

ZESZYTY NAUKOWE
NR 16

**WYŻSZA SZKOŁA HANDLU I USŁUG
W POZNANIU**

**ZESZYTY NAUKOWE
NR 16**

Poznań 2009

Redaktor naczelny

Kamila Wilczyńska

Rada Programowa

*Adam Budnikowski, Bogusław Fiedor, Bohdan Gruchman (przewodniczący),
Waldemar Frąckowiak, Wacław Jarmołowicz, Aleksander Panasiuk,
Eulalia Skawińska*

Komitety redakcyjne

*Stefan Bosiacki, Krystyna Katulska (przewodnicząca), Krzysztof Kasprzak,
Kazimierz Rogoziński, Bernadeta Holderna-Mielcarek, Joanna Wiśniewska*

Redaktor naukowy

Kamila Wilczyńska

Recenzent

Wacław Jarmołowicz

Copyright by Wyższa Szkoła Handlu i Usług
Poznań 2009

ISSN 1642-9613

Skład i druk

WYDAWNICTWO I DRUKARNIA UNI-DRUK s.j.

62-030 Luboń, ul. Przemysłowa 13

tel. 061 899 49 49 (do 52), fax 061 813 93 31,

e-mail: biuro@uni-druk.pl

Spis treści

Przedmowa	7
Danuta Hübner	
Kryzys gospodarczy. Co może zrobić Unia Europejska?	
Economic crisis. What can the European Union do?	11
Maciej Matusiak	
Kryzys na rynku nieruchomości w USA	
Crisis on the real estate market in USA	19
Stefan Bosiacki. Paweł Rydlewski	
Wielkomiejskie centra i galerie handlowe jako miejsca rekreacji i atrakcje turystyczne	
Urban shopping and galleries as the touristic attraction and recreation places	35
Katarzyna Majchrzak	
Rynek turystyczny krajów Unii Europejskiej – wybrane aspekty	
The tourism market of European Union countries – chosen aspects	47
Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska	
Turystyka przemysłowa i poprzemysłowa w Polsce – stan obecny i możliwości rozwoju	
Industrial Tourism in Poland. Present and Future-Development Potential	77
Bernadeta Holderna-Mielcarek	
Zarządzanie środowiskowe w przedsiębiorstwie turystycznym	
Environmental management in a tourism business	89
Anna Szalczyk	
Etyka biznesu w turystyce	
Business Ethics in Tourism	105
Adrian P. Lubowiecki-Vikuk	
Motywy a aktywność turystyczna i rekreacyjna samotnych kobiet	
Models of behaviour versus tourism and recreational activities among single women	115

Beata Pluta

- Rekreacja ruchowa i sport jako dziedziny wychowania do czasu wolnego
w Polsce
Physical education and sport as a compound of leisure education in Poland . . . 129

Marek Mocek

- Regionalne zróżnicowanie koniunktury na polskim rynku ubezpieczeniowym
w świetle wyników testu koniunktury
Regional differentiation of business cycle in Polish insurance market in light
of outcome of Business Tendency Surveys 141

Iwona Olejnik

- Rozwój dobrowolnych ubezpieczeń emerytalnych w Polsce
The development of voluntary pension insurances in Poland 161

Władysława Łuczka-Bakula, Lidia Jabłońska-Porzuczek

- Analiza funkcjonowania systemu emerytalnego rolników indywidualnych
The analysis of functioning of pension system for individual farmers 171

Agnieszka Kochel

- Organizacyjno-prawne formy zaangażowania małych i średnich przedsiębiorstw
w międzynarodową współpracę w sferze badawczo-rozwojowej
Forms of international R&D collaboration by small and medium enterprises . . . 183

Aleksandra Stadnik

- Zjawisko migracji powrotnych w aspekcie wyzwań społeczno-ekonomicznych –
wybrane problemy
The phenomenon of the return migration in the aspect of socioeconomical
challenges – chosen problems 197

Przedmowa

Zeszyty Naukowe Nr 16 Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu otwiera wykład Danuty Hübner omawiający co może zrobić Unia Europejska w sytuacji obecnego kryzysu gospodarczego. Autorka stwierdza, że z jednej strony priorytetem jest zapobieżenie załamaniu się systemu finansowego, a z drugiej chodzi o przywrócenie zaufania do tego systemu, a co za tym idzie i do gospodarki rynkowej. Ponadto, Unia musi już dziś myśleć o tym, jak będzie wyglądała Europa i świat po wyjściu kryzysu. To Unia Europejska będzie musiała podjąć się wiodącej roli w określaniu kształtu globalnego systemu finansowego w XXI wieku. Natomiast Maciej Matusiak omawia genezę i przebieg kryzysu finansowego na rynku nieruchomości USA. Autor prezentuje narastanie zjawiska popytu na domy, finansowanego przez kredyty hipoteczne, co doprowadziło do wzrostu ich cen. Banki udzielające kredyty hipoteczne rozluźniły dyscyplinę ich przyznawania, a to pociągnęło za sobą cały szereg konsekwencji. Autor szczegółowo analizuje, jak banki i inne instytucje finansowe, nie przestrzegając reguł gospodarki rynkowej, doprowadziły do kryzysu.

Kolejne artykuły poświęcone są problemom turystyki i rekreacji, bardzo istotnym z punktu widzenia społecznego, a także i ekonomicznego. Stefan Bosiacki i Paweł Rydlewski wskazują w swych badaniach, że dokonuje się współcześnie istotna zmiana w modelu spędzania czasu wolnego, w którym tradycyjne formy aktywności wolnoczasowych zastępowane są nowymi. Powstaje pytanie, czy wielkomiejskie centra handlowe stają się swego rodzaju centrami rekreacji oraz samoistnymi atrakcjami dla turystów. Autorzy uważają, że turystyka i rekreacja będą dominantami ludzkiego życia w przyszłości, a formy zagospodarowania wolnego czasu będą się dynamicznie zmieniały. Stąd interesujący jest rynek turystyczny krajów Unii Europejskiej, który szczegółowo analizuje Katarzyna Majchrzak. Autorka wskazuje na wiodące kraje dla turystyki międzynarodowej oraz podaje krótką charakterystykę rynku turystycznego każdego z krajów członkowskich UE. Na ciekawy i nowy aspekt turystyki, jakim jest turystyka przemysłowa i poprzemysłowa promowana w krajach zachodniej Europy, zwracają uwagę Jan Sikora i Agnieszka Wartecka-Ważyńska. Autorzy oprowadzają nas po dawnych zakładach przemysłowych zamienionych w obiekty turystyczne, interesujące dla zwiedzających choćby ze względu na stosowane stare technologie. Proponują nowe atrakcje turystyczne, jak zapory wodne, stare mosty czy stare zajezdnie tramwajowe oraz przejażdżki historycznymi tramwajami i pociągami.

Troskę o środowisko naturalne i ograniczanie negatywnych skutków działalności turystycznej wykazuje w swych badaniach Bernadeta Hołderna-Mielcarek. Autorka omawia znaczenie zarządzania środowiskowego oraz proces jego wdrażania w przedsiębiorstwach turystycznych. Omówione zostały motywy decyzji środowiskowych oraz rodzaje strategii wobec środowiska naturalnego, podejmowane w przedsiębiorstwach. Znaczenie zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwach turystycznych wynika także ze wzrastającej świadomości społeczeństw – oczekiwani turystów, jak i ludności miejscowej wobec podejmowania przez przedsiębiorstwa turystyczne działań ograniczających ich negatywne oddziaływanie na środowisko naturalne. Natomiast Anna Szalczyk prowadzi rozważania nad etycznym aspektem turystyki, który dotyczy dwóch płaszczyzn: etyki jednostki (turystów i mieszkańców terenów recepcyjnych) oraz etyki biznesu (podmiotów gospodarczych działających w sektorze turystyki). Autorka zwraca uwagę, że rozwojowi turystyki masowej towarzyszy występowanie negatywnych skutków tego rozwoju w sferze środowiska naturalnego, społecznego i kulturowego. Stąd istotną rolę w promowaniu etyki biznesu mają do odegrania wszystkie podmioty turystyczne.

Adrian P. Lubowiecki-Vikuk bada motywy aktywności turystycznej i rekreacyjnej samotnych kobiet. W świetle badań Autora można stwierdzić, iż samotne kobiety udające się na różnorodne wyjazdy turystyczne, kierują się głównie motywami fizycznymi (odpoczynek), interpersonalnymi (odwiedziny krewnych czy znajomych), kulturalnymi (zwiedzanie atrakcji i walorów turystycznych) czy prestiżowymi (wyjazdy w celach zawodowych, interesy). Trudniej natomiast określić motywy aktywności rekreacyjnej, czasem może to być podążanie za panującą modą. Problemy rekreacji podejmuje również Beata Pluta zwracając uwagę na konieczność wychowania społeczeństwa do właściwego wykorzystywania czasu wolnego. Zdaniem Autorki wstępne warunki do spędzania czasu wolnego wymagają skoordynowanej akcji rządów, pozarządowych organizacji, dobrowolnych organizacji, przemysłu i instytucji kształcenia oraz środków przekazu.

Kolejna grupa opracowań dotyczy polskiego rynku ubezpieczeniowego. Marek Mocek podjął próbę oceny zmian koniunktury na rynku usług ubezpieczeniowych w ujęciu regionalnym. Autor w badaniach posłużył się testem koniunktury, którego zasadniczym celem z punktu widzenia praktyki gospodarczej jest otrzymywanie za pomocą stosunkowo prostej metody szybkiej operatywnej informacji o aktualnej koniunkturze na wybranym rynku oraz przewidywanym jej rozwoju w najbliższym czasie. Natomiast Iwona Olejnik analizuje rozwój dobrowolnych ubezpieczeń emerytalnych, które stanowią pracownicze programy emerytalne oraz indywidualne konta emerytalne. Autorka zauważa, że korzystanie z rozwiązań III filaru zależy głównie od preferencji i możliwości finansowych osoby pracującej. Istotnymi determinantami korzystania z oferowanych rozwiązań jest pozycja pracownika na rynku pracy i poziom jego dochodów, ale także wiek i wykształcenie. Z kolei analiza funkcjonowania systemu emerytalnego rolników indywidualnych, dokonana przez

Władysławę Łuczkę-Bakułę i Lidię Jabłońską-Porzuczek wskazuje, że przychody pochodzące ze składek osób ubezpieczonych nie wystarczają na pokrycie wydatków Funduszu Emerytalno-Rentowego, który w ponad 90% jest finansowany ze środków pochodzących z budżetu państwa. Autorki stwierdzają, że niekorzystna sytuacja finansowa, a także demograficzna przyczynia się do wprowadzenia reformy systemu emerytalnego rolników. Zmiany powinny dotyczyć przede wszystkim sposobu finansowania, zakresu podmiotowego i przedmiotowego oraz wysokości składki.

Modele współpracy międzynarodowej małych i średnich przedsiębiorstw w sferze badawczo-rozwojowej omawia Agnieszka Kochel. Autorka zauważa, że firmy te częściej angażują się w porozumienia bezudziałowe, takie jak wspólne projekty B+R, kooperacja na poziomie klient-dostawca, czy licencjonowanie krzyżowe, ponieważ dysponują one raczej ograniczonymi środkami. Kolejnym problemem zajmuje się Aleksandra Stadnik wskazując, że jednym z istotnych aspektów międzynarodowych przepływów ludności są migracje powrotne. Autorka przypomina, że migranci powrotni są źródłem wiedzy, doświadczenia i umiejętności, które mogą służyć rozwojowi gospodarczemu i społecznemu. Należy pamiętać także o migrantach, którym z różnych powodów nie udało się zrealizować planów migracyjnych. Często potrzebują oni wsparcia zarówno ze strony najbliższych, jak i państwa.

Przedstawione opracowania, chociaż bardzo różnorodne w swej tematyce, na pewno zainteresują Szanownych Czytelników.

Kamila Wilczyńska

DANUTA HÜBNER

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
Poseł do Parlamentu Europejskiego

Kryzys gospodarczy. Co może zrobić Unia Europejska?¹

Economic crisis. What can the European Union do?

Będę mówić o kryzysie. W nadchodzących latach zapewne powstaną wiele książek, które wyjaśnią, skąd się wziął i dlaczego jest tak trudny. To, co dziś można powiedzieć, to, że w chwili obecnej mamy do czynienia z dwoma wzajemnie się napędzającymi poprzez system skomplikowanych zależności kryzysami, tj. z kryzysem finansowym i kryzysem gospodarki realnej.

Kryzys finansowy i kryzys gospodarki realnej Financial crisis and real economic crisis

Kryzys finansowy jest skutkiem nadmiernie rozluźnionej polityki pieniężnej, niedoceniań ryzyka w tworzeniu nowych produktów finansowych oraz ryzyka złych kredytów udzielanych przedsiębiorstwom i gospodarstwom domowym. Wynikiem tych procesów w wielu państwach było powstanie na rynkach papierów wartościowych „baniak mydlanych” w sektorze nieruchomości i surowców naturalnych. Kiedy bańki te pękły, spowodowały lawinę niespłacalnych długów bankowych i pozostawiły banki z dużą ilością złych długów. W wielu krajach, szczególnie w USA, nałożyły się na to niespłacalne długi konsumentów indywidualnych.

W sytuacji, gdy instytucje finansowe stały się w obliczu bankructwa, dramatycznie ograniczyły one udzielanie pożyczek zarówno przedsiębiorstwom, jak i klientom indywidualnym. Przedsiębiorstwa i konsumenci indywidualni, starając się obniżyć stan swojego zadłużenia, znacząco zmniejszyli popyt na towary i usługi. Odpowiedzią przedsiębiorstw było skracanie czasu pracy, a w końcu zwalnianie pracowników. To z kolei prowadziło do dalszego spadku konsumpcji i wzrostu wydatków budżetowych poprzez uruchomienie automatycznych stabilizatorów.

¹ Wykład prof. dr hab. Danuty Hübner, Komisarza Unii Europejskiej ds. Polityki Regionalnej, z okazji nadania Jej tytułu Doktora Honoris Causa na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu w dniu 20 lutego 2009 roku.

Uruchomione zostały także mechanizmy sprzężenia zwrotnego: w sytuacji, gdy banki usilnie starały się odbudować swoją pozycję kapitałową oraz radykalnie zmienić ocenę ryzyka, kredytowanie sektora prywatnego znacząco spadło. To z kolei doprowadziło do wzrostu liczby bankructw w niektórych krajach i do wzrostu odsetka złych kredytów udzielanych przez banki. W konsekwencji odbiło się to negatywnie na wysiłkach restrukturyzacyjnych podejmowanych przez banki, których reakcją było ograniczenie oferty kredytowej dla konsumentów.

Globalizacja a kryzys: obecny kryzys jest pierwszym kryzysem, który obejmuje cały zglobalizowany świat, i od którego skutków nie może w rzeczywistości uciec żadna gospodarka. Chociaż problemy mają swoje źródło w USA, ich skutki są odczuwalne w Chinach, Indiach, Brazylii i w Unii Europejskiej. Oznacza to, że w przeciwieństwie do tego, do czego byliśmy przyzwyczajeni w przeszłości, kraje, które znalazły się w trudnej sytuacji finansowej i gospodarczej, nie mogą liczyć na to, że wzrost gospodarczy w państwach sąsiadujących podźwignie je z recesji. Oznacza to tym samym, że przezwyciężenie kryzysu wymaga współpracy na skalę globalną. To właśnie z tego powodu działania w ramach grupy krajów G-20 uważane są przez wielu ekspertów za kluczowy element procesu tworzenia bardziej stabilnego systemu kontroli gospodarki światowej. G-20, bezprecedensowa globalna platforma polityczna, nie dysponuje jednak wielostronną maszyną instytucjonalną, która zapewniłaby realizację podejmowanych decyzji politycznych. Stąd konieczność współdziałania G-20 z międzynarodowymi instytucjami finansowymi, w szczególności z Międzynarodowym Funduszem Walutowym.

Jak głęboki będzie obecny kryzys? Prognozy dla światowej gospodarki z miesiąca na miesiąc są coraz bardziej pesymistyczne, odzwierciedlając pogarszającą się sytuację. Ostatnie prognozy Komisji Europejskiej sugerują, że tempo wzrostu gospodarczego, które wyniosło -1% w 2008 r., obniży się do około -2% w 2009 r., po czym w 2010 r. powinna nastąpić nieznaczna poprawa sytuacji (+0,5%). Najnowsze prognozy Międzynarodowego Funduszu Walutowego są zbliżone. Obie instytucje sporządzające prognozy wskazują, że prawdopodobny jest dalszy niekorzystny rozwój sytuacji. Niepewność i brak zaufania towarzyszą nie tylko zmianom na rynkach finansowych. Komisja Europejska przewiduje wzrost bezrobocia w UE w 2009 r. do poziomu 8,75%, co będzie oznaczać utratę 3,5 mln miejsc pracy. Wiele wskazuje na to, że sytuacja na rynku pracy będzie się nadal pogarszała.

Starania rządów mające na celu ograniczenie skutków kryzysu Governments endeavours to limit crisis consequences

Rządy nie wdrożyły dostatecznie wcześniej interwencji zapobiegających uruchomieniu łańcucha zdarzeń kryzysowych. Natomiast stosunkowo szybko podjęły na dużą skalę działania zmierzające do przeciwdziałania skutkom kryzysu. Pierwszym

priorytetem było ratowanie banków. Kiedy kryzys bankowy wydawał się stabilizować, rządy skoncentrowały się na ratowaniu gospodarki realnej.

Kilka słów o ratowaniu banków. Jednym z punktów zwrotnych obecnego kryzysu było bankructwo Lehman Bros. Uwypukliło ono dylemat, przed którym stoją rządy w czasach kryzysu finansowego. Z jednej strony Lehman Bros popełnił poważne błędy dotyczące oceny sytuacji, co przesądziło o jego bankructwie. Ratowanie tego banku byłoby klasycznym przykładem *moral hazard* (pokusy nadużycia). Państwo podjęłoby się bowiem ratowania dużej instytucji finansowej, a zatem nagrodziłoby bank, który wykazał się brakiem umiejętności oceny ryzyka. Z drugiej jednak strony upadek Lehman Bros zapoczątkował chaos na rynkach, na których bank ten był jednym z głównych graczy – np. korzystając z Credit Default Swap, tj. instrumentu pochodnego służącego do przenoszenia ryzyka kredytowego – i sprawił, że banki, które przetrwały, stały się jeszcze bardziej ostrożne, ograniczając jeszcze bardziej kredytowanie sektora prywatnego.

Po bankructwie Lehman Bros rządy zaczęły podejmować decyzje o dokapitalizowaniu swoich banków. W Wielkiej Brytanii władze posunęły się nawet do nacjonalizacji jednego z głównych banków i przejęły większość udziałów w innym banku. Niektóre rządy starały się zachęcać banki do wznowienia udzielania przedsiębiorstwom pożyczek, uciekając się czasami nawet do gróźb, aby dać impuls do ponownego wzrostu gospodarczego. Sytuacja na rynkach finansowych wydaje się obecnie nieco spokojniejsza, jednak wiele banków nadal stoi w obliczu bardzo trudnej restrukturyzacji.

Kluczowym elementem planu ratunkowego gospodarki jest przekonanie banków, aby ponownie zaczęły udzielać pożyczek. Jednocześnie jednak, w celu wspierania sektora prywatnego, większość krajów uruchomiła pakiety fiskalne. Składają się na nie m.in. obniżki podatków (VAT w Wielkiej Brytanii), zachęty do inwestowania w nowoczesne technologie, wspieranie nowych strumieni popytu – często w kontekście zmian klimatu (program złomowania samochodów w Niemczech) oraz duże inwestycje infrastrukturalne (w USA, Francji i Niemczech).

Wsparcie z budżetu dla działalności gospodarczej w UE w ocenie Komisji Europejskiej wyniesie około 3,3% PKB w latach 2009 – 2010. Składają się na nie bezpośrednie zastrzyki finansowe, jak również skutki działania automatycznych stabilizatorów koniunktury. Ograniczająco na tego typu zasilanie może w pewnym stopniu oddziaływać oczekiwana poprawa sytuacji w bilansach płatniczych. Poziom wsparcia budżetowego różni się jednak zasadniczo w poszczególnych państwach członkowskich. O ile Wielka Brytania, Niemcy, Hiszpania, Dania, Belgia i Irlandia prawdopodobnie zwiększą wsparcie z budżetu dla gospodarki o ponad 4% PKB w latach 2009 – 2010, o tyle wsparcie to we Francji nie powinno przekroczyć 2,2%. W przypadku narażonych na kryzys państw należących do strefy euro zwiększone wsparcie z budżetu nie oddziaływało na kurs walutowy. Jednakże w nowych państwach członkowskich, które nadal muszą brać pod uwagę ryzyko kursowe, bo nie

należą do strefy euro, wsparcie budżetowe prawdopodobnie wyniesie jedynie od 0% do 2%.

Wspomnianym pakietom fiskalnym towarzyszą na ogół znaczące cięcia w stopach procentowych banków centralnych, które spadły do 2% w przypadku EBC i 1,5% w przypadku Bank of England.

Kryzys obudził także tendencje protekcyjnistyczne. Ważnym elementem jakiegokolwiek pakietu ratunkowego musi być utrzymanie otwarcia rynków oraz przeciwdziałanie skłonnościom protekcyjnistycznym, które zazwyczaj pojawiają się w czasach kryzysu gospodarczego. Dziś istnieje groźba protekcyjnizmu globalnego. Groźba – bo protekcyjnizm może spowolnić procesy uzdrowienia gospodarki. Mielśmy już do czynienia z próbą wprowadzenia klauzuli „buy American” do pakietu ratunkowego w Stanach Zjednoczonych. Również w państwach członkowskich UE słychać głosy o gotowości wprowadzenia działań protekcyjnistycznych, które przecież zawsze są wymierzone przeciw innym. Groźny jest nie tylko protekcyjnizm handlowy.

Protekcyjnizm finansowy, tj. zjawisko polegające np. na tym, że banki wycofują fundusze z rynków międzynarodowych, aby zmniejszyć ryzyko i skoncentrować się na udzielaniu kredytów rodzimym przedsiębiorstwom, jest co najmniej tak samo niebezpieczny jak protekcyjnizm handlowy. Zjawisko to odczuliśmy w nowych państwach członkowskich, z których niektóre banki zagraniczne wycofały swoje fundusze. W skali światowej może to mieć szczególnie katastrofalne skutki dla krajów rozwijających się. W UE takie zachowanie banków uniemożliwia integrację rynków finansowych, o którą, jak wiadomo, walczyliśmy od ponad dwóch dekad.

Jednym z celów państw, które podejmują działania stymulujące gospodarkę poprzez bodźce fiskalne, jest próba uniemożliwienia free riders wykorzystania tych bodźców fiskalnych do rozruszania ich własnych gospodarek. Państwa te uważają więc, iż uzasadnione jest wprowadzanie klauzul ochronnych do ich pakietów fiskalnych, aby uniknąć sytuacji, w której państwa nie realizujące polityki stymulowania swoich gospodarek poprzez działania wewnętrzne – robią to zwiększając eksport.

Pokazuje to, jak ważna jest koordynacja polityki gospodarczej na poziomie unijnym i światowym. Nie oznacza to oczywiście, że wszystkie państwa powinny zastosować te same działania stymulujące ich gospodarki; poszczególne kraje znajdują się bowiem w różnej sytuacji fiskalnej, a niektóre z nich są na tyle w korzystnej sytuacji, że wręcz nie potrzebują tego typu bodźców budżetowych. Jest bardzo prawdopodobne, że bez odpowiedniej koordynacji środki protekcyjnistyczne nasilą się i doprowadzą do pogłębienia kryzysu.

Jaką rolę może odegrać UE?

What role can the UE play?

Pojawia się pytanie, czy fakt, że obecny kryzys ma charakter globalny oznacza, że Unia Europejska nie ma w tej sytuacji żadnej roli do odegrania? Odpowiedź

brzmi – absolutnie nie! UE ma do odegrania pierwszorzędą rolę w skoordynowanej naprawie własnej gospodarki, jak i pełni ważną rolę w globalnych działaniach koordynacyjnych. Ponadto, mimo, że przestrzeń, w której żyjemy, jest zdecydowanie krótko- i średniookresowa, Unia musi już dziś myśleć o tym, jak będzie wyglądała Europa i świat po wyjściu kryzysu. To będzie przecież inny świat, niż ten przedkryzysowy. Unia ma dobre tradycje myślenia długookresowego. Trzeba je odkurzyć.

Pod koniec listopada 2008 r., w odpowiedzi na konkluzje zwołanego wcześniej w tym samym miesiącu z inicjatywy UE szczytu w Waszyngtonie, Komisja Europejska zaproponowała wdrożenie Europejskiego Planu Naprawy Gospodarczej. Rada Europejska na posiedzeniu w grudniu poparła główne elementy tego planu. Serce tego planu jest skoordynowany pakiet bodźców budżetowych, sięgający około 1,5% PKB UE. Działania te mają głównie charakter krajowy, jako że sama Unia Europejska nie dysponuje stosownymi dla tej sytuacji funduszami wspólnotowymi.

Na poziomie UE ustalono jednakże zwiększenie finansowania ze środków Europejskiego Banku Inwestycyjnego na rzecz małych przedsiębiorstw, odnawialnych źródeł energii, czystego transportu oraz przemysłu samochodowego. Ten zestaw środków stymulujących szacowany jest na dodatkowe 30 mld euro w latach 2009 – 2010.

W dziedzinie polityki spójności, za którą odpowiadam, zaproponowaliśmy działania umożliwiające przyspieszenie i wzmocnienie wykorzystania inwestycyjnego charakteru instrumentów finansowych tej polityki, czyli funduszu spójności i funduszy strukturalnych. Poza tym Komisja zaproponowała przeznaczenie około 5 mld euro z niewykorzystanych funduszy w bieżącym budżecie UE na zwiększenia inwestycji w sektorze energetycznym, poprawę infrastruktury telekomunikacyjnej oraz na inne kluczowe projekty, związane z nowymi wyzwaniami.

Najtrudniejszym wyzwaniem pozostaje jednakże koordynacja wdrażania planu naprawy gospodarczej we wszystkich 27 państwach członkowskich. Koordynacja może zapobiec lawinie działań protekcyjnych na rynku wewnętrznym, które byłyby poważnym ciosem dla całego procesu integracji europejskiej, a także dla perspektywy uruchomienia wzrostu.

Zadaniem Komisji Europejskiej jest ochrona unijnego rynku wewnętrznego oraz zagwarantowanie, iż udzielana jest tylko pomoc państwa, która nie zakłóca konkurencji. W obecnej dramatycznej sytuacji gospodarczej zasada ta napotyka i będzie nadal napotykać opór ze strony niektórych rządów państw członkowskich. Są one często bardziej zainteresowane ożywieniem gospodarek krajowych, niż przestrzeganiem unijnych zasad konkurencji i udzielania pomocy publicznej. Rządy te oczekują również od Komisji szybkich decyzji dotyczących różnych form zastrzyków finansowych i subsydiów udzielanych przedsiębiorstwom krajowym.

W rezultacie kryzysu światowy handel, motor wzrostu gospodarczego, zaczął się zmniejszać. Ma to poważne konsekwencje dla gospodarek wysoko rozwiniętych

i tych wschodzących. Prawdziwie katastrofalne skutki zjawisko to przynosi jednak krajom rozwijającym się. Nadzieje na zakończenie negocjacji rundy Doha zostały przez kryzys dość gwałtownie zredukowane. Konieczne jest w tym kontekście odnowienie zobowiązania do utrzymania otwartych rynków, unikania protekcjonizmu w handlu i przyspieszenia działań na rzecz zakończenia rundy z Doha. Dobrze byłoby uzyskać takie wspólne zobowiązanie w ramach G-20, zarówno w odniesieniu do handlu, jak i inwestycji zagranicznych. Na pewno ważnym czynnikiem osłabiającym dynamikę handlu międzynarodowego jest załamanie się finansowania handlu.

UE jako członek G-20 będzie jednym z głównych aktorów na zbliżającym się szczycie w Londynie na początku kwietnia. Celem tej grupy musi być skoordynowanie zarządzania globalnym pakietem stymulacyjnym, zapobieżenie tendencjom do protekcjonizmu handlowego i finansowego, oraz podjęcie kroków zmierzających do modernizacji gospodarczej i finansowej instytucjonalnej architektury światowej gospodarki po wyjściu z kryzysu.

Właściwie w Unii stoimy dziś w obliczu podwójnego wyzwania. Z jednej strony priorytetem jest zapobieżenie załamaniu się systemu finansowego. Z drugiej chodzi jednak także o coś więcej, o przywrócenie zaufania do tego systemu, a co za tym idzie i do gospodarki rynkowej. By działania te przyniosły skutki, trzeba uruchomić wiele instrumentów. Rolę absolutnie kluczową odgrywa jednak Pakt Stabilności i Wzrostu. Jego stosowanie w warunkach tak szczególnych, jak obecny kryzys, wymaga znalezienia właściwej równowagi między elastycznością i wiarygodnością Paktu. Elastycznością – bo przecież musimy wziąć pod uwagę realia tego bezprecedensowego kryzysu. Wiarygodnością – bo nie możemy utracić, a nawet osłabić, tego najlepszego zapobiegawczego i korygującego instrumentu fiskalnego, jaki mamy w Unii. Dodatkowo przecież wiarygodność Paktu jest ściśle powiązana z wiarygodnością euro, wspólnej waluty. Statystyki deficytów budżetowych są dziś szokujące. Widać wyraźnie, że w niektórych krajach rynki nie wierzą w dyscyplinę fiskalną rządów.

Ważne jest też, aby UE i jej państwa członkowskie dysponowały planem wyjścia ze spirali gwałtownie rosnących obecnie deficytów budżetowych i długu publicznego. Kiedy zauważalne będzie ponowne ożywienie gospodarki, konieczne będzie zmniejszenie deficytów. W przeciwnym wypadku nie tylko unia walutowa będzie zagrożona, lecz również wysokie poziomy deficytu i rosnące koszty obsługi długu związane ze wzrostem stóp procentowych doprowadzą do osłabienia koniecznego wzrostu gospodarczego w długim okresie. Odnoszę jednak wrażenie, że strategie wyjścia nie stanowią niezbędnego elementu przyjmowanych obecnie rozwiązań i stosowanych instrumentów.

Kryzys finansowy, który stał się zaczątkiem kryzysu gospodarczego, pokazał, że musimy wzmocnić system kontroli finansowej i nadzoru. Obserwując, do jakiego stopnia kryzys gospodarczy absorbuje czas i energię rządów państw członkowskich,

zdajemy sobie sprawę, że podjęcie działań regulacyjnych staje się celem dopiero średniookresowym. Jest to jednak zadanie bardzo pilne. Codziennie bowiem obserwujemy dowody na to, że banki nie zmieniły swojego zachowania, i że nadal стоимy w obliczu ryzyka podejmowania wątpliwych z punktu widzenia *moral hazard* decyzji o dofinansowywaniu banków ze środków publicznych. Informacje o wypłatach ogromnych premii dyrektorom i zarządom nieradzących sobie na rynku banków, które otrzymują publiczne dotacje, powinny uzmysłowić nam, że niezbędne są nowe regulacje, jeżeli chcemy uniknąć podobnych kryzysów w przyszłości.

UE ma do odegrania w tym procesie bardzo ważną rolę. Obecne kłopoty banków pokazały bardzo poważny problem. Działalność banków obejmuje całą UE, podczas gdy przepisy w tej dziedzinie mają charakter zasadniczo krajowy. W rezultacie, w przypadku, gdy jakiś bank w jednym państwie członkowskim popada w kłopoty, depozytariusze mieszkający w pozostałych państwach członkowskich zastanawiają się, czy jeszcze kiedykolwiek zobaczą swoje oszczędności. Zasadnicze znaczenie ma zatem tworzenie wraz ze zintegrowanym rynkiem usług finansowych ogólnounijnego systemu nadzoru i kontroli.

W obliczu tych słabości systemu nadzoru i kontroli grupa ekspertów pod przewodnictwem Jacques'a de Larosière została poproszona o przedstawienie zaleceń, mających na celu wzmocnienie systemu nadzoru w Unii Europejskiej. Bez wątpienia jednym z głównych zadań Komisji w 2009 r. i w kolejnych latach będzie przedstawienie nowego systemu nadzoru oraz takich zmian przepisów, które zagwarantują, że w przyszłości nie będziemy już mieli do czynienia z kryzysem o takim zasięgu, jak ten obecny.

Wnioski

Conclusions

Żyjemy w świecie, w którym działalności gospodarcza ma charakter globalny, a regulacje i nadzór są zasadniczo domeną krajową. Mamy silnie zintegrowany sektor finansowy, lecz słabe przepisy, które go regulują. Unia Europejska będzie musiała podjąć się wiodącej roli w określaniu kształtu globalnego systemu finansowego w XXI wieku. Będzie musiała jednak również przeprowadzić wewnętrzne porządki w zakresie regulacji, tak, aby doprowadzić do powstania zintegrowanego rynku usług finansowych.

Są to zadania na najbliższą przyszłość i na perspektywę średniookresową. W chwili obecnej musimy zapobiec temu, aby obecne spowolnienie nie przekształciło się w głęboki strukturalny kryzys i nie postawiło pod znakiem zapytania 50 lat integracji europejskiej.

W epoce pokryzysowej decyzje o kształcie świata będą podejmowane w znacznie szerszym gronie. Rola Zachodu będzie nadal dominująca. Będzie jednak rosło znaczenie tych państw, które już dziś znajdują się w G-20, a co ważniejsze,

o kształcie świata będą decydować także znaczące, choć słabo kontrolowane, zachowania istotnych graczy nieobecnych w globalnych strukturach decyzyjnych. Nowa umowa globalna jest konieczna, a charakter kryzysu, jego dynamika i struktura pozwalają mi powiedzieć, że kształt tej umowy zaczyna się powoli wyłaniać. Potrzebna jest wola polityczna.

Kryzys gospodarczy. Co może zrobić Unia Europejska?

Streszczenie

W chwili obecnej mamy do czynienia z dwoma kryzysami, tj. z kryzysem finansowym i kryzysem gospodarki realnej. W Unii Europejskiej stoimy dziś w obliczu podwójnego wyzwania. Z jednej strony priorytetem jest zapobieżenie załamaniu się systemu finansowego. Z drugiej chodzi o przywrócenie zaufania do tego systemu, a co za tym idzie i do gospodarki rynkowej. UE ma do odegrania pierwszorzędą rolę w skoordynowanej naprawie własnej gospodarki, jak i pełni ważną rolę w globalnych działaniach koordynacyjnych. Ponadto, Unia musi już dziś myśleć o tym, jak będzie wyglądała Europa i świat po wyjściu kryzysu. To Unia Europejska będzie musiała podjąć się wiodącej roli w określaniu kształtu globalnego systemu finansowego w XXI wieku.

Economic crisis. What can the European Union do?

Summary

Nowadays we have to deal with two crises, i.e. the financial one and the real economic one. Within the European Union we face a double challenge. On one hand, the priority is to prevent the collapse of financial system. On the other, it is important to restore trust in the system, and consequently in the market economy. The EU has a fundamental role to play in coordinated repair of its own economy, but also an important role in global coordinating activities. Moreover, the Union has to think today of what Europe and the world will be like after overcoming the crisis. It is the European Union that will have to take a leading role in determining the shape of global financial system in the 21st century.

MACIEJ MATUSIAK

Wyższa Szkoła Marketingu i Zarządzania w Lesznie

Kryzys na rynku nieruchomości w USA

Crisis on the real estate market in USA

Wprowadzenie

Introduction

Od ponad ćwierćwiecza do czasu obecnego kryzysu, zapoczątkowanego turbulencjami na rynku nieruchomości w Stanach Zjednoczonych, gospodarka światowa odnotowała niebywały rozwój. USA jako centrum świata gospodarki rynkowej prawie nieprzerwanie osiągały coraz to nowe „rekordy” gospodarcze. Index akcji Dow-Jones wzrósł pomiędzy 1982 rokiem a lutym 2006 roku o ponad 1200%.¹ Niektóre kraje Azji rozwijały się w szybkim tempie i stawały się krajami kolejnego cudu gospodarczego. Gdzieś w określonych dziedzinach życia gospodarczego dochodziło wprawdzie do pogorszenia sytuacji gospodarczej lecz kryzysy albo posiadały lokalny charakter, albo były krótkotrwałe i nie nabrały wymiaru globalnego, ogarniającego istotne centra gospodarki światowej wraz z przynależnymi im peryferiami. Obecny kryzys ogarnął cały świat. Globalizacja gospodarki światowej oznacza, że rynek finansowy posiada także globalny charakter a procesy pozyskiwania kapitału ulegają istotnemu przyspieszeniu poprzez sekurytyzację aktywów nie tylko w skali lokalnej ale przede wszystkim w skali światowej. W wyniku prowadzonej polityki zadłużania się za granicą USA zasłużyły na tytuł „imperium długów”. Rządy, sektor przedsiębiorstw oraz społeczeństwo USA zadłuża się coraz bardziej finansując swoje potrzeby kapitałem zagranicznym.

Sekurytyzacja aktywów

Securitization of assets

Sekurytyzacja aktywów nie jest wynalazkiem końca dwudziestego wieku. Pierwsze procesy sekurytyzacyjne zaobserwować można w historii rozwoju gospodarki rynkowej dość wcześnie. Prekursorem sekurytyzacji były osiemnastowieczne Prusy, w których potrzeby finansowania najlepszej armii ówczesnej Europy inspirowały

¹ M.Otte, *Der Cash kommt*, Ullstein Buchverlage GmbH, Berlin 2009, s. 24.

władze skarbowe do wyemitowania obligacji zabezpieczonych wierzytelnościami hipotecznymi.² Współczesna postać sekurytyzacji pojawiła się w latach siedemdziesiątych ubiegłego stulecia. Sekurytyzacja, w ocenie jej entuzjastycznych zwolenników, prowadzi do wzrostu płynności papierów wartościowych, wzrostu efektywności rynków kapitałowych oraz do obniżenia kosztu kapitału pozyskiwanego przez pożyczkobiorców.³ Sekurytyzacja jest procesem pozyskiwania kapitału poprzez emisję papierów wartościowych zabezpieczonych aktywami.⁴

W literaturze przedmiotu znaleźć można różne opisy „technologii” sekurytyzacyjnych oraz różne klasyfikacje papierów dłużnych kreowanych w wyniku sekurytyzacji. Zazwyczaj mówi się o sekurytyzacji aktywów.⁵ Nie wdając się w tym miejscu w te dość techniczne kwestie mające jakkolwiek wpływ na zjawiska finansowe dokonujące się na styku emitent zabezpieczonych papierów wartościowych a inwestor nabywający papiery dłużne, dla potrzeb niniejszego opracowania używać będziemy określenia *Assets Backed Securities (ABS)* na oznaczenie dłużnych papierów wartościowych zabezpieczonych określonymi pozycjami aktywów. Papiery takie mogą być emitowane przy wykorzystaniu wszelkich aktywów, które przynoszą stałe dochody. Papiery powstałe w wyniku sekurytyzacji umożliwiają pozyskanie środków finansowych z długu na rozwinięcie skali i zakresu działalności gospodarczej.

Sekurytyzacja została odkryta ponownie w latach osiemdziesiątych ubiegłego wieku w USA i trafiła na bardzo podatny dla jej rozwoju grunt. Jak wspomniano wcześniej, w latach osiemdziesiątych w USA został zapoczątkowany niebywały wzrost gospodarczy. Amerykanie bogacili się w szybkim tempie, w coraz większym stopniu korzystając z możliwości zadłużania się w instytucjach finansowych. Zaczął realizować się mityczny wręcz *american dream*, w którym poczesną rolę odgrywała rozbudzona przed wieloma laty, w okresie Wielkiego Kryzysu lat 1929-33, potrzeba posiadania własnego domu. W odróżnieniu od Europejczyków, którzy chętniej niż na dom wydają pieniądze na podróże, jedzenie i kulturę Amerykanie jako jeden z filarów życiowych uznają posiadanie własnego domu. W okresie Wielkiego Kryzysu potrzebę tę spopularyzował niejako F.D.Roosevelt.⁶ Utworzono wówczas

² A.Waszkiewicz, „*Papierowe*” bogactwo sekurytyzacji, w: *Bank i Kredyt* nr 4/2004. Warto pamiętać, że to właśnie w Prusach powstała i rozwinęła się koncepcja kameralizmu jakże odmienna od merkantylistycznej myśli społeczno-ekonomicznej osiemnastowiecznej Europy. Autor niniejszego opracowania nie może oprzeć się pokusie, by choć wspomnieć o zasługach jakie położyli kameraliści dla rozwoju nauki skarbowości.

³ Por. E.F. Brigham, L.C. Gapenski, *Zarządzanie finansami*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2000, s. 707.

⁴ Max Otte oskarżycielskim tonem nazywa sekurytyzację maszynką służącą zadłużaniu się (*Verschuldungsmaschinerie*). Sekurytyzacja przyspieszyła istotnie, jego zdaniem, proces zadłużenia się przedsiębiorstw w skali dotychczas niespotykanej w gospodarce rynkowej. M.Otte, po.cit., s. 111.

⁵ Syntetyczne omówienie tych kwestii znaleźć można w cytowanym opracowaniu A.Waszkiewicz oraz A.Kosiński, *Sekurytyzacja aktywów*, Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa 1997, a także I.Kidacka, *Finanse zintegrowane*, Difin, Warszawa 2006.

⁶ Program reform społeczno-gospodarczych, *New Deal*, został wprowadzony w latach 1933-39.

Federal Housing Administration (FHA), której celem było, poprzez udzielanie gwarancji spłaty kredytów hipotecznych, umożliwienie kupna własnego domu uboższym warstwom społecznym. O ile FHA funkcjonowała zasadniczo jako system gwarancji kredytów hipotecznych, o tyle dwie następne instytucje są podmiotami skupiającymi wtórny rynek kredytów (wierzytelności) hipotecznych. Są to Federal National Mortgage Association (Fannie Mae) i Federal Home Loan Mortgage Corporation (Freddie Mac).

Federal National Mortgage Association została utworzona w 1938 roku w ramach koncepcji New Deal prezydenta Roosevelta w celu usprawnienia procesu finansowania zakupu domów przez Amerykanów.⁷ W 1968 roku została sprywatyzowana podczas rządów prezydenta Lyndona Johnsona. Pomimo tej prywatyzacji była w dalszym ciągu traktowana przez Amerykanów jeśli nie jako instytucja rządowa to jednak jako firma, której rząd nie opuścił w potrzebie. Ten specyficzny wyposażony w państwową charyzmę klimat otaczający firmę prywatną towarzyszył Fannie Mae do końca jej dni jako firmy prywatnej. Miała otwartą linię kredytową z FED-u, nie podlegała komisji papierów wartościowych giełd (SEC), nie podlegała również obowiązkowi podatkowemu w zakresie podatku dochodowego, a co więcej, mając ograniczone obowiązki informowania opinii publicznej o swej działalności, od 2004 roku zaprzestała podawać do wiadomości publicznej sprawozdania finansowe.

Polityka taniego pieniądza ***Cheap money policy***

Przyczyny obecnego kryzysu tkwią głęboko w przeszłości gospodarczej USA i prowadzonej przez FED polityce stóp procentowych. Od początku lat osiemdziesiątych zaobserwować można w USA wyraźną tendencję spadku stóp procentowych. Jeśliby wziąć pod uwagę bankowe stopy procentowe jako reakcję na realizowaną przez FED politykę stopy procentowej to można stwierdzić, że najwyższy poziom stóp procentowych w powojennej historii USA przypadł na okres końca lat siedemdziesiątych dwudziestego wieku. Wówczas to stopa procentowa, po której banki udzielały kredytów średnioterminowych swoim najlepszym klientom biznesowym, zaczęła wzrastać z poziomu 11,55% w końcu roku 1978, poprzez 15,25% w styczniu 1980 roku do poziomu 20,16% w styczniu 1981, by poprzez lekkie spadki między lutym a kwietniem osiągnąć znowu poziom przekraczający ponownie 20% we wrześniu tego roku. Było to historyczne apogeum wysokości bankowej stopy procentowej⁸. Po okresie recesji i walki z inflacją, która rozpoczął od 1979 roku ówczesny szef Rezerwy Federalnej, Paul Volker, bankowe stopy procentowe zaczęły spadać i w zasadzie nie przekroczyły nigdy poziomu 9,5%. W międzyczasie

⁷ W. Münchau, *Kernschmelze im Finanzsystem*, Carl Hanser Verlag, München 2008, s. 101.

⁸ www.federalreserve.gov/releases/H15/data/Monthly/H15_PRIME_NA.txt

zdarzały się oczywiście okresy gorszej koniunktury, w których FED manewrował stopą procentową, co wprawdzie znajdowało wyraz w wysokości bankowych stóp procentowych, jednakże poziom 9,5% był wartością maksymalną.

Od początku lat dziewięćdziesiątych poziom stopy funduszy federalnych zaczyna się zmieniać i wykazuje wyraźny spadkowy trend. „Druga fala” spadku tej stopy przypada właśnie na początek roku 2001. W tym okresie skumulowało się oddziaływanie zjawisk, które doprowadziły do gwałtownego boomu rynku nieruchomości. Te zjawiska to:

1. spadające z miesiąca na miesiąc stopy procentowe,
2. niski poziom cen nieruchomości (domów),
3. łatwość pozyskiwania kapitału przez instytucje finansowe poprzez sekurytyzację aktywów.

W 2001 roku po to, by utrzymać gospodarkę amerykańską w fazie wzrostu gospodarczego i zapobiec recesji FED kilkanaście razy obniżał stopę procentową. Stopa funduszy federalnych, jako podstawowa stopa krótkoterminowych pożyczek międzybankowych, która na początku roku 2001 wynosiła 6,5% już na koniec tegoż roku osiągnęła niski poziom 1,75%. Finalnie stopa funduszy federalnych spadła pod koniec czerwca 2003 roku do poziomu 1% osiągając najniższy od ponad czterdziestu lat poziom stóp procentowych w USA.⁹ Oznaczało to również istotny spadek ceny kredytu w ogóle, a kredytu na zakup domów w szczególności. Niskie stopy procentowe, niska cena kredytu w powiązaniu z początkowo niskimi cenami na rynku nieruchomości sprawiły, że możliwe stało się spełnienie marzeń o własnym domu. Kredyt uznawany był za normalne źródło finansowania zakupu domu. Ponadto, początkowo, wraz z rosnącymi zakupami finansowanymi kredytem hipotecznym i wynikającym stąd wzrostem popytu na domy, ceny domów zaczęły wzrastać.

Zjawisko wzrostu cen domów skłoniło banki do proponowania dotychczasowym klientom operacji zrefinansowania udzielonych wcześniej kredytów na nowych warunkach. Warunki te obejmowały nie tylko wysokość oprocentowania kredytu ale również jego kwotę. Stopa procentowa od udzielanych wówczas trzydziestoletnich kredytów hipotecznych spadła w roku 2001 z 8,8% na 6%. Oznaczało to, w powiązaniu ze wzrostem ceny domów, że dotychczasowy kredytobiorca mógł za kwotę dotychczas płaconych odsetek obsłużyć kredyt o większej wartości. Kredyt ten był w ocenie banków dobrze zabezpieczony na wyżej wycenionej przez rynek wartości domu. Wzrost ceny domów był dla banków wystarczającym powodem, dla którego proponowały dotychczasowym kredytobiorcom powiększenie kwoty kredytu, interpretując nowy stan rzeczy jako wzrost zdolności kredytowej klientów. Banki podwyższały więc wartość udzielanych kredytów a kredytobiorcy chętnie przy-

⁹ www.bankier.pl

mowali od banków dodatkową „dopłatę” do dotychczasowej wartości kredytu¹⁰. Rosnące ceny domów nie zastopowały wzrostu udzielanych kredytów hipotecznych, co więcej, obydwie strony stosunku kredytowego były zadowolone z panującej sytuacji, bowiem wzrost rynkowej ceny domów oznaczał także coraz lepsze zabezpieczenie kredytu.

Ceny domów rosły wraz ze wzrostem intensywności akcji kredytowej. Między 2002 a 2005 rokiem wzrosła mediana ceny domów z 158.300 dolarów do 208.500 dolarów. Ceny rosły najszybciej dla nieruchomości z wyższego segmentu (nieruchomości o charakterze luksusowym) oraz w wyszukanych i zawsze drogich lokalizacjach.¹¹

Spadek rynkowej stopy procentowej kredytów udzielanych na zakup domu skłaniał kredytobiorców także do renegocjowania bazy, na której opierano wysokość oprocentowania kredytu. Kredytobiorcy, którzy w latach poprzednich uzyskali kredyt hipoteczny na bazie stałej stopy procentowej, obserwując potanie kredytu masowo uzyskiwali w bankach zmianę bazy na zmienną stopę procentową. Tak też się działo w okresie następnych paru lat aż do czasu, w którym stopy zaczęły wzrastać. Nowe kredyty udzielane były najczęściej na bazie zmiennej stopy procentowej.

Niskie stopy procentowe i stopniowy wzrost cen nieruchomości wykreował grupę kredytobiorców, nabywców domów, nastawionych nie na zaspokojenie swoich potrzeb mieszkaniowych, lecz na spekulacje nieruchomościami. Kupowano nawet nie ukończone domy w nadziei, że po krótkim czasie będzie można sprzedać je drożej i osiągnąć solidną nadwyżkę ponad cenę zakupu.¹²

Wszystkie te zjawiska skutkowały ciągłym wzrostem popytu na nieruchomości a jednocześnie nakręcały całą gospodarkę USA poprzez powiązania sektora budowy domów z resztą gospodarki.

Praktyka sekurytyzacji ***Practice of securitization***

Jak wspomniano kredyty na zakup nieruchomości standardowo zabezpieczane były wpisami hipotecznymi. Kredyty hipoteczne udzielone przez bank stanowią aktywa bilansu banku, składnik majątku banku, który jako wierzytelność przysłu-

¹⁰ W samym tylko 2002 roku zrefinansowano na takich zasadach kredyty za zakup nieruchomości na kwotę 1,5 biliona dolarów. M. Otte, op. cit., s. 88-89.

¹¹ W roku 2005 cena apartamentu a Manhattanie wynosiła 1.400.000 dolarów, podczas gdy ten sam apartament dziesięć lat wcześniej kosztował 400.000 dolarów. Dom, który w 1987 roku kosztował 6,9 mln dolarów w roku 2005 byłby sprzedany za 50 mln dolarów. Ibidem, s. 91.

¹² Na przełomie 2003/2004 roku w Kalifornii sprzedawano domy nabyte zaledwie przed sześcioma miesiącami. Na Florydzie wielkie apartamentowce były kupione w ciągu paru dni przez spekulantów, których normalny udział w tego typu zakupach stanowi około 10%. Na sprzedaży mieszkań zyskiwano po roku kwotę do 100.000 dolarów. Ibidem, s. 91.

gująca bankowi wobec kredytobiorców hipotecznych powinna być przez nich obsługiwana w zaakceptowanym przez obydwie strony harmonogramie spłaty odsetek i kapitału. Źródła finansowania aktywów wyszczególnione są w bilansie banku po stronie pasywnej. Ze względu na to, że żaden bank nie udziela kredytów wyłącznie z środków własnych, co więcej, działalność kredytowa banku opiera się głównie na tzw. pasywach obcych, bank pozostawać musi instytucją zaufania publicznego. Bank dysponuje środkami tych wszystkich obywateli i instytucji, które zaufały mu, powierzyły mu swoje oszczędności będąc przekonanymi, że bank w stosownym czasie zwróci im powierzone kwoty wraz z odsetkami. Jest to bardzo ważny aspekt społeczny funkcjonowania banku, stąd też władza monetarna, jaką jest bank centralny, w bardzo rygorystyczny sposób reguluje w postaci tzw. reguł ostrożnościowych całość stosunków składających się na bezpieczeństwo środków powierzonych bankom. Granicę akcji kredytowej wyznaczają:

1. zasoby gotówki, których wysokość zależy, *ceteris paribus*, od pozostających w dyspozycji banku funduszy (pasywa),
2. regulacje władzy monetarnej określające proporcje pomiędzy udzielanymi kredytami a posiadanymi kapitałami własnymi, zasobami gotówki, itd.

W wyniku intensywnej akcji kredytowej prowadzonej przez banki udzielające kredyty hipoteczne banki wyczerpywały pozostające w ich dyspozycji środki. Musiały więc, w celu kontynuacji akcji kredytowej, pozyskać nowe, dodatkowe środki. Problem pozyskania środków rozwiązano poprzez sekurytyzację aktywów. Znajdujące się w aktywach banków wierzytelności z tytułu udzielonych kredytów hipotecznych zabezpieczone były hipotekami ustanowionymi na kredytowanych nieruchomościach. Banki posiadały więc w swoich aktywach klasyczne wręcz dla potrzeb sekurytyzacji aktywa przynoszące regularny przychód w postaci odsetek płaconych przez kredytobiorców oraz zwrot kapitału kredytu.

Proces sekurytyzacji zmierzający do pozyskania dodatkowych środków umożliwiających kontynuowanie akcji kredytowej dokonywał się, między innymi, poprzez powołanie przez bank spółki celowego przeznaczenia o charakterze funduszy inwestycyjnych emitujących instrumenty dłużne.¹³ Spółce tej banki sprzedawały wierzytelności z tytułu udzielonych kredytów hipotecznych. W zamian uzyskiwały kwotę, która powiększała ich zasoby gotówkowe, umożliwiała wzrost podaży kredytu i dalsze kredytowanie zakupów domów. Powołane przez banki spółki celowego przeznaczenia stały się jednym z podmiotów wtórnego rynku kredytów hipotecznych. Na rynku tym dokonywał się obrót wierzytelnościami hipotecznymi z tytułu kredytów udzielonych na rynku pierwotnym.

¹³ Zdaniem G. Sorosa banki „...wydzielały swoje najbardziej ryzykowne kredyty hipoteczne do funduszy emitujących instrumenty CDO (collateralized debt obligations)”. G.Soros, *Nowy paradygmat rynków kapitałowych*, MT Biznes Sp. z o.o., Warszawa 2008, s. 18.

W ten sposób banki pozbywały się ze swoich bilansów wierzytelności hipotecznych zastępując je wpływem gotówki. W wyniku tej operacji zmieniała się struktura aktywów banku: wierzytelności z tytułu udzielonych kredytów hipotecznych zastępowane były przez gotówkę. Spółka celowa emitowała ABS-y, papiery dłużne zabezpieczone wierzytelnościami z tytułu udzielonych kredytów hipotecznych, dokonywała ich klasyfikacji w transze różniące się oceną ryzyka. Transze najbardziej obciążone ryzykiem oferowały najwyższe stopy zwrotu. Następnie spółka celowa sprzedawała ABS-y, pozyskując w ten sposób gotówkę. Nabywcami byli inwestorzy indywidualni bądź instytucjonalni.

ABS-y sprzedawane w powyżej zaprezentowany sposób były wierzytelnościami o jednorodnym charakterze. Bazę ich klasyfikacji stanowiły jednorodne pod względem rodzaju wierzytelności: wierzytelności z tytułu udzielonych kredytów hipotecznych zabezpieczonych hipotekami ustanowionymi na kredytowanych nieruchomościach. Spółki celowe zachęcone z pewnością dużą chłonnością rynku finansowego, który upewniony przez agencje ratingowe chętnie kupował ABS-y, wykreowały kolejny instrument finansowy należący do grupy derywatów, a mianowicie tzw. Collateralized Debt Obligations (CDO)¹⁴. Podstawą kreacji obligacji typu CDO stanowiły nie tylko wierzytelności hipoteczne ale również, wierzytelności z tytułu udzielonych kredytów na zakup samochodów czy inne wierzytelności z tytułu udzielonych kredytów o charakterze konsumenckim.¹⁵ Również i w tym przypadku CDO podzielone były na klasy ryzyka (transze) i zróżnicowane pod względem oferowanej stopy zwrotu. Banki inwestycyjne brały aktywny udział w procesie sekurytyzacji. Kupowały wierzytelności od banków udzielających kredyty hipoteczne i kreowały instrumenty typu CDO. Banki inwestycyjne wykreowały także na bazie podzielonych uprzednio na transze instrumentów CDO także CDO₂ a nawet CDO₃. Oznaczało to oderwanie kreacji CDO od aktywów je zabezpieczających.¹⁶ Od tego momentu kreacja instrumentów typu CDO wymknęła się jakiegokolwiek kontroli.¹⁷ Agencje ratingowe przyznawały wysokie oceny również i tym instrumentom a rynek finansowy, krajowy i międzynarodowy, równie chętnie je kupował dostarczając bankom kolejnych środków powiększających podaż kredytów hipotecznych.

Podmiotami wtórnego rynku wierzytelności hipotecznych, obok banków inwestycyjnych, były quasi rządowe instytucje, wśród których zasadniczą rolę pełniły Fannie Mae i Freddie Mac.¹⁸ Instytucje te emitowały instrument finansowy zalicza-

¹⁴ Niektórzy autorzy wiążą pojawienie się tego instrumentu z powstaniem kredytów typu subprime. W tym też znaczeniu można by uznać, że obligacje CDO miały zdywersyfikować ryzyko pomiędzy różne dziedziny kredytowania. Dodać należy, że podstawą kreowania CDO była specyficzna postać ABS-ów, a mianowicie MBS-y.

¹⁵ Również wierzytelności powstałe w wyniku posługiwania się kartami kredytowymi. D.Müller, *Crashkurs*, Droemer Verlag, München 2009, s. 83.

¹⁶ Por. G. Soros, op. cit., s. 19.

¹⁷ Banki inwestycyjne a także fundusze hedgingowe nie podlegały kontroli FED.

¹⁸ Mechanizm sekurytyzacji przedstawiony zostanie na przykładzie Fannie Mae.

ny do grupy derywatów określony mianem Mortgage Backed Securies (MBS)¹⁹. MBS jest zabezpieczonym papierem wartościowym o charakterze dłużnym. Zabezpieczenie stanowi wierzytelność z tytułu udzielonego kredytu hipotecznego wraz z przysługującymi tej wierzytelności prawami.

Mechanizm funkcjonowania Fannie Mae na wtórnym rynku kredytów hipotecznych przedstawiał się jak poniżej :

1. bank komercyjny udzielał kredytobiorcy kredytu na zakup domu zabezpieczając go wpisem hipotecznym na kredytowanej nieruchomości.
2. bank sprzedawał wierzytelność z tytułu udzielonego kredytu hipotecznego instytucji typu Fannie Mae.
3. w aktywach Fannie Mae posiadała wierzytelność z tytułu udzielonego przez bank kredytu na zakup domu wraz z przysługującymi jej prawami, w tym prawa do odsetek i ograniczonego prawa rzeczowego, jakim jest hipoteka. Fannie Mae posiadała więc aktywa zabezpieczone wierzytelnością hipoteczną. Sekurytyzacja zabezpieczonych aktywów polegała na tym, że emitowała Mortgage Backed Securies (MBS), do których przywiązane były prawa do odsetek i wykupu wierzytelności na jaką opiewał ten dłużny papier wartościowy. Agencje ratingowe nadawały MBS-om wysokie ratingi, ponieważ Fannie Mae traktowana była jako instytucja quasi rządowa.
4. emisja MBS-ów plasowana była wśród inwestorów takich jak: inwestorzy indywidualni, fundusze emerytalne, instytucje i fundusze ubezpieczeniowe itp., którzy bardzo chętnie je kupowały zważywszy rating MBS-ów i renomę instytucji quasi rządowej.
5. Fannie Mae płacąc bankom za zakupione wierzytelności hipoteczne zasilala je w środki umożliwiające powiększenie akcji kredytowej (podaży kredytów).
6. kredytobiorcy, których wierzytelności hipoteczne wobec banku sprzedane zostały Fannie Mae stawali się dłużnikami tej instytucji i zobowiązani byli do obsługi kredytu wobec Fannie Mae.

Kredyty subprime Loans for subprime groups

Zaprezentowany powyżej mechanizm sekurytyzacji z posiadał istotną słabą stronę. W jego wyniku banki oraz instytucje pozabankowe, jako instytucje pierwotnego rynku kredytów hipotecznych, rozluźniły procedury kredytowe. Banki i instytucje pozabankowe udzielające kredyty hipoteczne przekształciły się w pośredników finansowych, którzy rozluźnili procedury kredytowe. Sprzedając wierzytelności hipoteczne np. bankom inwestycyjnym nie były zainteresowane dobrą jakością udziela-

¹⁹ MBS jest instrumentem typu ABS.

nych kredytów. Wynagrodzenie banków w kontaktach z rynkiem wtórnym nie zależało od rzetelności obsługi kredytów w przyszłości. Wierzytelności z tytułu udzielonych przez banki kredytów na zakup domów stawały się na krótko tylko aktywami banków, które szybko mogły być sprzedane podmiotom rynku wtórnego z godziwym zarobkiem, zamienione na gotówkę umożliwiającą udzielanie dalszych kredytów. Wydawało się, że powstało swoiste perpetuum mobile. Ten aspekt działania rynku wtórnego w powiązaniu z coraz większą euforią na rynku nieruchomości doprowadził do wygenerowania sektora kredytów typu subprime.

Kredyty za zakup domów udzielane były przez banki lub instytucje pozabankowe, które dostrzegły w tej działalności świetny interes. Rosły prowizje pośredników, rosły zyski banków i instytucji finansowych dostarczających im kapitał. Zabezpieczeniem kredytów na zakup nieruchomości jest standardowo hipoteka ustanowiona na kredytowanej nieruchomości. Kredyt jest dobrze zabezpieczony wówczas, gdy wartość wpisu hipotecznego jest niższa niż wartość rynkowa domu, będącego przedmiotem kredytowania. Im wyższa nadwyżka wartości rynkowej domu nad wartością wpisu hipotecznego, tym zabezpieczenie kredytu jest lepsze. Stąd też banki zazwyczaj żądają od kredytobiorców tzw. wkładu własnego. Im wkład ten jest większy, tym mniejszy kredyt musi uzyskać potencjalny klient banku i tym lepiej, w ocenie banku, zabezpieczony jest kredyt. Problem powstaje jednak wówczas, kiedy bank nie żąda odpowiedniej wielkości wkładu własnego i kredytuje w całości zakup nieruchomości. Każdy, choćby minimalny spadek wartości rynkowej domu (ceny rynkowej) sprawia, że kredyt staje się gorzej zabezpieczony. W przypadku wypowiedzenia przez bank takiego kredytu, pominiawszy dodatkowe koszty związane z egzekucją, bank nie odzyska całej jego kwoty. W przypadku, gdyby bank nie sprawdzał wiarygodności kredytowej potencjalnego klienta, jego zdolności kredytowej i udzielił mu kredytu w wysokości 100% ceny rynkowej oraz zabezpieczył kredyt wyłącznie hipoteką na kredytowanej nieruchomości należałoby określić takie postępowanie banku jako wysoce lekkomyślne. Takie właśnie postępowanie banków dało się zauważyć w sytuacji ciągle rosnącego rynku nieruchomości w USA.²⁰

Na rynku pojawiła się instytucja kredytu określanego mianem subprime²¹, który to kredyty przybrały dwie formy:

1. kredyty udzielane na bardzo korzystnych dla kredytobiorców warunkach.

W początkowym okresie po udzieleniu kredytu kredytobiorca płacił albo nie-

²⁰ Zabezpieczenie kredytu wyłącznie na kredytowanej nieruchomości było w USA regułą. W przypadku braku spłaty kredytu bank mógł wszcząć egzekucję wyłącznie na kredytowanej nieruchomości. Tego typu kredyty określa się mianem „nonrecourse loans”. Por. H.-W. Sinn, *Kasino Kapitalismus*, Ullstein Buchverlage GmbH, Berlin 2009, s.106.

²¹ Kredyty typu subprime stanowiły 20% udzielonych kredytów w roku 2005. Niektóre z tych kredytów określane są jako kredyty „ninja” – no income, no job, no assets. G. Soros, op. cit., s. 17

wielkie odsetki albo nie płacił ich wcale. Raty kapitałowe też były w tym okresie również niewielkie.²²

2. kredyty zwane kredytami oszustów (liar loans). Były to kredyty, które udzielane były bez rzetelnego sprawdzenia dokumentów stwierdzających zdolność kredytową, często dokumenty te były fałszowane.

Klientami banków i instytucji pozabankowych w sektorze subprime byli zazwyczaj ludzie, którzy nie posiadali klasycznie pojmowanej zdolności kredytowej. Bardzo często byli to bardzo ubodzy emigranci z krajów rozwijających się.²³

Banki z pewnością zdawały sobie sprawę, że istotną część udzielanych przez nie kredytów hipotecznych stanowią kredyty złej jakości, które w momencie ich udzielenia nie rokują rzetelnej obsługi. Jest bardzo prawdopodobne, że udzielenie takiego kredytu banki usprawiedliwiałały korzystną do pewnego momentu sytuacją dla spekulacyjnych zakupów nieruchomości. Kredytobiorca, który nie posiadał zdolności kredytowej, mógł stosunkowo szybko sprzedać z zyskiem zakupioną uprzednio na kredyt nieruchomość. Banki zdawały sobie sprawę także z konieczności zabezpieczenia kredytów w ogóle, a kredytów typu subprime w szczególności. Instrumentem, który na skale masową posłużył do przeniesienia ryzyka banków na innych uczestników rynku kapitałowego był instrument należący do grupy derywatów, a mianowicie Credit Default Swap (CDS), który jest instrumentem zabezpieczenia ryzyka niespłacenia kredytu.²⁴

Załamanie na rynku nieruchomości Crash on the real estate market

Rynek nieruchomości rozgrzewał się coraz bardziej. Banki udzielały kredytów na zakup domów, następnie albo sprzedawały wierzytelności z tytułu udzielenia tych kredytów innym instytucjom finansowym albo same dokonywały procesu sekurytyzacji w celu pozyskania środków, które wykorzystywały na udzielanie kolejnych kredytów na zakup domów. Sekurytyzacja jako narzędzie pozyskiwania środków dla banków w celu zwiększenia podaży kredytów zataczała coraz to szersze kręgi. USA drenowały w ten sposób międzynarodowy rynek kapitałowy wpompując do swej gospodarki kolejne dawki płynności, co groziło - poprzez kreację pieniądza bankowego - wzmocnieniem procesów inflacyjnych. Niektóre zagraniczne instytucje finansowe były pełne amerykańskich dłużnych papierów wartościowych

²² Do tego rodzaju kredytów zaliczyć można kredyty określane mianem „2+28” udzielane na okres trzydziestu lat. Liczba 2 oznacza okres niewielkich, ulgowych obciążeń kredytowych. Natomiast w następnych latach (28) obsługa kredytu znacznie wzrastała. Por. M.Otte, op. cit., s. 99, D.Müller, op. cit., s. 81.

²³ Por. G. Spannbaauer, *Finanzcrash*, Jochen Kopp Verlag, Rottenburg 2009, s. 22.

²⁴ Wartość nominalna swapów typu CDS w roku 2008 wynosiła 60 bilionów dolarów. Por. AIG braucht nach Megaverlust ernst Staatsgeld, Handelsblatt 02.03.2009, www.handelsblatt.com. Natomiast w roku 2000 wartość swapów CDS szacowana była na poziomie 1 biliona dolarów. G.Soros, op. cit., 2008, s. 20.

opartych na wierzytelnościach hipotecznych. W szczególności chętnie nabywane były MBS-y emitowane przez Fannie Mae. USA od dłuższego już czasu nazywane są imperium długów. Amerykanie są najbardziej zadłużonym społeczeństwem świata. Jednakże makroekonomiczna ocena tego zjawiska nie może być jednoznaczna. Z jednej strony USA drenują od lat światowy rynek kapitałowy, z drugiej jednak gotówka (płynność) wpompowana w amerykański system finansowy generuje ogromny popyt na dobra produkowane przez tzw. kraje nadwyżkowe np. Chiny, RFN czy Japonię. Bez finansowanego kredytem, „rozpasanego” konsumenta amerykańskiego wzrost gospodarczy świata nie byłby niestety możliwy.

To perpetuum mobile przerwały trzy zjawiska:

1. decyzja FED o stopniowym podwyższaniu stopy procentowej,
2. kredyty typu subprime weszły w fazę normalnej spłaty,
3. kumulacja rosnącej podaży nowych domów.²⁵

Jak wspomniano wcześniej, najniższy od ponad czterdziestu lat poziom stopy funduszy federalnych odnotowano w połowie 2003 roku. Stopa procentowa osiągnęła wówczas wysokość 1%. Ten nadzwyczaj niski poziom nie mógł pozostać bez wpływu na kwotowania kredytów hipotecznych. Spadek stopy jako ceny kredytu z pewnością był jednym z głównych czynników rozkręcania się spirali: kredyty (kreacja pieniądza bankowego) – sekurytyzacja – dodatkowe środki – kredyty – sekurytyzacja – itd., itd. Od połowy 2004 roku FED zaczyna prowadzić politykę drożęjącego pieniądza wykorzystując w tym celu stopniowe podwyższanie stopy procentowej. Gospodarka USA znalazła się wówczas pod presją inflacyjną i FED zmuszony był podjąć środki przeciwdziałające inflacji. Poczynając od 30 czerwca 2004 roku, kolejne podwyżki stopy funduszy federalnych, każda w wysokości 0,25%, dokonywane były dość regularnie co miesiąc lub co dwa miesiące. W połowie roku 2006 stopa osiągnęła poziom 5,25% i utrzymała ten poziom do początku sierpnia 2007 roku.²⁶ Kolejne wzrosty stopy procentowej nie pozostawały bez wpływu na oprocentowanie kredytów hipotecznych, które albo udzielane były pierwotnie na bazie zmiennej stopy procentowej albo zmienna stopa procentowa została wprowadzona do umów poprzez renegocjacje warunków kredytowych.²⁷ Słabsi pod względem ekonomicznym kredytobiorcy nie byli w stanie obsłużyć rosnących odsetek od kredytów hipotecznych. Już w drugim kwartale 2005 roku

²⁵ Firmy budowlane zachęcane wzrostem cen domów systematycznie zwiększały ich podaż. W czwartym kwartale 2005 roku osiągnięty został najwyższy, od czasów wojny koreańskiej (1950-51), udział budownictwa mieszkaniowego w PKB USA i wyniósł 6,3%. Wielka podaż nowych domów załamała rynek i spowodowała, że cen domów w 2006 roku zaczęły spadać. R.J.Shiller, *Die Subprime Lösung*, Börsenbuchverlag, Kulmbach 2008, s.25. Z pewnością rosnąca podaż nowych domów wzmocniła oddziaływanie czynników wymienionych w punktach 1 i 2.

²⁶ www.bankier.pl

²⁷ Dotyczy to kredytobiorców, którzy pod wpływem spadających od 2001 roku stóp procentowych dokonali w negocjacjach z bankami zmiany bazy stopy procentowej ze stałej na zmienną.

niewiele ponad 10% kredytobiorców, którzy posiadali kredyty oparte na zmiennej stopie procentowej utraciło płynność i zaprzestało obsługi kredytów.²⁸

Ponadto jednocześnie kredyty typu subprime weszły w fazę konieczności wypełnienia bardziej rygorystycznych zobowiązań, wynikających z zawartych przed dwoma laty umów kredytowych²⁹. Po okresie swoistej ulgi w obsłudze kredytu nadszedł okres normalnych płatności. Ze względów, o których wspomniano dotychczas, kredyty te nie mogły być „normalnie” obsługiwane³⁰.

Banki początkowo, w trosce o swój image i jakość prezentowanych publicznie bilansów, „tłumiły” objawy nadchodzącego kryzysu i nie dokonywały przymusowych licytacji domów, udzielając nowych kredytów refinansujących dotychczasowe, na jeszcze bardziej łagodnych warunkach. Między rokiem 2005 a 2007 banki kamuflowały groźną dla gospodarki USA sytuację. Jednakże wraz z dalszym pogarszaniem się obsługi kredytów³¹ musiały zareagować przejmowaniem domów, co – ze względu na masowy charakter zjawiska – spowodowało spadek cen domów.

