

Przedmowa

Zeszyt Naukowy Nr 7 Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu zawiera artykuły i studia pracowników i autorów współpracujących z naszą Uczelnią. Prezentowane opracowania, mimo że dotyczą różnych zagadnień ekonomicznych, łączy tematyka akcesji Polski do Unii Europejskiej i wynikające z tego tytułu problemy i konsekwencje. Omawiane zagadnienia, opisywane zarówno z punktu widzenia mikro-, jak i makroekonomicznego, obejmują zarówno szeroko pojętą problematykę teoretyczną, jak i sprawy praktyki i polityki gospodarczej. Dotykają one rozwoju kupiectwa polskiego, roli samorządu lokalnego w rozwoju przedsiębiorczości, podnoszenia jakości usług, roli handlu zagranicznego i podatków w stosunkach międzynarodowych oraz przeciwdziałania bezrobociu. Uwzględniane są również niektóre aspekty rozwoju infrastruktury, zarówno z punktu widzenia jej wpływu na wzrost gospodarczy, jak i jej roli na szczeblu lokalnym.

Zeszyt otwiera tekst wykładu wygłoszonego przez profesora Wacława Wilczyńskiego na uroczystej inauguracji roku akademickiego 2004-2005. Wykład poświęcony jest polskiej polityce ekonomicznej w piętnastolecie transformacji ustrojowej 1989-2004. Autor zwraca uwagę na skutki odejścia od początkowych założeń transformacji, od reguł gospodarki rynkowej i wejścia na „trzecią drogę”, która doprowadziła kraj nasz do poważnego wzrostu zadłużenia państwa i kryzysu finansów publicznych.

Aspekt integracji z Unią Europejską pojawia się już w artykule Jana Mikołajczyka, który przedstawia zmiany własnościowe, organizacyjne, zarówno ilościowe jak i jakościowe, jakie dokonały się w polskim kupiectwie po 1989 r. Autor stwierdza, że polski handel należy do tych dziedzin gospodarki, w których najszybciej dokonały się zmiany świadczące o powodzeniu reform gospodarczych. Wejście do Unii Europejskiej stanowi dla przedsiębiorstw handlowych normalną konkurencję, z którą doskonale sobie radzą. Z kolei Joanna Ideczak szczegółowo omawia cele, priorytety oraz rodzaje pomocy przewidzianej przez UE dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce. Autorka dokonuje oceny roli, jaką mogą odegrać samorządy lokalne w rozwoju przedsiębiorczości. Wskazuje również na podstawowe znaczenie rozbudowy szeroko pojętej infrastruktury lokalnej i poprawy jakości usług publicznych dla tworzenia dogodnych warunków rozwoju przedsiębiorczości. W kolejnym artykule Elżbieta Mirecka podejmuje problem harmonizacji podatków pośrednich i bezpośrednich na obszarze Unii Europejskiej. Z przeprowadzonej analizy wynika, że harmonizacja obejmuje głównie podatki pośrednie, a w mniejszym stopniu podatki bezpośrednie. Autorka podkreśla fakt, że harmonizacja polskiego prawa podatkowego z wymogami unijnymi przebiega

z opóźnieniem, co wynika z działań na rzecz ochrony rynku wewnętrznego. Natomiast Anna Bieniasz i Dorota Czerwińska-Kayzer wskazują na możliwości wykorzystania franchisingu w prowadzeniu działalności gospodarczej przez osoby, które nie mają pomysłu na własną firmę. Autorki przedstawiają rozwój franchisingu w Polsce, jego rodzaje, zalety i wady. Możliwości zwiększenia konkurencyjności polskich przedsiębiorstw przemysłu spożywczego na rynku UE poprzez uzyskanie certyfikacji systemu HACCP omówiła Justyna Górna. Autorka podkreśla, że uzyskanie certyfikatu daje konsumentowi poczucie pewności, że przedsiębiorstwo zrobiło wszystko, by mu zapewnić bezpieczną żywność.

Jan Galicki przedstawia aktualne problemy zarządzania finansami w przedsiębiorstwie. Autor zwraca uwagę, że brak płynności finansowej i niski poziom rentowności są przyczynami niepowodzeń wielu firm. Natomiast Włodzimierz Tłuchowski omawia kluczowe założenia wielowymiarowej analizy dyskryminacji jako narzędzia prognozowania upadłości przedsiębiorstw. Autor przypomina, że zastosowanie odpowiednich metod analizy wymaga wiarygodnych materiałów źródłowych dotyczących sytuacji finansowej przedsiębiorstwa. Z kolei Amir Fazlagić analizuje problematykę pomiaru kapitału intelektualnego w organizacjach usługowych. Autor zwraca uwagę na słabość i nieadekwatność współczesnego systemu rachunkowości w obliczu rosnącego znaczenia kapitału intelektualnego. Problem usług podejmuje także Paweł Dobski, zajmując się warunkami i sposobami podnoszenia ich jakości w obsłudze klienta. Autor zwraca uwagę na fakt, że firmy usługowe powinny starać się o rozpoznanie zarówno czynników kształtujących opinie nabywców, jak i wpływających na ich decyzje. Natomiast Monika Dobska stwierdza, że marketing relacyjny podkreśla rolę relacji partnerskich pomiędzy usługodawcą i usługobiorcą.

Wobec integracji Polski z Unią Europejską i globalizacji gospodarki światowej szczególnego znaczenia dla rozwoju gospodarczego nabiera konkurencyjność przedsiębiorstw i całych gospodarek. Problemem tym zajęła się Karolina Pawlak, dokonując przeglądu i próby usystematyzowania pojęć i definicji konkurencyjności. Autorka przedstawia determinanty konkurencyjności międzynarodowej, stwierdzając, że obecnie konkurencyjność nie ogranicza się jedynie do rywalizacji cenowo-kosztowej. Znacznie większą rolę odgrywają w niej elementy jakościowe. Ponadto konkurencyjności nie można traktować jako osiągniętego stanu, ponieważ zmieniające się warunki ekonomiczne, technologiczne i instytucjonalne wymagają ciągłych dostosowań.

Małgorzata Domiter omawia wykorzystanie handlu zagranicznego jako narzędzia transformacji rzeczowej struktury dochodu narodowego, tak, by mogło stać się to podstawą wyboru kierunków specjalizacji danego kraju w skali międzynarodowej. Autorka podkreśla, że rozwój produkcji ukierunkowany na specjalizację eksportową niesie wiele korzyści, których suma to ogólny wzrost efektywności gospodarowania. Do problematyki warunków wzrostu gospodarczego nawiązuje również artykuł Kamili Wilczyńskiej wskazujący na pilną konieczność rozwoju infrastruktury, której aktywna rola i znaczenie w gospodarce rynkowej są nadal

niedoceniane. W dalszym ciągu trudności występują w zakresie sposobów pozyskiwania środków i metod finansowania inwestycji infrastrukturalnych. Sygnalizowane są również problemy eksploatacji, odpłatności usług oraz dekapitalizacji niektórych obiektów. Stan infrastruktury technicznej i jej zróżnicowanie przestrzenne w przekroju powiatów omawiają Jarosław Lira i Feliks Wysocki. Autorzy podjęli próbę pomiaru poziomu wyposażenia w infrastrukturę techniczną w oparciu o wykorzystanie pozycyjnego miernika rozwoju.

Kolejnym przedmiotem rozważań są sposoby przeciwdziałania bezrobociu na wsi. Sławomir Kalinowski stwierdza niedostosowanie zasobów siły roboczej do lokalnego rynku i konieczność działań samorządów dla zwiększenia aktywności zawodowej mieszkańców wsi poza rolnictwem. Nacisk powinien być położony na tworzenie małych i średnich przedsiębiorstw, roboty publiczne oraz pożyczki i kredyty dla bezrobotnych w celu założenia własnej działalności.

Artykuł Iwony Olejnik prezentuje niektóre uwarunkowania i zjawiska związane z rozwojem funduszy emerytalnych, funkcjonujących w ramach drugiego filaru systemu emerytalnego. Autorka stwierdza, że w perspektywie kilkudziesięciu lat sektor ten stanie się jednym z ważniejszych segmentów rynku finansowego i kapitałowego.

Przedstawiona Szanownym Czytelnikom krótka charakterystyka zamieszczonych w niniejszym zeszycie publikacji wskazuje nie tylko na ich znaczne zróżnicowanie tematyczne, lecz także na interesujący wachlarz podjętych problemów i poglądów autorskich. Podejmują one problematykę wyzwań, którym musi sprostać gospodarka narodowa. Można wyrazić nadzieję, że równocześnie staną się one nie tylko inspiracją do dalszych prac badawczych, lecz także pomogą w podejmowaniu właściwych decyzji gospodarczych przez organa państwa i samorządu.

