprzyja wymianie i wzajemnemu wykorzystywaniu wiedzy trudno dostępnej”⁶². K. Bunker Whittington, J. Owen-Smith i W.W. Powell określają wymianę informacji w sieciach innowacyjnych mianem efektu „ostatniej nowinki” technicznej czy rynkowej (*buzz*)⁶³. Relacje sieciowe są szczególnie ważne w sektorach wysokich technologii, gdzie zasoby wiedzy szybko ulegają erozji. Poszczególne organizacje nie mają możliwości samodzielnie być na bieżąco z rozwojem w wielu dziedzinach, które są potrzebne, by sprostać wyzwaniom innowacyjnym, więc czerpią je z sieci. Współpraca sieciowa pozwala również sprawdzić dane informacje oraz zweryfikować i zinterpretować je z jak największą korzyścią dla przedsiębiorstwa⁶⁴.

Jednak sieciowość w kontekście innowacji to nie tylko dostęp do zasobów. To również możliwość używania siły przetargowej całej sieci. Jak zauważa J. Cygler, kooperencja sieciowa jest znakomitym narzędziem do promowania, rynkowego wdrażania określonych technologii (platform)⁶⁵.

Na fakt, że działalność innowacyjna dotyczy rzeczy nieznanymi, złożonych, co pociąga za sobą duże ryzyko, wskazują R. Baptista i P. Swann⁶⁶. Jak zauważa K. Poznańska, działalność innowacyjna w sieci pozwala rozłożyć ryzyko pomiędzy uczestników sieci, a co za tym idzie, umożliwić generowanie innowacji, które inaczej byłyby „zbyt ciężkie do udźwignięcia” przez działającą samotnie organizację⁶⁷.

Uczestnictwo w sieciach innowacji pozwala elastyczniej, szybciej i taniej dokończyć przełomowych innowacji – pozwala sięgać po odległe od siebie technologie

⁶¹ J. Cygler, *Współpraca niemieckich inwestorów z polskimi podwykonawcami – tworzenie nowych powiązań sieciowych*, „Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów” 2005, nr 58, s. 165–166; C. Martin-Rios, *Why do firms seek...*, op.cit., s. 3; L.D. Peters, W.J. Johnston, A.D. Pressey, T. Kendrick, *Collaboration and collective learning: networks as learning organisations*, „Journal of Business & Industrial Marketing” 2010, vol. 25, no. 6, s. 478, 482.

⁶² S. Stańczyk, *Niematerialne zasoby sieci międzyorganizacyjnych*, w: *Sieci międzyorganizacyjne. Współczesne wyzwanie dla teorii i praktyki zarządzania*, red. J. Niemczyk, E. Stańczyk-Hugiet, B. Jasiński, C.H. Beck, Warszawa 2012, s. 71.

⁶³ K. Bunker Whittington, J. Owen-Smith, W.W. Powell, *Networks...*, op.cit., s. 92.

⁶⁴ J. Cygler, *Współpraca niemieckich inwestorów...*, op.cit., s. 165–166.

⁶⁵ J. Cygler, *Kooperencja przedsiębiorstw...*, op.cit., s. 49.

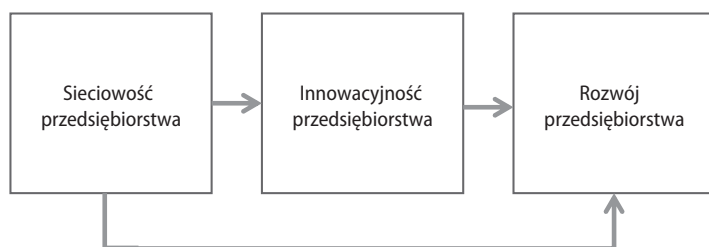
⁶⁶ R. Baptista, P. Swann, *Do firms in clusters...*, op.cit., s. 528.

⁶⁷ K. Poznańska, *Twórcza destrukcja w warunkach globalizacji a innowacje przedsiębiorstw*, w: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w warunkach globalnych*, red. J. Bogdanienko, M. Kuzel, I. Sobczak, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2007, s. 27.

i łączyć w celu uzyskania nowych zastosowań⁶⁸. Jak pisze A. Hargadon, nie trzeba w tym celu zrywać ze swoją przeszłością i stawać się ekspertem w całkiem nowej dziedzinie – wystarczy zmobilizować do realizacji swoich celów odpowiednich uczestników sieci⁶⁹.

Badania empiryczne pokazują relacje rozwoju przedsiębiorstwa z jego innowacyjnością lub kompetencjami współpracy albo pozycją w sieci. Rzadko kwestie te są prezentowane łącznie jako system naczyń połączonych, co koncepcyjnie pokazano na rysunku 2.

Rysunek 2. Relacje między rozwojem przedsiębiorstwa a jego innowacyjnością i sieciowością



Źródło: opracowanie własne.

Jak wynika z przytoczonej powyżej literatury, sieciowość wpływa na rozwój przedsiębiorstw nie tylko poprzez jej wpływ na innowacyjność. Relacja między sieciowością a rozwojem przedsiębiorstwa jest dwutorowa. Po pierwsze, sieciowość jest pośrednim czynnikiem sukcesu rozwoju przedsiębiorstwa poprzez jej pozytywne oddziaływanie na jego innowacyjność. Innymi słowy, innowacyjność przedsiębiorstwa zależy od jego sieciowości. Po drugie, sieciowość wpływa na rozwój przedsiębiorstwa również bezpośrednio. Oznacza to, że czynniki determinujące rozwój przedsiębiorstwa nie tylko oddziałują bezpośrednio na organizację, ale także są wzajemnie powiązane. Efekty związków między tymi czynnikami również oddziałują na rozwój przedsiębiorstwa. Należy zatem rozpatrywać czynniki nie tylko jako autonomiczne, ale także integralne elementy systemu determinant rozwoju przedsiębiorstwa.

⁶⁸ M. Kodama, *Innovation Networks in Knowledge-based Firms. Developing ICT-based Integrative Competences*, Edward Elgar, Cheltenham-Northampton 2009, s. 12, 78–79.

⁶⁹ A. Hargadon, *How breakthroughs happens*, Harvard Business School Press, Boston 2003, s. 12–13, za: S. Łobejko, *Przedsiębiorstwo sieciowe...*, op.cit., s. 200.

8. Podsumowanie

Innowacyjność jest koniecznym wymogiem rozwoju dla wszystkich przedsiębiorstw funkcjonujących w warunkach turbulentnego otoczenia w globalnej gospodarce. Pomimo wzrostu poziomu złożoności wymagań rynkowych od uczestników rynku oczekuje się coraz szybszego dopasowania się do potrzeb konsumentów i coraz sprawniejszego działania. Dynamicznie zmieniające się oczekiwania klientów, nieustannie lansowane nowe mody i trendy, błyskawicznie starzejące się rozwiązania technologiczne powodują, że organizacje muszą wprowadzać innowacje, jeżeli chcą przetrwać na rynku i rozwijać się. Jednak działalność innowacyjna prowadzona w otoczeniu podlegającym ciągłym zmianom wiąże się z relatywnie bardzo dużymi obciążeniami związanymi z ryzykiem, zapotrzebowaniem na finansowanie oraz zaangażowaniem kluczowych zasobów, a także czasochłonnością. Tym samym coraz trudniej jest być innowacyjnym samodzielnie. Przedsiębiorstwom z pomocą przychodzi sieciowość – uczestniczenie w rozmaitych sieciach kontaktów, które umożliwiają łatwy i szybki dostęp do łatwo przedawniających się informacji, wyspecjalizowanych zasobów i eksperckich umiejętności. Odpowiedni portfel relacji sieciowych, jak również kompetencje przedsiębiorstwa w zakresie uczenia się i współpracy z innymi podmiotami, pozwalają mu dotrzeć do źródeł potrzebnych kompetencji i zasobów (w tym finansowych) oraz zinternalizować *know-how* partnerów. Tak rozumiane sieci są stymulatorem innowacyjności przedsiębiorstw, a wyższa ich innowacyjność przekłada się na ich bardziej dynamiczny rozwój.

Można zatem wnioskować, że warunkiem rozwoju przedsiębiorstw jest ich innowacyjność. Ona zaś coraz częściej uzależniona jest od funkcjonowania organizacji w określonych strukturach sieciowych. Czynniki oddziałujące na rozwój przedsiębiorstwa tworzą zatem określony system, a jego jakość i konfiguracja warunkuje kondycję organizacji.

Bibliografia

Książki

1. Baker W.E., *The Network Organization in Theory and Practice*, w: *Networks and Organizations*, red. N. Nohria, B. Eccles, Harvard Business School Press, Cambridge 1992.
2. Birkinshaw J., Hagstrom P., *The Flexible Firm. Capability Management in Network Organizations*, Oxford University Press, Oxford 2000.

3. Birkinshaw J., *Network Relationships Inside and Outside the Firm, and the Development of Capabilities*, w: J. Birkinshaw, P. Hagstrom, *The Flexible Firm. Capability Management in Network Organizations*, Oxford University Press, Oxford 2000.
4. Bogdanienko J., Haffer M., Popławski W., *Innowacyjność przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2004.
5. Breschi S., Lissoni F., *Mobility and social networks: Localised knowledge spillovers revisited*, CESPRI Working Paper 142, CESPRI, Centre for Research on Innovation and Internalisation Processes, Università Bocconi, Mediolan 2003.
6. Castells M., *The Rise of the Network Society*, Blackwell Publishers, Oxford 2000.
7. Child J., Faulkner D., *Strategies of Cooperation: Managing Alliances, Networks, and Joint Ventures*, Oxford University Press, Oxford 1998.
8. *Clusters, Networks, and Innovation*, red. S. Breschi, F. Malerba, Oxford University Press, Oxford 2007.
9. Cowan R., *Networks Models of Innovation and Knowledge Diffusion*, w: *Clusters, Networks, and Innovation*, red. S. Breschi, F. Malerba, Oxford University Press, Oxford 2007.
10. Cygler J., *Kooperencja przedsiębiorstw. Czynniki sektorowe i korporacyjne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2009.
11. Cygler J., *Organizacje sieciowe jako forma współdziałania przedsiębiorstw*, w: *Przedsiębiorstwo partnerskie*, red. M. Romanowska, M. Trocki, Difin, Warszawa 2002.
12. Dolińska M., *Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy*, PWE, Warszawa 2010.
13. Drucker P.F., *Natchnienie i fart, czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2004.
14. Dunning J.H., *Alliance Capitalism and Global Business*, Routledge, London 1997.
15. Dworzecki Z., Krejner-Nowecka A., *Sposoby tworzenia organizacji sieciowych*, w: *Przedsiębiorstwo kooperujące*, red. Z. Dworzecki, Euro Expert Grupa Doradcza Sp. z o.o., Warszawa 2002.
16. *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w warunkach globalnych*, red. J. Bogdanienko, M. Kuzel, I. Sobczak, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2007.
17. Fagerberg J., *Innovation: a guide to the literature*, w: *Handbook of Innovation*, red. J. Fagerberg, D. Mowery, R. Nelson, Oxford University Press, Oxford 2004.
18. Hargadon A., *How breakthroughs happens*, Harvard Business School Press, Boston 2003.
19. Hollanders H., Es-Sadki N., *Innovation Union Scoreboard 2013*, Komisja Europejska, Bruksela 2003.
20. *Innovation and Institutional Embeddedness of Multinational Companies*, red. M. Heidenreich, Edward Elgar, Cheltenham-Northampton 2012.

21. *Innowacje w działalności przedsiębiorstw w integracji z Unią Europejską*, red. W. Janasz, Difin, Warszawa 2005.
22. *Innowacje w rozwijaniu konkurencyjności firm. Znaczenie, wsparcie, przykłady zastosowań*, red. J. Perenc, J. Hołub-Iwan, C.H. Beck, Warszawa 2011.
23. *Innowacje, przedsiębiorczość i gospodarka oparta na wiedzy*, red. P. Niedzielski, E. Stawasz, K. Poznańska, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007.
24. *Innowacyjność w teorii i praktyce*, red. M. Strużycki, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2006.
25. *Innowacyjność w zarządzaniu a konkurencyjność przedsiębiorstwa*, red. R. Nowacki, Difin, Warszawa 2010.
26. *Innowacyjność we współczesnych organizacjach*, red. A. Stabryła, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2005.
27. *IPT's integrated institutional capacity building services and programmes for Technology Centres and Parks*, UNIDO, Wiedeń 2004.
28. Janasz W., *Innowacje i ich miejsce w tworzeniu wartości przedsiębiorstwa*, w: *Innowacje w działalności przedsiębiorstw w integracji z Unią Europejską*, red. W. Janasz, Difin, Warszawa 2005.
29. Jarillo J.C., *Strategic Networks. Creating the Borderless Organization*, Butterworth-Heinemann, Oxford 1995.
30. Jasińska A., *Rola innowacji w działalności przedsiębiorstwa*, w: *Innowacyjność we współczesnych organizacjach*, red. A. Stabryła, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2005.
31. Jasiński A.H., *Innowacje i transfer techniki w procesie transformacji*, Difin, Warszawa 2006.
32. Kodama M., *Innovation Networks in Knowledge-based Firms. Developing ICT-based Integrative Competences*, Edward Elgar, Cheltenham-Northampton 2009.
33. Komorowski J., *Cele i wartości współczesnego przedsiębiorstwa. Ujęcie behawioralne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2011.
34. Laskowska-Rutkowska A., *Czas, kooperacja, innowacja – presja czasu a innowacyjne formy kooperacji sieciowej*, w: *Innowacje, przedsiębiorczość i gospodarka oparta na wiedzy*, red. P. Niedzielski, E. Stawasz, K. Poznańska, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007.
35. Łącka I., *Współpraca technologiczna polskich instytucji naukowych i badawczych z przedsiębiorstwami jako czynnik wzrostu innowacyjności polskiej gospodarki*, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, Szczecin 2001.
36. Łobejko S., *Przedsiębiorstwo sieciowe. Zmiany uwarunkowań i strategii w XXI wieku*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2010.

37. Mach M., *Innowacyjność a wartość przedsiębiorstwa*, w: *Innowacyjność w teorii i praktyce*, red. M. Strużycki, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2006.
38. Matusiak K.B., *Budowa powiązań nauki z biznesem w gospodarce opartej na wiedzy. Rola i miejsce uniwersytetu w procesach innowacyjnych*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2010.
39. Miles R.E., Snow C.C., *Causes of Failure in Network Organizations*, „California Management Review” 1992, summer.
40. *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*, red. B.-A. Lundvall, Pinter Publishers, London 1992.
41. *Nauka o przedsiębiorstwie: wybrane zagadnienia*, red. I. Lichniak, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2009.
42. *Networks and Organizations*, red. N. Nohria, B. Eccles, Harvard Business School Press, Cambridge 1992.
43. Niedzielski P., Markiewicz J., Rychlik K., Rzewuski T., *Innowacyjność w działalności przedsiębiorstw. Kompendium wiedzy*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2007.
44. Nogalski B., *Przewaga konkurencyjna gospodarki jutra*, w: *Innowacje w rozwijaniu konkurencyjności firm. Znaczenie, wsparcie, przykłady zastosowań*, red. J. Perenc, J. Hołub-Iwan, C.H. Beck, Warszawa 2011.
45. *Oslo Manual – Guidelines for collecting and interpreting innovation data*, OECD i EUROSTAT, Paryż 2005.
46. Pomykański A., *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Łódź 2001, s. 11.
47. Poznańska K., *Innowacyjność przedsiębiorstw*, w: *Nauka o przedsiębiorstwie: wybrane zagadnienia*, red. I. Lichniak, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2009.
48. Poznańska K., *Twórcza destrukcja w warunkach globalizacji a innowacje przedsiębiorstw*, w: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w warunkach globalnych*, red. J. Bogdanienko, M. Kuzel, I. Sobczak, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2007.
49. *Przedsiębiorstwo kooperujące*, red. Z. Dworzecki, Euro Expert Grupa Doradcza Sp. z o.o., Warszawa 2002.
50. *Przedsiębiorstwo partnerskie*, red. M. Romanowska, M. Trocki, Difin, Warszawa 2002.
51. *Sieci międzyorganizacyjne. Współczesne wyzwanie dla teorii i praktyki zarządzania*, red. J. Niemczyk, E. Stańczyk-Hugiet, B. Jasiński, C.H. Beck, Warszawa 2012.
52. Stańczyk S., *Niematerialne zasoby sieci międzyorganizacyjnych*, w: *Sieci międzyorganizacyjne. Współczesne wyzwanie dla teorii i praktyki zarządzania*, red. J. Niemczyk, E. Stańczyk-Hugiet, B. Jasiński, C.H. Beck, Warszawa 2012.

53. Strużycki M., Bojewska B., *Rola państwa i rządu w kształtowaniu innowacyjnej gospodarki*, w: *Innowacje w rozwijaniu konkurencyjności firm. Znaczenie, wsparcie, przykłady zastosowań*, red. J. Perenc, J. Hołub-Iwan, C.H. Beck, Warszawa 2011.
54. Szalkiewicz W.K., Skonieczek A., *Dynamiczny wskaźnik innowacyjności: metoda badania innowacyjności*, Olsztyńska Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania im. prof. Tadeusza Kotarbińskiego, Olsztyn 2009.
55. Światowiec-Szczepańska J., *Ryzyko partnerstwa strategicznego przedsiębiorstw. Ujęcie modelowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2012.
56. Świtalski W., *Innowacje i konkurencyjność*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2005.

Artykuły

1. Baptista R., Swann P., *Do firms in clusters innovate more?*, „Research Policy” 1998, nr 28.
2. Bunker Whittington K., Owen-Smith J., Powell W.W., *Networks, Proximity and Innovation in Knowledge-intensive Industries*, „Administrative Science Quarterly” 2009 vol. 54.
3. Chan K.-Y. A., Oerlemans L.A.G., Pretorius M.W., *Knowledge exchange behaviours of science park firms: the innovation hub case*, „Technology Analysis & Strategic Management” 2010, vol. 22, no. 2.
4. Cygler J., *Kooperencja jako tendencja w zarządzaniu przedsiębiorstw w dobie globalizacji*, „Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów” 2009, nr 94.
5. Cygler J., *Korzyści kooperencji – oczekiwania i efekty*, maszynopis na prawach rękopisu.
6. Cygler J., *Współpraca niemieckich inwestorów z polskimi podwykonawcami – tworzenie nowych powiązań sieciowych*, „Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów” 2005, nr 58.
7. Filieri R., Alguezaui S., *Extending the enterprise for improved innovation*, „Journal of Business Strategy” 2012, vol. 33, no. 3.
8. Hartman J.B., Gehrt K.C., Watchravesringkan K., *Re-examination of the concept of innovativeness in the context of the adolescent segment: Development of a measurement scale*, „Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing” 2004, vol. 12, no. 4.
9. *Innowacyjność polskiej gospodarki*, red. A. Zygierewicz, „Studia BAS” 2011, nr 1 (25), s. 5.
10. Jaffe A., Trajtenberg M., Henderson R., *Geographic localization of knowledge spillovers as evidenced by patent citations*, „Quarterly Journal of Economics” 1993, vol. 63.