Opublikowany na początku marca 2007 roku raport Mortgage Bankers Association prezentujący zły stan rynku nieruchomości w USA wywołał spadki na giełdzie nowojorskiej i wyprzedaż akcji firm sektora finansowego.³² Kiedy w czerwcu 2007 roku dwa fundusze hedgingowe, inwestujące w papiery oparte na hipotekach typu subprime, nowojorskiego banku Bear Stearns utraciły płynność rozpoczęła się gwałtowna sprzedaż akcji sektora finansowego. Spadek cen akcji i papierów dłużnych opartych na kredytach hipotecznych ogarnął cały sektor finansowy.³³ Ceny nieruchomości zaczęły szybko spadać, popyt na nieruchomości spadł niemalże do zera a banki wszczęły masowe egzekucje kredytów hipotecznych, co jeszcze bardziej przyspieszyło spadek cen. Agencje ratingowe błyskawicznie dokonały prawdziwej reorientacji w ocenie derywatów opartych na kredytach hipotecznych i zaklasyfikowały je jako „śmieci”.

Rozpoczął się największy w okresie powojennym kryzys finansowy ogarniający cały świat. Na przełomie lipca i sierpnia 2007 roku banki niemieckie: IKB, SachsenLandesBank (SachsenLB), WestLandesBank (WestLB) oraz BayernLandesBank (BayernLB) poinformowały o utracie płynności z powodu zaangażowania w papiery oparte na wierzytelnościach hipotecznych. We wrześniu spanikowani klienci

²⁸ M. Otte, op. cit., s. 98.

²⁹ W drugim kwartale 2005 roku 4,34% ogółu kredytobiorców nie obsługiwało już kredytów hipotecznych a 1,83% znalazło się w poważnej zwołce. Ibidem, s. 98. Niemieccy autorzy podkreślają, że „upadek” kredytów subprime nie byłby tak gwałtowny i istotny dla gospodarki USA, gdyby umowy kredytowe zawarte były na bazie stałych stóp procentowych, obejmujących przynajmniej kilkunastoletni okres spłaty kredytu.

³⁰ Por. D. Müller, op. cit., s. 83.

³¹ Na początku 2007 roku Mortgage Bankers Association opublikowała raport, według którego w czwartym kwartale 2006 roku 2,57% najlepszych kredytobiorców zalegało przynajmniej z jedną miesięczną spłatą kredytu. Jednocześnie liczba kredytów, które mogły nie być spłacone wzrosła do 13,33%. <http://www.bankier.pl>

³² Pierwszym widocznym sygnałem wkroczenia w fazę kryzysu było podanie do wiadomości strat na kredytach subprime, które poniósł jeden z największych banków świata, HSBC. M. Otte, op. cit., s. 92.

³³ Ceny papierów opartych na hipotekach spadły o 70%.

szturmowali Bank Northern Rock. Bank Anglii i rząd zagwarantowały depozyty w tym banku. Finalnie bank został przejęty przez państwo.

W styczniu 2008 roku Kongres Stanów Zjednoczonych zaaprobował program pomocy rządowej dla sektora bankowego w kwocie 150 mld dolarów.³⁴ W marcu tego roku jeden z piątki wiodących banków inwestycyjnych w USA, wspomniany już Bear Stearns, na krótko przed całkowitym załamaniem przejęty został przez J.P. Morgan Chase.³⁵ Miesiąc wrzesień 2008 roku należy do najczarniejszych miesięcy amerykańskiego sektora finansowego. Na początku miesiąca rząd zmuszony był przejąć kontrolę nad Fannie Mae i Freddie Mac. W połowie miesiąca bank inwestycyjny Lehmann Brothers ogłosił utratę płynności.³⁶ Tego samego dnia kolejny bank inwestycyjny, Merrill Lynch, po utracie płynności przejęty został przez Bank of America. W dwa dni później FED udzielił AIG kredytu w kwocie 85 mld dolarów na podtrzymanie płynności.³⁷ W dniu 19 września rząd ogłosił program ratunkowy dla sektora finansowego w wysokości 700 mld dolarów (tzw. plan Paulsona). Ostatnie dwa z dużych banków inwestycyjnych, Goldmann Sachs i Morgan Stanley, dokonały tego dnia błyskawicznej zmiany swego statusu z banku inwestycyjnego na „zwykły” bank komercyjny, zapewniając sobie w ten sposób płynnościowy parasol FED. Największa amerykańska kasa oszczędnościowa, Washington Mutual, załamała się płynnościowo i została przejęta przez J.P.Morgan Chase. W dniu 29 września rząd niemiecki podjął decyzję o wpompowaniu do monachijskiego banku Hypo Real Estate (HRE) 35 mld euro chroniąc go przed całkowitą utratą płynności.³⁸ Rząd Irlandii w dniu 29 września udzielił gwarancji na wkłady zdeponowane w sześciu dużych bankach kraju.³⁹ Wymienione wyżej zdarzenia stanowiły początek fali, która rozlała się na cały świat. W następnych miesiącach kryzys „przeniósł się” na realną gospodarkę, a pierwszymi jego „ofiarami” były amerykańskie koncerny samochodowe. Pojawiły się reakcje ograniczania produkcji, przygotowania do zwolnień pracowników, itp.⁴⁰

Wiele instytucji finansowych całego świata posiada w swoich bilansach derywaty oparte na wierzytelnościach hipotecznych. Szacuje się, że instytucjom w Azji i Europie sprzedano około 80% tego typu derywatów.⁴¹ Dokładnie nikt nie wie jednak ile tzw. toksycznych aktywów posiada światowy sektor finansowy. Inwestorzy, którzy do tej pory chętnie nabywali CDO, MBS-y i podobne im derywaty wstrzy-

³⁴ Jakże naiwnie wówczas oceniano potrzeby dokapitalizowania sektora finansowego.

³⁵ Wskutek kryzysu dokona się z pewnością konsolidacja sektora finansowego.

³⁶ I wkrótce zbankrutował nie otrzymawszy znikąd wsparcia finansowego. Jest to jedyny przypadek bankructwa tak dużej instytucji finansowej w USA. Opinia, że rząd przestraszył się skutków upadku tego banku nie jest pozbawiona racji.

³⁷ Finalnie AIG została beneficjentem pomocy w wysokości około 160 mld dolarów.

³⁸ Wysokość pomocy była później zwiększona. Dziś rząd niemiecki podjął próbę całkowitego przejęcia HRE.

³⁹ W dniu 7 października 2008 roku rząd przejął kontrolę nad systemem bankowym.

⁴⁰ Prezentacja chronologii kryzysu przekracza ramy niniejszego opracowania. Swoistą kronikę kryzysu publikuje Handelsblatt w swoich wydaniach internetowych: www.handelsblatt.com

⁴¹ G. Spannbaauer, op. cit., s. 24.

mali dopływ kapitału do USA. Banki i cały sektor finansowy z dnia na dzień zaprzestał udzielania kredytów między podmiotami sektora oraz kredytów dla sfery przedsiębiorstw i konsumentów. Brak zaufania jest jedną z najgorszych konsekwencji obecnego kryzysu.

Bibliografia

Bibliography

Brigham E.F., Gapenski L.C., *Zarządzanie finansami*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2000.

Kidacka I., *Finanse zintegrowane*, Difin, Warszawa 2006.

Kosiński A., *Sekurytyzacja aktywów*, Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa 1997.

Müller D., *Crashkurs*, Droemer Verlag, München 2009.

Münchau W., *Kernschmelze im Finanzsystem*, Carl Hanser Verlag, München 2008.

Otte Max, *Der Cash kommt*, Ullstein Buchverlage GmbH, Berlin 2009.

Shiller R.J., *Die Subprime Lösung*, Börsenbuchverlag, Kulmbach 2008.

Sinn H-W., *Kasino Kapitalismus*, Ullstein Buchverlage GmbH, Berlin 2009.

Soros G., *Nowy paradygmat rynków finansowych*, MT Biznes Sp. z o.o., Warszawa 2008.

Spannbauer G., *Finanzcrash*, Jochen Kopp Verlag, Rottenberg 2009.

Waszkiewicz A., „*Papierowe*” bogactwo sekurytyzacji, w: Bank i Kredyt nr 4/2004.

<http://www.bankier.pl>.

<http://federalreserve.gov>

<http://www.handelsblatt.com>

<http://www.psz.pl>

Kryzys na rynku nieruchomości w USA

Streszczenie

Niski poziom stóp procentowych w powiązaniu z niewysokimi cenami nieruchomości sprawił, że Amerykanie, poczynając od 2001 roku, mogli urzeczywistnić jeden z elementów american dream, a mianowicie, posiadanie własnego domu. Zakupy domów finansowane były kredytem hipotecznym. Wzrost popytu na domy prowadził do systematycznego wzrostu cen domów. Wzrost popytu na kredyt zachęcał instytucje finansowe do pozyskiwania środków poprzez sekurytyzację aktywów. W ten sposób gospodarka USA zalewana była falami gotówki umożliwiającej kreację pieniądza bankowego na ogromną skalę. Instytucje finansowe USA drenowały międzynarodowy rynek kapitałowy poprzez sprzedaż derywatów opartych, głównie, na wierzytelnościach hipotecznych. Banki udzielające kredyty hipoteczne rozluźniły dyscyplinę kredytową i wykreowały kre-

dyty typu subprime. Lekkoomyślnie przyznawano kredyt osobom, które nie były w stanie ich w przyszłości obsłużyć. Pojawiło się zjawisko swoistego transferu ryzyka z banków udzielających kredyty hipoteczne, poprzez instytucje rynku wtórnego na finalnego inwestora, który w oparciu o nierzetelne, jak się później okazało, oceny agencji ratingowych lokował swoje środki w toksycznych aktywach.

Systematyczny wzrost stóp procentowych od drugiej połowy 2003 roku oraz brak obsługi kredytów, początkowo tylko z sektora subprime, spowodował już w roku 2005 pojawienie się pierwszych oznak kryzysu, które w latach późniejszych przybrały postać procesów masowych: załamania się obsługi kredytów, przejmowania domów przez banki, spadku cen nieruchomości i spadku popytu na domy. W 2007 roku pierwsze instytucje finansowe ogłosiły utratę płynności, pojawiły się pierwsze bankructwa. Giełda zareagowała silną przeceną akcji firm sektora finansowego. Banki wstrzymały działalność kredytową zarówno wewnątrz sektora finansowego jak również poprzez zaniechanie kredytowania sfery przedsiębiorstw. Te zachowania doprowadziły do perturbacji w tzw. sferze realnej.

Niechlubną rolę odegrali w kryzysie agencje ratingowe, które nierzetelnie zidentyfikowały i oceniły ryzyko papierów dłużnych wyemitowanych na bazie wierzytelności hipotecznych.

Crisis on the real estate market in USA

Summary

Low level of interest rates as coupled with low prices of real estate enabled the Americans, starting from 2001, to pursue one of the elements of the American Dream, which is possession of the own house. House purchases were financed with mortgage loans. Increase in demand for prices led to consistent in real estate prices. Increase in demand for loans urged financial institutions to raise money mainly through securitization of assets. Consequently the US economy was glutted with high tides of cash money making it possible to create banking cash on a big scale. American financial institutions were draining money from the international capital market by sale of derivatives, based mainly on mortgage debts. Banks that were granting mortgage loans somewhat relaxed their procedures for granting mortgage loans, and created loan products for customers of subprime groups. Loans were frivolously granted to people who on the long run were incapable of making regular repayments. A phenomenon of specific transfer of risk occurred – from banks that were granting loans, via intermediary institutions of secondary market, onto the final investors who, basing on appraisals of rating agencies (acting far from honesty as it turned out afterwards), were allocating their means in toxic assets.

Systematic increase of interest rates starting from the second half of 2003 and lack of service of loans, at first granted to subprime sector, as early as in 2005 resulted in occurrence of first symptom of crisis, that in the next years turned to collapse of service of loans, taking over real estate by banks, slump in prices of real estate and decrease in demand for houses. In 2007 first banks announced their insolvency and first bankruptcies were announced. The stock exchange reacted with strong price reductions of shares of financial sector companies. Banks halted their lending operations, both within financial sector, and abandoned lending to companies. Those manners led to perturbations in so-called real sphere.

Disgraceful role was played by rating agencies who carelessly identified and estimated risks of debentures issued on the basis of mortgage loans.

STEFAN BOSIACKI, PAWEŁ RYDLEWSKI

Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu

Wielkomiejskie centra i galerie handlowe jako miejsca rekreacji i atrakcje turystyczne

Urban shopping and galleries as the touristic attraction and recreation places

1. Wprowadzenie Introduction

Czas wolny, stanowiąc jeden z najważniejszych elementów życia współczesnego człowieka, może być przeznaczany na różne mniej lub bardziej społecznie pożądane formy aktywności człowieka, wśród których poczesne miejsca zajmują turystyka i rekreacja.

Zarówno rekreacja, jak i turystyka, jako pojęcia oraz zjawiska społeczno-ekonomiczne wydają się być powszechnie znane i właściwie rozumiane. Jednak próby naukowego uściślenia obu ww. terminów budzą nadal kontrowersje, co sprawia, iż w badaniach naukowych obu tych sfer spotyka się często krańcowo różne podejścia terminologiczne.

I tak, określenie rekreacja przez długi czas używane było zamiennie z pojęciem czas wolny, chociaż terminy te nie są synonimami. Współcześnie rekreacja oznacza najogólniej wszelkie aktywności podejmowane przez człowieka w czasie wolnym, czyli takim, który pozostaje nam po wykonaniu czynności koniecznych, związanych z pracą zawodową, życiem rodzinnym i społecznym. Rekreację możemy zatem rozważać jedynie w znaczeniu atrybutowym (czynnościowym), nie zaś w kategorii czasu¹.

Wśród różnych definicji rekreacji z praktycznego punktu widzenia najwłaściwsze wydają się te, które traktują rekreację jako zjawisko społeczno-kulturowe o zasięgu światowym, związane z dynamicznym rozwojem cywilizacji, a charakteryzujące się wzrostu kwantum czasu wolnego różnych grup społecznych, to zaś z kolei przyczynia się do stałych zmian w sposobie i stylu życia ludzi.

¹ Kielbasiewicz-Drozdowska I.: *Zarys rozwoju refleksji teoretycznej nad problematyką rekreacji* [w] *Teoria i metodologia rekreacji*, pod red. I. Kielbasiewicz-Drozdowska, W. Siwiński, AWF, Poznań 2001, s. 13.

Cechą współczesnej cywilizacji jest powstanie, obok licznej grupy ludzi mających nadmiar czasu wolnego (emeryci, renciści, młodzież i studenci), znaczącej grupy ludzi pracujących ponad miarę, którzy z konieczności, a potem z przyzwyczajenia i nieumiejętności przerywania zakłętego zakresu obowiązków nie potrafią odpoczywać tak fizycznie, jak i psychicznie². W pogoni za szybką karierą, dobrami materialnymi, w trosce o zachowanie pozycji społecznej współczesny człowiek zatracił naturalną skłonność do wypoczynku, do aktywności ruchowej, co powoduje coraz większe natężenie tzw. chorób cywilizacyjnych.

Na szczęście w ostatnich kilkunastu latach zapanowała na świecie moda na zdrowy styl życia, w którym właśnie rekreacja i turystyka odgrywają istotną rolę.

Także w sferze turystyki, podobnie jak w rekreacji zaczynają dominować formy wypoczynku nastawione na różnego typu aktywności np. turystyka specjalistyczna, uzdrowiskowa, kwalifikowana, kulturowa itp.³

Zmiany dokonujące się w sferze turystyki i rekreacji dotyczą nie tylko form wypoczynku i aktywności wolnoczasowych, ale także miejsca, w których są one realizowane.

W przypadku turystyki odnosi się to do nowych obszarów, które stają się miejscem peregrynacji turystycznych, np. Arktyka, w przypadku zaś rekreacji są to coraz bardziej specjalistyczne obiekty i urządzenia rekreacyjne, zaspakajające bardzo indywidualne potrzeby uczestników np. parki wodne, centra i kluby rekreacyjne itp.

Zmieniające się dynamicznie preferencje i oczekiwania konsumentów na rynku usług turystyczno-rekreacyjnych powodują, że współcześnie w „zaskakujących” miejscach realizowane są potrzeby turystyczno-rekreacyjne, podobnie jak zaskakująco szybko wykreowały się nowe sposoby spędzania czasu wolnego.

W niniejszym opracowaniu skoncentrowano się na dość wszechstronnej analizie „nowego” zwyczaju konsumenckiego, jakim bez wątpienia jest spędzanie czasu wolnego w wielkomiejskich centrach handlowych.

2. Metodologia badań

Research methodology

Dla uzyskania odpowiedzi, czy rzeczywiście centra handlowe stały się dla Polaków interesującym i znaczącym miejscem spędzania czasu wolnego, przeprowadzono bezpośrednie badania ankietowe wśród losowo dobranych mieszkańców Poznania, Wrocławia i Krakowa (po 100 ankiet), z wykorzystaniem standardowego kwestionariusza, zawierającego 11 pytań oraz metryczkę. Badania zrealizowano w Katedrze Ekonomiki i Organizacji Turystyki poznańskiej AWF pod kierunkiem prof. S. Bosiackiego.

² Por. Kielbasiewicz-Drozdowska I.: *Zarys rozwoju...*op.cit., s. 14.

³ Gaworecki W.W.: *Turystyka*. PWE, Warszawa 2000, s. 24 i następn.

Badania, mające charakter sondażu zrealizowano w IV kwartale 2008 roku i I kwartale 2009 roku, w następujących centrach handlowych: Stary Browar w Poznaniu, Magnolia Park we Wrocławiu, Galeria Krakowska w Krakowie.

Wymienione centra handlowe objęto badaniami celowo, biorąc pod uwagę funkcję jaką pełnią, także w sferze szeroko rozumianej rekreacji, oraz fakt iż są one często postrzegane jako atrakcja turystyczna miasta (np. Stary Browar w Poznaniu).

O tym, że dobór ww. obiektów handlowych był uzasadniony i trafny świadczą odpowiedzi ankietowanych na temat najpopularniejszych centrów handlowych w badanych miastach. Jak wynika z danych zawartych w tabeli 1 najczęściej odwiedzanymi centrami handlowymi w badanych aglomeracjach były te centra, które objęto bezpośrednimi wywiadami ankietowymi.

Tabela 1. Jakie centra handlowe odwiedzają konsumenci najczęściej?

Table 1. Which shopping center are visited the most by consumers?

Miasto	Nazwa centrum, galerii handlowej	Odsetek odpowiedzi respondentów (w %)*
Poznań	Stary Browar	77,0
	CH Plaza	31,0
	CH King Cross	21,0
	CH M1	11,0
	inne	18,0
Kraków	CH Kraków Plaza	36,0
	Galeria Krakowska	89,0
	CH M1	20,0
	Galeria Kazimierz	30,0
	inne	17,0
Wrocław	Magnolia Park	57,0
	Galeria Dominikańska	46,0
	CH Arkady	38,0
	CH Korona	13,0
	inne	20,0

* Uwaga: respondent mógł podać więcej niż 1 odpowiedź

Źródło: Rydlewski P.: *Współczesne formy spędzania czasu wolnego wśród mieszkańców miast*. AWF, Poznań 2009, s. 63 (maszynopis pracy magisterskiej).

3. Centra handlowe jako miejsce wypoczynku i rekreacji – wyniki badań Shopping center as the rest and recreation places – research results

Jak już wcześniej zaznaczono losowo dobranym klientom centrów handlowych w Poznaniu, Krakowie i we Wrocławiu zadano 11 pytań dotyczących różnych

aspektów przebywania w tychże centrach oraz ich postrzegania, jako potencjalnego miejsca spędzania czasu wolnego.

W pierwszej kolejności respondenci określili ulubione miejsca spędzania czasu wolnego, zarówno w dni powszednie, jak i w czasie weekendów.

Tabela 2. Miejsca w których respondenci najchętniej spędzają czas wolny

Table 2. List of places where responders spend their free time willingly

Lp.	Wyszczególnienie	Odsetek odpowiedzi (w %)
1	W domu	39,0
2	Na łonie przyrody	20,0
3	W centrach handlowych	17,0
4	W kinie	9,0
5	W teatrze, na koncercie	7,0
6	W innych miejscach	8,0
	Razem	100,0

Źródło: jak w tabeli 1

Jak wynika z danych przytoczonych w tabeli 2 mieszkańcy badanych miast najchętniej wypoczywają w domu, z najbliższą rodziną i przyjaciółmi. Coraz popularniejszy wśród mieszkańców miast jest wypoczynek w bezpośrednim kontakcie z przyrodą, dotyczy to w szczególności wyjazdów weekendowych. W tej grupie dominują przede wszystkim osoby w wieku powyżej 30 roku życia.

Nową formą spędzania czasu wolnego staje się odwiedzanie centrów i galerii handlowych. Jak wynika z przeprowadzonego sondażu, aż 17% badanych preferuje taki właśnie sposób spędzania wolnego czasu. Dominują wśród nich osoby w wieku poniżej 30 lat, określające swoją sytuację materialną (lub swojej najbliższej rodziny) jako dobrą.

Rosnąca popularność spędzania czasu wolnego w centrach i galeriach handlowych znalazła swoje potwierdzenie w częstotliwości ich odwiedzania przez respondentów.

Tabela 3. Częstotliwość odwiedzania centrów handlowych przez respondentów

Table 3. Frequency of visiting shopping center by responders

Lp.	Częstotliwość odwiedzin centrów handlowych	Odsetek odpowiedzi (w %)
1	Raz w tygodniu	63,0
2	2 razy w tygodniu	19,0
3	3 razy w tygodniu	8,0
4	4 i więcej razy w tygodniu	9,0
5	Brak odpowiedzi	1,0
	Razem	100,0

Źródło: jak w tabeli 1

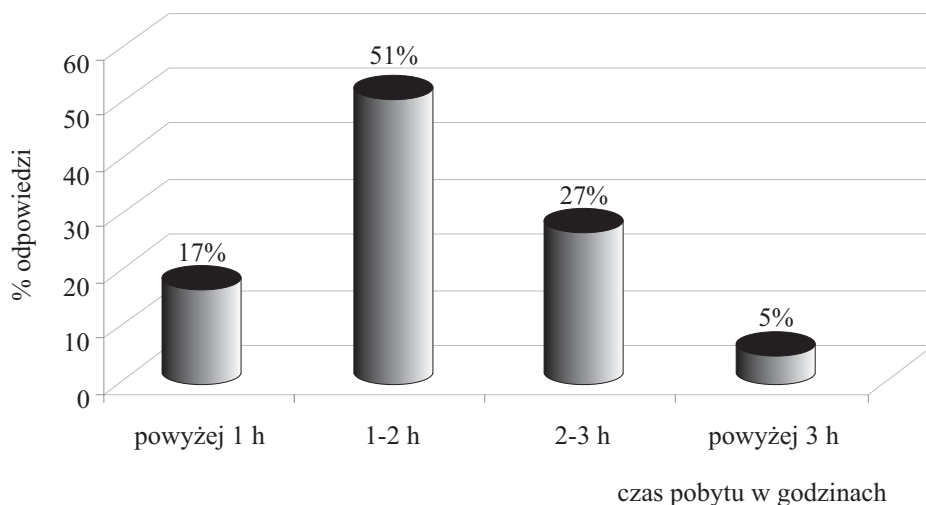
Mieszkańcy Krakowa, Poznania i Wrocławia najczęściej odwiedzają centra i galerie handlowe raz w tygodniu, głównie w weekendy (63% odpowiedzi). Zwraca uwagę fakt, że 9% respondentów przebywa w centrach handlowych praktycznie codziennie, co sprawia, że dla tej grupy konsumentów te miejsca stają się nieodłącznym elementem ich stylu życia, nawykiem z którego trudno im zrezygnować. Rzecz charakterystyczna, że stan taki dotyczy w równym stopniu mężczyzn i kobiet, zadając kłam obiegowej opinii, że to właśnie kobiety stanowią największą grupę klientów centrów i galerii handlowych.

Centra i galerie handlowe przyciągają konsumentów nie tylko ofertą stricte handlową, ale coraz częściej oferują im najrozmaitsze, mniej lub bardziej aktywne formy spędzania czasu wolnego w placówkach gastronomicznych, kinach, teatrach, fitness klubach, galeriach wystawowych itp. Odwiedzający centra handlowe najczęściej przebywają w nich przeciętnie od 1 do 2 godzin (51% odpowiedzi ankietowanych). 27% badanych przeznaczyło na pobyt w centrum handlowym 2-3 godziny, a 5% powyżej 3 godziny w czasie każdej wizyty.

Bardzo interesujące okazały się opinie respondentów odnośnie zakupów i pobytu w centrach handlowych traktowanych jako forma spędzania czasu wolnego. Z przeprowadzonych badań wynika, że dla ponad 15% ankietowanych jest to rzeczywiście forma spędzania czasu wolnego. Największa grupa respondentów (45%) stwierdziła, że o tym czy jest to forma relaksu decyduje rodzaj kupowanych towarów. Jeśli są to dobra żywnościowe, to pobytu w centrum handlowym respondenci nie traktują jako formy spędzania czasu wolnego. Natomiast kupując dobra

Rysunek 1. Czas pobytu w centrach handlowych

Figure 1. Time spent in the shopping centers



Źródło: jak w tabeli 1

trwałego użytku, jak odzież czy obuwie ankietowani skłonni są traktować pobyt w centrum handlowym jako formę relaksu.

25% respondentów kategorycznie stwierdziło, że zakupów w centrach handlowych nie należy traktować jako formy spędzania czasu wolnego, a 15% badanych uważa, że pobyt w tym miejscu to raczej część obowiązków domowych, a nie przyjemność. Wśród obu ww. grup dominowały osoby starsze wiekiem, którzy wizyty w centrach i galeriach handlowych postrzegają często jako męczące zajęcia, nie mające wiele wspólnego z wypoczynkiem.

Interesujące okazały się odpowiedzi respondentów odnośnie miejsc (obiektów) najchętniej odwiedzanych w centrach handlowych, najczęściej przy okazji zakupów, ale często jako samoistny cel wizyty (por. tab.4). Wśród badanych 22% stwierdziło, że odwiedza w centrach handlowych tylko placówki handlowe, bo to jest ich główny cel. Natomiast 40% ankietowanych uważa, że w centrum handlowym najchętniej odwiedzają znajdujące się tam kawiarnie i bary kawowe. Także wizyty w restauracjach i barach szybkiej obsługi, pubach są popularne wśród klientów centrów i galerii handlowych (25% odpowiedzi).

Tabela 4. Najchętniej odwiedzane obiekty zlokalizowane w centrach handlowych

Table 4. The most often visited places located in the shopping centers

Lp.	Rodzaje obiektu	% odpowiedzi respondentów
1	Kawiarnie, bary kawowe	40,0
2	Restauracje, bary szybkiej obsługi, puby	25,0
3	Sklepy, punkty usługowe	22,0
4	Kina	10,0
5	Inne obiekty np. fitness kluby, salony gier itp.	3,0
	Razem	100,0

Źródło: jak w tabeli 1

Rosnąca z roku na rok konkurencja pomiędzy centrami i galeriami handlowymi sprawia, że obiekty te coraz częściej rozszerzają swoją ofertę i wprowadzają szeroką gamę usług rekreacyjno-sportowych, kulturalnych czy też zdrowotnych. Trudno się zatem dziwić, że dla znacznej części mieszkańców dużych miast już dzisiaj centra handlowe stają się atrakcyjnymi miejscami wypoczynku.

Potwierdzają tę tezę wyniki sondażu, według których 34% ankietowanych już dzisiaj uważa, że centra handlowe są istotnym miejscem rekreacji.

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 5 jedynie 24% ankietowanych osób uważa, że zarówno dzisiaj, jak i w przyszłości, centra i galerie handlowe nie przejmą funkcji rekreacyjno-kulturalnych od placówek specjalistycznych i pozostaną miejscem, gdzie dokonuje się zakupów towarów i usług.

Tabela 5. Funkcje rekreacyjno-kulturalne centrów handlowych w opinii respondentów
Table 5. Recreational – cultural function of shopping center in the responders opinion

Lp.	Czy uważa Pan(-i), że centra handlowe będą w przyszłości głównym miejscem spędzania czasu wolnego?	% odpowiedzi respondentów
1	Wydaje mi się, że już pełnią taką funkcję	34,0
2	Jest w przyszłości możliwe, że ze względu na coraz szerszą ofertę usług rekreacyjno-kulturalnych	42,0
3	Raczej nie – tymi miejscami będą nadal tradycyjne obiekty rekreacyjne i kulturalne	17,0
4	Zdecydowanie nie – centra handlowe to miejsca, gdzie robi się zakupy	7,0
	Razem	100,0

Źródło: jak w tabeli 1

Niezwykła dynamika powstawania w ostatnich kilku latach nowoczesnych centrów i galerii handlowych w naszym kraju sprawiła, że dla znacznej części Polaków stopień nasycenia miast tego typu obiektami jest już wystarczający. Tezę tę potwierdziły wyniki omawianych badań. Dla 50% respondentów liczba dużych centrów i galerii handlowych jest już wystarczająca, a 15% badanych mimo wystarczającej liczby nie ma przeciwwskazań dla budowy kolejnych. 14% respondentów uważa, że kolejne, nowe centra i galerie handlowe powinny dysponować zdecydowanie szerszą ofertą usług rekreacyjnych i kulturalnych, i to właśnie tę funkcję powinny być co najmniej równomierne funkcji handlowej.

Tabela 6. Ocena potrzeby powstawania nowych centrów handlowych w miastach
Table 6. Assessment of need in arising new shopping center in the city

Lp.	Wyszczególnienie opinii respondentów	Odsetek odpowiedzi (w %)
1	Wydaje się, że jest ich wystarczająco	42,0
2	Nie widzę potrzeby budowy nowych centrów, lepiej budować mieszkania	8,0
3	Centrów jest wystarczająca ilość, ale jeszcze kilka nowych nie zaszkodzi	15,0
4	Niech powstają nowe, im więcej tym większa będzie konkurencja	13,0
5	Niech powstają nowe centra, ale z naciskiem na usługi rekreacyjne i kulturalne, a nie sklepy	14,0
6	Jest mi to obojętne	8,0
	Razem	100,0

Źródło: jak w tabeli 1

Reasumując całość wyników przeprowadzonych badań sondażowych w trzech aglomeracjach: Krakowie, Poznaniu i Wrocławiu można stwierdzić, że już dzisiaj dla znacznej części Polaków funkcjonujące wielkopowierzchniowe centra i galerie handlowe stają się miejscem spędzania czasu wolnego, często w gronie rodziny, miejscem realizacji potrzeb rekreacyjno-kulturalnych.

Warto w tym miejscu podkreślić, że centra handlowe są także coraz częściej atrakcjami turystycznymi dla turystów, w tym „jednodniowych”. Potwierdzają tę tezę wyniki badań nt. „Turystyka w Poznaniu 2008”, zrealizowanych wśród turystów krajowych odwiedzających Poznań. Badania te wykazały, że w 2008 roku głównymi celami przyjazdu do Poznania były: zwiedzanie (34,2%), odwiedziny rodziny lub znajomych (29,7%) oraz zakupy (19,8%)⁴. W podobnych badaniach zrealizowanych w Poznaniu w 1999 roku uzyskano podobną kolejność celów przyjazdów: chęć zwiedzenia miasta i okolic – 23,3% odpowiedzi, odwiedziny rodziny i znajomych – 30,8%, zakupy – 15,3%⁵.

Na pytanie, które obiekty i miejsca w Poznaniu odwiedzili turyści i odwiedzający najczęściej w 2008 roku, otrzymano następujący ranking odpowiedzi:

- Stary Rynek i Starówka (85,6%)
- Galeria Handlowa Stary Browar (75,2%)
- Ostrów Tumski z Katedrą (31,7%)
- Kompleks rekreacyjny nad Jeziorem Maltańskim (29,7%)
- Inne centra i galerie handlowe w mieście (24,3%)
- Palmiarnia (19,8%)
- Nowe ZOO (17,8%)
- Stare ZOO (9,9%)
- Zamek w Kórniku (6,9%)
- Pozostałe obiekty (od 6,9% do 0,5%)⁶.

Jak wynika z powyższego zestawienia już dzisiaj dla istotnej grupy mieszkańców naszego kraju odwiedzających Poznań samoistną atrakcją turystyczną jest Galeria Handlowa Stary Browar, a także inne duże centra i galerie handlowe. Rzecz znamienna, że takie perełki turystyczne regionu jak np. Szlak Piastowski, Wielkopolski Park Narodowy, Skansen Miniatur w Pobiedziskach, cieszą się minimalnym zainteresowaniem mieszkańców innych części Polski, co dobitnie wskazuje na zmiany dokonujące się w motywacjach turystycznych peregrynacji z jednej strony, i małą skutecznością promocji wielkopolskich atrakcji turystycznych z drugiej strony.

⁴ Por. Śniadek J., Majchrzak K.: *Funkcjonowanie rynku turystycznego miasta Poznania w opinii turystów krajowych* [w] *Turystyka jako czynnik konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, red. G.Gołębski, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2008, s. 117.

⁵ Por. *Strategia rozwoju rynku turystycznego w Poznaniu*, red. S.Bosiacki, AWF Poznań – Instytut Turystyki Warszawa, Miasto Poznań, Poznań 2000, s. 44.

⁶ Por. Śniadek J., Majchrzak K.: *Funkcjonowanie rynku...*, op.cit., s. 121.

O tym, że aglomeracje miejskie i funkcjonujące w nich centra i galerie handlowe stają się coraz ważniejszym celem długo i krótkookresowych wyjazdów Polaków świadczą dane Instytutu Turystyki w Warszawie, według których w 2008 roku duże aglomeracje miejskie w ramach tzw. wyjazdów długookresowych (5 dni i więcej) odwiedziło 18% odwiedzających, a w ramach krótkookresowych wyjazdów aż 35%⁷. Zapewne duża część tych wizyt wiązała się z pobytem w centrach i galeriach handlowych.

4. Posumowanie

Conclusion

Wielkie centra handlowe jako atrakcje turystyczne nie są zjawiskiem nowym, bowiem tzw. turystyka zakupowa ma swe tradycje już w latach sześćdziesiątych XX wieku, a nawet wcześniej. Jednak w tamtych czasach wyjazdy handlowe wynikały przede wszystkim z niedoborów określonych towarów na poszczególnych rynkach oraz bardzo istotnych różnic cen.

Dzisiaj te przesłanki straciły istotnie na znaczeniu, a centra i galerie handlowe będące swego rodzaju „samoistnymi miasteczkami handlu i rozrywki” w dużych aglomeracjach stały się same w sobie atrakcjami turystycznymi, elementem regionalnego produktu turystycznego, coraz popularniejszymi miejscami rekreacji dla mieszkańców miejscowości oraz osób je odwiedzających.

Zgodzić się trzeba z I. Kielbasiewicz-Drozdowską, że „obecnie sfera czasu wolnego to obszar wielkich przemian..., głęboko powiązanych ze zmianami politycznymi, gospodarczymi, a co za tym idzie – społecznej świadomości. Zgodnie z tendencjami krajów rozwiniętych, czas przestaje traktowany być dychotomicznie a praca przestaje być podstawowym kryterium nadającym ton życiu społecznemu”⁸. To sfera czasu wolnego, w tym turystyka i rekreacja, będą dominantami ludzkiego życia w przyszłości, a formy rodzajowe obu tych sposobów zagospodarowania czasu wolnego będą się dynamicznie zmieniały, co starano się wykazać w opracowaniu.

⁷ Por. *Krajowe i zagraniczne wyjazdy Polaków w 2008 roku*. Ministerstwo Sportu i Turystyki, Instytut Turystyki, Warszawa 2009 (maszynopis), rys. 10 i 11.

⁸ Por. Kielbasiewicz-Drozdowska I.: *Nowy wymiar czasu wolnego w społeczeństwie postindustrialnym – tendencje zmian* [w:] *Turystyka w humanistycznej perspektywie*, red. M.Kazimierzczak, AWF, Poznań 2004, s. 165.

Literatura

Bibliography

- Gaworecki W.W.: *Turystyka*. PWE, Warszawa 2000.
- Kiełbasiewicz-Drozdowska I.: *Nowy wymiar czasu wolnego w społeczeństwie postindustrialnym – tendencje zmian* [w] *Turystyka w humanistycznej perspektywie*, red. M.Kazimierzczak, AWF, Poznań 2004.
- Kiełbasiewicz-Drozdowska I.: *Zarys rozwoju refleksji teoretycznej nad problematyką rekreacji* [w] *Teoria i metodyka rekreacji*, pod red. I.Kiełbasiewicz-Drozdowska, W.Siwiński, AWF, Poznań 2001.
- Krajowe i zagraniczne wyjazdy Polaków w 2008 roku*. Ministerstwo Sportu i Turystyki, Instytut Turystyki, Warszawa 2009 (maszynopis).
- Rydlewski P.: *Współczesne formy spędzania czasu wolnego wśród mieszkańców miast*. AWF, Poznań 2009, (maszynopis pracy magisterskiej).
- Strategia rozwoju rynku turystycznego w Poznaniu*, red. S.Bosiacki, AWF Poznań – Instytut Turystyki Warszawa, Miasto Poznań, Poznań 2000.
- Śniadek J., Majchrzak K.: *Funkcjonowanie rynku turystycznego miasta Poznania w opinii turystów krajowych*, [w] *Turystyka jako czynnik konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, red. G.Gołębski, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2008.

Wielkomiejskie centra i galerie handlowe jako miejsca rekreacji i atrakcje turystyczne

Streszczenie

Artykuł przedstawia wyniki badań sondażowych zrealizowanych w trzech centrach (galeriach) handlowych w Krakowie, Poznaniu i we Wrocławiu, których celem było znalezienie odpowiedzi na pytanie: czy już dzisiaj wielkomiejskie centra handlowe stają się swego rodzaju centrami rekreacji oraz samoistnymi atrakcjami dla turystów? Prezentowane w artykule wyniki badań trzeba przyjmować z dużą ostrożnością, ale pokazują one, że dokonuje się współcześnie istotna zmiana w modelu spędzania czasu wolnego, w którym tradycyjne formy aktywności wolnoczasowych zastępowane są nowymi, nie zawsze pożądanymi z punktu widzenia celów polityki społecznej.

***Urban shopping and galleries as the touristic attraction
and recreation places***

Summary

The article show the poll research results realized in the 3 shopping centers in Cracow, Poznan and Wroclaw, where the main aim was to find the answer for the question: did the urban shopping centers become recreation centers and attractions for tourists nowadays ? Research presented in the article must be take into consideration with caution, but on the other hand it shows that the model of spending free time is going to change these days. Traditional forms of free time activities are replace with new one, not always covet by objectives of the social policy point of view.

KATARZYNA MAJCHRZAK

Wyższa Szkoła Handlu i Usług w Poznaniu

Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu

Rynek turystyczny krajów Unii Europejskiej – wybrane aspekty

The tourism market of European Union countries – chosen aspects

Wstęp Introduction

Akcesja Polski w skład krajów członkowskich Unii Europejskiej spowodowała, że nasz kraj stał się jednym z największych rynków turystycznych świata. Łączna powierzchnia Unii Europejskiej zajmująca 4 mln km² to nawet nie połowa Stanów Zjednoczonych, ale pod względem liczby ludności osiagającej dziś 498 mln przekracza liczbę mieszkańców USA o 50%¹. Licząca prawie pół miliarda ludność 27 krajów Unii Europejskiej zajmuje po Chinach i Indiach trzecie miejsce na świecie.

Europa jest najważniejszym regionem turystycznym, przyciągającym ok. 54% światowego ruchu turystycznego². Wśród europejskich liderów przyciągających największą liczbę turystów zagranicznych oraz zarabiających najwięcej na turystyce zagranicznej znajdują się właśnie państwa Unii Europejskiej. I tak, w pierwszej dziesiątce światowych destynacji turystycznych pod względem liczby odwiedzających turystów zagranicznych znajduje się aż 5 krajów UE – Francja, Hiszpania, Włochy, Wielka Brytania i Niemcy, pod względem wielkości przychodów z turystyki zagranicznej aż 6 członków UE – Hiszpania, Francja, Włochy, Wielka Brytania, Niemcy i Austria³. Europa, a w szczególności kraje Unii, pełni także bardzo ważną rolę jako obszar źródłowy, z którego wywodzą się turyści. W pierwszej dziesiątce krajów, których obywatele najwięcej wydają na turystykę zagraniczną są 4 kraje Unii Europejskiej Niemcy, Wielka Brytania, Francja oraz Włochy.

¹ <http://europa.eu/abc/keyfigures>

² UNWTO *World Tourism Barometer*, Vol 6., No. 2, June 2008

³ tamże

Wysoką rangę krajów Unii Europejskiej potwierdzają też liczne międzynarodowe badania – jednymi z najciekawszych, opublikowanymi pod koniec 2008 r., są badania wizerunków marek krajów na arenie międzynarodowej prowadzone cyklicznie przez firmę FutureBrand i prezentowane w raportach „Country Brand Index”. W 2008 r. w pierwszej dziesiątce światowych liderów pod względem silnej marki narodowej było aż 5 krajów członkowskich Unii Europejskiej – Włochy, Szwajcaria, Francja, Wielka Brytania i Szwecja⁴.

Celem niniejszego artykułu jest omówienie, w oparciu o dostępne źródła statystyki publicznej krajów członkowskich oraz raporty firm komercyjnych, wybranych cech rynku turystycznego Unii Europejskiej, z uwzględnieniem krótkiej charakterystyki rynku turystycznego każdego z krajów członkowskich.

Główne kraje źródłowe ruchu turystycznego i główne miejsca docelowe wyjazdów turystycznych wśród państw Unii Europejskiej ***The leading origin and destination countries among UE-27***

Kraje będące głównie generatorami wyjazdów turystycznych charakteryzuje dominacja turystyki wyjazdowej (tj. liczby noclegów udzielonych rezydentom kraju za granicą) nad turystyką przyjazdową (liczby noclegów udzielonych w kraju osobom nie będącym jego rezydentami) oraz (lub) przewaga zagranicznych wydatków turystycznych ich rezydentów nad przychodami z turystyki przyjazdowej (por. tabela 1, kolumna 1).

Analogicznie, kraje będące głównie miejscami docelowymi dla turystyki międzynarodowej to te, w których turystyka przyjazdowa przewyższa turystykę wyjazdową i (lub), w których przychody z turystyki przyjazdowej są wyższe niż wydatki rezydentów na turystykę zagraniczną (por. tabela 1, kolumna 3).

Kolejna grupa krajów, będących równocześnie miejscami docelowymi wyjazdów turystycznych oraz generatorami wyjazdów turystycznych to grupa wewnętrznie zróżnicowana (por. tabela 1, kolumna 2).

Są wśród nich kraje będące głównie źródłami i miejscami docelowymi dla turystyki wypoczynkowej (Francja, Włochy, Irlandia), jak również kraje źródłowe i miejsca docelowe dla specyficznych segmentów. Przykładem może tu być Belgia jako ważne miejsce docelowe turystyki biznesowej i źródło zagranicznej turystyki wypoczynkowej. Do grupy tej należy także Wielka Brytania, która jest źródłem i destynacją (dla) wielu segmentów rynkowych⁵.

⁴ Pierwsza dziesiątka krajów w tym rankingu przedstawia się następująco: 1. Australia, 2. Kanada, 3. USA, 4. Włochy, 5. Szwajcaria, 6. Francja, 7. Nowa Zelandia, 8. Wielka Brytania, 9. Japonia, 10. Szwecja – por. *Country Brand Index 2008: Insights, Findings and Country Rankings*, FutureBrand 2008.

⁵ Por. *Panorama on tourism*, op. cit. s. 52

Tabela 1. Klasyfikacja 27 krajów Unii Europejskiej ze względu na rolę, jaką pełnią na rynku turystycznym

Table 1. Classification of UE-27 countries according to its role on the tourism market

Kraje będące głównie generatorami wyjazdów turystycznych	Kraje będące zarówno generatorami wyjazdów turystycznych, jak i miejscami docelowymi	Kraje będące głównie miejscami docelowymi wyjazdów turystycznych
1	2	3
Dania	Belgia	Bułgaria
Niemcy	Francja	Czechy
Holandia	Irlandia	Estonia
Rumunia	Włochy	Grecja
Finlandia	Łotwa	Hiszpania
Szwecja	Litwa	Cypr
X	Polska	Luksemburg
X	Słowacja	Węgry
X	Wielka Brytania	Malta
X	X	Austria
X	X	Portugalia
X	X	Słowenia

Źródło: *Panorama on tourism*, Eurostat statistical books, 2008 edition, s. 52

W niektórych przypadkach kraje należące do tej grupy (kolumna 2) a przechodzące okres transformacji, były wcześniej albo generatorami wyjazdów albo destynacjami, ale w ostatnich latach zauważono tam istotne zmiany w zachowaniach turystycznych. Przykładem mogą być Włochy – kraj tradycyjnie postrzegany jako jedno z najważniejszych miejsc docelowych turystyki światowej. W ostatnich latach jednak aktywność turystyczna Włochów w zakresie wyjazdów zagranicznych dynamicznie rośnie, a ich wydatki na turystykę zagraniczną rosną szybciej niż przychody z turystyki przyjazdowej do Włoch. Tym samym zachowania turystyczne we Włoszech upodabniają się do tych odnotowywanych w krajach będących głównie generatorami turystyki zagranicznej, jak np. Niemcy⁶

Analizując rynek turystyczny 27 krajów Unii Europejskiej warto przyjrzeć się także kilku istotnym faktom dotyczącym poziomu aktywności turystycznej mieszkańców krajów Unii oraz wielkości wydatków przeznaczanych przez ich rezydentów na turystykę. Tabela 2 prezentuje dziesięć pierwszych krajów Unii pod względem liczby noclegów za granicą udzielonych ich obywatelom.

⁶ por. tamże

Tabela 2. Pierwsza dziesiątka krajów generujących wyjazdy zagraniczne spośród 27 krajów Unii Europejskiej w 2000 i 2006 roku według liczby noclegów

Table 2. Top 10 generators of outbound tourism in the EU-27, 2000 and 2006 (nights spent)

Pozycja		Nazwa kraju	Liczba noclegów (w tys.)		Średnia roczna stopa wzrostu w latach 2000-2006 (w %)	Udział w rynku (%)	
2000	2006		2000	2006		2000	2006
		Kraje UE-27 ogółem	1924547	2247512	2,6	100,0	100,0
		Pierwsza 10-tka krajów ogółem	1862598	2019026	1,3	96,8	89,8
1	1	Niemcy	908925	748809	-3,2	47,2	33,4
2	2	Wielka Brytania	386258	568904	6,7	20,1	25,4
3	3	Francja	141136	151044	1,1	7,3	6,7
4	4	Holandia	126417	139313	1,6	6,6	6,2
5	5	Włochy	94915	113836	3,1	4,9	5,1
8	6	Hiszpania	36275	72232	12,2	1,9	3,2
6	7	Belgia	79767	69853	-2,2	4,1	3,1
7	8	Austria	55730	58285	0,7	2,9	2,6
	9	Polska	:	53777	:	:	2,4
9	10	Dania	33175	42973	4,4	1,7	1,9

Źródło: *Panorama on tourism*, Eurostat statistical books, 2008 edition, s. 10

Dane porównawcze za lata 2000 i 2006 wskazują niezbicie, że największą aktywnością turystyczną w odniesieniu do wyjazdów zagranicznych cechują się Niemcy, choć w okresie wspomnianych 6 lat ich udział w rynku pod względem liczby noclegów znacząco spadł z niespełna połowy do 1/3. Z kolei aktywność turystyczna plasujących się na drugim miejscu Brytyjczyków we wspomnianych latach wzrastała ze średnią roczną stopą wzrostu wynoszącą 6,7%, co dało im aż 25% udziału w rynku w 2006 r. Pozostałe kraje pozostają daleko w tyle za wspomnianymi Niemcami i Wielką Brytanią. Na uwagę zasługuje jeszcze bardzo wysoka, aż ponad 12% stopa wzrostu liczby noclegów odbytych za granicą we wspomnianym okresie przez Hiszpanów, z jednoczesnym awansem o dwa miejsca pod względem udziału w rynku. Warto wspomnieć także, że w danych za 2006 rok na miejscu dziewiątym pojawia się Polska, której mieszkańcy liczbą noclegów odbytych za granicą uzyskali prawie 2,5% udział w rynku unijnym (por. tabela 2).

Kolejnym, wartym analizy zjawiskiem, jest wielkość wydatków na turystykę zagraniczną. Ranking pierwszych dziesięciu krajów UE prezentuje tabela 3. Tak jak w poprzednim przypadku, na pierwszym miejscu znajdują się Niemcy (24% udział w rynku UE), choć ich dominacja nad drugimi w rankingu Brytyjczykami nie jest już tak wyraźna jak w rankingu uwzględniającym liczbę noclegów (20% udział).

Tabela 3. Pierwsza dziesiątka z 27 krajów Unii Europejskiej według wydatków na turystykę zagraniczną w 2000 i 2006 roku (wydatki turystyczne z wyłączeniem transportu)

Table 3. Top 10 tourism spenders of the EU-27, 2000 and 2006 (tourism expenditure, excluding transport)

Pozycja		Nazwa kraju	Wydatki na turystykę zagraniczną (w mln EUR)		Średnia roczna stopa wzrostu w latach 2000-2006 (w %)	Udział w rynku (%)	
2000	2006		2000	2006		2000	2006
		Kraje UE-27 ogółem¹	213131	246815	2,5	100,0	100,0
		Pierwsza 10-tka krajów ogółem	188760	215633	2,2	88,6	87,4
1	1	Niemcy	57427	59596	0,6	26,9	24,1
2	2	Wielka Brytania	41641	50305	3,2	19,5	20,4
3	3	Francja	19227	24840	4,4	9,0	10,1
4	4	Włochy	17010	18229	1,2	8,0	7,4
6	5	Belgia²	10736	13687	6,3	5,0	5,5
5	6	Holandia	13241	13592	0,4	6,2	5,5
9	7	Hiszpania	6454	13265	12,8	3,0	5,4
8	8	Szwecja	8733	9181	0,8	4,1	3,7
7	9	Austria	9216	7407	-3,6	4,3	3,0
10	10	Dania	5075	5531	1,4	2,4	2,2

1) 2006 r. uwzględnia dane za 2005 dla Grecji, 2) dane z 2002 wykorzystane w 2000, średnia roczna stopa wzrostu w latach 2002-2006

Źródło: *Panorama on tourism*, Eurostat statistical books, 2008 edition, s. 11

Ogółem lista krajów jest niemal taka sama, jak w poprzednio omawianym rankingu, z nieznacznymi przesunięciami w zajmowanych pozycjach; ponadto zamiast Polski w rankingu według wielkości wydatków na turystykę zagraniczną pojawia się Szwecja.

Interesujący z uwagi na wybierane miejsca docelowe wyjazdów turystycznych, jest ranking najbardziej popularnych destynacji spośród krajów UE, uwzględniający turystykę krajową i zagraniczną (por. tabela 4). Na pierwszym miejscu pod względem popularności znajduje się Hiszpania, na drugim – niewiele jej ustępujące Włochy, a na trzecim Niemcy. W analizowanych latach 2000-2006 na pierwszych 9 pozycjach rankingu sytuacja bez zmian, na dziesiątym miejscu natomiast pojawiła się Szwecja zajmując pozycję Czech z 2000 r.

W rankingu najpopularniejszych destynacji uwzględniającym wyłącznie turystykę zagraniczną można zauważyć kilka istotnych zmian (por. tabela 5). Pierwszą jest spadek Niemiec z pozycji trzeciej (por. tabela 4) na pozycję 6 (por. tabela 5) wskazujący na dużą popularność turystyki krajowej wśród liderów aktywności turystycznej – Niemców. 84,9% noclegów udzielonych w Niemczech w 2006 r. dotyczyło turystów krajowych (por. tabela 6).

Tabela 4. Pierwsza dziesiątka destynacji turystycznych spośród 27 krajów Unii Europejskiej (uwzględniająca turystykę krajową i zagraniczną) w 2000 i 2006 roku

Table 4. Top 10 tourism destinations in the EU-27 (domestic and inbound), 2000 and 2006

Pozycja		Nazwa kraju	Liczba noclegów udzielonych rezydentom i nie-rezydentom (w tys.)		Średnia roczna stopa wzrostu w latach 2000-2006 (w %)	Udział w rynku (%)	
2000	2006		2000	2006		2000	2006
		Kraje UE-27 ogółem	2145658	2304499	1,2	100,0	100,0
		Pierwsza 10-tka krajów ogółem	1871202	1999562	1,1	87,2	86,8
1	1	Hiszpania	344664	379276	1,6	16,1	16,4
2	2	Włochy	338885	366765	1,3	15,8	15,9
3	3	Niemcy	298488	351224	2,7	13,9	15,2
4	4	Francja	284646	297482	0,7	13,3	12,9
5	5	Wielka Brytania	281756	266013	-1,0	13,1	11,5
6	6	Austria	90711	98130	1,3	4,2	4,3
7	7	Holandia	81263	83943	0,5	3,8	3,6
8	8	Grecja	62186	57235	-1,2	2,9	2,5
9	9	Polska	48794	51235	0,8	2,3	2,2
12	10	Szwecja	39809	47697	3,1	1,9	2,1

Źródło: *Panorama on tourism*, Eurostat statistical books, 2008 edition, s. 11

Tabela 5. Pierwsza dziesiątka destynacji turystycznych spośród 27 krajów Unii Europejskiej (uwzględniająca wyłącznie turystykę zagraniczną) w 2000 i 2006 roku

Table 5. Top 10 destinations of international tourism in the EU-27, 2000 and 2006

Pozycja		Nazwa kraju	Liczba noclegów udzielonych nierezydentom (w tys.)		Średnia roczna stopa wzrostu w latach 2000-2006 (w %)	Udział w rynku (%)	
2000	2006		2000	2006		2000	2006
		Kraje UE-27 ogółem	891931	955303	1,2	100,0	100,0
		Pierwsza 10-tka krajów ogółem	783900	819385	0,7	87,9	85,8
1	1	Hiszpania	233901	224518	-0,7	26,2	23,5
2	2	Włochy	140357	156861	1,9	15,7	16,4
3	3	Francja	109664	105865	-0,6	12,3	11,1
4	4	Wielka Brytania	73816	90741	3,5	8,3	9,6
5	5	Austria	64469	70017	1,4	7,2	7,3
6	6	Niemcy	42420	52947	3,8	4,8	5,6
7	7	Grecja	47024	43055	-1,5	5,3	4,6
8	8	Holandia	25955	26887	0,7	2,9	2,8
9	9	Portugalia	25785	26842	0,7	2,9	2,8
12	10	Irlandia	20509	21652	0,9	2,3	2,3

Źródło: *Panorama on tourism*, Eurostat statistical books, 2008 edition, s. 12

Tabela 6. Poziom internacjonalizacji narodowych rynków turystycznych 27 krajów Unii Europejskiej

Table 6. The level of internationalization of national tourism markets in EU-27

Lp.	Nazwa kraju	Udział noclegów udzielonych turystom zagranicznym w ogólnej liczbie noclegów udzielonych turystom w poszczególnych krajach (w %)	
		2000	2006
1	Belgia	53,1	54,6
2	Bułgaria	60,4	68,8
3	Czechy	35,3	48,5
4	Dania	39,8	34,7
5	Niemcy	14,2	15,1
6	Estonia	73,2	66,5
7	Irlandia	69,2	64,3
8	Grecja	75,6	74,5
9	Hiszpania	67,9	59,2
10	Francja	38,5	35,6
11	Włochy	41,4	42,8
12	Cypr	96,5	92,2
13	Łotwa	47,0	60,1
14	Litwa	45,2	51,6
15	Luksemburg	91,6	91,9
16	Węgry	54,9	51,1
17	Malta	b.d.	95,7
18	Holandia	31,9	32,0
19	Austria	71,1	71,4
20	Polska	14,1	20,6
21	Portugalia	61,5	59,0
22	Rumunia	12,2	17,1
23	Słowenia	50,3	58,2
24	Słowacja	35,4	45,9
25	Finlandia	25,3	27,5
26	Szwecja	21,7	22,9
27	Wielka Brytania	26,2	34,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Panorama on tourism*, op. cit., s. 44-71

Podobna sytuacja dotyczy Polski i Szwecji, krajów, których obywatele w dużym stopniu uprawiają turystykę krajową. W 2006 r. aż 74,9% noclegów udzielonych w Polsce i 77,1% noclegów udzielonych w Szwecji dotyczyła turystów krajowych. Świadczy to o niskim poziomie internacjonalizacji narodowych rynków turystycznych we wspomnianych krajach (por. tabela 6). W rankingu uwzględniającym

wyłącznie turystykę zagraniczną kraje te przesunęły się poza pierwszą dziesiątkę ustępując miejsca Portugalii oraz Irlandii – destynacjom popularnym wśród turystów zagranicznych (odpowiednio 59% i 64,3% noclegów udzielonych w 2006 r. turystom zagranicznym)

Niezwyczajnie istotnymi danymi wskazującymi na rangę turystyki zagranicznej dla poszczególnych krajów są wpływy z turystyki. Pierwsza dziesiątka krajów Unii generuje łącznie prawie 83% wszystkich unijnych wpływów z turystyki (por. tabela 7). Niekwestionowanym liderem w tym rankingu jest Hiszpania mająca 16% udział w unijnych wpływach z turystyki zagranicznej, tuż za nią Francja 14,5%, na trzecim miejscu Włochy (11,9%). Szczegółowe dane prezentuje tabela 7.

Tabela 7. Pierwsza dziesiątka destynacji turystycznych spośród 27 krajów Unii Europejskiej pod względem wpływów z turystyki zagranicznej (z wyłączeniem transportu) w 2000 i 2006 roku
Table 7. Top 10 tourism earners in the EU-27, 2000 and 2006 (tourism receipts, excluding transport)

Pozycja		Nazwa kraju	Wpływy z turystyki zagranicznej		Średnia roczna stopa wzrostu w latach 2000-2006 (w %)	Udział w rynku (w %)	
2000	2006		2000	2006		2000	2006
		Kraje UE-27 ogółem	217106	254203	2,7	100,0	100,0
		Pierwsza dziesiątka krajów ogółem	186115	210631	2,1	85,7	82,9
1	1	Hiszpania	36377	40710	1,9	16,8	16,0
2	2	Francja	32833	36905	2,0	15,1	14,5
3	3	Włochy	28625	30281	0,9	13,2	11,9
4	4	Wielka Brytania	22742	26883	2,8	10,5	10,6
5	5	Niemcy	22243	26883	2,7	10,2	10,3
6	6	Austria	12327	13267	1,2	5,7	5,2
7	7	Hiszpania¹	10348	11037	1,3	4,8	4,3
8	8	Holandia	8307	9172	1,7	3,8	3,6
9	9	Belgia²	7318	9034	5,4	3,4	3,6
12	10	Szwecja	4995	7251	6,4	2,3	2,9

¹użyto danych z 2005 zamiast 2006 roku, średnioroczna stopa wzrostu w latach 2000-2005;

²użyto danych z 2002 roku zamiast z 2000, średnioroczna stopa wzrostu w latach 2002-2006

Źródło: Źródło: *Panorama on tourism*, Eurostat statistical books, 2008 edition, s. 12

Uważa się, że osiągnięcie wpływów z zagranicznej turystyki przyjazdowej w wysokości 1% PKB, a tym bardziej przekroczenie tej wartości świadczy o tym, że turystyka ta może już wywierać globalnie odczuwalny wpływ na rozwój gospodarki narodowej.

Tabela 8. Wskaźniki obrazujące rolę turystyki w gospodarkach narodowych 27 krajów Unii Europejskiej

Table 8. Tourism indicators for EU-27 countries

Lp.	Nazwa kraju	Udział turystyki w PKB (w %)		Wskaźnik : wpływy z turystyki zagranicznej w relacji dowodatków na turystykę zagraniczną	
		2000	2006	2000	2006
1	Belgia	2,9	2,9	0,68*	0,66
2	Bułgaria	8,6	8,2	2,00	1,76
3	Czechy	5,3	3,5	2,33	1,88
4	Dania	2,3	1,9	0,79	0,76
5	Niemcy	1,0	1,1	0,35	0,44
6	Estonia	9,0	6,2	2,48	1,74
7	Irlandia	2,7	2,4	1,04	0,78
8	Grecja	7,3	5,2	2,03	4,51
9	Hiszpania	5,1	4,2	5,03	3,07
10	Francja	2,3	2,1	1,73	1,49
11	Włochy	2,5	2,1	1,76	1,66
12	Cypr	20,8	13,2	4,69	2,45
13	Łotwa	1,7	2,5	0,53	0,69
14	Litwa	3,5	3,5	1,56	1,14
15	Luksemburg	11,6*	8,5	1,24*	1,16
16	Węgry	7,8	4,0	2,27	1,72
17	Malta	15,7	12,1	3,06	2,40
18	Holandia	1,9	1,7	0,59	0,67
19	Austria	5,1	5,1	1,17	1,79
20	Polska	3,3	2,1	1,72	1,26
21	Portugalia	4,7	4,3	2,36	2,53
22	Rumunia	1,0	1,1	0,84	1,00
23	Słowenia	4,9	4,9	1,88	1,77
24	Słowacja	2,3	2,8	1,40	1,44
25	Finlandia	1,2	1,1	0,76	0,69
26	Szwecja	1,7	2,4	0,51	0,79
27	Wielka Brytania	1,5	1,4	0,57	0,53

*ze względu na brak danych za 2000 r. użyto danych z 2002 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Panorama on tourism*, op. cit., s. 44-71

Wskaźnik ten jest nazywany progiem odczuwalności wpływów z zagranicznej turystyki przyjazdowej w gospodarce⁷. W krajach, w których zagraniczna turystyka

⁷ R. Łazarek, *Ekonomika turystyki. Wybrane zagadnienia*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2004, s. 198-199

przyjazdowa jest szczególnie rozwinięta jako dziedzina eksportu wskaźnik ten waha się w granicach od 1,5 do 10,0% i więcej.

Tabela 8 pokazuje udział turystyki w PKB 27 krajów Unii Europejskiej. Dla wszystkich 27 krajów wskaźnik ten przyjmuje wartości większe od 1%. Jednak liderami w tym zakresie są kraje wyspiarskie, dla których udział turystyki w PKB przyjmuje wartości przekraczające 10%. Są to: Cypr – z 13,2% udziałem turystyki w PKB w 2006 r. oraz Malta – z 12,1% udziałem turystyki w PKB w 2006 r. Znaczące są także wartości, jakie wskaźnik ten osiąga dla Bułgarii (8,2% w 2006 r.) oraz Luksemburga (8,5% w 2006).

Istotne wskaźniki obrazujące udział narodowych rynków w rynku turystycznym całej Unii są zaprezentowane w tabeli 9. Pierwszy wskaźnik (kolumna 2 i 3) mierzy potencjał kraju do przyciągania zagranicznych turystów w odniesieniu do całej Unii Europejskiej (EU-27). Drugi wskaźnik (kolumna 4 i 5) obrazuje przychody z turystyki zagranicznej generowanej przez poszczególne kraje na tle całej UE-27. Poniższe szczegółowe dane posłużą szerszej dyskusji nad poziomem rozwoju narodowych rynków turystycznych, która zostanie zaprezentowana w dalszej części artykułu.

Tabela 9. Udział noclegów i wpływów uzyskanych z zagranicznej turystyki przyjazdowej do poszczególnych krajów Unii Europejskiej w ich całkowitej wartości dla 27 krajów UE

Table 9. Share of international nights and international tourism receipts in the particular countries as propotion of their total value in the EU-27

Lp.	Nazwa kraju	Udział noclegów udzielonych turystom zagranicznym w kraju w ogólnej liczbie tych noclegów w krajach UE-27 (w %)		Udział wpływów z zagranicznej turystyki przyjazdowej do kraju w całkowitej wartości tych wpływów w krajach UE-27 (w %)	
		2000	2006	2000	2006
x	-1-	-2-	-3-	-4-	-5-
1	Belgia	1,7	1,7	3,4	3,6
2	Bułgaria	0,6	1,3	0,5	0,8
3	Czechy	1,7	2,1	1,5	1,6
4	Dania	1,1	1,0	1,8	1,6
5	Niemcy	4,8	5,5	9,3	10,3
6	Estonia	0,1	0,3	0,3	0,3
7	Irlandia	2,3	2,3	1,3	1,7
8	Grecja	5,3	4,5	4,6	4,3
9	Hiszpania	26,2	23,5	14,9	16,0
10	Francja	12,3	11,1	15,3	14,5
11	Włochy	15,7	16,4	13,8	11,9
12	Cypr	1,9	1,4	1,0	0,8
13	Łotwa	0,1	0,2	0,1	0,2

14	Litwa	0,1	0,2	0,2	0,3
15	Luksemburg	0,3	0,3	1,2	1,1
16	Węgry	1,3	1,1	1,9	1,4
17	Malta	b.d.	0,7	0,3	0,2
18	Holandia	2,9	2,8	3,6	3,6
19	Austria	7,2	7,3	5,0	5,2
20	Polska	0,8	1,1	2,9	2,3
21	Portugalia	2,9	2,8	2,6	2,6
22	Rumunia	0,2	0,3	0,2	0,4
23	Słowenia	0,4	0,5	0,5	0,6
24	Słowacja	0,4	0,5	0,2	0,5
25	Finlandia	0,5	0,5	0,7	0,7
26	Szwecja	1,0	1,1	2,0	2,9
27	Wielka Brytania	8,3	9,5	10,9	10,6
SUMA		100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Panorama on tourism*, op. cit., s. 44-71

Charakterystyka rynków turystycznych krajów UE-27 – wybrane aspekty

The description of tourism markets of EU-27 countries – chosen aspects

Belgia z Brukselą, to jak wcześniej wspomniano, jedna z najważniejszych destynacji dla turystyki biznesowej w Europie. Jest również miejscem wyjazdów wakacyjnych dla mieszkańców krajów ościennych – głównie Holendrów.

Tabela 10. Główne rynki źródłowe dla Belgii – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 10. Main tourism markets in Belgium – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	NL	31,1	NL	32,1
Rynek 2-gi	UK	16,1	UK	13,7
Rynek 3-ci	DE	14,9	FR	12,9
Rynek 4-ty	FR	10,2	DE	12,0
Rynek 5-ty	US	4,7	US	3,9
Rynek 6-ty	IT	3,0	ES	3,0

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 45

Charakterystyczną cechą rynku turystycznego Belgii jest dominacja krótkoterminowej turystyki przyjazdowej. Fakt ten tłumaczy, dlaczego liczba turystów zagranicznych w Belgii, stanowiąca w 2006 r. 1,7% wszystkich zagranicznych turystów na terenie UE, jest mniejsza niż przychody z tej turystyki stanowiące 3,6% przychodów 27 krajów UE. Znaczącym rynkiem turystyki przyjazdowej do Belgii jest ościenna Holandia, z której pochodzi prawie 1/3 turystów zagranicznych w Belgii (por. tabela 10). Turystyka w Belgii tworzy niecałe 3% PKB.

Bułgaria jako nowy członek UE od 2007 r. jest powoli wyłaniającą się destynacją turystyczną dla mieszkańców Europy Centralnej.

Aktualnie jednak jej atrakcyjność na tle całej Unii jest niewielka. W 2006 r. udział Bułgarii w noclegach udzielonych turystom zagranicznym wynosił zaledwie 1,3%, a udział w przychodach z turystyki zagranicznej jedynie 0,8%. Mimo tak niewielkich udziałów w unijnym rynku turystycznym rola turystyki w tworzeniu PKB Bułgarii jest znacząca (8,6% w 2000 r., 8,2% w 2006 r.). Główne rynki źródłowe dla Bułgarii to Niemcy oraz Wielka Brytania (por. tabela 11).

Tabela 11. Główne rynki źródłowe dla Bułgarii – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2002 i 2006 r.

Table 11. Main tourism markets in Bulgaria – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2001 and 2006

Rynki	2001*		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	DE	44,7	DE	30,7
Rynek 2-gi	UK	6,3	UK	15,0
Rynek 3-ci	CH	4,8	SE	3,8
Rynek 4-ty	BE	3,5	DK	3,2
Rynek 5-ty	FI	3,0	FI	2,9
Rynek 6-ty	AT	2,7	NO	2,9

* dane dla 2000 r. są niedostępne

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 46

Czechy, a w szczególności stolica Praga, są ciągle rosnącą destynacją dla zagranicznej turystyki, pochodzącej głównie z krajów Europy Centralnej. W 2006 r. udział Czech w noclegach udzielonych turystom zagranicznym w Unii Europejskiej wynosił 2,1%, a udział w unijnych wpływach z turystyki zagranicznej 1,6% (por. tabela 9). Oznacza to relatywnie niskie wpływy z jednego noclegu w odniesieniu do innych krajów UE. Głównym rynkiem źródłowym dla czeskiej turystyki jest rynek niemiecki, z którego pochodzi niespełna 1/3 turystów zagranicznych (por. tabela 12).

Tabela 12. Główne rynki źródłowe dla Czech – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2002 i 2006 r.

Table 12. Main tourism markets in The Czech Republic – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2002 and 2006

Rynki	2002		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	DE	38,3	DE	30,1
Rynek 2-gi	PL	5,5	UK	7,6
Rynek 3-ci	UK	5,4	IT	5,7
Rynek 4-ty	IT	4,7	NL	5,2
Rynek 5-ty	NL	4,2	US	4,8
Rynek 6-ty	SK	4,0	SK	4,0

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 47

Czechy, tak jak Polska i Węgry, są postrzegane przez turystów międzynarodowych jako relatywnie niedrogie miejsce docelowe, oferujące dużo w zamian za cenę, jaką płaci turysta (czwarte miejsce w rankingu Country Brand Index⁸ w kategorii „wartość za pieniądze”).

Dania jest przede wszystkim miejscem docelowym zarówno dla zagranicznej turystyki przyjazdowej, jak i turystyki krajowej. Udział Danii w noclegach udzielonych turystom zagranicznym jest niewielki, w 2006 r. wynosił 1%, natomiast wpływy z turystyki zagranicznej w tym samym roku 1,6% (por. tabela 9). Świadczy to o marży zysku z turystyki zagranicznej większej niż wielkość ruchu turystycznego. Dla duńskiego rynku turystycznego istotne znaczenie ma turystyka krajowa, w 2006 r. ok. 65% noclegów udzielono Duńczykom, Niespełna 35% były to noclegi udzielone turystom zagranicznym (por. tabela 6), wśród których największy odsetek stanowili Niemcy (28,4% w 2006 r.) (por. tabela 13).

Tabela 13. Główne rynki źródłowe dla Danii – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 13. Main tourism markets in Denmark – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2002		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	DE	34,0	DE	28,4
Rynek 2-gi	SE	20,8	NO	16,7
Rynek 3-ci	NO	13,8	SE	16,4
Rynek 4-ty	NL	6,5	NL	7,8
Rynek 5-ty	UK	4,9	UK	6,2
Rynek 6-ty	US	3,3	US	4,4

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 48

⁸ Country Brand Index, op. cit., s. 50-69

Niemcy są jednym z głównych krajów źródłowych zarówno dla turystyki zagranicznej, jak i turystyki krajowej. Turysty z Niemiec to liderzy kształtujący wzorce konsumpcji. Ich udział w turystyce światowej, w tym także turystyce w Unii Europejskiej jest ogromny, o czym świadczy zarówno poziom wydatków na turystykę (por. tabela 3), jak i poziom aktywności turystycznej (por. tabela 2). Jeśli spojrzeć się na rolę, jaką turystyka przyjazdowa odgrywa w gospodarce Niemiec sytuacja wygląda odmiennie. W 2006 r. udział noclegów udzielonych turystom zagranicznym wynosił 5,5%, podczas gdy wpływy z turystyki zagranicznej aż 10,3% wpływów ogółem w UE (por. tabela 9). Zatem marża zysku z turystyki zagranicznej jest prawie dwukrotnie wyższa od wielkości zagranicznego ruchu turystycznego. Wpływ turystyki zagranicznej na rynek niemiecki jest jednak relatywnie niski. Świadczy o tym zarówno niski udział noclegów udzielonych turystom zagranicznym - w Niemczech w odniesieniu do całej Unii w 2006 r. zaledwie 15,1% ogółu noclegów (por. tabela 6.), jak i niski udział wpływów z turystyki zagranicznej w PKB Niemiec wynoszący 1,1% (por. tabela 8). Główne rynki źródłowe dla turystyki w Niemczech to Holandia, Stany Zjednoczone i Wielka Brytania (por. tabela 14)

Tabela 14. Główne rynki źródłowe dla Niemiec – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 14. Main tourism markets in Germany – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	NL	17,3	NL	16,6
Rynek 2-gi	US	11,9	US	8,8
Rynek 3-ci	UK	9,6	UK	8,6
Rynek 4-ty	IT	5,3	CH	6,5
Rynek 5-ty	CH	5,1	IT	5,4
Rynek 6-ty	FR	4,2	BE	4,3

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 49

Niemcy to marka doceniona w badaniach Country Brand Index w takich kategoriach, jak: „łatwość podróżowania” – 5 miejsce wśród światowych destynacji, „zasoby dla turystyki konferencyjnej” – 4 miejsce, „standard życia” – 8 miejsce oraz w kategorii „kultura i sztuka” – 10 miejsce.