Kamila Wilczyńska

WACŁAW WILCZYŃSKI

Gospodarka rynkowa w polskiej polityce ekonomicznej piętnastolecia 1989-2004¹

Upadek totalitarnej gospodarki scentralizowanej pod koniec lat 80. i odzyskanie przez Polskę niepodległości w 1989 r. wymagały odpowiedzi na pytanie o charakter nowego ustroju gospodarczego, zdolnego do podolania wyzwaniom współczesności. Przypomnijmy tutaj, że w latach 1980-81 „Solidarność” protestowała wprawdzie przeciw reżimowi komunistycznemu, przeciw wyzyskowi, ale nie miała wyraźnej koncepcji nowego ustroju. Wielu opozycjonistów pragnęło jedynie „socjalizmu z ludzką twarzą”, a nie zupełnie innego ustroju gospodarczego. Również przy Okrągłym Stole w lutym 1989 r. zadowolono się mglistymi sformułowaniami na temat „nowego ładu gospodarczego”. Drogę do przełomu ustrojowego otworzyło zwycięstwo wyborcze sił antyreżimowych w czerwcu 1989 r. Ale dopiero powołanie we wrześniu tegoż roku pierwszego niekomunistycznego rządu z premierem Tadeuszem Mazowieckim i wicepremierem Leszkiem Balcerowiczem stworzyło warunki umożliwiające głębokie przekształcenie gospodarki.

Zręby polskiego programu transformacji ustrojowej kształtować się zaczęły jeszcze w latach 1980-81 w zespole skupionym dokoła Leszka Balcerowicza. Już wtedy zdawaliśmy sobie sprawę z tego, że gospodarki nie naprawi kolejna, częściowa, fragmentaryczna reforma, nie naruszająca istoty gospodarki scentralizowanej. Widoczne przecież było załamywanie się takich reform w poszczególnych krajach „socjalistycznych” i bezwzględne tłumienie odważniejszych przedsięwzięć ustrojowych w Czechosłowacji, na Węgrzech, a po ogłoszeniu stanu wojennego także w Polsce. W Polsce usiłowano wprawdzie z początkiem 1982 r. uruchomić mechanizm rynkowy i częściowo zdecentralizować zarządzanie gospodarką, ale X Zjazd PZPR w 1986 r. wycofał się z wcześniejszych poczynań reformatorskich i doprowadził jedynie do zaostrenia kryzysu ekonomicznego oraz do eksplozji inflacji, której stopa osiągnęła w 1988 r. 85%, a w 1989 r. osiągnąć miała 640%.

Przejęcie władzy z rąk komunistów jesienią 1989 r. musiało oznaczać, że celem polskiej transformacji ustrojowej jest zbudowanie efektywnej gospodarki rynkowej. Historia dowiodła bowiem, że nie ma lepszej podstawy racjonalnego go-

¹ Wykład inauguracyjny wygłoszony w Wyższej Szkole Handlu i Usług w Poznaniu w dniu 9.10.2004 r.

spodarowania niż taki właśnie ustrój gospodarczy. Przypomnijmy więc, że gospodarka rynkowa to:

- panowanie prywatnej własności, bez której nie ma mowy o dobrym, wydajnym i rentownym przedsiębiorstwie,
- dobry pieniądz zapewniający stabilność, pieniądz, w którym nie boimy się oszczędzać i kalkulować przyszłości,
- mechanizm rynkowy będący główną formą funkcjonowania gospodarki, wymagającą racjonalność zachowań i działań.

Nie jest rynkową gospodarką, która nie posiada którejkolwiek z tych cech. Brak prywatnej własności oznacza, że brak dobrego, odpowiedzialnego gospodarza. Brak dobrego pieniądza oznacza brak rachunku ekonomicznego, chaos i niepewność. Brak mechanizmu rynkowego oznacza samowolę władzy, przywileje dla jednych, dyskryminację drugich, niską jakość i korupcję sprzedawców.

Polski program transformacji z roku 1989, nazywany często programem Balcerowicza, koncentrował się w pierwszej fazie na opanowaniu hiperinflacji i przywróceniu równowagi rynkowej. Priorytet tych dwu zadań był bezsporny. Złoty utracił bowiem cechy pieniądza transakcyjnego, a w sklepach nie było towarów. Realizacja tych dwu zadań musiała być bolesna. Oznaczała ona dewaluację złotego wobec dolara USA do poziomu 9500 zł za 1 USD, silne ograniczenie płacowych rekompensat wzrostu cen i liberalizację rynku. Zlikwidowano centralne zarządzanie gospodarką. Nie było innego sposobu odejścia od fikcji ekonomicznej i przezwyciężenia degrengolady ekonomicznej. Bolesna terapia przyniosła jednak wyniki. Złoty ponownie stał się wymiennym pieniądzem. Rynek zapełnił się towarami. Wzrosły, niestety na krótko, dochody budżetowe i poprawiła się, też na krótko, opłacalność eksportu. Radykalny charakter programu spowodował, że budowa gospodarki rynkowej w Polsce niemal od początku napotykała na poważne opory. Uprzywilejowane dotąd, dzięki tanim kredytom czy ułatwionemu zaopatrzeniu, grupy zawodowe żądały zachowania własności państwowej, wyłączenia z reguł gospodarki rynkowej rolnictwa, górnictwa, przemysłu ciężkiego, kolei itd. Żądano dodatkowych pieniędzy, nie przyjmując do wiadomości zasad współczesnej gospodarki pieniężnej i budżetowej. Sądzone, że znalezienie się w orbicie gospodarki rynkowej, kapitalistycznej przynieść powinno niemal automatycznie wzrost stopy życiowej do poziomu zachodnioeuropejskiego. Stopniowe uleganie tym żądaniom, zwłaszcza po odejściu Leszka Balcerowicza ze stanowiska wicepremiera na przełomie lat 1991/1992 oznaczało ponoszenie coraz większych wydatków budżetowych i pokrywanie rosnących strat przedsiębiorstw państwowych. Ponownie zaczęło wzrastać zadłużenie państwa, ograniczone w pierwszych latach transformacji do długu odziedziczonego po dekadzie rządów Edwarda Gierka 1971-1990.

Właśnie pod wpływem wspomnianych wyżej żądań polska polityka transformacyjna zeszła w latach 1992-1993 na tzw. „trzecią drogę”, starającą się pogodzić reguły i zasady gospodarki rynkowej z ideami socjaldemokratycznymi, zmierzając do ukształtowania państwa opiekuńczego. Rząd Hanny Suchockiej, usiłują-

cy bronić imponderabiliów polityki transformacyjnej, obalony został przez „Solidarność” w połowie 1993 r. Rządy SLD-PSL w latach 1993-1997 nie miały żadnej spójnej koncepcji polityki ustrojowej. Pragnęły zachować jak najwięcej państwa w gospodarce, a z drugiej strony nie były w stanie odwrócić przekształceń ustrojowych uruchomionych w 1990 r., zwłaszcza w obliczu niezależności Narodowego Banku Polskiego, umocnionej dodatkowo Konstytucją w 1997 r. Paradoksalną konsekwencją tych zaniechań i zahamowań była swoista „mała stabilizacja” w pół drogi. Pozwoliła ona koalicji SLD-PSL skonsumować efekty wcześniejszych zmian ustrojowych z lat 1990-1991 i eksponować swe zasługi w przyspieszeniu wzrostu gospodarczego po 1992 r. Brak wyraźnej polityki ustrojowej tej koalicji powodował zamazywanie celu transformacji, sprowadzanie jej do rangi odcinkowych, doraźnych reform. Wybitni przedstawiciele tej koalicji, jak np. Jerzy Hausner, odżegnywali się jeszcze w 1996 r. od interpretowania ustroju, do którego dąży transformacja — jako antytezy socjalizmu. Gospodarka rynkowa traktowana była przez koalicję SLD-PSL instrumentalnie, a nie ustrojowo.

Brak orientacji ustrojowej sprzyjał natomiast podejmowaniu decyzji wątpliwych, sprzyjających partykularnym interesom. Umacniały się branżowe i zawodowe grupy nacisku, wymuszając coraz większe środki budżetowe. Utrwalił się w tym okresie podział gospodarki na sektor rynkowy, głównie prywatny, i sektor nierynkowy, złożony głównie z zakładów państwowych oraz ze znacznej części indywidualnego rolnictwa, żądający gwarantowanych cen skupu, tanich kredytów i niskich podatków. Podział ten, utrzymujący się do dnia dzisiejszego (2004), ogranicza gospodarkę rynkową, powoduje jej wypaczenie i gwałtownie pogarsza strukturę wydatków budżetowych. Okres lat 1993-1997 charakteryzował też ciągle spory rządzącej koalicji z Narodowym Bankiem Polskim o politykę pieniężną. Mimo ciągle jeszcze wysokiej inflacji (w 1995 r. ponad 20%), usiłowano lansować neokenesowską politykę taniego i łatwego pieniądza, licząc na efekty ekspansji pieniężnej w sferze realnej. Brak konsekwentnej polityki gospodarczej osłabiał konkurencyjność rynkową gospodarki. Znajdowało to swój wyraz w szybko rosnącym ujemnym saldzie bilansu handlu zagranicznego. W tych warunkach, pomimo stosunkowo wysokiego tempa wzrostu PKB w okresie „małej stabilizacji”, koalicja SLD-PSL przegrała wybory w 1997 r. i ustąpiła miejsca koalicji AWS i Unii Wolności.