11. Koschatzky K., Stahlecker T., *The emergence of new modes of R&D services in Germany*, „The Service Industries Journal” 2010, vol. 30, no. 5.
12. Lumpkin G.T., Dess G.G., *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance*, „Academy of Management Review” 1996, vol. 21, no. 1.
13. Lundvall B.-A., *National business systems and national systems of innovation*, „International Studies of Management and Organization” 1999, vol. 29.
14. Martin-Rios C., *Why do firms seek to share human resource management knowledge? The importance of inter-firm networks*, „Journal of Business Research” 2012, article in press, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.10.004>.
15. Nieto M.J., Santamaria L., *The importance of diverse collaborative networks for the novelty of product innovation*, „Technovation” 2007, vol. 27.
16. Peters L.D., Johnston W.J., Pressey A.D., Kendrick T., *Collaboration and collective learning: networks as learning organisations*, „Journal of Business & Industrial Marketing” 2010, vol. 25, no. 6.
17. Prencert F., Hallen L., *Conceptualising, delineating and analysing business networks*, „European Journal of Marketing” 2006, vol. 40, no. 3/4.
18. Salavou H., *The concept of innovativeness: should we need to focus*, „European Journal of Innovation Management” 2004, vol. 7, no. 1.
19. Tajeddini K., *The effects of innovativeness on effectiveness and efficiency*, „Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues” 2011, vol. 4, no. 1.
20. Townsend W., *Innovation and the Path Not Traveled*, „Southern Business Review” 2009, summer.
21. Tsai M.-T., Chuang S.-S., Hsieh W.-P., *Prioritization of Organizational Innovativeness Measurement Indicators Using Analytic Hierarchy Process*, „The Business Review” 2009, vol. 12, no. 1.

Radosław Baran

Kolegium Zarządzania i Finansów

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Zmiany w działaniach marketingowych przedsiębiorstw handlu detalicznego

1. Wprowadzenie

Przedmiotem artykułu są wybrane zmiany w działaniach marketingowych przedsiębiorstw handlu detalicznego. Dotyczy on przede wszystkim dużych przedsiębiorstw mających wiele punktów sprzedaży i działających w wielu krajach, które wykorzystują szeroki zakres działań marketingowych. Celem artykułu jest zidentyfikowanie i scharakteryzowanie zmian, jakie zachodzą współcześnie w działaniach marketingowych dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego.

Przedsiębiorstwa handlu detalicznego różnią się zakresem i sposobem prowadzenia działań marketingowych. Do instrumentów, za pomocą których przedsiębiorstwo handlu detalicznego może oddziaływać na rynek, zalicza się przede wszystkim¹:

- lokalizację,
- ofertę asortymentowo-usługową,
- cenę i warunki transakcji,
- wyposażenie i aranżację przestrzeni handlowej oraz technologię sprzedaży,
- personel – doradztwo i sposób obsługi klientów,
- komunikację marketingową.

Zakres swobody kształtowania przez przedsiębiorstwa handlu detalicznego wymienionych wyżej instrumentów jest zróżnicowany. Jeśli integratorem kanału dystrybucji

¹ Zob. M. Sławińska, *Działania marketingowe przedsiębiorstw handlowych w procesie tworzenia wartości dla nabywcy*, „Handel Wewnętrzny”, wrzesień–październik 2012, tom II pt. *Perspektywy rozwoju marketingu. Klient, konsumpcja, handel*, red. nauk. S. Makarski, P. Cyrek, s. 333–341.

jest producent, to przedsiębiorstwo handlu detalicznego uczestniczy w oddziaływaniu producenta na finalnych nabywców, a zakres jego swobody w kształtowaniu instrumentów marketingu może być bardzo ograniczony (np. kiedy jest franczyzobiorcą). Przedsiębiorstwo handlu detalicznego może też przejmować kontrolę nad kształtowaniem instrumentów marketingu (kiedy samo jest integratorem kanału).

Obecnie wiele przedsiębiorstw handlu detalicznego, zwłaszcza gdy mają dużą siłę przetargową wobec producentów, stara się wpływać na zasady współpracy z producentami, a nawet narzucać niektóre z tych zasad. Współcześnie w wielu przypadkach duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego nie ograniczają się do prowadzenia wybranych działań marketingowych, lecz przejmują kontrolę nad kształtowaniem instrumentów marketingu. Stosują marki własne, zlecają wytwarzanie produktów pod tymi markami, prowadzą własną politykę w zakresie kształtowania cen, rozbudowują sieć punktów sprzedaży, podejmując decyzje o wejściu na nowe rynki geograficzne (do kolejnych krajów albo do kolejnych miast w danym kraju) lub o wprowadzeniu kolejnych rodzajów (tzw. formatów) sklepów, stosują wiele instrumentów komunikacji marketingowej itp. Zmiany w działaniach marketingowych dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego polegają więc w znacznej mierze na zwiększeniu ich aktywności w zakresie prowadzenia tych działań, a także na przejmowaniu kontroli nad kształtowaniem instrumentów marketingu. Podejmowanie decyzji dotyczących wyboru rynku docelowego, pozycjonowania (inaczej: plasowania) oraz kształtowania marketingu mix ułatwia przedsiębiorstwom handlu detalicznego rywalizację z silnymi konkurentami.

Zmiany w sposobie prowadzenia działań marketingowych przez przedsiębiorstwa handlu detalicznego mogą być opisywane w różny sposób. W artykule zdecydowano się odejść od typowego w takich przypadkach ujęcia polegającego na zajmowaniu się każdym instrumentem marketingu z osobna i wskazywaniu, jakim zmianom ulega jego stosowanie. Starano się natomiast zidentyfikować główne kierunki zmian zachodzących obecnie w działalności dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego. Następnie przedstawiono, jakie zmiany w działaniach marketingowych wiążą się ze wspomnianymi kierunkami zmian w działalności detalistów.

Istotne zmiany w prowadzeniu działań marketingowych przez duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego mają związek z dążeniem przez nie do:

- poprawy wizerunku,
- powiększania udziału przedsiębiorstwa w korzyściach wynikających z kształtowania i doprowadzania produktów do nabywców,
- podnoszenia skuteczności oddziaływania na klientów w punktach sprzedaży detalicznej,
- rozszerzania skali i zakresu działalności.

Rozwój dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego jest współcześnie bardzo często związany z podejmowaniem działań w wyszczególnionych wyżej kierunkach (niekoniecznie we wszystkich naraz). Podążanie w każdym z tych kierunków wymaga podejmowania szeregu działań marketingowych.

2. Zmiany w działaniach marketingowych związane z poprawą wizerunku przedsiębiorstw handlu detalicznego

Poprawa wizerunku przedsiębiorstw handlu detalicznego często wymaga intensywnego stosowania wielu instrumentów komunikacji marketingowej, co skutkuje m.in. podejmowaniem działań w Internecie, a także intensywnym wykorzystaniem reklamy w telewizji, prasie, gazetkach wkładanych do prasy i do skrzynek pocztowych itp. Działania zmierzające do poprawy wizerunku przedsiębiorstw handlu detalicznego obejmują między innymi:

- zmiany w pozycjonowaniu dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego w takim kierunku, by kojarzyły się nabywcom nie tylko z niskimi cenami, lecz także z dobrą jakością produktów²,
- przemyślane i długookresowe działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. *Corporate Social Responsibility*, czyli CSR), które mają ukazywać, że określone przedsiębiorstwo działa w sposób odpowiedzialny wobec środowiska naturalnego, a także wobec wielu grup interesariuszy (w tym wobec klientów i dostawców).

Zmiany w pozycjonowaniu dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego mają na celu m.in. zakodowanie w świadomości nabywców, że przedsiębiorstwa te są dobrym miejscem do robienia zakupów nie tylko dla klientów poszukujących niskich cen, lecz także dla klientów poszukujących produktów dobrej jakości. Mają też skłonić klientów do myślenia, że dobry produkt nie musi być drogi. Tego rodzaju zmiany w pozycjonowaniu nie są przeprowadzane przez wszystkie duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego, a tylko przez niektóre.

Wśród działań zmierzających do poprawy wizerunku przedsiębiorstw handlu detalicznego istotną rolę odgrywają działania z zakresu społecznej odpowiedzialności

² Na przykład w Polsce o tym, że mimo niskich cen przedsiębiorstwo dba o jakość sprzedawanych produktów, przekonuje od dawna sieć sklepów Biedronka, należąca do Jeronimo Martins Polska. Zob. www.biedronka.pl/o_nas/biedronka/kim_jestesmy/ [dostęp: 24.04.2013]; <http://www.biedronka.pl/jakosc/> [dostęp: 24.04.2013].

biznesu. Warto zwrócić uwagę, że niektóre duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego prowadzą działania z zakresu CSR w sposób coraz bardziej przemyślany i długookresowy³.

Działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu nie muszą przynosić wyraźnego wzrostu sprzedaży produktów, gdyż nabywcy kierują się przy wyborze sklepu przede wszystkim innymi kryteriami (np. lokalizacją, poziomem cen oferowanych produktów, dostępnością produktów, których poszukują, wygodą obsługi). Mimo to, detaliści w coraz większym stopniu starają się uwzględniać w swoich działaniach wzrost wrażliwości nabywców na kwestie dotyczące etyki prowadzenia działalności gospodarczej oraz dotyczące ochrony środowiska, obserwowany zwłaszcza w krajach wysoko rozwiniętych gospodarczo. Dzieje się tak dlatego, że działania z zakresu ochrony środowiska, uczestnictwo w działalności charytatywnej, a także podejmowanie działań mających zapewnić bardziej etyczne traktowanie dostawców, dodają przedsiębiorstwu wiarygodności, co może przekładać się na sympatię i zaufanie do niego zarówno ze strony konsumentów, jak i dostawców i ułatwiać nawiązywanie współpracy. Warto zauważyć, że przyzwyczajeni do korzystania z Internetu nabywcy bardzo często wyrażają swoje opinie na różnorodnych forach internetowych, kształtując w ten sposób stosunek innych nabywców do tych przedsiębiorstw. W warunkach szybkiego rozprzestrzeniania się opinii w Internecie i docierania jej do bardzo wielu konsumentów negatywny stosunek do przedsiębiorstwa, marki czy produktu może być upowszechniany na szeroką skalę. Duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego muszą więc dbać o swój wizerunek (często nadwątlony np. w wyniku oskarżeń o nieprawidłowe traktowanie pracowników lub dostawców), a działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu często są w tym celu wykorzystywane⁴.

³ Na przykład Marks & Spencer uruchomił w 2007 r. program pod nazwą „PLAN A”, mający na celu walkę ze „zmianą klimatu, rosnącą produkcją odpadów, nadmierną eksploatacją naturalnych zasobów Ziemi, zbyt dużą emisją dwutlenku węgla do atmosfery czy olbrzymim zużyciem energii, pochodzącej głównie ze źródeł nieodnawialnych”, a także w celu promowania zdrowego trybu życia, etycznego biznesu i zasad Fairtrade. Przedsiębiorstwo chce w ten sposób osiągnąć status „najbardziej odpowiedzialnego etycznie i ekologicznie detalisty na świecie”. Zob. www.global.marksandspencer.com/pl/pl/about-ms/?link=about-plan-a#about-plan-a [dostęp: 24.04.2013]. Jako przedsiębiorstwa odpowiedzialne społecznie, przedstawia się też wielu innych detalistów, w tym np. Jeronimo Martins Polska czy Tesco. Zob. szerzej: http://www.biedronka.pl/o_nas/odpowiedzialnosc_spoieczna/ [dostęp: 24.04.2013]; <http://www.tesco.pl/spolecznosci-lokalne/> [dostęp: 24.04.2013].

⁴ Wśród głównych korzyści wynikających z przestrzegania zasad odpowiedzialności społecznej wskazuje się stworzenie lub utrzymanie pozytywnego wizerunku. Zob. szerzej: B. Słomińska, *Społeczna odpowiedzialność handlu sieciowego i niezależnego*, „Handel Wewnętrzny”, styczeń–luty 2012, część 2, red. nauk. U. Kłosiewicz-Górecka, s. 93–102; B. Borusiak, *CSR w działalności przedsiębiorstw*

Działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu podejmują także przedsiębiorstwa zarządzające centrami handlowymi, przy czym zwraca się uwagę na to, że należy zwiększać efektywność tych działań oraz poprawiać skuteczność informowania o nich⁵.

3. Zmiany w działaniach marketingowych związane z powiększaniem udziału przedsiębiorstwa w korzyściach wynikających z kształtowania i doprowadzania produktów do nabywców

Powiększanie udziału przedsiębiorstwa w korzyściach wynikających z kształtowania i doprowadzania produktów do nabywców wiąże się w znacznej mierze:

- ze stosowaniem w coraz większym stopniu marek własnych, należących do sieci handlowych i związanym z tym wzrostem wpływu tych sieci na kształtowanie produktów (w tym ich właściwości, opakowań),
- z domaganiem się od dostawców niskich cen, a następnie konkurowaniem o nabywców niskimi cenami.

Oba rodzaje wspomnianych wyżej działań nie są ze sobą sprzeczne. Wręcz przeciwnie – często są prowadzone jednocześnie. Duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego, wraz ze wzrostem koncentracji w handlu (w poszczególnych krajach) oraz ekspansją geograficzną (i związanym z tym wzrostem udziału tych przedsiębiorstw w handlu detalicznym na świecie), powiększają swoją siłę przetargową wobec producentów. Często dyktują warunki współpracy nie tylko drobnym dostawcom, lecz także dużym producentom. Starają się zwiększać swój udział w korzyściach wynikających z kształtowania i doprowadzania produktów do nabywców kosztem korzyści producentów. Z jednej strony mogą to czynić, domagając się niższych cen od dostawców (co wynika zarówno z chęci konkurowania o nabywców niskimi cenami, jak i z chęci zwiększania swoich korzyści kosztem producentów), a z drugiej strony – nadając marki własne sprzedawanym produktom (co w wielu przypadkach pozwala na stosowanie dość wysokich marż). Takie działania podejmuje wiele dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego oferujących produkty częstego zakupu.

handlu detalicznego w Polsce – deklaracje a rzeczywistość, „Handel Wewnętrzny”, styczeń–luty 2012, część 2, red. nauk. U. Kłosiewicz-Górecka, s. 22–29.

⁵ Zob. R. Bowd, L. Bowd, Ph. Harris, *Communicating corporate social responsibility: an exploratory case study of a major UK retail centre*, „Journal of Public Affairs” 2006, vol. 2, no. 2, s. 147–155.

Warto wspomnieć, że jednym ze sposobów wzmocnienia pozycji dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego na lokalnych rynkach jest stosowanie przez te przedsiębiorstwa marek własnych o charakterze lokalnym. Na przykład we Francji do marek należących do przedsiębiorstw handlu detalicznego, nadawanych produktom regionalnym wytwarzanym na podstawie tradycyjnych receptur, zalicza się m.in. *Reflets de France* (należącą do przedsiębiorstwa Carrefour), *Nos Régions ont du Talent* (należącą do przedsiębiorstwa Leclerc), *Savoir des Saveurs* (należącą do przedsiębiorstwa U d'Alsace), *Patrimoine Gourmand* (należącą do przedsiębiorstwa Cora)⁶. W celu skutecznego stosowania tego rodzaju marek zaleca się przedsiębiorstwom handlu detalicznego eksponowanie powiązań między marką a producentami, wzmacnianie postrzegania marki jako mającej charakter regionalny, a także rozwijanie marki we współpracy z wieloma producentami regionalnymi⁷. Warto zauważyć, że wprowadzanie na rynek produktów pod markami własnymi sieci handlowych może być atrakcyjne także dla dostawców, gdyż współpraca z sieciami handlowymi daje im możliwość sprzedaży dużych ilości produktów.

4. Zmiany w działaniach marketingowych związane z podnoszeniem skuteczności oddziaływania na klientów w punktach sprzedaży detalicznej

Podnoszenie skuteczności oddziaływania na klientów w punktach sprzedaży detalicznej jest związane w znacznej mierze z:

- lokalizowaniem sklepów w centrach handlowych,
- poszukiwaniem nowych sposobów oddziaływania na klientów za pomocą kształtowania wnętrza punktów sprzedaży detalicznej (dotyczy wystaw sklepowych, ustawienia regałów i kas, produktów na półkach sklepowych, wykorzystania materiałów o charakterze promocyjnym wewnątrz sklepów itp.), a także oddziaływania na zmysły klientów w punktach sprzedaży (kształtowanie kolorystyki wnętrza, stosowanie muzyki, zapachów itp.),
- wykorzystywaniem nowoczesnych technologii do usprawniania obsługi klientów w punktach sprzedaży,
- rozszerzaniem liczby usług dodatkowych,

⁶ R.P. Beylier, K. Messeghem, F. Fort, *Rôle des MDD de terroir dans la construction de la légitimité des distributeurs. Le cas „Reflets de France”*, „Décisions Marketing” 2012, no. 66, s. 35–45.

⁷ Ibidem.

- intensywnym stosowaniem instrumentów komunikacji marketingowej w punktach sprzedaży (w tym głównie promocji sprzedaży).

Tendencja do sytuowania sklepów w centrach handlowych jest związana z ich atrakcyjnością dla nabywców. Atrakcyjność ta wynika z faktu, że centrum handlowe jest tak zaprojektowanym skupiskiem sklepów i punktów usługowych, by było ono pożądanym miejscem spędzania czasu przez konsumentów. Dotyczy to nie tylko konsumentów w krajach wysoko rozwiniętych gospodarczo. W krajach rozwijających się zwiększa się liczba centrów handlowych, które pełnią istotną funkcję społeczną, gdyż są nie tylko miejscem, w którym dokonywane są zakupy, lecz także miejscem spędzania wolnego czasu⁸. Trzeba jednak zauważyć, że mimo dynamicznego rozwoju centrów handlowych, nie każde z nich potrafi przyciągać klientów. Wybór centrów handlowych, w których przedsiębiorstwo zdecyduje się zlokalizować swoje sklepy, wpływa na wielkość sprzedaży, jaką będzie ono osiągać. Warto też pamiętać, że wiele dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego tworzy sieci swoich punktów sprzedaży głównie poza centrami handlowymi, m.in. ze względu na koszty wynajmu powierzchni sprzedażowej w centrach handlowych (np. przedsiębiorstwa prowadzące sklepy dyskontowe poszukują przeważnie niedrogich lokalizacji, gdyż chcą oferować produkty po jak najniższych cenach), a także ze względu na liczbę uruchamianych placówek (np. przedsiębiorstwa, które starają się uruchamiać wiele sklepów z artykułami częstego zakupu i sytuować te sklepy w pobliżu miejsc zamieszkania konsumentów, nie mogą ograniczać swojej obecności tylko do centrów handlowych).

W procesie zwiększania skuteczności oddziaływania na nabywców w punktach sprzedaży detalicznej bardzo istotne są działania z zakresu kształtowania przestrzeni wewnątrz tych punktów. Istotną funkcję pełni w tym przypadku określenie m.in.: sposobu rozmieszczenia działów handlowych wewnątrz sklepu, układu regałów i kas sklepowych, ustawienia produktów na półkach sklepowych, miejsca i sposobu eksponowania materiałów o charakterze promocyjnym umieszczanych wewnątrz sklepu, a także kolorystyki sklepu.

Przedsiębiorstwa handlu detalicznego, by zwiększać wielkość zakupów, starają się stosować w punktach sprzedaży detalicznej takie sposoby oddziaływania na zmysły klientów, jak odpowiednio dobrane muzyka, zapach, kolorystyka wnętrza⁹. Na przykład muzyka może być narzędziem wyróżnienia i pozycjonowania przedsiębiorstwa handlu detalicznego, ale zanim przedsiębiorstwo zacznie stosować muzykę

⁸ T.V. Arslan, F.S. Sezer, E. Isigicok, *Magnetism of shopping malls on young Turkish consumers*, „Young Consumers” 2010, vol. 11, no. 3, s. 178–188.