Atrakcyjność turystyczna **Estonii** w Unii Europejskiej jest niska. W 2006 r. udział noclegów udzielonych turystom zagranicznym wynosił zaledwie 0,3%, taką samą niską wartość osiągnął udział wydatków turystów zagranicznych w wydatkach ogółem w krajach UE (por. tabela 9). Jednak rola jaką pełni turystyka zagranicz-

na w gospodarce Estonii jest znacząca. Świadczy o tym zarówno udział turystyki zagranicznej w PKB wynoszący w 2006 r. 6,2%, jak i 66,5% udział turystów zagranicznych w noclegach udzielonych w Estonii (por. tabela 6); prawie połowę spośród tych turystów tworzą Finowie (por. tabela 15).

Tabela 15. Główne rynki źródłowe dla Estonii – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2002 i 2006 r.

Table 15. Main tourism markets in Estonia – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2002		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	FI	58,7	FI	49,7
Rynek 2-gi	SE	6,2	SE	7,8
Rynek 3-ci	DE	5,8	DE	6,1
Rynek 4-ty	UK	4,1	UK	5,2
Rynek 5-ty	NO	2,8	NO	4,5
Rynek 6-ty	US	2,1	LV	3,4

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 50

Irlandia jest krajem źródłowym dla turystyki zagranicznej a także destynacją turystyczną⁹. W ostatnich latach dynamika wzrostu turystyki wyjazdowej Irlandczyków była większa niż dynamika wzrostu turystyki przyjazdowej do Irlandii, co jest wynikiem wzmocnienia gospodarki Irlandii a także rozwoju tanich linii lotniczych. Udział turystyki zagranicznej w PKB Irlandii w 2006 r. wyniósł 2,4%, a bilans turystyki zagranicznej w 2006 r. wynosił 0,78, co potwierdza dominację wydatków Irlandczyków na turystykę zagraniczną nad wpływami z zagranicznej turystyki przyjazdowej.

W szczegółowych rankingach „Country Brand Index”¹⁰ firmy FutureBrand Irlandia kilkakrotnie pojawia się w pierwszej 10-tce światowych destynacji – na miejscu piątym w kategorii „przedłużenie podróży służbowej o prywatne wakacje”, na miejscu szóstym w kategorii „naturalne piękno”, również na miejscu szóstym w kategorii „pragnienie odwiedzenia (powtórnej wizyty)” oraz na dziesiątym w kategorii „odpoczynek i relaks”.

Grecja to jedna z najpopularniejszych na świecie destynacji turystycznych w szczególności dla turystyki wypoczynkowej. W 2006 r. udział Grecji w noclegach udzielonych turystom zagranicznym wynosił 4,5%, natomiast udział we wpływach

⁹ brak jest szczegółowych rankingów pokazujących główne rynki źródłowe dla turystyki Irlandii

¹⁰ *Country Brand Index 2008*, op. cit, s. 50-69

z turystyki zagranicznej 4,3%. Udział turystyki zagranicznej w PKB Grecji jest znaczący – w 2006 r. wyniósł 5,2%. Głównym rynkiem źródłowym dla Grecji są Niemcy (ponad 1/5 turystów zagranicznych) oraz Wielka Brytania (1/6 turystów zagranicznych) (por. tabela 16).

Tabela 16. Główne rynki źródłowe dla Grecji – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 16. Main tourism markets in Greece – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	DE	30,7	DE	21,2
Rynek 2-gi	UK	17,6	UK	16,7
Rynek 3-ci	IT	5,8	IT	7,5
Rynek 4-ty	FR	4,9	FR	6,1
Rynek 5-ty	NL	4,9	NL	5,8
Rynek 6-ty	AT	4,6	AT	3,9

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 52

Marka Grecji kojarzy się przede wszystkim z bogatą historią (4 miejsce pośród państw świata w rankingu Country Brand Index w kategorii „historia”) oraz z fascynującą kulturą i sztuką (5 miejsce w rankingu Country Brand Index w tej kategorii)¹¹.

Hiszpania to jedna z głównych destynacji turystycznych świata i lider rynku turystycznego Unii Europejskiej pod względem liczby udzielonych noclegów (por. tabela 4 i 5), jak również pod względem wpływów z turystyki (por. tabela 7). Udział turystyki w PKB Hiszpanii jest znaczący i wynosił w 2006 r. 4,2%. Hiszpania jest także rosnącym rynkiem turystyki wyjazdowej, o czym świadczy znacząco malejący wskaźnik obrazujący relację przychodów z turystyki zagranicznej do wydatków Hiszpanów na turystykę zagraniczną (z 5% w 2000 r. do 3% w 2006 r. – por. tabela 8). Najważniejszym rynkiem źródłowym dla turystyki w Hiszpanii są Wielka Brytania (31,1% udział w rynku) oraz Niemcy (26,8% udział w rynku) (por. tabela 17).

Hiszpania to również marka, która w rankingach Country Brand Index¹² pojawia się trzykrotnie w pierwszej dziesiątce w następujących kategoriach: „łatwość podróżowania” (odpowiednio rozwinięta infrastruktura transportowa) na miejscu drugim wśród światowych destynacji turystycznych, w kategorii „życie nocne” – na miejscu trzecim oraz w kategorii „wyśmienita kuchnia” – na miejscu siódmym.

¹¹ tamże

¹² *Country Brand Index 2008*, op. cit., s. 50-69

Tabela 17. Główne rynki źródłowe dla Hiszpanii – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 17. Main tourism markets in Spain – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	UK	31,3	UK	31,1
Rynek 2-gi	DE	29,9	DE	26,8
Rynek 3-ci	NL	6,2	FR	6,2
Rynek 4-ty	FR	5,1	NL	5,6
Rynek 5-ty	BE	3,4	IT	4,4
Rynek 6-ty	IT	3,2	BE	3,1

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 53

Obok Hiszpanii **Francja** jest liderem światowego i jednocześnie unijnego rynku turystycznego. Jest jednym z najważniejszych krajów źródłowych dla turystyki, tak krajowej jak i zagranicznej. Mimo ogromnej popularności Francji na rynku turystycznym, w szczególności wśród turystów z Wielkiej Brytanii, Holandii oraz Niemiec (por. tabela 18) udział noclegów udzielonych we Francji turystom zagranicznym w porównaniu z Grecją czy Hiszpanią jest niski (jedynie 35,6% w 2006 r.). Udział turystyki zagranicznej w PKB Francji w porównaniu z Hiszpanią czy Grecją jest niski i wynosił w 2006 r. 2,3%. Jest to efekt dużej popularności Francji jako destynacji także wśród turystów krajowych.

Tabela 18. Główne rynki źródłowe dla Francji– noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 18. Main tourism markets in France – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	UK	20,0	UK	20,5
Rynek 2-gi	NL	15,7	NL	17,5
Rynek 3-ci	DE	13,5	DE	12,2
Rynek 4-ty	US	9,4	BE	8,0
Rynek 5-ty	IT	8,2	IT	7,8
Rynek 6-ty	BE	7,2	US	6,7

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 54

Francja to marka zbudowana na bogatej historii (3 miejsce w rankingu Country Brand Index¹³ w kategorii „historia”), słynna dzięki znakomitej kulturze i sztuce (2 miejsce w rankingu CBI w tej kategorii), znana także z wyśmienitej kuchni (2 miejsce w rankingach CBI w tej kategorii). Międzynarodowi turyści badani przez FutureBrand dostrzegli także takie jej walory jak atrakcyjność sklepów i ich oferty handlowej (6 miejsce w kategorii „zakupy”), atrakcyjne życie nocne (10 miejsce z tej kategorii) oraz dobrze rozwinięta infrastruktura transportowa (10 miejsce w kategorii „łatwość podróżowania”).

Włochy, podobnie jak Francja i Hiszpania, są tradycyjnie postrzegane jako wiodąca destynacja dla turystyki zarówno w Europie, jak i na świecie. O ich mocnej pozycji świadczą miejsca w unijnych rankingach – drugie miejsce pod względem liczby noclegów udzielonych łącznie turystom krajowym i zagranicznym (por. tab. 4), drugie pod względem liczby noclegów udzielonych turystom zagranicznym (por. tab. 5), wśród których dominują Niemcy (por. tab.19) oraz trzecie miejsce pod względem wpływów z turystyki zagranicznej (por. tab.7). Włochy jednocześnie umacniają w ostatnich latach swą rolę generatora wyjazdów turystycznych, powielając w tym zakresie wzorce krajów Europy Zachodniej. Pod względem wydatków na turystykę zagraniczną zajmują 4 miejsce w Unii Europejskiej, zaraz po Niemczech, Brytyjczykach i Francuzach (por. tabela 3), są również na 5 miejscu krajów źródłowych dla turystyki zagranicznej (por. tabela 2). Tak jak w przypadku Francji, udział turystyki zagranicznej w PKB Włoch jest niski, w 2006 r. wynosił 2,1%.

Tabela 19. Główne rynki źródłowe dla Włoch – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 19. Main tourism markets in Italy – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	DE	37,3	DE	29,6
Rynek 2-gi	UK	6,8	UK	8,1
Rynek 3-ci	US	6,7	US	7,7
Rynek 4-ty	FR	6,5	FR	6,3
Rynek 5-ty	AT	5,9	NL	5,7
Rynek 6-ty	NL	4,7	AT	4,9

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 63

¹³ tamże

Marka Włoch, na co wskazuje m.in. ranking CBI, jest niezwykle silna dzięki fascynującej kulturze i sztuce (1 miejsce wśród światowych destynacji w tej kategorii) bogatej historii (2 miejsce w rankingu w tej kategorii) oraz wyśmienitej kuchni (1 miejsce w tej kategorii). Międzynarodowi turyści badani przez firmę FutureBrand dostrzegali także takie atuty Włoch jak, atrakcyjność zakupów (7 miejsce w tej kategorii) oraz bardzo dobra infrastruktura transportowa (9 miejsce w kategorii „łatwość podróżowania”).

Z uwagi na swoje położenie geograficzne i walory **Cypr** jest przede wszystkim destynacją dla turystyki zagranicznej.

Tabela 20. Główne rynki źródłowe dla Cypru – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 20. Main tourism markets in Cyprus – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	UK	53,3	UK	55,4
Rynek 2-gi	DE	12,2	DE	8,9
Rynek 3-ci	SE	5,3	E	5,5
Rynek 4-ty	CH	3,8	NO	3,5
Rynek 5-ty	NO	2,6	CH	2,0
Rynek 6-ty	NL	2,2	FR	1,9

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 56

Lokalny rynek turystyczny jest zdominowany przez turystów międzynarodowych. W 2006 r. aż 92% noclegów udzielonych na Cyprze dotyczyło obcokrajowców, spośród których dominujący od lat rynek stanowią Brytyjczycy (aż 55,4% udział w rynku w 2006 r. – por. tabela 20). Turystyka zagraniczna ma bardzo istotny wkład w PKB Cypru. W 2006 r. stanowiła ona 13,2% PKB.

Razem z pozostałym republikami bałtyckimi **Łotwa** jest wyłaniającą się destynacją turystyczną a także krajem źródłowym dla turystyki zagranicznej. Obecnie, tak jak w przypadku Estonii, atrakcyjność Łotwy na unijnym rynku jest relatywnie niewielka, o czym świadczą bardzo niskie wskaźniki udziału noclegów zagranicznych na Łotwie w odniesieniu do całej Unii – w 2006 r. zaledwie 0,2% (por. tabela 9) oraz wpływów z turystyki zagranicznej – w 2006 r. także 0,2% (por. tabela 9). W przeciwieństwie do Estonii udział turystyki zagranicznej w tworzeniu PKB Łotwy jest niewielki i wyniósł w 2006 r. 2,5%. Główne rynki źródłowe dla łotewskiej turystyki to Niemcy oraz Finowie (por. tabela 21).

Tabela 21. Główne rynki źródłowe dla Łotwy – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 21. Main tourism markets in Latvia – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	DE	13,1	DE	12,7
Rynek 2-gi	FI	12,3	FI	10,0
Rynek 3-ci	UK	5,5	UK	9,2
Rynek 4-ty	SE	5,3	LT	7,2
Rynek 5-ty	US	3,8	EE	7,2
Rynek 6-ty	NO	2,9	NO	6,5

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 57

Litwa, tak jak Estonia oraz Łotwa jest powoli wyłaniającą się destynacją Unii Europejskiej.

W porównaniu z dwiema pozostałymi republikami na Litwie obserwujemy większy udział turystyki krajowej w całkowitym ruchu turystycznym. Tak jak w przypadku Łotwy – głównym rynkiem źródłowym dla Litwy są Niemcy, drugim ważnym z uwagi na uwarunkowania historyczne rynkiem – Polacy (por. tabela 22). Turystyka zagraniczna w mniejszym niż w Estonii stopniu wpływa na PKB Litwy, w 2006 r. jej udział w PKB wynosił 3,5%. W tym samym roku wpływy z turystyki zagranicznej na Litwie przekraczały wydatki Litwinów na turystykę zagraniczną (wskaźnik 1,1 w 2006 r.).

Tabela 22. Główne rynki źródłowe dla Litwy – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2002 i 2006 r.

Table 22.. Main tourism markets in Lithuania – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2002 and 2006

Rynki	2002		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	DE	17,1	DE	15,7
Rynek 2-gi	PL	14,3	PL	13,4
Rynek 3-ci	US	4,4	UK	5,8
Rynek 4-ty	FI	4,2	LV	5,4
Rynek 5-ty	UK	4,2	FI	4,3
Rynek 6-ty	SE	3,5	IT	3,8

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 66

Luksemburg, podobnie jak Belgia, jest ważną destynacją dla turystyki biznesowej oraz krajem źródłowym dla turystyki zagranicznej. Tak jak w przypadku Belgii, cechą charakterystyczną turystyki przyjazdowej do Luksemburga jest dominacja pobytów krótkoterminowych, w efekcie czego przychody z turystyki zagranicznej (1,1% udziału w rynku Unii w 2006 r. – por. tabela 9) znacznie przekraczają wskaźniki noclegów udzielonych turystom zagranicznym (w 2006 r. zaledwie 0,3% – por. tabela 9). Udział turystyki zagranicznej w PKB Luksemburga wynosił w 2006 r. aż 8,5%, a współczynnik wpływów z turystyki zagranicznej do wydatków na turystykę wyjazdową wyniósł 1,16 – co wskazuje na fakt, że wpływy przekroczyły wydatki.

Tabela 23. Główne rynki źródłowe dla Luksemburga – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 23. Main tourism markets in Luxembourg – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	NL	39,1	NL	38,4
Rynek 2-gi	BE	22,6	BE	19,5
Rynek 3-ci	DE	9,1	DE	10,4
Rynek 4-ty	FR	6,2	FR	7,8
Rynek 5-ty	UK	5,6	UK	5,1
Rynek 6-ty	US	3,1	US	2,3

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 59

Węgry z Budapesztem przyciągają zarówno turystów krajowych, jak i zagranicznych, wśród których znacząco dominują Niemcy (28% w 2006 r.), w dalszej kolejności Austriacy i Holendrzy (por. tabela 24). Marża zysku z turystyki zagranicznej (1,4% w 2006 r.) nieznacznie przekracza wskaźniki udzielonych noclegów (1,1% w 2006 r.). Udział turystyki w PKB Węgier jest dość wysoki i wyniósł 4% w 2006 r.

Tabela 24. Główne rynki źródłowe dla Węgier – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2001 i 2006 r.

Table 24. Main tourism markets in Hungary – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2001 and 2006

Rynki	2001*		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	DE	40,3	DE	28,0
Rynek 2-gi	AT	6,6	UK	7,3
Rynek 3-ci	NL	4,8	AT	7,1
Rynek 4-ty	IT	4,5	US	5,4
Rynek 5-ty	US	3,9	IT	5,2
Rynek 6-ty	PL	3,8	ES	3,4

*brak danych za rok 2000

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 60

Podobnie, jak wyspiarski Cypr, tak i **Malta** jest głównie destynacją dla turystyki zagranicznej. Popyt turystyczny z strony turystów zagranicznych określać może wskaźnik udzielonych im noclegów, który wyniósł dla 2006 r. aż 96%. Niekwestionowanym liderem wśród rynków źródłowych jest Wielka Brytania, z której pochodzi ponad 2/5 turystów zagranicznych (por. tabela 25). Tak jak w przypadku Cypru, turystyka zagraniczna w znaczący sposób tworzy PKB Malty, w 2006 r. miała w nim ponad 12% udział. Przychody z turystyki zagranicznej na Malcie 2,4-krotnie przekraczały wydatki na turystykę wyjazdową.

Tabela 25. Główne rynki źródłowe dla Malty – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 25. Main tourism markets in Malta – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	UK	38,7	UK	42,4
Rynek 2-gi	DE	18,3	DE	11,6
Rynek 3-ci	FR	6,3	IT	7,4
Rynek 4-ty	NL	5,6	FR	6,3
Rynek 5-ty	IT	5,5	NL	3,3
Rynek 6-ty	BE	2,4	BE	2,6

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 61

Holandia, podobnie jak Dania, jest krajem źródłowym turystyki zagranicznej. Tak jak w przypadku Danii – rynek turystyczny Holandii jest zdominowany przez turystykę krajową. Jedynie 32% noclegów udzielonych w 2006 r. dotyczyło turystów zagranicznych, wśród których podstawowym rynkiem źródłowym, z którego pochodzi prawie 40% turystów, są Niemcy (por. tabela 26). Udział turystyki w tworzeniu PKB na tle innych krajów UE jest niewielki, w 2006 r. wynosił jedynie 1,7%, a wydatki Holendrów za granicą przewyższają wpływy z turystyki zagranicznej, o czym świadczy niski wskaźnik prezentujący tę relację; w 2006 r. osiągnął wartość 0,67.

Holandia to marka, znana na świecie przede wszystkim z doskonałej infrastruktury transportowej (1 miejsce w rankingu Country Brand Index wśród destynacji światowych w kategorii „łatwość podróżowania”) a także z atrakcyjnego życia nocnego (8 miejsce w tej kategorii) ale przede wszystkim ze swobód obywatelskich (1 miejsce w kategorii wolność polityczna).

Tabela 26. Główne rynki źródłowe dla Holandii – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 26. Main tourism markets in the Netherlands – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	DE	45,1	DE	39,5
Rynek 2-gi	UK	15,3	UK	13,9
Rynek 3-ci	US	7,6	BE	9,5
Rynek 4-ty	BE	7,3	US	6,7
Rynek 5-ty	FR	4,0	FR	4,6
Rynek 6-ty	IT	3,1	IT	3,2

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 62

Austria to ważna destynacja dla turystyki kulturalnej oraz kwalifikowanej turystyki górskiej. Głównym rynkiem turystycznym, z którego pochodzą turyści odwiedzający Austrię jest rynek niemiecki (por. tabela 27).

Tabela 27. Główne rynki źródłowe dla Austrii – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 27. Main tourism markets in Austria – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	DE	60,1	DE	52,9
Rynek 2-gi	NL	8,4	NL	9,4
Rynek 3-ci	UK	4,5	UK	5,0
Rynek 4-ty	CH	4,0	CH	4,6
Rynek 5-ty	IT	3,6	IT	4,1
Rynek 6-ty	US	2,8	BE	2,9

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 63

W ostatnich latach Austria stała się także ważnym krajem źródłowym dla turystyki zagranicznej (8 miejsce pod względem liczby noclegów za granicą i 9 pod względem wielkości wydatków na turystykę zagraniczną). Udział turystyki w tworzeniu PKB jest znaczący – w 2006 r. wynosił 5,1%, a wpływy z turystyki były 1,8 razy większe niż wydatki Austriaków za granicą.

Austria to marka rozpoznawana przez turystów międzynarodowych w takich kategoriach jak „wyśmienita kuchnia” (6 miejsce w rankingu Country Brand Index¹⁴ wśród światowych destynacji w tej kategorii) oraz „bezpieczeństwo” (9 miejsce w tej kategorii).

Polska, jak Czechy i Węgry jest powoli wyłaniającą się destynacją turystyczną. Ruch turystyczny w Polsce to w dużej mierze ruch krajowy (79% noclegów udzielonych w 2006 roku dotyczyło turystów krajowych), jednak w ostatnich latach odnotowuje się wzrost przyjazdów turystów zagranicznych, wśród których niezmiennie dominują Niemcy (por. tabela 28). Udział turystyki zagranicznej w tworzeniu PKB w porównaniu z innymi krajami regionu jest niski – w 2006 r. wynosił 2,1%, jednak bilans turystyki zagranicznej jest dodatni: wynosił w 2006 r. 1,26.

Tabela 28. Główne rynki źródłowe dla Polski – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2003 i 2006 r.

Table 28. Main tourism markets in Poland – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2003 and 2006

Rynki	2003		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	DE	44,2	DE	41,7
Rynek 2-gi	US	4,5	UK	7,2
Rynek 3-ci	UK	4,5	US	4,4
Rynek 4-ty	IT	4,0	IT	4,3
Rynek 5-ty	FR	3,9	FR	3,8
Rynek 6-ty	DK	2,7	SE	2,4

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 64

Tak, jak Grecja, **Portugalia** jest przede wszystkim destynacją dla turystyki międzynarodowej. W 2006 r. 59% noclegów udzielonych w Portugalii dotyczyło turystów międzynarodowych, wśród których dominują Brytyjczycy, w dalszej kolejności Niemcy oraz Hiszpanie (por. tabela 29). Udział turystyki zagranicznej w PKB Portugalii jest porównywalny z Hiszpanią i w roku 2006 wynosił 4,3%. Saldo turystyki zagranicznej określone wskaźnikiem 4,5 dla 2006 r. wskazuje na zdecydowaną przewagę wpływów z turystyki przyjazdowej nad wydatkami Portugalczyków na wyjazdy zagraniczne.

¹⁴ *Country Brand Index 2008*, op. cit., s. 50-69

Tabela 29. Główne rynki źródłowe dla Portugalii – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 29. Main tourism markets in Portugal – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	UK	28,4	UK	27,9
Rynek 2-gi	DE	20,7	DE	15,2
Rynek 3-ci	NL	8,1	ES	13,1
Rynek 4-ty	ES	8,0	NL	7,5
Rynek 5-ty	FR	5,2	FR	5,8
Rynek 6-ty	IT	3,3	IT	3,8

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 65

Rynek turystyczny **Rumunii** jest relatywnie słabo rozwinięty i opiera się głównie na turystyce krajowej, a udział noclegów udzielonych turystom zagranicznym jest niewielki – w 2006 r. wyniósł 17,1% ogółu noclegów. Przyjazdy turystów zagranicznych, wśród których dominują Niemcy i Włosi (por. tabela 30), wiążą się głównie z turystyką biznesową, w której poziom wydatków jest relatywnie wysoki. Dzięki temu faktowi bilans turystyki zagranicznej w 2006 r. wynosił 1,0, co świadczy o tym, że wysokie wpływy z niewielkiej liczby turystów zagranicznych zrównoważyły wydatki rezydentów na turystykę zagraniczną.

Tabela 30. Główne rynki źródłowe dla Rumunii – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 30. Main tourism markets in Romania – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	b.d.	b.d.	DE	15,6
Rynek 2-gi	b.d.	b.d.	IT	12,5
Rynek 3-ci	b.d.	b.d.	FR	7,8
Rynek 4-ty	b.d.	b.d.	US	5,8
Rynek 5-ty	b.d.	b.d.	HU	5,5
Rynek 6-ty	b.d.	b.d.	UK	5,0

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 66

Słowenia to jedna z najważniejszych destynacji turystycznych wschodniej Europy, której rola w ostatnich latach powoli wzrasta. Obecnie pozycja rynku Słowenii w Unii Europejskiej jest jeszcze niska, o czym świadczą niskie wskaźniki udziału w rynku unijnym (0,5% udziału w noclegach turystów zagranicznych

i 0,6% udziału we wpływach z turystyki zagranicznej w 2006 r. – por. tabele). Udział turystyki zagranicznej w PKB Słowenii jest wysoki, w 2006 r. wynosił 4,9%, a bilans turystyki zagranicznej 1,77. Podstawowe rynki źródłowe dla Słowenii to w kolejności Włochy, Austria i Niemcy (por. tabela 31).

Tabela 31. Główne rynki źródłowe dla Słowenii – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2001 i 2006 r.

Table 31. Main tourism markets in Slovenia – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2001		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	DE	22,7	IT	20,0
Rynek 2-gi	IT	18,1	AT	15,0
Rynek 3-ci	AT	16,5	DE	13,6
Rynek 4-ty	UK	5,0	UK	7,2
Rynek 5-ty	NL	3,7	NL	4,0
Rynek 6-ty	HU	2,3	HU	2,5

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 67

Słowacja, jak inne kraje środkowo-wschodniej Europy jest wyłaniającą się destynacją turystyczną oraz rynkiem źródłowym dla turystyki zagranicznej. Tak jak w przypadku Słowenii, jej pozycja na rynku turystycznym Unii jest obecnie niska, o czym świadczą niskie wskaźniki udziału w rynku unijnym (0,5% udziału w noclegach turystów zagranicznych i 0,5% udziału we wpływach z turystyki zagranicznej w 2006 r. – por. tabela 9). Główne rynki źródłowe dla Słowacji to Czechy, Niemcy i Polska (por. tabela 32). Udział turystyki zagranicznej w PKB Słowacji jest relatywnie niski i wynosił 2,8% w 2006 r. Bilans turystyki zagranicznej określony przez wskaźnik 1,44 (dane za 2006 r.) wskazuje na przewagę wpływów nad wydatkami.

Tabela 32. Główne rynki źródłowe dla Słowacji – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2003 i 2006 r.

Table 32. Main tourism markets in Slovakia – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2003		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	CZ	33,6	CZ	29,3
Rynek 2-gi	DE	21,1	DE	17,6
Rynek 3-ci	PL	13,8	PL	13,7
Rynek 4-ty	HU	5,9	HU	6,4
Rynek 5-ty	AT	3,6	AT	3,4
Rynek 6-ty	NL	1,6	UK	2,8

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 68

Finlandia to głównie rynek źródłowy dla turystyki krajowej, w mniejszym stopniu dla zagranicznej. Zaledwie 0,5% (dane za 2006 r.) noclegów udzielonych turystom zagranicznym w Unii dotyczyło Finlandii. Finlandia ma także niski udział w unijnych wpływach z turystyki, w 2006 r. było to 0,7%. Główne rynki źródłowe to Szwecja, Dania i Wielka Brytania (por. tabela 33). Podobnie jak to jest w przypadku Niemiec, Wielkiej Brytanii oraz Danii, udział turystyki zagranicznej w PKB Finlandii jest niski, w 2006 r. wyniósł 1,1%. Bilans turystyki zagranicznej określony wskaźnikiem 0,69 (za 2006 r.) wskazuje na przewagę wydatków Finów na turystykę zagraniczną w stosunku do wpływów z turystyki zagranicznej.

Tabela 33. Główne rynki źródłowe dla Finlandii – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 33. Main tourism markets in Finland – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	SE	15,8	SE	11,7
Rynek 2-gi	DE	11,8	DE	10,7
Rynek 3-ci	UK	9,0	UK	9,6
Rynek 4-ty	US	5,6	FR	4,6
Rynek 5-ty	NO	5,0	US	4,1
Rynek 6-ty	NL	3,7	NO	4,1

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 69

Szwecja, podobnie jak Finlandia, to przede wszystkim rynek źródłowy dla turystyki zagranicznej. Jednak mimo, że udział Szwecji w noclegach udzielonych turystom zagranicznym był niewielki (1,1% w 2006 r.), udział w zyskach z turystyki zagranicznej relatywnie wysoki (2,9% w 2006 r.). Udział turystyki zagranicznej w PKB Szwecji jest wyższy niż w Finlandii i w 2006 r. wynosił 2,4%. Bilans turystyki zagranicznej, określony wskaźnikiem 0,79 (za 2006 r.), podobnie jak w Finlandii wskazuje na przewagę wydatków Szwedów na turystykę zagraniczną w stosunku do wpływów z turystyki zagranicznej. Pod względem wydatków na turystykę Szwedzi plasują się w Europie na dziesiątym miejscu z prawie 3% udziałem (por. tabela 7).

Szwecja to marka rozpoznawana przez turystów międzynarodowych ze względu na bezpieczeństwo (czwarte miejsce w rankingu Country Brand Index w tej kategorii), „chęć przedłużenia podróży służbowej o prywatne wakacje (siódme miejsce) oraz dobrą infrastrukturę transportową (ósme miejsce w kategorii „łatwość podróżowania”).

Tabela 34. Główne rynki źródłowe dla Szwecji – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 34. Main tourism markets in Sweden – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	NO	21,6	NO	24,8
Rynek 2-gi	DE	20,8	DE	19,4
Rynek 3-ci	DK	9,6	DK	9,5
Rynek 4-ty	UK	6,4	NL	6,5
Rynek 5-ty	NL	5,5	UK	5,9
Rynek 6-ty	FI	5,4	FI	3,9

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 70

Wielka Brytania to jeden z najważniejszych rynków źródłowych dla turystyki zarówno krajowej, jak i zagranicznej a także jedna z najważniejszych destynacji, szczególnie dla takich segmentów jak turystyka miejska i kulturowa, turystyka biznesowa, turystyka językowa. Wysoki udział w noclegach udzielonych turystom zagranicznym (9,5% w 2006 r.) i wysoki udział wpływów z turystyki zagranicznej (10,6% w 2006 r.) zapewniają Wielkiej Brytanii czwarte miejsce na unijnym rynku turystycznym (por. tabela 5 i 7). Główne rynki źródłowe to Stany Zjednoczone oraz Niemcy (por. tabela 35).

Tabela 35. Główne rynki źródłowe dla Wielkiej Brytanii – noclegi udzielone nierezydentom (jako odsetek noclegów ogółem) w 2000 i 2006 r.

Table 35. Main tourism markets in Great Britain – nights spent by non-residents (as % of total nights), 2000 and 2006

Rynki	2000		2006	
	Kraj	%	Kraj	%
Rynek 1-szy	US	21,8	US	17,7
Rynek 2-gi	DE	8,4	DE	11,2
Rynek 3-ci	FR	6,0	FR	7,3
Rynek 4-ty	IT	4,0	ES	6,8
Rynek 5-ty	NL	3,7	IT	4,8
Rynek 6-ty	IE	3,6	NL	4,3

Źródło: *Panorama on tourism*, op. cit., s. 79

Podobnie jak w przypadku Niemiec, Danii i Finlandii udział turystyki zagranicznej w PKB Wielkiej Brytanii należy do najniższych w Unii Europejskiej – w 2006 r.

wyniósł 1,4%. Bilans turystyki zagranicznej, z uwagi na bardzo wysoką aktywność turystyczną i wydatki na turystykę zagraniczną Brytyjczyków wynosi zaledwie 0,53 (dane za 2006 r.)

Wielka Brytania to marka wysoko oceniana wśród turystów międzynarodowych w wielu kategoriach. W rankingach Country Brand Index pojawia się kilkakrotnie w pierwszej dziesiątce światowych destynacji: szóste miejsce w kategorii „historia”, szóste miejsce w kategorii „kultura i sztuka”, szóste miejsce w kategorii „łatwość podróżowania”, siódme w kategorii „pragnienie odwiedzenia (ponownej wizyty)”, dziewiąte miejsce w kategorii „zakupy”, dziewiąte w kategorii „życie nocne”, dziesiąte w kategorii „wolność polityczna”.

Zakończenie

Ending

Z uwagi na ograniczone ramy niniejszej publikacji poruszone w niej zostały jedynie najważniejsze ogólne aspekty rynku turystycznego 27 krajów Unii Europejskiej. Ciekawym zagadnieniem, które warto poddać dalszej analizie jest wpływ integracji z Unią Europejską na rozwój narodowych rynków turystycznych nowych członków Unii. Dalsza szczegółowa charakterystyka rynków poszczególnych krajów w najbliższej perspektywie powinna uwzględniać skutki bieżącego kryzysu gospodarczego. Już dziś eksperci są zgodni, że w 120% najbliższej przyszłości na skutek kryzysu, można będzie oczekiwać wzrostu ruchu turystycznego do destynacji bliżej położonych, kosztem destynacji odległych, wzrostu krajowego ruchu turystycznego kosztem wyjazdów zagranicznych, a także zmniejszenia średniej długości pobytu oraz całkowitej wielkości wydatków ponoszonych na podróż¹⁵. Tym zagadnieniom poświęcone zostaną kolejne artykuły analizujące rynek turystyczny w krajach Unii Europejskiej.

Literatura

Bibliography

Country Brand Index 2008: Insights, Findings and Country Rankings, FutureBrand 2008

Łazarek R., *Ekonomika turystyki. Wybrane zagadnienia*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2004

Panorama on tourism, Eurostat statistical books, 2008 edition

UNWTO *World Tourism Barometer*, Vol 6., No. 2, June 2008

¹⁵ por. T. Dziedzic, *Kryzys pomoże turystyce?*, Wiadomości turystyczne nr 9(183), 1-15 maja 2009, s. 3

Rynek turystyczny krajów Unii Europejskiej – wybrane aspekty

Streszczenie

Artykuł oparty na najnowszych danych Światowej Organizacji Turystyki oraz Eurostatu prezentuje wybrane aspekty rynku turystycznego Unii Europejskiej. Autorka poddaje analizie kraje UE z podziałem na wiodące kraje źródłowe dla turystyki międzynarodowej i destynacje turystyczne. Wśród bardziej szczegółowych informacji prezentowanych w artykule wymienić można: 10 wiodących destynacji turystyki wyjazdowej, 10 wiodących krajów pod względem wydatków i przychodów na turystykę zagraniczną, czy poziom internacjonalizacji narodowych rynków turystycznych. W końcowej części omówione zostały najważniejsze wskaźniki ukazujące aktualny stan rozwoju narodowych rynków turystycznych 27 krajów Unii Europejskiej.

The tourism market of European Union countries – chosen aspects

Summary

The paper based on latest UNWTO and Eurostat data presents some chosen aspects of EU tourism market. The author analyses leading generators and leading destination of international tourism among EU countries. Some more detailed aspects presented in the paper are the following: top 10 generators of outbound tourism, 10 top spenders and earners on tourism and the level of internationalization of national tourism markets. Some crucial indicators showing the actual state of development of national tourism markets of EU-27 countries are presented at the end of the paper.

JAN SIKORA

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Wyższa Szkoła Handlu i Usług w Poznaniu

AGNIESZKA WARTECKA-WAŻYŃSKA

Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu
Wyższa Szkoła Handlu i Usług w Poznaniu

Turystyka przemysłowa i poprzemysłowa w Polsce – stan obecny i możliwości rozwoju

Industrial Tourism in Poland. Present and Future-Development Potential

Wstęp Introduction

Rozwój przemysłu ciężkiego (huty, kopalnie, stocznie, fabryki wagonów) w okresie Polski Ludowej stanowił podstawę gospodarki. Obecnie po okresie transformacji gospodarczo-społecznej i politycznej, ten przemysł może tworzyć podstawę rozwoju nowych rodzajów turystyki, w tym turystyki przemysłowej, a szczególnie poprzemysłowej.

Dawne przedsiębiorstwa po zaprzestaniu działalności mogą sprzyjać rozwojowi nowej przestrzeni turystyczno-rekreacyjnej.

Pojęcie to bardzo wyraźnie eksponuje S. Liszewski, który uważa, że przestrzeń turystyczna jest funkcjonalnie wyróżniającą się częścią (podprzestrzenią) przestrzeni geograficznej rozumianej w sensie largo, to znaczy jako przestrzeń, na którą składają się elementy przyrodnicze powłoki ziemi (środowisko naturalne), trwałe efekty działalności ludzkiej w tym środowisku w rozumieniu społecznym. Podejście funkcjonalne wskazuje, że motywem wydzielenia przestrzeni są potrzeby wypoczynku, poznania i doznania przeżyć będące atrybutami turystyki współczesnego człowieka. Przestrzeń turystyczna jest więc wytworem człowieka, który użytkując dla celów turystycznych środowisko geograficzne i społeczne, odkrywa je i zagospodarowuje, motywując to potrzebą wypoczyn-

ku, poznania i chęcią różnych i różnorodnych przeżyć (od sacrum przez rozrywkę do emocji)¹.

Istotnym określeniem przestrzeni turystycznej jest jej cecha nowości, innowacyjności (co oznacza młody, świeżo założony, inny od poprzedniego, od dotychczas spotykanego). Uwzględniając znaczenia terminu „nowy” i odnosząc je do przestrzeni turystycznej, można zauważyć, iż „nową przestrzenią turystyczno-rekreacyjną nazywać będziemy: na nowo udostępniony (zawłaszczony), zorganizowany (zagospodarowany) dla celów turystycznych lub rekreacyjnych fragment ogólnej przestrzeni odróżniający się od otoczenia pełnią funkcję lub fizjonomią”².

Nową, innowacyjną przestrzeń turystyczno-rekreacyjną, niezależnie od ujęcia czasowego, należałoby ujmować w znaczeniu technicznym i społecznym. Znaczenie techniczne polega na przekształcaniu i adaptacji wartości techniczno-użytkowej wcześniej zdekapitalizowanych, zdegradowanych właściwości. Atrybut „nowa” pod względem społecznym wskazuje na potrzebę osobistego zainteresowania, uznania często subiektywnego przez turystów, niezależnie od tego, kiedy przestrzeń ta z swoimi wartościami techniczno-użytkowymi powstała i kto jest jej twórcą³.

Przykładami nowych przestrzeni turystyczno-rekreacyjnych są np.: nowe miejskie przestrzenie turystyczno-rekreacyjne (hale przemysłowe przerobione na centra kultury); obszary militarne jako nowe przestrzenie turystyczno-rekreacyjne udostępnione ludności (koszary, poligony); nowe obiekty sakralne (świątynie); naturalne i sztuczne środowiska przyrodnicze oraz obiekty architektoniczne jako nowe przestrzenie turystyczno-rekreacyjne (rewitalizowane parki, pałace, zamki, dworki, obiekty sportowe)⁴.

W tym powtórnym udostępnieniu odpowiedniej przestrzeni przemysłowej dla rynku turystyczno-rekreacyjnego także Autor proponuje przyjęcie dwóch wyznaczników nowości: technicznej i społecznej.

Nową pod względem technicznym, czyli zorganizowaną na nowo na „surowym korzeniu” lub przez przekształcenie czy adaptację, jest taka przestrzeń turystyczno-rekreacyjna, której czas nowości trwa tak długo, dokąd nie nastąpi jej dekapitalizacja lub „śmierć techniczna”. Natomiast nową przestrzenią turystyczno-rekreacyjną w znaczeniu społecznym jest taka przestrzeń, która uznawana jest za nową przez turystów⁵ w aspekcie rzadkiego i dotychczas słabego zainteresowania.

W Polsce są sprzyjające warunki do rozwoju takiej przestrzeni oraz związanej z nią turystyki przemysłowej i poprzemysłowej. Z turystyką tą łączy się potrzeba

¹ S. Liszewski, *Nowe przestrzenie turystyczno-rekreacyjne w Polsce i ich rola w rozwoju kraju i regionu*. (w:) G. Golembki (red.) *Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym. Człowiek-przestrzeń-przedsiębiorstwo*. Poznań 2006, s. 115

² Tamże, s. 115

³ Tamże, s. 115

⁴ Tamże, s. 115

⁵ Tamże, s. 115

poszukiwania i turystycznego zagospodarowania obiektów techniki przemysłowej, które S. Liszewski nazywa „nowymi przestrzeniami turystycznymi i rekreacyjnymi”.

Nowymi przestrzeniami turystyczno-rekreacyjnymi są między innymi hale przemysłowe zaadaptowane na centra kultury, koszary i poligony udostępnione ludności, rewitalizowane parki i obiekty sportowe⁶.

Jednym z przykładów nowej przestrzeni turystyczno-rekreacyjnej związanej z turystyką przemysłową i poprzemysłową są dawne zakłady przemysłowe, zakłady produkujących żywność, zapory wodne, mosty, stare zajezdnie tramwajowe oraz przejażdżki historycznymi tramwajami i pociągami.

Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie wybranych obiektów przemysłowych i poprzemysłowych stanowiących atrakcje turystyczne w Polsce.

Powstał on w oparciu o analizę literatury przedmiotu zwartej i czasopiśmienniczej, źródła internetowe oraz przemyślenia autorów.

Wybrane przykłady turystyki przemysłowej i poprzemysłowej ***Examples of industrial and post-industrial tourism***

W Polsce nie zdajemy sobie jeszcze sprawy z konieczności ochrony „dziedzictwa” techniczno-przemysłowego, które w wielu miastach i regionach stanowi zaniedbaną pozostałość kultury techniczno-użytkowej człowieka. Często najlepszym pomysłem na wykorzystanie dziedzictwa przeszłości dla rozwoju turystyki i wzbogacenia atrakcyjności regionu jest sprzedaż lub zmiana formy własności tych obiektów. Najczęściej mogą to być organizacje tzw. III sektora: fundacje i stowarzyszenia zrzeszające sympatyków różnych dziedzin. Mogą to też być samorządy polskich miast, które jednak ze względów finansowych nie dokładają należytej troski o zabytki kultury technicznej na swym terenie, mimo że w Polsce jest ich relatywnie mniej niż w krajach Europy Zachodniej. Istnieją natomiast możliwości dofinansowania działań polegających na rewitalizacji obiektów poprzemysłowych w ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego (ZPORR).

Zainteresowanie klientów oraz biur turystycznych tego rodzaju obiektami jest jeszcze nieduże, a zarządzający nimi managerowie sporadycznie widzą korzyści w udostępnianiu zakładów turystom.

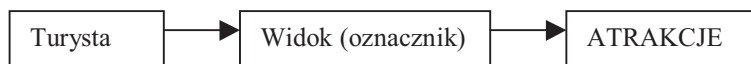
W ostatnich dziesięcioleciach turystyka przemysłowa i poprzemysłowa stawała się coraz bardziej popularna w Europie Zachodniej. Na wiele dawnych obszarach przemysłowych stabilnie rozwijało się dziedzictwo kultury przemysłowej. Coraz częściej zauważono, że może to być rozwój społeczno-ekonomiczny tych obszarów.

⁶ J. Sikora, A. Wartecka-Ważyńska, *Parki dworskie przykładem nowej przestrzeni turystycznej na obszarach wiejskich*. (w:) A. Rapacz (red.) *Gospodarka turystyczna w regionie. Wybrane zagadnienia jej funkcjonowania*, Jelenia Góra 2007, s. 76

Dobrymi przykładami mogą być szwedzki Bergslagen i Zagłębie Ruhry w Niemczech. Powstał nawet projekt o nazwie ERIH - European Route of Industrial Heritage zrzeszający Wielką Brytanię, Holandię, Belgię i Niemcy, mający na celu połączyć w przyszłości przemysłowe atrakcje turystyczne w całej Europie.

Zanim przejdziemy do scharakteryzowania kilku przykładów obiektów przemysłowych będących produktem nowej turystyczno-rekreacyjnej, to wcześniej należałoby krótko odnieść się do rozumienia pojęcia „atrakcja turystyczna”. Po raz pierwszy pojęcie „atrakcja turystyczna” użył E. Cohen w 1972⁷. W lapidarny sposób ujmując atrakcje turystyczne D. Lundberg i uważa, że jest to „cokolwiek, co zaciekawia turystów”⁸. Obecnie pojęcie „atrakcje turystyczne” jest rozumiane szeroko i obejmuje ono nie tylko elementy przyrody i kultury, ale m.in. poziom cen, postawy ludności miejscowej wobec turystów i turystyki, urządzenia turystyczne wraz z całą infrastrukturą techniczną⁹. Wiele nowego wnosi do dyskusji nad istotą atrakcji turystycznych systemowa definicja McCannella. Jego zdaniem atrakcja turystyczna jest empiryczną relacją pomiędzy turystą, widokiem (sight) a oznaczniakiem (marker) – informacją dotyczącą miejsca. Empiryczny związek pomiędzy turystą, widokiem i oznaczniakiem (informacją o widoku) można przedstawić następująco

Rys. 1. Empiryczny związek między turystą, widokiem i oznaczniakiem
Figure 1. Empirical relation between a tourist, sight and an marker.



Źródło: opracowanie własne.

Obiekt (widok) nabiera charakteru atrakcji dopiero poprzez dodanie oznaczniaka. Oznaczniki mogą mieć zróżnicowaną formę generowania informacji. Są to m.in. przewodniki, tabliczki informacyjne, slajdy, odczyty itp. Rolę oznaczniaka może pełnić promocja obiektu. Bowiem promocja, a szczególnie i reklama są czynnikami kreującymi ciągle nowe atrakcje. Oznacznik zatem odgrywa bardzo istotną rolę w kształtowaniu atrakcji. Często nie dałoby się odróżnić różnych atrakcji od ich mniej sławnych obiektów, gdyby ich nie oznaczono. Przykładowo laik nie dostrzegłby różnicy jedynie na podstawie wyglądu między skałą z księżycą przywiezioną przez kosmonautów a zwykłym odłamkiem skały¹⁰.

Podstawowymi atrakcjami turystycznymi są:

⁷ E. Cohen, *Towards a Sociology of International Tourism*. „Social Research”, 1972 s. 12

⁸ D. Lundberg, *The Tourist Business*. Van Nostrand Reinhold, New York 1985, s. 15

⁹ K. Podemski, *Socjologia podróży*, Poznań 2004, s. 21

¹⁰ D. McCannel, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawa 2002, s. 14 oraz J. Urry, *Spojrzenie turysty*, Warszawa 20007, s. 70.

- dzieła stworzone przez człowieka, ale w innym celu niż przyciąganiu turystów, które z czasem stały się atrakcjami samymi w sobie;
- miejsca zaprojektowane i zbudowane od podstaw jako atrakcje dla turystów;
- imprezy kulturalne, sportowe, religijne itp.

Niewątpliwie takimi atrakcjami turystycznymi w rozumieniu pierwszej grupy atrakcji są dawne zakłady przemysłowe zbudowane dla pełnienia swoich funkcji produkcyjnych, które następnie po ich upadku przekształciły się w obiekty turystyki przemysłowej lub poprzemysłowej¹¹.

Upadek przemysłu, zamykanie zakładów przemysłowych jest często jedynym działaniem, jakie spotyka wiele miejscowości i obszarów poprzemysłowych. Bywa także tak, że w ten sposób zostają wyludnione i zdegradowane całe miasta. Są jednak miasta i regiony, które mimo zaniku przemysłu nadal tętnią życiem. Ratunkiem okazała się transformacja z regionu przemysłowego w region atrakcyjny turystycznie, obfitujący w muzea, hale koncertowe i parki. Najlepszym przykładem takiego podejścia jest program ERIH II (European Route of Industrial Heritage). Uczestniczą w nim Niemcy, Wielka Brytania i Holandia. Problem nie jest także obcy w Luksemburgu i Francji. Funkcjonują projekty, które promują dziedzictwo przemysłowe Europy jako interesującą atrakcję turystyczną. W ten sposób dotknięte recesją gospodarczą obszary przemysłowe odzyskują dawną świetność. Celem projektu jest stworzenie turystycznej marki, jaką jest dziedzictwo przemysłowe, która może być promowana i używana w całej Europie. Kiedy przeobrażone turystycznie tereny przemysłowe używają rozpoznawalną markę, turyści wiedzą, że gwarantowana jest tam określona jakość produktu. Projekt ERIH II dzieli atrakcje na trzy grupy. Najbardziej wartościowe, zwane są atrakcjami głównymi. Nieco mniej interesujące to atrakcje kluczowe. Najmniejszą wagę mają proste atrakcje. Atrakcje te służą do przygotowania tras regionalnych i tematycznych. Trasy regionalne zawsze zaczynają się od atrakcji głównych i mają na celu zachęcić do uprawiania lokalnej i regionalnej turystyki, podczas gdy trasy tematyczne biegną pomiędzy różnymi regionami oraz krajami i pokazują powiązania różnych gałęzi przemysłu w kraju i Europie, (np. transport, przemysł włókienniczy, przemysł stalowy). Wiele ośrodków przemysłowych wykazuje chęć zakwalifikowania ich do atrakcji głównych. Jednak aby osiągnąć taki status należy wykazać się odpowiednią rolą historyczną, właściwą organizacją pracy (typu ustalone stałe godziny otwarcia) czy też zagwarantowaniem przewodnika i informacji dostępnych w wielu językach, aby przyciągnąć turystów z różnych krajów. Często działania takie są trudne dla prywatnych, niejednokrotnie dobrowolnych organizacji turystycznych.

Przemysł tworzył historię Europy, a ludzie są zainteresowani swoją przeszłością. Ten typ atrakcji może swobodnie konkurować z atrakcjami architektonicznymi: zamkami czy pałacami i może stanowić magnesem dla coraz większej rzeszy tury-

¹¹ Tamże, s. 70

stów. Obecnie w projekcie ERIH II jest 57 głównych atrakcji i wiele atrakcji kluczowych. W ich obrębie znajdują się wystawy, muzea, parki, obszary rekreacyjne z możliwością nurkowania i wspinaczki. Częstymi gośćmi są zarówno turyści z odległych regionów jak i z najbliższych okolic¹². Według danych brytyjskiej organizacji Culture Northwest turyści zainteresowani poznawaniem przemysłowego dziedzictwa kulturowego pozostawiają w miejscu atrakcji od 9 do 40% więcej pieniędzy niż pozostali turyści¹³.

W Polsce turystyka przemysłowa i poprzemysłowa jest zjawiskiem stosunkowo nowym, które coraz częściej zaczyna promować Polska Organizacja Turystyczna.

Turystyka przemysłowa oferuje korzyści zarówno regionowi, jak i zakładowi udostępnionemu do zwiedzania. Na obszarach przemysłowych pozwala wzmocnić ekonomiczną pozycję regionu (zatrudnienie bezpośrednie i pośrednie) i zwiększyć gamę oferowanych produktów turystycznych. Dla takich regionów turystyka industrialna może być kierunkiem rozwoju, który pasuje do ich charakteru. Sprzyja wzmacnianiu tożsamości na bazie istniejących tradycji. Rozwój turystyki przemysłowej w wielkiej mierze uzależniony jest od chęci współpracy ze strony zakładów. Z jednej strony zaobserwować można wiele firm, które nie są zainteresowane oprowadzeniem grup turystycznych po terenie zakładów produkcyjnych. Duża część firm boi się wyprowadzenia know how do konkurencji i zabraniają dostępu ze względów bezpieczeństwa. Z drugiej strony jest coraz więcej firm, które dostrzegają korzyści płynące z turystyki przemysłowej¹⁴.

Zaangażowanie firm w umożliwienie zwiedzania turystom jest różne. Mogą to być:

- zezwalanie na ograniczone wycieczki edukacyjne,
- zezwalanie wyłącznie na obserwację z granicy zakładu,
- oferowanie pełnego zwiedzania z przewodnikiem zatrudnionym przez zakład,
- zezwalanie touroperatorom na wprowadzanie własnych wycieczek z ich przewodnikami.

Powody, dla których firmy są zainteresowane turystyką przemysłową to:

- budowanie pozytywnej relacji z klientem,
- promocja produktu,
- działalność promocyjna na rynku pracy,
- działalność PR (public relations), zwłaszcza gdy zakład należy do grupy szkodliwych ekologicznie, co może łagodzić negatywne nastawienie społeczeństwa poprzez zwiększanie świadomości społecznej wyjaśniając na terenie zakładu szczegóły swojej działalności.

¹² <http://www.interact-eu.net/download/application/pdf/1177134>

¹³ http://www.culturenorthwest.co.uk/files/documents/Heritage_at_the_Heart_of_Tourism.pdf

¹⁴ <http://www.euricur.nl/default.asp?id=791&nieuwsid=26>

Warto pamiętać, że zwiedzanie zakładów przemysłowych nie będzie popularne dopóki ta forma turystyki nie będzie wystarczająco rozwijana i promowana zarówno przez tour- operatorów, jak i zarządy tych zakładów¹⁵.

Wyjątkowym polskim produktem eksportowym, który można sprzedać, nie wywozić z kraju i dobrze bez przerwy obracać jest dziedzictwo poprzemysłowe. Eksperci od turystyki oceniają, że właściwie taka oferta będzie w najbliższych latach przyciągała najwięcej nowych turystów do Europy.

Dziś wzdłuż całego obszaru przemysłowo-miejskiego przyciągającego Walonię na osi wschód-zachód, od Regionu Borinage, koło Mons, po brzegi rzeki Mozy koło Legie roi się od turystów, którzy przyjeżdżają tu specjalnie, by zobaczyć, jak w miejscowych młynach z ziarna robiło się zboże, a w miejscowych kopalniach wydobywało węgiel. W starych obiektach poprzemysłowych ulokowano zaś sklepy, hotele i biura. Wszystko z myślą o zwiedzających, których w ciągu roku przewijają się setki tysięcy. W brytyjskim mieście Rotherham na zdegradowanych pohutniczych terenach powstał ogromny kompleks muzealno-rozrywkowo-komercyjny. Już w pierwszym roku ekspozycję obejrzało 100 tysięcy osób. Teraz rocznie przyjeżdża tutaj ponad dziewięćset tysięcy turystów krajowych i zagranicznych.

Sporo wody upłynęło Tamizą zanim decydenci i opinia publiczna dojrzeli i zrozumieli wartości tkwiących w tego rodzaju dziedzictwie – mówi Laurent Levis-Strauss, szef Sekcji Muzeów i Dóbr Kultury w Departamencie Dziedzictwa Kulturowego UNESCO w Paryżu. Temat wałkowano już w latach 70. Decyzję przyspieszyła pomoc unijna dla lokalnych projektów rewitalizacji obiektów poprzemysłowych dla celów turystycznych¹⁶.

Na Zachodzie Unii Europejskiej dotuje się każdy nowy projekt do 30% jego wartości. Ostatnio z takiej pomocy skorzystała na przykład huta szkła w francuskim Hekene. Projekt wraz z wypromowaniem huty szkła atrakcji turystycznej kosztował pół miliona euro. Katalońskie muzeum nauki i techniki w Toraza ulokowane w secesyjnej architekturze przemysłowej fabryki włókienniczej kosztowało 9 mln euro. W Katalonii funkcjonuje cała sieć 14 takich muzeów, m.in. przemysłu motoryzacyjnego i starych samochodów. We Włoszech wydano 5,8 mln euro na rewitalizację kolejki parowej na Sardynii. Także w Niemczech na wyspie Rugia kosztem 0,14 mln euro przywrócono do ruchu turystycznego parową kolejkę.

Dużym projektem w tym kraju (33,3 mln ówczesnych marek) była stalownia w Volklingen w Zagłębiu Saary – unikatowe świadectwo historii techniki z przełomu XIX i XX wieku, labirynt wielkich pieców i nagrzewanie, rur i szyn, kolejek podwieszonych. W tym niezwykłym pomniku industrialnym ukazany jest cały proces produkcji żelaza i stali. Centrum naukowe Science-Center Ferrodrom posiada interaktywną prezentację całego procesu produkcji żelaza i stali. Od 2005 r. hutę

¹⁵ http://www.tourism.wa.gov.au/Growing_Your_Business/Starting_a_Tourism_Business/The_Tourism_Part_of_the_Business/Specialised_Tourism_Products/Pages/Industrial_Tourism.aspx

¹⁶ Tamże

odwiedziło 1,2 mln turystów. Dzięki położeniu blisko granicy z Luksemburgiem, Francją i Belgią huta jest celem wycieczek organizowanych przez biura podróży wszystkich tych krajów¹⁷.

Europa to nie tylko zamki nad Loarą, ale jak się okazuje, to także stare huty, kopalnie, obiekty inżynierskie. Nasz kontynent był liderem rozwoju społeczno-gospodarczego i cywilizacyjnego świata przełomu XIX i XX wieku. Ta przeszłość coraz bardziej wzbudza zainteresowanie turystów ze wszystkich kontynentów.

Polska wcale nie jest gorsza. Przestajemy być białą plamą na turystycznej poprzemysłowej mapie Europy. Nie mamy się czego wstydić. Dotychczas jedną z największych polskich atrakcji tego typu, docenianą przez UNESCO, była na przykład Kopalnia Soli w Wieliczce. Ale mamy też spore zasoby innych obiektów przemysłowych, inżynierskich, które mogą jeszcze bardziej wzbogacić eksportową ofertę turystyczną. Na razie na zwiedzaniu naszych starych fabryk, kopalń i młynów zarabiają głównie zagraniczne biura podróży. Wolsztyńska parowozownia ulokowana na zachodzie województwa Wielkopolskiego niedaleko granicy z Niemcami jest na przykład jedynym miejscem w całej Europie, gdzie można zobaczyć stary parowóz, wyruszający w trasę z planowanym pociągiem osobowym. Wolsztyńskie lokomotywy kursują na trasach do Poznania i Leszna. Każdego dnia pod parą są dwie lub trzy maszyny. Rok w rok do Wolsztyna zajeżdża kilkaset turystów na „Dni Pary”. Dziesięć razy tyle korzysta zamawianych przez biura podróży pociągów retro. Są to turyści głównie z Niemiec, Wielkiej Brytanii, a nawet Kanady, USA i Japonii, którzy docierają tu via Berlin, a Polska nie kojarzy im się z niczym więcej jak tylko z przejażdżką parowozem. Wolsztyńska lokomotywownia jest stałą częścią oferty zagranicznych touroperatorów, którzy sprzedają wycieczki po Europie¹⁸.

Rekordy popularności wśród turystów bije też ostatnio Kanał Elbląski. Przyjeżdżają oni tu specjalnie, żeby zobaczyć unikatowy na skalę światową wodny system komunikacyjny. Wśród nich są głównie Niemcy, Amerykanie i Japończycy. Wycieczki takie wypromowały wśród zwiedzających TUI i Neckermann.

W czerwcu tego roku w Zabrze otwarto jedną z największych atrakcji turystycznych woj. Śląskiego – Zabytkową Kopalnię Węgla Kamiennego Guido. Jest to jedyny tego typu obiekt w Europie, gdzie turyści mogą poczuć smak pracy górniczej pod ziemią na poziomie –170 m.

- Na Zachodzie prezentuje się wirtualne symulacje, a u nas zwiedzający zakłada kask, pochłaniacz i autentyczną klatkę szybową zjeżdża na dół – opowiada dyrektor kopalni. Od listopada tego roku można zjechać na poziomie –320 metrów. Przewidziany jest tam nawet pokaz fedrunku. Zostaną też otwarte sale konferencyjne, koncertowe i restauracja. Wytrobisko utrzymane jest w stanie jak najbardziej zbliżonym do pierwotnego, kiedy to górnicy po

¹⁷ Tamże

¹⁸ materiały promocyjne Polskiej Organizacji Turystycznej

raz ostatni zakończyli pracę. Inwestycja została sfinansowana kwotą 1,4 mln złotych. Pieniądze te pochodzą z funduszy gminy Zabrze (715 270 zł) i województwa śląskiego (687 221 zł).

- Liczba zwiedzających kopalnię przerosła nasze oczekiwania – mówi naczelnik Wydziału Promocji Urzędu Miejskiego w Zabrzu. Po dwóch miesiącach podziemny obiekt zwiedziło 8,5 tys. osób, po czterech miesiącach było ich już ponad 9 tysięcy. Kopalnia wzbudziła zainteresowanie zagranicznych biur podróży, które już przesyłają do Zabrza swoich turystów z Niemiec, Włoch, Francji, Wielkiej Brytanii, Belgii, a nawet Japonii. O jedynej kopalni węgla kamiennego w Europie, gdzie można zjechać pod ziemię, dobrze zjeść i pobawić się w piwnej biesiadzie dowiadują się oni głównie z internetu. – Na tym nie koniec dodaje Szofitysek. – W górniczym skansenie „Królowa Luiza” zostanie wkrótce udrożniona i udostępniona dla turystów ciągnąca się pod miastem Główna Kluczowa Sztolnia Dziedziczna. Tą podziemną rzeką transportowano kiedyś węgiel wydobywany z okolicznych kopalń. Niebawem popłyną tamtędy łodzie z turystami. Rewitalizowane jest dziewiętnastowieczne osiedle górnicze Orsiga i Ballestrema z domem wykonanym w całości ze stali, a na wieży kilkudziesięciometrowego szybu „Maciej” urządzono taras widokowy, z którego widać niemal cały Śląsk¹⁹.

Zabrze ma ambicje stać się centrum turystyki przemysłowej całego Górnego Śląska.

Kopalnia węgla kamiennego w Zabrzu, kopalnia srebra, cynku i ołowiu w Tarnowskich Górach wraz ze słynnym Szybem Czarnego Pstrąga, zabytkowym obiektem z przełomu XVI i XVII wieku, który rocznie odwiedza 50 tys. turystów z kraju i z zagranicy, fabryki włókiennicze w Bielsku, browar w Tychach, fabryka zapalek w Częstochowie. Wszystko to może stać się wkrótce jedną ofertą turystyczną Śląska, na wzór Belgii i Niemiec, stworzyć jeden produkt turystyczny, system wspólnego zwiedzania oparty na wspólnych budżetach i programach wszystkich obiektów²⁰.

W pobliżu ulicy Piotrkowskiej w Łodzi powstanie drewniana uliczka, przy której stanie pięć domów (identycznych, jak w tych, w jakich mieszkali tkacze), ewangelicki kościółek i letniskowa willa fabrykanta z dawnych przedmieść. Turysty będą mogli obejrzeć tkaczy przy pracy. Utworzenie skansenu to część projektu „Kultura i tradycja włókienniczej Łodzi – modernizacja i zagospodarowanie kompleksu fabrycznego Geyera”. Jego koszt wyniesie 29 mln zł. Fabryka Geyera z końca lat 40. XIX wieku – pierwsza, w której zainstalowano maszynę parową, oprócz dawnych zakładów Scheiblera i obiektów Księżego Młyna, jeden z trzech najcenniejszych, najstarszych zabytków przemysłowych Łodzi.

¹⁹ M. Wroński, *Śląsk chce zarobić na starych fabrykach w: Polska*. Głos Wielkopolski z dnia 6.06.2008 r.

²⁰ Tamże

Nie tylko na Górnym Śląsku, w Łodzi, ale także na Dolnym Śląsku oraz innych regionach kraju jest dużo nieczynnych obiektów przemysłowych. Niszczące hale fabryczne i budynki kopalniane niekoniecznie dodają krajobrazowi uroku²¹.

Pojawia się teraz duża szansa odrestaurowania tych obiektów i zarabiania. Stąd też w całym kraju przybywa tras dla zwolenników postindustrialnej turystyki. Turyści mogą podróżować wodociagową wieżą ciśnień „Na Grobli” i jedyny w Polsce śródlądowy statek parowy „Nadbór” we Wrocławiu, robotniczy skansen Księży Młyn w Łodzi, Nową Hutę, zabytkową zajezdnię tramwajową na krakowskim Kazimierzu²².

Nie brakuje też chętnych z zagranicy na wycieczki do Nowej Huty, gdzie zostało wiele śladów po Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej. W Krakowie funkcjonuje biuro turystyczne, które organizuje wycieczki szlakiem komunizmu z Krakowa do Nowej Huty. Firma Crazy Guides (Szaleni Przewodnicy) wozi zagranicznych turystów starymi trabantami i dużym starym fiatem do dawnej Huty im. Lenina. W programie oferty są zwykły objazd Nowej Huty, oglądanie socrealistycznej zabudowy, spacer po placu centralnym i nowohuckich osiedlach. Odwiedziny w tzw. Pałacu Dożów, czyli biurowcu dyrekcji huty zbudowanym w socrealistycznym stylu z wykorzystaniem renesansowych detali architektonicznych. W ofercie znajdują się także kawa w restauracji Stylowa w alei Róż lub pierogi w barze mlecznym²³.

Dodatkowo dla bardziej zainteresowanych gości zagranicznych realiami poprzedniego ustroju wynajęte jest specjalne mieszkanie, które wyposażono w stylu lat siedemdziesiątych. Są tam: meblowy segment, wersalka, liche dywany, kryształy, bułgarski komplet ceramiki, olejne lamperie w łazience i kuchni, pralka „Frania”, enerdowska suszarka do włosów, telewizor Rubin, ruski kalkulator wielki jak maszyna do pisania. Cukier w szarej torebce, woda brzoźowa, papierosy „Giewont”. Goście dostają kieliszki czystej ordynarnej wódki i ogórki, zalewaną kawę po turecku albo herbatę z „wronami”. Mogą kupić statuetki Lenina i obejrzeć stary album o Związku Radzieckim. Oferta interesująco pokazuje szare czasy komunizmu²⁴.

Przedstawione przykłady turystycznego zagospodarowania obiektów przemysłowych i poprzemysłowych świadczyć mogą o dalszej perspektywie rozwoju nowej formy turystyki w Polsce.

Podsumowanie

Summary

W Polsce są tysiące nieużywanych obiektów poprzemysłowych. Są symbolem tradycji kraju i regionu w sposób naoczny przekazują historię nowym pokoleniom.

²¹ Tamże

²² Tamże

²³ J. Sadecki, *Trabantem w przeszłość*, w: *Rzeczpospolita* z dnia 24.10.2005 r.

²⁴ Tamże

Analizując obecny stan można jednak wiele z tych obiektów określić mianem nadliczbowe.

Wydaje się, że turystyka poprzemysłowa jest możliwym rozwiązaniem przynajmniej dla części z nich. Trzeba jednak mieć świadomość, że proces regeneracji tych obiektów jest często procesem bardzo kosztownym. Ważne jest, by dziedzictwo przeszłości było wspierane, ale by nie stawało się też składem pokrytych kurzem nieprzydatnych maszyn. Zamknięte zakłady przemysłowe są również wielką atrakcją dla entuzjastów techniki. Jak pokazują opisane przykłady nie istnieją żadne ograniczenia co do typu zakładów przemysłowych jakie można zwiedzać. Należy jedynie udostępniać te obiekty, odpowiednio wypromować ich istnienie i zorganizować bezpieczne zwiedzanie. Rolą atrakcji turystyki przemysłowej nie jest tylko czekanie na zwiedzających, ale ich przyciąganie.

Literatura

Bibliography

- Cohen E., *Towards a Sociology of International Tourism*. „Social Research, 1972 .
- Gołębski G. (red.) *Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym. Człowiek –przestrzeń - przedsiębiorstwo*. Poznań 2006.
- Liszewski S., *Nowe przestrzenie turystyczno-rekreacyjne w Polsce i ich rola w rozwoju kraju i regionu*, w: Gołębski G. (red.) *Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym. Człowiek – przestrzeń - przedsiębiorstwo*, Poznań 2006.
- Lundberg D., *The Tourist Business*. Van Nostrand Reinhold, New York 1985.
- McCannel D., *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawa 2002.
- Podemski K., *Socjologia podróży*, Poznań 2004.
- Sikora J., Wartecka-Ważyńska A., *Parki dworskie przykładem nowej przestrzeni turystycznej na obszarach wiejskich*, w: A. Rapacz (red.) *Gospodarka turystyczna w regionie. Wybrane zagadnienia jej funkcjonowania*, Jelenia Góra 2007.
- Urry J., *Spojrzenie turysty*, Warszawa 2007.
- Wroński M., *Śląsk chce zarobić na starych fabrykach* w: Polska. Głos Wielkopolski z dnia 6.06.2008 r.
- Sadecki J., *Trabantem w przeszłość*, Rzeczpospolita z dnia 24.10.2005 r.
- <http://www.interact-eu.net/download/application/pdf/1177134>
- http://www.culturenorthwest.co.uk/files/documents/Heritage_at_the_Heart_of_Tourism.pdf
- <http://www.euricur.nl/default.asp?id=791&nieuwsid=26>
- http://www.tourism.wa.gov.au/Growing_Your_Business/Starting_a_Tourism_Business/The_Tourism_Part_of_the_Business/Specialised_Tourism_Products/Pages/Industrial_Tourism.aspx

Turystyka przemysłowa w Polsce. Stan obecny i możliwości rozwoju

Streszczenie

Turystyka przemysłowa i poprzemysłowa stanowi nowy, rozwijający się rodzaj turystyki. Łączy one z nową przestrzenią turystyczno-rekreacyjną, która dotyczy działających oraz upadłych przedsiębiorstw.

Celem artykułu jest ukazanie wybranych przykładów zakładów przemysłowych i poprzemysłowych stanowiących atrakcje turystyczne i cieszących się coraz szerszym zainteresowaniem turystów.

Podstawą napisania artykułu była analiza literatury przedmiotu zarówno zwartej i czasopiśmienniczej.

Industrial Tourism in Poland. Present and Future-Development Potential

Summary

Industrial and post-industrial tourism is a fresh form of developing tourism. It brings together with new recreational and touristic space, which refers to existing and bankrupt businesses.

The aim of this article is to describe chosen industrial and post-industrial corporations which are presently experiencing to be a touristic destination for a growing number of tourists.

The basis for the article was the analysis of trade magazines and literature.

Zarządzanie środowiskowe w przedsiębiorstwie turystycznym

Environmental management in a tourism business

Wprowadzenie ***Introduction***

Zagrożenia ekologiczne przypisywane turystyce upatruje się w dynamicznym jej rozwoju i związanym z nim nasileniem turystycznego korzystania z zasobów środowiska naturalnego oraz wzrostem emisji zanieczyszczeń. Wśród negatywnych aspektów środowiskowych działalności turystycznej wymienia się głównie potrzeby adaptacji przestrzeni na cele turystyczne, intensywną penetrację i eksploatację ekosystemów przez rozwój infrastruktury turystycznej i koncentrację ruchu turystycznego, także na stosunkowo niewielkich i niekiedy ubogich w zasoby wodne obszarach atrakcyjnych przyrodniczo, zwiększone zużycie wody w centrach turystycznych, energochłonność działalności turystycznej (transport turystyczny, hotelarstwo, sektor atrakcji miejsca recepcji turystycznej), wprowadzanie odpadów i udział gospodarki turystycznej w emisji gazów cieplarnianych¹.

¹ Wyniki badań dotyczących wpływu turystyki na środowisko naturalne na Majorce, wskazują na kilkakrotnie większe zużycie wody na obszarach turystycznych, z dużą liczbą drugich domów (250-400 litrów na dzień/na osobę), niż na obszarach zamieszkałych przez ludność miejscową (100 litrów na dzień/na osobę). w: T. Schmidt, *Qualitätstourismus auf Mallorca: „Ballermann” war Besser*, Geowissenschaften, Rubin, 2007; <http://www.ruhr-uni-bochum.de/rubin/geowissenschaften/pdf/beitrag3.pdf>. Jak pisze F. Kürschner – Pelkmann, w raporcie „Tourism and Deserts” UNEP (2006) podkreślony został niski próg tolerancji pustynnych ekosystemów w odniesieniu do dynamicznie wzrastającej liczby turystów, szczególnie ze względu na małe zasoby wody. Oazy pustynne, stały się atrakcyjnym celem pobytów turystycznych i wycieczek, co spowodowało intensywne wykorzystywanie zasobów wodnych do nawadniania ogrodów hotelowych, pól golfowych i napełniania basenów kąpielowych, w konsekwencji obniżenia poziomu wód gruntowych. Pustynne rajdy samochodowe powodują niszczenie i przemieszczanie się wydm. Zwiększone zapotrzebowanie na wodę w regionach nadmorskich stwarza potrzebę energochłonnego jej odsalania. w: F. Kürschner – Pelkmann, *Tourismus in Wasserarmen Gebieten, Mit Badehose und Golfschläger in die Wüste*, Tourism Watch, Informationsdienst Dritte Welt-Tourismus, Evangelischer Entwicklungsdienst, <http://www.tourism-watch.de/node/755>. Jak podaje P. Bohdanowicz, stworzenie jednego miejsca noclegowego wymaga zaboru ziemi od 30 m² w hotelarstwie do 200m² – w domu letniskowym, budowa pola golfowego wraz z urządzeniami towarzyszącymi – od 23 ha – 54 ha. Biorąc pod uwagę aktywność turystyczną, średnie zapotrzebowanie turysty na wolną przestrzeń rekreacyjną oceniono na 700 m² – mieszkaniac dużiej aglomeracji miejskiej średniorocznie potrze-

Troska o środowisko naturalne i ograniczanie negatywnych skutków działalności turystycznej, wynika z bezpośredniej zależności pomiędzy trwałym rozwojem turystyki a zachowaniem zasobów środowiskowych. Jest również wyrazem społecznej odpowiedzialności podmiotów uczestniczących w organizacji i obsłudze ruchu turystycznego w płaszczyźnie ekologicznej. Uzależnienie rozwoju turystyki od warunków środowiska naturalnego można uznać za obiektywny czynnik prośrodowiskowych zachowań organizacji (w tym przedsiębiorstw) turystycznych. Warto również podkreślić i inne korzyści wynikające z wprowadzenia ochrony środowiska do zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym, takie jak: obniżenie kosztów eksploatacyjnych działalności, akceptację społeczną czy wzrost konkurencyjności. Znaczenie zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwach turystycznych wynika także ze wzrastającej świadomości społeczeństw - oczekiwań turystów, jak i ludności miejscowej wobec podejmowania przez przedsiębiorstwa turystyczne działań ograniczających ich negatywne oddziaływanie na środowisko naturalne. Zakres obszarów i płaszczyzn, których dotyczy ochrona środowiska w przedsiębiorstwach determinuje zintegrowane, strategiczne i systemowe podejście do zarządzania środowiskowego. Stąd, za cel artykułu przyjęto przedstawienie ogólnych założeń i zasad koncepcji zarządzania środowiskowego oraz procesu jej wdrażania w przedsiębiorstwie turystycznym.