Zwycięstwo tej nowej koalicji umożliwiło podjęcie odraczanych i niechcianych przez lewicę reform ustrojowych warunkujących sukces transformacji. Dotyczyły one, jak wiadomo, systemu emerytalnego, ustroju samorządowo-administracyjnego, służby zdrowia i edukacji. Wcześniej jednak okazało się, że koalicjantów rozdzielił stosunek do charakteru tych reform. O ile Unia Wolności pragnęła nadać im charakter prorynkowy i zakładający niedopuszczenie do nierównowagi finansów publicznych, o tyle większościowy koalicjant (AWS) obstawał przy rozwiązyaniach kosztownych, bliskich „trzeciej drogi”, grożących pogorszeniem stanu finansów publicznych i niesprzyjających realizacji takich celów transformacji, jak np. budowa społeczeństwa obywatelskiego. Tak np. reforma samorządowo-

-administracyjna utrzymała centralizm i nie dopuściła do utworzenia zdrowych ekonomicznie jednostek najniższego szczebla. Gospodarka rynkowa funkcjonowała coraz lepiej, ale raczej dzięki postępom prywatyzacji, aniżeli dzięki sukcesom polityki transformacyjnej na innych polach. Po wycofaniu się z rządu Unii Wolności z Leszkiem Balcerowiczem szybko zaczął wzrastać deficyt budżetowy związany częściowo z kosztownością reform, wykazujących wiele niedociągnięć.

Niezadowolenie z trudnych reform, a równocześnie bezrobocie rosnące w wyniku procesów demograficznych i twardego urynkawiania gospodarki, przyczyniło się walcie do wyborczego zwycięstwa lewicy jesienią 2001 r. Zwycięska lewica nie miała jednak, podobnie jak w latach 1993-1997, żadnej koncepcji politycznej i ustrojowej, zdolnej do zahamowania gwałtownie narastającego kryzysu finansów publicznych. Przeciwnie nawet, ulegając ciągle jeszcze anachronicznym poglądom o nieszkodliwości, a nawet o pozytywnym oddziaływaniu deficytu budżetowego na gospodarkę, zwiększała nadal wydatki budżetowe. Przyspieszenie tempa wzrostu PKB po 2002 r. zaczęto przypisywać takiej właśnie polityce, a nie rzeczywistej przyczynie ożywienia — poprawie koniunktury gospodarczej.

W rezultacie dług publiczny Polski przekroczył w 2004 r. 400 mld zł. Cieszymy się obecnie z przyspieszenia wzrostu PKB, który zwiększył się w 2004 r. o ok. 45 mld zł, ale zapominamy, że cały ten przyrost zostanie „zjedzony” przez deficyt budżetowy, przez przyrost długu państwowego o tę samą kwotę. Zapominamy zbyt często o tym, jak wysokie są tzw. koszty obsługi długu publicznego (odsetki i raty płatne w danym roku). W 2004 r. wyniosą one ok. 26 mld zł i będą nadal wzrastać w wyniku wzrostu długu i jego oprocentowania. Nie dziwny się wobec tego brakowi środków na niezbędne szpitalne zabiegi lekarskie.

Tymczasem w kołach lewicowych bezpodstawnie głośni się tezę o konieczności zapewnienia ludziom pracy udziału w owocach wzrostu PKB, tak jakby stanowił on przyrost netto bogactwa. Świadomość premiera Belki, zdającego sobie w pełni sprawę z niebezpieczeństw sytuacji, w jakiej znalazła się polska gospodarka, zderza się z zupełną obojętnością i negacją większości ugrupowań lewicowych. W ugrupowaniach tych nie widać politycznej woli przerwania degrengolady grożącej kryzysem całości gospodarki państwa. Zapomina się całkowicie o tym, że bardzo prawdopodobne osiągnięcie przez polski dług publiczny granicy 60% PKB oznaczać będzie konieczność natychmiastowego obcięcia wydatków publicznych o ok. 40 mld zł. Partie polityczne zachowują się tak, jakby groźba taka w ogóle nie istniała. Równocześnie polska polityka ekonomiczna nie może się wyzbyć oporów przeciw gospodarce rynkowej. Niestabilna polityka wobec sektora prywatnego i samowola urzędników zniechęca przedsiębiorców i inwestorów. Ciągłe stosuje się dwie miary: łagodną wobec przynoszących straty przedsiębiorstw państwowych i ostrzejszą wobec sektora prywatnego. Ciągłe nie umiemy tworzyć jasnego, twardego, przejrzystego prawa utrudniającego życie aferzystom. Zapominamy, że gospodarka rynkowa wymaga bezwzględnej egzekucji prawa, a nie wyszukiwania okoliczności łagodzących, z których korzystają przestępcy. Zły klimat społeczny powoduje, że niemal każdy większy zysk wydaje się podejrzany. Tym-

czasem bez zysków nie będzie inwestycji, a bez inwestycji nie będzie nowych miejsc pracy.

Gospodarka rynkowa nie lubi połowiczności i niejasności reguł gry. Doświadczenia ostatnich lat XX wieku i pierwszych XXI wieku pokazują, jak wielkie straty ponosi gospodarka, gdy polityka ekonomiczna ulega błędnym koncepcjom i partykularnym, grupowym interesom. Powrót do przestrzegania ustrojowych reguł gospodarki rynkowej jest warunkiem zahamowania zjazdu po równi pochyłej pod brzemieniem długów. Osiągnięcie sukcesu makroekonomicznego wymaga oczywiście stworzenia warunków sprzyjających zdrowej przedsiębiorczości i wzrostowi prywatnych kapitałów. Jeśli nasi przedsiębiorcy mają skutecznie konkurować na europejskim i światowym rynku, to trzeba im usunąć urzędowe i światopoglądowe kłody spod nóg.

Gospodarka rynkowa w polskiej polityce ekonomicznej piętnastolecia 1989-2004

Streszczenie

Artykuł omawia kluczowe zadania i problemy polskiej polityki gospodarczej, podjęte na początku transformacji i ich ewolucje na przestrzeni ostatnich lat. Wiele uwagi poświęcono skutkom odejścia przez rządy lewicowe, działające w latach 1993-1997 i po 2001 r., od twardej polityki zapoczątkowanej w 1989 r. Wskazuje się również na konsekwencje polityki „trzeciej drogi”, przyjętej w 1993 r. oraz na niebezpieczeństwa związane z wzrostem długu publicznego. Wzrost produktu krajowego brutto jest praktycznie pochłaniany przez wzrost długu publicznego.

The implementation of market economy as target of the polish economic policy 1989-2004

Summary

The paper deals with crucial problems of the polish economic policy at the beginning of transformation and with its evolution during last years as well. Special attention is given to the abandonment of the rigid policy started 1989 by the leftist governments 1993-1997 and after 2001. The consequences of the “third way” adopted in 1993 and the dangers of public debt growth are also stressed. The increase of the GDP is practically annulated by the increase of the public debt.

JAN MIKOŁAJCZYK

Rozwój polskiego kupiectwa po przystąpieniu do Unii Europejskiej

Przemiany w polskim handlu po 1989 roku

Handel należy do tych dziedzin gospodarki, w których najszybciej i najbardziej widocznie dokonywały się zmiany świadczące o powodzeniu reform gospodarczych w Polsce. Transformacja sfery handlu jaka dokonała się po 1989 r. sprowadza się do zmian¹:

- własnościowych,
- organizacyjnych,
- ilościowych,
- jakościowych.

Zmiany własnościowe zapoczątkowane zostały na przełomie 1989 i 1990 r. i miały w pierwszym etapie (lata 1989-92) wyraźne dwie fazy: do połowy 1990 r. i od połowy 1990 r., tj. przed i po wprowadzeniu nowych przepisów prawa lokalowego i instrumentów finansowych mających wspomagać przedsiębiorczość i inicjatywę gospodarczą Polaków.

Cechą charakterystyczną przemian własnościowych w drugim etapie transformacji handlu w Polsce (lata 1992-95) jest przede wszystkim **nasilająca się obecność firm handlowych z kapitałem zagranicznym i kapitałem mieszanym** na naszym rynku.

Prywatyzacja handlu w Polsce w latach 1989-96 doprowadziła do tego, że udział sektora prywatnego w ogóle przedsiębiorstw handlowych w Polsce przekroczył 99%, a w 2001 r. wyniósł 99,57%². W okresie transformacji handlu w Polsce malała systematycznie liczba przedsiębiorstw państwowych i komunalnych, rosła natomiast ilość zakładów prywatnych osób fizycznych oraz różnego rodzaju spółek. Zakłady osób fizycznych w większości stanowiły małe i bardzo małe firmy. Zmiany dokonywały się również w liczbie pracujących w sektorach. Malało

¹ M. Sławińska, J. Mikołajczyk, *Zarządzanie przedsiębiorstwem handlowym. Zadania i studia przypadków*, AE, Poznań 2003, s. 148.