⁹ N. Ben Dahmane Mouelhi, *La contextualité de la musique d'ambiance: faut-il diffuser la même musique dans des magasins différents?*, „Gestion 2000” 2009, no. 5, s. 45–62.

w swoich punktach sprzedaży, powinno zbadać, jaki rodzaj muzyki jest akceptowany przez klientów odwiedzających należące do niego placówki handlowe¹⁰. W zależności od rodzaju sklepu i asortymentu sprzedawanych w nim produktów zalecane jest wykorzystywanie różnych rodzajów muzyki. Niektóre badania wskazują, że emitowanie muzyki klasycznej w punktach sprzedaży detalicznej może sprzyjać zwiększaniu: wydatków dokonywanych przez klientów, liczby sprzedanych produktów, nieplanowanych zakupów i poprawiać nastrój klientów sklepów z produktami perfumeryjnymi i kosmetycznymi, natomiast wykorzystanie muzyki rozrywkowej może sprzyjać zwiększaniu wielkości nieplanowanych zakupów i poprawiać nastrój klientów supermarketów¹¹.

Ponadto w celu zwiększania skuteczności oddziaływania na klientów wykorzystuje się nowoczesne technologie do usprawniania obsługi klientów w punktach sprzedaży. Na przykład wykorzystanie technologii RFID (ang. *radio frequency identification*), która służy identyfikowaniu produktów za pomocą fal radiowych¹², pomagając usprawnić obsługę klientów, może prowadzić do zwiększenia skuteczności oddziaływania na nich. Technologia RFID jest wykorzystywana przez wiele przedsiębiorstw handlowych (w tym np. oferujących produkty częstego zakupu, odzież, obuwie, książki). W ostatnich latach niektóre sieci handlu detalicznego zaczęły wprowadzać kasy samoobsługowe w swoich punktach sprzedaży¹³.

Rozszerza się też liczba usług dodatkowych. Oprócz tradycyjnie związanych z handlem usług, takich jak np. dowóz produktu do domu lub instalacja produktu

¹⁰ Ibidem.

¹¹ Ibidem.

¹² Stosowanie RFID polega na tym, że produkty zaopatruje się w identyfikatory, podobne do małych etykiet, składające się z bardzo małych układów scalonych, na których zakodowany jest elektroniczny kod produktu (ang. *electronic product code*, czyli *EPC*), połączonych z małą anteną, co umożliwia czytnikom bezprzewodowe identyfikowanie tych produktów. Technologia RFID pozwala m.in. usprawniać zarządzanie zapasami (co sprzyja redukcji kosztów), lepiej zabezpieczać produkty przed kradzieżą w sklepach, a także zwiększać dostęp klientów do produktów w punkcie sprzedaży (pracownicy nie muszą śledzić wszystkich produktów, bo system czytników zainstalowanych w sklepie pilnuje ich bezprzewodowo). Zob.: D.C. Twist, *The impact of radio frequency identification on supply chain facilities*, „Journal of Facilities Management” 2005, vol. 3, no. 3, s. 226–239; M. Powanga, L. Powanga, *Deploying RFID in Logistics: Criteria and Best Practices and Issues*, „The Business Review”, Cambridge 2008, vol. 9, no. 2, s. 1–10.

¹³ Na przykład kasy samoobsługowe są stosowane w hipermarketach Auchan, Carrefour i Tesco, a także w marketach Bomi i delikatesach T&J. Ich wykorzystanie ma sprawiać, że klienci będą obsługiwani szybciej i wygodniej, a przedsiębiorstwa handlu detalicznego będą mogły uzyskiwać oszczędności wynikające z redukcji kosztów związanych z zatrudnianiem kasjerów. Zob. J. Niedbał, *Czy kasy samoobsługowe zastąpią kasjerów?*, Bankier.pl 2012–09–13, www.bankier.pl/wiadomosc/Czy-kasy-samoobslugowe-zastapia-kasjerow-2635362.html [dostęp: 24.04.2013].

w domu klienta (np. zmontowanie i ustawienie mebli), oferuje się także usługi ubezpieczeniowe, gastronomiczne itp.¹⁴.

Intensywnie stosuje się też instrumenty komunikacji marketingowej w punktach sprzedaży, w tym głównie promocję sprzedaży. Jest ona jednym z najważniejszych dla przedsiębiorstw handlu detalicznego instrumentów komunikacji marketingowej, przy czym szczególnie istotnym narzędziem promocji sprzedaży są okresowe obniżki cen¹⁵. Jednocześnie trzeba pamiętać, że narzędzia promocji sprzedaży działają krótkookresowo i nie gwarantują utrzymania klientów. Dokonywanie powtórnych zakupów przez klientów zależy w znacznej mierze od ich doświadczeń dotyczących zakupu i użytkowania produktów¹⁶. Ponadto w celu zwiększenia skuteczności oddziaływania na klientów w punktach sprzedaży, niektóre duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego starają się zwiększać zakres sprzedaży osobistej, ułatwiając kontakt klienta ze sprzedawcą.

5. Zmiany w działaniach marketingowych związane z rozszerzaniem skali i zakresu działalności przedsiębiorstw handlu detalicznego

Rozszerzanie skali i zakresu działalności przedsiębiorstw handlu detalicznego polega często na:

- penetrowaniu krajów, w których przedsiębiorstwa te są już obecne,
- wchodzeniu na rynki kolejnych krajów, w których przedsiębiorstwa te nie są jeszcze obecne,
- rozszerzaniu asortymentu sprzedawanych produktów w dotychczas wykorzystywanych przez przedsiębiorstwo rodzajach sklepów,
- uruchamianiu innych form sprzedaży niż dotychczas stosowane.

Przedsiębiorstwa handlu detalicznego nie zawsze realizują wszystkie wymienione wyżej działania. Niektóre zwiększają tylko skalę prowadzonej działalności

¹⁴ Na przykład w sklepach Tesco można kupić nie tylko szeroki asortyment towarów, lecz także skorzystać z usług finansowych, ubezpieczeniowych, fotograficznych itp., a w sklepach Tesco Extra oprócz możliwości zakupu towarów są oferowane także: możliwość zbadania wzroku, usługi gastronomiczne itp. Zob. www.tesco.pl/strefa-obslugi-klienta/ [dostęp: 27.04.2013]; <http://www.tesco.pl/o-nas/uslugi-tesco.php> [dostęp: 27.04.2013].

¹⁵ Rajagopal, *Point-of-sales promotions and buying stimulation in retail stores*, „Database Marketing & Customer Strategy Management” 2008, vol. 15, no. 4, s. 249–266.

¹⁶ Ibidem.

(np. uruchamiając kolejne sklepy w ramach prowadzonej sieci supermarketów), a inne rozszerzają także jej zakres (np. uruchamiając działalność w zakresie sprzedaży paliw).

Penetrowanie krajów, w których przedsiębiorstwo handlu detalicznego jest obecne, polega na zwiększaniu liczby placówek, które obejmują swoim zasięgiem coraz większy obszar danego kraju, umożliwiając dotarcie do segmentów rynku dotychczas nieobsługiwanych przez określone przedsiębiorstwo.

Wchodzenie na rynki kolejnych krajów, w których przedsiębiorstwo handlu detalicznego nie jest jeszcze obecne, oznacza ekspansję geograficzną, w tym przede wszystkim do krajów o wysokim poziomie wzrostu gospodarczego. Polega to na uruchamianiu punktów sprzedaży detalicznej w tych krajach oraz prowadzeniu szeregu działań marketingowych umożliwiających zaistnienie na danym rynku (w tym działań z zakresu komunikacji marketingowej). Wiąże się to z koniecznością takiego kształtowania działań marketingowych, by były skuteczne na rynku, na który wchodzi przedsiębiorstwo, ale także spójne z działaniami realizowanymi w innych krajach.

Rozszerzanie asortymentu sprzedawanych produktów w dotychczas wykorzystywanych przez przedsiębiorstwo rodzajach sklepów oznacza powiększanie oferty produktów o dotychczas niesprzedawane przez tego detalistę.

Uruchamianie innych form sprzedaży niż dotychczas stosowane oznacza przede wszystkim uruchamianie innych rodzajów sklepów niż dotychczas prowadzone¹⁷. Może też polegać na podejmowaniu aktywności w zakresie handlu elektronicznego, stanowiącego uzupełnienie dla dotychczas wykorzystywanych stacjonarnych punktów sprzedaży detalicznej. Często uruchamianie innych form sprzedaży niż dotychczas stosowane przez przedsiębiorstwo jest związane z rozszerzaniem asortymentu sprzedawanych produktów. Jest tak wówczas, gdy przedsiębiorstwo handlu detalicznego wykracza poza dotychczasowy profil działalności, np. gdy oferując wcześniej produkty częstego zakupu za pomocą sklepów wielkopowierzchniowych, zaczyna uruchamiać stacje benzynowe, drogerie itp.¹⁸.

Rozszerzanie skali i zakresu działalności pozwala przedsiębiorstwu handlu detalicznego zwiększać wielkość sprzedaży, udział w rynku (zarówno krajowym, jak i światowym), a także wykorzystywać z zyskiem nadwyżki zasobów (które lokuje w działalności uważanej za atrakcyjną).

¹⁷ Na przykład Grupa Carrefour Polska, posiadając hipermarkety i supermarkety, tworzy także sieć niedużych osiedlowych sklepów franczyzowych Carrefour Express. Zob. <http://www.carrefour.pl/page/pl/korporacyjny/o-carrefour/w-polsce/> [dostęp: 24.04.2013].

¹⁸ Na przykład Grupa Carrefour Express prowadzi m.in. stacje benzynowe. Zob. www.carrefour.pl/page/pl/korporacyjny/o-carrefour/w-polsce/ [dostęp: 24.04.2013]. Natomiast Jeronimo Martins Polska jest właścicielem nie tylko sieci sklepów Biedronka, lecz także sieci drogerii Hebe; www.biedronka.pl/o_nas/jmp/kim_jestesmy/ [dostęp: 27.04.2013].

Rozszerzając skalę lub zakres działalności przedsiębiorstwo handlu detalicznego dokonuje zmian głównie w zakresie liczby prowadzonych punktów sprzedaży, ich lokalizacji, kształtowania asortymentu, stosowanych form sprzedaży. Wprowadzanie tych zmian może jednak wymagać dokonywania także zmian dotyczących wielu innych działań marketingowych związanych z wyborem rynku docelowego, pozycjonowaniem i kształtowaniem marketingu mix.

6. Podsumowanie

Podsumowując, można stwierdzić, że w ostatnich latach dochodzi do istotnych zmian w sposobie prowadzenia działań marketingowych przez duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego. Starają się one w różny sposób wzmocnić swoją pozycję wobec konkurentów i dostawców oraz poprawić skuteczność i efektywność oddziaływania na nabywców.

W artykule wskazano, że zmiany w działaniach marketingowych dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego towarzyszą dążeniu tych podmiotów do: poprawy wizerunku, powiększania udziału przedsiębiorstwa w korzyściach wynikających z kształtowania i doprowadzania produktów do nabywców, podnoszenia skuteczności oddziaływania na klientów w punktach sprzedaży detalicznej, a także rozszerzania skali i zakresu działalności. Następnie starano się scharakteryzować zmiany w działaniach marketingowych związane z podążaniem przez detalistów w wymienionych wyżej kierunkach.

W artykule skoncentrowano uwagę na dużych, posiadających wiele sklepów, przedsiębiorstwach handlu detalicznego. Mniejsi detaliści mają bardziej ograniczone możliwości wprowadzania zmian w działaniach marketingowych (choćby ze względu na mniejszą skalę działalności, mniejsze środki finansowe oraz słabszą pozycję na rynku). Małe przedsiębiorstwa handlu detalicznego często nie wytrzymują konkurencji z dużymi przedsiębiorstwami, posiadającymi wiele punktów sprzedaży i działającymi w wielu krajach. W celu skuteczniejszego konkurowania powinny one podejmować działania zmierzające do wzmocnienia swojej pozycji na rynku poprzez współpracę lub łączenie się z innymi małymi przedsiębiorstwami handlowymi, a także w większym zakresie i w sposób bardziej przemyślany stosować działania marketingowe. Wiele małych przedsiębiorstw handlu detalicznego może zagospodarowywać nisze rynkowe, niedostrzegane przez duże przedsiębiorstwa oferujące produkty dla dużych segmentów rynku, a także koncentrować się na jakości oferowanych produktów i dobrym poziomie obsługi klienta. Dobre rozpoznanie potrzeb klientów, w tym zwłaszcza segmentów, których potrzeby nie są w pełni zaspokojone,

a następnie zaoferowanie im korzyści, których oczekują, może przyczyniać się do poprawy lub obrony pozycji na rynku.

W dalszych badaniach można dokładniej przeanalizować zmiany w sposobie prowadzenia działań marketingowych przez poszczególne rodzaje przedsiębiorstw handlu detalicznego. Można też zająć się szczegółowo identyfikacją i opisaniem warunków zmian w działaniach marketingowych detalistów.

Bibliografia

1. Arslan T.V., Sezer F.S., Isigicok E., *Magnetism of shopping malls on young Turkish consumers*, „Young Consumers” 2010, vol. 11, no. 3.
2. Ben Dahmane Mouelhi N., *La contextualité de la musique d'ambiance: faut-il diffuser la même musique dans des magasins différents?*, „Gestion 2000” 2009, no. 5.
3. Beylier R.P., Messeghem K., Fort F., *Rôle des MDD de terroir dans la construction de la légitimité des distributeurs. Le cas „Reflets de France”*, „Décisions Marketing” 2012, no. 66.
4. Borusiak B., *CSR w działalności przedsiębiorstw handlu detalicznego w Polsce – deklaracje a rzeczywistość*, „Handel Wewnętrzny”, styczeń–luty 2012, część 2, red. nauk. U. Kłosiewicz-Górecka.
5. Bowd R., Bowd L., Harris Ph., *Communicating corporate social responsibility: an exploratory case study of a major UK retail centre*, „Journal of Public Affairs” 2006, vol. 6, no. 2.
6. Niedbał J., *Czy kasy samoobsługowe zastąpią kasjerów?*, Bankier.pl 2012.09.13, <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Czy-kasy-samoobslugowe-zastapia-kasjerow-2635362.html> [dostęp: 24.04.2013].
7. Powanga M., Powanga L., *Deploying RFID in Logistics: Criteria and Best Practices and Issues*, „The Business Review”, Cambridge 2008, vol. 9, no. 2.
8. Rajagopal, *Point-of-sales promotions and buying stimulation in retail stores*, „Database Marketing & Customer Strategy Management” 2008, vol. 15, no. 4.
9. Sławińska M., *Działania marketingowe przedsiębiorstw handlowych w procesie tworzenia wartości dla nabywcy*, „Handel Wewnętrzny”, wrzesień–październik 2012, t. II pt. *Perspektywy rozwoju marketingu. Klient, konsumpcja, handel*, red. nauk. S. Makarski, P. Cyrek.
10. Słomińska B., *Społeczna odpowiedzialność handlu sieciowego i niezależnego*, „Handel Wewnętrzny”, styczeń–luty 2012, część 2, red. nauk. U. Kłosiewicz-Górecka.
11. Twist D.C., *The impact of radio frequency identification on supply chain facilities*, „Journal of Facilities Management” 2005, vol. 3, no. 3.

12. www.biedronka.pl/jakosc/ [dostęp: 24.04.2013].
13. www.biedronka.pl/o_nas/biedronka/kim_jestesmy/ [dostęp: 24.04.2013].
14. www.biedronka.pl/o_nas/jmp/kim_jestesmy/ [dostęp: 27.04.2013].
15. www.biedronka.pl/o_nas/odpowiedzialnosc_spoleczna/ [dostęp: 24.04.2013].
16. www.carrefour.pl/page/pl/korporacyjny/o-carrefour/w-polsce/ [dostęp: 24.04.2013].
17. www.global.marksandspencer.com/pl/pl/about-ms/?link=about-plan-a#about-plana [dostęp: 24.04.2013].
18. www.tesco.pl/o-nas/uslugi-tesco.php [dostęp: 27.04.2013].
19. www.tesco.pl/spolecznosci-lokalne/ [dostęp: 24.04.2013].
20. www.tesco.pl/strefa-obslugi-klienta/ [dostęp: 27.04.2013].

Sławomir Pastuszka

Wydział Zarządzania i Administracji

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Kondycja finansowa samorządów województw w latach 2004–2011

1. Wprowadzenie

Kondycja finansowa jednostek samorządu terytorialnego (jst), mimo że jest pojęciem spotykanym w literaturze przedmiotu, nie została dotąd jednoznacznie zdefiniowana. Zdaniem B. Klepackiego i B. Kusto, przez kondycję finansową samorządów należy rozumieć poziom dochodów łącznie, jak też w przeliczeniu na jednego mieszkańca. Jako dobrą kondycję finansową uznają taką sytuację, kiedy samorząd terytorialny jest w stanie nie tylko w pełni finansować potrzeby bieżące, ale także realizować inwestycje niezbędne na danym etapie rozwoju cywilizacyjnego, a więc powiększać swój majątek i zaspokajać potrzeby mieszkańców¹. M. Szpak pojęcie to definiuje jako zdolność do realizowania zamierzeń inwestycyjnych oraz do zaciągania i obsługi długu².

Na tle tych rozważań wydaje się, że dobra kondycja finansowa jednostek samorządu terytorialnego umożliwia realizację wszelkich przedsięwzięć prorozwojowych. Przedsięwzięcia te przyczyniają się do wzrostu gospodarczego – zjawiska koniecznego z punktu widzenia generowania w przyszłości dochodów podatkowych, stanowiących z kolei ważne źródło dochodów budżetowych samorządów.

¹ B. Klepacki, B. Kusto, *Ocena kondycji finansowej gmin województwa świętokrzyskiego*, *Ekonomia i organizacja gospodarki żywnościowej*, „Zeszyty Naukowe SGGW”, nr 77 (2009), s. 127–135.

² J. Nargiełło, *Zdolność kredytowa jako element potencjału finansowego jednostek samorządu terytorialnego*, „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 3 (25)/2006, s. 99–114.

Najbardziej uniwersalnymi miernikami określającymi poziom kondycji finansowej samorządów terytorialnych są zbliżone wielkości dochodów i wydatków w określonym czasie. Biorąc pod uwagę różne źródła dochodów budżetowych, należy podkreślić szczególne znaczenie wskaźnika udziału dochodów własnych jednostek samorządu terytorialnego w ich dochodach ogółem. Wzrost wielkości tego wskaźnika oznacza poprawę samodzielności finansowej samorządu terytorialnego. P. Swianiewicz do podstawowych wskaźników określających potencjał finansowy samorządu zaliczył nadwyżkę bieżącą, stanowiącą różnicę dochodów bieżących i wydatków bieżących. Jego zdaniem jest to najbardziej syntetyczna miara potencjału inwestycyjnego oraz zdolności kredytowej samorządu³. Niewątpliwie większa nadwyżka dochodów bieżących nad wydatkami bieżącymi w budżetach samorządów oznacza więcej pieniędzy na inwestycje⁴.