1. Koncepcja zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwie ***The concept of environmental management in a business***

Koncepcja zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwie jest następstwem poszukiwania rozwiązań skutecznego osiągnięcia celów ekologicznych. Oznacza, że przedsiębiorstwa w swoim działaniu kierują się nie tylko celami ekonomicznymi, ale uwzględniają jednocześnie cele ekologiczne - w długofalowym ujęciu powinny one wspierać osiągnięcie korzyści ekonomicznych. T. Borys i G. Kobyłko definiują zarządzanie środowiskowe jako „te aspekty ogólnej funkcji zarządzania, które dotyczą opracowania, wdrożenia i realizacji polityki oraz osiągnięcia celów środowiskowych i organizacji.”²

Doświadczenia wskazują, że zakres realizacji funkcji zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwach oraz rodzaj przyjmowanej strategii środowiskowej jest

buje 100-300m². w: P. Bohdanowicz, *Turystyka a świadomość ekologiczna*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, 2008, s.145. Według UNWTO turystyka ma 5% udział w efekcie cieplarnianym. Organizacje międzynarodowe szacują, że udział wszystkich sektorów turystyki (transport lotniczy, transport samochodowy, inny, zakwaterowanie, atrakcje miejsca recepcji turystycznej) wynosi do 9% całkowitej emisji gazów cieplarnianych, w: Klimapolitik und Tourismus, November 2008, Tourism Watch, Evangelischer Entwicklungsdienst, http://www.eed.de/fix/files/doc/Factsheet_Poznan_deu.pdf

² T. Borys, G. Kobyłko, *Wybrane narzędzia zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwie*, w: *Pro-ekologiczne zarządzanie przedsiębiorstwem*, pod red. Grzegorza Kobyłko, Wyd. Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław, 2007, s.119

zróżnicowany. Decyzje dotyczące ekologizacji zarządzania w przedsiębiorstwie warunkować mogą bowiem liczne motywy. S. Czaja i B. Fiedor³ wyróżniają dwie grupy motywów decyzji środowiskowych w przedsiębiorstwach:

a) motywy zewnętrznego otoczenia firmy – krajowe: przymus administracyjno-prawny, motywy wynikające z przesłanek ekonomicznych i zagraniczne: przymus związany z zagranicznymi regulacjami prawno-administracyjnymi, motywy wynikające z konkurencji na rynkach zagranicznych oraz presja moralna,

b) motywy otoczenia wewnętrznego firmy, takie jak: standardowe motywy ekonomiczne (podażowe, popytowe), motywy związane z ekologicznym wizerunkiem firmy, motywy związane ze świadomością ekologiczną i etyką.

Motywy decyzji środowiskowych stanowią podstawę klasyfikacji reakcji zarządczych i przyjętych w przedsiębiorstwach strategii proekologicznych.

Biorąc pod uwagę regulacje prawne za kryterium decyzji środowiskowych podejmowanych w przedsiębiorstwach, można wyróżnić cztery typy reakcji zarządczych: dostosowawcze, obronne, reaktywne, proaktywne. Określają one decyzje, które mają na celu dostosowanie działań podejmowanych w przedsiębiorstwie do nakazów i zakazów w zakresie ochrony środowiska, usuwanie powstałych zanieczyszczeń środowiska, podejmowanie decyzji zarządczych dopiero, kiedy wymagania ekologiczne zaczynają utrudniać realizację celów przedsiębiorstwa oraz wyprzedzające wprowadzanie wymogów ekologicznych w działalności przedsiębiorstwa i podejmowanie przedsięwzięć zapobiegających zagrożeniom środowiskowym zanim zaczną obowiązywać regulacje prawne⁴. Strategie, których głównym celem jest respektowanie prawa ochrony środowiska, w następstwie podejmowanie proekologicznych działań i uzyskiwanie przewagi konkurencyjnej, zalicza się do strategii legislacyjnych.

Motyw rynkowy formułowania prośrodowiskowych strategii w przedsiębiorstwie może być związany ze stopniem ekologizacji popytu na dobra i usługi, z konkurencją na rynku, z zasadami współpracy rynkowej, z opinią publiczną. Strategie rynkowe mogą pełnić kilka funkcji: popytowo-podażową (zaspokojenie popytu poprzez dostarczanie ekologicznych produktów i usług), marketingową (kreowanie

³ M. Graczyk, *Zarządzanie proekologiczne*, Wyd. Politechniki Zielonogórskiej, 1999, s.140, za: S. Czaja, B. Fiedor, *Motywy ekologizacji zarządzania przedsiębiorstwem – próba systematyzacji*, materiały z konferencji

⁴ Por. J. Adamczyk, *Koncepcja zrównoważonego rozwoju w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Wyd. AE Kraków, Kraków, 2001, s. 122. Według Mefferta model pasywny ogranicza się jedynie do przestrzegania koniecznych przepisów w ochronie środowiska, aby nie narazić przedsiębiorstwa na kary za nadmierną emisję zanieczyszczeń i utratę wizerunku w otoczeniu, model zachowań reakcyjnych – nie docieka dlaczego stosowane technologie generują zanieczyszczenia i jedynie dąży się do obniżenia ich poziomu, model konfrontacyjny – ustalający się zagrożenia i szkody środowiskowe, zmierzający do częściowej rezygnacji z technologii oraz wyrobów nie spełniających kryteriów ekologicznych i zastąpienia ich technologiami i produktami przyjaznymi dla środowiska, model zmian kreatywnych połączonych z działaniami prewencyjnymi często o charakterze antycypującym w stosunku do obowiązującego ustawodawstwa, w: M. Graczyk, *Zarządzanie proekologiczne*, op. cit, s.149 i s. 151

ekologicznego wizerunku przedsiębiorstwa), konkurencyjną (zajęcie lepszej pozycji rynkowej), etyczną (respektowanie wartości ekologicznych).

Decyzje środowiskowe w przedsiębiorstwach mogą być również determinowane poglądami i oczekiwaniami różnych grup interesu dotyczących ochrony środowiska. Strategie interesariuszy mogą być zorientowane na inwestorów, pracowników, społeczeństwo.

Strategią, której działania w najszerszym zakresie ukierunkowane są na osiągnięcie celów środowiskowych, jest strategia ciemnozielona. Decyzje zarządcze podporządkowane są tu wartościom ekologicznym, a jej główną cechą jest niewykorzystywanie środowiska do doraźnych zysków i zapewnienie możliwości odtworzenia się jego zasobów⁵.

Z przedstawionych przez J. Adamczyk i M. Graczyk motywów, postaw i strategii prośrodowiskowych można wnioskować, że zachowania przedsiębiorstw wobec ochrony środowiska zależą od wielu czynników, które determinują działania w różnych obszarach i zakresie jego działalności: technologicznej, marketingowej, finansowej, personalnej. Mogą mieć charakter incydentalny, częściowy, dotyczyć działań operacyjnych lub ciągły, systemowy i strategiczny.

Istotny wkład w opracowaniu i wdrożeniu koncepcji zarządzania środowiskowego ma rozwój systemów zarządzania środowiskowego: normy serii ISO 14000⁶ oraz Rozporządzenie EMAS (Eco - Management and Audit Scheme)⁷. Obejmują one zbiór zasad, wymagań i wytycznych oraz narzędzi, których celem jest ułatwienie organizacji określenie polityki środowiskowej i osiągnięcie ciągłego doskonalenia aspektów środowiskowych. System zarządzania środowiskowego ISO 14001 oraz EMAS należą do sformalizowanych systemów zarządzania, gdzie spełnienie wymagań prowadzi do uzyskania certyfikatu zgodności z normą oraz do zarejestrowania w EMAS. Niezależnie od decyzji poddania się procesom certyfikacji i akredytacji, koncepcja tych systemów może stanowić odniesienie dla formułowania indywidualnych systemów zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwach, szczególnie małych i średnich. Za przykład może służyć system Emas easy dla MŚP przedstawiony poniżej.

Planowanie i opracowanie systemu zarządzania środowiskowego wymaga analizy i identyfikacji aspektów oddziaływania przedsiębiorstwa na środowisko. Narzędzia diagnostyczne wykorzystywane w tym celu obejmują: przegląd środowiskowy, ocenę wpływu planowanego przedsięwzięcia na środowisko oraz analizę cyklu życia produktu. Wymogiem sformalizowanych systemów zarządzania środowiskowe-

⁵ por. J. Adamczyk, *Koncepcja zrównoważonego rozwoju w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, op. cit, s.123-124

⁶ http://www.mg.gov.pl/NR/rdonlyres/183AAC94-8096-4462-B856-3CFF55167A61/0/6144_przewiso14000.pdf

⁷ Rozporządzenie Rady 1836/93/EWG w sprawie dobrowolnego uczestnictwa firm przemysłowych w systemie zarządzania środowiskiem i audytu we Wspólnocie (Eco-Management and Audit Scheme –EMAS) <http://www.emas.mos.gov.pl>

go jest spełnianie prawnych norm ekologicznych, których oceny dokonuje się w oparciu o przeprowadzone analizy. Wyniki służą określeniu celów środowiskowych, zadań i planu zarządzania środowiskowego.

Wdrażanie systemu zarządzania środowiskowego obejmuje wprowadzenie zmian w strukturze organizacji, przydzielenie zadań i odpowiedzialności w zakresie zarządzania środowiskowego, przeprowadzenie szkoleń pracowników, określenie komunikacji wewnątrz organizacyjnej, opracowanie dokumentacji systemu zarządzania środowiskowego i jej nadzoru, sterowanie operacyjne, programy zapobiegania sytuacjom awaryjnym.

Faza realizacji to przede wszystkim monitoring i pomiary, audyty wewnętrzne, rejestr zdarzeń związanych z zarządzaniem środowiskowym, przeglądy kierownicze. Celem działań jest ocena poprawności wykonania zaplanowanych zadań i osiągniętych efektów⁸.

Według B. Poskrobko, formułowanie systemu zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwie, wymaga jego zintegrowania z pozostałymi systemami cząstkowymi występującymi w zarządzaniu przedsiębiorstwami: jakością, bezpieczeństwem, wiedzą.

B. Poskrobko uznaje satysfakcjonujące zaspokojenie wszystkich zainteresowanych stron, przy wykorzystaniu dostępnych zasobów finansowych, organizacyjnych i technicznych oraz stosowanie w nowoczesnym podejściu do zarządzania procesami gospodarowania coraz częściej sformalizowanych systemów zarządzania i pełnej kompatybilności wymogów opisanych w poszczególnych normach za fakt, przemawiający za integracją wyróżnionych systemów zarządzania⁹.

2. Koncepcja zarządzania środowiskiem w przedsiębiorstwach turystycznych

The concept of environmental management in tourism businesses

Rozwój prośrodowiskowych orientacji zarządzania w przedsiębiorstwie turystycznym jest wynikiem globalnej polityki ekologicznej, wzrastającej społecznej świadomości ekologicznej oraz poszukiwania ekonomicznych rozwiązań eksploatacyjnych. Wśród korzyści wynikających z wdrożenia koncepcji zarządzania środowiskowego dla przedsiębiorstwa turystycznego wymienia się: zachowanie ciągłości rozwoju przedsiębiorstwa (korzystanie z zasobów środowiska naturalnego, zachowanie lub wzrost atrakcyjności turystycznej produktów i usług oraz miejsc recepcji turystycznej), ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko naturalne, obniżenie kosztów eksploatacyjnych, preferencyjna pozycja wobec partnerów przedsiębiorstwa (inwestorów, banków, kontrahentów), konkurencyjna pozycja ryn-

⁸ Na podstawie Emas easy dla MŚP. Poradnik dotyczący wdrażania EMAS w MSP, EMAS easy dla MSP Heine Wernel Engel, s.21, 26, 30

⁹ B. Poskrobko, *Zarządzanie środowiskiem*, PWE, Warszawa, 2007, ss.299-300

kowa, społeczna akceptacja działalności turystycznej i minimalizowanie niezadowolonej ludności miejscowej z rozwoju turystyki. Wymienione korzyści stanowią jednocześnie główne motywy prośrodowiskowych orientacji zarządzania w przedsiębiorstwach turystycznych.

Zarządzanie środowiskiem w przedsiębiorstwach turystycznych, analogicznie do przedstawionych przez I. Jędrzejczyka ogólnie przyjętych podejść, może być ujęte w strategię cząstkową i powierzone wyspecjalizowanym służbom w przedsiębiorstwie lub może stać się podstawą strategii globalnej przedsiębiorstwa, realizowanej przez wszystkich zatrudnionych oraz sposobem zarządzania strategicznego, poprzez włączenie celów ekologicznych w system celów przedsiębiorstwa, wyrazem czego jest zintegrowany system zarządzania przedsiębiorstwem¹⁰. Jak pisze K. Kasprzak „system zarządzania środowiskowego w każdym przedsiębiorstwie, jako część strategii jego zarządzania, określa całościową politykę firmy, ustala organizacyjne i administracyjne środki służące sterowaniu wpływem zakładu na środowisko i ograniczaniu tego wpływu”¹¹. Według K. Hanschel, zarządzanie środowiskowe w przedsiębiorstwie hotelarskim wyróżniają następujące cechy:

- zarządzanie środowiskowe ma charakter integrujący i obejmuje wiele podmiotów przedsiębiorstwa hotelarskiego: pracowników, gości, dostawców, konkurentów, ludność miejscową,
- zarządzanie środowiskowe jest kompleksowym podejściem do relacji hotelu ze środowiskiem wraz z ich wewnętrznymi i zewnętrznymi następstwami,
- wielowymiarowość systemu zarządzania środowiskowego oznacza, że obejmuje on nie tylko aspekty materialne (oszczędne wykorzystanie zasobów) oraz aspekty dotyczące celowości zastosowania danego środka w stosunku do środowiska naturalnego ale także aspekty funkcjonalne np. jak mają zostać zorganizowane konkretne czynności ,
- zorientowanie na działanie – zarządzanie środowiskowe musi stanowić spójny system wskazówek – działań (poleczeń) zarówno dla pracowników hotelu i gości, dla osiągnięcia celu ekologicznego hotelu,
- system zarządzania środowiskowego obejmuje wszystkie płaszczyzny zarządzania w hotelu, założenia odzwierciedlone są zarówno w wizerunku

¹⁰ I. Jędrzejczyk, *Nowoczesny biznes turystyczny, Ekostrategie w zarządzaniu firmą*, PWN, Warszawa, 2001, s.156. Ponadto, I. Jędrzejczyk uznaje, że ścieżka do pełnego wdrożenia zarządzania środowiskiem w przedsiębiorstwie obejmuje trzy etapy: od dostosowywania się do regulacji prawnych, przez inicjatywy skierowane na polepszenie ekologicznego wizerunku do uznania kryteriów ekologicznych za podstawę jakości („ekotandard”, „ekoakcje”, „ekospecjalizacja”), op.cit, s. 160

¹¹ K. Kasprzak, *Ochrona środowiska w hotelach – wybór problemów*, Zeszyty Naukowe, Południowo-Wschodni Oddział Towarzystwa Inżynierii Ekologicznej a siedzibą w Rzeszowie, Polskie Towarzystwo Gleboznawcze, Oddział w Rzeszowie, Zeszyt 7, 2006, ss.39-40

i koncepcji przedsiębiorstwa hotelarskiego oraz w wielu różnorodnych działaniach i środkach¹².

Posiadanie przez przedsiębiorstwo turystyczne systemu zarządzania środowiskiem oznacza, że ma ono zidentyfikowane aspekty oddziaływania na środowisko naturalne, określone cele środowiskowe, które zostają ujęte w systemie celów przedsiębiorstwa, ogólnej filozofii zarządzania przedsiębiorstwem, wizji przedsiębiorstwa, kulturze organizacyjnej i polityce przedsiębiorstwa. Posiada opracowane strategie i programy środowiskowe wraz z konkretnymi środkami ochrony środowiska¹³. Prowadzi systematyczne audyty środowiskowe, dokonuje oceny zgodności osiągniętych celów ekologicznych oraz podejmuje działania doskonalące wobec ochrony środowiska.

K. Kasprzak przedstawia 16 zasad tworzenia systemów zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwach wraz z charakterystyką ich zastosowania w hotelach, do których zalicza: (1) ochrona środowiskiem priorytetem działania przedsiębiorstwa, (2) wdrażanie zintegrowanych systemów zarządzania, (3) stałe wdrażanie przedsięwzięć z zakresu ochrony środowiska, (4) kształcenie pracowników, (5) przeprowadzanie oceny oddziaływania na środowisko, (6) „ekologizacja” produktów i usług na etapie ich projektowania, (7) wdrożenie systemu porad dla klientów, (8) „ekologizacja” procesów produkcyjnych i eksploatacji urządzeń, (9) prowadzenie wpływu na środowisko, (10) wdrażanie środków zapobiegawczych, (11) oddziaływanie na podwykonawców i dostawców, (12) przeciwdziałanie nadzwyczajnym zagrożeniom środowiska, (13) przekazywanie technologii przyjaznych środowisku, (14) wnoszenie wkładu firmy w ogólną działalność proekologiczną, (15) prowadzenie dialogu ze społeczeństwem, (16) zapewnianie przestrzegania wszelkich norm ochrony środowiska¹⁴.

W kontekście opisanych zasad, zarządzanie środowiskiem w przedsiębiorstwie hotelarskim w płaszczyźnie normatywnej wymaga „uznania ochrony środowiska za jeden z najważniejszych priorytetów hotelu, mających wyraz w dokumentach dotyczących strategii rozwoju i polityki gospodarczej hotelu oraz traktowanie zarządzania środowiskowego jako integralnej części zarządzania hotelem i uwzględnianie problemów ochrony środowiska na wszystkich poziomach zarządzania, we wszystkich komórkach organizacyjnych i programach hotelu”¹⁵.

W płaszczyźnie strategicznej opracowane zostają strategie rozwoju przedsiębiorstwa hotelarskiego, w oparciu o przyjęte kryteria środowiskowe. Formułowanie strategii rozwoju produktu hotelarskiego powinno następować w oparciu o wiedzę

¹² K. Hanschel, *Hotelmanagement*, 2. Auflage, Edition: Dienstleistungsmanagement, Oldenburg, ss.432-433; <http://books.google.de/books?id=mv5BTueQDrEC&pg=PA421&lpg=PA421&dq=oekomanagement+in+Hotel&source=bl&ots=2BoielOpgS&sig=HChP8V-Drz86K9F3H6vFI2-A3Dg#PPA433,M1>

¹³ por. Płaszczyzny i instrumenty zarządzania środowiskowego, rys. 215, ibidem, K. Hanschel, s. 433

¹⁴ K. Kasprzak, ibidem, ss.39-40

¹⁵ ibidem

Tabela 1. Przykłady rozwiązań mających na celu ograniczanie oddziaływania na środowisko obiektów hotelarskich

Table 1. Examples of solutions aiming at limiting the effect of hotel facilities on the environment

ENERGIA	Wykorzystywanie energii elektrycznej z odnawialnych źródeł energii, stosowanie kotłów grzewczych o wysokiej wydajności, stosowanie systemów klimatyzacyjnych o dużej efektywności energetycznej, stosowanie odpowiednio wysokiego stopienia izolacji termicznej okien - właściwego dla lokalnego klimatu oraz odpowiedniego stopienia izolacji akustycznej, wdrażanie programów kontroli zużycia energii: stosowanie automatycznego systemu wyłączania się ogrzewania i/lub klimatyzacji przy otwarciu okien, umieszczanie łatwo dostępnej informacji przypominającej o zamykaniu okien, stosowanie automatycznego wyłączania światła w pokoju, stosowanie energooszczędnych żarówek, instalowanie w saunach czasowego regulatora
WODA	Wybór źródła wody o najmniejszym wpływie na środowisko, stosowanie systemu przepływu wody przez krany i prysznice nie przekraczającego 12 litrów na minutę, umieszczenie w łazienkach i toaletach informacji dla gości jak oszczędzać wodę, wyposażenie toalet w kosze na odpady, wprowadzenie systemu sprawdzania widocznych nieszczelności, wymiana ręczników i prześcieradeł na życzenie gości (lub raz w tygodniu w obiektach niższej kategorii, lub dwa razy w tygodniu w obiektach wyższej kategorii), podlewanie roślin i ogrodów wcześniej rano lub po zachodzie słońca, całościowe oczyszczanie ścieków, przestrzeganie planu lokalnej gospodarki ściekami
DETERGENTY I ŚRODKI ODKAŻAJĄCE	Używanie środków odkażających wyłącznie w miarę potrzeby, tak aby przestrzegać wymogów prawnych dotyczącymi higieny
ODPADY	Segregowanie odpadów przez gości przez dostarczenie odpowiednich zbiorników zgodnie z systemami lokalnymi lub krajowymi, umieszczenie informacji z prośbą o segregowanie odpadów, segregowanie przez personel odpadów niebezpiecznych i ich właściwe usuwanie, zapewnienie transportu odpadów, nie wykorzystywanie produktów jednorazowego użytku w pokojach i restauracjach, chyba że przepisy wymagają inaczej (preparaty toaletowe zawierające jedną porcję lub służące do jednorazowego użytku (szampony, mydła, czepki kąpielowe, kubki, talerze, sztućce)
INNE USŁUGI	Niepalenie w miejscach ogólnodostępnych – wyznaczenie miejsca wolnego od dymu tytoniowego, transport publiczny - informacja dla gości o możliwościach skorzystania z transportu publicznego

Źródło: opracowano na podstawie kryteriów przyznawania wspólnotowego oznakowania ekologicznego usługom hotelarskim, Decyzja Komisji z dn. 14.04.2003r.(2003/287/WE), Dz. U. UE, L. 102/82

dotyczącą najlepszych dostępnych technologii w zakresie ochrony środowiska, a każda projektowana nowa działalność lub obiekt hotelowy, powinny zostać poddane ocenie oddziaływania na środowisko. W kreowaniu prośrodowiskowych produktów hotelarskich ważne znaczenie przypisać należy marce ekologicznej. Pełni ona zarówno funkcje ochronne jak i marketingowe. Wśród rozwiązań służących wdrożeniu prośrodowiskowej strategii rozwoju produktu hotelarskiego wymienić

można: minimalizację zużycia energii, wody, surowców i materiałów, racjonalną gospodarkę odpadami i terenami zielonymi, propagowanie przyjaznych środowisku ofert rekreacyjnych.¹⁶

Prośrodowiskowa strategia dystrybucji produktu hotelarskiego oznacza tworzenie łańcucha wartości na podstawie posiadania przez partnerów rynkowych deklaracji środowiskowej. Głównym narzędziem jej wdrażania są programy informacyjne dla dostawców i podwykonawców oraz programy kształcenia pośredników sprzedaży usług hotelarskich w zakresie wpływu oferowanego produktu na środowisko.

Istota strategii komunikacji marketingowej zorientowana na cele środowiskowe koncentruje się na kreowaniu wzorców proekologicznej konsumpcji i produkcji turystycznej oraz w szerszym ujęciu - na kształtowaniu ekologicznej świadomości społecznej. Wśród działań podejmowanych w tym obszarze wymienić można m.in.: przekazywanie informacji na temat korzyści dla turystów i środowiska wynikających z wdrożonych przez hotel rozwiązań środowiskowych, informowanie o zagrożeniach wiążących się z działalnością hotelu i propagowanie włączenia się gości w programy oszczędzania wody, energii, korzystania z przyjaznych środowisku form spędzania czasu wolnego (wędrowki piesze, rowerowe po wyznaczonych szlakach), sponsorowanie akcji ekologicznych, podejmowanie inicjatyw edukacyjnych służących ochronie środowiska, udział w projektach ochrony środowiska, udział w platformach współpracy i przekazywaniu informacji dotyczących przyjaznych środowisku technologii i metod zarządzania, wnoszenie przez hotel wkładu w rozwój prośrodowiskowej polityki społecznej i handlowej.¹⁷

Systemy zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwach organizacji imprez turystycznych opierają się na ogólnych założeniach i zasadach koncepcji. Jednak odmienny niż w hotelarstwie, zakres działalności organizatorów turystyki sprawia, że zarządzanie środowiskiem w tych przedsiębiorstwach koncentruje się w obszarze zarządzania łańcuchem wartości oraz komunikacji marketingowej. Strategia rozwoju ofert turystycznych przyjaznych środowisku naturalnemu polega na włączaniu do oferty turystycznej usług cząstkowych o sprawdzonej jakości środowiskowej. Głównym źródłem informacji o środowiskowych aspektach produktów/usług turystycznych oferowanych przez bezpośrednich usługodawców są systemy zarządzania środowiskowego (ISO 14001, EMAS) oraz ekocertyfikowania. Ich funkcja informacyjna dotyczy zarówno etapu projektowania prośrodowiskowych ofert turystycznych jak i komunikacji marketingowej. Ponadto, szczególnie ważne znaczenie przypisuje się aktywnej współpracy i programom wspierania przez organizatorów turystyki

¹⁶ Przykłady proekologicznych rozwiązań w obiektach hotelarskich (programy oszczędnego gospodarowania energią, programy minimalizacji odpadów, programy oszczędnego gospodarowania wodą, „zielone” Broszury) przedstawione zostały m. inn. w publikacji: *Proekologiczne rozwiązania w obiektach hotelarskich, wybrane przykłady*, Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki, Warszawa, pod red. J. Majewski

¹⁷ Na podstawie zasad tworzenia systemów zarządzania środowiskowego wg. K. Kasprzak, ibidem, ss.39-40

przedsiębiorstw turystycznych, stowarzyszeń turystycznych i władz lokalnych w miejscu recepcji turystycznej w zakresie ochrony środowiska (np. udział w projektach ochrony środowiska i rozwoju turystyki). Działania takie przyczyniają się do osiągania celów środowiskowych, jednocześnie ograniczają ryzyko konfliktów lokalnych wiążących się z rozwojem turystyki¹⁸.

3. Praktyka wdrażania zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwach turystycznych- wybrane przykłady

The practice of implementing environmental management in tourism businesses – selected examples

Ogólnie obserwuje się znaczne zróżnicowanie przedsięwzięć podejmowanych w przedsiębiorstwach turystycznych wobec środowiska naturalnego. Kryteria odmiennych podejść do zarządzania środowiskowego stanowić mogą: rodzaj prowadzonej działalności, położenie geograficzne, wielkość przedsiębiorstwa, zakres prawnych regulacji lokalnych, polityka korporacyjna, możliwości finansowe, stan świadomości kadry zarządzającej¹⁹, dostępność najlepszych technologii, stopień ekologizacji popytu turystycznego.

Badania prowadzone przez P. Bohdanowicz, P. Gryzel, D. Jaremen, A. Rapacz, J. Krupa, K. Krupa w sektorze usług hotelarskich, w zakresie działań podejmowanych w przedsiębiorstwach hotelarskich wobec środowiska naturalnego, pozwalają wyciągnąć ogólny wniosek, iż stanowią je głównie działania przyczyniające się do obniżania kosztów eksploatacyjnych: ograniczenie zużycia energii i wody, racjonalne gospodarowanie odpadami, stosowanie opakowań wielokrotnego użytku. Jednocześnie należy uznać je za działania pozytywne - przyczyniające się do minimalizacji negatywnego oddziaływania działalności hoteli na środowisko. Świadomość pozytywnego wpływu proekologicznych działań stanowi równocześnie przesłankę ich wprowadzania w działalności hoteli²⁰.

Wyniki badania aspektów środowiskowych przedsiębiorstw usług noclegowych potwierdzają zróżnicowane efekty środowiskowe osiągane przez przedsiębiorstwa hotelarskie²¹.

¹⁸ www.ecotrans.org/visit/brochure/de/071.htm

¹⁹ Por. P. Bohdanowicz, op.cit, s.225

²⁰ P. Gryzel, D. Jaremen, A. Rapacz, *Zasady zrównoważonego rozwoju w praktyce funkcjonowania obiektów hotelarskich*, w: *Zrównoważony rozwój turystyki*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa, 2008, ss.374-385. Wyniki badania dotyczą 49 obiektów hotelarskich Dolnego Śląska. P. Bohdanowicz, op. cit. Załącznik 2, Wyniki badań ankietowych dla 640 obiektów hotelarskich w Chorwacji, Polsce, Szwecji i innych krajach europejskich.. J. Krupa, K. Krupa, *Działania proekologiczne czynnikiem konkurencyjności w sektorze usług, Innowacje ekologiczne*, red. L. Woźniak, J. Krupa, J. Grzesik, Rzeszów 2006. Badaniem objęto 11 obiektów noclegowych Rzeszowa.

²¹ Umweltleistungen europäischer Tourismusbetriebe, Erste Umwelt- Benchmarks für Hotels und Campingplätze in Europa vorgestellt!, 05.Februar 2007, www.tourbench.info
Pierwsze badanie aspektów środowiskowych przedsiębiorstw turystycznych przeprowadzone w ramach Euro-

Tabela 2. Przykładowe wyniki środowiskowe przedsiębiorstw turystycznych w sektorze usług noclegowych

Table 2. Selected environmental results of tourism businesses in the sector of accommodation services

Obszar i kategoria	wartości wzorcowe
zużycie energii w kategorii hoteli ogółem	170-210 kWh/m2 34-59kWh/nocleg
zużycie wody w kategorii hotele 4* garni	91 l/nocleg
zużycie wody w kategorii kempingi	96 l/nocleg
zużycie wody w kategorii hotele garni	133l/nocleg
zużycie wody w kategorii hoteli z restauracją	213 l/nocleg.

Źródło: E. Haas, S. Eckard, *Umweltleistungen europäischer Tourismusbetriebe, Erste Umwelt-Benchmarks für Hotels und Campingplätze in Europa vorgestellt!*, 05.Februar 2007, [www. Tourbench.info](http://www.Tourbench.info)

Przykładowo średnia wartość zużycia wody w kategorii hoteli 4-o gwiazdkowych garni (hotel oferujący ograniczony zakres usług - wyłącznie nocleg i śniadanie²²) wynosi 235 litrów/nocleg a wartość wzorcowa 91 l/nocleg. Istotne różnice odnotowano także w obszarze zużycia energii. Średnie zużycie dla hoteli wynosi 300kwh/m2 i co najmniej 75 kWh/nocleg, a wartość wzorcowa znajduje się między 170-210 kWh/m2 (34 – 59 kWh/nocleg). S. Eckardt podkreśla wyraźnie wyższe wartości odnotowane w badaniu w grupie małych hoteli 2 gwiazdkowych, w porównaniu z hotelami 4 i 5 gwiazdkowymi. Za czynniki warunkujące wyższe zużycie wody i energii uznaje trudną sytuację personalną i finansową tych przedsiębiorstw, które posiadają za mało czasu, doświadczenia i pieniędzy na wdrożenie sensownych środków i koncepcji w zakresie ochrony środowiska. Uzyskane wyniki w obszarze odpady, wskazują na różnice pomiędzy wagą a objętością odpadów powstających w wyniku działalności przedsiębiorstw hotelarskich. Ze względu na masę odpadów 50% stanowią śmieci, 12% - papier i 31% bioodpady, biorąc pod uwagę objętość: 55% - stanowią śmieci, 23% papier i 9 % bioodpady²³.

Rozwiązania prośrodowiskowe w zakresie wprowadzania oszczędnych technologii stanowią jeden z elementów systemu zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwach hotelarskich - w świetle wyników badań P. Bohdanowicz, P. Gryzel, D. Jaremen, A. Rapacza, J. Krupa, K. Krupa – najaktywniejszy. Planowanie i organizacja polityki środowiskowej stanowiły natomiast obszar przyszłościowych za-

pejskich Projektów „TourBench” i „SUTOUR”. Badaniem objęto 450 przedsiębiorstw noclegowych w 15 krajach europejskich. Wartości odnotowane w grupie 25% najlepszych uzyskanych wyników w każdej kategorii uznano za wartości wzorcowe.

²² http://www.polskainfo.pl/index.php?option=com_slownik&task=view&id=226

²³ Umweltleistungen europäischer Tourismusbetriebe, op.cit

mierzeń. Jedynie obiekty hotelarskie w Szwecji (56,9%) wyróżniały się posiadaniem polityki prośrodowiskowej (cała próba 34,1%)²⁴.

Przykład zintegrowanego zarządzania w przedsiębiorstwie organizacji podróży turystycznych stanowi podejście reprezentowane przez koncerny turystyczne TUI AG²⁵ i Kuoni Reisen AG²⁶. Strategiczne znaczenie dla TUI AG ma integracja standardów jakości środowiska i ich aktywne wdrażanie we wszystkich obszarach koncernu. Wyrazem integracji długofalowych celów Kuoni jest dążenie do kreowania atrakcyjnych ekonomicznie, przyjaznych społecznie i ekologicznie produktów. Priorytetowe znaczenie w działalności obu przedsiębiorstw ma odpowiedzialność społeczna i środowiskowa, której przejawem jest zaangażowanie przedsiębiorstw w liczne projekty i inicjatywy o charakterze socjalnym (np. zapewnienie sprawiedliwych warunków pracy w turystyce, wspieranie kształcenia i wykształcenia pracowników, wspieranie dzieci i młodzieży o różnym zakresie upośledzenia społecznego) i środowiskowym (np. w zakresie łagodzenia konsekwencji zmian klimatu, zachowania bioróżnorodności, poprawy sytuacji zaopatrzenia w wodę), współpraca z grupami interesu, partnerami w miejscach recepcji turystycznej, innymi organizatorami turystyki (m.inn. Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development).

Wdrożenie przez Kuoni Reisen systemu zarządzania łańcuchem wartości („Travelife System”) ma na celu zapobieganie negatywnym społecznym i ekologicznym oddziaływaniom kreowanych produktów turystycznych. W systemie, kryteriami, którymi w zawieraniu umów z hotelami partnerskimi kieruje się Kuoni, jest spełnianie następujących wymagań etycznych: przestrzeganie lokalnego prawa pracy i międzynarodowych praw człowieka, nie dopuszczanie do dyskryminacji płciowej i religijnej, zapewnienie bezpiecznych i higienicznych warunków pracy, regularnego wynagrodzenia i zapewnienie standardów środowiskowych. Spełnienie wymagań umożliwia pozyskanie certyfikatu „Travelife” i jego wykorzystywanie w komunikacji marketingowej.

TUI AG prowadzi, w celu ciągłego polepszania osiągnięć środowiskowych, *systematyczny monitoring środowiskowy*, który obejmuje następujące płaszczyzny:

- koncernu - systematyczne raporty środowiskowe dotyczące polityki, ryzyka i jego zapobiegania, podjętych środków ochrony środowiska przez stowarzyszone podmioty,
- miejsca recepcji turystycznej – informacje lokalnych publicznych i prywatnych instytucji, lokalne doniesienia prasowe, materiały informacyjne dla gości dotyczące problematyki środowiska i jego ochrony,

²⁴ P. Bohdanowicz, op. cit, tabela A.2.22, s. 325

²⁵ <http://www.tui-group.com/de/nachhaltigkeit/>

²⁶ <http://www.kuoni.ch/de/service/kuoni/corporateresponsibility/pages/corporateresponsibility.aspx>

- hoteli partnerskich – coroczna ankietyzacja dotycząca aktywności i podjętych środków środowiskowych,
- kierownictwo biur podróży i agencji w miejscu recepcji turystycznej – lokalne obserwacje i doświadczenia.

Ponadto, TUI jako członek komisji kultury i środowiska Niemieckiego Stowarzyszenia Biur Podróży i Organizatorów Turystyki uczestniczy w ankietyzacji towarzystw przewozowych, udostępniając wyniki aktywności środowiskowej w katalogach.

Na system zarządzania środowiskowego koncernów składają się również własne programy certyfikowania środowiskowego: Kuoni –certyfikat środowiskowy „Green Planet Award” dla hoteli nadmorskich i statków wycieczkowych, TUI – Umwelt Champion, TUI „EcoResort”, „TUI Internationalen Umweltpreis”. Pełnią one funkcje wspierania i upowszechniania idei zrównoważonego rozwoju²⁷.

Tabela 3. Przedsiębiorstwa partnerskie TUI AG posiadające wdrożone systemy zarządzania środowiskowego wg międzynarodowych norm środowiskowych

Table 3. TUI AG partner enterprises with implemented environmental management systems in accordance with international environmental standards

Obiekty hotelarskie	Organizatorzy turystyki	Agencje w miejscu recepcji turystycznej
Niemcy		
Dorfhof Freesensee ISO 14001, ISO 9001	TUI Deutschland ISO 14001	
Dorfhof Sylt ISO 14001		
ROBINSON Club Fleesensee ISO 14001, ISO 9000		
Grecja		
ROBINSON Club Daidalos ISO 14001, ISO 9001		Aeolos, Transport Departament ISO 14001, ISO 9001
ROBINSON Club Kyllini Beach ISO 14001, ISO 9001		
ROBINSON Club Lyttos Beach ISO 14001, ISO 9001		
Crecotel El Greco ISO 14001		

²⁷ <http://www.tui-group.com/de/nachhaltigkeit/> i nast., op. cit oraz <http://www.kuoni.ch/de/service/kuoni/corporateresponsibility/pages/corporateresponsibility.aspx> i nast., op. cit

Crecotel Club Marine Palace ISO 14001		
Hiszpania		
Grupotel Aquait, Majorka ISO 14001		
Grupotel Amapola, Majorka ISO 14001		
Grupotel san Vicente, Majorka ISO 14001		
Grupotel Gran Vista, Majorka ISO 14001		
Grupotel Los Principes, Majorka ISO 14001		
Tunezja		
Magic Life Club Afrikana Imperial ISO 14001		

Źródło: http://www.tui-group.com/de/nachhaltigkeit/umwelt/hotel_umwelt/engagement_hotel/zert_umwelt.html

Zakończenie

Conclusion

Świadomość relacji występujących pomiędzy turystyką i środowiskiem oraz wzrastające znaczenie przypisywane przez turystów środowisku; naturalnym krajobrazom, różnorodności flory i fauny, osobliwościom przyrody, nie zanieczyszczonym akwenum wodnym, ciszy, należy uznać za główne czynniki wprowadzania koncepcji zarządzania środowiskiem w działalności przedsiębiorstw turystycznych. Wdrażanie systemów zarządzania środowiskowego w prowadzonej działalności jest wyrazem długofalowego i odpowiedzialnego zarządzania turystyką.

Literatura

Bibliography

- J. Adamczyk, *Koncepcja zrównoważonego rozwoju w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Wyd. AE, Kraków 2001.
- P. Bohdanowicz, *Turystyka a świadomość ekologiczna*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008.
- Decyzja Komisji z dn. 14.04.2003r.(2003/287/WE), Dz. U. UE, L. 102/82 ustanawiająca ekologiczne kryteria przyznawania wspólnotowego oznakowania ekologicznego usługom hotelarskim

<http://www.ecotrans.org/visit/brochure/de/071.htm>

<http://www.emas.mos.gov.pl>

Emas easy dla MŚP. Poradnik dotyczący wdrażania EMAS w MSP, EMAS easy dla MSP Heine Wernel Engel,

M. Graczyk, *Zarządzanie proekologiczne*, Wyd. Politechniki Zielonogórskiej, Zielonogóra 1999.

P. Gryszel, D.Jaremen, A.Rapacz, *Zasady zrównoważonego rozwoju w praktyce funkcjonowania obiektów hotelarskich*, w: *Zrównoważony rozwój turystyki*, Szkoła Główna handlowa, Warszawa, 2008

E. Haas, S. Eckard, *Umweltleistungen europäischer Tourismusbetriebe, Erste Umwelt- Benchmarks für Hotels und Campingplätze in Europa vorgestellt!*, 05.Februar 2007, [www. Tourbench.info](http://www.Tourbench.info)

K. Hanschel, *Hotelmanagement*, 2. Auflage, Edition: Dienstleistungsmanagement, Oldenburg,

<http://books.google.de/books?id=mV5BTueQDrEC&pg=PA421&lpg=PA421&dq=oekomanagement+in+Hotel&source=bl&ots=2BoieIOpgS&sig=HChP8V-Drz86K9F3H6vFI2-A3Dg#PPA433,M1>

I. Jędrzejczyk, *Nowoczesny biznes turystyczny, Ekostrategie w zarządzaniu firmą*, PWN, Warszawa, 2001,

K. Kasprzak, *Ochrona środowiska w hotelach – wybór problemów*, Zeszyty Naukowe, Południowo-Wschodni Oddział Towarzystwa Inżynierii Ekologicznej a siedzibą w Rzeszowie, Polskie Towarzystwo Gleboznawcze, Oddział w Rzeszowie, Zeszyt 7, 2006.

Klimapolitik und Tourismus, November 2008, Tourism Watch, Evangelischer Entwicklungsdienst,

http://www.eed.de/fix/files/doc/Factsheet_Poznan_deu.pdf

J. Krupa, K. Krupa, *Działania proekologiczne czynnikiem konkurencyjności w sektorze usług, Innowacje ekologiczne*, red. L. Woźniak, J. Krupa, J. Grzesik, Rzeszów

<http://www.kuoni.ch/de/service/kuoni/corporateresponsibility/pages/corporateresponsibility.aspx>

F. Kürschner – Pelkmann, *Tourismus in wasserarmen Gebieten, Mit Badehose und Golfschläger in die Wüste*, Tourism Watch, Informationsdienst Dritte Welt-Tourismus, Evangelischer Entwicklungsdienst, <http://www.tourism-watch.de/node/755>

http://www.mg.gov.pl/NR/rdonlyres/183AAC94-8096-4462-B856-3CFF55167A61/0/6144_przewiso14000.pdf

B. Poskrobko, *Zarządzanie środowiskiem*, PWE, Warszawa 2007.

Proekologiczne rozwiązania w obiektach hotelarskich, wybrane przykłady, redakcja J. Majewski, Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki, Warszawa, 2007.

Proekologiczne zarządzanie przedsiębiorstwem, pod red. Grzegorza Kobyłko, Wyd. Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2007.

Rozporządzenie Rady 1836/93/EWG w sprawie dobrowolnego uczestnictwa firm przemysłowych w systemie zarządzania środowiskiem i audytu we Wspólnocie (Eco-Management and Audit Scheme –EMAS) <http://www.emas.mos.gov.pl>

T. Schmidt, *Qualitätstourismus auf Mallorca: „Ballermann” war Besser*, Geowissenschaften, Rubin, 2007.

<http://www.ruhr-uni-bochum.de/rubin/geowissenschaften/pdf/beitrag3.pdf>

<http://www.tui-group.com/de/nachhaltigkeit/>http://www.tui-group.com/de/nachhaltigkeit/umwelt/hotel_umwelt/engagement_hotel/zert_umwelt.html

Zarządzanie środowiskowe w przedsiębiorstwie turystycznym

Streszczenie

W artykule przedstawiona została ogólna koncepcja zarządzania środowiskowego oraz proces jej wdrażania w przedsiębiorstwach turystycznych. Omówione zostały motywy decyzji środowiskowych oraz rodzaje strategii wobec środowiska naturalnego, podejmowane w przedsiębiorstwach.

Biorąc pod uwagę relacje przedsiębiorstw turystycznych ze środowiskiem naturalnym, przedstawione zostały cechy zarządzania środowiskowego i zasady tworzenia systemów środowiskowych w przedsiębiorstwie hotelarskim, strategię i programy środowiskowe w hotelach i przedsiębiorstwach organizacji imprez turystycznych oraz wybrane przykłady praktyki wdrażania zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwach turystycznych.

Environmental management in a tourism business

Summary

The article presents a general concept of environmental management and the process of its implementing in tourism businesses. It discusses the motives for environmental decisions, as well as the kinds of strategies towards natural environment taken up in businesses.

Considering the relations of tourism businesses with natural environment, the article presents characteristics of environmental management, principles of creating environmental systems in a hotel business, strategies and environmental programs in hotels and tourism event organization businesses, as well as selected practical examples of implementing environmental management in tourism businesses.

ANNA SZALCZYK

Wyższa Szkoła Handlu i Usług w Poznaniu
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Koninie

Etyka biznesu w turystyce

Business Ethics in Tourism

Wprowadzenie ***Introduction***

Turystyka jest zjawiskiem interdyscyplinarnym, analizowanym zarówno na gruncie nauk humanistycznych jak i ekonomicznych. Jedną z nauk humanistycznych badających turystykę jest etyka, która analizuje postępowanie człowieka przez pryzmat przestrzegania przez niego zasad moralnych.

Zainteresowanie etyki turystyką wynika z dwóch podstawowych przesłanek. Po pierwsze: globalizacja turystyki światowej i masowość tego zjawiska dowodzi, iż jest ono istotną sferą życia i aktywności społecznej człowieka. Po drugie: negatywne skutki rozwoju turystyki masowej, jej ingerencja w sferę środowiska przyrodniczego, kulturowego i społecznego związane są z nieprzestrzeganiem zasad etycznych w działalności człowieka.

Rozważania nad etycznym aspektem turystyki mogą odnosić się do etyki jednostki (turystów i mieszkańców terenów recepcyjnych) oraz etyki biznesu (podmiotów gospodarczych działających w sektorze turystyki).

Celem artykułu jest zaprezentowanie praktycznego promowania etyki w działalności gospodarczej podmiotów turystycznych na wybranych przykładach kodeksów etycznych stosowanych w turystyce.

W części pierwszej artykułu zostanie scharakteryzowane ogólnie pojęcie etyki i etyki biznesu. Część druga prezentuje przykłady kodeksów etycznych opracowanych i stosowanych w praktyce przez podmioty turystyczne.

1. *Od etyki ogólnej do etyki biznesu* *From ethics to business ethics*

Etyka¹ jest jedną z głównych nauk filozoficznych. W centrum jej zainteresowania znajduje się człowiek (jego działanie) i jego moralność (hierarchia wartości i przestrzegane w życiu normy, jako podstawy wyznaczające sposób postępowania). Zajmuje się oceną postępowania człowieka z punktu widzenia dobra i zła moralnego, a określając, co jest moralne wyznacza zasady moralnego postępowania.

Etyka jest zjawiskiem występującym tylko w świecie ludzkim – jest właściwością określającą „człowieczeństwo”, jednostki². Tylko bowiem człowiek, będąc osobą, a więc istotą rozumną i działającą celowo, jest zdolny do dokonywania wyborów moralnych – chociaż ograniczonych prawami przyrody i prawidłowościami społecznymi i kulturowymi³. Właściwości etyczne człowieka – jego „człowieczeństwo”, – charakteryzują każdą jednostkę.

Człowiek obcuje z etyką od czasów starożytnych. Gdy zaczęły krystalizować się religie – poprzez nakazy i zakazy – określały one swoim wyznawcom etyczne normy postępowania i podstawowe wartości, którymi musieli kierować się w swoim życiu.

Niemal wszystkie religie do najważniejszych wartości zaliczają: dobro, miłość do drugiego człowieka, życzliwość i pomoc wzajemną, odpowiedzialność za drugiego, poszanowanie życia drugiego człowieka i całej przyrody, mądrość, sprawiedliwość i praca⁴. Promowanie wspólnych wartości powinno sprzyjać ich przestrzeganiu tymczasem w wielu aspektach życia codziennego spotykamy się z jawnym łamaniem zasad moralnych oraz ich różną interpretacją. Występowanie różnic w przestrzeganiu zasad etycznych spowodowane jest niejednakowym stosunkiem ludzi do funkcjonujących zasad moralnych w danym środowisku społecznym i zawodowym. Ta „różnorodność”, etyk jest przejawem woli, wiedzy i możliwości człowieka w dążeniu do zabezpieczenia sobie wygodnych i bezpiecznych warunków egzystencji⁵.

Ponieważ celem artykułu jest ukazanie etycznego aspektu działalności gospodarczej w turystyce najpierw trzeba przybliżyć, co to jest etyka biznesu⁶ i jaki jest jej obszar badawczy.

¹ Słowo etyka pochodzi od greckiego słowa *ethikos*, które oznacza „zwyczaj, charakter” za: Vardy P., Grosch P., *Etyka*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań, 1995, s. 11.

² Galata S., *Biznes w przestrzeni etycznej. Motywy, metody, konsekwencje*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2007, s. 33.

³ Przeclawski K., *Etyczne podstawy turystyki*, „Albis”, Kraków 1997, s. 18.

⁴ Przeclawski K., *Etyka i religie na przełomie tysiącleci – ciągłość i zmiana*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 2001, s. 132-133.

⁵ Galata S., *Biznes w przestrzeni etycznej...*, op. cit. s. 34.

⁶ Etyka biznesu nazywana też jest etyką: przedsiębiorczości, życia gospodarczego, działalności gospodarczej, menedżerską, zarządzania.

Etyka biznesu jest młoda – wyodrębniona pod koniec lat 70-tych ubiegłego wieku – szczegółową dyscypliną etyczną, która zajmuje się analizowaniem działalności gospodarczej przez pryzmat przestrzegania zasad etycznych w tej działalności. Wcześniej aspekt etyczny gospodarowania (np. o sposób zarządzania ludzką pracą i dystrybucją jej owoców) był przedmiotem rozważań autorytetów moralnych i religijnych⁷.

Początkowo wzrost zainteresowania problematyką przestrzegania reguł etycznych w biznesie był konsekwencją kształtowania się społeczeństwa demokratycznego i gospodarki wolnorynkowej, charakteryzującej się m.in. swobodą podejmowanych decyzji gospodarczych.

Ocena działalności podmiotów gospodarczych i przestrzegania lub łamania przez nie zasad etycznych jest przedmiotem badań etyki biznesu. Obszar badawczy tej nauki jest złożony. Po pierwsze dlatego, że normy etyczne są tworzone i analizowane na kilku poziomach (jednostki, przedsiębiorstwa, społeczeństwa). Po drugie znaną cechą działalności gospodarczej jest występowanie problemów, które – w zależności od sposobu ich interpretacji i poglądów na temat miejsca etyki w biznesie – można w różny sposób rozwiązać⁸.

W przypadku podmiotów gospodarczych etyka biznesu bada zjawiska powstające w wyniku relacji firm z interesariuszami (tj. wszystkimi podmiotami w wewnętrznym i zewnętrznym w otoczeniu firm), natomiast w kontekście jednostki (osoby) badane są działania podejmowane przez uczestników rynku (konsumentów, pracowników, właścicieli przedsiębiorstw).

Dzisiaj – w dobie gospodarki globalnej – zainteresowanie podmiotów gospodarczych problematyką etyki w biznesie ma swoje komercyjne i praktyczne uzasadnienie.

⁷ Na konieczność łączenia w działalności gospodarczej wiedzy, umiejętności praktycznych ale także wielu cnót moralnych zwracał uwagę m.in. papież Jan Paweł II w encyklice *Centesimus annus*, pisząc o działalności gospodarczej, iż „...*Proces ten wymaga zaangażowania tak ważnych cnót, jak rzetelność, pracowitość, roztropność w podejmowaniu uzasadnionego ryzyka, wiarygodność, wierność w relacjach międzyosobowych, męstwo we wprowadzaniu w życie decyzji trudnych i bolesnych, lecz koniecznych dla wspólnej pracy przedsiębiorstwa i dla zapobiegania ewentualnym katastrofom*...”. Źródło: www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan_pawel_ii/encykliki/centesimus_2.html#m4. Znamienym faktem jest to, iż encyklika *Centesimus annus* została wydana w stulecie ogłoszenia przez papieża Leona XIII encykliki *Rerum novarum*, w której poruszono m.in. kwestie prawa własności, kapitału i pracy, sprawiedliwych plac. W literaturze dotyczącej etyki biznesu wydanie encykliki *Rerum novarum* w 1898 uważa się za początek pierwszego (trwającego kilkadziesiąt lat) etapu rozwoju etyki biznesu. Por. Pogonowska B.(red.), *Elementy etyki gospodarki rynkowej*, PWE, Warszawa 2004, s. 45.

⁸ Poglądy na temat wzajemnych związków między biznesem a moralnością są zróżnicowane i ma to odzwierciedlenie w przestrzeganiu lub łamaniu zasad etycznych w działalności gospodarczej. Zarówno stanowisko, iż biznes jest amoralny (ponieważ podstawowe znaczenie w osiągnięciu sukcesu mają umiejętności techniczne, choć każda transakcja wymaga minimum rzetelności i zaufania) jak i stanowisko, że biznes jest niemoralny (tak jak niemoralna jest bezwzględność rynku, który preferuje silniejszych, którzy nie muszą być lepsi) negują konieczność przestrzegania zasad etycznych w biznesie. Tymczasem wszelka działalność ludzi, a gospodarcza szczególnie rządzi się normami moralnymi – nikt nie może narzucać innym jedynie własnych reguł postępowania, ponieważ będąc zależnym od innych, musi – także w imię własnego interesu – uwzględniać normy postępowania przestrzegane przez innych uczestników rynku.

Podjęcie komercyjne wynika z faktu, że działanie etyczne podnosi prestiż firmy w oczach klientów (co zwiększa szanse odniesienia sukcesu rynkowego), natomiast w przypadku zachowań nieetycznych firma traci klientów i kooperantów (ponosi straty). Firmy zdają sobie sprawę, że sukces rynkowy zależy od społecznej akceptacji ich działalności. Akceptacja ta zależy m.in. od postępowania etycznego w biznesie. Postępowanie fair może być kluczem do osiągania przewagi konkurencyjnej na rynku globalnym i pomóc w osiąganiu dodatkowych korzyści (zysku) z tytułu etycznego image firmy. Takie podejście do aspektu etycznego działalności gospodarczej zaowocowało rozszerzaniem się obszaru zainteresowań etyki biznesu na różne sfery działalności gospodarczej (np. reklamy i marketingu, procesu rekrutacji i oceniań pracowników).

Podjęcie praktyczne to poszukiwanie wzajemnych zależności między postępowaniem etycznym i sukcesem na rynku globalnym, charakteryzującym się coraz bardziej złożonymi i różnorodnymi powiązaniem gospodarczymi i wykorzystanie tej wiedzy w praktyce – w zarządzaniu menedżerskim, które staje się coraz bardziej skomplikowane.

Rozwojowi etyki biznesu sprzyjają także nowe zjawiska zachodzące np. w sferze zarządzania organizacją, które polegają m.in. na jakościowej zmianie w postrzeganiu i ocenianiu organizacji (instytucji, firmy, przedsiębiorstwa) przez pryzmat jej misji, wizji i strategii. Prowadzi to do wzrostu świadomości etycznej, który przejawia się m.in. wyróżnianiem i nagradzaniem firm postępujących etycznie oraz sankcjonowaniem firm postępujących nieetycznie⁹.

Istotnym instrumentem promowania przestrzegania etyki w biznesie są kodeksy etyczne opracowywane przez firmy. Określają one obowiązki pracowników firmy oraz sposób ich postępowania wobec jej kontrahentów i klientów, ustalają wzorce zachowań w sytuacjach typowych dla funkcjonowania firmy, a także zasady rozwiązywania różnego rodzaju nieporozumień i moralnych konfliktów¹⁰. Są one swoistym dekalogiem postępowania w biznesie i stanowią istotny element w rywalizacji rynkowej, której pożądanym skutkiem jest podnoszenie standardów etycznych i zawodowych w funkcjonowaniu firm.

Programy (kodeksy) etyczne firm pełnią funkcję wewnętrzną i zewnętrzną. Funkcja wewnętrzna polega na wskazaniu wszystkim pracownikom etycznego wymiaru funkcjonowania firmy. Okazuje się bowiem, że indywidualne wartości i zasady uczciwego postępowania nie są wystarczające dla pełnienia ról zawodowych w firmie. Wysoki i wciąż rosnący stopień złożoności współczesnego świata biznesu powoduje, że etyczne postępowanie jest nie tylko kwestią wrażliwości moralnej, ale także

⁹ Promowaniu etyki w biznesie sprzyjało m.in.: utworzenie w 1993r. największej na świecie pozarządowej organizacji antykorupcyjnej -Transparenty International – promującej otwartość i przejrzystość w działaniach rządów i przedsiębiorstw oraz zorganizowanie I Światowy Kongres Etyki Biznesu w Tokio w 1996r.

¹⁰ Snihur S., *Etyka biznesu. Zarys wybranych zagadnień*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2006, s. 77.

wiedzy. Funkcja zewnętrzna programów etycznych polega na podtrzymywaniu dobrego imienia firmy, jej pozytywnego publicznego wizerunku.

Promowanie etyki w działalności podmiotów gospodarczych jest przejawem ich świadomego kreowania etycznej odpowiedzialności firmy. Odpowiedzialności rozumianej jako dostrzeganie przez firmę skutków własnych decyzji i ponoszenie za nie odpowiedzialności oraz kierowanie się poszanowaniem dobra społeczeństwa, nawet gdyby to miało oznaczać poświęcenie zysków krótkoterminowych¹¹.

Tak pojęta etyczna odpowiedzialność firmy powinna być priorytetem w działalności podmiotów turystycznych. Czy etyka zajmuje istotne miejsce w turystyce i jak jest promowana zostanie omówienie w kolejnej części artykułu.

2. Etyka w turystyce – kodeksy etyczne ***Ethics in tourism – code ethics***

W zjawisku społecznym jakim jest turystyka, osoby w niej uczestniczące – dokonując pewnych wyborów moralnych i kierując się wyznawanymi przez siebie wartościami – postępują w określony sposób. Turystyka jest przede wszystkim zachowaniem i działaniem celowym człowieka, ukierunkowanym na wartości a etyka koncentruje się na analizowaniu zachowania uczestników turystyki przez pryzmat przestrzegania przez nich norm etycznych. W kontekście dobra lub zła moralnego etyka w turystyce bada postępowanie trzech podstawowych kategorii osób: turystów, mieszkańców terenów odwiedzanych i „pośredników”, – pracowników biur podróży, hoteli, przewodników¹².

Zainteresowanie etyki turystyką, jest spowodowane występowaniem negatywnych skutków rozwoju turystyki masowej i narastającego w skali globalnej od lat 70-tych ubiegłego wieku problemu relacji człowiek – środowisko (przyrodnicze i kulturowe). Turystyka i jej rozwój – jak żadna inna gałąź gospodarki – zależy od stanu walorów turystycznych środowiska przyrodniczego ale jednocześnie jej rozwój oddziałuje negatywnie na to środowisko. Z tego powodu od lat 90-tych promowana jest koncepcja rozwoju turystyki zrównoważonej^{13, 14}, która uznając za priory-

¹¹ P. Minus (red.), *Etyka w biznesie*, PWN, Warszawa 1995, s. 37.

¹² Przeclawski K., *Wprowadzenie do filozofii turystyki*, [w:] *Turystyka w badaniach naukowych*, Winiarski R., Alejski W. (red.), AWF Kraków i Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Kraków-Rzeszów 2005, s. 50-59.

¹³ Koncepcja ta nawiązuje bezpośrednio do założeń rozwoju zrównoważonego, którego podstawową zasadą jest prawo ludzi do zdrowego i twórczego życia w harmonii z przyrodą. Pojęcie zrównoważonego rozwoju, określanego niekiedy jako stabilny lub trwały (sustainable development) zostało zdefiniowane podczas II konferencji ONZ pt. „Środowisko i rozwój”, zorganizowanej w 1992r. w Rio de Janeiro. Za: Kozłowski S., *Ekorozwój wyzwanie XXI wieku*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 59

¹⁴ Ogólne zasady zrównoważonego rozwoju turystyki zawiera dokument *Agenda 21 dla Podróży i Gospodarki Turystycznej*, opracowany przez Światową Radę Podróży i Turystyki (WTTC) i Światową Organizację Turystyki (WTO) wspólnie z Radą Ziemi (Earth Council) źródło: [//www.unwto.org/sustainable/top/events.html](http://www.unwto.org/sustainable/top/events.html)

tet ochronę podstawowych dla rozwoju turystyki zasobów, wskazuje uniwersalne zasady etyczne, które muszą być przestrzegane w korzystaniu z zasobów w sferze ekologicznej, społecznej i ekonomicznej przez wszystkie podmioty uczestniczące w turystyce. Powstanie tej koncepcji było pierwszym impulsem do propagowania etyki w turystyce chociaż wdrażanie tej koncepcji w praktyce napotyka wiele różnorodnych barier.

Konieczność przestrzegania etyki w turystyce jest coraz bardziej widoczna z uwagi na występujące dysfunkcje turystyki i towarzyszące im jaskrawe przykłady niewłaściwych relacji pomiędzy uczestnikami turystyki (turystami, mieszkańcami terenów recepcyjnych, podmiotami zaangażowanymi w obsługę turystów – pracownikami biur podróży, hoteli, przewodnikami) i dlatego Światowa Organizacja Turystyki opracowała i przyjęła przez Zgromadzenie Ogólne WTO Globalny Kodeks Etyki w Turystyce¹⁵. Adresatami Kodeksu są podmioty uczestniczące w turystyce i odpowiedzialne za jej rozwój a jego zapisy ukazują różnorodne aspekty działalności turystycznej, w których przestrzeganie etyki jest niezbędne. Podstawowym przesłaniem Kodeksu jest wskazanie etycznego kontekstu wzajemnych relacji między turystami, podmiotami turystycznymi, społecznościami lokalnymi przyjmującymi turystów a także środowiskiem przyrodniczym, społecznym i kulturowym terenów recepcyjnych. Ponadto zwraca się uwagę na relacje jakie powinny występować pomiędzy działalnością gospodarczą w turystyce a środowiskiem naturalnym. Zapisy zawarte w tym dokumencie stanowią zbiór podstawowych zasad, których przestrzeganie ma zapewnić stabilny i odpowiedzialny rozwój turystyki¹⁶.

Promowaniu etyki w biznesie turystycznym służą kodeksy etyczne regulujące różne sfery działalności podmiotów turystycznych.

Przykładem kodeksu stosowanego przez podmioty turystyczne jest Kodeks Postępowania Praktycznego, który określa normy i zasady postępowania między hotelarzami, a przedstawicielami biur podróży. Został on opracowany przez Międzynarodowe Zrzeszenie Hoteli i Restauracji (IH&RA) oraz przez Ogólnosiwiatową Federację Stowarzyszeń Przedstawicieli Biur Turystycznych / Podróży (UFTAA) i obowiązuje od 20 października 1999 roku. Przepisy Kodeksu odnoszą się do kontaktów międzynarodowych podmiotów turystycznych (hotelarzy i przedstawicieli biur podróży, których siedziby są w różnych krajach), ale jego stosowanie zalecane jest również przy zawieraniu umów i porozumień pomiędzy przedsiębiorstwami mającymi swoje siedziby na terenie tego samego kraju. Dokument zawiera spis podstawowych przepisów, definicji i procedur obowiązujących przy dokonywaniu i anulowaniu rezerwacji, określa także zakres informacji, które muszą być przekaza-

¹⁵ Źródło: www.world-tourism.org/code_ethics/eng.html.

¹⁶ Ponieważ zapisy Kodeksu nie są obligatoryjne – podmioty uczestniczące w turystyce i odpowiedzialne za jej rozwój wzywa się, aby w swej działalności dobrowolnie kierowały się jego zasadami – jego znaczenie praktyczne ogranicza się przede wszystkim do funkcji propagandowej. Źródło: www.unwto.org/ethics/resolutions/en/resolutions.php?subop=4

zywane pomiędzy podmiotami turystycznymi i ich klientami oraz zasady rozstrzygania sporów. Przepisy Kodeksu znajdują zastosowanie w przypadku braku umowy oraz gdy powstają sytuacje konfliktowe wynikające z warunków nie zawartych w umowie. Ma to duże znaczenie, ponieważ pozwala hotelarzom i przedstawicielom biur podróży na rozwijanie między sobą stabilnych relacji handlowych, a także zmniejsza ryzyko nieporozumień i sporów.

W Polsce inicjatywy podmiotów turystycznych mające na celu promowanie etyki w swojej działalności należą jeszcze do rzadkości. Tym bardziej należy wspomnieć o Programie „Hotel Fair Play”,¹⁷ który skierowany jest do firm z branży hotelarskiej i ma na celu promocję rzetelności i kultury biznesu w Polsce¹⁸. Program wpisuje się w coraz bardziej doceniany nurt promowania firm, których działania opierają się na szeroko pojętej etyce, uwzględniając również społeczną odpowiedzialność biznesu. Organizatorom zależy na promowaniu firm, które dbają o wszystkich swoich interesariuszy uwzględniając przy tym międzynarodowe standardy obsługi oraz wszystkie zasady jakie towarzyszą prowadzeniu biznesu zgodnie z zasadami fair play.

Program ma na celu:

- certyfikację rzetelności i kultury biznesu w branży hotelarskiej;
- promocję etyki w działalności hotelarskiej, rozumianej jako zespół norm rzetelnego postępowania we wzajemnych relacjach przedsiębiorstw branży hotelarskiej z gośćmi, kontrahentami, pracownikami, współnikami oraz społecznością lokalną, władzą lokalną i państwową oraz działań zgodnych z obowiązującym prawem i powszechnie przyjętymi normami społecznymi;
- wspieranie rozwoju hoteli w Polsce poprzez promowanie obiektów oferujących usługi hotelarskie na rzetelnym poziomie, działających zgodnie z prawem i zasadami etyki,
- promowanie finalistów programu na rynkach krajowych i zagranicznych;
- wzmocnienie korzystnego wizerunku hoteli w Polsce, poprzez promowanie w środkach masowego przekazu firm branży hotelarskiej, które rzetelnie, zgodnie z zasadami etyki i gościnności prowadzą działalność gospodarczą;
- zachęcanie przedsiębiorstw branży hotelarskiej do zachowań etycznych i wprowadzania stosownych zmian w wewnętrznej organizacji pracy oraz podjęcia szkoleń w tym zakresie

Główną ideą programu „Hotel Fair Play” jest promowanie etyki w działalności hotelarskiej i skłonienie przedsiębiorców z branży hotelarskiej do świadczenia swoich usług na wysokim poziomie, działań zgodnych z obowiązującym prawem i za-

¹⁷ Program prowadzony jest w 5 kategoriach: hotel, pensjonat, motel, centrum konferencyjne, centrum odnowy biologicznej – SPA. Pierwsza edycja programu zakończyła się w grudniu 2008 r. przyznaniem trzech certyfikatów „Hotel Fair Play”. źródło: www.hotel.fairplay.pl

¹⁸ Organizatorem programu afiliowanego przy Krajowej Izbie Gospodarczej jest Fundacja „Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym”.

sadami etyki. Jednocześnie jego celem jest pokazanie, że przestrzeganie takich wartości jak rzetelność, uczciwość, etyka oraz gościnność przyczynia się do stworzenia najlepszego wzoru dla innych i zapewnia firmie sukces.

Przykładem kodeksu etycznego będącego wyrazem odpowiedzialności społecznej podmiotów turystycznych jest kodeks etyczny dla firm organizujących wyprawy wysokogórskie (powyżej 8000 m), opracowany przez Międzynarodową Organizację Przewodników 8000 (International Guiding Organisation) zrzeszającą firmy organizujące wyprawy w Himalaje¹⁹.

Kodeks Himalaisty opracowano, aby ochronić coraz bardziej zanieczyszczone środowisko najwyższych gór świata i promować – zarówno wśród organizatorów jak i uczestników wypraw wysokogórskich – dbanie o jego czystość, a także w celu zachowania lokalnej kultury tego regionu. W parkach narodowych Nepału można znaleźć ulotki zawierające Kodeks Himalaisty, w którym m.in. czytamy:

„Himalaje mogą się zmienić – prosimy nie zmieniaj ich ty sam.

Będąc gościem, szanuj lokalne tradycje, chroń lokalne kultury i podtrzymuj dumę mieszkańców.

Bądź cierpliwy, uprzejmy i wrażliwy.

*Pamiętaj, że jesteś tu tylko gościem.”*²⁰

Zapisy Kodeksu Himalaisty odzwierciedlają wzorowe pojmowanie etyki w turystyce, przejawiające się odpowiedzialnością za stan zasobów stanowiących podstawę rozwoju turystyki, środowisko społeczne terenów recepcji turystycznej i promowanie etycznych zachowań wśród swoich kooperantów i klientów – turystów.

Zakończenie

Conclusions

Rozwojowi turystyki masowej towarzyszy występowanie negatywnych skutków tego rozwoju w sferze środowiska naturalnego, społecznego i kulturowego.

W celu ograniczenia niekorzystnego oddziaływania (dysfunkcji) turystyki konieczne jest promowanie przestrzegania zasad etycznych przez wszystkie podmioty uczestniczące w turystyce – turystów, mieszkańców terenów recepcyjnych, pośredników.

Istną rolę w promowaniu etyki biznesu mają do odegrania podmioty turystyczne. Ich zaangażowanie w propagowanie przestrzegania zasad etycznych w działalności gospodarczej dowodzi ich społecznej odpowiedzialności. Instrumentem, który wykorzystują do promowania etyki w swojej działalności są kodeksy etyczne.

¹⁹ Klimkowski M., Olej A., *Szczyt absurdu*, Tygodnik Wprost, Nr 23, Warszawa 1999.

²⁰ Yale P., *Działalność turoperatorska*, Wydawnictwo Wiedza i Życie, Warszawa 2001, s. 312.

Literatura

Bibliography

- Galata S., *Biznes w przestrzeni etycznej. Motywy, metody, konsekwencje*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2007.
- Klimkowski M., Olej A., *Szczyt absurdu*, Tygodnik Wprost, Nr 23, Warszawa 1999.
- Kozłowski S., *Ekorozwój wyzwanie XXI wieku*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- Minus P. (red.), *Etyka w biznesie*, PWN, Warszawa 1995.
- Pogonowska B. (red.), *Elementy etyki gospodarki rynkowej*, PWE, Warszawa 2004.
- Przeclawski K., *Etyka i religie na przełomie tysiącleci – ciągłość i zmiana*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 2001.
- Przeclawski K., *Etyczne podstawy turystyki*, „Albis”, Kraków 1997.
- Przeclawski K., *Wprowadzenie do filozofii turystyki*, [w:] *Turystyka w badaniach naukowych*, Winiarski R., Alejsiak W. (red.), AWF Kraków i Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Kraków-Rzeszów 2005.
- Snihur S., *Etyka biznesu. Zarys wybranych zagadnień*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2006.
- Vardy P., Grosch P., *Etyka*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 1995.
- Yale P., *Działalność turoperatorska*, Wydawnictwo Wiedza i Życie, Warszawa 2001.
- www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan_pawel_ii/encykliki/centesimus_2.html#m4.
- www.world-tourism.org/code_ethics/eng.html.
- www.unwto.org/sustainable/top/events.html
- www.hotel.fairplay.pl
- www.unwto.org/ethics/resolutions/en/resolutions.php?subop=4

Etyka biznesu w turystyce

Streszczenie

Turystyka jest zjawiskiem interdyscyplinarnym, analizowanym zarówno na gruncie nauk humanistycznych, jak i ekonomicznych. Jedną z nauk jest etyka, której przedmiotem badań jest człowiek i jego moralność.

Zainteresowanie etyki turystyką podyktowane jest szerokim spectrum oddziaływania człowieka uczestniczącego w turystyce na sferę środowiska przyrodniczego, kulturowego i społecznego.

Rozważania nad etycznym aspektem turystyki mogą dotyczyć dwóch płaszczyzn: etyki jednostki (turystów i mieszkańców terenów recepcyjnych) oraz etyki biznesu (podmiotów gospodarczych działających w sektorze turystyki).

Celem artykułu jest omówienie ukazanie praktycznego promowania etyki w działalności gospodarczej podmiotów turystycznych na wybranych przykładach kodeksów etycznych stosowanych w turystyce.