² *Rynek wewnętrzny w 2001 roku*, GUS, Warszawa 2002, s. 52.

ono w sektorze publicznym szybciej, niż zmniejszała się dynamika spadku ilości przedsiębiorstw. W sektorze prywatnym dynamika zatrudnienia była wolniejsza niż dynamika przyrostu liczby sklepów. Największą dynamikę wzrostu, także w przypadku zatrudnienia, wykazały jednostki należące do **właścicieli zagranicznych** lub spółek z przewagą kapitału zagranicznego.

Sektor prywatny zwiększał dynamicznie swój udział również w przypadku dużych placówek handlowych. Już w 1996 r. nastąpił dynamiczny ich przyrost. Także struktura obrotów wykazuje dominującą pozycję handlowych przedsiębiorstw prywatnych. Udział sprzedaży detalicznej tego sektora wyniósł w 1995 r. 93,8%, w 1996 r. — 94,3%, a w 2001 r. wzrósł do 97,8%.

Warto podkreślić, że w ogólnej liczbie przedsiębiorstw handlowych udział przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym nie jest wysoki, w 2000 r. kształtował się na poziomie 1,6% (a liczba sklepów z udziałem kapitału zagranicznego w 2001 r. to zaledwie 0,7%), ale wyznacznikiem roli i znaczenia tych firm w procesie dystrybucji jest wielkość realizowanych przez nie obrotów. W 1992 r. udział podmiotów zagranicznych w sprzedaży detalicznej wyniósł 0,06%, a w 2002 r. — już 14,3%³.

Tabela I

Charakterystyka sklepów z udziałem kapitału zagranicznego

Wyszczególnienie	2000	2001	2002
Liczba sklepów z kapitałem zagranicznym	2975	3250	3321
Udział w sklepach ogółem (w%)	0,69	0,72	0,74
Powierzchnia sklepów z kapitałem zagranicznym w m ²	1 763 974	2 609 039	2 756 453
Udział w powierzchni ogółem (w%)	6,5	8,5	8,5
Udział w sprzedaży ogółem (w%)	(⁹⁷) 4,5	12,4	14,3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Rynek wewnętrzny w 2002 roku*, GUS, Warszawa 2003.

Warto zauważyć, że:

- przeciętna **powierzchnia sprzedaży** sklepu z kapitałem zagranicznym jest **15 razy większa** niż sklepu z kapitałem polskim;
- przeciętna **sprzedaż** sklepu z kapitałem zagranicznym jest ponad **20-krotnie większa** niż sklepu z kapitałem polskim;
- **sprzedaż na 1 m²** sklepu z kapitałem zagranicznym jest niemal **2 razy większa** niż w polskim.

Analiza przedsięwzięć inwestorów zagranicznych w handlu wskazuje, że są one ukierunkowane głównie na branże i kanały dystrybucji, odznaczające się dużą chłonnością rynku, są to bowiem:

- sieci super- i hipermarketów,
- domy handlowe, głównie z towarami wyposażenia i wykończenia mieszkań, wyposażenia biur, urządzania i zagospodarowywania ogrodów itp.,

³ Obliczenia własne na podstawie: *Rynek wewnętrzny w 2002 roku*, GUS, Warszawa 2003.

- sieci stacji paliw i zaplecza usługowego motoryzacji,
- ośrodki (centra) handlowe,
- hurtownie typu cash&carry.

Zmiany organizacyjne wynikają bezpośrednio z procesu prywatyzacji w sferze handlu, z rozwoju importu oraz wzrostu konkurencji między przedsiębiorstwami. Zmianą najbardziej charakterystyczną w handlu w Polsce w okresie transformacji jest jego **atomizacja**, czyli silne rozdrobnienie, będące rezultatem ilościowo dominującej grupy drobnych, niezależnych kupców prywatnych, funkcjonujących na podstawie ustawy o działalności gospodarczej z 23 grudnia 1988 r.

Tabela 2

Sklepy w Polsce wg form organizacyjno-prawnych w latach 1994-2001

Formy prawne	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Udział w%
Domy towarowe	121	134	133	111	142	146	135	137	0,03
Domy handlowe	833	780	732	569	585	558	500	510	0,11
Supersamy	721	752	902	964	1018	1407	1602	1739	0,39
Hipermarkety	—	—	—	—	—	—	99	190	0,04
Pozostałe sklepy	406883	417079	396498	415131	442199	440069	421723	437397	97,35
Apteki	6891	6855	7298	7587	7841	8052	7932	9384	2,08
Razem	415449	425600	405563	424362	451785	450232	431991	449339	100

Źródło: Rynek wewnętrzny w 2001 roku, GUS, Warszawa 2002, s. 72.

W ostatnim okresie obserwuje się jednak bardzo dynamiczne rozwijanie się różnego rodzaju organizacji handlowych, produkcyjno-handlowych i handlowo-usługowych, mających formę spółek, stowarzyszeń lub zrzeszeń, których wspólnym zadaniem jest:

- osiągnięcie korzystniejszych warunków zakupu (efekt skali — niższe ceny nabycia produktów),
- racjonalizacja polityki zapasami,
- skuteczna promocja jednolitego wizerunku sieci sklepów, poprzez stosowanie wspólnej koncepcji marketingu, po to, by móc skutecznie przeciwstawiać się rosnącej konkurencji.

Szczególnym zagrożeniem dla rozwoju rodzimego handlu są firmy z udziałem kapitału zagranicznego. Wymusiły one konieczność integracji podmiotów rodzimych, z reguły o znacznie mniejszych kapitałach i możliwościach techniczno-organizacyjnych. Przykładem nowych podmiotów gospodarczych, integrujących hurtowników, detalistów i producentów oraz próbujących tworzyć własne kanały dystrybucji są: „Delko” S.A., Stowarzyszenie „Lewiatan” i „Handel 2000”⁴. Nową

⁴ Patrz szerzej m.in. M. Strużycki (red.), *Globalizacja handlu w Polsce*, IRWiK, Warszawa 1996, s. 119-126.

formą organizacyjną handlu, do niedawna nie występującą w ogóle lub w bardzo ograniczonym zakresie, jest także:

- sprzedaż wysyłkowa, w oparciu o oferty zamieszczane w katalogach (np. *Quelle*) lub w telewizji (np. *TV Shop*),
- sprzedaż bezpośrednia, preferowana przez takie firmy jak: *Zepter*, *Amway*, *Avon*, *Oriflame*,
- sprzedaż małych opakowań jednostkowych hurtownie,
- sprzedaż w sieci sklepów dyskontowych (np. *Biedronka*, *Plus Discount*, *Netto*),
- sprzedaż w sklepach fabrycznych i patronackich,
- sprzedaż hurtowa typu „cash and carry” (za gotówkę z natychmiastowym odbiorem, bez usługi transportowej),
- sprzedaż poprzez automaty (szczególnie słodczy i napojów w instytucjach, dworcach i urzędach państwowych),
- sprzedaż w sieci Internet (pierwszy hipermarket internetowy „*ToTu*” powstał w lipcu 1997 r. w Poznaniu — www.totu.com.pl).

Zmiany organizacyjne w handlu prowadzą do zmian modelu robienia zakupów przez Polaków. Coraz bardziej popularne stają się „duże” zakupy w centrach handlowych i supermarketach, robione raz w tygodniu, uzupełniane jedynie kupnem pieczywa w małych sklepach zlokalizowanych blisko domu. Wydaje się, że kierunek tych zmian jest nieodwracalny, ponieważ został zaakceptowany i cieszy się coraz większą popularnością przez klientów, którzy ostatecznie przecież decydują o strukturze i organizacji polskiego handlu.

Zmiany ilościowe są najłatwiejsze do zaobserwowania. W okresie od 1989 r. znacznie zwiększyła się liczba sklepów, przeciętna powierzchnia jednego sklepu i dynamika sprzedaży. Transformacja sfery handlu w Polsce do 1995 r. charakteryzowała się stałym wzrostem liczby sklepów, rosnącym udziałem sektora prywatnego i wzrostem sprzedaży. W 1996 r. po raz pierwszy odnotowano spadek liczby sklepów w stosunku do roku poprzedniego o ok. 4,7%, natomiast wolumen sprzedaży wzrósł o 4,5%. Oznacza to, że coraz mniejsza liczba jednostek handlowych uzyskuje coraz wyższe obroty, m.in. na skutek zwiększenia powierzchni sprzedażowej. Obserwuje się nadal duże zróżnicowanie dostępności sklepów w województwach, mierzone wskaźnikiem liczby ludności przypadającej na 1 sklep. Przeciętna powierzchnia sprzedażowa przypadająca na jednego mieszkańca w Polsce wynosi 0,8 m² i od 1989 r. (kiedyś wynosiła zaledwie 0,18 m²), wzrosła ponad czterokrotnie i stale systematycznie się powiększa.