Podstawowym celem niniejszego artykułu jest ocena sytuacji finansowej samorządów województw na tle uzyskiwanych przez nie dochodów i ponoszonych wydatków. Do realizacji tego celu wykorzystano metodę analizy literatury przedmiotu oraz metodę statystyki opisowej. Artykuł składa się z trzech części. Pierwsza część poświęcona jest teoretycznym rozważaniom nad dochodami i wydatkami samorządów województw. W tej części przedstawiono najpierw znaczenie podstawowych terminów, takich jak: dochody własne, dochody transferowe, subwencje i dotacje, a następnie scharakteryzowano źródła dochodów województw oraz ich wydatki.

Druga część zawiera analizę wielkości, struktury oraz dynamiki dochodów i wydatków województw. W analizie uwzględniono takie kategorie dochodów, jak: dochody ogółem, dochody własne (w tym wpływy z podatku dochodowego od osób fizycznych i podatku dochodowego od osób prawnych), dotacje i subwencję ogólną. Analizy wydatków województw dokonano, uwzględniając podział na wydatki bieżące i inwestycyjne. W strukturze wydatków bieżących uwzględniono wielkości środków przeznaczonych na wynagrodzenia, składki na ubezpieczenia społeczne, fundusz pracy oraz obsługę zadłużenia.

W trzeciej części artykułu omówiono poziom i dynamikę długu publicznego oraz nadwyżki bieżącej województw. W zestawieniach tabelarycznych podano wartości w złotych w przeliczeniu na mieszkańca oraz w procentach. Na potrzeby badania

³ P. Swianiewicz, *Nadwyżka operacyjna*, „WSPÓLOTA” 2008, nr 9/859.

⁴ Wskaźniki te, obok wielu innych, znalazły się w opracowanym przez Ministerstwo Finansów zestawie wskaźników pomocnych przy ocenie sytuacji finansowej samorządów terytorialnych. Wskaźniki dla województw zostały zdefiniowane w następujących grupach: wskaźniki budżetowe, wskaźniki na mieszkańca i wskaźniki dla zobowiązań według tytułów dłużnych. Zob. *Wskaźniki do oceny sytuacji finansowej jednostek samorządu terytorialnego w latach 2009–2011*, Ministerstwo Finansów, Warszawa 2012.

wykorzystano dane Głównego Urzędu Statystycznego. Artykuł kończy krótkie podsumowanie i wnioski.

2. Dochody i wydatki samorządów województw – podejście teoretyczne

2.1. Dochody samorządów województw

Na dochody samorządów województw składają się dochody własne, subwencje ogólne i dotacje celowe z budżetu państwa oraz środki pochodzące ze źródeł zagranicznych niepodlegające zwrotowi⁵.

2.1.1. Dochody własne

Podstawą wyposażenia finansowego i zasadniczym źródłem finansowania zadań własnych województw, podobnie jak i samorządów innych szczebli, są dochody własne. W literaturze przedmiotu dochody własne definiuje się jako dochody związane z budżetami samorządów bez terminowości i ingerencji ze strony państwa oraz bez jego udziału w części wpływów pochodzących z poszczególnych źródeł⁶. Nawiązując do postanowień art. 167 Konstytucji RP, można przyjąć, iż dochody własne województw to dochody inne niż subwencje ogólne i dotacje celowe z budżetu państwa⁷. Źródłami dochodów własnych województwa są⁸:

- 1) dochody uzyskiwane przez wojewódzkie jednostki budżetowe;
- 2) dochody z mienia województwa, w tym dochody z najmu, dzierżawy, sprzedaży rzeczy i praw należących do samorządu województwa, odsetki, dywidendy;
- 3) udziały we wpływach z podatków państwowych:
 - udział wynoszący 1,6% wpływów z podatku dochodowego od osób fizycznych, od podatników tego podatku zamieszkałych na obszarze województwa⁹,

⁵ S. Pastuszka, *Znaczenie subwencji i dotacji dla województwa świętokrzyskiego w latach 2008–2010*, „Samorząd terytorialny”, nr 9/2010, s. 30–47.

⁶ S. Owsiak, *Finanse publiczne. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 143; E. Malinowska-Misiąg, W. Misiąg, *Finanse publiczne w Polsce*, wyd. II, LexisNexis, Warszawa 2007, s. 565.

⁷ Art. 167 ust. 2 Ustawy z dnia 2 kwietnia 1997 r. Konstytucja Rzeczypospolitej, Dz.U. nr 78, poz. 483.

⁸ Art. 6 Ustawy z dnia 13 listopada 2003 r. o dochodach jednostek samorządu terytorialnego, Dz.U. z 2003 r. nr 203, poz. 1966 z późn. zm.

⁹ Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych, Dz.U. z 2010 r. nr 51, poz. 307 z późn. zm.

- udział wynoszący 14,75% wpływów z podatku dochodowego od osób prawnych, od podatników tego podatku posiadających siedzibę na obszarze województwa¹⁰;
- 4) 5% dochodów uzyskiwanych na rzecz budżetu państwa w związku z realizacją zadań z zakresu administracji rządowej oraz innych zadań zleconych ustawami;
- 5) odsetki od nieterminowo przekazanych należności stanowiących dochody województwa;
- 6) dochody z kar pieniężnych i grzywien, odsetki od pożyczek udzielanych przez województwo;
- 7) spadki, zapisy, darowizny na rzecz województwa;
- 8) odsetki od środków finansowych gromadzonych na rachunkach bankowych.

Udział dochodów własnych w dochodach ogółem świadczy o samodzielności dochodowej samorządu terytorialnego, tak ważnej dla prowadzenia względnie przewidywalnej i suwerennej polityki dochodowej¹¹.

2.1.2. Dochody transferowe

Do dochodów transferowych samorządu terytorialnego zalicza się subwencje ogólne i dotacje z budżetu państwa. Subwencja stanowi pieniężną, bezzwrotną, nienabywczą pomoc, której celem jest finansowe zasilenie otrzymującego subwencję, np. z uwagi na zbyt niskie dochody uzyskiwane ze źródeł własnych. Zakres i wysokość zasilania samorządów terytorialnych subwencją ogólną powinny być powiązane z konstytucyjną normą zapewniającą dostosowanie udziału tych jednostek w dochodach publicznych odpowiednio do przypadających im zadań. Subwencja ogólna stanowi dodatkowe źródło dochodów jednostek samorządu terytorialnego zwłaszcza wtedy, gdy dochody własne nie wystarczają do realizacji zadań nałożonych na samorządy przez ustawy¹². Charakter ogólny subwencji oznacza jej powszechność, ale również możliwość przeznaczania na różne, niewyspecyfikowane cele. Cechą charakterystyczną subwencji są kryteria ustalania kwot subwencji, samodzielność jednostek samorządu terytorialnego w procesie wykorzystywania środków transferowanych w formie subwencji ogólnych, a także jej szczegółowa i złożona konstrukcja

¹⁰ Udział we wpływach z podatku od osób prawnych zależy od wydajności tego źródła, czyli od liczby i potencjału podmiotów gospodarczych działających na terenie województwa; Ustawa z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych, Dz.U. nr 54, poz. 654 z późn. zm.

¹¹ W. Misterek, *Zewnętrzne źródła finansowania działalności inwestycyjnej jednostek samorządu terytorialnego*, Difin, Warszawa 2008, s. 16–17.

¹² B. Guziejewska, *Podstawowe założenia subwencji ogólnej dla jednostek samorządu terytorialnego w Polsce na tle konstrukcji teoretycznych*, „Samorząd Terytorialny”, nr 11/2004, s. 40–48.

prawna i finansowa¹³. System subwencyjnego zasilania samorządów reguluje Ustawa o dochodach jednostek samorządu terytorialnego¹⁴. Ustawa ta stanowi m.in., jakie części subwencji ogólnej otrzymują samorządy terytorialne poszczególnych szczebli, a także określa sposób ustalenia globalnej kwoty subwencji oraz sposób podziału subwencji pomiędzy poszczególne jednostki samorządu terytorialnego, wykorzystujący złożone formy matematyczne, uwzględniające wiele czynników obiektywnych podziału subwencji¹⁵. Samorządy województw otrzymują z budżetu państwa subwencję ogólną, która składa się z trzech części:

- 1) wyrównawczej (składa się z kwoty podstawowej i uzupełniającej), przeznaczonej na uzupełnienie dochodów samorządów województw,
- 2) regionalnej (tzw. janosikowe¹⁶), przyznawanej na uzupełnienie dochodów województw o niższej wydajności fiskalnej, ze względu na różnice potencjału gospodarczego, stopy bezrobocia, gęstości zaludnienia, powierzchni dróg publicznych w przeliczeniu na jednego mieszkańca,
- 3) oświatowej, przeznaczonej głównie na utrzymanie publicznych szkół specjalnych o zasięgu regionalnym lub wojewódzkim, ośrodków metodycznych, kolegiów nauczycielskich, placówek kształcenia i doskonalenia nauczycieli, bibliotek publicznych¹⁷.

O przeznaczeniu środków otrzymanych w formie subwencji ogólnej decyduje sejmik województwa.

Dotacja to kolejna prawna forma wydatków publicznych, z reguły bezzwrotna, podlegająca szczególnym zasadom rozliczania, np. dotacje niewykorzystane lub wykorzystane niezgodnie z przeznaczeniem podlegają zwrotowi do budżetu państwa¹⁸. W samorządach województw dotacje przeznaczone są na finansowanie lub dofinansowanie¹⁹:

¹³ E. Chojna-Duch, *Polskie prawo finansowe. Finanse publiczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001, s. 207.

¹⁴ Ustawa z dnia 13 listopada 2003 r. o dochodach jednostek samorządu terytorialnego, Dz.U. nr 203, poz. 1966 z późn. zm.

¹⁵ Mechanizm podziału środków z subwencji w Polsce był, i zapewne jeszcze będzie, kilkakrotnie zmieniany.

¹⁶ Ten redystrybucyjny mechanizm fiskalny jest w Polsce krytykowany przede wszystkim przez przedstawicieli najbogatszych samorządów. Postulują oni obniżenie o 20% kwoty przekazywanej przez bogatsze samorządy oraz wprowadzenie jasnych i precyzyjnych kryteriów przydzielania tych środków biedniejszym samorządom.

¹⁷ Rozdział 2, art. 7.1 ustawy o dochodach jednostek samorządu terytorialnego.

¹⁸ U. Kalina-Prasznic, *Encyklopedia prawa*, C.H. Beck, Warszawa 2000, s. 163.

¹⁹ Art. 126–132 Ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych., Dz.U. nr 157, poz. 1240.

- bieżących zadań własnych, zadań z zakresu administracji rządowej oraz innych zadań zleconych jednostkom samorządu terytorialnego ustawami (zwykle przeznaczane są na budowę i utrzymanie urządzeń melioracji wodnych, dopłaty do krajowych pasażerskich przewozów autobusowych i kolejowych, finansowanie zadań związanych z mecenatem państwa w dziedzinie kultury i sztuki);
- kosztów realizacji konkretnych inwestycji określonych w ustawie o finansach publicznych; są zwane dotacjami celowymi (np. na dofinansowanie programów ujętych w Narodowych Strategicznych Ramach Odniesienia²⁰);
- działalności bieżącej ustawowo wskazanego podmiotu; są zwane dotacjami podmiotowymi;
- dopłat do określonych rodzajów wyrobów lub usług, kalkulowanych według stawek jednostkowych; są zwane dotacjami przedmiotowymi.

Wielkość dotacji oraz fakt ich uwzględnienia w budżecie państwa często są przedmiotem politycznych przetargów i decyzji, co ogranicza przewidywalność i przejrzystość gospodarowania środkami publicznymi.

W literaturze przedmiotu wskazuje się na kilka różnic pomiędzy dotacjami a subwencjami. Po pierwsze, subwencje mają charakter ogólny (odnoszą się do finansowania ogółu zadań danego samorządu), a dotacje – celowy (są związane z koniecznością finansowania określonego zadania / konkretnego celu)²¹. Po drugie, subwencje są przeznaczone na finansowanie zadań własnych, natomiast dotacje służą finansowaniu zarówno zadań własnych, jak i zleconych. Poza tym o przeznaczeniu subwencji ogólnej decyduje organ stanowiący samorząd terytorialny, natomiast cel dotacji jest określany przez podmiot udzielający dotacji²².

Należy pamiętać, że zarówno subwencje, jak i dotacje ograniczają swobodę i niezależność prowadzenia przez władze samorządowe własnej polityki finansowej. Nadmierne zasilanie samorządów terytorialnych zakłóca strukturę wydatków samorządowych, ponieważ stymuluje finansowanie usług objętych dotowaniem kosztem innych, nieobjętych pomocą finansową²³.

²⁰ Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007–2013 wspierające wzrost gospodarczy i zatrudnienie. *Narodowa Strategia Spójności*. Dokument zaakceptowany decyzją Komisji Europejskiej zatwierdzającą pewne elementy Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa, maj 2007 r.

²¹ Z. Ofiarski, *Subwencje i dotacje jednostek samorządu terytorialnego*, Difin, Warszawa 2002.

²² B. Kołaczkowski, M. Ratajczak, *Gospodarka finansowa samorządu terytorialnego w Polsce*, Wolters Kluwer, Warszawa 2010, s. 114.

²³ *Gospodarka finansowa jednostek samorządu terytorialnego w warunkach decentralizacji zarządzania sektorem publicznym*, red. H. Sochacka-Krysiak, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2008, s. 25.

2.2. Wydatki samorządów województw

Przy ocenie kondycji finansów samorządów województw istotne są zarówno dochody budżetów, jak i wydatki. Szczególnie ważne są informacje dotyczące celu wydatkowanych pieniędzy czyli poszczególnych kategorii wydatków. Oczywiście jest, że cele te powinny w szczególności odzwierciedlać ustawowe zadania i kompetencje. Generalnie wydatki samorządów terytorialnych dzieli się na wydatki bieżące i wydatki majątkowe. Pierwsze z nich dotyczą bieżącej działalności województwa i obejmują:

- wydatki na wynagrodzenia wraz z pochodnymi od wynagrodzeń (składki na ubezpieczenie społeczne i Fundusz Pracy), zakup materiałów, usług, energii,
- dotacje przekazywane jednostkom pozabudżetowym,
- świadczenia na rzecz osób fizycznych,
- wydatki na obsługę długu publicznego,
- wydatki z tytułu udzielania poręczeń i gwarancji.

Jak słusznie wskazują eksperci, rezygnacja z tych zadań lub choćby ich ograniczenie jest właściwie niemożliwe, gdyż oznaczałoby niewypełnienie obowiązków ustawowych, a zatem wydatki związane z tym zadaniami są w znacznej mierze sztywne²⁴. Wydatki majątkowe to wydatki służące powiększeniu majątku województw. Składają się z wydatków na inwestycje własne w sektorze publicznym (budowa, rozbudowa i modernizacja obiektów komunalnych, sieci drogowej oraz zakupy środków trwałych), dotacji inwestycyjnych udzielanych podmiotom spoza sektora publicznego i wydatków kapitałowych²⁵. W trudnej sytuacji finansowej z wydatków majątkowych można zrezygnować lub odsunąć je w czasie. Wielkość wydatków majątkowych zależy od zgromadzonych dochodów oraz od wielkości tzw. wydatków sztywnych, wynikających z potrzeby finansowania bieżącej działalności. Przemysłane wydatki rozwojowe przyczyniają się do późniejszego wzrostu wpływów z tytułu CIT i PIT, np. wydatki na budowę dróg niejednokrotnie otwierają nowe tereny inwestycyjne, co w konsekwencji powinno wpłynąć na zwiększenie dochodów. Struktura wydatków ogółem, majątkowych i bieżących jednostek samorządowych pozwala poznać kierunki i intensywność realizowanej przez samorząd terytorialny polityki rozwoju. Udział wydatków bieżących i majątkowych w ogólnej kwocie wydatków wskazuje na konsumpcyjne bądź prorozwojowe kierunki działania samorządów.

²⁴ J. Adamiak, *Finanse jednostek samorządu terytorialnego*, w: *Samorząd terytorialny w procesie rozwoju regionalnego i lokalnego*, red. W. Kosiedowski, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń 2005, s. 240.

²⁵ L. Jędrzejewski, *Gospodarka finansowa samorządu terytorialnego w Polsce. Wybrane zagadnienia*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz–Gdańsk 2007, s. 76.

3. Analiza empiryczna dochodów i wydatków województw

3.1. Dochody samorządów województw

Jak wynika z danych liczbowych w tabeli 1, w latach 2004–2011 dochody ogółem samorządów województw w przeliczeniu na mieszkańca podwoiły się. Sytuacja ta była wynikiem prawie 2,5-krotnego zwiększenia wpływów z dotacji, podwojenia wpływów z subwencji ogólnej i prawie 40-procentowego wzrostu dochodów własnych. Wzrost dotacji z budżetu państwa związany był przede wszystkim z dużą aktywnością samorządów w zakresie realizacji inwestycji unijnych. W ten sposób województwa starają się tworzyć warunki do szybszego rozwoju. Z kolei wzrost wpływów z subwencji ogólnych wynikał z podwyżek wynagrodzeń nauczycieli.

W 2011 r. największe źródło w dochodach ogółem samorządów województw stanowiły dochody własne czyli te, którymi województwa mogły dysponować samodzielnie (40%), dotacje (38,7%) i subwencje ogólne (20,9%). Oznacza to, że w strukturze dochodów województw dominowały (ok. 60%) transfery z budżetu państwa (por. tabela 1).

W badanym okresie najwyższy wzrost dochodów w przeliczeniu na mieszkańca odnotowało województwo opolskie, a następnie zachodniopomorskie, co było przede wszystkim spowodowane aż ponad 7-krotnym wzrostem dotacji z budżetu państwa. Z kolei najwyższe tempo wzrostu dochodów własnych na mieszkańca, które przesądza o stopniu samodzielności ekonomicznej, zanotowało województwo świętokrzyskie, następnie łódzkie i dolnośląskie. Oprócz tych trzech województw wyższy wzrost dochodów własnych w ujęciu względnym w porównaniu do średniej krajowej odnotowało jeszcze pięć województw: zachodniopomorskie, lubelskie, lubuskie, opolskie i podlaskie. Najniższą dynamikę dochodów własnych odnotowało województwo mazowieckie, które pomimo tego i tak odnotowało najwyższą w kraju wielkość tego wskaźnika w przeliczeniu na jedną osobę.

W 2011 r. poziom osiągniętej samodzielności dochodowej województw znacznie się różnił. Najwyższy udział dochodów własnych w dochodach ogółem w przeliczeniu na mieszkańca osiągnęły najzamożniejsze województwa: mazowieckie, dolnośląskie, wielkopolskie i śląskie. Z kolei najniższy udział dochodów własnych w dochodach ogółem zaobserwowano w województwach: podkarpackim, lubelskim i opolskim. Województwa te mają najmniejszą samodzielność dochodową, wynikającą z uzależnienia od transferów środków pieniężnych z budżetu państwa.