W części pierwszej artykułu zostanie scharakteryzowane ogólnie pojęcie etyki i etyki biznesu. Część druga prezentuje przykłady kodeksów etycznych opracowanych i stosowanych w praktyce przez podmioty turystyczne.

Business Ethics In Tourism

Summary

Tourism is an interdisciplinary phenomenon, analyzed both through humanistic and economic science. One of the sciences is ethics, which concerns the study of man and his morality. Ethics takes an interest in tourism which is dictated its wide spectrum of tourism's influence on the natural environment, culture and society.

The thinking when it comes to the ethical aspects of tourism can be connected to two areas: ethics entities (tourists and inhabitants in the receiving area) and business ethics (companies doing business in the travel sector).

The goal of the article is to show the ethical aspects of doing business in tourism. In part one the article describes the general nation of ethics and business ethics. Part two talks about chosen ethics codes in tourism.

Motywy a aktywność turystyczna i rekreacyjna samotnych kobiet

Models of behaviour versus tourism and recreational activities among single women

Wprowadzenie ***Introduction***

Ze względu na różnorodność turystyki, podejmowana aktywność turystyczna może być wieloraka i zależeć od różnego rodzaju innych właściwości psychicznych jednostki, takich jak potrzeby, zdolności, zainteresowania, postawy czy temperament¹. Stąd różni naukowcy (A. Nowakowska, T. Sankowski, R. Winiarski, J. Zdeb-ski) próbują dokonać klasyfikacji motywów aktywności turystycznej.

Wraz z rozwojem człowieka, jego motywy w podejmowaniu działań turystycznych ulegają ciągłym przeobrażeniom. Dzieci i młodzież szkolna kierują się przede wszystkim wspólną zabawą, chęcią przebywania z rówieśnikami z dala od „czujnego oka rodziców”. Następnie pojawiają się motywy zmierzenia się ze swymi zdolnościami, motywy poznawcze.

W okresie dorosłym, jednostka dodatkowo kieruje się pobudkami służbowymi, wypoczynkowymi, chęci relaksu, także zdrowotnymi i religijnymi (tab. 1). Zdaniem T. Sankowskiego źródeł motywów turystycznych w każdym przypadku w mniej lub bardziej bezpośredniej formie należy szukać w pobudzaniu indywidualnych ambicji czy zainteresowań człowieka². Jednak, aby jednostka dobrowolnie rozpoczęła jakieś działania w zakresie aktywności turystycznej, muszą być spełnione następujące warunki:

- a) musi wystąpić czynnik inicjujący dane działanie (na przykład reklama biura turystycznego),

¹ J. Gracz, T. Sankowski, *Psychologia w rekreacji i turystyce*, Wydawnictwo AWF, Poznań 2001, s. 124.

² T. Sankowski, *Zainteresowanie jako motyw w aktywności w turystyce i rekreacji*, [w:] *Turystyka i rekreacja jako formy aktywności społecznej*, red. W. Staniewska-Zątek, T. Sankowski, R. Muszkieta, Wydawnictwo WWSTiZ, Poznań 2008, s. 215.

- b) działanie to powinno posiadać wartości dla jednostki lub służyć realizacji tej wartości (na przykład narciarstwo rekreacyjne służy zdrowiu),
- c) muszą istnieć warunki zewnętrzne, które (w ocenie danej jednostki) umożliwiają realizację danego działania (na przykład atrakcyjna cena oferty turystycznej, możliwość opłat w ratach itp.)³.

Tabela 1. Motywy uczestnictwa w turystyce

Table 1. Motives of participation in tourism

Wyszczególnienie	Charakterystyka
Motywacje kulturalne, psychologiczne, edukacyjne	- udział w festiwalach, przedstawieniach teatralnych, koncertach, zwiedzanie muzeów, - realizacja zainteresowań osobistych: intelektualnych, rzemiosła i innych zajęć w czasie wolnym, - odwiedzanie miejsc interesujących pod względem kulturalnym lub przyrodniczym.
Motywacje związane z kulturą fizyczną oraz fizjologiczne	- udział w zajęciach sportowych pod dachem i aktywna rekreacja na otwartym powietrzu (golf, wędrówki piesze, żeglarstwo, narciarstwo), - podejmowanie zajęć związanych z poprawą zdrowia, sprawnością fizyczną i rehabilitacją, - wypoczynek (relaks) – oderwanie się od stresów dnia codziennego, - poszukiwanie ciepłego klimatu (słońca), relaksu na plaży.
Motywacje towarzyskie i etniczne	- spędzanie czasu w towarzystwie przyjaciół lub krewnych, - udział w imprezach związanych z „obowiązkami” towarzyskimi – od wesel do pogrzebów.
Motywacje: rozrywka, zabawa, przyjemność	- zawody sportowe, inne imprezy masowe, - odwiedzanie parków tematycznych, wesołych miasteczek, - dokonywanie zakupów w czasie wolnym.
Motywacje religijne	- udział w pielgrzymkach, - poszukiwanie samotności w celu prowadzenia medytacji i studiów.
Motywacje związane z pracą	- prowadzenie działalności gospodarczej w sektorach prywatnym i publicznym, konferencje, spotkania, krótkie kursy, - wyjazdy związane z wykonywaną pracą (personel lotniczy, kierowcy ciężarówek, obsługa serwisowa).

Źródło: V.T.C. Middleton, *Marketing w turystyce*, PAPT, Warszawa 1999, s. 54.

Istotnym czynnikiem wpływającym na aktywność turystyczną są potrzeby osób samotnych. Potrzeba jest pożądaną wartością użytkowych (dóbr materialnych

³ J. Zdebski, *Psychologia rynku turystycznego*, [w:] *Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołembski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 40.

i usług), wynikających z osiągniętego rozwoju gospodarczego i kulturalnego ludzkości⁴. Podstawowy poziom stanowią potrzeby fizjologiczne (w tym potrzeba wyjazdów rekreacyjno-turystycznych) oraz bezpieczeństwa (świadomość turysty o własnym bezpieczeństwie podczas wyjazdów rekreacyjno-turystycznych). Specyfika zaspokajania potrzeb przynależności grupowej (społecznej) poprzez aktywność turystyczną wynika z tego, że wspólne wyjazdy lub wędrowanie i związane z tym przeżycia emocjonalne integrują ludzi, sprzyjają budowaniu między nimi więzi⁵. Uczestnictwo osób samotnych w różnego rodzaju imprezach rekreacyjno-turystycznych stwarza im możliwość nawiązywania nowych znajomości, bądź podtrzymywanie dotychczasowych. Dość złożonym wydaje się poziom potrzeb indywidualnych, który następuje zazwyczaj po zaspokojeniu potrzeb podstawowych i grupowych (społecznych). Aktywność rekreacyjno-turystyczna zaspokaja większość ww. potrzeb osób samotnych, co obrazuje ogólnie znana piramida potrzeb A.H. Masłowa⁶.

Różne typy ludzi tworzą nowe i zróżnicowane potrzeby na usługi turystyczne. Na przykład starsi, szukają lepszej jakości i bezpieczniejszego otoczenia. („Single”) poprzez turystykę szukają więcej kontaktów społecznych⁷.

K. Tymicki z Instytutu Statystyki i Demografii SGH, przeprowadził badania, z których wynika, iż samotne kobiety stoją bardzo wysoko w hierarchii społecznej – ponad 31% („singielek”) ma wykształcenie wyższe (mężatki z wyższym lub średnim stanowią 16%), 24% zna co najmniej jeden język obcy (12% więcej niż wśród zamężnych), 59% to córki inteligenta, 26% jest na stanowiskach. Są dużo lepiej wykształcone nie tylko niż mężatki, ale i panowie („single”), z których aż 82% to robotnicy wykwalifikowani (robotnic jest ledwie 38%), 14% ma średnie lub wyższe wykształcenie⁸.

Czas wolny w życiu samotnej kobiety i jego wykorzystanie na turystykę i rekreację

Leisure in the single women life and its use for tourism and recreation

Samotną turystkę, czy rekreantkę można wpisać w poniższy, ogólny podział samotnych turystów zaproponowany przez Amerykański Związek Przemysłu Turystycznego, który wyróżnił cztery segmenty:

⁴ S. Wodejko, *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wydawnictwo WSHiP, Warszawa 1998, s. 48.

⁵ K. Majchrzak, A. Tokarz, *Indywidualne determinanty wyjazdów turystycznych*, [w:] *Obsługa ruchu turystycznego*, red. B. Meyer, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 34.

⁶ Vide, A.H. Maslow, D.C. Stephens, G. Heil, *Maslow on Management*, John Wiley & Sons Inc., New York 1998, s. XX.

⁷ N. Vanhove, *The Economics of Tourism Destinations*, Butterworth-Heinemann, Amsterdam-Boston-Elsevier 2005, s. 61.

⁸ Vide, K. Tymicki, *Beżenność, starokawalerstwo i staropaniństwo. Analiza zjawiska*, mscr., Instytut Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2000, s. 79-91.

1. segment młodych (18-34 lat) – są wykształceni, szukają zabawy i dreszczu emocji, cenią wyjątkowość, dążą do tego, aby należeć do społeczności im podobnych, stanowią aktywną grupę turystyczną. Podczas krótkich (1-2-dniowych) wyjazdów rekreacyjno-turystycznych „prowadzą” nocne życie, bawią się, nawiązują nowe kontakty. Analiza amerykańskiego rynku turystycznego pokazuje, iż ilość wakacyjnych, zagranicznych wyjazdów turystycznych podejmowanych przez młodych („singli”) rośnie szybciej niż średni wzrost ogólnych wyjazdów.
2. segment średnich (35-54 lat) – wydają najwięcej pieniędzy ze wszystkich grup (posiadają największe dochody). W wieku przeciętnie 45 lat, reprezentują grupę zwaną *Baby Boomers*, często podróżują służbowo (32%), korzystają z lotniczego transportu, usług hotelarskich. Bardzo cenią ucieczkę od nadmiaru obowiązków i stresu w pracy, stąd szukają wakacji z odpoczynkiem, czynności i produktów związanych ze samotnym stylem życia, które oferują im ucieczkę od codziennego życia.
3. segment starszych pracujących (55 i więcej) – częściej niż młodszy, podczas swoich wyjazdów rekreacyjno-turystycznych odwiedzają lokalne muzea i zabytki (14%), uczestniczą w imprezach kulturalnych, w tym festiwalach (13%).
4. segment starszych emerytowanych (55 i więcej) – wybierają najdłuższe wyjazdy rekreacyjno-turystyczne pośród innych grup, które trwają przeciętnie 5,2 noce, co nie jest zaskakujące, biorąc pod uwagę ilość wolnego czasu do ich dyspozycji⁹.

Z badań L.M. Fee wynika, iż płeć jest cechą, która istotnie wpływa na uczestnictwo w turystyce i rekreacji. Mężczyźni stanowili 58% wszystkich gości podróżujących samotnie do Australii oraz 51% wszystkich turystów – co oznacza, że mężczyźni są bardziej skłonni do podróżowania samotnie niż kobiety¹⁰. Ponadto, samotni mężczyźni wykazali większą skłonność do konsumpcji turystycznej, aniżeli kobiety. Zaś („singielki”) chętniej uczestniczyły w zjawisku turystyki i rekreacji; odwiedzały miejsca związane z kulturą aborygeńską, wystawy kulturowe, galerie sztuki i muzea.

Ponadto zaobserwowano, iż na przykład samotne Rosjanki chętnie korzystają z usług biur podróży specjalizujących się w turystyce seksualnej. Na całym świecie rośnie popularność kobiecej seksualnej turystyki. Wcześniej tylko mężczyźni przyznawali się, w jakim celu podróżowali do Tajlandii i Holandii, obecnie Europejki

⁹ S. Nordin, *Tourism of Tomorrow – Ravel Trends and Forces of Change*, European Tourism Research Institute, Östersund 2005, s. 39.

¹⁰ L.M. Fee, *International solo travellers to Australia*, „Journal of the Bureau of Tourism Research” 1999, vol. 1, no 2, s. 1.

i Amerykanki nie ukrywają, czego oczekują od wyjazdu na Karaiby, Bali, do Turcji, Egiptu i Kenii¹¹.

W świetle badań pedagoga E. Paprzyckiej, czas wolny samotne kobiety spędzają najczęściej w gronie najbliższych znajomych. Czynnie uczestniczą w rekreacji kulturowej, regularnie chodzą do kin, galerii i na koncerty. Podejmują także rekreację ruchową (siłownia, aerobic), bowiem zdrowie, dobra kondycja fizyczna oraz zgrabna sylwetka i uroda są przedmiotem ich stałej troski. Aktywność turystyczna samotnych kobiet najczęściej wiąże się z wyjazdem turystycznym w towarzystwie innych damskich („singli”)¹².

Zachowania rekreacyjno-turystyczne samotnych kobiet stały się także przedmiotem zagranicznych badań. G.J. Stone i S. Nichol dokonali analizy wzrostu brytyjskich, jednoosobowych gospodarstw domowych, przez 20 ostatnich lat. Autorzy ocenili potrzeby samotnych kobiet w wieku średnim, związane z wakacjami i motywami, jakimi się kierują przy wyborze kierunku podróży turystycznej. Wyniki badań pokazują, że segment rynku, jaki stanowią samotne kobiety wciąż rośnie. Niestety, samotni konsumenci narzekają, że produkty i usługi oferowane na dzień dzisiejszy nie odzwierciedlają ich potrzeb i są nieczułe na ich specyficzne wymagania¹³. Stąd pojawia się konieczność zrozumienia relacji motywów, potrzeb i oczekiwań samotnych kobiet w celu stworzenia odpowiednich warunków materialno-technicznych i organizacyjnych w sferze turystyki i rekreacji.

Motywy uczestnictwa samotnych kobiet („singlek”)

w turystyce i rekreacji

Motives of participation in tourism and recreation of single women

Badanie przeprowadzono na przełomie 2007/2008 roku wśród jednoosobowych gospodarstw domowych z województwa wielkopolskiego. Badaniem objęto próbę liczącą 506 gospodarstw domowych, które były prowadzone przez samotne kobiety, zamieszkujące w miastach (81,62%) i na wsi (18,38%).

Informacje zebrano metodą ankietową posługując się techniką wywiadu bezpośredniego w miejscu zamieszkania respondentów przy użyciu narzędzia pomiaru, jakim był kwestionariusz ankiety „Aktywność rekreacyjno-turystyczna osób samotnych” opracowany przez autora.

¹¹ Vide, A.P. Lubowiecki-Vikuk, *Oferty rekreacyjno-turystyczne z myślą o „singlach” – samotnych konsumentach na światowym i krajowym rynku turystycznym*, [w:] *Gospodarka turystyczna w XXI wieku. Problemy i perspektywy rozwoju w skali regionalnej i lokalnej*, red. S. Bosiacki, Wydawnictwo AWF Poznań, Poznań 2008, s. 421.

¹² E. Paprzycka E., *Kobiety żyjące w pojedynkę. Między wyborem a przymusem*, Wydawnictwo Akademickie „ŻAK”, Warszawa 2008, s. 310.

¹³ G.J. Stone, S. Nichol, *Older, single female holiday makers In the United Kingdom – Who needs them?*, „Journal of Vacation Marketing” 1999, vol. 5, no 1, s. 7.

Szczegółowo strukturę badanej populacji według wybranych cech przedstawia tab. 2.

Tabela 2. Charakterystyka badanej zbiorowości

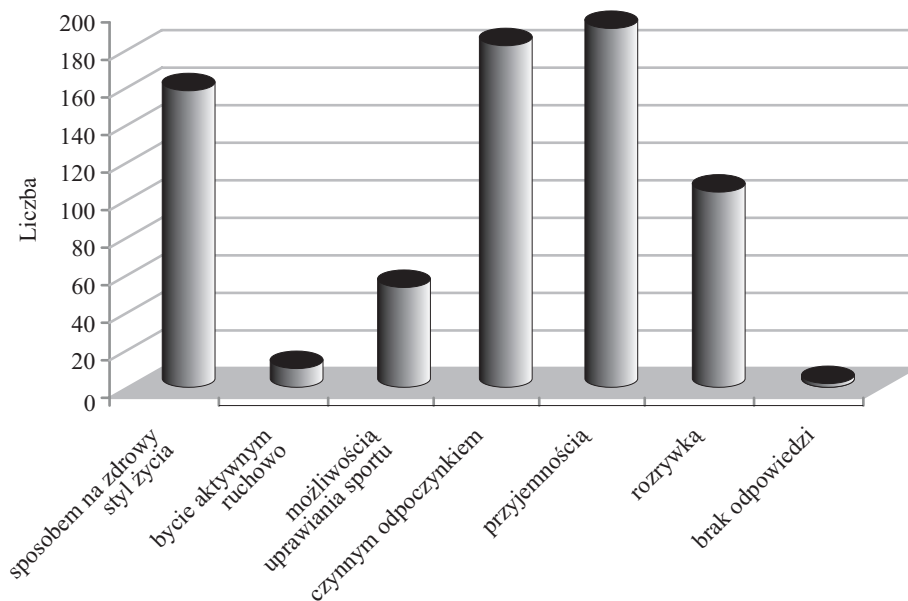
Table 2. Characteristic of collectiveness analyze

Wiek	%	Wykształcenie	%
18-19	5,53	wyższe	48,42
20-29	50,00	średnie	43,28
30-39	20,35	zasadnicze zawodowe	5,34
40-49	7,51	podstawowe	2,96
50-59	10,08	Miejsce zamieszkania	%
?60	6,52	miasto	81,62
		wieś	18,38
Suma	100,00	Suma	100,00

Źródło: opracowanie własne na podst. badań ankietowych (N=506)

Rysunek 1. Rekreacja w opinii samotnych kobiet prowadzących jednoosobowe gospodarstwo domowe

Figure 1. Recreation according to the opinion of single women leading sole household



Źródło: opracowanie własne na podst. badań ankietowych (N=506)

Rekreacja w świetle opinii samotnych kobiet utożsamiana jest z przyjemnością (193 odpowiedzi), czynnym odpoczynkiem, czy sposobem na prowadzenie zdrowego stylu życia (rys. 1).

Ponad 40% respondentek uczestniczy w rekreacji (tylko) raz w tygodniu. Zaledwie 7% samotnych kobiet w rekreacji uczestniczy cztery i więcej razy w tygodniu. Podobny odsetek nie uczestniczy w rekreacji w ogóle. Przyczyną takich zachowań, niewątpliwie mogą być zbyt niskie dochody, jak również niechęć do prowadzenia aktywnego trybu życia.

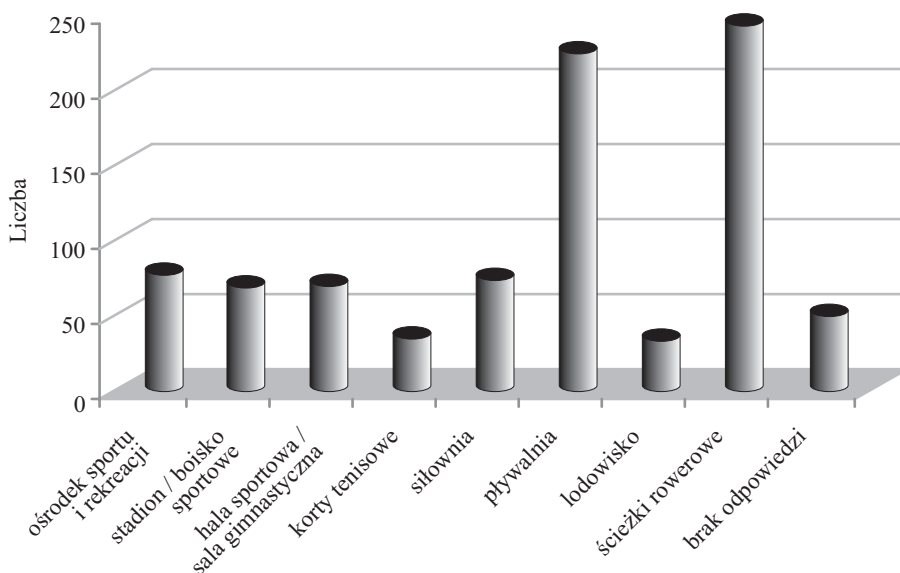
Samotne kobiety, które uczestniczą w rekreacji ruchowej najchętniej korzystają ze ścieżek rowerowych (240 odpowiedzi), jak również usług świadczonych w pływalni. Wydaje się, że gra w tenisa ziemnego czy jazda na łodzi nie jest preferowaną formą aktywności rekreacji ruchowej (rys. 2).

W rekreacji kulturowej „singielki” najczęściej uczestniczą w kinie (342 odpowiedzi), teatrze (90), czy muzeum (65) – rzadko w domu kultury (44).

Jaka jest przyczyna uczestnictwa samotnych kobiet w rekreacji? 212 respondentów stwierdziło, iż uczestniczą w rekreacji z powodów zachowania sprawności fizycznej, czy też zdrowia (204). Dla zgrabnej sylwetki ćwiczy 154 pań. Rekreacja jest także możliwością kontaktów z innymi ludźmi (133).

Rysunek 2. Miejsca, w których samotne kobiety uczestniczyły w rekreacji ruchowej w okresie 2007/2008

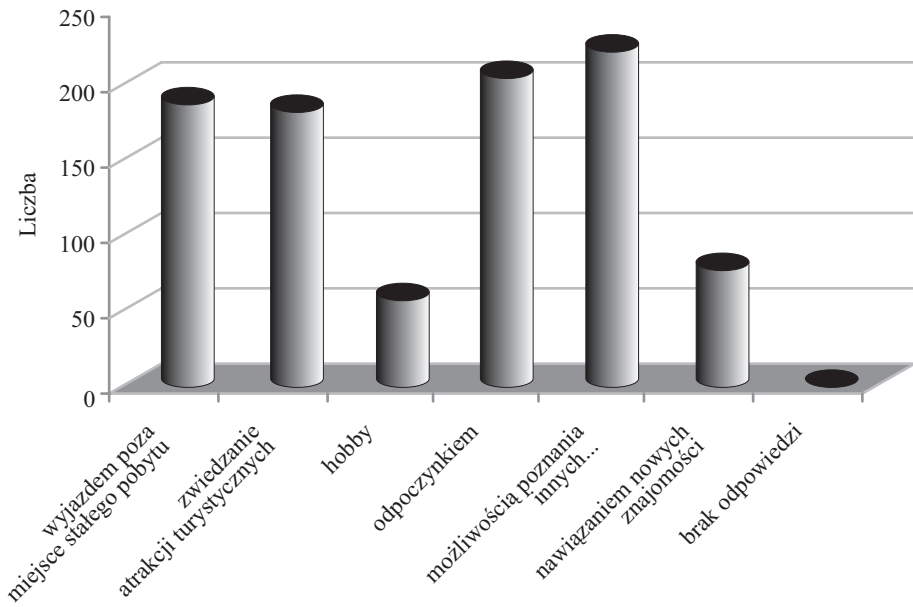
Figure 2. Places where single women participated in mobile recreation in the period of 2007/2008



Źródło: opracowanie własne na podst. badań ankietowych (N=506)

Rysunek 3. Turystyka w świadomości kobiet prowadzących jednoosobowe gospodarstwo domowe

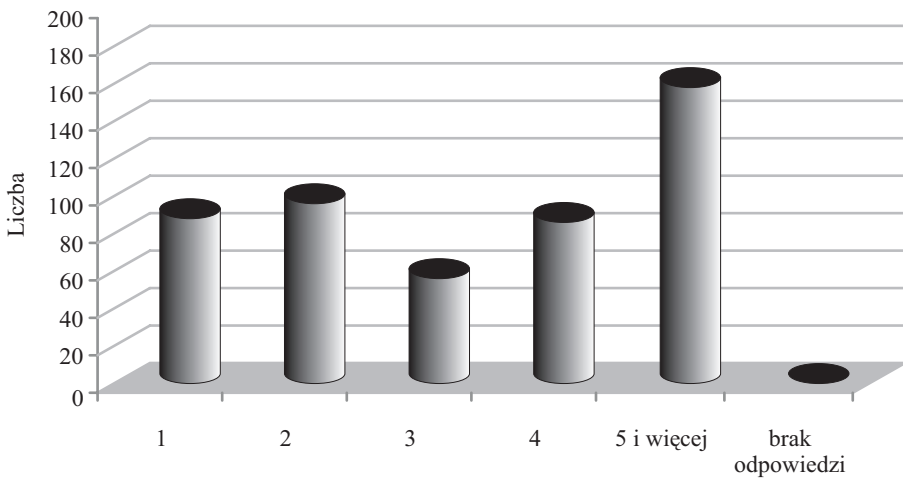
Figure 3. Tourism in awareness of single women leading sole household



Źródło: opracowanie własne na podst. badań ankietowych (N=506)

Rysunek 4. Częstotliwość wyjazdów samotnych kobiet poza miejsce swojego stałego zamieszkania w okresie 2007/2008

Figure 4. Frequency of single women trips outside places of their residence in the period of



Źródło: opracowanie własne na podst. badań ankietowych (N=506)

W świetle badań własnych, rekreacja w hierarchii potrzeb samotnych kobiet nie zajmuje wysokiego miejsca. Ćwiczą rzadko, w większości z powodów zachowania zgrabnej sylwetki.

Turystyka w opinii respondentów jest to przede wszystkim możliwość poznania innych kultur, zwyczajów, innych regionów (221), a także odpoczynkiem (202). Turystyka utożsamiana z nawiązywaniem nowych znajomości znalazła się na piątym miejscu udzielonych odpowiedzi (rys. 3).

W przeciwieństwie do rekreacji, samotne kobiety chętnie udają się na wyjazdy turystyczne. Ponad 30% respondentów wyjechało pięć razy i więcej w okresie 2007/2008 (rys. 4).

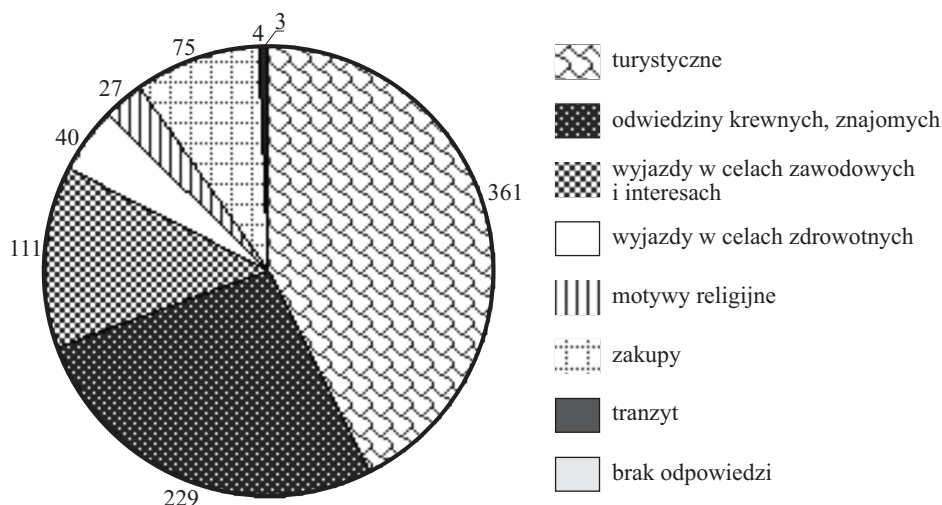
Motywy wszystkich wyjazdów samotnych kobiet, były przede wszystkim cele turystyczne (rys. 5). „Singielki” odwiedzają krewnych, znajomych, jak również z uwagi na ich aktywność zawodową, udają się na wyjazdy związane ze sprawami zawodowymi, interesami (targi, konferencje, sympozja itp.).

Samotne kobiety najczęściej podróżują z przyjaciółmi, a także z członkami rodziny bądź kolegami/ koleżankami (rys. 6). Najrzadziej podróżują samotnie (81 odpowiedzi).

Rodzaje aktywności podejmowanej przez samotne kobiety w czasie ich wyjazdów turystycznych kształtują się podobnie (tab. 3), z lekką przewagą aktywności biernej (co potwierdza wcześniejsze rozważania). Wówczas udają się na krótkie spacerki, korzystają z kąpeli słonecznych, słuchają radia, oglądają telewizję, czytają. Jednak te panie, które wypoczywają aktywnie, chętnie zwiedzają atrakcje tury-

Rysunek 5. Motywy wyjazdów turystycznych samotnych kobiet w okresie 2007/2008

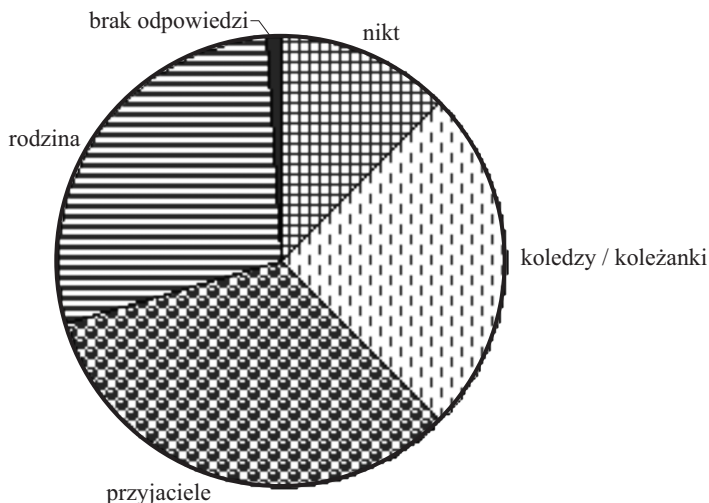
Figure 5. Factors of single women tourist trip in the period of 2007/2008



Źródło: opracowanie własne na podst. badań ankietowych (N=506)

Rysunek 6. Towarzystwo samotnych kobiet, w czasie ich wyjazdów turystycznych

Figure 6. Factors of single women tourist trip in the period of 2007/2008



Źródło: opracowanie własne na podst. badań ankietowych (N=506)

styczne (muzea, skanseny, zabytki, parki narodowe lub krajobrazowe) oraz poprawiają swoją kondycję fizyczną poprzez: pływanie, gimnastykowanie się, udział w grach zespołowych, zajęciach z aerobiku, fitness, jak również udając się na długie spacer, czy wycieczki piesze. Samotne panie spotykają się towarzysko w dyskotekach, parkach rozrywki. Zdobywanie wiedzy i umiejętności (na przykład nauka języka obcego, kursy) są najrzadziej wybierane przez respondentów.

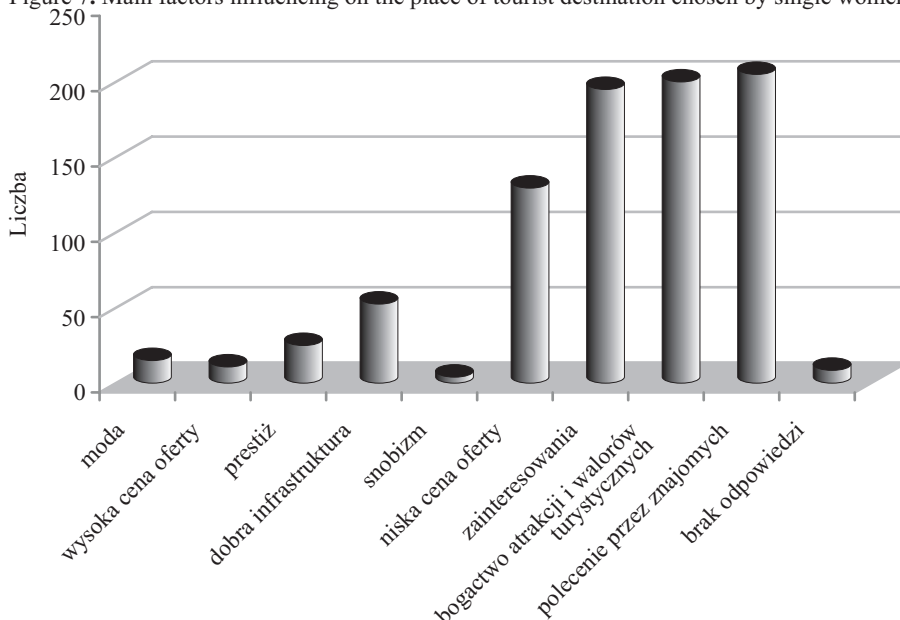
Tabela 3. Rodzaje aktywności rekreacyjnej samotnych kobiet podczas ich wyjazdów turystycznych
Table 3. Types of single women recreation activity during their tourist trip

Aktywnie	%	Biernie	%
poprawa kondycji fizycznej	26,18	krótkie spacer	25,29
turystyka kwalifikowana	9,55	opalanie się na plaży	20,40
zwiedzanie atrakcji turystycznych	26,94	słuchanie radia, TV, czytanie	13,60
spotkania towarzyskie	17,77	przebywanie w samotności	6,71
udział w wieczorkach towarzyskich	11,44	spotkania towarzyskie	18,22
zdobywanie wiedzy i umiejętności	5,77	zabiegi leczniczo-kosmetyczne	5,62
brak odpowiedzi	2,36	udział w grach towarzyskich	5,35
		brak odpowiedzi	4,81
Suma	100,00	Suma	100,00

Źródło: opracowanie własne na podst. badań ankietowych (N=506)

Rysunek 7. Pobudki, jakimi kierowały się samotne kobiety wybierając miejsce swojego wypoczynku turystycznego

Figure 7. Main factors influencing on the place of tourist destination chosen by single women



Źródło: opracowanie własne na podst. badań ankietowych (N=506)

Samotne kobiety przy wyborze miejsca wypoczynku turystycznego kierowały się opinią swoich znajomych, bogactwem atrakcji i walorów turystycznych oraz własnymi zainteresowaniami (rys. 7). Zaledwie kilkanaście kobiet wskazało, iż kierowało się obowiązującą modą, wysoką ceną oferty rekreacyjno-turystycznej, czy też snobizmem (6 odpowiedzi).

Samotność nie jest barierą w podejmowaniu aktywności rekreacyjno-turystycznej samotnych kobiet. 50% respondentów twierdzi, iż bycie samotnym sprzyja im w uczestnictwie w turystyce i rekreacji. Jednak ok. 9% nie udzieliło żadnej odpowiedzi, stąd wniosek, że życie w pojedynkę nie jest aż tak pożądaną wartością, jaką pragnęłyby samotne kobiety.

Podsumowanie

Summary

Motywy zachowań rekreacyjno-turystycznych samotnych kobiet wynikają m.in. z ich potrzeb oraz zainteresowań. Jak zaobserwowano, samotne kobiety posiadają skłonność do uległości, co oznacza, iż podczas wyjazdów turystycznych podejmują aktywność rekreacyjną (pływają, gimnastykują się, grają w gry sportowe, uczest-

niczą w zajęciach z aerobiku, fitness, itp.) choć, na co dzień, rzadko podejmują tego typu zachowania.

W świetle badań własnych należy stwierdzić, iż samotne kobiety udające się na różnorodne wyjazdy turystyczne, kierują się głównie motywami fizycznymi (odpoczynek), interpersonalnymi (odwiedziny krewnych/ znajomych), kulturalnymi (zwiedzanie atrakcji i walorów turystycznych) czy prestiżowymi (wyjazdy w celach zawodowych, interesy).

Trudniej natomiast, określić motywy, jakimi kierują się przy podjęciu aktywności rekreacyjnej. Mamy tu doczynienia z epidemiologicznym paradoksem, gdzie mimo stwierdzeń respondentek, iż uczestniczą w rekreacji z powodów zachowania sprawności fizycznej, czy zachowania zdrowia, de facto ćwiczą rzadko (raz w tygodniu). Z pewnością istnieje kilka teorii starających się wyjaśnić to zjawisko. Możliwe, że w rekreacji uczestniczą z pobudek psychologicznych. Samotna rekreantka stara się upodobnić do pewnych standardów społecznych, tym samym realizuje coś na pokaz (efekt Veblena), podąża za panującą modą.

Literatura

Bibliography

- Fee L.M., *International solo travellers to Australia*, „Journal of the Bureau of Tourism Research” 1999, vol. 1, no 2.
- Gracz J., Sankowski T., *Psychologia w rekreacji i turystyce*, Wydawnictwo AWF, Poznań 2001.
- Lubowiecki-Vikuk A.P., *Oferty rekreacyjno-turystyczne z myślą o „singlach” – samotnych konsumentach na światowym i krajowym rynku turystycznym*, [w:] *Gospodarka turystyczna w XXI wieku. Problemy i perspektywy rozwoju w skali regionalnej i lokalnej*, red. S. Bosiacki, Wydawnictwo AWF Poznań, Poznań 2008.
- Majchrzak K., Tokarz A., *Indywidualne determinanty wyjazdów turystycznych*, [w:] *Obsługa ruchu turystycznego*, red. B. Meyer, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Maslow A.H., Stephens D.C., Heil G., *Maslow on Management*, John Wiley & Sons Inc., New York 1998.
- Middleton V.T.C., *Marketing w turystyce*, PAPT, Warszawa 1999.
- Nordin S., *Tourism of Tomorrow – Ravel Trends and Forces of Change*, European Tourism Research Institute, Östersund 2005.
- Paprzycka E., *Kobiety żyjące w pojedynkę. Między wyborem a przymusem*, Wydawnictwo Akademickie „ŻAK”, Warszawa 2008.
- Reber A.S., *Słownik psychologii*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2002.

- Sankowski T., *Zainteresowanie jako motyw w aktywności w turystyce i rekreacji*, [w:] *Turystyka i rekreacja jako formy aktywności społecznej*, red. W. Staniewska-Zątek, T. Sankowski, R. Muszkieta, Wydawnictwo WWSTiZ, Poznań 2008.
- Stone G.J., Nichol S., *Older, single female holiday makers In the United Kingdom – Who needs them?*, „Journal of Vacation Marketing” 1999, vol. 5, no 1.
- Tymicki K., *Beżenność, starokawalerstwo i staropanieństwo. Analiza zjawiska*, mscr., Instytut Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2000.
- Vanhove N., *The Economics of Tourism Destinations*, Butterworth-Heinemann, Amsterdam-Boston-Elsevier 2005.
- Wodejko S., *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wydawnictwo WSHiP, Warszawa 1998.
- Zdebski J., *Psychologia rynku turystycznego*, [w:] *Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołębski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.

Motywy a aktywność turystyczna i rekreacyjna samotnych kobiet

Streszczenie

Podjmując decyzję wyboru miejsca rekreacji oraz miejsca i kierunku wyjazdu turystycznego spośród licznych ofert rekreacyjno-turystycznych kierujemy się motywami, najogólniej rozumianymi jako stan pobudzenia, skłaniający jednostkę do działania¹⁴. Płeć jest tą cechą, która istotnie wpływa na uczestnictwo w rekreacji i turystyce. Samotne kobiety („singielki”) prowadzą życie aktywnie. Po pracy chodzą do kin, klubów fitness, salonów piękności. Robią zakupy w centrach handlowych, spotykając się jednocześnie ze znajomymi.

Z licznych badań i własnych obserwacji należy stwierdzić, iż współcześnie, za najważniejsze motywy uczestnictwa samotnych kobiet w turystyce i rekreacji należy uznać m.in. motywy: turystyczne; odwiedziny krewnych, znajomych; wyjazdy w celach zawodowych i interesach (targi, konferencje, sympozja, itp.); oraz poprawy stanu zdrowia; uprawianie sportu; pobudki religijne (pielgrzymowanie); zakupy; chęć spędzenia swojego czasu wolnego poza miejscem stałego zamieszkania; rozrywka (zabawa); hobby; wypoczynek (aktywny i bierny); poznanie innych kultur, zwyczajów, innych regionów; nawiązanie nowych znajomości; zdobywanie wiedzy i umiejętności (nauka języka obcego, kursy); przebywanie w samotności.

¹⁴ A.S. Reber, *Słownik psychologii*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2002, s. 383.

Models of behavior versus tourism and recreational activities among single women

Summary

Sex is a distinctive feature that significantly affects participation in recreation and tourism. Lonely women tend to lead an active life. They go to the cinema, fitness clubs and beauty parlors after work. They do the shopping in malls, where they can even meet their friends. From numerous studies and my own observations it should be noted that the reasons for recreation and tourism behavior among single women result from their needs and interests. In the scope of my own research it is worth noticing that single women participating in various recreational and tourist trips, are mainly driven by psychophysical, interpersonal, cultural and prestigious models.

BEATA PLUTA

Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu

Rekreacja ruchowa i sport jako dziedziny wychowania do czasu wolnego w Polsce

Physical education and sport as a compound of leisure education in Poland

Wstęp

Introduction

Problematykę czasu wolnego, tak w znaczeniu praktycznym, jak i teoretycznym, traktuje się jeszcze wciąż jako kategorię dodatkową. Czas wolny służy zatem regeneracji zdolności do pracy lub tym potrzebom, które w świecie pracy nie znajdują spełnienia. Czas wolny nie jest jednak przy tym autonomicznym obszarem wolności. Praca określa warunki i treści czasu wolnego znacznie bardziej niż chcieliby tego niektórzy naukowcy. Mimo to, lub właśnie dlatego, można stwierdzić w ostatnich latach wzrastającą orientację na czas wolny – szanse rozwoju i możliwości samorealizacji w czasie wolnym są coraz szerzej rozpoznawane i artykułowane, jako potrzeby.¹

Czas wolny posiada wartość szczególną, a związane z nim aspiracje i sposoby korzystania z niego wyrażają się w stylu życia. Kształtowanie postaw związanych z wypełnianiem określonymi treściami (różnymi rodzajami aktywności) czasu, który w pełni pozostaje do dyspozycji człowieka po oswobodzeniu się z jego obowiązków zawodowych, rodzinnych i społecznych wiąże się z oddziaływaniem różnego rodzaju czynników, zarówno materialnych, organizacyjnych, psychicznych i społecznych, jak i edukacyjnych. Proces wychowania do czasu wolnego to świadome oddziaływanie na jednostki, grupy ludności i całe społeczeństwo w celu rozbudzania zainteresowań, kształtowania wiedzy i gromadzenia doświadczeń prowadzących do podejmowania zajęć, które wniosą do ich życia wartości prowadzące do rozwoju osobowości w szerokim tego słowa znaczeniu. „Człowiek sam nie jest w stanie zapewnić sobie warunków do pełnego korzystania z czasu wolnego. Przekształcenia

¹ Kohl H., *Soziale Defizite im Freizeitbereich. Ursachen, Problemgruppen, Lösungsansätze*. w: *Freizeit in der Kritik*, Sport-Arbeit-Gesellschaft, Bd. 13, Kolonia 1980.

w sferze czasu wolnego wymagają skoordynowanych działań rządów, pozarządowych i społecznych stowarzyszeń, przemysłu, instytucji oświatowych i mediów. Wychowanie do czasu wolnego odgrywa główną rolę w niwelowaniu różnic w statusie czasu wolnego i zapewnia równe możliwości i środki. Ono także umożliwia ludziom osiągnięcie pełnych możliwości korzystania z czasu wolnego”. (Karta Wychowanie do Czasu Wolnego Światowego Stowarzyszenia Czasu Wolnego i Rekreacji – WLRA International Charter for Leisure Education, Jerusalem-Jaipur 1993).

Wychowanie do czasu wolnego odnosi się do wszystkich grup społecznych i wszystkich grup wiekowych. Szczególne potrzeby w zakresie rozbudzania świadomości wartości czasu wolnego i motywacji działania dotyczą środowiska dzieci i młodzieży oraz grup wymagających specjalnej opieki. Programy wychowania do czasu wolnego uwzględniać jednak powinny także oddziaływanie na ludzi pracujących oraz w wieku podeszłym i starszym, a doświadczenia państw zachodnioeuropejskich pokazują, że także takich szczególnych grup, jak „robotnicy-goście”, azylanci, bezrobotni.

Dla podjęcia w czasie wolnym aktywności niezbędna jest świadomość wartości, wiedza i pewne umiejętności. By one wystąpiły konieczne są warunki, możliwości i programy. Troska o nie to podstawa procesu wychowania do czasu wolnego, w trakcie którego rozbudzane zostają motywacje, zrozumienie wartości, postawy i nastawienie, a te prowadzić będą do podejmowania konkretnych aktywności. Celem wychowania do czasu wolnego jest umożliwianie korzystania z niego dla pełnego rozwoju człowieka, tak rozwoju intelektualnego, jak i psychicznego, społecznego i fizycznego. Wyżej wymienione sfery osobowości człowieka wzajemnie się zazębiają i na siebie oddziałują.

Epoka transformacji systemowej w Polsce ze swoimi przeobrażeniami w sferze polityki, ekonomii i życia społecznego spowodowała istotne zmiany w życiu jednostki i grup społecznych. Przejście ze społeczeństwa industrialnego w kierunku nowoczesnego, postindustrialnego, postawiło wiele osób wobec nowej sytuacji ekonomicznej i zawodowej, wobec konieczności asymilacji nowych warunków i pełnienia nowych ról społecznych.

Szczególną rolę w obecnej sytuacji, ze względu na swój charakter, pełnić może sport i rekreacja ruchowa, stanowiące jeden z czterech czynników warunkujących pole zdrowia (obok genetyki, środowiska zewnętrznego i efektów opieki medycznej). Aktywne spędzanie czasu wolnego przyczynia się do propagowania właściwych wzorów wśród dzieci i młodzieży, a także scala i integruje współczesną rodzinę. W sytuacji wspólnej, czynnej organizacji czasu wolnego w ramach „sportu dla wszystkich”, obok korzyści w postaci wykształcenia potrzeb i nawyków związanych z ruchem, są także korzyści w postaci przekazywania ważnych, rodzinnych wzorców, integracji rodziny i tworzenia pewnej jakości wspólnie. Wydaje się to szczególnie istotne w dobie atomizacji życia rodzinnego.

Celem pracy jest zdefiniowanie priorytetów wyznaczających strategię działania dla kształtowania nowej jakości życia w czasie wolnym i właściwego miejsca dla powszechnie akceptowanej i dostępnej aktywności ruchowej przez rekreację fizyczną.

W pracy zastosowano metodę monograficzną służącą wielopłaszczyznowemu przedstawieniu problematyki wychowania do czasu wolnego i upowszechniania rekreacji, metodę modelową dla tworzenia wzorców prawidłowo przebiegających procesów wychowania do czasu wolnego, programów upowszechnienia rekreacji oraz zagospodarowania przestrzeni dla tworzenia wychowującego do rekreacji środowiska.

Aktywność ruchowa Polaków ***Physical activity of Polish people***

Badania diagnostyczne dotyczące stanu aktywności ruchowej społeczeństwa polskiego, a zwłaszcza dzieci i młodzieży jednoznacznie wskazują na bardzo niski stopień uczestnictwa w aktywnych formach wypoczynku². Jest to równocześnie pośredni dowód zmian zachodzących w trybie życia dzieci i młodzieży, a także niepokojący sygnał o nierówności dostępu do sportu i rekreacji ruchowej, głównie w środowiskach wiejskich. Wiąże się z tym faktem sytuacja narastających zagrożeń patologicznych, a także brak atrakcyjnej, wartościowej oferty wychowawczo-edukacyjnej.³

Jednym z podstawowych czynników, który powinien mieć znaczący wpływ w poprawie stanu omawianego zagadnienia jest ciekawa oferta programowa w zakresie aktywności ruchowej dla polskiej młodzieży, którą należy odnieść do dwóch głównych kierunków działalności:

- działań inicjatywnych, kreujących i propagujących już istniejące na rynku programy edukacyjne (np. „Sport wszystkich dzieci”) oraz nowopowstałe projekty (np. „EYES 2004”),
- sprecyzowania i uatrakcyjnienia oferty programowej w zakresie zajęć w sektorach: publicznym, społecznym i prywatnym.⁴

Jak twierdzi Siwiński w grupie najważniejszych przyczyn utrudniających upowszechnianie sportu i rekreacji ruchowej wśród dzieci i młodzieży należy wymienić bariery edukacyjne, a w szczególności:

² Charzewski J. *Aktywność sportowa Polaków*, RCMSKFiS. Warszawa 1997. Pluta B. *Uczestnictwo w rekreacji ruchowej i sporcie w świetle badań prowadzonych przez COMPASS, Interdyscyplinarne zagadnienia aktywności rekreacyjnej, sportowej i turystycznej końca XX wieku*, (red. I. Drozdowska, M. Marcinkowski, W. Siwiński), Poznań 2001, s. 118-127. Przewęda R. *Kondycja fizyczna polskiej młodzieży*, AWF, Warszawa 2003. R. Stupnicki i współ. *Centylowe siatki sprawności fizycznej polskiej młodzieży według testów EUROFIT*, AWF, Warszawa 2003.

³ Sozański H. *Współzawodnictwo sportowe dzieci i młodzieży w perspektywie europejskiej*, MENiS. Warszawa 2003.

⁴ Żukowska Z., (red.) *Ja – Zdrowie – Ruch*, Warszawa 2000.

- brak powszechnego programu edukacyjnego przygotowującego do uczestnictwa w szeroko rozumianej kulturze fizycznej,
- rozproszone uregulowania prawne, nie stanowiące spójnego systemu,
- działalność współczesnej szkoły, która prowadzi proces wychowania do rekreacji raczej spontanicznie, bez wypracowanej strategii w tym zakresie,
- wpływ środowiska koleżeńskiego, w dużym stopniu kształtującego niejednokrotnie niepożądane zachowania wolnoczasowe,
- marginalna rola organizacji i stowarzyszeń działających na tym polu,
- nieprzygotowanie współczesnej rodziny do kształtowania prawidłowych, aktywnych zachowań w czasie wolnym,
- wąska selekcja do wybranych form aktywności sportowej,
- niedostateczny stopień powszechności i dostępności wybranych dziedzin sportu wśród dzieci i młodzieży.⁵

Aktualnie istniejące oferty programowe uczestnictwa młodzieży w formach aktywności ruchowej są związane z realizowanym w Polsce programem „Sport wszystkich dzieci”. W tym zakresie istotna jest szczególnie działalność Uczniowskich Klubów Sportowych. Ponadto należy wspomnieć o koordynowanym od 2002 roku przez Szkolny Związek Sportowy zadaniu pt. „Animator sportu dzieci i młodzieży”, w ramach którego wspomagane finansowo i sprzętowo są wyróżniające się w pracy z dziećmi i młodzieżą szkolne kadry kultury fizycznej. Nieco odmienną ofertę w zakresie aktywności ruchowej młodzieży proponuje system sportu młodzieżowego. Obejmuje on dwie frakcje ćwiczących:

- frakcja (raczej nieliczna) wysoce predysponowana do osiągania mistrzostwa sportowego, realizująca cele i zadania sportu wyczynowego, zaczynając od drogi wytyczonej przez „sport dla wszystkich”, poprzez dalsze etapy rozwoju (młodzik, junior, senior) aż do osiągania znaczących wyników w sporcie kwalifikowanym, wyczynowym, komercyjnym i olimpijskim (Polska Federacja Sportu Młodzieżowego, Polska Konfederacja Sportu, Polskie Związki Sportowe, Polski Komitet Olimpijski),
- frakcja (bardzo liczna), która nie posiada wybitnych uzdolnień lub zamiłowań sportowych, realizująca cele wychowania fizycznego, także uczestnicząca w „sporcie dla wszystkich”.³

Podjęmowana przez dzieci i młodzież aktywność sportowa i rekreacyjna pozwala utrwalić osiągnięty w ramach zajęć wychowania fizycznego poziom sprawności ruchowej. Systematyczne zajęcia treningowe i wykonywane w trakcie nich ćwiczenia spełniają rolę usprawniającą oraz przygotowującą do uczestnictwa w rywalizacji, w której nie osiągnięty wynik jest istotny, lecz współzawodnictwo i fakt udziału. Współzawodnictwo w ramach „sportu dla wszystkich” jest raczej rozumiane jako proces dydaktyczny, którego najważniejszym założeniem jest: powszech-

⁵ Siwiński W. *Wprowadzenie do teorii czasu wolnego i rekreacji ruchowej*, Poznań 1996.

ność, dostępność, atrakcyjność oferty programowej, wszechstronność oddziaływań, rozbudzanie zainteresowań, a w końcowym efekcie także stymulacja procesów rozwojowych i kierowanie wzorów zachowań prozdrowotnych wykorzystujących zalety ruchu i wysiłku fizycznego. Można więc stwierdzić, iż w tak rozumianej rywalizacji sportowej mało jest miejsca na sformalizowane postępowania programowo-regulaminowe, bardziej liczy się udział, mniej posiadane umiejętności.

Uprawianie sportu usamodzielnia i zwiększa poczucie bezpieczeństwa, a także rozszerza życiowe możliwości młodzieży. W znaczny sposób poprawia jej stan psychofizyczny, pozwala wyznaczać realne i osiągalne cele życiowe, nadaje sens i wartość życia. Dzięki udziałowi w zmaganiach sportowych młodzież wychodzi poza krąg członków rodziny i własnego domu, nawiązuje nowe znajomości poszerzając w sposób spontaniczny i naturalny grono przyjaciół.

Rekreacja ruchowa i sport jako czynniki wychowania do czasu wolnego ***Physical recreation and sport as a factors of leisure education***

Sport i rekreacja ruchowa pozwalają zmienić najczęściej występujące formy spędzania czasu wolnego. Z dotychczas biernego – czytania książek, oglądania telewizji, zamykania się w domu, na aktywne – spontaniczne, naturalne, wynikające z własnej motywacji i dążeń, prowadzące do osobistej satysfakcji. Sport zaspokaja psychoemocjonalne potrzeby dziecka i usamodzielnia je na miarę jego możliwości wysiłkowych, przygotowuje do dalszego życia, przyszłej pracy zawodowej, przywraca poczucie własnej wartości i wyznacza cele życiowe.

Troska o prawidłowy i harmonijny rozwój dzieci i młodzieży warunkuje potrzebę poszukiwania optymalnych rozwiązań programowo-organizacyjnych oraz metodycznych, które umożliwią pogodzenie zadań kształcenia, wychowania i treningu młodych ludzi. Dlatego też, jak twierdzą Kiełbasiewicz-Drozdowska i Siwiński⁶ w programowaniu zajęć ruchowych dzieci i młodzieży należy uwzględnić następujące zagadnienia:

- aspekty wychowawcze ucznia-sportowca,
- współpraca na linii: klub sportowy – szkoła, nauczyciel – trener (instruktor rekreacji, animator czasu wolnego) – rodzice,
- funkcjonowanie sekcji, klas i szkół sportowych oraz ich znaczenie dla systemu wychowawczego i szkoleniowo-sportowego.

Można więc stwierdzić, iż sport, wychowanie fizyczne oraz rekreacja ruchowa dzieci i młodzieży, niezależnie od programowych celów perspektywicznych, to przede wszystkim procesy o charakterze wychowawczym i zdrowotnym.

W wieku produkcyjnym, na styl życia rzutują nowe priorytety związane z pracą zawodową, założoną rodziną, poszukiwaniem stabilizacji, awansu zawodowego

⁶ Kiełbasiewicz-Drozdowska I., Siwiński W. (red) *Teoria i metodyka rekreacji*, AWF, Poznań 2001.

i społecznego. One to mogą odsunąć w cień aspiracje związane ze stylem życia w czasie wolnym szczególnie wówczas, kiedy nie miały one silnego podłoża motywacyjnego. Wcześniejsze uprawianie sportu, muzykowanie, czy zajęcia hobbystycznego zwykle pozostawia trwałe ślady i pobudza pragnienie do kontynuacji. Nawet, jeśli okresowo koncentracja na ważnych problemach życiowych te pragnienia przytłumi, to stworzone okazje spowodują ponowne ich włączenie do stylu życia. Stąd niezwykle ważne jest stwarzanie ludziom dorosłym okazji do uczestnictwa w różnorodnych zajęciach czasu wolnego – otoczenie ich bogatą ofertą umożliwiającą uczestnictwo, oraz systemem informacji i poradnictwa rozbudzającego i podtrzymującego motywacje do takiego stylu życia. Dotyczy to całego zakresu zachowań w czasie wolnym – intelektualnych, społecznych, psychicznych (zarówno emocjonalnych jak i duchowych) i fizycznych – jednak często w potrzeba wyraźnego akcentowania szczególnej ważności dominacji niektórych z nich. Potrzeba taka wynikać może z argumentacji zdrowotnych – jako czynnik promocji zdrowia, profilaktyki zdrowotnej, prewencji pierwotnej, bądź potrzeby korekcji wobec niekorzystnych czynników związanych z pracą zawodową, warunkami życia, środowiska itp., potrzeby kompensacji tj. wyrównania niedostatku bodźców w sferze czasu zajętego obowiązkami (np. zawodowymi czy rodzinnymi).

Głównymi środowiskami rozbudzania motywacji i generowania możliwości podejmowania zajęć w czasie wolnym są: administracja publiczna, środowisko lokalne i zakłady pracy. Administracja publiczna oddziałuje poprzez realizację zadań polityki społecznej państwa w zakresie czasu wolnego, upowszechnienia kultury, służby zdrowia, zagospodarowania przestrzennego, sportu i rekreacji oraz podejmowanie współdziałania w tym zakresie z sektorem prywatnym i pozarządowym.⁷

Środowisko lokalne jest miejscem realizacji inicjatyw bezpośrednio ukierunkowanych na wychodzenie naprzeciw potrzebom mieszkańców i umożliwianie im samorządności w kształtowaniu warunków i programów czasu wolnego. Zakłady pracy mogą i powinny wpływać na rozbudzanie u swoich pracowników motywacji dotyczących zachowań w czasie wolnym i stwarzać możliwości do uczestnictwa w różnego rodzaju zajęciach czasu wolnego. Takie zaangażowanie zakładu pracy niesie obustronne korzyści.

W Polsce brak jest wyraźnie artykułowanej polityki społecznej odnoszącej się do czasu wolnego różnych grup ludności, podczas gdy w większości państw zachodnioeuropejskich jest ona zdefiniowana jako oddzielny dział polityki społecznej – polityka czasu wolnego. O ile w odniesieniu do dzieci i młodzieży elementy wpływu na kształtowanie stylu życia w czasie wolnym zidentyfikować można

⁷ Pluta B. *Identyfikacja informacji statystycznej o zorganizowanych formach rekreacji ruchowej. W: Rola administracji rządowej i samorządu terytorialnego w promocji rekreacji ruchowej* (red. W. Siwiński i in.), Poznań 1998, s. 69-73. Pluta B., Wagner W. *Koncepcja bazy danych o rekreacji ruchowej dla potrzeb samorządu terytorialnego. Rekreacja ruchowa społeczne oczekiwania i strategie rozwoju* (red. W. Siwiński i in.), WSO, Poznań 1999, s. 17-21.

w programach systemu oświaty czy instytucji pozaszkolnych, to w odniesieniu do środowiska dorosłych stanowią one jedynie składnik jednostkowych działań instytucjonalnych, bądź pochodnych komercyjnych programów sektora prywatnego, względnie też jako resztki poprzednio nadmiernie rozbudowanego systemu świadczeń społecznych.⁸

W początkowym okresie transformacji systemu społeczno-gospodarczego w Polsce na zasadzie negacji poprzednio stosowanych form i technik zaspokajania potrzeb wolnoczasowych ludności i podporządkowania ich zasadom gospodarki rynkowej, dokonano ograniczenia dostępu do możliwości korzystania z usług czasu wolnego przez podlegające pauperyzacji grupy społeczne. Ograniczenie liczby punktów bibliotecznych, ograniczenie działalności, bądź przestawienie na komercję większości tzw. klubów kultury, brak zainteresowania zakładów pracy kształtowaniem warunków wypoczynku dla pracowników i ich rodzin, brak dostatecznej troski o przestrzeń rekreacyjną w miastach – powoduje, że praktycznie brak jest warunków do powszechnego i wielostronnego korzystania z czasu wolnego. Komercyjne programy turystyczne tej luki nie wypełniają ty bardziej, że są one adresowane do populacji na poziomie powyżej średniej standardu ekonomicznego. W Polsce w latach 70-tych, podobnie jak w wielu innych krajach w Europie, realizowano program upowszechnienia działalności rekreacyjnej zakładów pracy, który obejmował szeroki wachlarz form (aktywnych rekreacyjnych przerw w pracy, oferty w czasie wolnym od pracy, programów w ośrodkach rekreacyjnych). Całkowicie zaniechano takiej działalności w Polsce, podczas gdy w Europie systematycznie je modyfikowano (przykład: zakłady Volvo w Goeteborgu – Szwecja). W literaturze fachowej problematyce rekreacji w zakładach pracy (industry recreation) poświęca się wiele uwagi.⁹

Niezwykle ważne jest, aby w każdej sytuacji wychowującej maksymalnie wykorzystać czynniki, warunki i środki dla osiągnięcia celu: wpływania na jakość życia – w omawianym tutaj przypadku: jakość życia w czasie wolnym. Dotyczy to nie tylko oddziaływania wychowującego starszych na młodsze pokolenia, często jest to oddziaływanie w środowisku rówieśniczym, bądź adresowane do starszego pokolenia, np. pożądane obecnie pobudzanie zainteresowań i aktywności wolnoczasowych w okresie przedemerytalnym, by wskazać nowe cele i możliwości aktywności w wieku podeszłym.

Szczególnej uwagi wymagają problemy rzutujące na jakość życia ludzi w wieku poprodukcyjnym i warunki do korzystania z możliwości jakie stwarza ilość dyspozycyjnego czasu wolnego. Z tym wiąże się także stworzenie systemu przygotowującego ludzi do tej fazy życia już w końcowej fazie wieku produkcyjnego w celu rozbudzenia nowych, bądź wygasłych, zainteresowań, właściwego psychicznego nastawienia do faktu zakończenia pracy zawodowej, upowszechnienia zachowań prozdrowotnych itp. Radebold rozważając problem tzw. „nowych” starych (die

⁸ Siwiński W. i in. *Współczesne tendencje w rekreacji i turystyce*, PSARiT, Poznań 2008.

„neuen” Alten) ukazuje ich udział w aktywnościach czasu wolnego jako nowy fenomen charakterystyczny dla współczesności, na gruncie którego powstaje szansa starzenia się w ludzi w społeczeństwie w inny sposób.⁹

Znaczenie troski o upowszechnienie programów polityki społecznej dla tych grup ludności jest szczególnie ważne wobec ich ilościowego wzrostu w składzie populacji oraz poprawiającej się kondycji zdrowotnej. W Polsce z powodzeniem funkcjonują Uniwersytety 3-go Wieku a niektóre lokalne społeczności inicjują działalność Klubów Seniora. Zaniechano działalność klubów emerytów (poza placówkami oświatowymi i uniwersyteckimi), co można zrozumieć wobec powszechności redukcji zatrudnienia. Trudno zrozumieć prawie całkowite zaniechanie środowiska sportowego organizowania grup ćwiczebnych i drużyn oldboyów, a szczególnie niezrozumiałe jest spadek zainteresowania upowszechnieniem rekreacji fizycznej w tym środowisku przez Towarzystwo Krzewienia Kultury Fizycznej – zresztą podobnie jak działalnością rekreacyjną w zakładach pracy, której dawniej był promotorem. Przeprowadzenie klarownej diagnozy jest tutaj trudne i wymaga oparcia o sprecyzowane założenia polityki społecznej odniesione do czasu wolnego i poszczególnych grup społecznych.

Problematyka wymaga ciągłej analizy badawczej, a szczególnie obserwacji zmieniających się uwarunkowań i trendów w uczestnictwie w zajęciach czasu wolnego, rekreacji i turystyce. Podobne analizy prowadzone są na całym świecie. Badając w roku 2003 zapotrzebowanie na tego rodzaju usługi w Niemczech (Romeiß-Stracke) w odniesieniu czterech wyróżniających się grup stylu życia w czasie wolnym, określił ich udział w popycie na rynku turystycznym i rekreacyjnym następująco:

- „czynni pasjonaci” – udział w rynku 30-40%, z tendencją lekkiego wzrostu i następnie stabilizacji,
- „wrażliwi na trendy” – udział w rynku 20%, z tendencją silnego przyrostu,
- „famiarni” – udział w rynku 20% , z tendencją ustabilizowania,
- „wyłącznie-odpoczywający” udział w rynku 30%, z silną tendencją spadkową.

Wyniki realizowanych w latach 2004/2005 badań własnych stylu życia różnych grup społecznych w czasie wolnym w Polsce, ukazują inne wartości i tendencje. W wymienionej powyżej grupie „czynnych pasjonatów”: 20-25% udziału w rynku z tendencją silnego przyrostu w dalszych 10-15 latach, w grupie „wrażliwych na trendy”: 10 -15% udziału w rynku z trudną do określenia perspektywą tendencji, w grupie „famiarnych”: około 40% udziału w rynku przy tendencji do stabilności, a w grupie „wyłącznie odpoczywających” prawie 30% udziału w rynku przy braku tendencji do zmiany lub umiarkowanym spadku.¹⁰

⁹ Radebold H. *Gibt es die „neuen” Alten? zusammenfassende Einschätzung*, w: *Die „neuen” Alten*, (red.) F. Karl i W. Tokarski, Kasseler Gerontologische Schriften 6, 1989, s. 182-187.

¹⁰ Kielbasiewicz-Drozdowska I., Pluta B., Wiza A., *Czas wolny i rekreacja w świetle współczesnych badań naukowych*, Roczniki Naukowe, Zeszyt 6, WSHiG Poznań 2004, s. 19-24. Pluta B., Kielbasiewicz-Drozdowska I.,

Warunki umożliwiające uczestnictwo w rekreacji i podejmowanie zachowań w czasie wolnym generowane winny być w bliskości miejsca zamieszkania a więc w społeczności lokalnej. Będzie to głównie zróżnicowana oferta stosowna do socjo-ekonomicznych uwarunkowań różnych grup ludności, obiekty i zagospodarowanie terenu, usługi i zasób dostępnych urządzeń i sprzętu użytecznego do zajęć w czasie wolnym.

Oddziaływanie polegać winno przede wszystkim na:

- kreowaniu programów pobudzających uczestnictwo mieszkańców w różnego rodzaju zajęciach w czasie wolnym,
- reagowaniu na przejawiane inicjatywy i potrzeby wyjściem im naprzeciw sprawnie zorganizowaną ofertą,
- trosce o stan infrastruktury rekreacyjnej, jej stałe przystosowywanie i konserwację,
- zyskiwaniu współpracowników upowszechniania rekreacji i różnorodnych atrakcyjnych zachowań w czasie wolnym,
- pobudzaniu samorządności nastawionej na tworzenie w społeczności lokalnej warunków do życia w czasie wolnym i troskę o jego jakość.

Podsumowanie

Conclusion

Czas wolny – le loisir, jest zawsze związany z kształtowaniem i doskonaleniem życia zarówno w jego społecznej, jak i indywidualnej postaci.¹¹ Rolę, tok i możliwości wychowania do czasu wolnego określono już w 1993 roku w Międzynarodowej Karcie Wychowania Czasu Wolnego Światowego Stowarzyszenia Czasu Wolnego i Rekreacji (WLRA) w następujący sposób:

„Podstawowym celem wychowania jest rozwijanie ludzkich wartości i postaw i wyposażanie ich w wiedzę i umiejętności, które umożliwią im odczuwanie większej pewności i osiąganie większej radości i satysfakcji z życia. To stwierdzenie implikuje, że wychowanie jest nie tylko związane z pracą i gospodarką, lecz jest ono równie ważne dla rozwoju jednostki, jako członka społeczności i dla podnoszenia jakości życia.”¹²

Wstępne warunki do spędzania czasu wolnego nie mogą więc zostać spełniane wyłącznie przez jednostkę. Rozwój czasu wolnego wymaga skoordynowanej akcji rządów, pozarządowych organizacji, dobrowolnych organizacji, przemysłu i instytucji kształcenia i środków przekazu. Wychowanie do czasu wolnego odgrywa

Organized forms of physical recreation regarding the systematic concept of leisure policy, Research Yearbook, vol. 11, pp. 149-154, AWFIS Gdańsk 2005.

¹¹ Penc J., *Leksykon biznesu*, Wyd. Placet, Warszawa 1997.

¹² Cushman G. i inni (*World Leisure Participation: Free Time in the Global Village*, CAB International. 1996.

główną rolę w redukowaniu różnic w statusie czasu wolnego i zapewnieniu równych możliwości i środków. Ono także umożliwia ludziom dochodzenie do ich najbardziej pełnego korzystania z potencjału czasu wolnego.

Wychowanie do czasu wolnego winno być dostosowane do lokalnych potrzeb i popytu w poszczególnych krajach i regionach z uwzględnieniem różnic systemów społecznych, kulturowych i ekonomicznych. Jest to proces nauczania permanentnego, który obejmuje rozwój postaw, wiedzy, umiejętności i środków czasu wolnego. Kluczową pozycję w wdrażaniu wychowania do czasu wolnego i popieraniu oraz ułatwianiu wciągnięcia jednostki w ten proces mają formalne i nieformalne systemy kształcenia.

Wiek XXI wymaga nowych i innowacyjnych struktur świadczenia usług czasu wolnego. Współczesny system usług czasu wolnego świadczonych przez profesjonalistów wymaga rozwoju programów i modeli kształcenia stosownie do przyszłościowych potrzeb, w celu przygotowania profesjonalistów jutra, dla rozwoju czynników prowadzących do innowacyjnego i zintegrowanego systemu usług czasu wolnego.

Literatura

Bibliography

- Cushman G. i inni *World Leisure Participation: Free Time in the Global Village*, CAB International, 1996.
- Charzewski J., *Aktywność sportowa Polaków*, RCMSKFiS. Warszawa 1997.
- Kiełbasiewicz-Drozdowska I., Siwiński W. (red) *Teoria i metodyka rekreacji*, AWF Poznań 2001.
- Kiełbasiewicz-Drozdowska I., Pluta B., Wiza A., *Czas wolny i rekreacja w świetle współczesnych badań naukowych*, Roczniki Naukowe, Zeszyt 6, WSHiG Poznań 2004, str. 19-24.
- Kohl H., *Soziale Defizite im Freizeitbereich. Ursachen, Problemgruppen, Lösungsansätze*. w: Freizeit in der Kritik, Sport-Arbeit-Gesellschaft, Bd. 13, Kolonia 1980.
- Penc J., *Leksykon biznesu*, Wyd. Placet, Warszawa 1997.
- Pluta B., *Identyfikacja informacji statystycznej o zorganizowanych formach rekreacji ruchowej*, Rola administracji rządowej i samorządu terytorialnego w promocii rekreacji ruchowej (red. Siwiński i in.), Poznań 1998.
- Pluta B., Wagner W., *Koncepcja bazy danych o rekreacji ruchowej dla potrzeb samorządu terytorialnego*, Rekreacja ruchowa społeczne oczekiwania i strategie rozwoju (red. Siwiński i in.), WSO Poznań 1999.
- Pluta B., *Uczestnictwo w rekreacji ruchowej i sporcie w świetle badań prowadzonych przez COMPASS*, Interdyscyplinarne zagadnienia aktywności rekreacyjnej, sportowej i turystycznej końca XX wieku, (red. I. Drozdowska, M. Marcinkowski, W. Siwiński), Poznań 2001.

- Pluta B., Kiełbasiewicz-Drozdowska I., *Organized forms of physical recreation regarding the systematic concept of leisure policy*, Research Yearbook, vol. 11, pp. 149-154, AWFIS Gdańsk 2005.
- Przewęda R., *Kondycja fizyczna polskiej młodzieży*, AWF Warszawa 2003.
- Radebold H., *Gibt es die „neuen” Alten? zusammenfassende Einschätzung*, w: Die „neuen” Alten, (red.) F.Karl i W.Tokarski, Kasseler Gerontologische Schriften 6, 1989.
- Siwiński W., *Wprowadzenie do teorii czasu wolnego i rekreacji ruchowej*, Poznań 1996.
- Siwiński W. i in., *Współczesne tendencje w rekreacji i turystyce*, PSARiT, Poznań 2008.
- Sozański H., *Współzawodnictwo sportowe dzieci i młodzieży w perspektywie europejskiej*, MENiS, Warszawa 2003.
- Stupnicki R. i współ., *Centyłowe siatki sprawności fizycznej polskiej młodzieży według testów EUROFIT*, AWF Warszawa 2003.
- Żukowska Z., (red.), *Ja – Zdrowie – Ruch*, Warszawa 2000.
- Żukowska Z., Żukowski R., *Edukacja olimpijska w reformującej się szkole*, Warszawa 2000.