Zmiany jakościowe w handlu są równie łatwo zauważalne, co zmiany ilościowe. Dotyczą one przede wszystkim:

- rozwoju nowoczesnych form handlu,
- zmian w ofercie asortymentowej,
- doskonalenia technologii sprzedaży.

Tabela 3

Zmiany ilościowe w sferze handlu w Polsce w latach 1990-2002

Kryteria \ Lata	1990	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	w liczbach bezwzględnych*										
Liczba sklepów ogółem	23742	35250	41544	42560	40556	42436	45178	45023	43199	44933	45043
w tym miasto	20106	25897	32004	32813	31541	32907	34989	34843	33316	34432	35422
wieś	36362	93525	95041	97462	90149	95291	10189	10179	98829	10501	10520
sektor publiczny	14312	9613	7533	6287	5399	4048	4896	4583	4168	1945	1792
sektor prywatny	22311	34288	40791	41931	40016	42031	45414	45325	43556	44739	44864
Liczba ludności na 1 sklep	161	109	93	91	95	91	85	86	89	86	86
Pow. sprzedaży na 1 mieszkańca w m ²	0,29	0,43	0,50	0,51	0,54	0,51	0,63	0,64	0,70	0,80	0,91
Dynamika sprzed. Rok poprz. = 100 (ceny stałe)	82,6	107,9	103,0	102,3	104,5	106,8	102,6	104,0	–	100,2	101,1

* nie dotyczy dynamiki sprzedaży.

Źródło: obliczenia własne na podstawie: *Rynek wewnętrzny w: 1995-2002* oraz Małego Rocznika Statystycznego 2003, Dział: Handel i gastronomia.

Nowoczesne formy handlu w Polsce to przede wszystkim dynamicznie rozwijające się centra handlowe, supersamy oraz różne formy sprzedaży bezpośredniej i wysyłkowej. Jak wynika z danych zamieszczonych w tabeli 1, największy przyrost wykazują supersamy i apteki. Liczba domów towarowych w zasadzie pozostaje niezmienną, natomiast liczba domów handlowych wyraźnie maleje.

Zmiany w ofercie asortymentowej dotyczą głównie zwiększania jego szerokości i głębokości. W zasadzie oferta towarowa sklepów w Polsce przestała istotnie się różnić od oferty sklepów w krajach wysoko rozwiniętych. Wyraźny jest także proces specjalizacji branżowej sklepów (np. *Rossmann* — kosmetyki, *IKEA* — meble, *Praktiker* — dom i ogród) oraz realizacji ściśle określonych strategii asortymentowo-cenowych (np. niskich cen i ograniczonej oferty asortymentowej w sklepach dyskontowych sieci: *Biedronka*, *Plus*, *Sesam*, *Rema 1000*, *Netto*, czy natychmiastowego terminu zapłaty bez świadczenia usługi transportu w hurtowniach typu „cash and carry”, np. sieci *Makro* i *Eurocash*).

Nową jakość w technologii sprzedaży, przez którą rozumie się sposób świadczenia usługi handlowej, wykreowały przedsiębiorstwa zagraniczne, które od 1993 r. zaczęły licznie wkraczać do naszego kraju. Nowoczesna technologia sprzedaży była jednym z podstawowych czynników sukcesu tych firm w pierwszym etapie ich rozwoju na polskim rynku, sukcesywnie podpatrywana, przejmowana i modyfikowana przez rodzime przedsiębiorstwa handlowe.

Na doskonalenie usługi handlowej wpływ ma przede wszystkim:

- duża różnorodność typów sklepów, które dynamicznie rozwijają się w Polsce,
- nowoczesne metody obsługi klientów,
- doskonalenie sposobów rozmieszczania towarów w sklepie,
- efektywny układ zagospodarowania powierzchni sklepowej,
- świadome wykorzystywanie oświetlenia, dźwięku i zapachu w sklepie,
- wzrost kwalifikacji i poprawa postaw personelu,
- unowocześnienie technicznego wyposażenia sklepu (meble, urządzenia chłodnicze, wagowe, kasowe i transportowe),
- dynamiczny rozwój systemu informacyjnego sprzedaży (oznaczanie towarów, stosowanie kodów kreskowych, organizacja inkasa),
- rozwój usług towarzyszących procesowi sprzedaży.

Tempo i zakres zmian zachodzących w sferze handlu prowadzą do szybkiego niwelowania różnic w jakości świadczonej usługi „pełnego asortymentu, sieci handlowej i szybkiej sprzedaży” między handlem w Polsce i w krajach wysoko rozwiniętych, stając się niepodważalnym i bardzo konkretnym dowodem sukcesu transformacji polskiej gospodarki. Jednak dystans nas dzielący do najlepiej rozwiniętych krajów Europy Zachodniej jest nadal ogromny. Procesy zachodzących aktualnie na polskim rynku zmian (jakościowych, ilościowych, organizacyjnych i własnościowych), w opinii specjalistów największych koncernów handlowych, są analogiczne do tego, co się działo w Hiszpanii... przed 20 laty.

Tabela 4

Przedsiębiorstwa wg liczby prowadzonych sklepów w Polsce w latach 1992-2002

Lata Sklepy	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Ogółem	310832	332805	370616	382875	364188	381594	409337	409899	408481	409721
1-2	306832	328352	369998	377543	358482	375762	403314	404360	402788	404335
3-10	2604	2787	3115	3989	4504	4689	4923	4462	4665	4350
11-20	1244	1142	1054	969	882	866	828	820	770	756
21-50	599	479	409	337	290	248	249	230	225	239
51-100	54	39	31	27	23	23	18	20	26	30
101-200	10	7	7	4	5	3	4	5	5	9
powyżej 200	3	3	3	2	2	3	1	2	2	2

98,7% przedsiębiorstw handlowych prowadzi 1-2 sklepy!

Źródło: Rynek wewnętrzny w: 1995-2002, GUS, Warszawa 1996-2003.

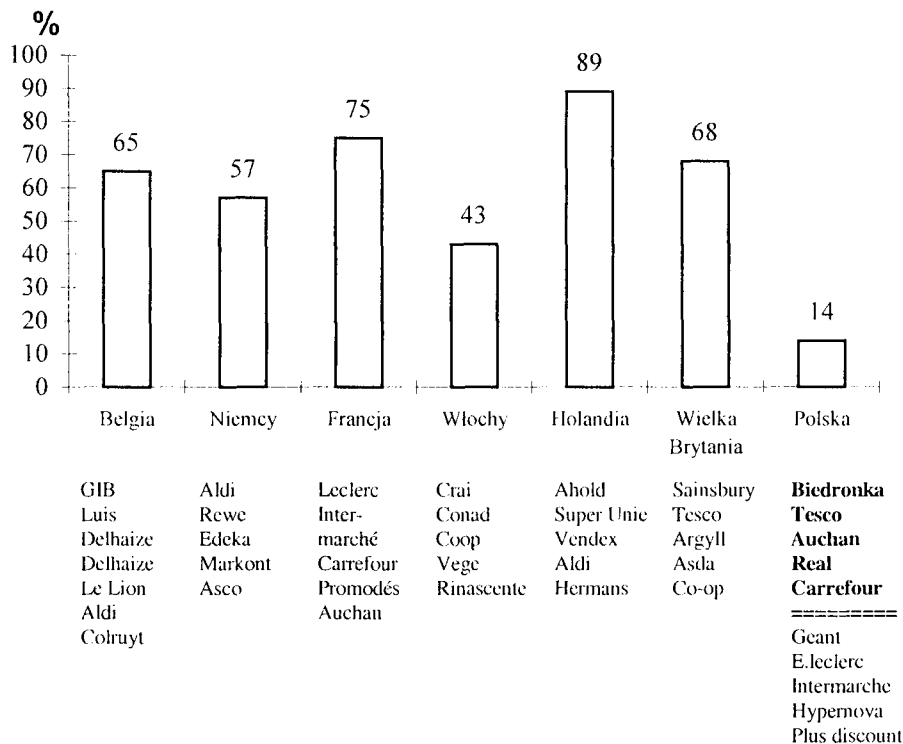
Przewidywania dotyczące kierunków rozwoju sfery handlu w Polsce

Biorąc pod uwagę tendencje rozwojowe w handlu w Europie Zachodniej oraz uwzględniając uwarunkowania rozwoju handlu w Polsce, należy przypuszczać, że najbliższe lata będą charakteryzowały następujące procesy:

- dalszy silny wzrost konkurencji,
- koncentracja sfery handlu,
- zmniejszenie liczby sklepów tradycyjnych,
- dalszy intensywny rozwój sieci handlowych,
- upowszechnianie sprawdzonych wzorców działania (efekt naśladownictwa),
- rozwój nowoczesnych, wielkopowierzchniowych polskich jednostek handlowych (po etapie konsolidacji sfery handlu),
 - wzmocnienie wiodącej pozycji przez przedsiębiorstwa zagraniczne,
 - dynamiczny rozwój regionalnych i ogólnokrajowych grup zakupowych, zrzeszających drobnych hurtowników i detalistów,
 - wzrost edukacji konsumentów i racjonalności w podejmowaniu przez nich decyzji o kupnie wybranego asortymentu,
 - profesjonalizacja obsługi klienta nie tylko w obiektach wielkopowierzchniowych, ale także w małych sklepach i w sprzedaży drobnodetalicznej (np. targowiska).