Tabela 1. Struktura dochodów województw w przeliczeniu na mieszkańca, w latach 2004–2011

Wyszczególnienie	2004				2011				Zmiana 2004–2011			
	Dochody ogółem	Dochody własne	Dotacje celowe	Subwencja ogólna z budżetu państwa	Dochody ogółem	Dochody własne	Dotacje ogółem	Subwencja ogólna z budżetu państwa	Dochody ogółem	Dochody własne	Dotacje ogółem	Subwencja ogólna z budżetu państwa
zł				zł				%				
Polska	182,6	107,6	40,8	33,8	366,1	148,0	141,7	76,4	200,5	137,5	347,3	226,0
dolnośląskie	166,9	100,4	31,6	34,8	347,4	182,0	118,0	47,3	208,2	181,3	575,9	135,9
kujawsko-pomorskie	160,1	77,3	40,3	42,5	391,5	89,9	190,6	111,0	244,5	116,3	473,0	261,2
lubelskie	148,8	50,2	40,3	58,3	345,4	72,5	126,8	146,1	232,1	144,4	314,6	250,6
lubuskie	213,3	80,8	55,1	77,5	464,5	122,6	203,2	138,8	217,8	151,7	368,8	179,1
łódzkie	125,3	71,6	18,9	33,8	308,6	132,6	112,1	63,8	246,3	185,2	593,1	188,8
małopolskie	149,3	84,7	41,1	23,4	322,8	106,4	175,2	41,3	216,2	125,6	426,3	176,5
mazowieckie	288,3	258,3	18,7	11,1	465,7	322,9	95,8	47,0	161,5	125,0	512,3	423,4
opolskie	154,7	69,6	34,8	50,0	484,8	105,7	271,7	107,4	313,4	151,9	780,8	214,8
podkarpackie	164,2	61,8	47,5	54,8	416,8	81,4	179,3	156,1	253,8	131,7	377,5	284,9
podlaskie	143,5	56,8	30,2	55,5	367,5	80,4	149,6	137,5	256,1	141,5	495,4	247,8
pomorskie	172,4	108,3	38,9	24,8	318,4	144,1	121,2	53,1	184,7	133,1	311,6	214,1
śląskie	215,9	111,7	85,4	18,2	288,9	141,3	109,2	38,5	133,8	126,5	127,9	211,5
świętokrzyskie	155,4	52,0	56,0	47,5	406,1	107,3	181,9	116,8	261,3	206,3	324,8	245,9
warmińsko-mazurskie	177,8	60,2	61,3	55,9	358,0	80,9	130,7	146,3	201,3	134,4	213,2	261,8
wielkopolskie	160,2	114,6	31,0	14,6	308,6	152,5	127,3	28,8	192,6	133,1	410,6	197,3
zachodniopomorskie	150,1	60,6	23,5	66,1	426,9	96,5	217,2	113,2	284,4	159,2	924,3	171,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS.

Tabela 2. Udział CIT, PIT w dochodach własnych budżetów województw w latach 2004–2011

Wyszczególnienie	2004		2011	
	w %		w %	
	PIT	CIT	PIT	CIT
Polska	12,85	82,03	14,41	66,51
dolnośląskie	13,45	81,50	11,75	72,72
kujawsko-pomorskie	14,77	80,54	19,60	70,35
lubelskie	17,43	77,41	18,98	59,97
lubuskie	13,26	78,29	13,51	46,58
łódzkie	17,54	77,45	16,42	70,00
małopolskie	14,08	72,98	14,88	52,16
mazowieckie	9,3	88,54	11,84	76,79
opolskie	15,26	78,48	15,66	55,80
podkarpackie	13,52	76,68	13,84	54,39
podlaskie	16,40	76,87	20,23	47,74
pomorskie	12,85	76,25	14,17	62,15
śląskie	14,76	81,62	17,70	72,16
świętokrzyskie	18,48	78,39	13,84	56,97
warmińsko-mazurskie	16,40	77,56	19,49	44,95
wielkopolskie	11,79	82,30	12,89	63,26
zachodniopomorskie	19,46	75,59	18,50	56,49

Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS.

Zasadniczą część środków własnych województw stanowią wpływy z podatku dochodowego od osób prawnych i osób fizycznych w całości pobierane przez urzędy skarbowe, a następnie w określonej części przekazywane na rachunki budżetowe samorządów terytorialnych²⁶. Na szczególną uwagę zasługuje podatek CIT. W 2003 r. wynosił 0,5%, w latach 2004–2007 – 15,9%, w 2008 r. pułap ten obniżono do 14%,

²⁶ Rok 2004 przyniósł efekty zmian ustawy o dochodach jednostek samorządu terytorialnego. Zmiana zasad ustalania niektórych dochodów jednostek samorządowych zapewniła wyraźną podwyżkę udziału dochodów własnych w ogólnej kwocie dochodów budżetowych, jednak nie była ona w równym stopniu korzystna dla tych jednostek na wszystkich szczeblach samorządu terytorialnego. Głównymi beneficjentami tych zmian były województwa i w nieco mniejszym stopniu – powiaty. Zob. *Działalność inwestycyjna jednostek samorządu terytorialnego w latach 1999–2004*, analiza przyjęta Uchwałą Nr 2/2005 Krajowej Rady Regionalnych Izb Obrachunkowych z dnia 6 czerwca 2005 r.

aby w 2011 r. podnieść go do 14,75%. Ale równocześnie od 2004 r. obniżone zostały stawki podatkowe CIT (z 27% w 2003 r. do 19% od 2004 r.). Natomiast w 2009 r. w miejsce trzech stawek PIT: 19, 30 i 40%, wprowadzono dwie stawki: 18 i 32%. Zmiany w konstrukcji podatku CIT i PIT w systemie podatkowym, powiązane z koniunkturą gospodarczą do 2008 r., przyczyniły się do wyższych wpływów do budżetów województw. W 2011 r. wraz z transferami z budżetu państwa stanowiły one aż 94% dochodów budżetów województw (tabela 2). Biorąc pod uwagę konstrukcję podatku CIT, naturalne jest, że najwyższe dochody osiągają województwa: mazowieckie, dolnośląskie, śląskie, w których funkcjonuje najwięcej przedsiębiorstw. Najniższe wpływy CIT zarejestrowano w lubuskim, warmińsko-mazurskim i podlaskim. Od 2008 r., w związku ze spowolnieniem tempa rozwoju gospodarczego w Polsce²⁷, odnotowano stopniowe ogólne osłabienie dynamiki wpływów CIT do budżetów województw. Szczególnie dotkliwy ubytek dochodów z CIT dotknął kilka województw Polski Wschodniej (warmińsko-mazurskie, lubuskie i podlaskie). Z kolei spadek wpływów z PIT najbardziej odczuło województwo świętokrzyskie (również zaliczane do makroregionu Polska Wschodnia), legitymujące się jednym z najwyższych poziomów bezrobocia w kraju. W 2011 r. najniższy w kraju udział dochodów z podatku PIT w dochodach własnych odnotowano w najbardziej rozwiniętych województwach: dolnośląskim i mazowieckim, gdzie udział wpływów z podatku CIT był najwyższy.

3.2. Wydatki samorządów województw

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 3, w latach 2004–2011 wydatki samorządów województw ogółem oraz na 1 mieszkańca średnio w kraju wzrosły ponad 2,5 razy. W dziesięciu województwach wzrost ten przekraczał średnią krajową, w tym w szczególności w regionie łódzkim, zachodniopomorskim, dolnośląskim oraz opolskim i małopolskim. W wydatkach budżetów województw dominowały dotacje na zadania własne i zadania zlecone z zakresu administracji rządowej. Dotacje te kierowane były przede wszystkim na budowę i utrzymanie obiektów ochrony zdrowia, urządzeń melioracji wodnych oraz na dopłaty do krajowych pasażerskich przewozów kolejowych i autobusowych. W ramach porozumień z organami administracji rządowej samorządy województw realizowały także zadania z dziedziny kultury i sztuki.

²⁷ Raport roczny 2011. Sytuacja finansowa jednostek samorządu terytorialnego, Departament Strategii i Analiz, PKO Bank Polski, Warszawa, wrzesień 2011.

Jednym z najważniejszych mierników sprawności władz samorządu terytorialnego jest poziom wydatków majątkowych, w tym głównie inwestycyjnych (ze względu na niewielkie różnice w wielkościach nakładów wydatki majątkowe i inwestycyjne traktowane są zamiennie) przeliczonych na jednego mieszkańca. Średnia jego wartość wyniosła w 2004 r. – 45,6 zł, a w 2011–171,6 zł, co oznacza prawie 4-krotny wzrost²⁸. Taka dynamika nakładów inwestycyjnych świadczy o aktywności samorządów województw w pozyskiwaniu środków pochodzących z budżetu Unii Europejskiej. Dzięki bezzwrotnym dotacjom unijnym możliwa stała się realizacja wielu inwestycji w takich obszarach, jak: infrastruktura transportowa, ochrona środowiska, ochrona zdrowia, edukacja i kultura, na które wcześniej brakowało pieniędzy w budżetach województw²⁹. Imponujący wzrost wydatków inwestycyjnych na mieszkańca w wydatkach ogółem w latach 2004–2011 zanotowano w województwach: zachodniopomorskim i łódzkim, co spowodowało, że region zachodniopomorski charakteryzował się w 2011 r. najwyższym udziałem wydatków inwestycyjnych w wydatkach ogółem na mieszkańca (50%). Najniższy poziom tego wskaźnika odnotowały województwa (tabela 3): mazowieckie (stanowił prawie 25%) i kujawsko-pomorskie (32%). Przyczyn takiego zróżnicowania należy poszukiwać w ogólnej aktywności poszczególnych województw w pozyskiwaniu środków zewnętrznych, poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego regionów i liczbie mieszkańców. Uwzględniając wielkość populacji, najbardziej ludne województwa odnotowały największe nakłady inwestycyjne ogółem.

Poza wydatkami majątkowymi województw rosły także wydatki bieżące. Jednak z uwagi na niższą dynamikę wydatków bieżących od majątkowych w analizowanym przedziale czasowym udział wydatków bieżących w wydatkach ogółem województw spadł o 10 punktów procentowych. W 2011 r. wydatki bieżące stanowiły średnio około 60% wydatków ogółem, podczas gdy w 2004 r. – 70%. W poszczególnych województwach proporcje te były zróżnicowane i wahały się od 48% w województwie małopolskim do 75% w województwie mazowieckim. Oprócz mazowieckiego, pozostałe województwa, w których wskaźnik ten przewyższał średnią krajową (por. tabela 3), to: kujawsko-pomorskie (68,3%), warmińsko-mazurskie (63,8%) i lubuskie (63,3%). Należy podkreślić, iż zbyt wysoki udział wydatków bieżących w wydatkach ogółem tych województw może mieć niekorzystny wpływ na ich dalszy rozwój gospodarczy i społeczny.

²⁸ Województwo śląskie było jedynym województwem, w którym zanotowano wzrost udziału wydatków bieżących w wydatkach ogółem w przeliczeniu na mieszkańca z 51% w 2004 r. do ponad 58% w 2011 r.

²⁹ *Efekty polityki spójności UE w Polsce*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2009; *Centralne finansowanie ochrony zdrowia i edukacji w Polsce. Analiza regionalna*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Warszawa 2008.

Tabela 3. Wydatki budżetów województw, w tym wydatki majątkowe i bieżące w zł na 1 mieszkańca w latach 2004–2011

Wyszczególnienie	Wydatki ogółem	Wydatki majątkowe	Wydatki bieżące	Wydatki ogółem	Wydatki majątkowe	Wydatki bieżące	Wydatki ogółem	Wydatki majątkowe	Wydatki bieżące
	2004			2011			Zmiana 2004–2011, w %		
Polska	153,6	45,6	108,0	424,0	171,6	252,4	276,1	376,3	235,6
dolnośląskie	143,9	31,4	112,5	520,1	218,2	301,9	361,4	694,9	268,4
kujawsko-pomorskie	138,2	39,0	106,8	369,4	117,1	252,3	267,3	300,3	236,2
lubelskie	153,2	41,5	111,7	412,9	173,4	239,5	269,5	417,8	214,4
lubuskie	191,2	60,9	130,3	490,8	180,2	310,6	256,7	295,9	238,4
łódzkie	101,1	21,1	80,0	377,6	163,0	214,6	373,5	772,5	268,3
małopolskie	130,1	48,4	81,7	420,0	218,7	201,3	322,8	451,9	246,4
mazowieckie	209,7	41,0	168,7	491,0	121,6	369,4	234,1	296,6	219,0
opolskie	149,7	38,9	110,8	477,7	196,8	280,9	319,1	505,9	253,5
podkarpackie	152,5	48,9	103,6	452,1	194,9	257,2	296,5	398,6	248,3
podlaskie	142,2	34,6	107,6	431,5	197,4	234,1	303,5	570,5	217,6
pomorskie	144,1	45,2	98,9	417,8	186,8	231,0	289,9	413,3	233,6
śląskie	167,5	81,9	85,6	314,8	130,1	184,7	187,9	158,9	215,8
świętokrzyskie	139,4	58,1	81,3	414,4	181,1	233,3	297,3	311,7	287,0
warmińsko-mazurskie	179,4	62,8	116,6	399,6	144,7	254,9	222,7	230,4	218,6
wielkopolskie	132,3	36,5	95,8	391,6	182,3	209,3	296,0	499,5	218,5
zachodniopomorskie	138,6	22,4	116,2	494,9	249,9	245,0	357,1	1115,6	210,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W strukturze wydatków bieżących największy udział miały wydatki związane z funkcjonowaniem samorządów województw i jednostek im podległych³⁰, obejmujące zakupy materiałów i usług, podróże służbowe (udział tych wydatków w porównaniu z 2004 r. wzrósł o 5 punktów procentowych), następnie dotacje przekazane innym samorządom (udział tej kategorii wydatków zmniejszył się o 3,9 punktu procentowe-

³⁰ J. Bober, J. Hausner, H. Izdebski, W. Lachiewicz, S. Mazur, A. Nelicki, B. Nowatorski, W. Puzyna, K. Surówka, I. Zachariasz, M. Zawicki, *Narastające dysfunkcje, zasadnicze dylematy, konieczne działania. Raport o stanie samorządności terytorialnej w Polsce*, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej, Kraków 2013.

go)³¹ oraz wynagrodzenia wraz pochodnymi (ta kategoria wydatków zwiększyła się w porównaniu z 2004 r. o 2,7 punktu procentowego). Jak wynika z tabeli 4 wydatki związane z obsługą długu publicznego dotąd nie stanowiły dużych obciążeń budżetowych, mimo że ich udział w wydatkach ogółem w porównaniu z 2004 r. zwiększył się prawie dwukrotnie: z 0,5 do 0,9%³².

Tabela 4. Udział poszczególnych kategorii wydatków bieżących w ogólnej kwocie wydatków budżetowych województw w latach 2004–2011, w %

Wyszczególnienie	Lata	Wydatki bieżące ogółem	Udział poszczególnych kategorii wydatków w wydatkach bieżących ogółem			
			Wynagrodzenia i pochodne	Dotacje	Obsługa długu	Pozostałe
Samorządy województw	2004	70,3	12,7	35,8	0,5	18,5
	2010	59,5	14,0	22,9	0,9	23,2

Źródło: *Sprawozdanie z działalności Regionalnych Izb Obrachunkowych i wykonania budżetu przez jednostki samorządu terytorialnego w 2011 roku*, Krajowa Rada Regionalnych Izb Obrachunkowych, Warszawa 2012, s. 164.

Wydatki na wynagrodzenia i pochodne w 2011 r. stanowiły w wydatkach bieżących istotną część. W przeliczeniu na mieszkańca najwyższe wydatki w tej kategorii (znacznie wyższe od średniej krajowej) wykazały najmniejsze województwa (lubuskie i opolskie), następnie województwa: kujawsko-pomorskie, warmińsko-mazurskie i świętokrzyskie. Niższe wartości tego wskaźnika od średniej krajowej odnotowano w pięciu dużych województwach: śląskim, wielkopolskim, pomorskim, małopolskim i łódzkim. W porównaniu z rokiem 2008 najwyższe tempo wzrostu wydatków na wynagrodzenia zanotowano w województwie kujawsko-pomorskim i świętokrzyskim³³ (tabela 5). Budzi to niepokój, gdyż prowadzi do zbiurokratyzowania

³¹ Związane to było z przepisami ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. Przepisy wprowadzające ustawę o finansach publicznych (Dz.U. nr 157, poz. 1241 z późn. zm.), stanowiącymi o konieczności likwidacji do końca 2010 r. gospodarstw pomocniczych i zakładów budżetowych prowadzących działalność nieprzewidzianą w art. 14 uofp. Zakłady budżetowe mogły zostać również przekształcone w jednostki budżetowe, które finansowane były bezpośrednio z budżetu samorządu; *Sprawozdanie z działalności Regionalnych Izb Obrachunkowych i wykonania budżetu przez jednostki samorządu terytorialnego w 2011 roku*, Krajowa Rada Regionalnych Izb Obrachunkowych, Warszawa 2012, s. 154.

³² *Sprawozdanie z działalności...*, op.cit., s. 164.

³³ Województwo świętokrzyskie odnotowuje regularny spadek wśród najbardziej oszczędnych województw. Biorąc pod uwagę wydatki na administrację, województwo w 2012 r. plasowało się na przedostatnim miejscu w kraju, przed lubuskim. Najlepiej w rankingu wypadły województwa: wielkopolskie, śląskie i małopolskie. A. Kosiek, *Rozrzutny jak marszałek*, „Gazeta Wyborcza”, 26.07.2013.

działań samorządów. Zgodnie z prawem Parkinsona³⁴ rozbudowana administracja wpływa na wzrost liczby procedur, formularzy, pozwoleń i kontroli, co może sprzyjać korupcji i dodatkowo hamować rozwój.

Tabela 5. Wydatki na wynagrodzenie na mieszkańca wg województw w latach 2008–2011

Wyszczególnienie	2008		2011		Zmiana 2008–2011
	zł	%	zł	%	%
Polska	37,0	100	53,6	100	144,9
dolnośląskie	37,7	101,9	59,6	111,2	158,1
kujawsko-pomorskie	41,1	111,1	66,6	124,3	162,0
lubuskie	46,7	126,2	71,3	133,0	152,7
lubelskie	40,0	108,1	59,1	110,3	147,8
łódzkie	32,6	88,1	51,5	96,1	158,0
małopolskie	29,5	79,7	45,7	85,3	154,9
mazowieckie	43,7	118,1	54,7	102,1	125,2
opolskie	47,6	128,6	69,6	129,9	146,2
podkarpackie	41,1	111,1	57,7	107,6	140,4
podlaskie	38,4	103,8	60,5	112,9	157,6
pomorskie	36,0	97,3	48,5	90,5	134,7
śląskie	28,1	76,0	41,5	77,4	147,7
świętokrzyskie	38,3	103,5	60,9	113,6	159,0
warmińsko-mazurskie	44,6	120,5	60,9	113,6	136,5
wielkopolskie	30,3	82,4	42,6	79,5	140,6
zachodniopomorskie	41,1	111,1	56,1	104,7	136,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

4. Zadłużenie samorządów województw

Dostęp Polski do funduszy europejskich przyczynił się do zwiększonej aktywności inwestycyjnej samorządów terytorialnych wszystkich szczebli. Wymóg zapewnienia

³⁴ C.N. Parkinson, *Prawo Parkinsona po dziesięciu latach*, tłum. J. Kydryński, Książka i Wiedza, Warszawa 1973.

udziału własnego dla projektów unijnych³⁵, przy jednoczesnym spadku dochodów do budżetów województw, skutkowało koniecznością zaciągania przez te jednostki kredytów i pożyczek, a także emitowania obligacji komunalnych³⁶. Niższa dynamika dochodów przy jednocześnie wysokich wydatkach spowodowała wzrost przeciętnej relacji wliczanych do długu publicznego zobowiązań wszystkich województw. Obciążając kolejne swoje budżety koniecznością spłat zaciągniętego zobowiązania i kosztami jego obsługi, województwa podobnie i samorządy innych szczebli nie mogą przekroczyć określonych ustawowo poziomów³⁷.