Rekreacja ruchowa i sport jako dziedziny wychowania do czasu wolnego w Polsce

Streszczenie

Wychowanie do czasu wolnego jest procesem permanentnego nauczania prowadzącego do rozwoju postaw, wiedzy i umiejętności korzystania i wyboru środków czasu wolnego. Odnosi się więc do różnych okresów życia i dotyczy zarówno ludzi młodych jak i w podeszłym wieku. Proces wychowania do czasu wolnego winien być dostosowany do lokalnych potrzeb, oraz rodzaju i warunków popytu w poszczególnych krajach i regionach, przy uwzględnieniu zróżnicowanych uwarunkowań systemów społecznych, kulturowych i ekonomicznych.

Celem pracy jest zdefiniowanie priorytetów wyznaczających strategię działania dla kształtowania nowej jakości życia w czasie wolnym i właściwego miejsca dla powszechnie akceptowanej i dostępnej aktywności ruchowej przez rekreację fizyczną i sport w Polsce.

Physical education and sport as a compound of leisure education on Poland

Summary

Education of leisure time is a process of the permanent teaching leading to the development of attitudes, knowledge and skills in using and choosing means of free time. It accords to different periods of life and concerns young people as well as the elderly. The process of the education of the leisure time should be adjusted to the local needs, the sort and the conditions of the demand in separate countries and regions, taking into consideration the diversity of the determinants of social systems, cultures and economics.

The aim of this work is defining the priorities outlining the strategy of activities shaping new quality of leisure time and appropriate place for commonly accepted and available physical activity through sport and physical recreation in Poland.

MAREK MOCEK

Wyższa Szkoła Handlu i Usług w Poznaniu,
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Regionalne zróżnicowanie koniunktury na polskim rynku ubezpieczeniowym w świetle wyników testu koniunktury

Regional differentiation of business cycle in Polish insurance market in light of outcome of Business Tendency Surveys

1. Wprowadzenie Introduction

W większości procesów zachodzących w gospodarce rynkowej występują zmiany w poziomie aktywności, przejawiające się w mniej lub bardziej regularnych wahanach koniunkturalnych. Mechanizm i cechy morfologiczne tych wahań są różnorodne w zależności od rozpatrywanego zjawiska, sektora bądź regionu i podlegają one ciągłym przeobrażeniom wraz ze zmianą czynników je determinujących.

Identyfikacja wahań koniunkturalnych w oparciu o empiryczne analizy *ex post* i *ex ante* ma istotne znaczenie poznawcze, gdyż daje możliwości zbadania właściwości współczesnych fluktuacji koniunkturalnych. Jednocześnie też tego typu analizy mają duże znaczenie praktyczne, gdyż umożliwiają podmiotom gospodarczym podejmowanie racjonalnych decyzji w warunkach szybko zmieniającego się otoczenia i trafne dostosowanie strategii ich działania do występujących uwarunkowań¹.

Szczególnie istotne jest badanie wahań koniunkturalnych w sektorze finansowym. Sektor ten, jako składowa gospodarki, w pewnym sensie generuje koniunkturę ogólnogospodarczą, a równocześnie też na jego rozwój w bardzo dużym zakresie wpływ mają procesy zachodzące w pozostałych sektorach gospodarki. Stąd też

¹ Szeroka prezentacja istoty oraz podstaw metodologicznych empirycznych analiz wahań koniunkturalnych znajduje się m. in. w pracy: R. Barczyk, *Teoria i praktyka polityki antycyklicznej*, AE w Poznaniu, Poznań 2004, s. 37-52. Interesujące omówienie zastosowań empirycznych badań koniunktury gospodarczej znajduje się w pracy: E. Adamowicz, *Badania koniunktury gospodarczej i ich skuteczność*, w: (red.) J. Garczarczyk, *Rynek usług finansowych w Polsce w latach 1990-2001. Diagnozowanie i prognozowanie koniunktury*, Zeszyty Naukowe, nr 37, AE w Poznaniu, Poznań 2003, s. 88 i dalsze.

informacje o koniunkturze w tym sektorze, będącym regulatorem gospodarki, są niezbędne zarówno dla centrum decyzyjnego państwa, jak i dla wszystkich podmiotów gospodarczych reprezentujących nie tylko sektor finansowy, ale i pozostałe sektory.

Celem niniejszego artykułu jest próba zdiagnozowania zróżnicowania regionalnego koniunktury na jednym z głównych elementów składowych sektora usług finansowych w Polsce, a mianowicie na rynku usług ubezpieczeniowych. Zostanie dokonana analiza porównawcza wahań koniunkturalnych w sektorze ubezpieczeń gospodarczych w wyodrębnionych pięciu regionach.

Badanie zmian koniunktury nie jest zadaniem prostym, zaś przy jego realizacji możliwe są dwa istotnie różniące się podejścia. Pierwsze polega na dokonywaniu ocen i porównań regionalnych w oparciu o odpowiednio dobrany zestaw danych statystycznych, natomiast drugie polega na korzystaniu w tym celu z opinii uzyskanych w wyniku realizacji badań empirycznych wśród firm ubezpieczeniowych. W niniejszym artykule to drugie podejście stanowi podstawę prowadzonych analiz.

Bazę źródłową do prezentowanych w artykule analiz stanowiły wyniki cokwartalnego ogólnopolskiego monitoringu prowadzone metodą testu koniunktury w placówkach ubezpieczeniowych przez Katedrę Badań Marketingowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

Przedmiotem analiz zróżnicowania regionalnego są zmiany w zakresie podstawowych kategorii charakteryzujących sytuację na badanym rynku, opisane za pomocą sześciu prostych wskaźników jakościowych koniunktury oraz jednego wskaźnika złożonego. I tak, analizy obejmują głównie zmiany w zakresie liczby obsługiwanych klientów, zbieranej składki ubezpieczeniowej, wypłaconych odszkodowań oraz wskaźnika syntetycznego PIKU. Zmiany koniunktury pokazane zostały na tle koniunktury obserwowanej na ogólnopolskim rynku usług ubezpieczeniowych.

W opracowaniu zakres czasowy analiz obejmuje lata 1999-2008, zaś dla celów określenia stopnia zróżnicowania koniunktury finansowej wyodrębniono pięć regionów, a mianowicie: pomorski, wielkopolski, centralny, wschodni i południowy².

² W skład poszczególnych regionów weszły następujące województwa: region pomorski – kujawsko-pomorskie, pomorskie, zachodnio-pomorskie; region wielkopolski – lubuskie, wielkopolskie; region centralny – łódzkie, mazowieckie, świętokrzyskie; region wschodni – podkarpackie, lubelskie, podlaskie, warmińsko-mazurskie; region południowy – dolnośląskie, opolskie, śląskie, małopolskie.

2. Metodyka badań rynku ubezpieczeniowego z zastosowaniem testu koniunktury

Methodology of research in the insurance market using Business Tendency Surveys

2.1. Istota metody testu koniunktury

Test koniunktury należy do najpopularniejszej metody, obok barometrów koniunktury, wykorzystywanej w ocenie i przewidywaniu koniunktury gospodarczej³. Jej stosowanie zapoczątkowano w końcu lat dwudziestych XX wieku w USA. Pierwsze praktyczne zastosowanie testu koniunktury w Polsce odnotowano natomiast w pierwszej połowie lat siedemdziesiątych minionego wieku, a do rozwoju metodologii oraz wykorzystywania tej metody istotny wkład wniosły w szczególności Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Instytut Rozwoju Gospodarczego SGH w Warszawie oraz GUS w Warszawie⁴.

Istota testu koniunktury jako metody badania rynku polega na dokonywaniu oceny aktualnej sytuacji rynkowej i formułowaniu krótkookresowych prognoz kształtowania się procesów i zjawisk rynkowych na podstawie ocen jakościowych dokonywanych przez wybrane podmioty rynku. Zasadniczym celem stosowania testu z punktu widzenia praktyki gospodarczej jest otrzymywanie za pomocą stosunkowo prostej metody szybkiej operatywnej informacji o aktualnej koniunkturze na wybranym rynku oraz przewidywanym jej rozwoju w najbliższym czasie.

Do zasadniczych cech charakteryzujących powyższą metodę zaliczyć można⁵:

- pierwotny charakter źródła informacji – dane są zbierane bezpośrednio w firmach;
- badanie ma najczęściej charakter niewyczerpujący – realizowane jest na odpowiednio dobranej próbie jednostek;
- pozyskiwane informacje mają charakter jakościowy – nie zawierają z zasady liczb;

³ Na duże znaczenie metody wskazuje fakt, że już w 1995 roku test koniunktury wykorzystywano w 350 cyklicznych badaniach realizowanych w blisko 60 krajach świata (zob. M. Bieć, *Test koniunktury. Metody, techniki, doświadczenia*, Prace i Materiały IRG, nr 48, SGH, Warszawa 1996, s. 22). O stale rosnącym zakresie stosowania metody świadczy też tematyka referatów prezentowanych na cyklicznych światowych kongresach przygotowywanych przez CIRET (Centre for International Research on Economic Tendency Surveys z siedzibą w Zurychu), organizację skupiającą instytucje z ponad 50 krajów świata zajmujące się badaniami koniunktury gospodarczej.

⁴ Szerzej na temat zastosowań testu koniunktury w Polsce w: J. Garczarczyk, R. Matusiewicz, M. Mocalek, *Koniunktura na rynku bankowym i ubezpieczeniowym w Polsce*. AE w Poznaniu, Poznań 2001, s. 38-40, 52-61; J. Garczarczyk, M. Rekowski, *25th anniversary of Business Tendency Surveys in the Poznan University of Economics*, w: *Business Tendency Surveys at the Poznan University of Economics*, Zeszyty Naukowe, nr 70, AE w Poznaniu, Poznań 2006, s. 7-23,

⁵ Zob. m. in. D. Hübner, M. Lubiński, W. Małecki, Z. Matkowski, *Koniunktura gospodarcza*, PWE, Warszawa 1994, s.221-227; M. Lubiński, *Analiza koniunktury i badanie rynków*, Dom Wydawniczy ELIPSA, Warszawa 2002, s. 247-253.

- przedmiotem pomiaru są tendencje zmian wielkości ekonomicznych mających istotne znaczenie dla kształtowania się koniunktury na danym rynku (z uwzględnieniem jego specyfiki);
- narzędziem pomiaru jest kwestionariusz o określonej budowie – zawiera zawsze grupę pytań diagnostycznych oraz grupę pytań prognostycznych i są to pytania zamknięte;
- podczas przetwarzania wyników pomiaru dokonuje się ważenia uzyskanych odpowiedzi według opracowanego systemu wag;
- rezultatem procesu przetwarzania są salda koniunktury - spełniające funkcje prostych wskaźników jakościowych koniunktury o unormowanej wielkości (od -100 do +100) oraz wyznaczone w oparciu o nie wskaźniki złożone koniunktury o różnej konstrukcji⁶.

Duże zainteresowanie stosowaniem testu koniunktury w badaniach wahań koniunkturalnych spowodowane jest szeregiem zalet, jakie ta metoda posiada. Do najważniejszych z nich należy: szybkość otrzymywania informacji, brak kwantyfikacji (dokonywanie ocen jakościowych gwarantuje zachowanie tajemnicy co do rzeczywistego poziomu badanych wielkości ekonomicznych w firmie), systematyczność i rytmiczność dopływu informacji, możliwość uzyskania informacji dotyczących wielkości ekonomicznych nie objętych sprawozdawczością rynkową, wyprzedzenie czasowe informacji o koniunkturze w stosunku do faktycznych jej zmian rejestrowanych przez dane statystyczne.

Z kolei do pewnych wad tej jakościowej metody zaliczyć trzeba ograniczoną precyzję uzyskiwanych wyników ze względu na subiektywny charakter ocen formułowanych przez respondentów oraz brak kwantyfikacji zjawisk. Nierzadko podnoszonym mankamentem metody są też relatywnie dość wysokie koszty badania, co wynika z konieczności prowadzenia badań terenowych oraz stosowania metody panelu⁷.

2.2. Metodyka badań koniunktury na rynku ubezpieczeniowym

Badania metodą testu koniunktury na rynku usług ubezpieczeniowych podjęte zostały po raz pierwszy w Polsce, a także w Europie przez Katedrę Badań Marketingowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu wraz z Zakładem Badań

⁶ Więcej o rodzajach wskaźników koniunktury i ich budowie m.in. w: R. Barczyk, *Wartość poznawcza złożonych wskaźników koniunktury opartych na danych jakościowych*, Ekonomista, 1996, nr 4, s. 491 i dalsze; R. Barczyk, Z. Kowalczyk, *Metody badania koniunktury gospodarczej*, PWN, Warszawa-Poznań 1993, s. 70 i dalsze; M. Bieć, *Test koniunktury* ..., op. cit., s. 97 i dalsze; J. Garczarezyk, M. Mocek, I. Olejnik, R. Skikiewicz, *Wskaźniki koniunktury finansowej w diagnozowaniu i prognozowaniu rozwoju gospodarki*, AE w Poznaniu, Poznań 2006, s. 55 i dalsze.

⁷ Szerzej na temat zalet i wad metody m.in. w: D. Hübner, M. Lubiński, W. Małecki, Z. Matkowski, *Koniunktura* ..., op. cit. s. 235-238; J. Garczarezyk, R. Matusiewicz, M. Mocek, *Koniunktura* ..., op. cit. s.41-42; M. Lubiński, *Analiza koniunktury* ..., op. cit., s. 254-256.

Marketingowych INFOMARKT w Poznaniu⁸. Badania te realizowane są w cyklu kwartalnym, nieprzerwanie od II kwartału 1993 roku⁹. Populację badaną stanowią centrale, oddziały (inspektoraty) i przedstawicielstwa zakładów ubezpieczeń prowadzących działalność operacyjną na terenie Polski w zakresie ochrony życiowej, osobowej i majątkowej.

Systematyczne, cokwartalne badania mają zasięg ogólnopolski i realizowane są na próbie panelowej liczącej blisko 400 jednostek. Przy doborze jednostek do próby zastosowano dobór warstwowy. Warstwy wyodrębniono według trzech kryteriów: rodzaju oferowanych ubezpieczeń, wartości kapitału akcyjnego i udziału w rynku oraz regionu na terenie którego znajduje się jednostka badana.

Informacje od wylosowanych do próby jednostek pozyskuje się metodą ankiety pocztowej. Kwestionariusze testu koniunktury są rozsyłane około dwa tygodnie przed upływem każdego kwartału.

W wykorzystywanym kwestionariuszu można wyodrębnić dwie zasadnicze części. W pierwszej części zamieszczono pytania charakteryzujące ogólne zmiany w badanej jednostce. Obejmują one zmiany zaobserwowane w badanym kwartale oraz przewidywane w nadchodzącym kwartale w zakresie: ogólnej sytuacji finansowej, liczby świadczonych usług, liczby obsługiwanych klientów, liczby zawartych ubezpieczeń, wartości pozyskanych składek, liczby szkód, wartości wypłaconych odszkodowań i świadczeń, liczby klientów rezygnujących z płacenia kolejnych rat składki, wskaźnika szkodowości oraz liczby oferowanych rodzajów ubezpieczeń. W części drugiej kwestionariusza zawarto szczegółowe pytania diagnostyczne i prognostyczne dotyczące zmian w zakresie poszczególnych rodzajów usług ubezpieczeniowych oferowanych przez ubezpieczycieli.

Cechą charakterystyczną kwestionariusza wykorzystywanego w prezentowanych badaniach jest stosowanie pięciostopniowej skali odpowiedzi: silny spadek, niewielki spadek, bez zmian, niewielki wzrost, silny wzrost (lub znaczne pogorszenie, niewielkie pogorszenie, bez zmian, niewielka poprawa, znaczna poprawa). Zastosowanie takiej skali pozwala na dokonanie oceny przez respondenta nie tylko kierunku zmian, ale również i ich natężenia. Należy także podkreślić, że zarówno

⁸ Badania początkowo realizowane były przez ZBM INFOMARKT, a następnie przez Katedrę Badań Marketingowych (wcześniej pod nazwą: Katedra Badań Rynku i Usług) Uniwersytetu Ekonomicznego (wcześniej Akademii Ekonomicznej) w Poznaniu w ramach badań statutowych, projektów badawczych KBN nr H02D 001 16 oraz nr H02C 086 24, a ostatnio projektu badawczego MNiSW nr N N113 1728 33.

⁹ Badania rynku ubezpieczeniowego metodą testu koniunktury od 1999 roku prowadzi również Pentor Research International. Są to badania realizowane w cyklu kwartalnym z zastosowaniem metody wywiadu telefonicznego (więcej o metodzie tych badań w: *Monitoring Ubezpieczeniowy*, PIU/Pentor, 1999, nr 1, s.1-2). Ponadto począwszy od 2003 roku badania metodą testu koniunktury wśród firm świadczących usługi pośrednictwa finansowego (sekcja J według Polskiej Klasyfikacji Działalności) wykonuje GUS. W ramach tych badań, realizowanych w cyklu miesięcznym, wyodrębniono grupę jednostek prowadzących działalność z zakresu ubezpieczeń i funduszy emerytalno-rentowych (więcej o tych badaniach w: I. Zagoździńska, *Koniunktura w wybranych jednostkach sektora finansowego i czynniki ją kształtujące*, w: (red.) M. Mocek, *Diagnostowanie i prognozowanie koniunktury gospodarczej w Polsce*, AE w Poznaniu, Poznań 2006, s. 43 i dalsze).

oceny sytuacji w danym kwartale jak i jej przewidywania dokonywane są poprzez porównywanie z sytuacją w analogicznym kwartale sprzed roku.

W pierwszym etapie procesu opracowywania zebranego materiału empirycznego dokonuje się ważenia opinii menedżerów reprezentujących poszczególne jednostki badania. Jako kryteria ważenia w opracowanym dla potrzeb omawianego badania systemie wag przyjęto wielkość udziału w rynku oraz wielkość kapitału podstawowego zakładu ubezpieczeń.

Kolejny etap prac polega na agregacji ważonych jednostkowych odpowiedzi oraz wyznaczeniu ich struktury. Uzyskane w wyniki tego wskaźniki struktury określają jak często odnotowano występowanie określonego typu tendencji zmian w zakresie badanej wielkości (kategorii) ekonomicznej. Ważone odpowiedzi stanowią równocześnie bazę do wyznaczania sald koniunktury, spełniających funkcję podstawowych, prostych wskaźników jakościowych koniunktury. Wskaźniki proste dotyczą poszczególnych kategorii ekonomicznych.

Przy stosowanej w badaniach 5-stopniowej skali odpowiedzi salda koniunktury wyznaczane są według następującej formuły:

$$SK = \frac{-100 \cdot \sum_{i=1}^k w_{i_1} - 50 \cdot \sum_{i=1}^k w_{i_2} + 0 \cdot \sum_{i=1}^k w_{i_3} + 50 \cdot \sum_{i=1}^k w_{i_4} + 100 \cdot \sum_{i=1}^k w_{i_5}}{\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^5 w_{i_j}}$$

gdzie:

SK – saldo koniunktury,

w_{i_1} – ważne odpowiedzi wskazujących na „silny spadek”/„duże pogorszenie”,

w_{i_2} – ważne odpowiedzi wskazujących na „niewielki spadek”/„niewielkie pogorszenie”,

w_{i_3} – ważne odpowiedzi wskazujących na „brak zmian”,

w_{i_4} – ważne odpowiedzi wskazujących na „niewielki wzrost”/„niewielką poprawę”,

w_{i_5} – ważne odpowiedzi wskazujących na „silny wzrost”/„dużą poprawę”.

Tak wyliczone salda koniunktury są wielkościami unormowanymi i przyjmują wartości z przedziału od -100 do $+100$. Znak salda oznacza kierunek zmiany zaobserwowanej przez podmioty badania w zakresie określonej wielkości ekonomicznej w ustalonym okresie czasu (wartość dodatnia oznacza wzrost, poprawę koniunktury, a ujemna świadczy o spadku, pogorszeniu koniunktury), natomiast bezwzględna wartość salda wyraża natężenie tej zmiany (im wartość wyższa, tym tendencja zmian silniejsza). Jednocześnie podkreślić trzeba, że szczegółowa interpretacja wysokości salda jest już z natury rzeczy „miękką” i zależy od reguł ustalonych przez zespoły prowadzące badania i analizujące ich wyniki. I tak, w omawianych bada-

niach koniunktury na rynku ubezpieczeniowym stosuje się następującą interpretację wysokości sald koniunktury¹⁰:

- do 10 – bez zmian,
- 11–25 – minimalny, niewielki, umiarkowany wzrost (spadek),
- 26–50 – pewien, wyraźny wzrost (spadek),
- 51–75 – istotny, duży, znaczny wzrost (spadek),
- 76–90 – silny wzrost (spadek),
- ponad 90 – bardzo silny wzrost (spadek).

Syntetyczną ocenę koniunktury na rynku usług ubezpieczeniowych w Polsce prezentuje –skonstruowany w Katedrze Badań Marketingowych UE w Poznaniu – złożony wskaźnik jakościowy o nazwie Poznański Indeks Koniunktury Ubezpieczeniowej PIKU. Jest on średnią arytmetyczną ważoną dziesięciu prostych wskaźników koniunktury, w tym pięciu diagnostycznych oraz pięciu prognostycznych.

Wartość PIKU wyznaczana jest według następującej formuły:

$$PIKU = \frac{UOWUO + UOWS - UOWO - UOLR + UOSF + UPKLN + UPLUO + UPWS - UPSZ + UPSF}{10}$$

gdzie:

- UOWUO* – saldo oceny wielkości świadczonych usług w kwartale *t*,
- UOWS* – saldo oceny wartości pozyskanej składki w kwartale *t*,
- UOWO* – saldo oceny wartości wypłaconych odszkodowań w kwartale *t*,
- UOLR* – saldo oceny liczby klientów rezygnujących z ubezpieczenia w kwartale *t*,
- UOSF* – saldo oceny ogólnej sytuacji finansowej zakładów ubezpieczeń w kwartale *t*,
- UPKLN* – saldo prognozy liczby nowych klientów w kwartale *t+1*,
- UPLUO* – saldo prognozy liczby zawartych ubezpieczeń w kwartale *t+1*,
- UPWS* – saldo prognozy wartości pozyskanej składki w kwartale *t+1*,
- UPSZ* – saldo prognozy wskaźnika szkodowości w kwartale *t+1*,
- UPSF* – saldo prognozy sytuacji finansowej zakładów ubezpieczeń w kwartale *t+1*.

Podobnie jak proste wskaźniki koniunktury powyższy wskaźnik syntetyczny jest wielkością unormowaną i przyjmuje wartości z przedziału od –100 (bardzo silny spadek, pogorszenie koniunktury) do +100 (bardzo silny wzrost, poprawa koniunktury). Jest on wyznaczany dla: całego rynku ubezpieczeniowego, a także oddziel-

¹⁰ Taki sposób interpretacji sald od wielu lat konsekwentnie stosuje w swoich badaniach Katedra Badań Marketingowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Jednocześnie należy dodać, że przedstawiony sposób interpretacji sald dotyczy wyników badań uzyskanych przy wykorzystaniu pięciostopniowej skali odpowiedzi. Zob.: J. Garczarezyk, R. Matusewicz, M. Mocek, *Koniunktura na rynku...*, op. cit., s. 48.

nie dla rynku ubezpieczeń życiowych i majątkowych, dla grup zakładów ubezpieczeń klasyfikowanych według ich wielkości (duże, średnie i małe) oraz dla wyznaczonych według kryterium przestrzennego pięciu regionów (określany w tym przypadku jako PIKU-REG).

Należy podkreślić, że analizę ogółu wyników uzyskiwanych w omawianych badaniach rynku ubezpieczeniowego prowadzi się zarówno w ujęciu statystycznym (kwartalnym), jak i dynamicznym (wieloletnim). Warto również odnotować, że relatywnie już długie szeregi danych uzyskiwanych z przedstawionych wyżej badań pozwalają na podejmowanie pierwszych prób określania cech morfologicznych cykli koniunkturalnych występujących na polskim rynku usług ubezpieczeniowych¹¹.

3. Porównawcza analiza koniunktury w 1999 i 2008 roku ***Comparative analysis of business cycle in 1999 and 2008 year***

W pierwszych trzech miesiącach 1999 roku stosunkowo najkorzystniejszą koniunkturę zaobserwowano w firmach ubezpieczeniowych działających w regionie centralnym. Odpowiadający temu regionowi syntetyczny wskaźnik PIKU-REG kształtował się na poziomie +29,2 i był wyższy od charakteryzującego sytuację na całym polskim rynku ubezpieczeniowym o prawie 6 punktów. Relatywnie najmniej pomyślna koniunktura była natomiast w regionie południowym, gdzie odnotowano przeważnie zaledwie minimalne tendencje wzrostowe (wskaźnik syntetyczny wyniósł tylko +13,5). Na uwagę zasługuje fakt, że o ile zróżnicowanie koniunktury między wymienionymi dwoma regionami było wyraźne (blisko 16 punktów), o tyle sytuacja w pozostałych trzech analizowanych regionach (pomorskim, wielkopolskim i wschodnim) w niewielkim tylko stopniu różniła się od przeciętnej krajowej (wysokość wskaźnika w granicach od +22,5 do +25,8).

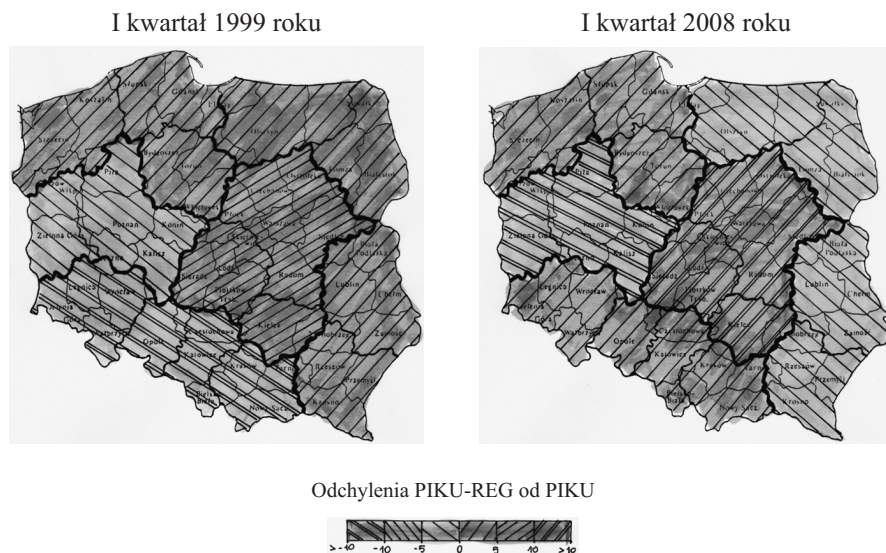
Nieco inaczej przedstawiała się natomiast sytuacja w I kwartale 2008 roku. Choć w okresie tym koniunktura na ogólnopolskim rynku usług ubezpieczeniowych była tylko w minimalnym stopniu lepsza od notowanej w początkowych miesiącach

¹¹ Zob.: J. Garczarczyk, R. Matuszewicz, M. Mocek, *Koniunktura na rynku...*, op. cit., s. 146-155; M. Mocek, *Analiza wahań koniunkturalnych na polskim rynku usług ubezpieczeniowych w świetle badań metodą testu koniunktury*, w: (red.) M. Kuchlewska, *Szkice o ubezpieczeniach*, Zeszyty Naukowe, nr 75, AE w Poznaniu, Poznań 2006, s. 227 i dalsze; J. Garczarczyk, M. Mocek, I. Olejnik, R. Skikiewicz, *Wskaźniki koniunktury ...*, op. cit., s.162-167 i 169-171; J. Garczarczyk, M. Mocek., I. Olejnik., *Business Tendency Surveys in Diagnosing and Forecasting the Market of Insurance Services in Poland*, w: (red.) E. Adamowicz, J. Klimkowska, *Economic Tendency Surveys and Cyclical Indicators*, Prace i Materiały IRG, Zeszyt 75, SGH, Warszawa 2005, s. 105 i dalsze; M. Mocek, I Olejnik, *Diagnosing the Changes in the Market of Insurance Services. Using the Business Tendency Surveys*, w: (red.) J. Garczarczyk, M. Rekowski, *Business Tendency Surveys at the Poznań University of Economics*, Zeszyty Naukowe, nr 70, AE w Poznaniu, Poznań 2006, s. 93 i dalsze; M. Mocek, *Business Tendency Fluctuations on the Insurance Market in Poland in the Years 1993-2006*, w: (red.) R. Barczyk, *Theoretical and Empirical Aspects of Business Activity in Poland under Transition*, Zeszyty Naukowe, nr 95, AE w Poznaniu, Poznań 2007, s. 143 i dalsze.

1999 roku (wskaźnik PIKU wyższy zaledwie o 0,6 punktu), to zaobserwowano istotnie większą skalę jej zróżnicowania regionalnego. Podobnie jak dziewięć lat wcześniej najlepiej przedstawiała się sytuacja w regionie centralnym (PIKU-REG w wysokości +36,0), natomiast relatywnie najgorsza miała miejsce w regionie wielkopolskim (zdecydowana stagnacja – wskaźnik tylko +6,6). Należy podkreślić, że w rozpatrywanym kwartale wystąpiła nie tylko o prawie raz większa różnica między wskaźnikiem syntetycznym opisującym koniunkturę w regionie najlepszym i najgorszym (rozpiętość ponad 29 punktów), ale również stosunkowo bardziej różniła się też sytuacja w pozostałych trzech regionach – południowym, pomorskim i wschodnim (wskaźniki w przedziale od +23 do +29).

Warto również odnotować, że zarówno w I kwartale 1999 roku jak i 2008 roku koniunktura korzystniejsza od przeciętnego poziomu krajowego była w trzech regionach., a stosunkowo gorsza występowała w dwóch regionach (wykres 1). W obu analizowanych okresach do pierwszej grupy należał region centralny i region pomorski, natomiast stale w drugiej grupie był region wielkopolski. Zauważyć też można, iż w rozpatrywanych okresach relatywnie najbardziej korzystne zmiany koniunktury miały miejsce w przypadku regionu południowego (zwiększenie PIKU-REG o blisko 15 punktów), natomiast wyraźnie najgorsze odnotowano w regionie wielkopolskim (spadek wskaźnika o 16 punktów).

Wykres 1. Zróżnicowanie regionalne koniunktury na rynku usług ubezpieczeniowych
Figure 1. Regional differentiation of business cycle in insurance market



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Katedry Badań Marketingowych UE w Poznaniu

Zaprezentowana wyżej ocena koniunktury przeprowadzona w oparciu o wartości syntetycznego wskaźnika PIKU-REG była wypadkową zmian, jakie rejestrowano w zakresie szeregu zmiennych charakteryzujących sytuację w sektorze ubezpieczeniowym, w tym dotyczącej zachowań klientów zakładów ubezpieczeń, pozyskiwanej składki ubezpieczeniowej, poziomu szkodowości oraz kondycji finansowej ubezpieczycieli.

W pierwszych trzech miesiącach 1999 roku nie odnotowano generalnie zbyt silnych i znacznie zróżnicowanych w regionach tendencji zmian dotyczących *ogólnej liczby klientów* obsługiwanych przez firmy ubezpieczeniowe. Relatywnie największy przyrost klientów załatwiających różne sprawy w placówkach zakładów ubezpieczeń zarejestrowano w tym okresie w regionie pomorskich (dość wyraźny wzrost sygnalizowało 3/4 firm). W zauważalnie już mniejszym stopniu przybyło obsługiwanych klientów w regionie centralnym i wielkopolskim (umiarkowane zwiększenie w odpowiednio 69% i 57% placówek), natomiast stosunkowo najmniej ich liczba wzrosła w regionie południowym (jedynie minimalne zwiększenie i to tylko w co drugiej-trzeciej placówce, saldo niższe od opisującego sytuację w regionie pomorskim o 20 punktów).

Zdecydowanie natomiast bardziej zróżnicowane przestrzennie były zmiany zaobserwowane w I kwartale 2008 roku. I tak największy spośród analizowanych regionów przyrost klientów, oceniany jako silny, nastąpił w regionie centralnym (saldo blisko +79 punktów). Wyraźnie słabsze tendencje wzrostowe – na poziomie umiarkowanego przyrostu – miały miejsce w regionie południowym (saldo +27, wyższe o 13 punktów od notowanego w I kwartale 1999 roku) i wschodnim (saldo +21, tylko o 3 punkty wyższe niż przed dziewięcioma laty). Z kolei jedynie niewielki wzrost obsługiwanych klientów odnotowano w regionie pomorskim (na zwiększoną liczbę klientów wskazywało 42% jednostek, ale równocześnie jej zmniejszenie wystąpiło w prawie co trzeciej jednostce). Najgorsza natomiast koniunktura była w regionie wielkopolskim, gdyż jedynie w tym regionie odsetek placówek sygnalizujących nieznaczny wzrost obsługiwanych klientów był mniejszy od odsetka rejestrujących niewielki ich spadek (saldo -4, niższe od notowanego dziewięć lat wcześniej o 30 punktów).

W przypadku *wartości zebranej składki* ubezpieczeniowej najlepsza koniunktura w I kwartale 1999 roku była w regionie pomorskim (saldo koniunktury ponad +48 punktów), minimalnie tylko mniej korzystną odnotowano w regionie wschodnim i wielkopolskim (saldo w wysokości +45), natomiast relatywnie już gorsza wystąpiła w regionie południowym (+37). Ogólnie można stwierdzić, że w analizowanym kwartale zróżnicowanie koniunktury w zakresie pozyskanej składki z tytułu zawartych ubezpieczeń nie było zbyt duże (maksymalna różnica między regionalnymi saldami nieco ponad 11 punktów). Zdecydowanie odmiennie przedstawiała się natomiast sytuacja w pierwszych miesiącach 2008 roku. W tym bowiem okresie zdecydowanie najkorzystniejsza koniunktura miała miejsce w regionie centralnym

Tabela 1. Ocena koniunktury na rynku usług ubezpieczeniowych w I kwartale 1999 i 2008 roku w ujęciu regionalnym (odchylenie sald regionalnych od salda koniunktury ogółem)
 Table 1. Assessment of business cycle in insurance market in regions in first quarter 1999 and 2008 year (deviation regional balances from general balances of business tendency)

Wyszczególnienie	Region									
	Pomorski		Wielkopolski		Centralny		Wschodni		Południowy	
	1999	2008	1999	2008	1999	2008	1999	2008	1999	2008
1. Liczba obsługiwanych klientów	10,5	-6,7	1,6	-26,0	4,6	56,9	-5,6	-0,6	-9,9	5,6
2. Wartość zebranej składki	5,1	15,0	1,3	-9,4	-2,7	32,8	2,0	-10,1	-6,1	-8,8
3. Liczba klientów rezygnujących z ubezpiecz.	-2,4	11,1	-4,2	-12,3	12,3	-6,0	-9,0	-5,2	5,0	11,5
4. Wartość wypłaconych odszkodowań	3,2	-1,5	-4,7	36,6	2,3	12,1	2,2	1,2	-3,4	-29,1
5. Wskaźnik szkodowości	-5,7	-16,0	4,9	34,0	-8,3	1,3	-5,2	5,3	13,9	-13,1
6. Ogólna sytuacja finansowa firmy	7,9	8,4	0,3	-39,5	1,2	31,1	6,0	1,2	-16,0	9,2
PIKU – REG	2,1	1,0	-1,0	-17,5	5,7	11,9	2,3	-0,7	-10,0	4,1

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych Katedry Badań Marketingowych UE w Poznaniu

(silny wzrost składki, saldo aż +77!), zaś stosunkowo najgorszą zarejestrowano w regionie wschodnim (pewien wzrost, saldo +34). Z powyższego wynika, że w tym ostatnim okresie skala zróżnicowania regionalnego koniunktury – mierzona różnicą odpowiednich sald – była prawie czterokrotnie wyższa niż dziewięć lat wcześniej.

Ogólnie biorąc dynamika zmian w zakresie *liczby klientów rezygnujących* z zakupionych ubezpieczeń w początkowych miesiącach 1999 roku była nieznaczna. Stosunkowo najkorzystniejsza koniunktura objawiająca się minimalnym spadkiem rezygnacji (saldo -8) wystąpiła w tym okresie w regionie wschodnim (na zmniejszenie liczby rezygnujących wskazywało prawie 20% placówek, a na wzrost jedynie 5%). W kolejnych dwóch regionach – wielkopolskim i pomorskim – nie zaobserwowano zasługujących na uwagę zmian (saldą bliskie 0), natomiast relatywnie już gorsza sytuacja była w regionie południowym (wystąpiły symptomy tendencji wzrostowej), a najgorsza w regionie centralnym (saldo + 15, wzrost rezygnacji zarejestrowała co trzecia placówka, a spadek mniej niż 4% placówek).

Generalnie niewielka była również dynamika zmian w tym zakresie w I kwartale 2008 roku, natomiast dość istotne zmiany koniunktury – w porównaniu do notowanej dziewięć lat wcześniej – zaobserwowano w przypadku poszczególnych regionów. W analizowanym okresie najlepiej przedstawiała się bowiem sytuacja w regionie wielkopolskim (nieduży spadek liczby rezygnujących w co czwartej placówce, a wzrost jedynie w co dwunastej), zaś stagnację odnotowano w regionie centralnym i wschodnim (saldo w granicach od -2 do -1). Relatywnie najgorsza koniunktura była natomiast w regionie pomorskim (saldo +15) i południowym (+16). W regionach tych co trzecia placówka wskazywała na niewielki wzrost liczby rezygnujących z wykupionych już ubezpieczeń, a równocześnie żadna nie sygnalizowała korzystnej tendencji spadkowej.

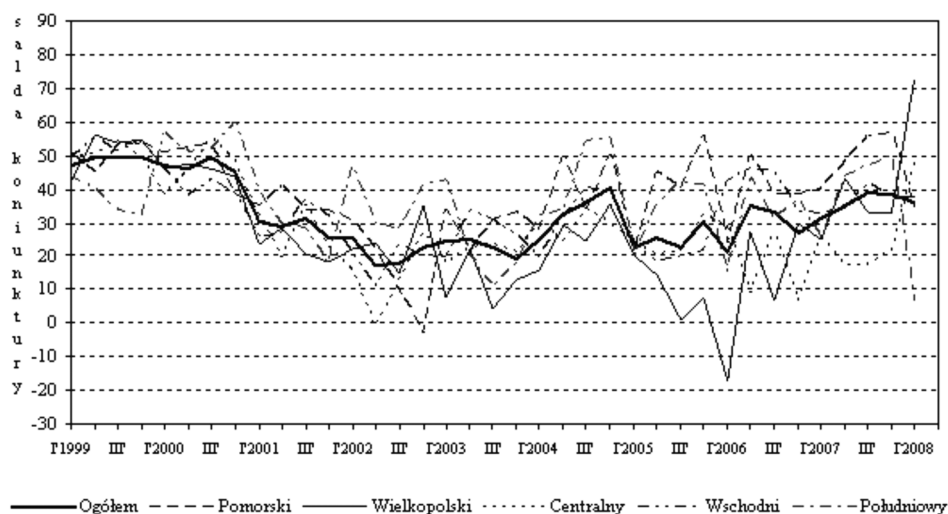
Pod względem *wartości wypłaconych odszkodowań i świadczeń* relatywnie najsłabsze tendencje rosnące w pierwszych trzech miesiącach 1999 roku odnotowane zostały w regionie wielkopolskim (saldo +43), natomiast najsilniejsze wystąpiły w regionie pomorskim (+50). Ogólnie biorąc regionalne zróżnicowanie koniunktury w zakresie wypłaconych odszkodowań było niewielkie (różnica sald poniżej 8 punktów), natomiast jako generalnie wysokie należy ocenić tempo ich przyrostu we wszystkich analizowanych regionach (wyraźny wzrost). Na niekorzystną koniunkturę wskazuje również fakt, że aż w czterech regionach dynamika wzrostu wartości wypłat była wyższa od wzrostu wartości składki (najbardziej w regionie centralnym – różnica sald bliska 9 punktów), zaś relacja odwrotna wystąpiła tylko w regionie wielkopolskim.

Diametralnie odmienna sytuacja była dziewięć lat później, gdyż to właśnie w regionie wielkopolskim miała miejsce wyraźnie najgorsza koniunktura (znaczny wzrost wartości wypłat – saldo +73, dużo silniejszy od wzrostu pozyskanej składki), natomiast najlepsza była w regionie południowym (tylko mało zauważalne zwiększenie, saldo +7). Podkreślić jednocześnie należy, że zaobserwowana rozpiętość sald na poziomie prawie 66 punktów świadczy, iż w okresie tym bardzo wzrosło zróżnicowanie regionalne koniunktury w zakresie wartości odszkodowań, znacznie bardziej niż w przypadku wartości pozyskanej składki.

Stosunkowo duże zmiany regionalnego zróżnicowania koniunktury odnotowano również w przypadku kształtowania się *wskaźnika szkodowości*, przedstawiającego stosunek wartości wypłaconych odszkodowań do wartości pozyskanej składki ubezpieczeniowej. W początkowych miesiącach 1999 roku relatywnie najsilniejsze zwiększenie tego wskaźnika zarejestrowano w firmach ubezpieczeniowych regionu południowego (saldo +36), zaś tylko niewielki jego wzrost nastąpił w regionie centralnym (saldo +14) oraz pomorskim i wschodnim (saldo na poziomie +17 punktów). Po dziewięciu latach zróżnicowanie regionalne było już znacznie większe, przy czym w głównej mierze wynikało to z dużej poprawy w zakresie tego wskaźnika w regionie południowym (saldo zaledwie +3) oraz równocześnie istotnego pogorszenia sytuacji w regionie wielkopolskim (wyraźny wzrost wskaźnika). Warto

Wykres 2. Wartość wypłaconych odszkodowań przez firmy ubezpieczeniowe według regionów w latach 1999-2008

Figure 2. The value of claims pay out by insurance companies, in regions in the years 1999-2008



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Katedry Badań Marketingowych UE w Poznaniu

odnotować, że o ile różnica między skrajnymi regionalnymi saldami w I kwartale 1999 roku wynosiła nieco ponad 22 punkty, o tyle w 2008 roku była ponad raz większa, a jej poziom (50 punktów) świadczy o generalnie istotnym zróżnicowaniu koniunktury między regionami w zakresie szkodowości.

Podobne co do skali różnice w koniunkturze występowały w przypadku *ogólnej sytuacji finansowej* firm ubezpieczeniowych. I tak w pierwszym z analizowanych okresów relatywnie najkorzystniejsza koniunktura w zakresie kondycji finansowej była w firmach z regionu pomorskiego (saldo +41) i wschodniego (+39), zaś najmniej pomyślna miała miejsce w firmach regionu południowego (tylko niewielka poprawa, saldo +17). W 2008 roku sytuacja finansowa ubezpieczycieli z czterech regionów była już wyraźnie lepsza (saldy wyższe o 10-45 punktów), zaś spośród nich zdecydowanie najlepiej prezentowały się firmy regionu centralnego, w których to odnotowano silną poprawę (saldo aż +79!). Jedynie w firmach z regionu wielkopolskiego nastąpiło relatywne pogorszenie koniunktury, czego wyrazem było saldo w wysokości jedynie +8 (o blisko 25 punktów niższe niż dziewięć lat wcześniej). W wyniku powyższych zmian zróżnicowanie regionalne koniunktury w zakresie kondycji finansowej firm ubezpieczeniowych w ostatnim okresie uległo znacznemu zwiększeniu (różnica między skrajnymi saldami wynosiła blisko 49 punktów, podczas gdy w 1999 roku kształtowała się na poziomie 24 punktów).

4. Analiza morfologiczna cykli koniunktury na regionalnych rynkach usług ubezpieczeniowych w latach 1999-2008

Morphological analysis of business cycles on regional insurances markets In the years 1999-2008

W wyróżnionych regionach analizowane będą wahania koniunktury w zakresie dwóch kluczowych wielkości na rynku ubezpieczeniowym, a mianowicie wartości zebranej składki ubezpieczeniowej oraz wartości wypłaconych odszkodowań i świadczeń.

4.1. Zebrana składka ubezpieczeniowa

W badanym dziewięcioletnim okresie dynamika wzrostu wartości pozyskiwanej składki ubezpieczeniowej w skali całego krajowego rynku ubezpieczeniowego była średnio biorąc niezbyt wysoka i tylko minimalnie wyższa niż w przypadku wartości wypłacanych odszkodowań. Relatywnie dość duża była natomiast amplituda wahań, gdyż wielkość sald mieściła się w przedziale od +8 (I kwartał 2002) do +50 (III kwartał 2000). W całym objętym analizą przedziale czasowym na krajowym rynku ubezpieczeniowym można było wskazać cztery fazy wzrostowe wartości zbieranej składki (łącznie 25 kwartałów) oraz trzy fazy spadkowe (12 kwartałów).

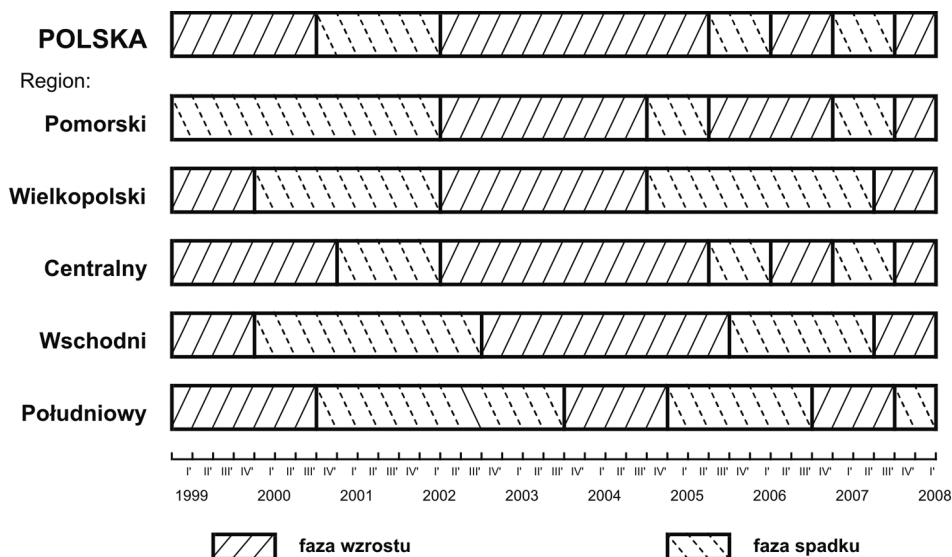
Region pomorski. W regionie tym średnie kwartalne tempo wzrostu składki było relatywnie największe (+41). Jednocześnie też amplituda wahań wskaźnika koniunktury należała do jednej z większych na rynkach regionalnych i zamykała się przedziałem od +4 do +76. W ramach analizy cyklu wyodrębniono trzy fazy wzrostowe oraz trzy fazy spadkowe, a łączny okres trwania korzystnych faz wzrostowych był tylko o jeden kwartał krótszy niż w przypadku faz spadkowych.

Region wielkopolski. Średnia wielkość sald koniunktury w tym regionie kształtowała się na wyrażnie najniższym poziomie (+26), co wskazuje, że w porównaniu do pozostałych regionów dynamika przyrostu wartości zbieranej składki była tu najmniejsza (na ogół notowano tylko umiarkowany wzrost). Podkreślić należy, iż również amplituda wahań koniunktury należała do stosunkowo mniejszych spośród rejestrowanych w regionach (rozpiętość sald poniżej 57 punktów, przy tym w żadnym z kwartałów saldo nie przyjmowało wartości ujemnej). W całym analizowanym okresie wyróżniono trzy fazy wzrostowe (17 kwartałów) oraz dwie fazy spadkowe (20 kwartałów).

Region centralny. W regionie tym odnotowano największą spośród pięciu badanych regionów skalę wahań koniunktury w zakresie składki, zamykającą się przedziałem od -7 do +77. Chociaż wystąpiła tak duża rozpiętość sald (84 punkty!), to jednocześnie średni poziom regionalnego wskaźnika koniunktury (+32) nie różnił się istotnie od średniej dotyczącej całego kraju. W badanym okresie wyodrębniono cztery fazy wzrostowe i trzy fazy spadkowe. Na szczególną uwagę zasługuje nato-

Wykres 3. Fazy cyklu koniunktury w regionach w latach 1999-2008 – wartość zebranej składki ubezpieczeniowej

Figure 3. Business cycle phases in the regions in the years 1999-2008 - value of premiums revenue



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Katedry Badań Marketingowych UE w Poznaniu

miast fakt, iż jedynie w tym regionie zdecydowanie dłużej trwały łącznie podokresy poprawy koniunktury (26 kwartałów) niż jej relatywnego pogarszania (tylko 11 kwartałów).

Region wschodni. W przypadku tego regionu amplituda wahań koniunktury w zakresie wielkości składki była wyraźnie najmniejsza, gdyż maksymalna różnica między saldami wyniosła tylko 41 punktów. Równocześnie średnia wartość salda koniunktury kształtowała się na poziomie bardzo podobnym do wyznaczonego dla regionu centralnego. W ramach cyklu wyodrębniono, podobnie jak w regionie wielkopolskim, trzy fazy wzrostowe oraz dwie fazy spadkowe, przy czym w tym regionie spadki koniunktury trwały o jeden kwartał krócej niż jej wzrosty.

Region południowy. Przy średniej wartości salda koniunktury nieco wyższej w tym regionie niż w przypadku rynku krajowego, amplituda wahań koniunktury była nieznacznie tylko mniejsza od rejestrowanej w regionie centralnym (rozpiętość sald – 80 punktów). Z kolei podobnie jak w regionie pomorskim w ramach cyklu można wyróżnić trzy fazy spadkowe oraz trzy fazy wzrostowe z tym, że w przypadku tego regionu dość wyraźnie dłużej trwały spadki dynamiki przyrostu składki (21 kwartałów) niż jej wzrosty (16 kwartałów).

4.2. Wypłacone odszkodowania i świadczenia

W przypadku wartości wypłaconych odszkodowań z tytułu zawartych ubezpieczeń w cyklu koniunktury odnoszącej się do całego rynku krajowego wystąpiły w analizowanym okresie dwie fazy wzrostowe (łącznie trwały 18 kwartałów), dwie fazy spadkowe (12 kwartałów) oraz jedna faza stabilizacji (7 kwartałów) z mało istotnymi zmianami koniunktury. Podkreślić należy, że jednocześnie amplituda wahań koniunktury była niska, na co wskazują skrajne wartości sald zawierające się w przedziale od +17 (II kwartał 2002) do +50 (III i IV kwartał 1999). Ponadto wysokość dolnej granicy powyższego przedziału oznacza, iż w każdym kwartale analizowanego okresu wielkość wypłaconych odszkodowań wzrastała i to w stopniu nie mniej niż umiarkowanym.

Region pomorski. W regionie tym miały miejsce relatywnie największe kwartalne przyrosty wartości wypłaconych odszkodowań, o czym świadczy najwyższa w kraju średnia wartość salda koniunktury (+38,6). Pomimo tego przyrosty wypłat kształtowały się na ogół na nieco niższym poziomie od przyrostów wartości gromadzonych składek. Stosunkowo dość duża była też amplituda wahań koniunktury zamykająca się przedziałem od -3 do +56 (istotnie jednak mniejsza niż w przypadku zbieranej składki). Na podkreślenie zasługuje fakt, iż w tym regionie znacznie dłużej niż w pozostałych trwały niekorzystne dla ubezpieczycieli podokresy rosnącego tempa przyrostu wypłat (aż 25 kwartałów, przy wyodrębnionych trzech fazach wzrostu). Wyraźnie krócej trwały natomiast wyróżnione w cyklu koniunktury dwie fazy spadkowe (tylko 12 kwartałów).

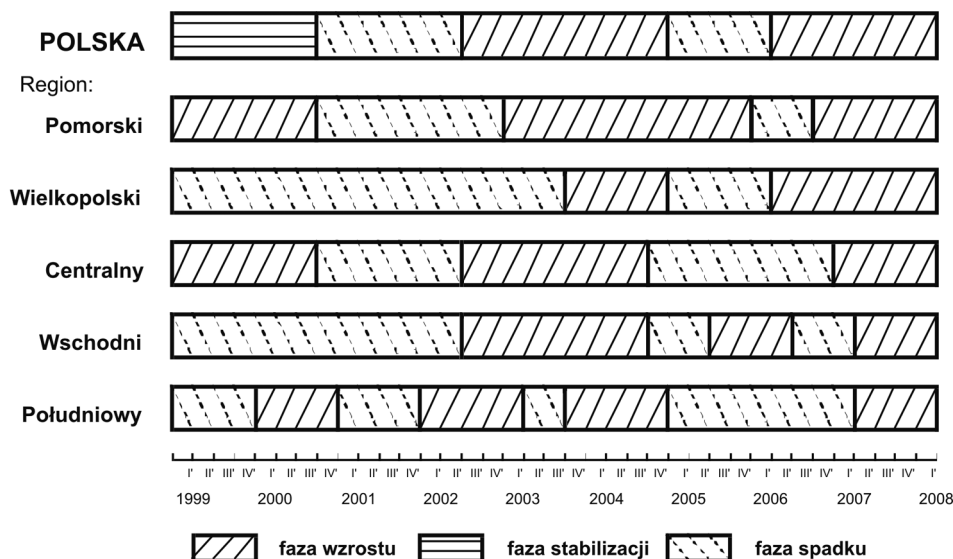
Region wielkopolski. Region ten odznaczał się zdecydowanie najsilniejszą amplitudą wahań koniunktury (rozpiętość sald uzyskała rekordową w regionach wielkość 90 punktów). Równocześnie podobnie jak w przypadku zebranej składki w regionie tym odnotowano najniższą średnią dynamikę przyrostu wartości wypłaconych odszkodowań (średnie saldo +27,8). W cyklu koniunktury można wyznaczyć dwie fazy wzrostowe i dwie fazy spadkowe, przy czym łączny czas trwania niekorzystnych faz wzrostowych był o prawie raz krótszy niż faz spadkowych (odpowiednio 13 kwartałów i 24 kwartały).

Region centralny. W regionie tym cykl koniunktury był podobny do zaobserwowanego w regionie pomorskim, gdyż wystąpiły trzy fazy wzrostowe (21 kwartałów) oraz dwie fazy spadkowe (16 kwartałów). Dość podobna była też amplituda wahań koniunktury (maksymalna rozpiętość sald 56 punktów), natomiast istotnie niższą wysokość uzyskało średnie saldo koniunktury (mniejsze o 10 punktów).

Region wschodni. Region ten odznaczał się relatywnie najniższą amplitudą wahań koniunktury zamykającą się przedziałem od +11 do +55, a średni poziom sald koniunktury był bardzo podobny do rejestrowanego w przypadku wartości pozyskanej składki ubezpieczeniowej (+33,6). W cyklu koniunktury wyodrębniono trzy fazy wzrostowe oraz trzy fazy spadkowe, zaś łączny czas trwania tych pierwszych

Wykres 4. Fazy cyklu koniunktury w regionach w latach 1999-2008 – wartość wypłaconych odszkodowań i świadczeń

Figure 4. Business cycle phases in the regions in the years 1999-2008 - value of claims payments



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Katedry Badań Marketingowych UE w Poznaniu

był zauważalnie krótszy od okresu, w którym rejestrowano korzystne zmniejszanie się tempa wzrostu wypłaconych odszkodowań (odpowiednio 17 i 20 kwartałów).

Region południowy. W cyklu koniunktury można wyodrębnić cztery fazy wzrostowe (18 kwartałów) oraz cztery fazy spadkowe (19 kwartałów). Warto też odnotować, że w tym regionie średnia dynamika zwiększania wartości wypłacanych odszkodowań była wyższa niż w trzech wcześniej omawianych regionach, jednocześnie amplituda wahań koniunktury należała do relatywnie najmniejszych wśród analizowanych regionów (rozpiętość sald 53 punkty).

5. Wnioski Conclusions

W latach 1999-2008 występowała duża zmienność koniunktury, wyrażająca się częstymi i równocześnie krótkotrwałymi wahaniami (przeważnie kilkukwartalnymi).

Cykle koniunktury przebiegały nieco odmiennie w poszczególnych regionach. Wyrażało się to zarówno w odmiennym momencie rozpoczęcia i zakończenia faz wzrostu i spadku, jak i w długości ich trwania. Zróżnicowane były również między

regionami amplitudy wahań koniunktury. Jak dotąd nie udało się jednak wykryć występowania tym zakresie pewnych prawidłowości, na co w istotnym stopniu mogą wpływać stosunkowo krótkie szeregi danych regionalnych wykorzystywanych w analizach.

Stopień regionalnego zróżnicowania koniunktury był w analizowanym okresie, w świetle wskaźników syntetycznych, stosunkowo umiarkowany, zamykający się z reguły w granicach 10 punktów.

Literatura

Bibliography

- Adamowicz E., *Badania koniunktury gospodarczej i ich skuteczność*, w: (red.) J. Garczarczyk, *Rynek usług finansowych w Polsce w latach 1990-2001. Diagnozowanie i prognozowanie koniunktury*, Zeszyty Naukowe, nr 37, AE w Poznaniu, Poznań 2003.
- Barczyk R., *Teoria i praktyka polityki antycyklicznej*, AE w Poznaniu, Poznań 2004.
- Barczyk R., *Wartość poznawcza złożonych wskaźników koniunktury opartych na danych jakościowych*, Ekonomista, 1996, nr 4.
- Barczyk R., Kowalczyk Z., *Metody badania koniunktury gospodarczej*, PWN, Warszawa-Poznań 1993.
- Bieć M., *Test koniunktury. Metody, techniki, doświadczenia*, Prace i Materiały IRG, nr 48, SGH, Warszawa 1996.
- Drozdowicz-Bieć M. (red.), *Wskaźniki wyprzedzające*, Prace i Materiały IRG, nr 77, SGH, Warszawa 2006.
- Drozdowicz-Bieć M., *Regionalne cykle koniunkturalne. Doświadczenia światowe – implikacje dla Polski*, Barometr Regionalny. Analizy i prognozy, 2008, nr 3.
- Garczarczyk J., Matusiewicz R., Mocek M., *Koniunktura na rynku bankowym i ubezpieczeniowym w Polsce*, AE w Poznaniu, Poznań 2001.
- Garczarczyk J., Mocek M., Olejnik I., *Business Tendency Surveys in Diagnosing and Forecasting the Market of Insurance Services in Poland*, w: (red.) E. Adamowicz, J. Klimkowska, *Economic Tendency Surveys and Cyclical Indicators*, Prace i Materiały IRG, Zeszyt 75, SGH, Warszawa 2005.
- Garczarczyk J., Mocek M., Olejnik I., Skikiewicz R., *Wskaźniki koniunktury finansowej w diagnozowaniu i prognozowaniu rozwoju gospodarki*, AE w Poznaniu, Poznań 2006.
- Garczarczyk J., Rekowski M., *25th anniversary of Business Tendency Surveys in the Poznan University of Economics*, w: *Business Tendency Surveys at the Poznan University of Economics*, Zeszyty Naukowe, nr 70, AE w Poznaniu, Poznań 2006.

- Hübner D., Lubiński M., Małecki M., Z. Makowski Z., *Koniunktura gospodarcza*, PWE, Warszawa 1994.
- Lubiński M., *Analiza koniunktury i badanie rynków*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2004.
- Mocek M., *Analiza wahań koniunkturalnych na polskim rynku usług ubezpieczeniowych w świetle badań metodą testu koniunktury*, w: (red.) M. Kuchlewska, *Szkice o ubezpieczeniach*, Zeszyty Naukowe, nr 75, AE w Poznaniu, Poznań 2006.
- Mocek M., *Business Tendency Fluctuations on the Insurance Market in Poland in the Years 1993-2006*, w: (red.) R. Barczyk, *Theoretical and Empirical Aspects of Business Activity in Poland under Transition*, Zeszyty Naukowe, nr 95, AE w Poznaniu, Poznań 2007.
- Mocek M., Olejnik I., *Diagnosing the Changes in the Market of Insurance Services. Using the Business Tendency Surveys*, w: (red.) J. Garczarczyk, M. Rekowski, *Business Tendency Surveys at the Poznań University of Economics*, Zeszyty Naukowe, nr 70, AE w Poznaniu, Poznań 2006.
- Zagoździńska I., *Koniunktura w wybranych jednostkach sektora finansowego i czynniki ją kształtujące*, w: (red.) M. Mocek, *Diagnozowanie i prognozowanie koniunktury gospodarczej w Polsce*, AE w Poznaniu, Poznań 2006.

Regionalne zróżnicowanie koniunktury na polskim rynku ubezpieczeniowym w świetle wyników testu koniunktury

Streszczenie

W opracowaniu podjęto próbę oceny zmian koniunktury na rynku usług ubezpieczeniowych w Polsce w latach 1999-2008 w ujęciu regionalnym. W tym celu wyodrębniono pięć regionów – pomorski, wielkopolski, centralny, wschodni i południowy. Bazą źródłową do przedstawionych w artykule analiz są dane pochodzące z ogólnopolskich cokwartalnych badań metodą testu koniunktury, realizowanych w placówkach ubezpieczeniowych przez Katedrę Badań Marketingowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. W artykule dokonano oceny stopnia regionalnego zróżnicowania koniunktury ubezpieczeniowej przeprowadzając w tym celu analizę morfologiczną cyklu koniunktury. Ocenę tą dokonano dla podstawowych wielkości charakteryzujących rynek usług ubezpieczeniowych.

***Regional differentiation of business cycle in Polish insurance market
in light of outcome of business condition tests***

Summary

In the article an attempt has been made to estimate changes of business cycle in Polish insurance market in years 1999 - 2008 per region. Five regions: Pomeranian [pomorskim], Great Poland [wielkopolskim], Central, East and South Poland have been singled out. As the source for analyses, data coming from quarterly business condition tests that have been conducted in insurance outposts by Department of Marketing Research at University of Economics in Poznań have been used. An estimate of regional disparity of economic situation has been performed in this article by method of business cycle morphological analysis. The estimate has been performed for basic measures of situation on insurance service market.

IWONA OLEJNIK

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Rozwój dobrowolnych ubezpieczeń emerytalnych w Polsce

The development of voluntary pension insurances in Poland

Wstęp

Introduction

Od 1999 roku w Polsce funkcjonuje system emerytalny stanowiący połączenie umowy pokoleniowej (system repartycyjny) i systemu kapitałowego. Tworzą go tzw. trzy filary, z których I i II mają charakter obligatoryjny, zaś III jest dobrowolny. Celem artykułu jest diagnoza rozwoju jednej ze składowych tego systemu – dobrowolnych ubezpieczeń emerytalnych. Przedstawiony zostanie zatem rozwój zarówno pracowniczych programów emerytalnych, jak i indywidualnych kont emerytalnych w Polsce. W artykule zaprezentowano również wyniki badań przeprowadzonych wśród mieszkańców Wielkopolski dotyczące m.in. ich stosunku do zabezpieczenia emerytalnego.

III filar w systemie zabezpieczenia emerytalnego

The III pillar in the pension system

W wyniku przeprowadzonej w 1999 roku reformy systemu emerytalnego w Polsce, powstały tzw. trzy filary tworzące system zabezpieczenia emerytalnego. Tworzą one kombinację zasad systemu repartycyjnego (obowiązującego wcześniej), ale i systemu kapitałowego¹. Są to:

- powszechny filar repartycyjny (filar I) – jest to zreformowany Zakład Ubezpieczeń Społecznych (ZUS),
- powszechny filar kapitałowy (filar II) – to otwarte fundusze emerytalne, zarządzane przez prywatne powszechne towarzystwa emerytalne,

¹ Wielofilarowość gromadzenia oszczędności na starość poprzez kombinację publicznych i prywatnych składowych systemu emerytalnego wpływa na lepszą dywersyfikację ryzyka i jest obietnicą wyższego poziomu życia na emeryturze, R. Holzmann, *The World Bank and global pension reform – realities not myths*, The World Bank, Washington, D. C. 2003.

- dobrowolne ubezpieczenia dodatkowe (filar III) – które tworzą indywidualne oszczędności w ramach pracowniczych programów emerytalnych (PPE) oraz indywidualnych kont emerytalnych (IKE).

Pierwsze dwa filary mają charakter obligatoryjny, natomiast III filar jest nieobowiązkowy. Dobrowolne ubezpieczenia dodatkowe (III filar) mają charakter kapitałowo-ubezpieczeniowy i dają one możliwość podniesienia wysokości emerytury osobom, dla których poziom emerytury podstawowej może być niesatysfakcjonujący.

Jak wspomniano, w zakres dobrowolnej części systemu zabezpieczenia emerytalnego wchodzi pracownicze programy emerytalne (PPE). O ich założeniu decyduje pracodawca, a o przystąpieniu pracownik. W ramach PPE pracodawca tworzący program finansuje i odprowadza do wybranej instytucji finansowej składki podstawowe na rzecz pracowników, którzy przystąpili do takiego programu, natomiast pracownicy mają możliwość zadeklarowania i wnoszenia z własnych środków składek dodatkowych².

Pracownicze programy emerytalne mogą być prowadzone, zgodnie z przepisami ustawy o pracowniczych programach emerytalnych, w jednej z czterech form:

- 1) pracowniczego funduszu emerytalnego (PFE),
- 2) umowy o wnoszenie przez pracodawcę składek pracowników do funduszu inwestycyjnego (FI),
- 3) umowy grupowego ubezpieczenia na życie pracowników z zakładem ubezpieczeń w formie grupowego ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym (ZU),
- 4) zarządzania zagranicznego (ZZ).

Należy zauważyć, że członkiem PPE może zostać:

- 1) osoba zatrudniona u danego pracodawcy: w pełnym lub niepełnym wymiarze czasu pracy, na podstawie umowy o pracę, powołania, wyboru, mianowania, spółdzielczej umowy o pracę, umowy zawartej w wyniku powołania lub wyboru do organu reprezentującego osobę prawną oraz będąca członkiem rolniczej spółdzielni produkcyjnej lub spółdzielni kółek rolniczych,
- 2) osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą, wspólnicy spółki cywilnej, jawnej, spółki partnerskiej oraz komandytowo-akcyjnej i komandytowej odpowiadający za zobowiązania spółki bez ograniczenia, którzy podlegają obowiązkowym ubezpieczeniom emerytalnemu i rentowym,

Ponadto, aby przystąpić do programu, pracownik nie może mieć ukończonych 70 lat i powinien być zatrudniony u danego pracodawcy co do zasady nie krócej niż 3 miesiące. Warto także podkreślić, że osoba zatrudniona u kilku pracodawców prowadzących PPE, bez względu na wymiar czasu pracy, może uczestniczyć w kilku programach prowadzonych przez poszczególnych pracodawców.

² *Pracownicze programy emerytalne. Poradnik pracodawcy*, Departament Pracowniczych Programów Emerytalnych, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa 2008, s. 8

Z punktu widzenia pracownika, wśród najważniejszych korzyści z faktu przynależności do PPE wymienić należy przede wszystkim poczucie psychicznego bezpieczeństwa m.in. z tytułu możliwości zapewnienia pożądanego poziomu zabezpieczenia emerytalnego, który pozwalałby danej osobie na zachowanie na emeryturze standardu życia porównywalnego do wcześniejszego, to jest wówczas, gdy była ona czynna zawodowo. Jednocześnie zapewnione zostaje finansowe zabezpieczenie rodziny w przypadku ewentualnej przedwczesnej śmierci ubezpieczonego. Kolejną zaletą jest także to, że wypłaty środków zgromadzonych w programie emerytalnym nabytych na podstawie rozrządzenia dokonanego przez uczestnika na wypadek śmierci lub w drodze spadku wolne są od podatku od spadków i darowizn. Niewątpliwą korzyścią jest również fakt, że podatkiem dochodowym od osób fizycznych obciążone są składki, natomiast zyski z zainwestowanych środków oraz przyszłe wypłaty nie są opodatkowane.

Jednocześnie z punktu widzenia pracodawcy, pracowniczy program emerytalny umożliwia skorzystanie z ulgi w świadczeniach na ubezpieczenia społeczne – wartość składki podstawowej nie jest wliczana do wynagrodzenia stanowiącego podstawę ustalenia obowiązkowych składek na ubezpieczenia emerytalne i rentowe. Ponadto wszystkie wydatki poniesione przez pracodawcę na zapewnienie prawidłowego funkcjonowania programu, w tym wpłacone składki podstawowe, stanowią dla niego koszt uzyskania przychodu. Utworzenie pracowniczego programu emerytalnego umożliwia także budowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa i może być czynnikiem kształtującym lojalność pracowników.

Jak wspomniano, obok PPE, drugim elementem dobrowolnych ubezpieczeń dodatkowych oferowanych w ramach III filaru są tzw. indywidualne konta emerytalne (IKE), które na polskim rynku funkcjonują dopiero od 2004 roku. Podmiotami uprawnionymi do prowadzenia IKE są: zakłady ubezpieczeniowe, towarzystwa funduszy inwestycyjnych, podmioty prowadzące działalność maklerską oraz banki.

Wpłat na indywidualne konto emerytalne może dokonywać osoba, która podlega nieograniczonemu obowiązkowi podatkowemu na terytorium naszego kraju i ukończyła 16 lat (osoba młodsza może również dokonywać wpłat na konto, ale tylko w roku kalendarzowym, w którym uzyskuje dochody z pracy wykonywanej na podstawie umowy o pracę i w wysokości nie przekraczającej tych dochodów). Ponadto, w przypadku osoby po 55 roku życia gdyby zdecydowała się założyć IKE, musi ona także złożyć oświadczenie, że nie dokonała w przeszłości wypłaty środków zgromadzonych na takim koncie.

Istotną korzyścią z tytułu dobrowolnego oszczędzania na indywidualnym koncie emerytalnym jest, obok poczucia psychicznego bezpieczeństwa (tak jak w przypadku przynależności do PPE), zwolnienie z podatku od zysków kapitałowych (ale tylko z jednego konta). Zwolnienie to jest jednak ograniczone limitem kwotowym (przykładowo w 2004 roku była to kwota 3 435 zł, a w 2008 roku – 4 055 zł³). Co

³ Obwieszczenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej

więcej zwolnienie z podatku dotyczyć może wpłat nie przekraczających kwoty 150% prognozowanego przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej na ten rok, określonego w ustawie budżetowej.

Rynek dobrowolnych ubezpieczeń emerytalnych w Polsce ***The market of voluntary pension insurances in Poland***

Analizując rozwój III filaru systemu zabezpieczeń emerytalnych można zauważyć, że od początku funkcjonowania nowego systemu emerytalnego z roku na rok odnotowuje się systematyczny wzrost wartości zgromadzonych aktywów (od 4,73 mln zł na koniec 2000 roku do 3,8 mld zł na koniec 2007 roku) oraz liczby pracowniczych programów emerytalnych (od 3 w 1999 roku do niemal 1 100 na koniec 2008 roku)⁴. Najbardziej dynamiczny – bo niemal trzykrotny – wzrost liczby PPE, nastąpił w 2005 roku. Spowodowane to jednak było nie gwałtownym wzrostem świadomości emerytalnej, ale zmianą ustawy o pracowniczych programach emerytalnych. Zmiana ta dała pracodawcom możliwość przekształcenia w PPE dotychczasowych grupowych form oszczędzania na cele emerytalne (było to aż 77% nowych programów zarejestrowanych w tymże roku)⁵.

Niestety, wskutek światowego kryzysu finansowego, szacunkowa wartość aktywów zgromadzonych w PPE na koniec 2008 roku zmniejszyła się do poziomu około 3,6 mld zł. Interesującym wydaje się być także fakt, że mimo kryzysu finansowego w 2008 roku oraz wzrostu liczby wniosków przedsiębiorstw, które wpłynęły do Komisji Nadzoru Finansowego, o zawieszenie wpłat ze składek do PPE, na koniec tegoż roku funkcjonowało o niemal 60 PPE więcej niż rok wcześniej⁶.

Warto zauważyć, iż spośród możliwych form prowadzenia PPE największy udział posiadają przede wszystkim programy prowadzone w formie umowy grupowego ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym (ZU; tj. 75%), zaś na drugim miejscu znajdują się programy w formie umowy o wnoszenie przez pracodawcę składek pracowników do funduszu inwestycyjnego (FI; około 20%). Co ciekawe, biorąc pod uwagę strukturę rynku PPE według wielkości aktywów ulokowanych w poszczególnych formach, dysproporcje są zdecydowanie mniejsze – przykładowo na koniec 2007 w formie PFE zgromadzonych było 27,6% aktywów, w FI – 40,8%, a w ZU – 31,6% aktywów.