Rysunek 1

Udział w handlu detalicznym żywnością pięciu największych przedsiębiorstw handlowych w wybranych krajach Europy (w %)



Źródło: P. J. McGoldrick, G. Davies, *International retailing. Trends and strategies*, Pitman Publishing 1995, s. 20; „Handel” 6/2004.

Szanse i zagrożenia wynikające z integracji Polski z Unią Europejską

Na wstępie tej części artykułu, na podstawie przedstawionych wcześniej faktów, warto postawić tezę, którą można sformułować następująco: polski handel wszedł do Unii Europejskiej na wiele lat przed formalną integracją Polski z UE. Nie należy zatem wyolbrzymiać zagrożeń związanych z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej ani nie wolno powiększać szans, jakie integracja ta niesie dla polskiego handlu. Z obserwacji i doświadczeń, jakie niosą pierwsze miesiące formalnej przynależności Polski do UE, można stwierdzić, że poza pewnymi ruchami cen (z reguły w górę), wynikającymi ze stopniowego wyrównywania poziomu cen w Polsce w stosunku do innych krajów europejskich, nie nastąpiły żadne istotne zmiany zauważalne dla nabywców.

W dłuższym okresie integracja Polski z UE będzie jednak miała istotny wpływ na uwarunkowania i kierunki rozwoju polskiego handlu. Do podstawowych szans należy zaliczyć:

- wzrost wiarygodności Polski na arenie międzynarodowej, a co z tym się wiąże: wzrost zainteresowania Polską i polskimi produktami, „wejście do systemu” dystrybucji europejskiej,
- wzrost dochodów społeczeństwa,
- lepszy dostęp do informacji o rynku,
- zwiększenie stabilności przepisów prawnych,
- większa kontrola społeczna „osób trzymających władzę”.

Warunek wykorzystania szans to umiejętność dostosowania się do wymogów funkcjonowania w bardziej konkurencyjnych warunkach wspólnego europejskiego rynku.

Z szansami nieodłącznie wiążą się (zawsze) zagrożenia, **każda szansa niewykorzystana lub źle wykorzystana może stać się zagrożeniem** i odwrotnie, każde zagrożenie dobrze zdiagnozowane i uwzględnione odpowiednio wcześniej w strategii firmy może stać się dla niej szansą. Stąd wniosek:

- dla niedostosowanych przedsiębiorstw — niemal wszystko jest zagrożeniem! (por. tabela 5),
- dla dobrze przystosowanych — UE to normalna konkurencja, z jaką od wielu lat nieźle sobie radzi wiele polskich firm.

Do głównych zadań, jakie stoją przed polskimi przedsiębiorstwami handlu hurtowego i detalicznego, należy zatem **integracja z innymi firmami polskimi**, po to by:

- wzmocnić swoją pozycję negocjacyjną,
- wspólnie przeciwstawiać się konkurencji zagranicznych sieci,
- unikać niszczącej konkurencji cenowej,
- stworzyć bariery wejścia na rynki lokalne,
- podnieść poziom usług dystrybucyjnych,
- rozpocząć wspólne inwestycje,
- obniżyć poziom kosztów logistycznych,
- zbudować sieć detaliczną.

Współdziałanie polskich firm detalicznych zrzeszonych np. w grupach zakupowych (takich jak sieć *Lewiatan* czy *Chata Polska*) może także obejmować:

- organizowanie wspólnych akcji promocyjnych,
- prowadzenie wspólnych inwestycji polegających na budowaniu nowych, zdolnych do konkurowania obiektów handlowych,
- reprezentowanie interesów członków grupy przez wspólne działania PR,
- utrwalanie więzi środowiskowej,
- rozwój nowych form organizacji zakupów.

Tabela 5

Potencjalne czynniki sukcesu przedsiębiorstw handlowych, które mogą stać się szansą lub zagrożeniem w ich rozwoju

Główne czynniki sukcesu (lub porażki) przedsiębiorstw handlowych	Polskie firmy handlowe
* duża skala działania (powierzchnia, liczba sklepów-sieć)	Tak-?-Nie
* stosowanie centralnego systemu zarządzania	Tak-?-Nie
* unifikacja jednostek handlowych, w ramach rozwijanych sieci	Tak-?-Nie
* trafnie dobrany asortyment	Tak-?-Nie
* wykorzystywanie nowoczesnych technologii handlu	Tak-?-Nie
* efektywne stosowanie systemów informacyjnych, optymalizujących przepływ informacji, towarów i środków pieniężnych	Tak-?-Nie
* wprowadzanie samoobsługowej formy sprzedaży	Tak-?-Nie
* działalność we wszystkie dni tygodnia	Tak-?-Nie
* możliwość łatwego dojazdu i zaparkowania samochodu (parkingi)	Tak-?-Nie
* wielka powierzchnia ekspozycji asortymentu	Tak-?-Nie
* niska cena towaru (względem konkurencji)	Tak-?-Nie

Źródło: Opracowanie własne.

Warto mieć nadzieję, że najbliższy czas zostanie dobrze wykorzystany przez zarządy polskich przedsiębiorstw handlowych, by podnieść ich konkurencyjność i sprawność działania, w trosce o klientów, z korzyścią dla przedsiębiorstw i całej gospodarki, która tego potrzebuje tak, jak klienci dobrych jakościowo i przystępnych cenowo produktów, atrakcyjnie eksponowanych w nowoczesnych sklepach.

Literatura

- 50 Największych firm handlowych w Polsce w 2003 roku, „Handel” 6/2004.
 Mały Rocznik Statystyczny 2003, Dział: Handel i gastronomia, GUS, Warszawa 2004.
 McGoldrick P. J., Davies G., *International retailing. Trends and strategies*, Pitman Publishing, London 1995.
 Rynek Wewnętrzny w 2002 roku, GUS, Warszawa 2003, s. 52.
 Sławińska M., Mikołajczyk J., *Zarządzanie przedsiębiorstwem handlowym. Zadania i studia przypadków*, AE, Poznań 2003.
 Strużycki M. (red.), *Globalizacja handlu w Polsce*, IRWiK, Warszawa 1996.

Rozwój polskiego kupiectwa po przystąpieniu do Unii Europejskiej

Streszczenie

Artykuł przedstawia zmiany jakie zaszły w polskim handlu po 1989 r. W szczególności omówione zostały zmiany: własnościowe, organizacyjne, ilościowe i jakościowe, które doprowadziły do znacznych przemian w handlu w Polsce pod koniec XX wieku. Istotnym czynnikiem tych zmian były inwestycje zagranicznych sieci handlowych, które po 1995 r. rozpoczęły dynamiczną ekspansję na polskim rynku, doprowadzając do znacznego wzrostu konkurencji w sektorze handlu.

W dalszej części artykułu rozważania dotyczą kierunków rozwoju polskiego handlu oraz szans i zagrożeń rozwoju polskiego kupiectwa po integracji Polski z Unią Europejską (UE). Autor wskazuje na fakt, że ze względu na silną obecność unijnych sieci handlowych w Polsce jeszcze przed formalną integracją z UE handel był tym sektorem, który jako jeden z pierwszych zaczął funkcjonować według „europejskiego” standardu. W końcowej części autor wskazuje na konieczność integracji polskiego kupiectwa, które rozproszone nie będzie w stanie sprostać rosnącej konkurencji zagranicznych sieci handlowych.

Development of the Polish shopkeepers after the integration of Poland with the Economic Community

Summary

The paper presents the changes in the Polish shopkeepers community after the year 1989. There were presented in the paper especially the ownership, organisational, quantitative and the qualitative changes in the retailing sector, which resulted in transformation of the Polish trade, in the end of the XX century. Foreign investments, especially made by the retailing networks after 1995, were of greatest importance for the trade sector development in Poland. They resulted in high increase in the competition.

The considerations in further part of the paper concentrate on direction of development, opportunities and threats for the Polish trade after the integration with Economic Community. The author points out that because of strength presence of the foreign retailing and wholesaling networks for many years before the formal integration of Poland with EC took place, the trade sector was the one which had to compete on the market according to „European standards”. In the last part of the paper author points out the necessity of the integration of the Polish shopkeepers community, which dispersed will not be able to face the increasing competition of the foreign networks in retailing and wholesaling.