Zestawione w tabeli 6 wskaźniki zadłużenia wskazują, że w latach 2006–2011 wszystkie województwa odnotowały wzrost zadłużenia z przedziału 16–29% w 2006 r. do 27–46% w roku 2011. Na koniec 2011 r. zadłużenie samorządów wojewódzkich było jeszcze stosunkowo dalekie od ustawowego pułapu zadłużenia. Przeciętna relacja wliczanych do długu publicznego zobowiązań tych jednostek do osiągniętych przez nie dochodów najbardziej wzrosła w województwie dolnośląskim, mazowieckim i pomorskim. W najniższym stopniu wzrosło zadłużenie regionu podlaskiego, następnie śląskiego, podkarpackiego i warmińsko-mazurskiego. Do najbardziej zadłu-

³⁵ Pozyskiwanie dotacji unijnej obwarowane jest potrzebą zapewnienia odpowiednich środków publicznych na przygotowanie i sfinansowanie kosztów całości lub części kosztów inwestycji. Zazwyczaj refundacja części wcześniej poniesionych wydatków następuje po ok. 2–3 miesiącach od zakończenia inwestycji lub jej etapu. Zatem nie chodzi tylko o wniesienie tzw. własnego wkładu finansowego na poziomie co najmniej 15% łącznych kosztów kwalifikowanych, ale także o zapewnienie środków na czasowe sfinansowanie wkładu Unii; S. Pastuszka, *Czynniki absorpcji funduszy unijnych według oceny jednostek samorządu terytorialnego województwa opolskiego i świętokrzyskiego*, „Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów SGH”, ZN 124, Warszawa 2013, s. 169–188.

³⁶ A. Borodo, *Samorząd terytorialny. System prawnofinansowy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 218–222.

³⁷ Prawną granicą dla wielkości długu publicznego jest wyznaczony w Ustawie z dnia 30 czerwca 2005 r. o finansach publicznych limit zadłużenia, który na koniec poszczególnych kwartałów i na koniec roku nie może przekroczyć 60% w relacji do dochodów. Koszt spłaty zadłużenia (spłata rat kredytów i pożyczek oraz kwot wynikających z udzielonych przez samorządy terytorialne poręczeń i gwarancji wraz z należnymi w danym roku odsetkami, a także przypadający w danym roku budżetowym wykup papierów wartościowych emitowanych przez samorząd terytorialny) musi być niższy niż 15% planowanych dochodów na dany rok budżetowy. Ograniczenie to nie obejmuje wyemitowanych papierów wartościowych oraz kredytów i pożyczek zaciągniętych w związku z realizacją zadań finansowanych przy udziale środków z budżetu UE, środków uzyskiwanych od państw członkowskich EFTA i innych środków zagranicznych. Limit zadłużenia wynikający z zapisów Ustawy o finansach publicznych z 2005 r. będzie miał zastosowanie do końca 2013 r., po tym terminie wejdzie w życie art. 243 obowiązującej Ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, nakładający na samorządy obowiązek obliczenia indywidualnego limitu zadłużenia. Trzyletni okres karencji dał możliwość samorządom dostosowania swoich budżetów do nowej metodologii obliczania zadłużenia. Art. 169 i 170 Ustawy z dnia 30 czerwca 2005 r. o finansach publicznych (Dz.U. nr 249, poz. 2104 z późn. zm.); art. 242–243 Ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz.U. nr 157, poz. 1240 z późn. zm.).

zonych należały województwo dolnośląskie (46,1%) i kujawsko-pomorskie (44,3%). W najniższym stopniu zadłużone było województwo śląskie (27,4%). Niski wskaźnik zadłużenia utrzymywały także województwa Polski Wschodniej (podlaskie 30,4%, podkarpackie 30,9%, świętokrzyskie 33,3%, warmińsko-mazurskie 35% i lubelskie 35,1%). W strukturze zobowiązań województw dominowały kredyty i pożyczki, tylko w latach 2004–2009 stanowiły one średnio 85% zobowiązań ogółem³⁸.

Tabela 6. Relacja zobowiązań województw wliczanych do długu publicznego do ich dochodów budżetowych w latach 2006–2011, w %

Wyszczególnienie	2006	2008	2011	Zmiana 2006–2011, w punktach procentowych
dolnośląskie	23,4	25,1	46,1	22,7
kujawsko-pomorskie	26,8	26,6	44,3	17,5
lubelskie	18,0	18,6	35,1	17,1
lubuskie	20,6	21,4	42,3	21,7
łódzkie	22,9	21,1	38,4	15,5
małopolskie	29,1	29,5	41,2	12,1
mazowieckie	21,2	21,9	43,4	22,2
opolskie	16,5	16,2	32,2	15,7
podkarpackie	19,4	15,3	30,8	11,4
podlaskie	19,9	14,0	30,4	10,5
pomorskie	20,2	17,8	42,2	22,0
śląskie	16,1	16,0	27,4	11,3
świętokrzyskie	16,5	12,6	33,3	16,8
warmińsko-mazurskie	23,4	18,9	35,0	11,6
wielkopolskie	21,8	17,6	38,4	16,6
zachodniopomorskie	21,9	17,5	42,4	20,5

Źródło: jak pod tab. 4, s. 150.

Rosnące koszty obsługi długu przy niskich dochodach nieuchronnie prowadzą do pogorszenia nadwyżki operacyjnej samorządów³⁹. Dodatni wynik bieżący (nadwyżka operacyjna), będący różnicą między dochodami bieżącymi a wydatkami

³⁸ H. Łapińska, *Kondycja finansowa jednostek samorządu terytorialnego w latach 2004–2009*, Zeszyty Naukowe, PTE, nr 10, Kraków 2011, s. 314–315.

³⁹ P. Swianiewicz, *Ranking, Kondycja finansowa samorządów – nadwyżka operacyjna w 2007 r.*, „Wspólnota” 2009, nr 9.

bieżącymi budżetu jednostki samorządu terytorialnego, wskazuje, czy jednostka ta jest w stanie pokryć wydatki bieżące dochodami bieżącymi. Im wyższa jest wartość nadwyżki operacyjnej, tym większe są możliwości realizacji przez samorządy przedsięwzięć inwestycyjnych, zarówno bezpośrednio, dzięki przeznaczeniu kwoty nadwyżki operacyjnej na inwestycje, jak i pośrednio, w drodze wcześniejszej spłaty zaciągniętych zobowiązań dłużnych na cele inwestycyjne⁴⁰.

Tabela 7. Nadwyżka operacyjna / deficyt operacyjny województw w zł na mieszkańca w latach 2008–2011

Wyszczególnienie	2008	2009	2010	2011	Zmiana 2008–2011, w %
Polska	73,4	49,9	34,1	39,2	–46,6
dolnośląskie	86,8	36,9	8,6	39,1	–54,9
kujawsko-pomorskie	58,1	59,7	24,4	34,5	–32,7
lubelskie	78,6	55,4	47,9	41,9	–46,7
lubuskie	62,6	51,3	38,6	35,5	–46,7
łódzkie	55,4	51	47,2	25,3	–54,3
małopolskie	77,7	38,7	10,5	37,4	–52,9
mazowieckie	101,6	47,1	13	24,9	–75,5
opolskie	43,8	31,5	8,7	4,7	–89,3
podkarpackie	79,8	65,7	53,3	60,8	–23,8
podlaskie	85,2	95,6	72,6	52	–39,0
pomorskie	75,1	34	32,1	50,9	–32,2
śląskie	51	25,8	44,4	53,9	5,7
świętokrzyskie	139,1	110,4	43,7	52,7	–62,1
warmińsko-mazurskie	71,6	36,6	60,6	33,6	–53,1
wielkopolskie	46,3	66,4	42,7	39,4	–15,9
zachodniopomorskie	68	59,8	39,7	36,5	–46,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Jak wynika z danych GUS (tabela 7), w latach 2008–2011 pogorszeniu uległy wyniki operacyjne wszystkich województw⁴¹. W badanym przedziale czasowym

⁴⁰ M. Korolewska, K. Marchewka-Bartkowiak, *Zadłużenie samorządów terytorialnych w Polsce*, Studia BAS, Nr 4 (28) 2011, s. 99–128.

⁴¹ W 2010 r. obsługa zadłużenia wszystkich jednostek samorządu terytorialnego stanowiła 67% nadwyżki operacyjnej, podczas gdy w 2008 r. było to tylko 37%; *Perspektywy dla jednostek samorządu terytorialnego w Polsce w 2012 roku*, FitchRatings, grudzień 2011.

najbardziej „skurczyła się” nadwyżka operacyjna województwa opolskiego (o 89,3%), następnie mazowieckiego (o 75,5%) i świętokrzyskiego (o 62,1%). Niewielkie spadki odnotowały województwa: śląskie (o 5,7%) i wielkopolskie (o 15,9%). W 2011 r. wielkość tego wskaźnika w przeliczeniu na mieszkańca była najwyższa w regionie podkarpackim, śląskim i świętokrzyskim, a najniższa – w opolskim, następnie mazowieckim i łódzkim. Pogorszenie wyników finansowych województw nastąpiło na skutek spadku wpływów z podatku od osób prawnych, spowodowanego spowolnieniem gospodarczym, na skutek rosnących kosztów obsługi długu i rosnących wydatków na bieżące funkcjonowanie. Sytuację finansową województw pogarszają zwłaszcza rosnące długi wielu szpitali wojewódzkich i brak oznak kompleksowych rozwiązań w tym zakresie.

5. Podsumowanie

W przeprowadzonej analizie wykazano, że dochody ogółem województw w latach 2004–2011 podwoiły się, co paradoksalnie nie oznacza trwałej poprawy sytuacji finansowej województw w tym czasie. Wzrost dochodów ogółem był bowiem spowodowany przede wszystkim zwiększonymi transferami z budżetu państwa (głównie dotacji rozwojowych), których wykorzystanie wiązało się z finansowaniem inwestycji unijnych. Wysokie wpływy z dotacji rozwojowych, związane z intensywnym korzystaniem z funduszy unijnych, mają chwilowy a nie trwały wpływ na wielkość dochodów wszystkich samorządów, w tym na szczeblu województwa. Dochody własne stały się mniej znaczącym elementem budżetów województw, ponieważ ich udział w dochodach ogółem w analizowanym okresie spadł o prawie 19 punktów procentowych. W rezultacie około 60% dochodów ogółem województw w 2011 r. dystrybuowano za pośrednictwem środków pochodzących z budżetu państwa, podczas gdy w 2004 r. – 41,1%. Takie zmiany w strukturze dochodów ogółem województw należy ocenić negatywnie, ponieważ ograniczają one samodzielność finansową województw z powodu nadmiernego uzależnienia od transferów rządowych.

Kluczową rolę w dochodach własnych samorządów odgrywają wpływy z podatków CIT i PIT, na których wysokość samorządy województw w krótkim okresie mają dość ograniczony wpływ. Dlatego niepokojący jest fakt spadku w analizowanym okresie wpływów z tych źródeł o 14 punktów procentowych. Na powyższą sytuację miały wpływ przede wszystkim zmiany w systemie podatkowym (np. ulgi podatkowe i zwolnienia w podatku CIT i PIT), spowolnienie gospodarcze w Polsce oraz międzywojewódzkie migracje ludności na pobyt stały.

Pozytywnym zjawiskiem jest blisko 4-krotny wzrost wydatków majątkowych (głównie inwestycyjnych) na mieszkańca. Imponujący wzrost tego wskaźnika związany jest z absorpcją funduszy unijnych na finansowanie inwestycji, które powinny warunkować rozwój społeczno-gospodarczy regionów. Podobna sytuacja może mieć miejsce w nowym okresie programowania w Unii Europejskiej 2014–2020.

W 2011 r. nadal znaczny udział (60%) w wydatkach ogółem województw miały wydatki bieżące. Największe z nich przeznaczone były na utrzymanie administracji samorządowej, w tym na zakup materiałów i usług, podróże służbowe, płace wraz z pochodnymi. Wysoki udział w wydatkach bieżących miały także dotacje podmiotowe i przedmiotowe na finansowanie zadań z zakresu regionalnych (kolejowych i autobusowych) przewozów pasażerskich, ochrony zdrowia, kultury i dziedzictwa narodowego.

Korzystanie z kredytów w realizacji zadań inwestycyjnych, choć doprowadziło do wyraźnego wzrostu poziomu zadłużenia województw, to jednak w 2011 r. nie stanowiło zagrożenia dla ich stabilności finansowej. Niewątpliwie sytuację finansową wielu województw pogorszyłaby konieczność przejmowania zobowiązań szpitali wojewódzkich. Samo zadłużenie województw nie byłoby problemem, gdyby nie spadek ich nadwyżki operacyjnej spowodowany z jednej strony niższymi dochodami, a z drugiej strony – rosnącymi kosztami usług, przekazywaniem samorządom kolejnych zadań bez zapewnienia źródeł ich finansowania oraz rosnącymi kosztami obsługi zadłużenia. Utrzymanie tendencji spadku nadwyżki operacyjnej wpłynie na ograniczenie aktywności województw w zakresie pozyskiwania unijnych dotacji na sfinansowanie kolejnych inwestycji w latach 2015–2020.

Podsumowując, za pozytywne zjawiska należy uznać: wysoki wzrost dochodów, wysoki poziom inwestycji, utrzymywanie stosunkowo wysokiej nadwyżki budżetowej województw mimo wysokich wydatków prorozwojowych. Troską powinny napawać nie w pełni uzasadnione wzrosty wydatków bieżących, zwłaszcza na wynagrodzenie pracowników administracji oraz pokrywanie skutków nieracjonalnego zarządzania w różnych obszarach aktywności samorządów.

Bardzo ważnym problemem jest charakter realizowanych inwestycji. Generalnie ich skutkiem powinien być wzrost dochodów budżetowych w przyszłości poprzez rozwój gospodarczy województw, tworzenie nowych przedsiębiorstw i nowych miejsc pracy, wzrost konkurencyjności istniejących przedsiębiorstw oraz wzrost dochodów osobistych mieszkańców. Nieracjonalne inwestycje finansowane z dotacji unijnych zamiast przynieść w przyszłości dodatkowe dochody, mogą generować nowe obciążenia dla budżetów województw, czyli pogarszać, a nie poprawiać, ich kondycję finansową.

Bibliografia

1. Bober J., Hausner J., Izdebski H., Lachiewicz W., Mazur S., Nelicki A. Nowatorski B., Puzyna W., Surówka K., Zachariasz I., Zawicki M., *Narastające dysfunkcje, zasadnicze dylematy, konieczne działania. Raport o stanie samorządności terytorialnej w Polsce*, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej, Kraków 2013.
2. Borodo A., *Samorząd terytorialny. System prawnofinansowy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
3. *Centralne finansowanie ochrony zdrowia i edukacji w Polsce. Analiza regionalna*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Warszawa 2008.
4. Chojna-Duch E., *Polskie prawo finansowe. Finanse publiczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
5. *Działalność inwestycyjna jednostek samorządu terytorialnego w latach 1999–2004*, analiza przyjęta Uchwałą Nr 2/2005 Krajowej Rady Regionalnych Izb Obrachunkowych z dnia 6 czerwca 2005 r.
6. *Efekty polityki spójności UE w Polsce*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2009.
7. *Gospodarka finansowa jednostek samorządu terytorialnego w warunkach decentralizacji zarządzania sektorem publicznym*, red. H. Sochacka-Krysiak, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2008.
8. Guziejewska B., *Podstawowe założenia subwencji ogólnej dla jednostek samorządu terytorialnego w Polsce na tle konstrukcji teoretycznych*, „Samorząd Terytorialny”, nr 11/2004.
9. Jędrzejewski L., *Gospodarka finansowa samorządu terytorialnego w Polsce. Wybrane zagadnienia*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz–Gdańsk 2007.
10. Kalina-Prasznica U., *Encyklopedia prawa*, C.H. Beck, Warszawa 2000.
11. Klepacki B., Kusto B., *Ocena kondycji finansowej gmin województwa świętokrzyskiego, Ekonomia i organizacja gospodarki żywnościowej*, „Zeszyty Naukowe SGGW”, nr 77 (2009).
12. Kołaczkowski B., Ratajczak M., *Gospodarka finansowa samorządu terytorialnego w Polsce*, Wolters Kluwer, Warszawa 2010.
13. Korolewska M., Marchewka-Bartkowiak K., *Zadłużenie samorządów terytorialnych w Polsce*, Studia BAS, nr 4 (28) 2011.
14. Kosiek A., *Rozrzutny jak marszałek*, „Gazeta Wyborcza”, 26.07.2013.
15. Łapińska H., *Kondycja finansowa jednostek samorządu terytorialnego w latach 2004–2009*, Zeszyty Naukowe, nr 10, PTE, Kraków 2011.

16. Malinowska-Misiąg E., Misiąg W., *Finanse publiczne w Polsce*, wyd. II, LexisNexis, Warszawa 2007.
17. Misterek W., *Zewnętrzne źródła finansowania działalności inwestycyjnej jednostek samorządu terytorialnego*, Difin, Warszawa 2008.
18. Nargiełło J., *Zdolność kredytowa jako element potencjału finansowego jednostek samorządu terytorialnego*, „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 3 (25)/2006.
19. *Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007–2013 wspierające wzrost gospodarczy i zatrudnienie. Narodowa Strategia Spójności*, dokument zaakceptowany decyzją Komisji Europejskiej zatwierdzającą pewne elementy Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa, maj 2007.
20. Ofiarski Z., *Subwencje i dotacje jednostek samorządu terytorialnego*, Difin, Warszawa 2002.
21. Owsiak S., *Finanse publiczne. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
22. Parkinson C.N., *Prawo Parkinsona po dziesięciu latach*, tłum. J. Kydryński, Książka i Wiedza, Warszawa 1973.
23. Pastuszka S., *Czynniki absorpcji funduszy unijnych według oceny jednostek samorządu terytorialnego województwa opolskiego i świętokrzyskiego*, „Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów SGH”, ZN 124, Warszawa 2013.
24. Pastuszka S., *Znaczenie subwencji i dotacji dla województwa świętokrzyskiego w latach 2008–2010*, „Samorząd terytorialny”, nr 9/2010.
25. *Perspektywy dla jednostek samorządu terytorialnego w Polsce w 2012 roku*, FitchRatings, Grudzień 2011.
26. *Raport roczny 2011. Sytuacja finansowa jednostek samorządu terytorialnego*, Departament Strategii i Analiz, PKO Bank Polski, Warszawa, wrzesień 2011.
27. *Samorząd terytorialny w procesie rozwoju regionalnego i lokalnego*, red. W. Kosiedowski, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń 2005.
28. *Sprawozdanie z działalności Regionalnych Izb Obrachunkowych i wykonania budżetu przez jednostki samorządu terytorialnego w 2011 roku*, Krajowa Rada Regionalnych Izb Obrachunkowych, Warszawa 2012.
29. Swianiewicz P., *Nadwyżka operacyjna*, „Wspólnota” 2008, nr 9/859.
30. Swianiewicz P., *Ranking. Kondycja finansowa samorządów – nadwyżka operacyjna w 2007 r.*, „Wspólnota”, nr 9, 2009.
31. Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych, Dz.U. z 2010 r. nr 51, poz. 307 z późn. zm.
32. Ustawa z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych, Dz.U. nr 54, poz. 654 z późn. zm.
33. Ustawa z dnia 2 kwietnia 1997 r. Konstytucja Rzeczypospolitej, Dz.U. nr 78, poz. 483.