Jak wynika z przeprowadzonych analiz, z roku na rok, powoli, ale systematycznie rośnie także liczba osób będących uczestnikami PPE. Na koniec 2008 roku było

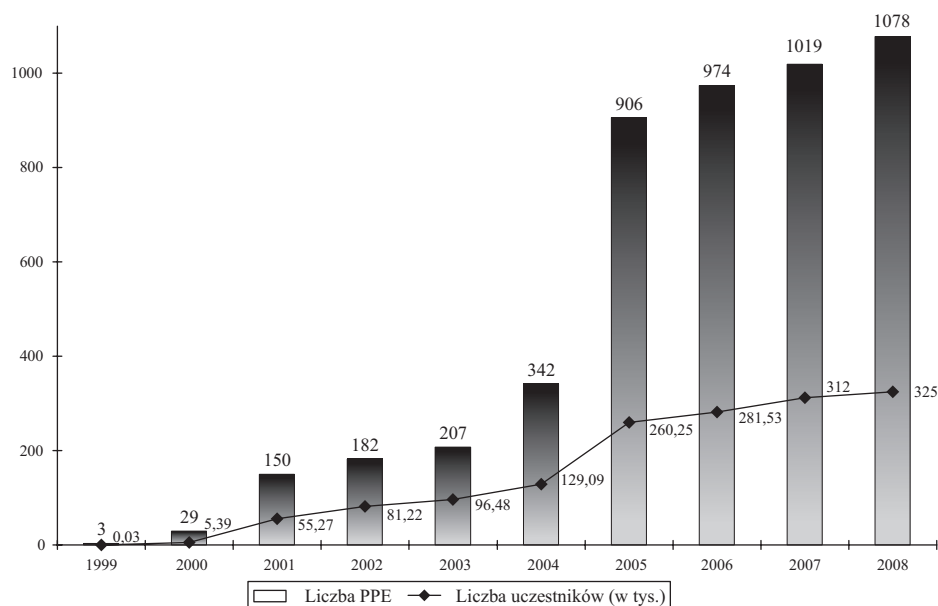
⁴ Ponadto, co ciekawe nieco ponad 40% PPE założyli pracodawcy zlokalizowani w województwach mazowieckim, wielkopolskim oraz śląskim, za: *Rynek pracowniczych programów emerytalnych w 2007 roku*, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa 2008, s. 4-5

⁵ *Rynek pracowniczych programów emerytalnych w 2005 roku*, Departament Nadzoru Funduszy Emerytalnych UKNUIFE, Warszawa 2005, s. 2

⁶ <http://www.rp.pl/artukul/181779.272875.html> (z dnia 30.03.2009 r.)

Wykres 1. Liczba pracowniczych programów emerytalnych i ich uczestników w Polsce w latach 1999-2008

Diagram 1. The number of Employee Pension Funds' and their participants in Poland in the years 1999-2008



Źródło: opracowanie na podstawie danych Komisji Nadzoru Finansowego

to bowiem ponad 320 tys. osób⁷, z czego ponad 80% są to tzw. uczestnicy czynni, czyli osoby, na rzecz których pracodawcy odprowadzali składki podstawowe. Co ciekawe, w skali całego rynku decyzję o przystąpieniu do programu i gromadzeniu dodatkowych oszczędności na cele emerytalne podjęło ponad 70% pracowników zatrudnionych u pracodawców prowadzących PPE, przy czym najwyższy wskaźnik uczestnictwa dotyczył programów prowadzonych w formie PFE (ponad 80%)⁸. Świadczy to niewątpliwie o tym, że jeśli przed pracownikami pojawia się możliwość dodatkowego – zorganizowanego przez podmiot trzeci – oszczędzania na emeryturę, to wykazują oni w tym zakresie duże zainteresowanie.

Analizując wartość rachunków uczestników PPE można zauważyć, iż wartość ta systematycznie rośnie. O ile średnio na jednego uczestnika w 2004 roku przypadało nieco ponad 8 tys. zł, o tyle na koniec 2007 roku – 12,8 tys. zł. Jak wcześniej wspomniano, obok składki podstawowej płaconej przez pracodawcę, uczestnik PPE ma

⁷ Trend opisujący przyrost liczb członków PPE przyjmuje postać $y = 41,042x - 71,107$, przy $R^2 = 0,9485$, co oznacza, że średnia liczba uczestników zwiększa się z roku na rok o około 40 tys. osób.

⁸ Rynek pracowniczych programów emerytalnych w 2005 roku, op. cit, s. 2 oraz Rynek pracowniczych programów emerytalnych w 2007 roku, op. cit., s. 7

możliwość wnoszenia także składek dodatkowych. Jednakże środki zgromadzone w PPE zdecydowanej większości pracowników (ponad 90%) pochodzą jedynie w wpłat składek podstawowych dokonanych przez pracodawców (przykładowo w latach 2004-2007 średnia roczna składka podstawowa wynosiła około 2,7 tys. zł na uczestnika, zaś składka dodatkowa – jedynie nieco ponad 1,0 tys. zł na osobę)⁹.

Biorąc natomiast pod uwagę drugi element dobrowolnych zabezpieczeń emerytalnych – indywidualne konta emerytalne (IKE) można zauważyć, że największą dynamikę wzrostu ich liczby obserwowano w ciągu pierwszych trzech lat (od blisko 176 tys., do ponad 884 tys. kont), wyraźnie mniejszy wzrost – w 2007 roku (do 915 tys.), zaś w 2008 nastąpił nawet spadek tej wielkości (o niemal 62 tys. kont). Spośród czterech możliwych podmiotów, w których przyszli emeryci mogą posiadać IKE, największym zainteresowaniem cieszą się rachunki otwierane w zakładach ubezpieczeń (nieco ponad 70% ogółu IKE) oraz w towarzystwach funduszy inwestycyjnych (około 20%). Co ciekawe, mimo znacznie mniejszego udziału liczby IKE założonych w TFI, wartość zgromadzonych aktywów emerytalnych jest w tych podmiotach porównywalna z aktywami będącymi w dyspozycji zakładów ubezpieczeń (w obu przypadkach jest to nieco ponad 40% wartości aktywów ogółem). Sytuacja ta świadczy o tym, że średnia wysokość wpłat na IKE w TFI jest zdecydowanie wyższa niż na konta prowadzone przez zakłady ubezpieczeń. Przykładowo, przeciętny stan rachunku w ZU wynosił w połowie 2008 roku tylko 1,2 tys. zł, a w TFI ponad trzykrotnie więcej tj. 3,9 tys. zł. Na tym tle, interesującym wydaje się być sytuacja w zakresie IKE w bankach oraz podmiotach prowadzących działalność maklerską. Banki prowadzą bowiem tylko około 5% spośród wszystkich kont, ale przeciętny stan rachunku w połowie 2008 roku wynosił 5,4 tys. zł, zaś w przypadku podmiotów prowadzących działalność maklerską jest to odpowiednio – 1% liczby kont i aż 11,8 tys. zł oszczędności na rachunku. W sumie wartość aktywów zgromadzonych na IKE, według stanu na koniec II kwartału 2008 roku, wyniosła 1,8 mld zł.

Z kolei analizując klientów, którzy oszczędzają na wyższe świadczenia emerytalne na IKE można zauważyć, że według stanu na koniec 2008 r. konta takie posiadało 5,3% ogółu liczby osób pracujących zawodowo¹⁰. Biorąc pod uwagę strukturę wiekową oszczędzających na IKE, największy udział miały osoby starsze (51-60 lat – 27%), co niestety potwierdza fakt, że młode osoby nie troszczą się odpowiednio wcześniej o zabezpieczenie emerytalne w okresie starości.

⁹ Rynek pracowniczych programów emerytalnych w 2007 roku, op. cit., s. 5.

¹⁰ Liczba osób pracujących na koniec roku 2009 wyniosła 16,0 mln osób, za: *Kwartalna informacja o rynku pracy (IV kwartał 2008 rok)*, Główny Urząd Statystyczny, Departament Pracy i Warunków Życia, Warszawa 2009, tabl. II, s. 4.

Zabezpieczenie emerytalne w opinii Wielkopolan – wyniki badań ankietowych

The pension system in consumer opinion – results of marketing research

Celem identyfikacji postrzegania dobrowolnych ubezpieczeń emerytalnych przeprowadzone zostały badania ankietowe. Reprezentatywne badania (ocenę reprezentatywności przeprowadzono dla płci, wieku i wykształcenia) zrealizowano metodą wywiadu bezpośredniego w 2008 roku wśród gospodarstw domowych województwa wielkopolskiego. Narzędziem pomiaru był standaryzowany kwestionariusz wywiadu. Próba liczyła 760 osób. Doboru respondentów do próby dokonano za pomocą nielosowego doboru kwotowego, uwzględniając wiek i wykształcenie głowy gospodarstwa domowego.

Jak wynika zatem z przeprowadzonych badań, obecni lub przyszli emeryci mają raczej pesymistyczne nastawienie wobec swojego życia w okresie emerytalnym (Wykres 2). Niemal 70% osób uważa bowiem, że ich sytuacja po przejściu na emeryturę pogorszy się (lub już się pogorszyła), a jedynie 23% ocenia, iż na emeryturze uda się im utrzymać dotychczasowy standard życia. Jednocześnie aż 87% zgadza się ze stwierdzeniem, że państwowa emerytura nie wystarczy, by godnie żyć na emeryturze.

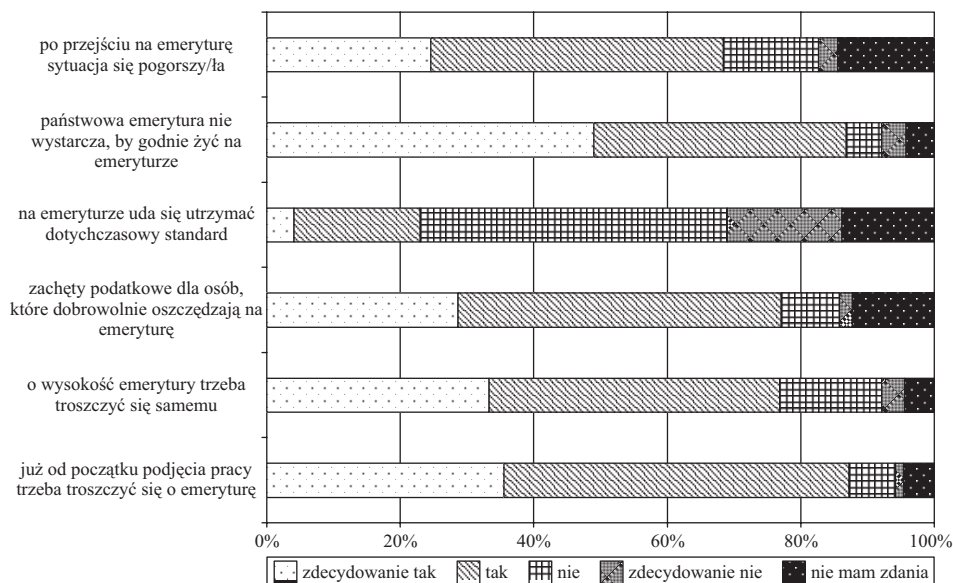
Warto dodać, że na pogorszenie sytuacji finansowej po przejściu na emeryturę wskazują najczęściej kobiety (85%), a ponadto odsetek osób zgadzających się z tym stwierdzeniem zwiększa się wraz ze wzrostem wykształcenia oraz liczby osób w gospodarstwie domowym. Natomiast członkowie gospodarstw 1-2-osobowych częściej niż inni uważają, że na emeryturze uda im się utrzymać dotychczasowy standard życia (co trzecie wskazanie). Zdecydowanie częściej z taką opinią zgadzają się również mężczyźni. Równocześnie niezależnie od płci, wieku czy wielkości gospodarstwa domowego, zdecydowana większość osób twierdzi, że państwowa emerytura nie wystarczy na godne życie na starość.

Skoro zatem Polacy są świadomi niskiego potencjalnego poziomu swoich świadczeń emerytalnych otrzymywanych z I i II filaru, to dlaczego jest wciąż tak niewielkie zainteresowanie rozwiązaniami oferowanymi w ramach III filaru oraz kto i kiedy powinien troszczyć się o lepsze zabezpieczenie finansowe pracującego na starość?

Jak wynika z przeprowadzonych badań, aż 3/4 osób uważa, że o wysokość świadczeń emerytalnych należy troszczyć się samemu, przy czym im dana osoba jest starsza i lepiej wykształcona, tym częściej zgadza się z tym twierdzeniem (odpowiednio od 72% osób do 30 roku życia do 79% osób po 50 roku życia oraz od 64% osób z podstawowym do 85% z wyższym). Jednocześnie, niezależnie od cech demograficznych czy ekonomicznych, niemal 90% przedstawicieli gospodarstw domowych uważa, że o wysokość przyszłych emerytur należy troszczyć się już od początku swojej kariery zawodowej. Teoretycznie zatem Wielkopolanie są świadomi konieczności indywidualnej troski o zabezpieczenie emerytalne już od początku

Wykres 2. Emerytury w opinii Wielkopolan

Diagram 2. Pensions in the customers' opinions



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

pracy zawodowej, jednakże w rzeczywistości – jak zaprezentowano w części artykułu dotyczącej rozwoju rynku dobrowolnych ubezpieczeń emerytalnych – zainteresowanie III filarem jest wciąż niezadowalające.

Jakie mogą być podstawowe przyczyny takiego stanu? Po pierwsze, świadomość emerytalna Polaków, mimo deklaracji, jest wciąż na bardzo niskim poziomie. Po drugie zainteresowanie dobrowolnymi ubezpieczeniami emerytalnymi ma związek z sytuacją finansową przedsiębiorstw, a tym samym sytuacją na rynku pracy (szczególnie zbyt wysokimi kosztami pracy) i poziomem wynagrodzeń – a te czynniki wciąż są na zdecydowanie niekorzystnym poziomie niż w innych, lepiej rozwiniętych krajach Unii Europejskiej. Wydaje się zatem, że absolutnie niezbędną kwestią jest prowadzenie w szkołach średnich i na wyższych uczelniach programów edukacyjnych i informacyjnych dotyczących rozwiązań w ramach systemu świadczeń emerytalnych. Ważnym czynnikiem jest również stabilność konstrukcji tego systemu – wszelkie manipulacje o charakterze politycznym nie sprzyjają bowiem budowaniu zaufania do rozwiązań i podmiotów związanych z zabezpieczeniem emerytalnym. Na większą powszechność omawianych form dobrowolnych zabezpieczeń emerytalnych wpłynęłoby również wprowadzenie korzystniejszych zachęt podatkowych¹¹. Niemal 80% mieszkańców Wielkopolski, szczególnie zaś osoby z wy-

¹¹ P. Kurowski, *Rozwój funduszy emerytalnych w wybranych krajach Europy Środkowo-Wschodniej*, IPiSS, Warszawa 2006, s. 63.

zszym wykształceniem oraz przedstawiciele gospodarstw 1-2-osobowych, uważa bowiem, że powinny być wprowadzone zachęty podatkowe dla osób, które dobrowolnie i dodatkowo oszczędzają na emeryturę. Biorąc pod uwagę fakt, iż Polacy „szczególnie lubią odpisywać coś od podatku”¹², zwolnienie np. wkładów do IKE od podatku przyczyniłoby się z pewnością do wzrostu zainteresowania dobrowolnym oszczędzaniem na emeryturę nie tylko osób najbogatszych.

Reasumując warto dodać, że korzystanie z rozwiązań III filaru zależy głównie od preferencji i możliwości finansowych osoby pracującej. Istotnymi determinantami korzystania z rozwiązań oferowanych w ramach dobrowolnych zabezpieczeń emerytalnych jawią się być zatem pozycja pracownika na rynku pracy i poziom jego dochodów, ale także wiek i wykształcenie. Kluczowym czynnikiem jest także świadomość emerytalna oraz skłonność do oszczędzania. Należy bowiem pamiętać, że istotną kwestią w przypadku dodatkowych, dobrowolnych oszczędności emerytalnych jest jak najwcześniejsze rozpoczęcie systematycznego oszczędzania, i to przez jak najdłuższy okres¹³.

Rynek pracowniczych programów emerytalnych oraz indywidualnych kont emerytalnych, mimo że znajduje się wciąż we wczesnej fazie rozwoju, charakteryzuje się niezadowalającą dynamiką wzrostu. Większe upowszechnienie dodatkowych, dobrowolnych oszczędności emerytalnych może być zatem szansą na zmniejszenie w przyszłości wydatków państwa na cele socjalne. Ponadto warto dodać, że systematyczny wzrost aktywów gromadzonych w PPE czy IKE oznacza także stały dopływ kapitału inwestycyjnego i rozwój gospodarki.

Literatura

Bibliography

- Holzmann R., *The World Bank and global pension reform – realities not myths*, The World Bank, Washington, D. C. 2003.
- Kurowski P., *Rozwój funduszy emerytalnych w wybranych krajach Europy Środkowo-Wschodniej*, IPISS, Warszawa 2006.
- Kwartalna informacja o rynku pracy (IV kwartał 2008 rok)*, Główny Urząd Statystyczny, Departament Pracy i Warunków Życia, Warszawa 2009.
- Pracownicze programy emerytalne. Poradnik pracodawcy*, Departament Pracowniczych Programów Emerytalnych, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa 2008.
- Rynek pracowniczych programów emerytalnych w 2005 roku*, Departament Nadzoru Funduszy Emerytalnych UKNUiFE, Warszawa 2005.

¹² T. Szumlicz, *Ubezpieczenie społeczne. Teoria dla praktyki*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Warszawa 2006, s. 265.

¹³ *Systemy emerytalne w krajach Unii Europejskiej*, pod red. T. Szumlicz, M. Żukowski, Twigger, Warszawa 2004, s. 19.

Rynek pracowniczych programów emerytalnych w 2007 roku, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa 2008.

Systemy emerytalne w krajach Unii Europejskiej, pod red. T. Szumlicz, M. Żukowski, Twigger, Warszawa 2004.

Szumlicz T., *Ubezpieczenie społeczne. Teoria dla praktyki*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Warszawa 2006.

<http://www.rp.pl/arttykul/181779.272875.html> (z dnia 30.03.2009 r.)

Rozwój dobrowolnych ubezpieczeń emerytalnych w Polsce

Streszczenie

Od 1999 roku w Polsce funkcjonuje system emerytalny stanowiący połączenie umowy pokoleniowej (system repartycyjny) i systemu kapitałowego. Tworzą go tzw. trzy filary, z których I i II mają charakter obligatoryjny, zaś III jest dobrowolny. W artykule zaprezentowano diagnozę dotychczasowego rozwoju jednej ze składowych tego systemu – dobrowolnych ubezpieczeń emerytalnych (tzw. III filar), którą stanowią pracownicze programy emerytalne oraz indywidualne konta emerytalne. Przedstawione zostały także wyniki badań ankietowych dotyczących m.in. stosunku przyszłych emerytów do finansowego zabezpieczenia emerytalnego.

Stwierdzono, że rynek pracowniczych programów emerytalnych oraz indywidualnych kont emerytalnych, mimo że znajduje się wciąż we wczesnej fazie rozwoju, charakteryzuje się niezadowalającą dynamiką wzrostu. Korzystanie z rozwiązań III filaru zależy głównie od preferencji i możliwości finansowych osoby pracującej – istotnymi determinantami jawią się być zatem pozycja pracownika na rynku pracy i poziom jego dochodów, ale także wiek i wykształcenie. Kluczowym czynnikiem jest także świadomość emerytalna oraz skłonność do oszczędzania.

The development of voluntary pension insurances in Poland

Summary

Since 1999, a pension system which combines the elements of an unfunded system (PAYGO) and a funded one (based on one's own contribution capital) has been functioning in Poland. It comprises of the so-called three pillars, of which pillars I and II are obligatory while pillar III is a voluntary one. The aim of the article is to diagnose the development of one of the components of this system – voluntary pension insurances, i.e. employees' pension schemes or individual pension accounts. The article also presents the results of research conducted among the inhabitants of the Wielkopolska region [in Poland] and concerning, inter alia, their relation to pension provisions for old age.

WŁADYSŁAWA ŁUCZKA-BAKUŁA,
LIDIA JABŁOŃSKA-PORZUCZEK

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Analiza funkcjonowania systemu emerytalnego rolników indywidualnych

***The analysis of functioning of pension system
for individual farmers***

Wstęp Introduction

W Polsce pierwsze ubezpieczenia emerytalno-rentowe rolników indywidualnych zostały zapoczątkowane w latach 70. System ten przechodził kolejne ewolucje od ustawy z 27 października 1977 r. o zaopatrzeniu emerytalnym oraz innych świadczeniach dla rolników, poprzez ustawę z dnia 14 grudnia 1982 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników indywidualnych i członków ich rodzin, aż do ustawy z dnia 20 grudnia 1990 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników. Ostatni z aktów jest najważniejszą regulacją prawną normującą fundamentalne zasady zabezpieczenia społecznego rolników. Ustawa wyodrębniła ryzyka ubezpieczeniowe oddzielając ubezpieczenie wypadkowe, chorobowe oraz macierzyńskie od ubezpieczeń emerytalno-rentowych. Ubezpieczenie emerytalno-rentowe funkcjonuje w formie Funduszu Emerytalno-Rentowego, który finansowany jest przede wszystkim z budżetu państwa (93% przychodów Funduszu Emerytalno-Rentowego). Jest to spowodowane niską wysokością składki opłacanej przez osoby ubezpieczone oraz brakiem jego odporności na zagrożenia demograficzne, głównie starzenie się społeczeństwa, które wywołuje wydłużenie okresu pobierania świadczeń długoterminowych i niekorzystną proporcję pomiędzy liczbą osób ubezpieczonych a pobierających świadczenia emerytalne. Ponadto sytuacja finansowa systemu jest ściśle związana z wysokością wypłacanych świadczeń.

Ubezpieczenie emerytalno-rentowe ***Pension insurance***

Ubezpieczeniu emerytalno-rentowemu podlega z mocy ustawy rolnik, który zamieszkuje i prowadzi na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej osobiście i na własny rachunek działalność rolniczą w pozostającym w jego posiadaniu gospodarstwie rolnym, o powierzchni powyżej 1 ha przeliczeniowego użytków rolnych lub dział specjalny produkcji rolnej, w tym także w ramach grupy producentów rolnych oraz małżonek rolnika i domownik stale pracujący w tym gospodarstwie, jeżeli nie podlegają innemu ubezpieczeniu społecznemu i nie mają ustalonego prawa do emerytury lub renty albo nie mają ustalonego prawa do świadczeń z ubezpieczeń społecznych. Ponadto ubezpieczeniem objęta jest osoba pobierająca rentę strukturalną współfinansowaną ze środków Sekcji Gwarancji Europejskiego Funduszu Orientacji i Gwarancji Rolnej i małżonek tej osoby, w przypadku gdy świadczenie wypłacane jest wraz z dodatkiem na małżonka¹. Należy podkreślić, że osoby nie spełniające warunków do podlegania obowiązkowemu ubezpieczeniu, dla których działalność rolnicza stanowi stałe źródło utrzymania, mogą ubezpieczyć się dobrowolnie.

W latach 2005-2007 liczba osób podlegających ubezpieczeniu uległa zwiększeniu (o 1%). W roku 2006 w stosunku do roku 2005 wielkość ta wzrosła o 2,1% (wykres 1). Przyrost ten był związany przede wszystkim z objęciem ubezpieczeniem społecznym rolników osób prowadzących jednocześnie działalność rolniczą oraz pozarolniczą działalność gospodarczą, które zostały przywrócone do ubezpieczenia społecznego rolników od 01.10.2004 r. (na podstawie wyroku Trybunału Konstytucyjnego z dnia 13.03.2006 r. i 18.07.2006 r.). Ponadto wzrost liczby ubezpieczonych wynikał z włączenia do ubezpieczenia społecznego rolników osób pobierających renty strukturalne współfinansowane ze środków Sekcji Gwarancji Europejskiego Funduszu Orientacji i Gwarancji Rolnej, które podlegają wyłącznie ubezpieczeniu emerytalno-rentowemu. Zwiększenie liczby ubezpieczonych było spowodowane również objęciem ubezpieczeniem społecznym osób przejmujących gospodarstwa, które prowadzą działalność rolniczą i nie posiadają innego tytułu ubezpieczenia².

Liczba ubezpieczonych w 2007 r. w porównaniu do 2006 r. ulega niewielkiemu zmniejszeniu (o 1%), co było spowodowane „wyłączeniem z ubezpieczenia społecznego rolników osób, które:

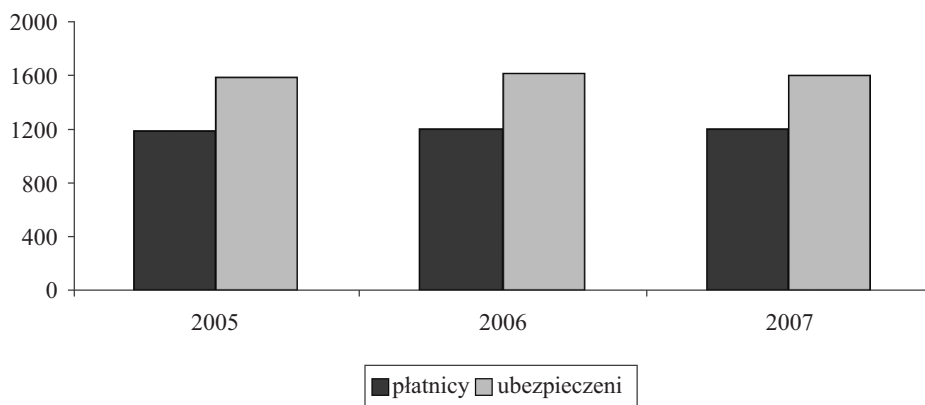
- podjęły pracę poza sektorem rolnictwa i objęte zostały powszechnym systemem ubezpieczeń społecznych lub podjęły zatrudnienie poza granicami kraju,

¹ art. 16 ustawy z dnia 20.12.1990 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników.

² Kwartalna Informacja Statystyczna, IV kwartał 2007 r., KRUS, Warszawa 2008 r.

Wykres 1. Liczba ubezpieczonych i płatników składek w latach 2005-2007* (w tys.)

Figure 1. The number of the insured and premium payers between 2005 and 2007 ('000)



*dane za IV kwartał

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych KRUS.

- nie dopełniły obowiązku uregulowania w terminie bieżącej składki na ubezpieczenie społeczne rolników z tytułu objęcia ubezpieczeniem na wniosek i nie złożyły wniosku o przesunięcie terminu płatności,
- nabyły prawo do świadczenia emerytalno-rentowego”³.

Udział osób ubezpieczonych zarówno w Funduszu Emerytalno-Rentowym, jak i Funduszu Składowym stanowił od 96,2% w 2005 r. do 94,7% w 2007 r. ogółu ubezpieczonych, natomiast odsetek osób ubezpieczonych wyłącznie w Funduszu Emerytalno-Rentowym wzrósł z 1,9% w 2005 r. do 3,6% w 2007 r. ogółu ubezpieczonych.

W latach 2005-2007 liczba płatników składek⁴ najpierw wzrosła o 1,7% w 2006 r., a następnie spadła o 1,1% w 2007 r. W analizowanym okresie udział czynnych płatników składek w liczbie płatników ogółem kształtował się na poziomie 96%. Jednocześnie liczba płatników opłacających składki do Funduszu Emerytalno-Rentowego i Funduszu Składowego systematycznie spadała i w kolejnych latach wynosiła: 1142,4 tys., 1136,8 tys. i 1122,7 tys. Natomiast liczba czynnych płatników opłacających należności na oba fundusze była niższa odpowiednio o około 3,6%, 3%, 2,8%. Płatnicy składek uiszczających składki wyłącznie na Fundusz Emerytalno-Rentowy stanowili od 2,3% w 2005 r. do 4,7% w 2007 r. ogółem płatników Funduszu Składowego i Funduszu Emerytalno-Rentowego. Warto podkreślić,

³ Kwartalna Informacja Statystyczna, IV kwartał 2007 r., KRUS, Warszawa 2008 r., s. 7.

⁴ Płatnik składek to osoba, która opłaca składki co najmniej za jednego ubezpieczonego (czynny płatnik), a także osoba nie będąca obecnie czynnym płatnikiem, jednakże posiadając zadłużenie z tytułu nie opłaconych składek na ubezpieczenie społeczne.

że w 2005 r. liczba czynnych płatników była równa ogólnej liczbie płatników opłacających składki na ten fundusz, w 2006 r. była niższa o 3,7 tys., a w 2007 r. o 3,5 tys.

Osoba ubezpieczona opłaca kwartalne składki na ubezpieczenie emerytalno-rentowe w wysokości 30% emerytury podstawowej⁵. W analizowanych latach składka na ubezpieczenie emerytalno-rentowe wzrosła o 6% (tab. 1), co wynikało z wysokości minimalnej emerytury, która od 01.03.2004 r. do 28.02.2006 r. oraz od 01.03.2006 do 29.02.2008 r. kształtowała się niemal na tym samym poziomie (odpowiednio 562,58 zł i 597,46 zł).

Tabela 1. Wysokość składek na ubezpieczenie emerytalno-rentowe w latach 2005-2007

Table 1. The level of pension premiums between 2005 and 2007

	I KWARTAŁ	II KWARTAŁ	III KWARTAŁ	IV KWARTAŁ
2005	168,80	168,80	168,80	168,80
2006	168,80	179,00	179,00	179,00
2007	179,00	179,00	179,00	179,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych KRUS.

W latach 2005-2007 średnia składka wynosiła 174,75 zł, a roczna składka płacona za każdego ubezpieczonego stanowiła równowartość 120% minimalnej emerytury, co stanowi około 90% przeciętnego miesięcznego świadczenia emerytalno-rentowego wypłacanego z KRUS.

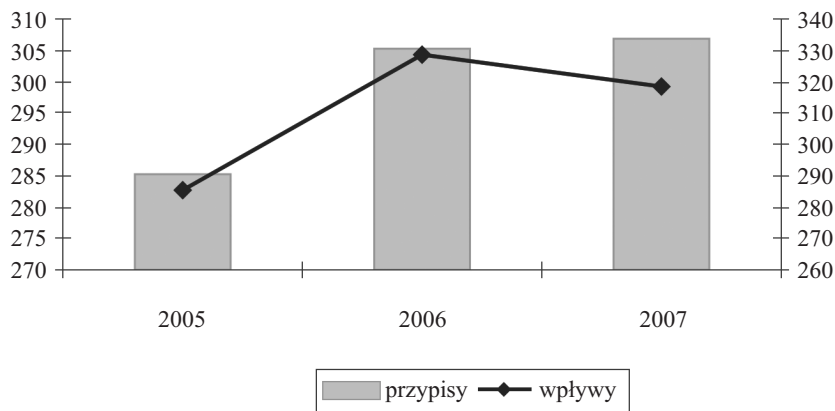
Zarówno z liczbą ubezpieczonych, jak i z wysokością składek związana jest wysokość przypisów oraz wpływów ze składek na ubezpieczenie społeczne. W badanym okresie przypisy składek na Fundusz Emerytalno-Rentowy ulegają zwiększeniu (w 2006 r. w stosunku do 2005 r. wzrosły o 6,9%, a w 2007 r. w stosunku do 2006 r. o 0,5%) (wyk. 2). Jednocześnie wpływy z tytułu należności składkowych w 2006 r. w relacji do roku poprzedniego zwiększyły się o 15%, natomiast w 2007 r. w stosunku do 2006 r. uległy zmniejszeniu o 3,3%. Niemniej jednak mediana wpływów ze składek na ubezpieczenie emerytalno-rentowe była wyższe od mediany przypisów składek o 4,3%, a wskaźnik ściągłości wynosił odpowiednio: 100,1%, 107,8%, 103,7%.

Wzrost przypisu należności spowodowany był przede wszystkim wzrostem liczby ubezpieczonych, a także przypisem składki w podwójnej wysokości osobom, które prowadzą działalność gospodarczą lub współpracują przy prowadzeniu działalności i zostały przywrócone do ubezpieczenia społecznego rolników (na mocy artykułu 3 ustawy z dnia 1 lipca 2005 r. o zmianie ustawy o systemie ubezpieczeń społecznych oraz niektórych innych ustaw). Przyrost wpływów ze składek

⁵ art. 17 ustawy z dnia 20.12.1990 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników.

Wykres 2. Przypisy i wpływy ze składek Funduszu Emerytalno-Rentowego w latach 2005-2007* (w mln)

Figure 2. Planned and obtained revenues from premiums of the Pension Fund between 2005 and 2007 (*000 000)



*dane za IV kwartał

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych KRUS.

w 2006 r. wynikał ze wzrostu dochodów rolników oraz dopłat bezpośrednich. Poprawa sytuacji finansowej rolników spowodowała, że regulowali oni zobowiązania na poczet bieżących składek i zadłużenia oraz zawartych układów ratalnych. Ponadto wzrost wpływów wynikał z dokonywania wpłat składek w podwójnej wysokości przez osoby przywrócone do ubezpieczenia. Natomiast spadek wpływów z tytułu należności składkowych w 2007 r. wywołany był przede wszystkim spadkiem liczby ubezpieczonych.

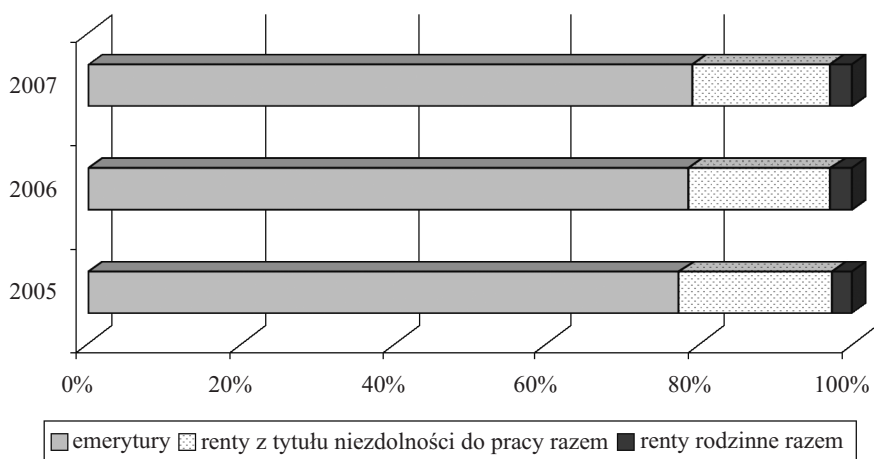
Świadczenia z ubezpieczenia emerytalno-rentowego ***Pension benefits***

Katalog świadczeń przysługujących z ubezpieczenia emerytalno-rentowego rolników obejmuje m.in.: emeryturę, rentę z tytułu niezdolności do pracy, rentę rodzinną.

W latach 2005-2007 liczba świadczeń emerytalno-rentowych wypłacanych przez KRUS uległa zmniejszeniu, a średnioroczny spadek tej wielkości wynosił 3,5%. Największym spadkiem charakteryzowały się renty z tytułu niezdolności do pracy (o 16%), natomiast niewielkim wzrostem odznaczały się renty rodzinne (o 1,1%). Natomiast liczba wypłaconych emerytur zmniejszyła się w 2006 r. w stosunku do 2005 r. o 2,04%, a w 2007 r. w relacji do 2006 r. o 2,9%. Spowodowane było to znacznym spadkiem liczby złożonych wniosków o świadczenie emerytalne w 2006 r. w stosunku do 2005 r. (o 58%). Ponadto zmniejszyła się liczba wydanych

Wykres 3. Struktura świadczeń emerytalno-rentowych wypłacanych z KRUS w latach 2005-2007

Figure 3. The structure of pension benefits paid by the ASIF between 2005 and 2007



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych KRUS.

decyzji przyznających świadczenia emerytalne, która stanowiła odpowiednio 97,2% w 2005 r., 94,1% w 2006 r. oraz 91,8% w 2007 r. załatwionych wniosków emerytalnych. Zwiększeniu uległa liczba decyzji odmawiających przyznania świadczenia, która w poszczególnych latach wynosiła 2,7%, 5,8%, 8% ogółem decyzji emerytalnych. Zwiększeniu uległa również liczba umorzonych wniosków emerytalnych (o 13%).

W analizowanym okresie wśród świadczeń emerytalno-rentowych największym udziałem odznaczały się emerytury (średnio 78,3%), następnie renty z tytułu niezdolności do pracy (średnio 18,9%) i renty rodzinne (średnio 2,8%) (wykres 3).

Udział emerytur i rent rodzinnych uległ zwiększeniu, a rent z tytułu niezdolności do pracy – zmniejszeniu. Wśród emerytur największym udziałem charakteryzowały się emerytury rolnicze, następnie emerytury za przekazanie gospodarstwa rolnego następcy i emerytury za przekazanie gospodarstwa państwu. Udział emerytur rolniczych wzrastał (od 49,1% w 2005 r. do 53,8% w 2007 r.), a spadał zarówno emerytur za przekazanie gospodarstwa następcy (od 41% w 2005 r. do 37,4% w 2007 r.), jak i państwu (od 9,2% w 2005 r. do 8,2% w 2007 r.). Najmniejszym udziałem odznaczały się emerytury nie związane z przekazaniem gospodarstwa (średnio 0,7%) oraz emerytury wcześniejsze (średnio 4,3%). W latach 2005-2007 liczba emerytur rolniczych uległa zwiększeniu (o 4,1%), a liczba pozostałych świadczeń emerytalnych zmniejszyła się (liczba wcześniejszych emerytur zmniejszyła się o 7,6%, emerytur za przekazanie gospodarstwa rolnego następcy o 13,2% i państwu o 15,1%, emerytur nie związanych z przekazaniem gospodarstwa o 13,5%).

W analizowanym okresie liczba rent z tytułu niezdolności do pracy uległa zmniejszeniu. Było to związane z uzyskaniem przez osoby dotychczas pobierające renty z tytułu niezdolności do pracy prawa do świadczeń emerytalnych. Ponadto wpływ na to miała zmniejszająca liczba osób ubiegających się o rentę z tytułu niezdolności do pracy, ponieważ liczba zarejestrowanych wniosków zmniejszyła się o 12,6%. Należy podkreślić, że liczba wydanych decyzji przyznających renty z tytułu niezdolności do pracy wynosiła średnio 56% załatwionych wniosków. Natomiast liczba wydanych decyzji odmownych stanowiła w 2005 r. i 2006 r. 44%, w 2007 r. 41,2% ogółem wydanych decyzji. Zmniejszeniu uległa również liczba wniosków umorzonych (o 6,5%). Jednocześnie największym spadkiem odznaczała się liczba rent z tytułu niezdolności do pracy za przekazanie gospodarstwa następcy (66,4%) i państwu (54,9%). Liczba rent rolniczych z tytułu niezdolności do pracy zmniejszyła się o 13,5%, rent z tytułu niezdolności do pracy nie związanych z przekazaniem gospodarstwa rolnego o 11,2%, a rent z tytułu niezdolności do pracy wypadkowych o 2,86%. Zarówno największym, jak i rosnącym udziałem wśród rent z tytułu niezdolności do pracy charakteryzowały się renty rolnicze od 93,1% w 2005 r. do 95,9% w 2007 r. Ponadto w badanym okresie niewielkim, ale rosnącym udziałem charakteryzowały się renty z tytułu niezdolności do pracy wypadkowe (odpowiednio 4%, 4,4%, 4,7%) i renty z tytułu niezdolności do pracy nie związane z przekazaniem gospodarstwa rolnego (odpowiednio 1,8%, 1,9%, 1,9%). Natomiast zmniejszającym się udziałem wśród tej grupy świadczeń, odznaczały się renty z tytułu niezdolności do pracy za przekazanie gospodarstwa następcy i państwu. W 2007 r. w stosunku do 2005 r. udział tych świadczeń zmniejszył się średnio o 50%.

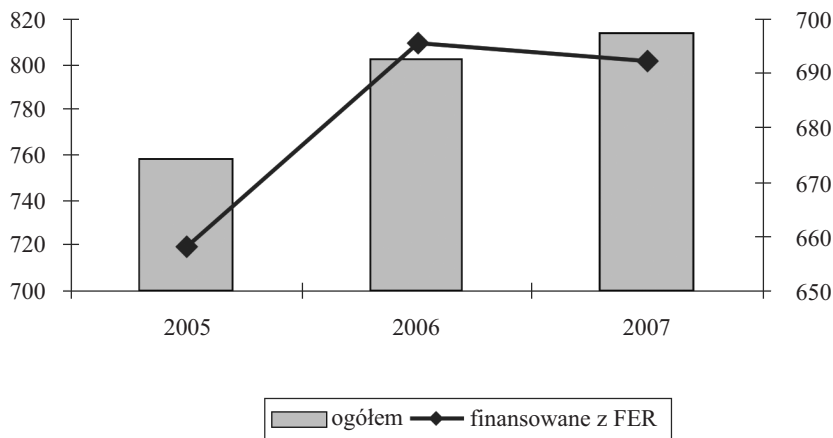
W latach 2005-2007 wśród rent rodzinnych największy udział stanowiły renty rodzinne rolnicze (od 87,2% do 90%). Natomiast udział pozostałych świadczeń rodzinnych był niewielki (renty rodzinne za przekazanie gospodarstwa następcy od 5,9% do 4,7%, renty rodzinne za przekazanie gospodarstwa państwu od 2% do 1,8%, renty rodzinne nie związane z przekazaniem gospodarstwa od 4,8% do 3,4%, renty rodzinne wypadkowe od 3,6% do 3,3%). W analizowanym okresie jedynie liczba rent rodzinnych rolniczych uległa zwiększeniu (o 4,4%). Największym spadkiem charakteryzowała się liczba rent rodzinnych nie związanych z przekazaniem gospodarstwa rolnego (o 29,2%), następnie rent za przekazanie gospodarstwa następcy (o 18,9%). Ponadto liczba rent rodzinnych wypadkowych zmniejszyła się o 4,9%, a rent za przekazanie gospodarstwa państwu o 8,5%.

W latach 2005-2007 przeciętne miesięczne świadczenie emerytalno-rentowe wypłacane przez KRUS wzrosło z poziomu 758,11 zł w 2005 r. do 813,93 zł w 2007 r. (wykres 4).

Większy wzrost przeciętnego miesięcznego świadczenia emerytalno-rentowego nastąpił w 2006 r. w stosunku do 2005 r. (średnio o 3,4%) aniżeli w 2007 r. w relacji do 2006 r. (średnio o 2,2%). W analizowanym okresie przeciętna miesięczna

Wykres 4. Przeciętne miesięczne świadczenie emerytalno-rentowe (w zł)

Figure 4. The average pension benefit paid on a monthly basis (in PLN)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych KRUS.

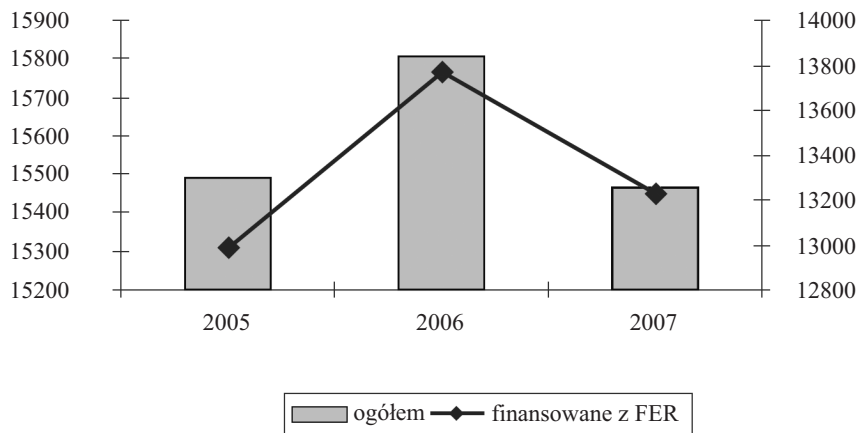
emerytura wzrosła o 7,4%. Jednocześnie wysokość emerytury za przekazanie gospodarstwa rolnego następcy charakteryzowała się największym wzrostem (o 9,5%), a najmniejszym wzrostem - przeciętna miesięczna emerytura nie związana z przekazaniem gospodarstwa (o 5,8%). Najwyższym poziomem świadczenia odznaczała się emerytura za przekazanie gospodarstwa państwu, która była wyższa od przeciętnej emerytury od 165,11 zł do 196,36 zł.

Renty z tytułu niezdolności do pracy wzrosły o 4,2%. Jednakże wysokość przeciętnej renty z tytułu niezdolności do pracy za przekazanie gospodarstwa zarówno państwu, jak i następcy zmniejszyła się (odpowiednio o 8,3% i 14,8%). Natomiast wysokość renty rolniczej uległa zwiększeniu o 6,2%, renty wypadkowej o 7%, a renty nie związanej z przekazaniem gospodarstwa o 5,1%. W badanym okresie przeciętna miesięczna renta rodzinna wzrosła z poziomu 770,81 zł do 825,97 zł. Największym przyrostem charakteryzowała się renta rodzinna nie związana z przekazaniem gospodarstwa (o 12,4%) i renta rodzinna za przekazanie gospodarstwa następcy (o 11,3%). Tymczasem najwyższą wysokość osiągnęła renta rodzinna za przekazanie gospodarstwa państwu i była wyższa od przeciętnej renty rodzinnej o 29%-30%.

Wielkość wydatków FER związana jest zarówno z liczbą świadczeniobiorców, jak i wysokością wypłaconych świadczeń. W latach 2005-2007 średnia wartość wydatków na świadczenia emerytalno-rentowe wynosiła 15587,0 tys. i była wyższa od kwoty wydatków poniesionych w 2005 r. i 2007 r., a niższa od wydatków z 2006 r. Na początku badanego okresu wydatki wzrosły o 2%, a następnie spadły o 2,2% osiągając wartość niższą niż w 2005 r. (wykres 5). Wydatki na świadczenia emery-

Wykres 5. Wydatki na świadczenia emerytalno-rentowe (w tys.)

Figure 5. The expenditures for pension benefits ('000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych KRUS.

talno-rentowe były finansowane w około 85% z Funduszu Emerytalno-Rentowego, natomiast w 15% z budżetu państwa (np. renty strukturalne) i Funduszu Ubezpieczeń Społecznych (świadczenia zbiegowe). W 2006 r. w stosunku do 2005 r. kwota wydatków finansowana z FER wzrosła o 6%, a w 2007 r. w relacji do roku poprzedniego spadła o 4%.

Wśród wydatków na świadczenia emerytalno-rentowe ogółem największy udział stanowiły wydatki na emerytury (średnio 79,2%). Średni udział rent z tytułu niezdolności do pracy wynosił 14,6%, a rent rodzinnych 2,7%. W analizowanym okresie wzrosły wydatki na renty rodzinne (o 8,3%) oraz emerytury (o 2,1%), a zmniejszyły się wydatki na renty z tytułu niezdolności do pracy (o 12,5%). Wzrost wydatków na emerytury ma związek z wysokością świadczeń, które z roku na rok ulegały zwiększeniu (od 2% do 7%). Natomiast wzrost wydatków na renty rodzinne był spowodowany stale zwiększającą się liczbą świadczeniobiorców oraz wzrostem poziomu świadczeń. Spadek wydatków na renty z tytułu niezdolności do pracy wynikał ze spadku liczby świadczeniobiorców, a także poziomu przeciętnego świadczenia. Największym udziałem wśród wydatków na emerytury odznaczały się zarówno wydatki na emerytury rolnicze, jak i emerytury za przekazanie gospodarstwa rolnego następcy. W latach 2005-2006 udział wydatków na emerytury za przekazanie gospodarstwa następcy był wyższy od udziału wydatków na emerytury rolnicze (odpowiednio o 3,9 pkt. proc. i 0,5 pkt. proc.). W 2007 r. sytuacja uległa odwróceniu: udział wydatków na emerytury rolnicze przewyższał udział wydatków na emerytury za przekazanie gospodarstwa następcy (o 3,6 pkt. proc.). Udział tych wydatków w latach 2005-2007 ulegał zmniejszeniu z 11,2% do 10,1%. Natomiast

średni udział wydatków na wcześniejsze emerytury wynosił 3,4%, a emerytur nie związanych z przekazaniem gospodarstwa 0,6%. Wśród wydatków na emerytury największym wzrostem charakteryzowały się wydatki na emerytury rolnicze (o 12,5%). Wydatki na pozostałe świadczenia emerytalne spadły. Niewielkiemu zmniejszeniu uległy wydatki na wcześniejsze emerytury, a mianowicie z 414,5 tys. w 2005 r. do 413,1 tys. w 2007 r. Natomiast wydatki na emerytury za przekazanie gospodarstwa następcy zmniejszyły się o 5%, za przekazanie gospodarstwa państwu o 7,2%, a wydatki na emerytury nie związane z przekazaniem gospodarstwa o 8,5%.

W latach 2005-2007 wśród wydatków na renty z tytułu niezdolności do pracy największym i wzrastającym udziałem charakteryzowały się wydatki na renty rolnicze (od 90,9% do 95,4%). Niewielkim wzrostem odznaczał się udział wydatków na renty z tytułu niezdolności do pracy wypadkowe (o 18,6%) oraz renty nie związane z przekazaniem gospodarstwa (o 6,6%). Zmniejszeniu uległ natomiast udział wydatków związanych z rentami z tytułu niezdolności do pracy za przekazanie gospodarstwa zarówno państwu (o około 1 pkt. proc.), jak i następcy (o 3,7 pkt. proc.). W analizowanym okresie wśród wydatków na renty z tytułu niezdolności do pracy zwiększyły się jedynie wydatki na renty wypadkowe, wydatki na pozostałe świadczenia zmniejszyły się. Spadek wydatków na renty z tytułu niezdolności do pracy zaobserwować można na świadczenia związane z przekazaniem gospodarstwa rolnego następcy (o 71,3%) oraz państwu (o 58,6%), następnie renty rolnicze (o 8,1%) i renty nie związane z przekazaniem gospodarstwa (o 6,7%). W badanych latach wśród wydatków związanych z wypłatą rent rodzinnych wzrosły wydatki na renty rolnicze rodzinne (o 11,6%), a także renty rodzinne wypadkowe (o 3,5%). Zmniejszeniu uległy wydatki na renty rodzinne nie związane z przekazaniem gospodarstwa rolnego (o 20,4%), renty rodzinne za przekazanie gospodarstwa następcy (o 9,8%) oraz państwu (o 1,2%). Największym udziałem wydatków wśród rent rodzinnych ogółem charakteryzowały się renty rodzinne rolnicze (średnio o 87,4%). Wydatki na pozostałe rodzaje świadczeń rodzinnych odznaczały się zmniejszającym i niewielkim udziałem: renty rodzinne wypadkowe od 3,5% do 3,3%, renty za przekazanie gospodarstwa państwu od 2,6% do 2,4% i następcy od 6,7% do 5,6%, renty nie związane z przekazaniem gospodarstwa rolnego od 4,6% do 3,4%.

Podsumowanie

Summary

Na kształtowanie się dochodów systemu emerytalnego rolników indywidualnych wpływa zarówno liczba ubezpieczonych, jak i wysokość opłacanych przez nich składek. Natomiast poziom wydatków FER zależy od liczby świadczeniobiorców oraz wysokości świadczeń wypłacanych beneficjentom. W analizowanym okresie wzrosła liczba osób ubezpieczonych i liczba czynnych płatników

składek. Jednocześnie wpływy ze składek były wyższe od ich przypisów. Sytuacja ta powstała na skutek przywrócenia do ubezpieczenia społecznego rolników osób prowadzących zarówno działalność rolniczą, jak i pozarolniczą działalność gospodarczą. Wysokość przeciętnego miesięcznego świadczenia emerytalno-rentowego wzrosła, a liczba świadczeniobiorców uległa zmniejszeniu. Pomimo tego przychody pochodzące ze składek osób ubezpieczonych nie wystarczyły na pokrycie wydatków FER, który w ponad 90% był finansowany ze środków pochodzących z budżetu państwa.

Wobec tego niekorzystna sytuacja finansowa, a także demograficzna przyczyniają się do wprowadzania reformy systemu emerytalnego rolników. Zmiany powinny dotyczyć przede wszystkim sposobu finansowania, zakresu podmiotowego i przedmiotowego oraz wysokości składki.

Literatura

Bibliography

Kwartalna Informacja Statystyczna, IV kwartał 2005 r. (2006), KRUS, Warszawa.
Kwartalna Informacja Statystyczna, IV kwartał 2006 r. (2007), KRUS, Warszawa.
Kwartalna Informacja Statystyczna, IV kwartał 2007 r. (2008), KRUS, Warszawa.
Ustawa z dnia 20 grudnia 1990r. o ubezpieczeniu społecznym rolników (Dz. U. z 1998 r. nr 7, poz. 25).

Analiza funkcjonowania systemu emerytalnego rolników indywidualnych

Streszczenie

Ubezpieczenie emerytalno-rentowe rolników indywidualnych funkcjonuje w formie FER, który finansowany jest przede wszystkim z budżetu państwa. Jest to spowodowane brakiem jego odporności na zagrożenia demograficzne, wysokością składki opłacanej przez osoby ubezpieczone, a także poziomem wypłacanych świadczeń. W latach 2005-2007 zwiększeniu uległa zarówno liczba osób ubezpieczonych, jak i wysokość opłacanych składek. Przeciętne miesięczne świadczenie emerytalno-rentowe wzrosło, a liczba świadczeniobiorców zmniejszyła się. Pomimo tego przychody pochodzące ze składek osób ubezpieczonych nie wystarczyły na pokrycie wydatków FER. Wobec tego zaistniała sytuacja przyczynia się do wprowadzenia reformy systemu emerytalnego rolników indywidualnych.

The analysis of functioning of pension system for individual farmers

Summary

The pension insurance for individual farmers functions in a form of Pension Fund, which is mainly financed by the state budget. It is a result of its lack of resistance to demographic threats and the level of premiums paid by the insured as well as the level of the benefits. Between 2005 and 2007 both the number of the insured and the level of the paid benefits increased. The average benefit paid on a monthly basis grew and the number of beneficiaries fell. Despite that, the revenues from the premiums were not sufficient to cover the expenditures of the Pension Fund. Therefore the reform of pension system for individual farmers should be introduced.

AGNIESZKA KOCHEL

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu

Organizacyjno-prawne formy zaangażowania małych i średnich przedsiębiorstw w międzynarodową współpracę w sferze badawczo-rozwojowej

***Forms of international R&D collaboration by small
and medium enterprises***

Wprowadzenie Introduction

Począwszy od dwóch ostatnich dekad ubiegłego wieku, następują systematyczne i fundamentalne zmiany w formach prowadzenia przez przedsiębiorstwa działalności innowacyjnej w skali międzynarodowej. Jednym z trendów internacjonalizacji działalności badawczo-rozwojowej (dalej: B+R), której rola przybiera na znaczeniu w ostatnich latach są międzynarodowe alianse technologiczne, w których stroną są firmy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Horrendalne koszty prac badawczo-naukowych oraz ryzyko niepowodzenia komercjalizacji wyników badań zmuszają przedsiębiorstwa, zwłaszcza z branż zaawansowanych technologicznie do podejmowania przedsięwzięć zwiększających ich innowacyjność. Kooperacja w ramach ponadnarodowych sieci B+R stanowi dla mniejszych firm dogodną formę wchodzenia na rynki międzynarodowe. Jednostki te charakteryzują się bowiem wysokim stopniem elastyczności i umiejętnościami efektywnego korzystania z zewnętrznych źródeł wiedzy. Międzynarodowa współpraca w sferze B+R, w którą zaangażowane są mniejsze przedsiębiorstwa jest rozumiana wielorako. Dotyczy ona szerokiego spektrum działań, począwszy od wymiany informacji ad hoc, a skończywszy na spółkach joint venture. Małe i średnie przedsiębiorstwa wciąż najczęściej występują w charakterze specjalistycznych podwykonawców dla korporacji transnarodowych, jednak coraz wyraźniej akcentują swoją obecność w porozumieniach udziałowych. Celem artykułu jest zaprezentowanie różnorodnych form organizacyjno-prawnych międzynarodowej współpracy w obszarze B+R w kontekście ich wykorzystania przez jednostki z sektora małych i średnich przedsiębiorstw.

1. Rodzaje międzynarodowych porozumień o współpracy w sferze B+R

Organisational structure of international R&D collaboration

Opracowania naukowe w większości w sposób powierzchowny i ogólnikowy odnoszą się do zagadnień związanych z formami współpracy strategicznej w dziedzinie B+R prowadzonej na poziomie ponadnarodowym. W literaturze przedmiotu brakuje pozycji, które w sposób dogłębny przeprowadzałyby analizę kooperacji w sferze badawczo-naukowej pod kątem ich struktury organizacyjno-prawnej. Wśród autorów podejmujących próby klasyfikacji rodzajów międzynarodowych aliansów technologicznych istnieje zgoda, co do podziału form kooperacji w obszarze B+R ze względu na zależność organizacyjną przedsiębiorstw na dwie grupy: alianse udziałowe (ang. *equity agreements*) oraz alianse bezudziałowe (ang. *non-equity agreements*)¹. Alianse udziałowe polegają na podjęciu ścisłej współpracy przez utworzenie nowej jednostki gospodarczej, która jest odrębnym pod względem organizacyjnym podmiotem. Alianse bezudziałowe opierają się natomiast na kooperacji partnerów w obrębie już istniejących podmiotów gospodarczych.² Wśród porozumień udziałowych najpowszechniej występującymi formami są joint venture, korporacje badawcze oraz porozumienia mniejszościowe. W ramach sojuszy bezudziałowych wyróżnia się wspólne projekty B+R, kooperację na poziomie klient-dostawca oraz jedno- i dwukierunkowe przepływy technologii (rys. 1).³

Spółka joint venture stanowi porozumienie między dwoma lub więcej przedsiębiorstwami, w wyniku którego powstaje trzeci podmiot. Obaj partnerzy tego typu sojuszu wspólnie powołują do życia nową firmę, wspólnie uczestniczą w zarządzaniu nią, wnoszą zasoby w formie kapitału, technologii lub *know-how*, a także zobowiązują się do dzielenia potencjalnych zysków i strat oraz ryzyka. Niekiedy joint venture tworzone są przez podmioty, które dotychczas konkurowały ze sobą. Przedsiębiorstwa podejmując joint venture zawieszają rywalizację na danym rynku, lecz jednocześnie mogą konkurować na pozostałych. Wspólne przedsięwzięcie, jakim jest joint venture wiąże się z wysokim stopniem organizacyjnej współzależności partnerów. Forma ta reprezentuje bowiem ich związek i realizuje interesy obu stron. W konsekwencji, kluczową kwestią, w znacznej mierze decydującą o sukcesie przedsięwzięcia jest odpowiedni dobór partnera⁴.

Tradycyjne spółki joint venture są najczęściej tworzone w celu prowadzenia wspólnej działalności na kilku polach, więc wspólnie realizowanym projektem B+R

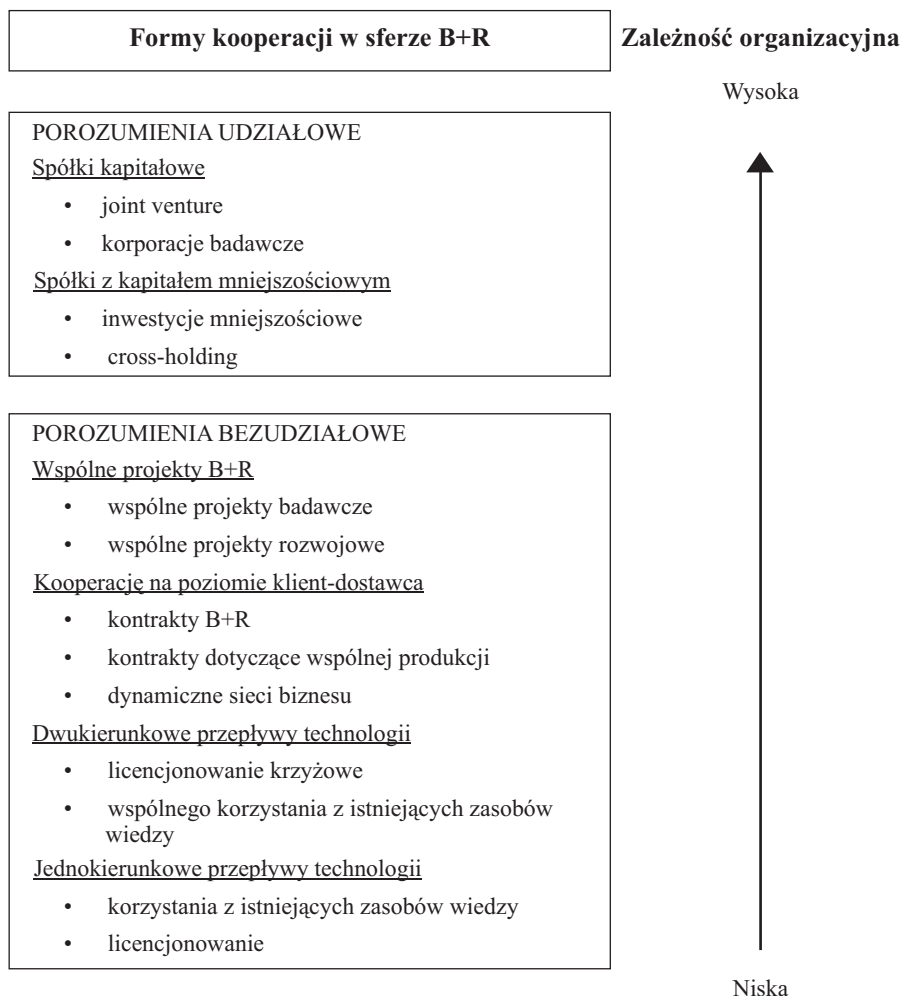
¹ P. Lundin, E. Frinking, Wagner C., *International Collaboration in R&D. Structure and dynamics of the private sector actors*, Gaia Group Oy, RAND Europe, 2004, s. 14-15

² S. Hucik-Gaicka, *Walka konkurencyjna przedsiębiorstw poprzez alianse strategiczne, fuzje i przejęcia*, www.inwestycje.pl, dostęp 04.05.2009

³ R. Narula, J. Hagedoorn, *Innovating through strategic alliances: moving towards international partnerships and contractual agreements*, STEP Group, 1998, No R-05, s. 13

⁴ J. Hagedoorn, *Inter-firm R&D partnerships – an overview of major trends and patterns since 1960*, Ecis – Eindhoven Centre for Innovation Studies, 2001, s. 3-4

Rysunek 1. Formy kooperacji B+R ze względu na zależność organizacyjną
Figure 1. Organizational modes of inter-firm cooperation and interdependence



Źródło: R. Narula, J. Hagedoorn, op.cit., s. 13

często towarzyszy kooperacja w zakresie produkcji lub marketingu. Nowym trendem jest powoływanie spółek joint venture zorientowanych na podejmowanie współpracy tylko w jednej dziedzinie. W przypadku funkcji B+R, spółki zorientowane wyłącznie na kooperację w sferze naukowo-badawczej noszą nazwę korporacji badawczych.⁵

⁵ R. Narula, *Globalisation and Trends in International R&D Alliances*, MERIT-Infonomics Research Memorandum 2003-001, Maastricht Economic Research Institute on Innovation and Technology, 2003, s. 11

Spółki z kapitałem mniejszościowym stanowią formę współpracy między przedsiębiorstwami, która w długim horyzoncie czasu może w istotny sposób wzmocnić pozycję konkurencyjną przynajmniej jednego z partnerów. Popularność spółek z kapitałem mniejszościowym tworzonych w skali międzynarodowej jest jednak relatywnie niewielka. Brak pełnego zaangażowania zasobów i kontroli odzwierciedlony jest w ograniczonym dostępie do wyłącznych praw do technologii oraz w wąskim zakresie praw do podejmowania wiążących decyzji. Jeżeli mniejsze, innowacyjne przedsiębiorstwo jest istotnym strategicznym partnerem dla korporacji transnarodowej, wówczas bardziej dogodną formą współpracy jest spółka joint venture, porozumienie o wymianie technologii, czy kontrakt badawczy. W przypadku przedsiębiorstw posiadających nawzajem akcje, udziały lub prawa głosu (ang. *cross-holding*) relacje między partnerami mają bardziej równorzędny charakter. W wielu przypadkach współpraca typu cross-holding jest pierwszym etapem w kierunku zacieśniania kooperacji oraz dążenia do pełnej integracji działań zaangażowanych stron porozumienia⁶.

Wspólne projekty B+R są kontraktową formą współdziałania przedsiębiorstw, w ramach której partnerzy łączą posiadaną wiedzę i zasoby w celu prowadzenia prac nad innowacjami. Przesłanką kooperacji w zakresie realizacji projektów B+R jest dzielenie wysokich kosztów prac B+R, redukcja niepewności funkcjonowania oraz możliwość osiągnięcia korzyści synergicznych. Ponieważ wspólne projekty B+R najczęściej realizowane są w branżach zaawansowanych technologii, towarzyszy im wysokie ryzyko oraz znaczny stopień niepewności, co do znaczenia technologii będących wynikiem prowadzonych prac B+R. Wspólne umowy B+R realizowane są również wówczas, kiedy podmiotami kooperacji są dotychczasowi konkurenci, a celem porozumienia jest rozwój produktu globalnego oraz wypracowanie wspólnych standardów jakości. D. Archibugi oraz S. Iammarino twierdzą, że wspólne realizowane projekty B+R są bardziej korzystne dla przedsiębiorstw, które nie rywalizują w obrębie jednej branży lub na tym samym rynku, ponieważ ryzyko utraty specyficznych przewag konkurencyjnych przez każdego z partnerów jest w tym przypadku mniejsze⁷.

Kooperacja na poziomie klient-dostawca stanowi dogodną formę współzależności organizacyjnej w aspekcie przyswajania nowych technologii z otoczenia zewnętrznego przedsiębiorstwa. Porozumienie między klientem a dostawcą jest nawiązywane w celu rozwijania nowego produktu przy wykorzystaniu zasobów intelektualnych oraz rozwiązań technologicznych partnerów w odpowiedzi na specyficzne preferencje odbiorców. Wśród form kooperacji na poziomie klient-dostawca najczęściej wyróżnia się kontrakty B+R, kontrakty dotyczące wspólnej produkcji

⁶ J. Hagedoorn, *Organizational modes of inter-firm cooperation and technology transfer*, Technovation, Elsevier Science Publishers Ltd, 1990, Vol. 10, No. 1, s. 24

⁷ D. Archibugi, S. Iammarino, *The policy implications of the globalisation of innovation*, Research Policy, 1999, Vol. 28, s. 325

oraz dynamiczne sieci biznesu (ang. *co-markership*). *Co-markership* jest porozumieniem opartym głównie na kontaktach wykorzystujących rozległe (globalne) sieci informatyczne. Bazę dla funkcjonowania powyższych form kooperacji na poziomie odbiorca-dostawca stanowi ścisła współzależność organizacyjna między stronami porozumienia, która możliwa jest dzięki szybkiemu i pełnemu wykorzystaniu informacji. A. Jezierski wskazuje na nowy trend w obszarze międzynarodowych sieci klient-dostawca polegający na zwiększaniu się liczby podmiotów specjalizujących się w przekazywaniu informacji. Nowoczesne sieci w coraz większym stopniu będą więc korzystały z wyspecjalizowanych podmiotów zajmujących się profesjonalnym zbieraniem, archiwizowaniem i przesyłaniem informacji.⁸

Dwukierunkowe przepływy technologii mogą przybierać formę licencjonowania krzyżowego lub wspólnego korzystania z istniejących zasobów wiedzy. Celem licencjonowania krzyżowego (ang. *cross-licencing*) jest wzajemne uzyskanie dostępu do technologii i rynków kontrolowanych przez konkurentów⁹. Forma ta jest wykorzystywana w sytuacji, gdy przedsiębiorstwa są posiadaczami komplementarnych patentów, które są potrzebne obu stronom. Licencjonowanie krzyżowe jest charakterystyczne przede wszystkim dla branż intensywnych technologicznie o szybko rozszerzających się rynkach, w których występuje znaczna dywersyfikacja produkcji, a poziom wymaganych nakładów na prace B+R jest bardzo wysoki. Przykładem tego typu branż jest sektor elektroniczny, farmaceutyczny oraz biotechnologiczny. Wspólne korzystanie z istniejących zasobów wiedzy (ang. *mutual second sourcing*) obejmuje przepływ technologii w celu wytwarzania dokładnej kopii produktu określonego przedsiębiorstwa. Przekazywanie praw do korzystania z technologii wytwarzania produktu powoduje kurczenie się udziału w rynku firmy pionierskiej. Koszt ten jest jednak kompensowany przez wzrost rynku w efekcie stworzenia rozbudowanej sieci dostawców. Co więcej, wspólne korzystanie z istniejących zasobów wiedzy eliminuje przypadki, w których na rynku dominuje tylko jeden dostawca oraz minimalizuje ryzyko występowania oportunistycznych zachowań wśród partnerów poprzez zawarte porozumienia bilateralne¹⁰.

Pozostałe typy międzynarodowej kooperacji w sferze B+R obejmują jednostronne przepływy technologii, wśród których wyróżnia się porozumienia dotyczące korzystania z już istniejących na rynku zasobów oraz licencjonowanie. Powyższe formy mają większość cech charakterystycznych dla typowej transakcji rynkowej, w której prawa własności lub prawa użytkowania czasowego danego zasobu przechodzą z jednego podmiotu gospodarczego na inny w zamian za określona opłatę. Z punktu widzenia dostawcy zaletą porozumień o eksploataowaniu z już istniejących

⁸ A. Jezierski, *Rola technik informacyjno-komunikacyjnych w biznesie*, cz. I, www.portalnarzedzi.pl, dostęp 05.04.2009

⁹ UNIDO, *Negocjacje w Transferze Technologii. Podręcznik Szkoleniowy*, Unido Publication, Warszawa, 2004, s. 48-49

¹⁰ J. Hagedoorn, *Organizational modes...*, s. 23-24

zasobów wiedzy (ang. *second-sourcing*) jest gwarancja ciągłości dostaw ze względu na uregulowany i stały poziom popytu. Odbiorca odnosi natomiast korzyści wynikające z zabezpieczenie dostaw oraz wzrostu ich wolumenu. Licencjonowanie umożliwia szybkie wejście na małe i trudne rynki. Koszty pozyskania technologii są relatywnie niskie, niemniej najczęściej charakteryzuje się ona niskim stopniem zaawansowania. Korzyści wynikające z możliwości korzystania z przedmiotu licencji powinny być ważone kosztami opłat licencyjnych. Zarówno licencjodawca, jak i licencjobiorca mogą zostać skonfrontowani z nielojalną i oportunistyczną postawą partnera.

2. Rodzaje międzynarodowej współpracy w obszarze B+R podejmowanej przez małe i średnie przedsiębiorstwa

Types of international R&D collaboration by small and medium enterprises

Dążenie do utrzymywania pozycji konkurencyjnej w określonych obszarach otoczenia technologicznego w powiązaniu z ograniczonymi zasobami, powoduje wzrost liczby zawieranych międzynarodowych aliansów technologicznych zarówno wśród wielkich korporacji transnarodowych, jak i mniejszych firm. Współpraca w sferze B+R na szczeblu ponadnarodowym, oprócz oczywistych korzyści płynących z eksploracji nowych obszarów wiedzy oraz pobudzania radykalnych zmian technologicznych, posiada istotne przewagi nad pozostałymi formami internacjonalizacji. Zaangażowanie kapitałowe jest mniejsze, ryzyko prowadzenia działalności kształtuje się na relatywnie niskim poziomie a potencjalne niepowodzenie przedsięwzięcia lub problemy organizacyjne w ograniczonym zakresie wpływają na podstawowe funkcje i operacje przedsiębiorstwa. Niemniej, nieustrukturyzowany i trudny do skodyfikowania charakter innowacji, a także ryzyko związane z potencjalną utratą konkurencyjności na polu technologii powodują, że w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw partnerami współpracy w zakresie B+R najczęściej są rodzime jednostki.