JOANNA IDCZAK

Rola samorządu lokalnego w rozwoju przedsiębiorczości w aspekcie integracji Polski z UE

Wstęp

Reforma administracji rządowej i samorządowej, wprowadzona w 1998 r. ustawami o samorządzie powiatowym, województwa i administracji rządowej, określiła podział zadań między lokalnymi a regionalnymi wspólnotami samorządowymi. Kształtowanie polityki wspierania przedsiębiorczości należy do zakresu zadań samorządów wojewódzkich. W zakresie działalności samorządu województwa znajdują się m.in. działania na rzecz pobudzania aktywności gospodarczej, podnoszenia konkurencyjności i innowacyjności gospodarki, tworzenia warunków rozwoju gospodarczego, kreowania rynku pracy, rozbudowy i utrzymania infrastruktury społecznej i technicznej¹. Udział samorządów powiatowych w rozwoju przedsiębiorczości pośrednio określony został ustawowo przez następujące działania: przeciwdziałanie bezrobociu i aktywizacja lokalnego rynku pracy oraz współpraca z organizacjami pozarządowymi².

Realizacja programów pomocowych i stopień wykorzystania środków przedakcesyjnych w Polsce w latach 2001-2002 wskazują na istnienie wielu barier ograniczających udział małych i średnich przedsiębiorstw w korzystaniu z pomocy Unii Europejskiej. Szereg ograniczeń w pozyskiwaniu środków napotykały też jednostki samorządu lokalnego. Najpoważniejszym, wspólnym dla wymienionych podmiotów problemem okazał się brak odpowiednio wysokich środków finansowych na zabezpieczenie udziału własnego w realizowanych działaniach. Jednostki samorządu terytorialnego, które zdecydowały się na realizację inwestycji z programów pomocowych, dokonać musiały wyboru między przeznaczeniem środków na bieżące utrzymanie obiektów a inwestowaniem środków w ich rozwój. Duża

¹ Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1590 oraz z Dz. U. 2002 r. Nr 23, poz. 220; Nr 62, poz. 558; Nr 214, poz. 1806).

² Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1592 oraz Dz. U. z 2002 r. Nr 23, poz. 220; Nr 62, poz. 558; Nr 113, poz. 984; Nr 200, poz. 1688; Nr 214, poz. 1806).

grupa jednostek samorządowych decydowała się na zaciągnięcie pożyczek, obciążając ich spłatą budżety w kolejnych latach funkcjonowania i obniżając tym samym szanse uczestnictwa w realizacji programów pomocowych w przyszłości. W przypadku przedsiębiorców korzystających z pomocy byli to głównie tacy, których pozycja rynkowa była w miarę ustabilizowana, niewielka część projektów dotyczyła osób rozpoczynających działalność gospodarczą.

Struktura systemu wsparcia małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce

Koordinacją i monitoringiem realizacji rządowej polityki wobec MSP zajmuje się Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej. Dotychczasowe źródła finansowania rządowej polityki pochodziły ze: środków budżetowych określanych corocznie w ustawie budżetowej, środków programów Phare (2000, 2001, 2002 i 2003), kredytu Banku Światowego przeznaczonego na realizację Programu Aktywizacji Obszarów Wiejskich (PAOW).

Instytucje pomocowe działające na rzecz MSP wpisane są w krajowy system wsparcia w układzie centralnym, regionalnym i lokalnym. Instytucją rządową realizującą założenia polityki sektorowej jest Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)³. Do zadań PARP należy udzielanie: dotacji na inicjatywy przedsiębiorczości dla podmiotów działających na rzecz rozwoju gospodarczego lub zatrudnienia, dotacji i pożyczek dla przedsiębiorców oraz wdrażanie programów pomocowych Unii Europejskiej. Na szczeblu regionalnym działają Regionalne Instytucje Finansujące (RIF), których działalność polega na obsłudze administracyjnej programów pomocowych, informowaniu, promocji i monitoringu wdrażanych programów.

Na szczeblu lokalnym funkcjonują organizacje non-profit świadczące usługi doradcze, szkoleniowe, informacyjne i finansowe. Instytucje lokalne po uzyskaniu odpowiedniej akredytacji rejestrowane są w Krajowym Systemie Usług dla MSP. Część z nich funkcjonuje w formie Punktów Konsultacyjno-Doradczych (PKD), udzielając bezpłatnych usług doradczych w zakresie: administracyjno-prawnych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej, zarządzania przedsiębiorstwem, oferty banków i innych instytucji finansujących oraz możliwości i sposobów korzystania z instrumentów wsparcia dla MSP.

Do instytucji realizujących politykę wsparcia MSP należy również Bank Gospodarstwa Krajowego (BGK), jako kluczowa agencja odpowiedzialna za rozwój systemu poręczeń kredytowych w Polsce. W ramach zadań banku znajduje się wspieranie przedsiębiorczości, realizowane ze środków Krajowego Funduszu Poręczeń Kredytowych (KFPK). BGK współpracuje z największymi bankami w Polsce, prowadząc działalność poręczycielską dla udzielanych przez banki kredytów

³ Ustawa z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (Dz. U. z 2000 r. Nr 109, poz. 1158 oraz Dz. U. z 2002 r. Nr 25, poz. 253 i 596).

dla małych i średnich przedsiębiorstw oraz wspiera rozwój krajowego systemu regionalnych i lokalnych funduszy poręczeniowych. Fundusze KFPK przeznaczone są na uzupełnianie kapitałów poręczycielskich funduszy poręczeń kredytowych. Rola BGK polega na ułatwianiu zdobycia kapitału, potrzebnego szczególnie przedsiębiorcom rozpoczynającym działalność gospodarczą oraz zabezpieczeniu akcji kredytowej banków, co wpływa na poszerzenie oferty kredytowej dla MSP i podwyższa dostępność kredytów. W przyszłości działalność BGK będzie sprzyjała pełniejszemu wykorzystaniu środków z unijnych funduszy strukturalnych.

Perspektywy rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w pierwszych latach członkostwa w Unii Europejskiej

Cele polityki społeczno-gospodarczej po przystąpieniu Polski do UE określone zostały w Narodowym Planie Rozwoju (NPR)⁴. Cel strategiczny przyjęty dla pierwszych lat po akcesji dotyczy konkurencyjności gospodarki opartej na wiedzy i przedsiębiorczości. Strategia ta wyznacza kierunki polityki gospodarczej, jej adresatów i oczekiwane efekty. W grupie ostatecznych beneficjentów planowanych działań znajdują się podmioty prowadzące działalność gospodarczą, a jednym z wielu przewidywanych efektów jest rozwój przedsiębiorczości w sektorze prywatnym.

Dla osiągnięcia pożądaných rezultatów z unijnych środków pomocowych przewiduje się działania utrzymujące równowagę gospodarki, tj.: utrzymanie równowagi finansowej, utrwalanie tendencji spadku inflacji i deficytu budżetowego, kontynuowanie przekształceń własnościowych i prywatyzacji jednostek sektora publicznego, ograniczanie barier administracyjnych i prawnych dla rozwoju przedsiębiorczości i prowadzenia działalności gospodarczej, ukierunkowanie pomocy publicznej na wspomaganie najbardziej efektywnych i konkurencyjnych firm.

Makroekonomicznymi miarami uzyskanych rezultatów będą m.in.: wzrost PKB, spadek bezrobocia oraz wzrost udziału w strukturze gospodarki sektorów o wysokiej wartości dodanej. Mikroekonomicznymi wskaźnikami poziomu konkurencyjności polskich przedsiębiorstw będą: zwiększenie poziomu inwestycji w małych i średnich przedsiębiorstwach, poprawa produktywności, wzrost udziału produkcji wyrobów nowych i zmodernizowanych, produktów zaawansowanych technologicznie i usług, zwiększenie udziału produkcji eksportowej w obrotach firm oraz wzrost nakładów na badania, rozwój i działalność innowacyjną.

Osiągnięcie zamierzonych celów realizowane będzie przez podejmowanie działań o charakterze prawnym, instytucjonalnym i fiskalnym, których priorytetem powinno być przede wszystkim uproszczenie procedur prawno-administracyjnych i zmniejszenie obciążeń podatkowych. Ramy podejmowanych działań określać będą programy i projekty, których cele bezpośrednio lub pośrednio skorelowane winny być z celem strategicznym NPR. Obszary koncentracji interwencji publicznej

⁴ Narodowy Plan Rozwoju 2004-2006, dokument Rady Ministrów, MGPIPS, Warszawa 2003.

wskazane w proponowanych osiach rozwoju gospodarczego w latach 2004-2006 wyznaczają kierunki wsparcia dla przedsiębiorstw w sektorze prywatnym.

Podstawowym założeniem przyjętej strategii narodowej wobec przedsiębiorstw jest objęcie szczególną pomocą małych i średnich, co jednak nie wyklucza dużych przedsiębiorców z obszaru działania polityki gospodarczej państwa⁵. Drugim założeniem jest bezpośredniość pomocy, zakładająca, iż przedsiębiorca jest przewidziany w większości programów jako ostateczny odbiorca dofinansowania. Kolejne założenie wskazuje na szereg form pośredniego wsparcia głównie ze strony instytucji i otoczenia biznesu; i ostatnie z założeń, tj. branżowe ukierunkowanie pomocy, generuje osiągnięcie określonych celów strukturalnych.