34. Ustawa z dnia 13 listopada 2003 r. o dochodach jednostek samorządu terytorialnego, Dz.U. nr 203, poz. 1966 z późn. zm.
35. Ustawa dnia 30 czerwca 2005 r. o finansach publicznych, Dz.U. nr 249, poz. 2104 z późn. zm.
36. Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, Dz.U. nr 157, poz. 1240 z późn. zm.
37. *Wskaźniki do oceny sytuacji finansowej jednostek samorządu terytorialnego w latach 2009–2011*, Ministerstwo Finansów, Warszawa 2012.

Jan Komorowski

Kolegium Zarządzania i Finansów

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Lista filadelfijska a efektywność nakładów na naukę w Polsce

1. Wprowadzenie

Celem artykułu jest próba oceny wpływu tzw. listy filadelfijskiej na rozwój polskiej nauki. Autor stawia pytania mające na celu wyjaśnienie różnorodnych następstw publikowania artykułów naukowych w czasopismach z listy filadelfijskiej. Kluczową kwestią jest efektywność nakładów na naukę mierzona skalą wpływu na rozwój społeczno-gospodarczy kraju. W świetle mechanizmu wydawania środków publicznych i funduszy unijnych przeznaczonych na naukę można dostrzec poważne niebezpieczeństwo drenażu i marnotrawstwa środków publicznych oraz utraty potencjalnych korzyści dla kraju. Autor formułuje postulaty racjonalizacji wydatków na naukę.

2. Czy promocja listy filadelfijskiej jest dźwignią polskiej nauki?

Do dyskusji nad rozwojem polskiej nauki zachęca seria artykułów, które ukazały się w lipcu br. na łamach „Polityki”. Poruszane tam kwestie, bezpośrednio dotyczące publikowania artykułów naukowych w czasopismach z listy filadelfijskiej, niepotrzebnie dzielą środowisko naukowe, prowadzą do swojego rodzaju selekcji pracowników naukowych na tych, którzy potrafią lub nie potrafią, albo mogą lub nie mogą włączyć się do światowego obiegu. Jednakże uznanie listy filadelfijskiej za podstawę oceny dorobku naukowego z punktu widzenia kariery pracowników

naukowych dotyka tylko powierzchni problemu zarządzania polską nauką. Chodzi bowiem o efektywność nauki, w tym także o racjonalność systemu reglamentacji środków przeznaczonych na jej finansowanie.

Trzeba zdawać sobie sprawę z tego, iż kwestia oceny efektywności nauki ma fundamentalne znaczenie z punktu widzenia celowości ponoszonych nakładów, zaś w dłuższej perspektywie – dla przyszłości polskiej nauki i kierunków jej dalszego rozwoju. Można przypuszczać, że brak wyraźnej zależności między nakładami a efektami doprowadzi wcześniej lub później, pod presją oszczędności budżetowych oraz konkurencji różnych potrzeb, do redukcji wydatków na naukę. Nie ma bowiem uzasadnienia finansowanie nakładów na naukę, jeżeli uzyskane efekty nie służą rozwojowi kraju i stanowią ciężar dla społeczeństwa.

Są państwa, które umieją zorganizować wykorzystanie potencjału naukowego, oraz państwa, które zupełnie się o to nie troszczą. W gospodarce opartej na wiedzy, której podstawą jest kapitał intelektualny, obecność nakładów na naukę winna opierać się na racjonalnych przesłankach. Dopiero wówczas, gdy uzyskane wymierne efekty będą wyższe od alternatywnych kierunków inwestycji, będzie można zabiegać o powiększanie nakładów na naukę.

Polska należy do tych krajów, które mają duże zasoby kapitału intelektualnego jako pracowników nauki. Nie będę przekonywać o tym, co niezależnie od rozmaitych rankingów winno być dla krajowego środowiska naukowego oczywiste. Gdyby ktoś miał wątpliwości, dodam jedynie, że miałem przyjemność zapoznać się z potencjałem naukowym wiodących uczelni ekonomicznych w kilkunastu krajach, w tym w USA, Japonii, Niemczech, W. Brytanii, Francji. Biorąc pod uwagę liczbę samodzielnych pracowników w dziedzinie nauk ekonomicznych oraz wymagania jakościowe stawiane w związku z ubieganiem się o stopnie naukowe doktora i doktora habilitowanego, polskie czołowe uniwersytety i uczelnie ekonomiczne w kategorii potencjału naukowego należą do najsilniejszych na świecie, zaś nasz kraj jest światową potęgą. Są to wnioski niebudzące najmniejszych wątpliwości, nawet za granicą.

Fakt, iż potencjał naukowy nie przekłada się ani na poziom rozwoju gospodarczego, ani na międzynarodowe rankingi wyższych uczelni, źle świadczy o polityce i sprawności zarządzania nauką, zwłaszcza zaś o umiejętnościach wykorzystania wiedzy naukowej w gospodarce, co więcej sygnalizuje marnotrawstwo kapitału intelektualnego na niespotykaną w świecie skalę. Dlatego właściwy, oryginalny i autonomiczny system wykorzystania potencjału naukowego na potrzeby państwa i rozwoju gospodarczego kraju powiązany z systemem oceny efektywności pracy naukowej leży w dobrze pojętym interesie „świata nauki” w Polsce.

Brak kompleksowego programu wykorzystania nauki i oceny dorobku naukowego z punktu widzenia interesów kraju rodzi chaos i wyłącza środowisko nauki z udziału

w procesie rozwoju gospodarczego. W warunkach dużej swobody działania wyższe uczelnie realizują własne cele, tworzą nowe jednostki naukowo-badawcze, zabiegają o wysokie rankingi, promują swój wizerunek, rywalizują o środki na badania i inwestycje itd. Gdy działania te nie są bezpośrednio nastawione na generowanie dodatkowej wartości, wówczas powiększają obciążenie dla gospodarki.

Wiele wątpliwości budzi obecnie wdrażany system oceny pracy naukowej stawiający na piedestale listę filadelfijską i naukowców publikujących w jej czasopismach. Od ludzi nauki oczekuje się przede wszystkim kształcenia kolejnych pokoleń na poziomie wyższym. Dodatkowa, pozadydaktyczna, aktywność naukowo-badawcza jest, niestety, domeną indywidualnych zainteresowań i aspiracji uczonych.

W istocie rzeczy promotorzy tego systemu wychodzą z założenia, podzielanego dość powszechnie także w środowisku naukowców, że każde państwo winno nieodpłatnie fundować wykształcenie społeczeństwu, a zarazem bezzwrotnie finansować naukę. W takim myśleniu nauka jest zajęciem dla dżentelmenów, którzy „lubią się dzielić swoimi osiągnięciami z innymi dżentelmenami”. Wyrazem efektywności ich pracy ma być liczba publikacji w zagranicznych czasopismach z listy filadelfijskiej, zaś miarą efektywności systemu – stosunek liczby publikacji do poniesionych nakładów na naukę.

Nie trudno zauważyć, że system ten nie rozwiązuje kwestii efektywności nauki w sposób zadowalający. Pytanie o to, czy jest to rozwiązanie racjonalne ze społeczno-gospodarczego punktu widzenia, ma charakter retoryczny. W takim systemie nie ma żadnej zależności między nakładami na naukę a zwrotem z poniesionych nakładów dla państwa. Powyższe stanowisko byłoby może do zaakceptowania w czasach dawno minionych, gdy nauka pełniła funkcję „kwiatka do kożucha”, lecz nie jest do zaakceptowania współcześnie, w epoce gospodarki opartej na wiedzy, gdy nauka jako kluczowa gałąź gospodarki winna ściśle wiązać się z potrzebami praktyki, pełnić funkcję dźwigni rozwoju, odpowiadać na społeczno-gospodarcze potrzeby kraju.

Brak systemu zarządzania nauką oraz mechanizmu generowania tematów badań, a także słaba współpraca nauki z gospodarką powoduje, że uczelnie hołubią tych, którzy publikują za granicą i podnoszą ich prestiż. Dlatego uczelnie zapewniają im duże środki na badania, finansują zagraniczne wyjazdy, fundują pieniężne nagrody oraz pokrywają koszty publikacji w zagranicznych zeszytach naukowych mających przywilej zaliczenia do listy filadelfijskiej. Silne motywacje powodują, że pracownicy nauki próbują pokazać swoje osiągnięcia, zdobyć międzynarodowy rozgłos. Czy zaistnienie na forum międzynarodowym przez chwilę stanowi prawidłowe podejście do kształtowania kariery naukowca?

Podzielam wątpliwości dotyczące poziomu artykułów publikowanych w czasopismach z listy filadelfijskiej. W istocie nie różnią się one od innych, publikowanych

w uznanych wydawnictwach naukowych, w tym w wielu krajowych, które na liście się nie znajdują. Co więcej, osoby, które potrafią wykazać się największą liczbą publikacji zagranicznych, na ogół nie są autorytetami naukowymi, a nawet często nie są znane w krajowym środowisku naukowym. Ich zagraniczny dorobek, jako następstwo stażów naukowych i kontynuacji współpracy w uczelniach zagranicznych, bywa oderwany od krajowego kontekstu.

Wynikają stąd poważne wątpliwości, czy promowany system oceny dorobku na podstawie liczby artykułów z listy filadelfijskiej jest słuszny, gdyż niewielkie efekty generują relatywnie wysokie koszty. Aby zatem ocenić, czy jest to droga właściwa, warto policzyć ponoszone koszty jednostkowe i łączne oraz oszacować, jakie korzyści oraz komu daje publikacja na liście filadelfijskiej, zwłaszcza zaś jakie korzyści ostatecznie osiąga państwo, które finansuje naukę ze źródeł budżetowych. W ten sposób odpowiedzieć można na pytanie, do czego i komu potrzebna jest lista filadelfijska, jako instrument oceny efektywności nakładów na naukę, i czy opłaca się państwu. Bo jeżeli jest potrzebna – to OK. Natomiast jeżeli służy transferowi środków publicznych za granicę, a zarazem pomniejsza nakłady na rozwój kraju – to po co ją promować?

3. Finansowanie nauki w interesie globalnych korporacji

Przyjmuje się, że gospodarowanie wiedzą funkcjonuje z grubsza na zasadach rynkowych. Wiedza jest zasobem, a jej produkty przedmiotem obrotu towarowego. Porównanie to nie do końca jest zasadne, wręcz niemożliwe do zaakceptowania, gdyż kapitał intelektualny przejawia się w ludzkiej aktywności i ma charakter społeczny, zaś rozwój naukowy stanowi podstawę rozwoju społeczno-gospodarczego kraju, poprzez system naczyń połączonych kształtuje jego tożsamość kulturową, wpływa na rozwój cywilizacyjny. Można zatem przyjąć, że ekonomizacja, czyli sprowadzenie nauki do sfery obrotu towarowego, jest wulgaryzacją społecznej funkcji nauki. Stąd państwo ma szczególny obowiązek ochraniać i rozwijać sferę nauki jako kluczowy obszar umacniania własnej suwerenności i zdolności przetrwania. Z powyższych względów w odniesieniu do nauki nie da się zaakceptować następującego stanowiska: „skoro nie potrafimy efektywnie uprawiać nauki, podobnie jak budować statków, produkować samolotów i innych dóbr, róbmy to, co potrafimy robić lepiej”, bowiem „robić lepiej” to znaczy z udziałem nauki.

Rzecz w tym, że lista filadelfijska jest ogniwem mechanizmu obrotu wiedzą naukową w skali globalnej, więc nie sposób go zignorować. Interesujące jest to, że jego entuzjaści nie dostrzegają właściwości i skutków tego mechanizmu. Przede

wszystkim określone efekty dorobku naukowego, wypracowane w konkretnym kraju za publiczne pieniądze, w istocie stają się przedmiotem operacji w rękach prywatnych animatorów globalnego rynku. Korzystanie z tego mechanizmu uwiarygodnia komercyjne rankingi komercyjnych uczelni zajmujących w tym systemie centralne miejsce oraz kreuje promowanych przez system naukowców na „guru nauki”.

Poprzez promocję wydawnictw, statystyki cytatów i różnorodne klasyfikacje mechanizm ten napędza się, tworząc swojego rodzaju „efekt piramidy”. *Outsiderzy*, choćby byli najlepsi, w tym systemie nie mają żadnych szans. Na przykład w dyscyplinach ekonomicznych ukształtowała się praktyka cytowania tzw. klasyków, wskutek czego powtarzają się nazwiska, zaś pewne cytaty są w ciągłym obiegu, przez co artykuły naukowe stają się coraz mniej oryginalne. Wiadomo, że np. w pracy z marketingu, chcąc nie chcąc, należy zacytować P. Kotlera. W cytatomanii chodzi o jednak o to, aby przede wszystkim wywołać wrażenie oryginalności i wykazać się cytatami nieznanymi, możliwie najbardziej spektakularnymi, nawet gdy nie mają one większego znaczenia naukowego (np. „kultura ma naturę cebuli”, czy „świadectwem naukowej oryginalności są szeroko rozwarte oczy czytelnika”).

Metodami wyrafinowanego marketingu, budowy wizerunku i komunikacji społecznej kreowana jest moda na „trendy” uczelnie, wydawnictwa i zagranicznych autorów. Mechanizm ten nie służy awangardzie intelektualnej, lecz poprzez selekcję artykułów i system recenzowania zapewnia poprawność naukową, czyli zgodność z fundamentami poszczególnych dyscyplin. W konsekwencji ideologiczna i komercyjna funkcja nauki przeważa nad poszukiwaniem dobrych rozwiązań dla społeczeństwa i gospodarki, bezinteresowną ciekawością badaczy i śmiałością podejmowania badań.

Na tle funkcjonowania listy filadelfijskiej widoczna jest konkurencja z innymi, podobnymi systemami. Publikacje należące do określonego obiegu chronią własne prawa autorskie, z drugiej zaś strony – deprecjonują systemy konkurencyjne. Równolegle utrwała się swojego rodzaju kolonialna zależność metropolii i krajów peryferyjnych, które muszą zaakceptować strefy wpływów i reguły gry. Zupełnie nie docenia się dorobku lokalnych uczelni i niekiedy wybitnych badaczy, których cytowanie ma niższą rangę. Ważny staje się ten, kto pierwszy przeniesie nowe idee funkcjonujące w skali globalnej na rynek lokalny, posługuje się neologizmami itd.

Jak wynika z informacji zawartych w artykułach opublikowanych w „Polityce” na ten temat, nie ma wątpliwości, że praktyki stosowane w ramach tego systemu mają charakter monopolistyczny. Za periodykami naukowymi stoją banki, koncerny informatyczne, firmy farmaceutyczne, chemiczne czy zbrojeniowe. Mają one pierwszeństwo w dostępie i wykorzystaniu ciekawszych osiągnięć naukowych, tam też pozyskują wybitnych naukowców głównie z krajów, które nie potrafią zago-

spodarować własnego potencjału naukowego. Zjawisko to określa się od dawna mianem „drenażu mózgów”. Ze względu na próby równoległego opublikowania tych samych artykułów w różnych periodykach tworzy się sztuczna wielotysięczna kolejka oczekujących. Wiele osób bezskutecznie próbuje opublikować ciekawe artykuły, a z drugiej strony część dorobku naukowego wyłącza się z obiegu ze względu na różnego rodzaju interesy.

Nie bez przyczyny nauki ekonomiczne utraciły zdolność objaśniania oraz predykcji rzeczywistości i znalazły się w kryzysie. Warto zauważyć, że nie wszystko się publikuje w tym systemie. Tematyka kryzysu w naukach ekonomicznych, w tym kryzysu wartości społecznych, bezskuteczne próby poszukiwania koncepcji wyjścia z kryzysu gospodarczego itd. od kilku lat są przedmiotem zainteresowań, dyskusji i licznych artykułów powstających w polskim środowisku naukowym. Co ciekawe, problematyka ta mimo licznych prób nie ma odbicia w czołowych publikacjach z listy filadelfijskiej, co świadczy o ich konserwatywnym i ideologicznym charakterze. Nic więc dziwnego, że takie kraje jak Niemcy, Japonia, Francja, a nawet Rosja, które ponoszą znacznie większe niż Polska nakłady na naukę, unikają uzależnienia się od światowych korporacji wydawniczych, tworząc własne rozwiązania i bazy danych pełniące także funkcję ochrony wartości intelektualnej.

Trzeba sobie zdawać sprawę z tego, że funkcjonowanie mechanizmu publikowania artykułów naukowych i ewaluacji dorobku naukowego opartego na liście filadelfijskiej nie ma wiele wspólnego z obiektywną, publiczną strukturą nastawioną na promocję nauki, gdyż polityka animatorów rynku wyraża czysto komercyjne interesy. Jest to mechanizm wtłaczania wiedzy w prywatny biznes kilku korporacji wydawniczych. Publikacje o wypromowanych markach sprzedawane są po wysokich cenach. Za dostęp do baz danych uczelnie, jako główni reprezentanci popytu, płacą ciężkie pieniądze, zaś koszty pozyskania artykułów, selekcji, recenzji i druku przerzucone są z nadwyżką „na dostawców” artykułów. Obrót napędzają rozmaite listy rankingowe, akcje promocyjne oraz wyrafinowane metody kształtowania wizerunku i zwalczania konkurencji. Należy zatem ubolewać, że dotąd nie stworzono spójnego systemu rejestracji, ewaluacji i upowszechnienia badań naukowych w ramach Unii Europejskiej. Dlatego, po wdrożeniu systemu bolońskiego standaryzującego proces dydaktyczny, wspólna polityka w zakresie współpracy naukowej winna być następnym etapem integracji nauki i jednym z ważniejszych zadań stojących przed Unią Europejską w nadchodzących latach.

4. Interesy „dostawców” wiedzy naukowej na rynku globalnym

Problem korzystania z listy filadelfijskiej w zasadzie nie istnieje w sytuacji, gdy obecnie mniej niż jeden procent polskich artykułów naukowych jest publikowana w ramach tego systemu. Gdy jednak intensywnie premiowane środowisko naukowe przestawi się na publikowanie za granicą, wówczas widoczny będzie absurd pompowania krajowych środków publicznych przeznaczonych na naukę do prywatnych korporacji. Warto zatem wskazać wiążące się z tym procesem zagrożenia dla „dostawców” wiedzy naukowej.

Jest oczywiste, że w ten sposób ewaluacja dorobku naukowego kraju staje się coraz bardziej zależna od czynników zewnętrznych. Co więcej, w krajach peryferyjnych, takich jak Polska, oparcie się na liście filadelfijskiej wytwarza niezdrową orientację nauki, powoduje, że publikacja w czasopismach zagranicznych staje się celem samym w sobie. Skoro globalne wydawnictwa nie okazują specjalnego zainteresowania polskimi realiami, to w konsekwencji polscy naukowcy, finansowani ze źródeł budżetowych, nie będą zajmowali się problemami istotnymi dla polskiej nauki i gospodarki.

Mechanizm ten wyklucza możliwość publikowania za granicą tej części dorobku, która koncentruje się na specyficznych problemach polskiej gospodarki i społeczeństwa, nie wspominając o barierach wynikających z tłumaczenia, które może obniżyć walory nawet najlepszego artykułu. Co więcej, nikt nie pomyślał o tym, że publikowanie za granicą przez polskich naukowców poważnie ogranicza dostęp do ich dorobku przez krajowych odbiorców oraz uzależnia upowszechnienie ich dorobku od ponoszenia wysokich kosztów z tytułu praw autorskich, dostępu do baz danych lub zakupu zagranicznych czasopism.