Potencjalne korzyści wynikające ze współpracy mniejszych firm w ramach joint venture wiążą się z relatywnie wysokim potencjałem zwrotu, rozłożeniem ryzyka oraz kosztów stałych na wszystkich partnerów porozumienia, a także ze wzajemnym korzystaniem z zasobów i doświadczeń¹¹. Pomimo wielu potencjalnych korzyści, jakie niesie ze sobą współpraca w obrębie spółek joint venture, wiele z nich nie spełniało oczekiwań partnerów i zostało rozwiązanych. Zagrożeniami dla prawidłowego funkcjonowania spółek joint venture są restrykcyjne regulacje antytrustowe niektórych państw, ewentualne konflikty między uczestnikami tego typu porozumień, konieczność angażowania znacznych zasobów za

¹¹ P. Pietrasieński, *Międzynarodowe strategie marketingowe*, PWE, Warszawa 2005, s. 38-39

granicą przy braku możliwości zapewnienia nad nimi pełnej kontroli, brak całkowitej autonomii podejmowanych decyzji oraz groźba utraty przewagi konkurencyjnej w wyniku braku strategicznej elastyczności¹². Firmy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw napotykają również na szereg barier związanych z doбором odpowiednich partnerów do spółek joint venture. Bariery te są wynikiem dysponowania ograniczonymi zasobami, co przekłada się na trudności w poszukiwaniu kooperantów. Liczba spółek joint venture tworzonych przez małe i średnie przedsiębiorstwa na poziomie ponadnarodowym w celu wspólnego realizowania prac B+R jest więc uzależniona od dostępu do różnorodnych zewnętrznych form wsparcia w poszukiwaniu partnerów.

D. Kirby oraz S. Kaiser uważają, że spółki joint venture stanowią dla mniejszych jednostek dogodny sposób przezwyciężenia tradycyjnych barier związanych z internacjonalizacją działalności, takich jak zapotrzebowanie na kapitał, czy konieczność posiadania doświadczenia w funkcjonowaniu na rynkach zagranicznych¹³. J. Hagedoorn podkreśla jednak, że koszty organizacyjne oraz ryzyko niepowodzenia joint venture są wysokie¹⁴. Powyższe dwa poglądy są więc względem siebie przeciwstawne. Pierwszy promuje spółki joint venture, jako formę organizacyjną, która umożliwia małym oraz średnim jednostkom gospodarczym przezwyciężenie barier związanych z posiadaniem ograniczonych zasobów. Drugi sugeruje natomiast, że wysokie koszty organizacyjne towarzyszące tworzeniu oraz kooperowaniu w ramach spółek joint venture przekładają się na problemy z finansowaniem tego typu współpracy. Przyczyną zróżnicowania poglądów jest prawdopodobnie odmienny sposób klasyfikacji spółek joint venture pod kątem form organizacyjno-prawnych. D. Kirby oraz S. Kaiser porównują joint venture do spółek całkowicie zależnych lub spółek dominujących, natomiast J. Hagedoorn odnosi je do bardziej elastycznych porozumień bezudziałowych. Powyższe interpretacje sugerują więc, że spółki joint venture stanowią bardziej korzystną formę organizacyjną dla małych i średnich przedsiębiorstw dysponujących ograniczonymi zasobami niż spółki zależne, lecz mniej efektywną niż alianse bezudziałowe.

W sektorze małych i średnich przedsiębiorstw korzystniejsza jest współpraca w ramach porozumień bezudziałowych. Za tego typu formą aliansów przemawiają dwie zasadnicze przesłanki. Po pierwsze, porozumienia bezudziałowe stwarzają mniejszym firmom większe szanse na ochronę specyficznych umiejętności oraz redukcję zagrożeń związanych z poszukiwaniem strategicznego partnera. Małe i średnie przedsiębiorstwa powinny wykazywać się szczególną ostrożnością w doborze partnerów ze względu na dotkliwiej odczuwalne skutki ewentualnego niepowodze-

¹² K.R. Harrigan, *Joint Ventures, Alliances, and Corporate Strategy*, Beard Books, 2003, s. 36

¹³ D. Kirby, S. Kaiser, *Joint Ventures as an Internationalisation Strategy for SMEs*, Small Business Economics, 2003, Vol. 21 No 3, s. 235

¹⁴ Hagedoorn J., *Inter-firm R&D partnerships – an overview of major trends and patterns since 1960*, Ecis – Eindhoven Centre for Innovation Studies, 2001, s. 3

nia przedsięwzięcia w porównaniu do korporacji transnarodowych. Im większy jest stopień współzależności między mniejszymi jednostkami gospodarczymi a kooperantami, tym bardziej narażone są one na ryzyko utraty kluczowych kompetencji oraz ryzyko osłabienia pozycji konkurencyjnej na rynku międzynarodowym ze względu na niewłaściwy dobór partnera.

Kooperacja na poziomie klient-dostawca jest podejmowana przez firmy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw przede wszystkim w celu przezwyciężania barier wynikających z potencjału tych jednostek oraz umacniania pozycji konkurencyjnej na określonych rynkach. Współpraca w ramach sieci klient-dostawca między mniejszymi przedsiębiorstwami pozwala im specjalizować się na rdzeniu prowadzonej działalności. Zaletą tego typu sieci jest wysoka elastyczność ze względu na bogactwo form, jakie mogą przybierać, począwszy od zdecentralizowanych oraz nieformalnych powiązań między dwiema jednostkami do bardziej scentralizowanych, horyzontalnych organizacji. Współpraca horyzontalna w sferze B+R z firmami o podobnym potencjale pozwala jednostkom z sektora małych i średnich przedsiębiorstw na odniesienie korzyści z ekonomii skali produkcji oraz zwiększa zdolność do zaspokajania potrzeb szerokiego spektrum klientów. Co więcej, stymulowana jest wymiana wiedzy między kooperantami oraz procesy wzajemnego uczenia się. W konsekwencji liczba porozumień horyzontalnych w sferze B+R ustawicznie rośnie. Istotnym aspektem współpracy na poziomie klient-dostawca jest w większości przypadków ich lokalny charakter. Podkreślić należy, że kooperacja na szczeblu lokalnym stanowi kluczową rolę w umacnianiu pozycji konkurencyjnej i wzroście atrakcyjności mniejszych przedsiębiorstw w kontekście ich internacjonalizacji.

Porozumienia na poziomie klient-dostawca stanowią strukturę organizacyjno-prawną, która upraszcza poszukiwanie potencjalnych partnerów strategicznych oraz stymuluje nawiązywanie innych form współpracy. Co więcej, porozumienia typu *co-markership*, które bazują na kontaktach wykorzystujących globalne sieci informatyczne posiadają istotne praktyczne zastosowanie dla małych i średnich przedsiębiorstw. Nie tylko ułatwiają funkcjonowanie tego typu jednostkom, ale także redukują koszty poszukiwania zagranicznych kooperantów oraz poprawiają „widoczność” mniejszych firm na rynku międzynarodowym. Wiele organizacji biznesowych, takich jak izby handlowe, oferują usługi poszukiwania partnerów biznesowych drogą on-line. Przykładowo, Światowa Organizacja ds. Małych i Średnich Przedsiębiorstw (WASME) ułatwia mniejszym firmom włączanie się w sieci globalnej współpracy w sferze B+R poprzez Centrum Promocji Wymiany Technologii i Handlu (TPX). Centrum świadczy usługi poszukiwania partnerów biznesowych w ramach internetowej bazy międzynarodowych sieci współpracujących jednostek.

W otoczeniu międzynarodowym na sile przybiera trend polegający na przekazywaniu przez korporacje transnarodowe określonych funkcji zewnętrznym podmio-

tom oraz korzystaniu z podwykonawstwa. Tendencja ta stanowi szansę wielu firm z sektora małych i średnich przedsiębiorstw pełnienia funkcji wyspecjalizowanych dostawców dla dużych firm wielonarodowych, które zlecają im część niezbędnych dla funkcjonowania kompetencji technologicznych. W tym kontekście współpraca w sferze B+R przybiera formę outsourcingu¹⁵. Funkcje związane z opracowywaniem innowacji mogą być przekazywane tym spośród mniejszych jednostek, które wypracowały unikatowe technologie, niszowe produkty lub specyficzne umiejętności. Poprzez porozumienia typu klient-dostawca mniejsze przedsiębiorstwa mają możliwość ulepszenia produktów i procesu wytwórczego oraz wzajemnego uczenia się i wymiany doświadczeń. Outsourcing w sferze B+R jest jednak podejmowany jedynie wówczas, kiedy jest to rozwiązanie efektywne kosztowo oraz nie zagraża pozycji konkurencyjnej firmy na rynku międzynarodowym. Niemniej, coraz większą rolę odgrywa zgodność ze standardami jakości. Korporacje transnarodowe poszukują mniejszych dostawców, którzy są w stanie sprostać ściśle określonym wytycznym w zakresie kosztów, jakości oraz warunków dostaw¹⁶. Jako, że upadłość pojedynczego dostawcy może zagrozić pozycji konkurencyjnej i reputacji klienta, wiele korporacji transnarodowych zobowiązuje swoich dostawców do ustawicznej implementacji ulepszeń w standardach jakości. W wielu przypadkach proces ten prowadzi do rozwoju specyficznych i unikatowych umiejętności dostawców, co skutkuje przekształceniem współpracy na poziomie klient-dostawca z jednostronnego podwykonawstwa w obustronne partnerstwo oparte na wzajemnym uczeniu się kooperantów.

Część korporacji transnarodowych opracowało programy dla dostawców skierowane do małych firm cechujących się wysokim potencjałem. Przykładem jest koncern TRW funkcjonujący w branży samochodowej, lotniczej i kosmicznej, który posiada program skierowany do małego biznesu. Celem stworzonego programu jest pomoc potencjalnym partnerom w osiąganiu określonych standardów jakości oraz przyłączaniu się do globalnych sieci dostawców¹⁷. Trend polegający na pełnieniu przez mniejsze jednostki funkcji wyspecjalizowanych dostawców dla korporacji transnarodowych charakterystyczny jest przede wszystkim w branży samochodowej oraz elektronicznej¹⁸.

¹⁵ R. Narula, *R&D Collaboration by SMEs in ICT industries: opportunities and limitations in the face of globalisation*, MERIT – Infonomics Research Memorandum Series, 2001, No 2001-012, s. 3-4

¹⁶ *World Investment Report 2000. Cross-border Mergers and Acquisitions and Development*, United Nations, New York and Geneva, 2000, s. 101

¹⁷ OECD, *Small and Medium Enterprise Outlook*, OECD, Paris, 2002, s. 70

¹⁸ OECD, *Facilitating SMEs Access to International Markets*, OECD, Paris, 2004, s. 12

Tabela 1. Przykłady wyspecjalizowanych dostawców z sektora małych i średnich przedsiębiorstw
 Table 1. Examples of small and medium international specialists

Małe i średnie firmy specjalistyczne	Specjalizacja
CFM Technologies	Trawiarki chipów komputerowych
Lionville Systems	Specjalistyczne pojemniki do dystrybucji leków
Empire Abrasives Equipment	Przemysłowe narzędzia ściągające
Trans/Air manufacturing	Klimatyzacja do autobusów
Somat	Systemy utylizacji odpadów
Delmont Labs	Szczepionki dla psów
Laser Communications	Transmisja danych za pomocą wiązki laserowej
Pringle Manufacturing Company	Przełączniki wysokiego napięcia

Źródło: OECD Small and Medium Enterprise Outlook, OECD, Paris, 2002

Jedno- i dwukierunkowe przepływy technologii stanowią dogodną formę organizacyjno-prawną w przypadku przyswajania technologii z otoczenia zewnętrznego przedsiębiorstwa. Przejmowanie technologii z rynku jest powszechnym typem porozumienia, gdy technologia związana z wytwarzaniem produktu jest usystematyzowana oraz znormalizowana, natomiast sam proces naukowo-badawczy i rozwojowy tej technologii nie jest dostępny na rynku. Firmy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw podejmując współpracę z partnerami zagranicznymi w sferze B+R wykazują się dalece posuniętą ostrożnością oraz podejmują zróżnicowane działania chroniące przed potencjalną utratą kompetencji technologicznych. Menedżer jednej z firm przyznaje, że w ramach współpracy z zagranicznymi kooperantami technologia jest udostępniana w stopniu gwarantującym, że poprzez jej wykorzystanie nie staną się oni konkurentami. Partnerzy otrzymują specyfikacje technologii wytwarzania jedynie określonego komponentu produktu, a firma kontroluje, żeby żaden z kooperantów nie był odpowiedzialny za produkcję więcej niż jednego elementu¹⁹.

Małe i średnie przedsiębiorstwa z branży zaawansowanych technologicznie odnotowują istotny przyrost kapitału z tytułu jedno- i dwukierunkowych przepływów technologii. Transfer technologii oraz udzielanie licencji na wykorzystanie posiadanej technologii wytwarzania produktu stanowi efektywną strategię pozyskiwania przez mniejsze firmy funduszy na dalsze prace naukowo-badawcze oraz rozwój innowacji. Wiele małych przedsiębiorstw z branży biotechnologicznej oraz informatycznej finansuje działalność B+R z opłat za udostępnianie praw autorskich dotyczących rozwiązań technologicznych koncernom międzynarodowym. Z kolei mniejsze przedsiębiorstwa z sektora finansów i telekomunikacji zachęcają korporacje transnarodowe do współpracy poprzez oferowanie dostępu do posiadanej bazy klientów oraz wniesionej wiedzy o lokalnym rynku.

¹⁹ R. Narula, *R&D Collaboration by SMEs in ICT industries...*, s. 7

Zakończenie

Conclusion

Międzynarodowa kooperacja w zakresie B+R charakteryzuje się bogactwem form, które w odmienny sposób oddziałują na strukturę rynku oraz partnerów porozumienia. Czynniki warunkującymi korzyści płynące z różnego rodzaju porozumień są podobieństwo partnerów w zakresie zdolności technologicznych oraz ekonomicznej wydajności, a także komplementarne interesy partnerów. Podkreślić należy, że w przypadku każdej z opisanych międzynarodowych form kooperacji w sferze B+R, wyłączając jedno- i dwustronne przepływy technologii, jednym z partnerów mogą kierować ukryte zamiary przejęcia opracowanej innowacji lub partnera. Każde porozumienie o współpracy posiada indywidualny charakter, niemniej w większości przypadków jeden z partnerów posiada przewagę w kontekście dyskrecyjnej siły decyzyjnej w ramach zawartego sojuszu.

Formy organizacyjno-prawne międzynarodowej współpracy w sferze B+R podejmowanej przez firmy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw cechuje duże zróżnicowanie. Mniejsze jednostki gospodarcze częściej angażują się jednak w porozumienia bezudziałowe, takie jak kontrakty B+R, kontrakty dotyczące wspólnej produkcji, czy licencjonowanie krzyżowe, niż w spółki joint venture i inne spółki kapitałowe. Porozumienia udziałowe wymagają posiadania odpowiedniego potencjału umożliwiającego pozyskanie optymalnego partnera, stąd dla małych spółek, dysponujących ograniczonymi zasobami stanowią ryzykowną formę współpracy. Porozumienia bezudziałowe ograniczają ryzyko niepowodzenia przedsięwzięcia w efekcie nieodpowiedniego doboru partnera. Co więcej, ułatwiają małym i średnim przedsiębiorstwom dostęp do strategicznych zasobów oraz wiedzy, a także umacnianie pozycji konkurencyjnej w zajmowanych niszach rynkowych. Niemniej, mniejsze przedsiębiorstwa muszą kierować się większą ostrożnością w doborze partnerów, niż korporacje transnarodowe. Małe i średnie firmy dotkliwiej odczuwają wszelkie porażki ze względu na ograniczony kapitał, jakim dysponują. Dodatkowo, współpraca, zwłaszcza z koncernami międzynarodowymi może prowadzić do utraty kompetencji technologicznych mniejszych kooperantów.

Literatura

Bibliography

- Archibugi D., Iammarino S., *The policy implications of the globalisation of innovation*, Research Policy, 1999, Vol. 28.
- Hagedoorn J., *Inter-firm R&D partnerships – an overview of major trends and patterns since 1960*, Ecis – Eindhoven Centre for Innovation Studies, 2001.
- Hagedoorn J., *Organizational modes of inter-firm cooperation and technology transfer*, Technovation, Elsevier Science Publishers Ltd, 1990, Vol. 10, No. 1.
- Harrigan K.R., *Joint Ventures, Alliances, and Corporate Strategy*, Beard Books, 2003.
- Hucik-Gaicka S., *Walka konkurencyjna przedsiębiorstw poprzez alianse strategiczne, fuzje i przejęcia*, www.inwestycje.pl, dostęp 04.05. 2009.
- Jeziński A., *Rola technik informacyjno-komunikacyjnych w biznesie*, cz. I, www.portalnarzedzi.pl
- Kirby D., Kaiser S., *Joint Ventures as an Internationalisation Strategy for SMEs*, Small Business Economics, 2003, Vol. 21 No 3.
- Lundin P., Frinking E., Wagner C., *International Collaboration in R&D. Structure and dynamics of the private sector actors*, Gaia Group Oy, RAND Europe, 2004.
- Narula R., *Globalisation and Trends in International R&D Alliances*, MERIT-Infonomics Research Memorandum 2003-001, Maastricht Economic Research Institute on Innovation and Technology, 2003.
- Narula R., Hagedoorn J., *Innovating through strategic alliances: moving towards international partnerships and contractual agreements*, STEP Group, 1998, No R-05.
- Narula R., *R&D Collaboration by SMEs in ICT industries: opportunities and limitations in the face of globalisation*, MERIT – Infonomics Research Memorandum Series, 2001, No 2001-012.
- OECD, *Facilitating SMEs Access to International Markets*, OECD, 2004.
- OECD, *Small and Medium Enterprise Outlook*, OECD, Paris 2002.
- Pietrasieński P., *Międzynarodowe strategie marketingowe*, PWE, Warszawa 2005.
- UNIDO, *Negocjacje w Transferze Technologii. Podręcznik Szkoleniowy*, Unido Publication, Warszawa 2004.
- World Investment Report 2000. Cross-border Mergers and Acquisitions and Development*, United Nations, New York and Geneva 2000.

Organizacyjno-prawne formy zaangażowania małych i średnich przedsiębiorstw w międzynarodową współpracę w sferze badawczo-rozwojowej

Streszczenie

Procesy globalizacji warunkują sposoby podejmowania działalności B+R przez małe i średnie przedsiębiorstwa. Modele współpracy firm w zakresie B+R, uwzględniające zróżnicowany stopień wewnątrzorganizacyjnych relacji, charakteryzują się dużą różnorodnością. Kooperacja przedsiębiorstw w sferze B+R obejmuje szeroki wachlarz form, począwszy od wymiany informacji ad-hoc, a skończywszy na spółkach joint venture skupiających partnerów z różnych gospodarek narodowych. Firmy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw częściej angażują się w porozumienia bezudziałowe, takie jak wspólne projekty B+R, kooperacja na poziomie klient-dostawca, czy licencjonowanie krzyżowe, niż w porozumienia udziałowe, takie, jak joint venture. Porozumienia do selekcji odpowiednich kooperantów, co dla mniejszych przedsiębiorstw dysponujących ograniczonymi środkami i pozbawionych zewnętrznych form wsparcia w poszukiwaniu partnerów stanowi barierę podejmowania tego typu współpracy.

Forms of international R&D collaboration by small and medium enterprises

Summary

Globalisation has influenced the way small and medium enterprises undertake R&D activities. There are various ways in which companies can collaborate, reflecting different degrees of inter-organisational interdependency. It applies to various activities ranging from ad-hoc information exchange to joint ventures crossing different countries. However, smaller enterprises most enter into non-equity types of agreements (such as joint R&D agreements, customer-supplier relations or cross-licensing) rather than equity agreements such as joint ventures. Equity agreements put a relevant stress on the limited resources of small and medium firms to select the right partner and potentially open up the strategic assets or knowledge that smaller companies might possess. Without assistance or protection, smaller companies might prefer non-equity agreements.

ALEKSANDRA STADNIK

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu

Zjawisko migracji powrotnych w aspekcie wyzwań społeczno-ekonomicznych – wybrane problemy

The phenomenon of the return migration in the aspect of socioeconomical challenges – chosen problems

Wstęp

Introduction

Migracje powrotne i sytuacja powracających migrantów (reemigrantów) to złożony, dynamiczny i stanowiący wyzwanie aspekt migracji. Zjawisko to implikuje konsekwencje dla krajów pochodzenia migrantów, dla krajów, które były ich miejscami przeznaczenia, a także dla nich samych. Powroty dotyczą różnych grup migrantów – pracowników zarobkowych, których decyzje o wyjeździe wynikają głównie z motywów ekonomicznych, a powroty są związane często z poprawą warunków gospodarczych w ojczyźnie, a także innych, w tym nielegalnych migrantów, których powroty do ojczyzny odbywają się w ramach wydalenia lub deportacji.

Analizując zjawisko powrotów migrantów większość uwagi poświęca się znaczeniu powrotów pracowników, w tym osób wysoko wykwalifikowanych, głównie ze względu na posiadane przez nich zasoby umiejętności i doświadczenia (szeroko komentowane są powroty Polaków z Wysp Brytyjskich i ich skala, odnotowuje się też wielkie powroty w innych częściach świata – np. obywateli Filipin¹). Ze względu na wagę zjawiska migracji powrotnych, a także prognozy, co do „wielkich” powrotów Polaków i ich skutków, istotnym wydaje się jego przybliżenie, w szczególności determinantów powrotów, ich skutków, jak również wyzwań dla polityki migracyjnej państwa.

Należy podkreślić, iż analiza zagadnienia migracji powrotnych napotyka na wiele barier, wynikających w głównej mierze z problemów pomiaru rzeczywistych jej rozmiarów oraz oceny skuteczności podejmowanych przez państwa instrumentów wspierania tych migracji, (zakłada się, iż są to narzędzia, które winny znaleźć się wśród działań realizowanych w ramach polityk migracyjnych państw). Często nie

¹ za „Return Migration. Challenges and Opportunities” www.iom.int 06.03.2009 r.

przywiązuje się do tego typu działań właściwej uwagi, a niejednokrotnie jest to efekt braku świadomości szans i korzyści, jakie mogą te powroty generować.

Międzynarodowe przepływy ludności i migracje powrotne ***International flows of the population and the return migration***

Obserwacja międzynarodowych przepływów ludności wzbudza niejednokrotnie wiele kontrowersji, przede wszystkim w aspekcie analizy ich kosztów i korzyści, które nie rozkładając się równomiernie na kraje, przyczyniać się mogą do pogłębiania istniejących nierówności między krajami rozwiniętymi i rozwijającymi się (np. konsekwencje zjawiska drenażu mózgów). Niepodważalnym pozostaje fakt nieuchronności międzynarodowych migracji. Podczas gdy na początku lat 70-tych około 2% ludności świata żyło w krajach innych, niż jej kraj urodzenia,² szacunki z roku 2005 wskazują już na poziom 3%; obecnie mówi się o ponad 200 milionach migrantów, jest to liczba osób, która mogłaby stworzyć piątą, co do wielkości kraj świata pod względem liczby zaludnienia.³ Podkreśla się jednocześnie, iż tempo wzrostu liczby migrantów przewyższyło tempo wzrostu liczby ludności w tym okresie (wzrostowi liczby ludności świata z prawie 3,7 mld w 1970 r. do prawie 6,5 mld w 2005 r. towarzyszył wzrost liczby migrantów z 81 milionów do 190 milionów).⁴ Wobec więc nieuchronności międzynarodowych migracji należy zwrócić uwagę na minimalizację ich negatywnych skutków oraz maksymalizację ich pozytywnych konsekwencji, sprzyjając rozwojowi społecznemu i ekonomicznemu.

Emigracja to odpowiedź i jednocześnie przejaw globalizacji. Coraz częściej utożsamiana jest ze zwykłą życiową aktywnością, z szansą na zrealizowanie planów, aspiracji, bywa też warunkiem niezbędnym rozwoju zawodowego. Analizując przepływy migracyjne z punktu widzenia czasu i częstotliwości wyjazdów wskazuje się szczególnie na implikacje migracji niepełnych (zwykle podejmowanych indywidualnie, związanych z zatrudnieniem – nie zawsze legalnym, za pośrednictwem członków rodziny bądź znajomych) o charakterze okresowym oraz sezonowym.⁵ Zauważa się bowiem, iż w przeciwieństwie do migracji okresowych, migracje sezonowe mogą być źródłem niekorzystnego położenia emigranta, wynikającego z poczucia braku stabilności zatrudnienia, a co za tym idzie także braku ciągłego, pewnego dochodu. To z kolei często związane jest z narastaniem frustracji i niezadowolenia z sytuacji panującej w kraju pochodzenia, przejawiającej się chociażby w ciągłym

² C. Amuedo-Dorantes, S. Pozo, C. Vargas-Silva, *Remittances and the Macroeconomy: The Case of Small Island Developing States*, WIDER Research Paper 2007/22, UNU-WIDER, Helsinki 2007, s. 2

³ World Migration 2008: Managing Labour Mobility in the Evolving Global Economy, IOM Geneva, 2008, s. 2

⁴ za: World Migrant Stock: The 2005 Revision; Population Database; <http://esa.un.org/migration/p2k0data.asp> z dnia 06.04.2009r.

⁵ E. Kozdrowicz: *Psychopedagogiczne skutki rozłąki migracyjnej*, w: *Szkoła wobec mobilności zawodowej rodziców i opiekunów*, za: www.cmppp.edu.pl z dnia 05.04.2009 r.

porównywaniu możliwości zawodowych w kraju macierzystym i kraju przeznaczenia, co niejednokrotnie prowadzi do przyjęcia postawy pasywnej na macierzystym rynku pracy, a tym samym do zwiększenia poziomu bezrobocia w kraju (pozorny „eksport bezrobocia”). Pozytywny aspekt migracji okresowych wynika z możliwości zdobywania doświadczeń, podniesienia kwalifikacji, poznania języka, kultury i zwyczajów kraju przeznaczenia. Ponadto, ze względu na określenie przybliżonego czasu pobytu zagranicą, można mówić o względnie stałym dochodzie uzyskiwanym przez emigranta, który dodatkowo powracając do kraju macierzystego staje się źródłem umiejętności i wiedzy zdobytej zagranicą, która może być w skuteczny i efektywny sposób wykorzystana w kraju pochodzenia emigranta.⁶

Dlatego też migracje powrotne stanowią jeden z najważniejszych aspektów międzynarodowych przepływów ludności. Szacuje się, iż dwóch emigrantów na pięciu opuszcza kraj goszczący w ciągu pięciu lat od przybycia do niego. Po upływie 5 lat zwykle tempo powrotów spada, natomiast większość powrotów odbywa się w ciągu pierwszych 3 lat.⁷ Problematyka migracji powrotnych obejmuje szerokie spektrum zagadnień. Stara się odpowiedzieć na szereg pytań, m.in. o zakres i charakter migracji powrotnych. Interesująca wydaje się ponadto kwestia czynników wpływających na podejmowanie decyzji o pozostaniu w kraju goszczącym, bądź też o powrocie do kraju macierzystego. Ze względu na implikacje tych dwukierunkowych ruchów migracyjnych dla krajów ojczystych, w szczególności na ich rozwój gospodarczy, istotne wyzwania stoją przed politykami migracyjnymi państw, szczególnie w zakresie zarządzania migracjami.

Znaczenie czynników sprzyjających i konsekwencji migracji powrotnych

The meaning of the favourable factors and consequences of the return migration

Plany migracyjne zdeterminowane są wielością różnorodnych czynników. Wśród nich najistotniejsze wydają się być te związane z celami osobistymi potencjalnego emigranta, planami rodzinnymi oraz sytuacją, jaka panuje w kraju macierzystym. Wobec powyższego, mając na uwadze potencjał, jakiego źródłem mogą być migranci powrotni ze swymi zdolnościami, wiedzą i doświadczeniem zdobytym zagranicą, należy podejmować działania sprzyjające wykorzystaniu tych szans. Promocji transferu technologii, umiejętności służy zaangażowanie społeczności emigranckich, wzmacnianie więzów z krajem ojczystym, co dodatkowo służyć może łatwiejszej reintegracji po ich powrocie. W sprzyjających warunkach zatem

⁶ I. Grabowska-Lusińska: *Migracja – szansa czy zagrożenie. Tło historyczne i społeczne*, w: *Migracje. Szansa czy zagrożenie?*, Polskie Forum Obywatelskie, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2005, s. 26

⁷ *International Migration Outlook: SOPEMI 2008 Edition*, OECD Paris, 2008, s. 202

migracje powrotne bezsprzecznie wspierać mogą proces rozwoju społeczno-ekonomicznego kraju pochodzenia emigrantów.

Podejmowanie przez emigranta decyzji o powrocie do kraju pochodzenia to efekt oddziaływania szeregu czynników ekonomicznych (uznawanych za najistotniejszy impuls generujący przepływy migracyjne), politycznych, społecznych, tak o charakterze pozytywnym, jak i negatywnym.⁸ Zaznaczyć należy, iż motywacje w tym zakresie mogą różnić się w zależności od specyfiki kraju pochodzenia oraz indywidualnych doświadczeń migrantów na rynku pracy. W szczególności zwraca się uwagę na poprawę warunków ekonomicznych i społecznych w kraju macierzystym. Niejednokrotnie bowiem to niesatysfakcjonujące pod względem poziomu rozwoju gospodarczego warunki panujące w kraju macierzystym stają się impulsem decydującym o opuszczeniu kraju pochodzenia (jeden z tzw. push factors) i poszukiwaniu miejsca bardziej odpowiadającego ekonomicznie, społecznie czy zawodowo (wyższe zarobki, korzystniejsze warunki pracy, możliwości rozwoju zawodowego).⁹

Jednocześnie należy wskazać, iż indywidualna decyzja o powrocie podyktowana może być zakończeniem współpracy z pracodawcą zagranicznym – na skutek wykonania kontraktu, nie przedłużenia umowy o dalszej współpracy (jako efekt braku zainteresowania ze strony pracodawcy lub pracownika), czy też niechęcią do pozostania zagranicą, wynikającą np. z doświadczenia aktów dyskryminacji ze względu na pochodzenie.¹⁰ Emigrant może zdecydować się na powrót po zebraniu wystarczających funduszy¹¹, które zapewnią jemu i jego bliskim pożądany standard życia w kraju macierzystym, bądź też ze względu na specyficzną sytuację rodzinną (np. choroba). Skłonnością do powrotu będzie z pewnością wykazywał się emigrant, który nielegalnie przebywa zagranicą, bądź też ma problemy z legalizacją zatrudnienia.¹²

Obserwacja migracji powrotnych wskazuje także na inne determinanty powrotów. Zauważa się bowiem znaczenie poczucia sukcesu bądź porażki w realizacji

⁸ Interesujące podejście do determinantów migracji powrotnych prezentuje Międzynarodowa Organizacja Pracy na przykładzie porównując emigrantów (na przykładzie studentów chińskich) do żółwi, które ostatecznie zawsze powracają na plażę, na której się urodziły, więcej: *Towards A Fair Deal For Migrant, Workers In The Global Economy Sixth Item On The Agenda*, International Labour Office, Geneva 2004, s. 26

⁹ przykładem potwierdzającym istotność tego czynnika jest sytuacji Włoch, Irlandii i Hiszpanii końca XX wieku, rzadko bowiem masowe powroty na dużą skalę zdarzają się w warunkach braku poprawy i zdecydowanego wzrostu atrakcyjności kraju pochodzenia dla emigrantów; więcej: M. Duszczyk: *Doświadczenia wybranych państw członkowskich Unii Europejskiej w zakresie migracji powrotnych*, Prace Migracyjne Nr 21/79, CMR Working Papers, Warszawa 2007, s. 2-9;

¹⁰ *Towards a fair deal for migrant workers in the global economy*, Sixth Item On The Agenda, International Labour Office, Geneva 2004, s. 26-27

¹¹ emigranta takiego określa się mianem „chomika” – wyjeżdża on, aby zarobić na określony cel, wraca po zgromadzeniu określonej kwoty; więcej: K. Pankowski: *Emigrować i wracać*, Analiza treści dyskusji internetowych na temat najnowszej fali emigracji z Polski, ISP Warszawa, 2006, s. 13-14

¹² M. Duszczyk: *Doświadczenia wybranych państw członkowskich Unii Europejskiej w zakresie migracji powrotnych*, wyd. cyt. s. 11

założonego celu wyjazdu. Badania przeprowadzone wśród emigrantów duńskich pokazały, iż prawdopodobieństwo powrotu rosło wśród tych, którzy nie odnieśli zawodowych ani osobistych sukcesów zagranicą, co często było związane albo problemami ze znalezieniem pracy, albo z podejmowaniem pracy w zawodach nie odpowiadających ich kwalifikacjom.¹³ Podobnie Włosi, którzy nie odczuwali satysfakcji ze zrealizowania swych celów emigracyjnych, bardzo szybko decydowali się na powrót. W tym przypadku czynnikiem przesądzającym jest często nierealistyczne wyobrażenie o warunkach życia, pracy i wysokości płac w krajach przyjmujących. Na uwagę zasługuje także znaczenie znajomości języka kraju przyjmującego, brak wystarczającej znajomości staje się naturalnym determinantem powrotu. Badania Banku Światowego wskazują także na zależność powrotu od poziomu wykształcenia emigranta, którego decyzje o powrocie do kraju pochodzenia związane są ze zdobyciem pożądanego doświadczenia, podniesieniem kwalifikacji, co nie było by możliwe do w kraju macierzystym, a co jest nieodzownym elementem dalszej kariery i rozwoju zawodowego.¹⁴

Należy zwrócić uwagę na fakt, iż niejednokrotnie trudno jest emigrantowi sprecyzować czy i kiedy ma zamiar powrócić do kraju ojczystego. Z jednej strony bowiem deklaracje powrotu składane zaraz po przyjeździe do kraju goszczącego niekoniecznie muszą znaleźć potwierdzenie, z drugiej strony osoby decydujące się na wyjazd na stałe niejednokrotnie zmieniają swe decyzje i po kilku latach pobytu decydują się na powrót (np. badania przeprowadzone w Niemczech na danych z lat 1984-2003 pokazały, iż 60% Włochów, którzy powrócili z Niemiec początkowo nie zakładało powrotu z emigracji).¹⁵

Czynniki wpływające na podjęcie decyzji o powrocie do kraju pochodzenia są związane także z problematyką łączenia rodzin, planami osób, które zakończyły aktywność zawodową oraz zagadnieniem kolejnych generacji emigrantów oraz ich intencji w zakresie wyjazdu do kraju przodków.¹⁶

Obserwacja tendencji w zakresie łączenia rodzin pozwala przewidzieć zamiary migrantów, a tym samym często i całych grup narodowościowych. Obecność innych członków rodziny oraz podejmowanie przez nich zatrudnienia lub nauki może być sygnałem, iż kraj goszczący traktowany jest nie tylko, jako miejsce zarobku, ale także jest brany pod uwagę, jako kraj, z którym imigrant chce się związać na dłużej, bądź na stałe. Wobec powyższego można z pewnym przybliżeniem przewidzieć ich skłonność do migracji powrotnych. Państwa zatem, obserwując te tendencje, jak

¹³ K.F. Zimmermann: *Migration and its impact on the labour market and education*, Centre for Economic Policy Research, Briefing Paper nr 38, Londyn 2002, s. 3

¹⁴ A. Mansoor, B. Quillin: *Migration and Remittances. Eastern Europe and the Former Soviet Union*, The World Bank, Washington 2006, s.89

¹⁵ więcej: J.Adda, Ch. Dustmann, J. Mestres J.: *A Dynamic model of return migration*, University College London and CreAM, Londyn 2006 s. 8-9

¹⁶ M. Duszczyk: *Doświadczenia wybranych państw członkowskich Unii Europejskiej w zakresie migracji powrotnych*, wyd. cyt. s 12

również monitorując ustawodawstwa krajowe w zakresie zasad łączenia rodzin powinny uwzględnić je w przygotowywanych narzędziach realizacji pożądaných celów w ramach polityk migracyjnych.

Wśród migrantów powrotnych istotną grupę stanowią osoby, które zakończyły aktywność zawodową (emeryci, renciści). Jeśli cel pobytu zagranicą tych osób był przede wszystkim zawodowy, to istnieje duże prawdopodobieństwo ich powrotu, szczególnie, gdy dysponują oni znacznymi środkami finansowymi (które mogą zostać przez nich zainwestowane, bądź też skonsumowane w kraju macierzystym). Ponadto należy zwrócić uwagę na możliwość wzrostu zapotrzebowania na rynku macierzystym w związku z tym na produkty i usługi skierowane do tej grupy odbiorców – osób w podeszłym wieku (np. usługi geriatryczne, opieka medyczna itp.)¹⁷

Znaczące miejsce wśród powracających stanowi druga generacja emigrantów. W rodzinach kultywujących tradycje, zwyczaje czy język kraju pochodzenia, dzieci emigrantów często decydują się na studia w krajach pochodzenia przodków, uznając je za miejsca bardziej atrakcyjne niż dotychczasowy kraj osiedlenia.¹⁸ Istotne miejsce mogą tu zajmować motywy ideologiczne, szczególnie widoczne w warunkach przemian polityczno-ekonomicznych krajów macierzystych. Ilustracją są tu postawy Polaków w Wielkiej Brytanii, którzy wykazywali się dużym zaangażowaniem w sprawę Polski w dobie przemian końca XX wieku, co niejednokrotnie, wraz z bodźcami ekonomicznymi, sprzyjało podjęciu decyzji o powrocie do ojczyzny.¹⁹ Nie dotyczy to oczywiście wszystkich emigrantów, dla niektórych bowiem barierą staje się konieczność przerwania kariery zawodowej (i być może rozpoczęcia jej „od zera”) czy też edukacji. Naturalnym jest, iż odnoszący sukces zagranicą chcą go przedłużyć. Z drugiej jednak strony opory przed powrotem mogą mieć osoby, które mają poczucie porażki. Ich wahanie jest związane z obawami przed koniecznością zmierzenia się z pytaniami najbliższych o powody niepowodzenia.

Kluczowe miejsce wśród emigrantów powrotnych zajmują wysoko wykwalifikowani, głównie ze względu na znaczenie ich wiedzy, umiejętności dla rozwoju ekonomicznego, społecznego i politycznego kraju. Wobec powyższego istotne są zabiegi władz kraju macierzystego o stworzenie korzystnych warunków, atrakcyjnych i odpowiadających aspiracjom tej grupy. Jak się bowiem okazuje rozzaczarowanie sytuacją w ojczyźnie może skłonić emigranta do powrotu do kraju goszczącego.²⁰

¹⁷ Tamże

¹⁸ Tamże

¹⁹ szczególnie, jeśli o zachowanie polskości zabiegali u swoich potomków rodzice, więcej: A. Górny, D. Osipovič: *Return migration of second generation British Poles*, Prace Migracyjne Nr 6/64, CMR Working Papers, Warszawa 2006, s. 48-50

²⁰ więcej: B. Klagge, K. Klein-Hitpaß: *High-skilled return migration and knowledge-based economic development in regional perspective. Conceptual considerations and the example of Poland*, Prace Migracyjne Nr 19/77, CMR Working Papers, Warszawa 2007, s. 7-10

Należy podkreślić, iż indywidualna decyzja o powrocie podejmowana przez emigranta może być podyktowana analizą kosztów i korzyści potencjalnego wyjazdu, ale należy pamiętać, iż może też być efektem zaistnienia nieprzewidywalnych okoliczności (np. sprawy rodzinne). Mniejszą skłonnością do powrotów będą się wykazywać osoby, które odczuwają satysfakcję z pobytu zagranicą, która może być efektem możliwości korzystania z infrastruktury społecznej kraju przyjmującego, obecnością najbliższych czy dobrą znajomością języka. Jednocześnie tęsknota za najbliższymi pozostałymi w ojczyźnie, stylem życia, brak poczucia spełnienia, możliwości zrealizowanie aspiracji zawodowych, ale i sygnały o pozytywnych zmianach płynące z kraju pochodzenia czy świadomość szans, jakie daje możliwość wykorzystania – zainwestowania zgromadzonych środków finansowych czy spożytkowania wiedzy i doświadczenia nabytego zagranicą na pewno sprzyja migracjom powrotnym.²¹

Powroty emigrantów do krajów macierzystych implikują szereg następstw tak dla kraju ich pochodzenia, jak i dla siebie samych czy swojego najbliższego otoczenia, szczególnie jeśli mają miejsce po długiej nieobecności. Ważna jest bowiem świadomość zmian, którym podlega zarówno emigrant, jak i jego bliższe otoczenie, dalsze, czy kraj macierzysty.

Analizy wpływu konsekwencji migracji powrotnych na rozwój mogą być rozpatrywane w aspekcie finansowym, z punktu widzenia znaczenia kapitału ludzkiego i społecznego. Niejednokrotnie zdobyte przez powracających emigrantów umiejętności, wiedza i kompetencje mogą być źródłem sukcesu osobistego, społecznego, jak i ekonomicznego. Na ile może się on przełożyć na sukces kraju ojczystego zależy od tego, czy powrót ten ma charakter stały, czy też chwilowy oraz od stopnia, w jakim jest kraj ten w stanie „wchłonąć” te zasoby przez stworzenie optymalnych społeczno-ekonomicznych i instytucjonalnych warunków ich wykorzystania.²²

Konsekwencja przepływów migracyjnych związana jest z transferami pieniężnymi od emigrantów pracujących zagranicą (ang. remittances), które to środki mogą być przeznaczane przez pozostałych w ojczyźnie bliskich na konsumpcję bądź inwestycje. Ponadto powracający także przywożą ze sobą środki finansowe; w tym aspekcie analiza tego typu przepływów finansowych z punktu widzenia wpływu na wzrost i rozwój gospodarczy może mieć podobny charakter jak w przypadku remittances.²³

Źródłem korzyści dla gospodarki może być też chwilowa obecność wysoko wykwalifikowanych (jako efekt tzw. „cyrkulacji mózgów”, ang. „brain circulation”).

²¹ M. Duszczyk: *Doświadczenia wybranych państw członkowskich Unii Europejskiej w zakresie migracji powrotnych*, wyd. cyt. 13

²² za www.iom.int z 06.03.2009 r.

²³ wskazuje się, iż jest to wpływ niejednoznaczny, więcej: R. Chami R., A. Barajas, T. Cosimano, C. Fullenkamp, M. Gapen, P. Montiel: *Macroeconomic Consequences of Remittances*, *International Monetary Fund*, Occasional Paper No 259, Washington 2008.

Nawet krótkotrwałe pobyty wybitnych profesjonalistów, specjalistów różnych dziedzin, lekarzy, nauczycieli, inżynierów, w ramach wymian, okazyjnych wykładów, prelekcji czy konferencji mogą stać się impulsem dla rozwoju różnych sektorów.

Konsekwencje powrotów emigrantów po długim okresie nieobecności mogą być dość silnie odczuwane przez samego powracającego. Odmienne warunki, jakie może on zastać w miejscach, do których wraca generują często trudności w ponownym przystosowaniu się reemigranta, a tym samym mogą być czynnikiem frustracji. Sukces przystosowania się w dużej mierze uzależniony jest od stopnia utrzymywania kontaktu z najbliższymi w czasie pobytu zagranicą, trwała więź z krajem pochodzenia, nawet w przypadku niepowodzenia zawodowego czy osobistego zagranicą, minimalizuje negatywne odczucie porażki. Może ona bowiem w skrajnej postaci doprowadzić do izolacji, a trudności w znalezieniu zatrudnienia – do wypadnięcia z aktywnego życia – tak ról osobistych, jak i zawodowych.²⁴ Ta bezczynność generować może dla państwa koszty, związane np. z utrzymywania osób bezrobotnych.

Miejsce migracji powrotnych w działaniach państw ***The place of the return migration in states' activities***

Migracje powrotne, przede wszystkim związane z zarobkowymi wyjazdami, łączą się, jak już częściowo wskazano z niepodważalnymi korzyściami. W związku z powyższym należy określić stanowisko państw w tym zakresie. Biorąc pod uwagę czynniki determinujące powroty emigrantów najważniejszym zadaniem państw winno być sprzyjanie korzystnym warunkom w kraju, a więc dbałość o prawo, infrastrukturę system ubezpieczeń społecznych czy ograniczanie biurokracji.

W powyższym zakresie analizom powinny zostać poddane instrumenty zarządzania migracjami powrotnymi, przede wszystkim z punktu widzenia ich skuteczności. Rekomendacje i propozycje rozwiązań w tym zakresie przedstawia Międzynarodowa Organizacja Pracy,²⁵ zwracając uwagę szczególnie na znaczenie dążenia do utrzymywania przez emigrantów kontaktu z krajem pochodzenia (program tzw. „Związku z krajem rodzinnym”). Niezaprzeczalnie korzystny wpływ na migracje powrotne może mieć kampania informacyjna skierowana do emigrantów oraz projekty, których celem jest pomoc w ponownej aktywacji zawodowej, czy to przez szkolenia w zakresie odnalezienia się na rynku pracy, czy też rozpoczynania własnej działalności gospodarczej. Skuteczność tego typu programów – szczególnie w zakresie ułatwień w rozpoczęciu działalności gospodarczej jest o tyle obiecująca, iż często sukces, jaki odniósł emigrant-pracownik na rynku kraju przyjmującego

²⁴ *Przyjechał wujek z Ameryki*, rozmowa z prof. dr hab. B. Wasielewskim w: „Style i Charaktery” nr 1(8)2009, Warszawa 2009, s.61-63

²⁵ *Towards a fair deal for migrant workers in the global economy*, Sixth Item On The Agenda, International Labour Office, Geneva 2004, s. 27

może zachęcić go do poszukiwania nowych wyzwań w kraju macierzystym. Pozytywne aspekty rozwoju prywatnej przedsiębiorczości powinny być zatem podstawą programów w ramach polityk sprzyjających migracjom powrotnym, tym bardziej, iż niepowodzenia w tej materii, które w głównej mierze są winą administracji publicznej, mogą stać się czynnikiem zniechęcającym do powrotów.²⁶ Równocześnie bodźce zachęcające do powrotu winny być skierowane do emigrantów – pracowników, jako odpowiedź na potrzeby zmieniających się rynków pracy oraz problemy związane ze starzeniem się społeczeństw. Analiza tendencji demograficznych krajów Unii Europejskiej wskazuje bowiem na starzenie się społeczeństw, spadek udziału osób w wieku produkcyjnym w ogólnej liczbie ludności.²⁷ Negatywne skutki takiego stanu rzeczy mogą być uciążliwe dla krajowego rynku pracy, a także dla systemu zabezpieczenia społecznego. Przeciwdziałać mogą temu powroty pracowników z zagranicy, którzy są bardzo cenieni przez pracodawców, ze względu na zdobyte doświadczenie, wiedzę, umiejętności. Postrzega się ich ponadto jako bardziej zaradnych życiowo i szybciej dostosowujących się do zmian otoczenia. Prawie 30% pracodawców w Polsce wskazuje, iż pracownicy posiadający doświadczenie zagraniczne radzą sobie lepiej, niż pracownicy bez niego.²⁸

Szczególną rolę w rozwoju gospodarczym przypisuje się pracownikom wysoko wykwalifikowanym, stąd wyzwaniem dla eksporterów tej siły roboczej jest stworzenie takich warunków, gdzie ich powrót będzie kwestią czasu. Służyć temu winno likwidowanie barier biurokratycznych oraz utrzymywanie więzów z rodakami na świecie (władze w Wilnie utrzymują w znacznym stopniu szkoły litewskie np. w Dublinie, by ułatwić powrót do kraju litewskim rodzinom).²⁹ Istotną rolę w powrocie specjalistów z zagranicy powinien odgrywać sektor prywatny. Wynika to z ograniczonych możliwości absorpcji wszystkich wykwalifikowanych przez sektor państwowy. Rozwiązaniem może być współpraca tych sektorów w zakresie prowadzenia ośrodków naukowo-badawczych, przygotowywania i przeprowadzenia projektów badawczych, itp.³⁰ Tworzenie atmosfery przyjaznej dla młodych, kreatywnych naukowców powinno być elementem długofalowej strategii, łączącej naukę i praktykę.³¹

Należy pamiętać także o tych emigrantach, którzy wracają do ojczyzny z poczuciem porażki, bądź nie mogą pokonać poczucia obcości. Odmienne doświadczenia życiowe migrantów oraz tych, którzy pozostali w ojczyźnie niejednokrotnie generują nieporozumienia, mogą być przyczyną frustracji. Kraj oczekujący na po-

²⁶ M. Duszczyk: *Doświadczenia wybranych państw członkowskich Unii Europejskiej w zakresie migracji powrotnych*, wyd. cyt. 14

²⁷ więcej: „Population projections 2004-2050”, STAT/05/48 za <http://europa.eu> 04.2008 r.

²⁸ *Migracja pracowników – szansa czy zagrożenie?*. Raport KPMG, Warszawa 2007, s.32

²⁹ *The brain-drain cycle*, w: „Economist” z dnia 08.12.2005 r. za www.economist.com

³⁰ S. Mahroum: *Europe and Challenge of the Brain Drain*, ISPIS Spain, 1995, za: <http://ipts.jrc.ec.europa.eu>

³¹ T. Perkowski, *Brain drain czy knowledge gain*, w: *Emigracja – zagrożenie czy szansa*, Instytut Problemów Współczesnej Cywilizacji, Warszawa 2005, s. 29-36

wroty powinien być także na takie okoliczności przygotowany. Nie można pozostawić tych osób samym sobie, narażając je na wykluczenie społeczne, zatem rola państwa w tym zakresie powinna przejawiać się w dbałości o odpowiednio rozwiniętą infrastrukturę społeczną.

Problematyka migracji powrotnych Polaków – wybrane problemy ***The problems of the Poles' return migration – chosen aspects***

Międzynarodowe migracje Polaków to zagadnienie, na które wzbudzało ostatnimi czasy wiele kontrowersji. Szeroko prowadzona debata rozpoczęła się w obliczu przystąpienia Polski do Unii Europejskiej 1 maja 2004 r., a dotyczyła głównie dużej liczby wyjeżdżających zagranicę Polaków, często w aspekcie utraty przez gospodarkę polską siły roboczej. Obecnie dominującą kwestią są powroty Polaków oraz próba odpowiedzi na pytanie czy rzeczywiście mają miejsce powroty i jaki jest ich rozmiar.³²

Analiza ruchów migracyjnych, jakie miały miejsce w krajach unijnych, związanych z wstępowaniem tych krajów w struktury UE, pozwala zaobserwować przekształcania się tych krajów z emigracyjnych w emigracyjno-immigracyjne (np. przypadek Włoch – lata 60. i 70., Irlandii – przełom lat 80. i 90., Grecji – lata 80., Hiszpanii i Portugalii – lata 90.)³³. W związku z tym oczekuje się, iż podobne zjawisko może być udziałem Polski³⁴. Skala zjawiska migracji powrotnych będzie uzależniona od wystąpienia tzw. „akceptowalnego poziomu satysfakcji z pobytu w kraju pochodzenia”, który będzie efektem zaistnienia czynników sprzyjających powrotom (głównie korzystnym warunkom ekonomicznym w kraju, pewności zatrudnienia, itp.), pozytywnego wizerunku Polski w krajach, które przyjmowały emigrantów, czy też zachęt władz skierowanych do polskich emigrantów.³⁵

Jednocześnie należy wskazać, iż prognozy odnośnie możliwych powrotów Polaków z emigracji często są opierane o sondaże, które przeprowadzane są na niereprezentatywnych próbach, a pytani respondenci deklarują chęć powrotu, co nie oznacza, że jest to decyzja ostateczna i powrót ten nastąpi. Dlatego też wnioski wy-suwane na ich podstawie mają charakter raczej spekulacyjny. Raporty przygotowywane są także na podstawie danych gromadzonych na potrzeby systemów ewidencji (np. ang. Workers Registration Scheme), w których jednak często emigranci się

³² K. Iglicka, M. Ziółek: *Czy naprawdę powroty???*, w: „Biuletyn Migracyjny” nr 19, Migracje międzynarodowe: Polska-Unia Europejska-Europa Wschodnia, Ośrodek Badań nad Migracjami, Uniwersytet Warszawski oraz Centrum Stosunków Międzynarodowych (CSM), Warszawa, 10.2008 r, s.3

³³ więcej: M. Duszczyk: *Doświadczenia wybranych państw członkowskich Unii Europejskiej w zakresie migracji powrotnych*, wyd. cyt. s. 1-8

³⁴ C. Dustmann: *Return migration, wage differentials, and the optimal migration duration*, European Economic Review 47, 2003, s. 353–369

³⁵ M. Duszczyk: *Doświadczenia wybranych państw członkowskich Unii Europejskiej w zakresie migracji powrotnych*, wyd. cyt. s. 16

w ogóle nie rejestrują. Do tego dochodzą inne czynniki, wpływające na brak wiarygodności danych, a mianowicie nielegalne migracje oraz brak wymogów, co do rejestracji pracowników sezonowych (przebywających w danym kraju np. do 3 miesięcy).³⁶ Ponadto fakt opuszczenia przez polskich emigrantów np. Wielkiej Brytanii nie oznacza zawsze powrót do ojczyzny, a jedynie wybór kolejnego kraju emigracji (np. Norwegii).

Doniesieniom środków masowego przekazu o masowych powrotach towarzyszy sceptycyzm odnośnie rzeczywistości, z jaką powracający muszą się zmierzyć. Wskazuje się bowiem, iż niejednokrotnie to, co oferują polscy pracodawcy nie pokrywa się z aspiracjami powracających.³⁷

Jednocześnie podkreśla się tymczasowość pobytu polskich emigrantów zagranicą, przy czym wielu wyraża chęć ponownego wyjazdu (46% badanych polskich emigrantów przebywających w Wielkiej Brytanii powróciła do Polski maksymalnie po pół roku pobytu) natomiast ok. 33% badanych deklaruje kolejny wyjazd).³⁸ Ze względu na motywy wyjazdu, wśród których za najistotniejsze wskazuje się względy ekonomiczne, najczęściej wymienianymi czynnikami, które skłaniać mogą do powrotów jest wzrost płac (77%), a także możliwość podjęcia w kraju pracy, zapewniającej awans, odpowiadającej kwalifikacjom i doświadczeniu (42%).³⁹ W tym miejscu zwrócić uwagę należy na fakt podejmowania zagranicą przez Polaków pracy w zawodach nie odpowiadających ich kwalifikacjom i doświadczeniu (co prowadzi do niepokojącego zjawiska „marnotrawstwa mózgów”) przy jednoczesnym oczekiwaniu od polskich pracodawców atrakcyjnych pod względem warunków pracy ofert.⁴⁰ Wielu emigrantów wskazuje też na postawy pracodawców w Polsce, mówi się wręcz o złym traktowaniu pracowników, poniżaniu, cynizmie, niepłacenie za nadgodziny czy za wykonaną pracę. Istotne znaczenie dla emigrantów miałyby również zmiany w zakresie usprawnienia systemu prawnego (np. kwestie podatkowe), ograniczenie biurokracji, sprzyjanie przedsiębiorcom, instytucjonalne ułatwienia w kontaktach z krajem, a także projekty przeciwdziałające negatywnym stereotypom Polski i Polaków.⁴¹

Działania, na które należy zatem zwrócić uwagę powinny być związane zarówno z dążeniem do utrzymywania kontaktu emigranta z krajem pochodzenia, jak i z tworzeniem zachęt do jego powrotu.⁴² Jest to ogromne wyzwanie dla instytucji

³⁶ K. Iglicka, M. Ziółek: *Czy naprawdę powroty???*, wyd. cyt.

³⁷ M. Szulecka: *Zapłać za powrót?*, w: „Biuletyn Migracyjny” nr 19, Migracje międzynarodowe: Polska-Unia Europejska-Europa Wschodnia, Ośrodek Badań nad Migracjami, Uniwersytet Warszawski oraz Centrum Stosunków Międzynarodowych (CSM), Warszawa, 10.2008 r, s.4

³⁸ J.Frelak, B.Roguska: *Powroty do Polski*, Wyniki badań, ISP Warszawa 2008, s. 3

³⁹ Tamże

⁴⁰ więcej: J.Frelak, B.Roguska: *Powroty do Polski*, Wyniki badań, ISP Warszawa 2008

⁴¹ więcej: K. Pankowski: *Emigrować i wracać. Analiza treści dyskusji internetowych na temat najnowszej fali emigracji z Polski*, ISP Warszawa 2006, s. 18-20.

⁴² *Emigrować i wracać – rekomendacje dla instytucji publicznych*, ISP, Analizy i Opinie nr 66, 09/2006, Warszawa 2006, s.3.

publicznych, ze względu na konieczność rozbudowania infrastruktury usług konsularnych. Emigranci powinni mieć zapewnione uczestniczenie w życiu publicznym ojczyzny, a tu najważniejsze wydają się być ułatwienia procedur związanych z udziałem w wyborach. Nie mniejsze znaczenie ma także zapewnienie kontaktu z kulturą polską na emigracji, a poszerzenie funkcji jednostek na wzór np. hiszpańskiego Instytutu Cervantesa, może dodatkowo sprzyjać nauce i upowszechnianiu języka oraz kultury polskiej. W zakresie tworzenia warunków zachęcających do powrotów kluczowymi są akcje informacyjne w zakresie warunków stwarzanych przez państwa reemigrantom (status ich w ojczyźnie, uznawanie nabytych zagranicą kwalifikacji, aspekty podatkowe i systemów emerytalnych). Uszczegółowione winny zostać też wspomniane już wcześniej kwestie pomocy, czy to w odnalezieniu się na krajowym rynku pracy, czy w rozpoczęciu własnej działalności gospodarczej. Należy również mieć świadomość i wziąć pod uwagę różnicowane motywacje powrotu różnych grup zawodowych (wysoko wykwalifikowanych, służby zdrowia, itp.).

Powroty emigrantów to zatem źródło wyzwań dla państw i społeczności. Pozytywnym aspektem związanym z wpływem na rozwój lokalny mogą towarzyszyć trudności związane z ponowną integracją społeczną powracających (szczególnie tych, których wyjazd nie spełnił oczekiwań ani zawodowych, ani osobistych), bądź aktywacją zawodową.⁴³ Zwraca się jednocześnie uwagę, by nie analizować powrotów jedynie z punktu widzenia sukcesów bądź porażek. Międzynarodowe przepływy ludności, głównie w aspekcie zarobkowym stały się bowiem przejawem aktywności życiowej, a zatem każdy wyjazd należy traktować jako możliwość zrealizowania aspiracji i planów.

Zakończenie

Conclusion

Migracje powrotne generują szereg następstw, które odczuwane są zarówno przez samych migrantów powrotnych jak i przez kraje ich pochodzenia. Podejmowanie dyskusji na ten temat jest jak najbardziej zasadne, pozwala bowiem na wzrost świadomości konsekwencji powrotów. W dobie nieograniczonych niemal możliwości przemieszczania każdy ma szansę znaleźć najbardziej odpowiadające jemu miejsce na Ziemi, w którym może realizować swoje aspiracje zawodowe i osobiste. Warunki rozwoju – ekonomiczne, społeczne, polityczne zmieniają się, dlatego też wiele z tych osób podejmuje decyzje o powrocie do kraju pochodzenia wraz z osiągnięciami – osobistymi i zawodowymi. Doświadczenia te są niejednokrotnie bardzo bogate – mogą się przysłużyć rozwojowi społeczno-ekonomicznemu państw, z drugiej strony bagaż doświadczeń może generować negatywne konsekwencje, z poczuciem

⁴³ A. Fiheł, J. Tyrowicz, P. Kaczmarczyk: *Migracje powrotne Polaków*, Biuletyn nr 5, Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, Warszawa 2008, s. 10

wyobcowania i wyłączeniem się migranta z życia zawodowego. Wiedza na temat skutków migracji powrotnych jest niezbędna, a państwa, które mają świadomość ich wagi, za przy pomocy różnorodnych środków i narzędzi mogą je wykorzystać na różnych szczeblach – lokalnym, regionalnym, państwowym, przyczyniając się do wzrostu i rozwoju gospodarczo-społecznego, maksymalizując korzyści z migracji powrotnych i redukując odczuwalność skutków negatywnych.

Literatura

Bibliography

- Adda J., Dustmann Ch., Mestres J.: *A Dynamic model of return migration*, University College. London and CreAM, Londyn 2006.
- Amuedo-Dorantes C., Pozo S., C. Vargas-Silva C.: *Remittances and the Macroeconomy: The Case of Small Island Developing States*, WIDER Research Paper 2007/22, UNU-WIDER, Helsinki 2007.
- Chami R., Barajas A., Cosimano T., Fullenkamp C., Gapen M., Montiel P.: *„Macroeconomic Consequences of Remittances*, International Monetary Fund, Occasional Paper No 259, Washington 2008.
- Dustmann C.: *Return migration, wage differentials, and the optimal migration duration*, European Economic Review 47, 2003.
- Duszczyk M.: *Doświadczenia wybranych państw członkowskich Unii Europejskiej w zakresie migracji powrotnych*, , Prace Migracyjne Nr 21/79, CMR Working Papers, Warszawa 2007.
- Emigrować i wracać – rekomendacje dla instytucji publicznych*, ISP, Analizy i Opinie nr 66, 09/2006, Warszawa 2006.
- Fihel A., Tyrowicz J., Kaczmarczyk P.: *Migracje powrotne Polaków*, Biuletyn nr 5, Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, Warszawa 2008.
- Frelak J., Roguska B.: *Powroty do Polski*, Wyniki badań, ISP Warszawa 2008.
- Górny A., Osipovič D.: *Return migration of second generation British Poles*, Prace Migracyjne Nr 6/64, CMR Working Papers, Warszawa 2006.
- Grabowska-Lusińska I.: *Migracja – szansa czy zagrożenie. Tło historyczne i społeczne*, w: *Migracje. Szansa czy zagrożenie?*, Polskie Forum Obywatelskie, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2005, s. 26.
- Iglicka K., Ziółek M.: *Czy naprawdę powroty???*, w: „Biuletyn Migracyjny” nr 19, Migracje międzynarodowe: Polska-Unia Europejska-Europa Wschodnia, Ośrodek Badań nad Migracjami, Uniwersytet Warszawski oraz Centrum Studiów Międzynarodowych (CSM), Warszawa, 10.2008.
- International Migration Outlook: SOPEMI 2008 Edition*, OECD Paris, 2008.
- Klagge B., Klein-Hitpaß K.: *High-skilled return migration and knowledge-based economic development in regional perspective. Conceptual considerations and*

- the example of Poland*, Prace Migracyjne Nr 19/77, CMR Working Papers, Warszawa 2007.
- Kozdrowicz E.: *Psychopedagogiczne skutki rozłąki migracyjnej*, w: *Szkoła wobec mobilności zawodowej rodziców i opiekunów*, za: www.cmppp.edu.pl z dnia 05.04.2009.
- M. Szulecka: *Zapłaca za powrót?*, w: „Biuletyn Migracyjny” nr 19, Migracje międzynarodowe: Polska-Unia Europejska-Europa Wschodnia, Ośrodek Badań nad Migracjami, Uniwersytet Warszawski oraz Centrum Stosunków Międzynarodowych (CSM), Warszawa, 10.2008.
- Mahroum S.: *Europe and Challenge of the Brain Drain*, ISPIS Spain, 1995, za: <http://ipts.jrc.ec.europa.eu>
- Mansoor A., Quillin B.: *Migration and Remittances. Eastern Europe and the Former Soviet Union*, The World Bank, Washington 2006.
- Migracja pracowników – szansa czy zagrożenie?* Raport KPMG, Warszawa 2007.
- Pankowski K.: *Emigrować i wracać*, Analiza treści dyskusji internetowych na temat najnowszej fali emigracji z Polski, ISP Warszawa, 2006.
- Perkowski T.: *Brain drain czy knowledge gain*, w: „Emigracja – zagrożenie czy szansa”, Instytut Problemów Współczesnej Cywilizacji, Warszawa 2005.
- Population projections 2004-2050*”, STAT/05/48 za <http://europa.eu> 04.2008.
- Przyjechał wujek z Ameryki*, rozmowa z prof. dr hab. B. Wasielewskim w: „Style i Charaktery” nr 1(8)2009, Warszawa 2009.
- Return Migration. Challenges and Opportunities*, www.iom.int 06.03.2009 r.
- Towards a fair deal for migrant workers in the global economy*” Sixth Item On The Agenda, International Labour Office, Geneva 2004.
- The brain-drain cycle* w: *Economist* z dnia 08.12.2005 r. za www.economist.com
- Towards A Fair Deal For Migrant, Workers In The Global Economy* Sixth Item On The Agenda, International Labour Office, Geneva 2004.
- World Migrant Stock: The 2005 Revision; Population Database; <http://esa.un.org/migration/p2k0data.asp> z dnia 06.04.2009.
- World Migration 2008: Managing Labour Mobility in the Evolving Global Economy, IOM Geneva, 2008.
- www.iom.int z 06.03.2009.
- Zimmermann K. F.: *Migration and its impact on the labour market and education*, Centre for Economic Policy Research, Briefing Paper nr 38, Londyn 2002.

Zjawisko migracji powrotnych w aspekcie wyzwań społeczno-ekonomicznych – wybrane problemy

Streszczenie

Jednym z istotnych aspektów międzynarodowych przepływów ludności są migracje powrotne. Implikacje tych migracji dotyczą zarówno samych emigrantów, ich najbliższe otoczenia, jak i gospodarki krajów pochodzenia oraz krajów goszczących emigrantów, stąd też istotne jest by mieć świadomość ich znaczenia. Migranci powrotni są źródłem wiedzy, doświadczenia i umiejętności, które mogą służyć rozwojowi gospodarczemu i społecznemu (na poziomie lokalnym i ogólnokrajowym). Należy pamiętać także o migrantach, którym z różnych powodów nie udało się zrealizować planów migracyjnych. Często potrzebują oni wsparcia zarówno ze strony najbliższych, jak i państwa.

Wielopłaszczyznowe, uwzględniające szerokie spektrum zagadnień i problemów podejście do powyższego zagadnienia przyczynia się do maksymalizacji korzyści z migracji powrotnych i redukcji skutków negatywnych.

The phenomenon of the return migration in the aspect of socioeconomical challenges – chosen problems

Summary

One of the essential aspects of the international flows of the population is the return migration. The implications of this migration refer to emigrants, their nearest environments and economies of host countries and countries of origin of emigrants. Therefore, it is important to realize the meaning of these implications. Emigrants, who have returned poses the knowledge, the experience and the skills, which are conductive to economic and social development (on local level and nationwide level). It is important to bear in mind about emigrants, who do not reach their migrations' aim, because of the different reasons. They often need support not only from close family, but also from states.

The multilevel approach to the problem, which is discussed, could help to maximize the advantages from the return migration and reduce the negative results.

INFORMACJA DLA AUTORÓW

Uprzejmie informujemy, że Zeszyty Naukowe WSHiU w Poznaniu wydawane są w cyklu półrocznym. Przyjmujemy nadesłane artykuły lub komunikaty w następujących terminach: do 31 marca i do 30 października każdego roku.

W celu ujednolicenia publikacji prosimy przygotować opracowanie według następujących założeń:

1. Artykuły i komunikaty naukowe powinny mieć charakter autorski i nie były dotychczas publikowane.
2. Artykuły i komunikaty winny mieć objętość do 15 stron maszynopisu.
3. W zeszycie naukowym Autor może wystąpić tylko z jednym artykułem (przy ewentualnym współautorstwie drugiego).
4. Prace należy składać w rektoracie WSHiU w dwóch egzemplarzach wraz z dyskietką (program Word, czcionka 12, odstęp 1,5, wielkość tekstu na stronie znormalizowana, strony ponumerowane, przypisy u dołu strony z numeracją ciągłą w obrębie artykułu).
5. **Dostarczone prace powinny być zaopatrzone w streszczenie w języku polskim i angielskim o objętości od 0,5 do 0,75 strony maszynopisu oraz w tytuł i podtytuły oraz podpisy pod tabelami i rysunkami po polsku i po angielsku.**
6. Tabele i rysunki, opatrzone tytułem i źródłem, zamieszczane mogą być w tekście zgodnie z tematem, albo na końcu pracy jako aneks.
7. Artykuł nie będzie podlegał korekcie i będzie drukowany w formie przedstawionej przez Autora na dyskietce.
8. Publikacje są nieodpłatne.

DIRECTIONS FOR AUTHORS CONTRIBUTING TO THE SCIENTIFIC PAPERS

We kindly inform you that the Scientific Papers of The Higher School of Commerce and Services in Poznan are published every half a year. We accept articles and statements sent to us until the 31st of March and the 30th of October (twice a year).

To unify publications, please follow the instructions below:

1. Author's publications should never be published before.
2. Articles and statements should have between 10 and 15 pages.
3. Author may submit only one article (co-author is accepted).
4. Two copies of papers should be submitted to the chancellors office of the Higher School of Commerce and Services together with a disc (word processor – Word, the size of font – 12, line spacing – 1,5, page numbers, continuous numeration of footnotes within an article).
5. **Papers should include English and Polish half-page summary, title, subtitles, titles of tables and diagrams.**
6. Tables and diagrams with title on the top and quotation source at the bottom may be placed either inside or at the end of a writing (as an appendix).
7. Each writing will be printed in a way it was submitted by the author. No further text proofreading is predicted.
8. Publications are not rewarded.

Wyższa Szkoła Handlu i Usług w Poznaniu

wydała następujące publikacje:

Zeszyt Naukowy Nr 1, Poznań 2000
poświęcony wybranym problemom makro- i mikroekonomicznym.

Zeszyt Naukowy Nr 2, Poznań 2001
poświęcony oryginalnym badaniom naszych pracowników.

Zeszyt Naukowy Nr 3, Poznań 2001
poświęcony prezentacji i upowszechnieniu wiedzy o serwisie informacyjnym Trade Point Poznań, którego misją jest wspomaganie krajowego i zagranicznego handlu nowoczesną obsługą elektroniczną.

Zeszyt Naukowy Nr 4, Poznań 2002
poświęcony problemom handlu i usług, rozpatrywanych w różnych aspektach.

Zeszyt Naukowy Nr 5, Poznań 2002
poświęcony w dużej mierze różnym aspektom wsi i rolnictwa.

Zeszyt Naukowy Nr 6, Poznań 2003
poświęcony w większości problematyce związanej z nowoczesnymi sposobami i metodami wzrostu efektywności gospodarowania.

Zeszyt Naukowy Nr 7, Poznań 2004
poświęcony różnym aspektom przystąpienia Polski do Unii Europejskiej.

Zeszyt Naukowy Nr 8, Poznań 2005
poświęcony różnym formom rynku usług, przekształceń własnościowych i organizacyjnych przedsiębiorstw oraz pomocy środków wspólnotowych.

Zeszyt Naukowy Nr 9, Poznań 2005
poświęcony poznaniu i kształtowaniu gospodarki z punktu widzenia przedsiębiorstwa i jego otoczenia.

Zeszyty Naukowe Nr 10, Poznań 2006
poświęcone istotnym wątkom z punktu widzenia aktualności naszej gospodarki w skali mikro- i makroekonomicznej.

Zeszyty Naukowe Nr 11, Poznań 2006

poświęcone zagadnieniom systemu bankowego, konkurencyjności i zarządzania, wybranych problemów wsi i rolnictwa oraz spożycia żywności.

Handel. Znaczenie we współczesnej gospodarce, Poznań 2006

Materiały z ogólnopolskiej konferencji dniach 27-28.11.2006 r. w Wyższej Szkole Handlu i Usług w Poznaniu

Zeszyty Naukowe Nr 12, Poznań 2007

poświęcone polityce handlowej, systemów wynagradzanie i zarządzania, rachunkowi efektywności inwestycji, przestępczości gospodarczej, migracji, a także ubezpieczeń.

Logistyka w usługach, Poznań 2007

materiały z konferencji w dniu 27.01.2007 r. w Wyższej Szkole Handlu i Usług w Poznaniu

Zeszyty Naukowe Nr 13, Poznań 2007

poświęcone ocenie pozycji rynkowej przedsiębiorstwa, wymianie handlowej z krajami sąsiadującymi, problemom finansowym i prawnym, gospodarce przestrzennej i infrastrukturze.

Zarządzanie usługami w gospodarce rynkowej – Handel Gastronomia Turystyka, Poznań 2008

monografia poświęcona przedstawieniu aktualnego stanu i struktury rozwoju usług w Polsce, na tle procesów globalizacji i internacjonalizacji gospodarki

Zeszyty Naukowe Nr 14, Poznań 2008

poświęcone tematyce interdyscyplinarnej, ale bliskiej szeroko pojętej problematyce handlu i usług.

Zeszyty Naukowe Nr 15, Poznań 2008

poświęcone budżetowi państwa, roli globalizacji w działaniach przedsiębiorstw, finansowaniu aktywów trwałych i obrotowych przedsiębiorstwa oraz dochodów gospodarstw domowych rolników.

Zeszyty Naukowe Nr 16, Poznań 2009

poświęcone kryzysowi gospodarczemu, problemom turystyki i rekreacji oraz rynkowi ubezpieczeniowemu i ubezpieczeniom emerytalnym.