Ostatecznie trudno odpowiedzieć na pytanie, czy polska nauka będzie rozwijać się szybciej w ramach globalistycznej orientacji czy pod wpływem wzmocnienia powiązań z krajową praktyką, gdyż zależy to od dyscypliny i specjalności naukowej. Niepokojący wszakże jest wzrost aktywności pod kątem zdyskontowania za granicą prowadzonych badań naukowych, a także chęć zaistnienia tam za wszelką cenę. Preferencje dla obiegu międzynarodowego powodują zaniedbywanie potrzeb kraju finansującego badania naukowe. Ocena pozycji naukowej na podstawie cytowań może być wielkim, często krzywdzącym uproszczeniem prowadzącym do konfliktów między uczonymi w obiegu krajowym i zagranicznym. Zjawiska te są już widoczne w środowisku akademickim.

Rzecz w tym, że finansowanie nauki i bezpłatny transfer wiedzy za granicę to kwestia etyczna, gdyż wiele kosztuje, a nie przynosi macierzystym uczelniom ani gospodarce żadnych korzyści finansowych. Finansowanie nauki można zatem porównać do beczki bez dna, do której pakuje się ciężkie pieniądze (kwestia proporcji finansowania poszczególnych dyscyplin to sprawa zasługująca na odrębną dyskusję). To zdumiewające, że w świetle przytoczonych argumentów system ten jest konsekwentnie promowany przez polskie władze ministerialne i inne instytucje odpowiedzialne za rozwój nauki w Polsce.

Apelując o większe środki dla nauki, niekiedy zapomina się o tym, że potrzeby finansowe gospodarki są ogromne, rośnie koszt obsługi zadłużenia obciążający przyszłe pokolenia, zaś możliwości akumulacji są bardzo ograniczone. Zważywszy na fakt, iż środowisko naukowe jest w stanie zagospodarować każdy budżet, środki na naukę są limitowane. Dlatego w świetle zasady racjonalnego gospodarowania, przy ograniczonych środkach publicznych wydatki na naukę powinny przynosić możliwie największe efekty bezpośrednie i mnożnikowe. Przede wszystkim zaś produkt intelektualny nie powinien „wyciekać” za granicę do prywatnego obiegu, gdyż tego rodzaju praktyka narusza przepisy prawa dotyczące gospodarowania środkami publicznymi.

W tym kontekście kwestia publikacji w czasopismach z listy filadelfijskiej jest „odgrzewana” w sposób charakterystyczny dla początku lat 90. XX wieku. Wówczas najważniejszy był problem wyjścia z izolacji, akceptacji obecności na forum międzynarodowym i włączenia się w światowy nurt badań naukowych. Obecnie, w erze publikacji elektronicznych, lista filadelfijska jako przedmiot komercyjnych interesów korporacji wydawniczych traci na znaczeniu. Zdaje się być lekarstwem na kompleksy polskiej nauki, które w świetle porównań międzynarodowych i skromnych możliwości finansowania są bardziej urojone niż rzeczywiste. Może zatem w miejsce pytania, czy lista filadelfijska jest dobrą miarą efektywności nauki, warto postawić pytanie fundamentalne: Komu ma służyć nauka, jakie pełnić funkcje i za czyje pieniądze należy ją finansować? Może to pytanie zainicjuje dalszą dyskusję w środowisku i przybliży nas do rozwiązania problemu?

5. Realne problemy nauki a zadania państwa

Problem kreowania wartości naukowej w Polsce nie ogranicza się do metod ewaluacji ani do środków przeznaczonych na naukę. Obszar ewaluacji, baz danych, rejestracji cytatów, list rankingowych itd. wydaje się zadaniem stosunkowo łatwym i możliwym do rozwiązania w ramach portalu internetowego „Nauka Polska”. Przy

obecnych możliwościach informatycznych w zakresie modułowego konstruowania baz danych jest to zadanie w zasadzie techniczne.

Strategiczny charakter ma podniesienie produktywności krajowego potencjału naukowego i zdyskontowanie nakładów na naukę w możliwie wymiernej postaci. W miejscu, w jakim się znajdujemy, najważniejszym warunkiem rozwoju nauki jest umiejętność osiągania realnych efektów, inaczej bowiem ponoszone nakłady będą trwonione. Kluczowe znaczenie ma poszukiwanie takich rozwiązań, które będą ukierunkowywać naukę na kwestie kluczowe – programy długookresowego rozwoju, współpracę z praktyką oraz wymierne efekty dla społeczeństwa i gospodarki. Z punktu widzenia efektywnego zarządzania nauką lista filadelfijska jest rozwiązaniem zastępczym, dość przypadkowym, kierującym polską naukę na ślepy tor, który niestety pogarsza relację efektów od nakładów.

Apele o współpracę z praktyką są niewystarczające do zwiększenia produktywności nauki. Punktem wyjścia jest społeczna misja nauki wyrażająca się poprzez jej funkcje w społeczeństwie i w gospodarce narodowej. Te stwierdzenia brzmią wciąż zbyt ogólnikowo, gdyż najwyższe gremia nie sformułowały na ich podstawie wskazówek, jasno określających instrumenty realizacji oraz to, na czym koncentrować badania podstawowe, jak pomnażać dorobek naukowy o wysokich walorach użytkowych, czego wymagać od naukowca, jakie są jego zadania itd.

Problem użyteczności nauki nabrzmiewa z powodu kryzysu. Wyjście z kryzysu wiąże się z gospodarką opartą na wiedzy, czyli z „nową ekonomią” traktującą wiedzę naukową i twórcze myślenie jako główne czynniki kreowania wartości. Możliwych rozwiązań należy zatem szukać wokół tego, jaka jest rola nauki w gospodarce opartej na wiedzy oraz co należy uczynić, aby nauka, poza dydaktyką i spełnieniem indywidualnych aspiracji elity intelektualnej, stała się „parowozem i kołem zamachowym” gospodarki.

Dochodzimy do wniosku, że w blisko 40-milionowym państwie, które posiada wysoki potencjał naukowy, nie ma zadowalającego systemu zarządzania nauką. Skutkiem tego środowisko naukowców czuje się pozostawione nieco na uboczu. Politycy ulegają pokusie prywatyzacji nauki. W rzeczywistości nie umieją włączyć świata nauki do obiegu gospodarczego i obciążają tym zadaniem uczelnie, te zaś oczekują inicjatywy ze strony naukowców.

Odczuwa się zatem brak skutecznego moderatora. W konsekwencji nie potrafimy powiązać gospodarki z nauką, nie znamy strategicznych celów rozwoju nauki, nie ma mechanizmu wyłaniania programów badawczych, nie ma praktyki współpracy interdyscyplinarnych środowisk naukowych, dzielenia programów węzłowych na zadania itd. Nie umiemy mobilizować środków finansowych na rynku ani komercjalizować wyników badań naukowych itp. Niechętnie podejmujemy współpracę

z zagranicą, gdyż w relacjach z partnerami zagranicznymi mamy zwykle słabszą pozycję, czujemy się niekiedy wykorzystani lub wręcz oszukani. Nie ma nawet zwyczaju ani obowiązku powoływania rad naukowych w ważniejszych instytucjach państwowych, samorządach czy korporacjach, zaś funkcję doradców ministerialnych pełnią młodzi absolwenci szkół bez doświadczenia zawodowego! Niewiele dzieje się na tym polu, brakuje pomysłów, stąd uwagę nauki kieruje się na listę filadelfijską.

W tym momencie trzeba podkreślić, że komercjalizacja nauki poprzez traktowanie ludzkiej wiedzy jako produktu rynkowego (towaru) jest dość prymitywną redukcją myślową. Zawsze bowiem aktualne są pytania, czemu dane badania służą i jakie będą ich oczekiwane efekty czyli wartość społeczna i ekonomiczna, z drugiej zaś strony – jakie wymagania są niezbędne do uzyskania najwyższej produktywności kapitału ludzkiego, który zgodnie z prawami socjologii jest kreatywny tylko w warunkach sprzyjających współpracy, twórczej partycypacji, wysokiej aktywności oraz godnego wynagradzania pracowników naukowych i społecznego uznania dla ich osiągnięć.

Rynkowe podejście w nauce, podobnie jak w służbie zdrowia, systemie emerytalnym i innych społecznie wrażliwych dziedzinach, **nie jest gwarantem rozwiązań racjonalnych, to znaczy efektywnych, a także rozumnych i odpowiedzialnych**. Redukcja wiedzy naukowej do kategorii towaru świadczy o niechęci organów państwa i instytucji publicznych do rozwiązywania tych kwestii, których w żaden sposób nie rozwiąże rynek. Jest na to wiele przykładów. Najpierw pod szyldem wolnego rynku usług edukacyjnych pozwolono na rozwój tanich kierunków kształcenia, po czym pod wpływem popytu nastąpił nadmierny rozrost uczelni prywatnych, gdzie obecnie obserwujemy załamanie się koniunktury na dydaktykę. Mimo przewidywalności luki demograficznej rozwinięta baza kadrowa i materialna uczelni nie została przekierowana na rozwój badań naukowych.

Wygląda na to, że wskutek dążenia do komercjalizacji nauki nikt nie poczuwa się do obowiązku zarządzania sferą nauki i badaniami naukowymi w skali kraju, nikt też nie podejmuje odpowiedzialności za treść i użyteczność programów badawczych realizowanych przez uczelnie. W konsekwencji oszczędności w sektorze publicznym, zwłaszcza w zakresie badań podstawowych, oraz trudności oceny efektywności pracy kilkudziesięciu tysięcy pracowników naukowych, którzy w niemałej części osiągnęli poziom światowy, może wkrótce doprowadzić do bezrobocia w środowisku pracowników naukowych! Dlatego związek pomiędzy funkcjami nauki a rolą państwa finansującego naukę powinien być jasny i klarowny. Państwo, gospodarując kasą publiczną, przeznacza środki na naukę, stwarza warunki do rozwoju itd., ma zatem także obowiązek wyznaczania kierunków badań społecznie użytecznych, w tym koordynacji badań, zagospodarowania potencjału naukowego, wykorzystania wiedzy i jej ochrony prawnej. Zatem, trzeba wiedzieć, co nauki, np. ekonomiczne,

oferują państwu. Czego państwo oczekuje od ekonomistów? Komu i w jakim celu są potrzebne efekty pracy naukowców? Jeżeli państwo płaci za naukę, kto i jakie ma z tego korzyści.

Sektor komercyjny zapewne jasno formułuje swoje oczekiwania i płaci za uzyskane wyniki. Nie ma wątpliwości, że to państwo powinno stworzyć mechanizm, który umożliwi wykorzystanie efektów pracy naukowców. Ministerstwo unika tego zadania, być może dlatego, że problem ma rangę ponadministerialną. Trzeba wreszcie to zrobić przy udziale środowiska naukowego. Nie będę podejmował tu próby precyzowania zasad takiego systemu, gdyż jest to temat odrębny, ważny i wymagający kompleksowego rozwiązania „od wejścia, do wyjścia”.

6. Podsumowanie

1. W XXI wieku, gdy wiedza stanowi podstawowy nośnik kapitału ludzkiego i źródło nowej wartości, nauka winna być traktowana jako najważniejsza gałąź nowoczesnej gospodarki. Dlatego oparcie oceny dorobku na zagranicznych systemach ewaluacji to pozostawienie nauki samej sobie, oderwanie od realiów kraju i potrzeb jego gospodarki, oznaczające utratę z pola widzenia relacji nakładów i efektów. Rozwiązanie to nie ma wiele wspólnego z racjonalnym gospodarowaniem nawet skromnymi środkami przeznaczonymi na naukę.
2. Można być pewnym, że za kilka lat zostanie policzona efektywność finansowania obecnie promowanego modelu nauki. Ocena ta może być bardzo surowa, gdyż bez stosownego systemu trudno będzie zmierzyć korzyści uzyskiwane wskutek ponoszonych nakładów.
3. Lista filadelfijska, kreując określony model finansowania nakładów na badania i ewaluacji efektów dorobku naukowego, stawia sobie za cel transfer dorobku naukowego do zagranicznego obiegu o charakterze komercyjnym. Nie jest to model zbyt przemyślany, a nawet etycznie dwuznaczny, gdyż poprzez finansowanie publikacji naukowych następuje pompowanie krajowych środków publicznych do prywatnego biznesu zagranicznego. Takie rozwiązanie oznacza brak umiejętności instytucji państwowych odpowiedzialnych za zagospodarowanie potencjału naukowego na rzecz rozwoju kraju.
4. Zgłaszanie postulatów, aby wydawać na naukę jeszcze więcej, gdy nie ma systemu ewaluacji efektów, nie ma racjonalnych podstaw. W kwestii efektywności nakładów na naukę koncepcja gospodarki oparta na wiedzy nie jest traktowana zbyt poważnie. Wygląda na to, że nie jesteśmy do tego dostatecznie przygotowani, mianowicie państwo kiepsko płaci naukowcom, mnoży obowiązki administracyjne,

lecz niewiele czyni i niewiele wymaga. Wszystko to nie najlepiej świadczy o polityce państwa względem nauki jako kluczowej gałęzi gospodarki, spycha naukę na drugi plan w długookresowym rozwoju społeczno-gospodarczym.

5. Kwestia efektywności wykorzystania nakładów ma znaczenie pierwszoplanowe, gdy uwzględnimy znaczne kwoty środków pomocowych Unii Europejskiej przeznaczonych na naukę w latach 2014–2020. Zabiegając o wzrost efektywności nakładów, warto dostrzec potrzebę wytyczania celów, formułowania strategii rozwoju nauki, określania węzłowych problemów itd. Wymienione zadania leżą w gestii instytucji państwowych odpowiedzialnych za rozwój polskiej nauki.
6. Warto naśladować rozwiązania w tych krajach, w których gospodarka ma charakter innowacyjny, zaś nauka przynosi realne, wymierne efekty. Dlatego ogromnym uproszczeniem jest ocena rozwoju naukowego i dorobku na podstawie publikacji w czasopismach z listy filadelfijskiej. W końcu wydajemy ogromne pieniądze na naukę, zaś efekty są zbyt skromne. Kluczowa zatem jest odpowiedź na fundamentalne pytanie, jaka winna być rola państwa w programowaniu rozwoju nauki; warto dodać – państwa obywatelskiego, służebnego wobec społeczeństwa i gospodarki, nie zaś „stróża nocnego”.

Bibliografia

1. Komunikat Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 20 grudnia 2012 r. w sprawie wykazu czasopism naukowych wraz z liczbą punktów przyznawanych za publikacje w tych czasopismach
2. Kosmulski M., *Poprzeczka listy filadelfijskiej*, „Tygodnik Powszechny” z dnia 15.01.2012.
3. Tumański S., *Segregacja prasowa. Dlaczego lista filadelfijska demoralizuje młodych naukowców*, „Polityka” z dnia 5.06.2013.
4. *Naukowcy polemizują z prof. Tumańskim. Krytyka listy filadelfijskiej bezpodstawną?*, „Polityka” z dnia 10.07.2013.

Summary

Teresa Słaby

Affluence and Intellectual Capital

The study is aimed at the attempt to answer the question whether affluent people, in a broad sense of the word, the representatives of the upper class are building their intellectual capital or have already acquired it; what forms it may take and how it can affect the relations between a company and consumers on the market. On the basis of the author's own research done in the years 2011–2012 she poses a thesis that the upper class members do not only possess an intellectual capital but they also may use it to manage their, as a rule, own companies.

Agnieszka Sopińska

Features and Determinants of the Knowledge Based Economy Growth. Its Level in Poland

The knowledge based economy, otherwise called the new economy, network economy or digital economy, and is a kind of economy directly based on the production, distribution and application of knowledge and information, the economy in which companies gain their competitive advantage due to knowledge. It is a global economy based on innovation and entrepreneurship, whose key success factor is the extent to which knowledge, technology and innovation are rooted in goods and services. The level of development is diverse in different countries. While some of them are the leaders in relation to the knowledge commercialisation skill, others are only learning how to build their economy innovativeness. The prerequisite for the knowledge economy creation is an effective use of knowledge. The major determinants affecting the knowledge economy development potential are: the quantity and quality of human capital, the level of development of universities and R&D centres, efficiently operating financial institutions, and the level of tele-information infrastructure. The article presents the features of the knowledge based economy, the description of its development determinants and an attempt to assess the level of development of the knowledge based economy in Poland in relation to other countries.

Czesław Martysz

Financial Liquidity of Selected Sectors of the Polish Economy in the Years 2002–2010

The analysis is aimed at the assessment of liquidity in the selected sectors of the Polish economy in the years 2002–2010. The research attempts to answer the question what factors played the key role in this process and why global crisis phenomena had a completely different impact on the financial liquidity of different sectors.

Monika Czerwotka, Rafał Szymeczko

Empirical Research on the Effectiveness of Application of the Prospect Theory in Profiling Risk and Selection of Investment Portfolio

The article outlines the topic of behavioural finance and describes one of the most important theories in this area, i.e. the prospect theory. The authors examine empirically whether it is possible to apply the prospect theory to profile the investors' risk and if the schemes presented by Kahneman and Tversky adequately reflect individual preferences.

Jacek Gogołowicz

Innovativeness and Networking as Corporate Growth Determinants

In recent years there has been a dynamic discussion about corporate innovations and innovativeness. Innovation means selling a new, from the corporate perspective, product or the implementation of a new process or a new organisation of corporate operation. And innovativeness may be defined as an attribute of a company describing its motivation as well as a potential and ability to conduct the activity whose intended effect is to introduce the innovation by the company. Innovativeness is one of the key driving mechanisms of corporate development. The more complex the innovation, the more frequently it comes as a result of the cooperation with other organisation. The participation in innovation networks allows for more flexible, faster and cheaper innovations: it allows for reaching technologies distant from each other and joining them in order to obtain new applications. Networks stimulate corporate innovativeness and their higher innovativeness translates into their dynamic growth.

Radosław Baran

Changes in Retailers' Marketing Activities

The article is aimed at the identification and characterisation of changes in the activities of large retailers. In recent years there have been essential changes in the way marketing activities are conducted by large retailers. They are trying to improve the effectiveness of their impact on customers. The article attempts to characterise the changes in the marketing activities connected with the retailers' desire to improve the image, to raise the company's share in the benefits from the development and delivery of products to consumers, to improve the effectiveness of impact on customers in their retail outlets as well as to extend the scale and scope of business.

Sławomir Pastuszka

Financial Condition of Self-Governed Regions in the Years 2004–2011

The major goal of the article is to assess the financial condition of self-governed regions on the basis of the incomes obtained by them and expenditure incurred. The review of the literature offers some explanation of the basic notions connected with the self-governed regions' incomes and expenditure. A comparative analysis of the volume and dynamics of incomes and expenditure of the regions in the years 2004–2011 has been made. The structure of incomes includes the division into regions' own incomes and transfers from the state budget: targeted subsidies and general subvention, including those for remuneration, social insurance premiums, labour fund and debt servicing. There is also an analysis of regions' liabilities included in the public debt in relation to their budget income. The analysis indicates both positive and negative changes in the financial situation of the regions in the years 2004–2011. The positive ones include nearly a twofold growth in the total income and the fourfold rise in property spending per one inhabitant. Such a dynamics of investment outlays suggests that the self-governments are active in acquiring funds from the European Union budget. What is negative is primarily the decline in the shares of regions' own incomes in the total incomes as well as the decline in the value of operational surplus per one inhabitant, which points to the deterioration of the regions' financial situation. The author thinks that it is essential for the financial condition of the regions to make investments which should contribute to the creation and development of companies and as a consequence to the growth in the level of taxable incomes.