NPR definiuje obszary rozwoju w formie ramowych programów o następujących nazwach: (1) wspieranie konkurencyjności przedsiębiorstw, (2) rozwój zasobów ludzkich i zatrudnienia, (3) tworzenie warunków zwiększania poziomu inwestycji, w tym promowanie zrównoważonego rozwoju i spójności przestrzennej, (4) przekształcenia strukturalne w rolnictwie i rybołówstwie, rozwój obszarów wiejskich, (5) wzmocnienie potencjału rozwojowego regionów i przeciwdziałanie marginalizacji niektórych obszarów. W zasadzie bezpośrednio ukierunkowanie na rozwój MSP dotyczy pierwszego z wymienionych programów. Analiza funkcjonalna pozostałych propozycji programowych wskazuje jednak na przyszłe silne oddziaływanie, osiągniętych w ramach ich realizacji rezultatów, na małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce.

Zaproponowany plan rozwoju stanowi podstawę do uzyskania wsparcia Wspólnoty, którego sposób wdrożenia określają Sektorowe Programy Operacyjne (SPO) uszczegóławiające obszary polityki gospodarczej. Małe i średnie przedsiębiorstwa jako sektor gospodarki znajdują się w bezpośrednim oddziaływaniu działań podejmowanych w ramach SPO „Wzrost konkurencyjności gospodarki” (SPO WKG)⁶. Program identyfikuje dwa główne priorytety w poprawie konkurencyjności polskich przedsiębiorstw:

- rozwój przedsiębiorczości i wzrost innowacyjności z wykorzystaniem instytucji otoczenia biznesu oraz
- wzmocnienie pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw działających na Jednolitym Rynku Europejskim.

Pierwszy z priorytetów wyznacza jako główny kierunek działań rozwój sieci instytucji wspierających podmioty prowadzące działalność gospodarczą, w tym ze sfery badawczo-rozwojowej, prowadzących usługi finansowe, doradcze i konsultingowe, szkoleniowe, informacyjne, promocyjne, w zakresie transferu technologii, certyfikacji i standaryzacji oraz informatyczne. W ramach działań wspierających rozwój przedsiębiorczości ważne miejsce wyznaczono dla przedsięwzięć zwiększających dostęp i zakres korzystania z usług publicznych on-line. W zasa-

⁵ Zgodnie z klasyfikacją określoną ustawą z dnia 19 listopada 1999 r. Prawo działalności gospodarczej (Dz. U z 1999 r. Nr 101 poz. 1178 z późn. zm.).

⁶ Sektorowy Program Operacyjny: Wzrost Konkurencyjności Gospodarki, lata 2004-2006, dokument Komitetu Integracji Europejskiej, MGPIPS, Warszawa 2003.

dzie działania priorytetu pierwszego nie przewidują bezpośredniego transferu dotacyjnego do przedsiębiorstw. Ostatecznymi odbiorcami świadczonej pomocy będą: instytucje wspierania biznesu i sieci tych instytucji, fundusze pożyczkowe, fundusze poręczeń kredytowych oraz fundusze załazkowe (*seed capital*), spółki zarządzające parkami przemysłowymi i naukowo-technologicznymi, inkubatory technologiczne, instytucje sfery naukowo-badawczej oraz instytucje administracji rządowej.

Drugi priorytet przewiduje wsparcie projektów inwestycyjnych, których celem będzie poprawa oferty produktowej i technologicznej, a także dostosowujących produkcję do wymogów ochrony środowiska. Z pomocy będą mogły skorzystać przedsiębiorstwa spełniające określone warunki, przy czym preferowane będą działania podejmowane w takich sektorach, jak: mikroelektronika, informatyka i teletechnika, czyli preferencje dotyczyć będą działów wysokiej techniki oraz branż o wysokim tempie wzrostu popytu rynkowego, które mają szansę na uczestnictwo w handlu zagranicznym.

Bezpośrednimi adresatami pomocy realizowanej, zgodnie z ramami wyznaczonymi w drugim prioryecie, będą małe i średnie przedsiębiorstwa podejmujące określone działania dostosowawcze i wnioskujące o wsparcie. Pomoc przewidziana jest w postaci grantów na pokrycie części kosztów dla przedsiębiorstw, które zechcą: skorzystać z doradztwa firmy zewnętrznej (w ściśle określonych dziedzinach np. prowadzenie firmy na Jednolitym Rynku Europejskim czy projektowanie, wdrażanie i doskonalenie systemów zarządzania jakością i inne zgodne z celami strategicznymi polityki gospodarczej), dokonać nowych inwestycji tworzących, rozbudowujących przedsiębiorstwa lub zmieniających procesy produkcyjne bądź produkt oraz inwestycji proekologicznych, zakupić nowe technologie czy też wziąć udział w wyjazdowych misjach gospodarczych oraz przedsięwzięciach targowo-wystawienniczych.

Drugim programem (obok SPO WKG), w którym wzrost konkurencyjności gospodarki określono jako podstawowy cel, jest Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego (ZPORR)⁷. Założeniem programu jest regionalizacja podejmowanych działań, a wykorzystanie środków pomocowych w ramach ZPORR będzie uzależnione od przyjętych regionalnych strategii rozwoju wyznaczających kluczowe dla danego regionu sektory gospodarki będące motorem rozwoju gospodarczego. W obszarze programu znajdują się działania promocyjne i inwestycyjne mikroprzedsiębiorstw na obszarach wiejskich, podejmujących i rozwijających działalność poza tradycyjnymi sektorami, ze szczególnym uwzględnieniem przedsiębiorstw sektora turystycznego. Działania te w znacznym stopniu skorelowane są z działaniami na rzecz rozwoju kadr i reorientacji zawodowej oraz szeroko pojętej infrastruktury technicznej (drogowej, telekomunikacyjnej, informacyjnej, społecznej itp.), które przewidziane zostały w ramach programu regionalnego

⁷ Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego 2004-2006, dokument Komitetu Integracji Europejskiej, MGPIPS, Warszawa 2003.

ZPORR, jak i pozostałych programów, głównie Sektorowego Programu Operacyjnego „Rozwój Zasobów Ludzkich” (SPO RZL)⁸.

Instrumenty wsparcia małych i średnich przedsiębiorstw przez samorząd lokalny

Podstawowymi aktywnymi instrumentami oddziaływania władz gospodarczych na przedsiębiorstwa są: stopa podatkowa, stopa procentowa, fundusze dotacyjne, poręczenia i gwarancyjne oraz udziały kapitałowe. Obowiązujące w Polsce prawo o finansach publicznych nie przewiduje ani dla samorządu na szczeblu regionalnym, ani lokalnym instrumentów finansowych aktywnego wspierania przedsiębiorczości i rozwoju gospodarczego. Prawo o dochodach jednostek samorządowych nie tworzy mechanizmu uzależniającego wysokość dochodów samorządu od lokalnej czy regionalnej aktywności gospodarczej. Stąd też realizacja rządowych programów polityki wobec małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) uzależniona jest wyłącznie od wysokiej świadomości władz samorządowych i dobrowolności uczestnictwa w realizowaniu założeń przyjętych w strategiach gospodarczych.

Generalnie instrumenty wspierania przedsiębiorczości można podzielić na finansowe i niefinansowe. Do tych pierwszych zaliczyć należy takie narzędzia, jak: poręczenia, pożyczki, subsydiowanie kredytów, dotacje i *venture capital* (tabela 1). Do niefinansowych zalicza się: programy szkoleniowe, programy i instytucje doradcze, inkubatory przedsiębiorczości, rozwój infrastruktury technicznej.

Cechą funduszy poręczeń kredytowych jest ułatwianie przedsiębiorcom dostępu do kredytu. Fundusze poręczeń kredytowych to instytucje nie nastawione na osiąganie zysku. Podstawowymi wymogami stawianymi przed funduszem poręczeń jest posiadanie kapitału zabezpieczającego oraz możliwość dokonywania oceny wiarygodności kredytowej usługobiorcy. Dlatego też opierają się one na ścisłej współpracy z bankami. Rola samorządu lokalnego w dużej mierze ogranicza się do inicjowania działań na rzecz tworzenia funduszy poręczeniowych przez lokalne instytucje z otoczenia biznesu.

Podobnie w przypadku funduszy pożyczkowych czy mikropożyczkowych, których prowadzenie wymaga określonej wiedzy i umiejętności. Rola administracji samorządowej ogranicza się do inicjowania, organizowania i tworzenia dogodnych warunków ich funkcjonowania. Wsparcie za pomocą pożyczek realizowane jest najczęściej w ramach wojewódzkich czy powiatowych urzędów pracy, których oferta skierowana jest do osób bezrobotnych rozpoczynających działalność gospodarczą i na tworzenie miejsc pracy. Kolejnym instrumentem stosowanym przez samorządy lokalne jest subsydiowanie kredytów. Stosowane jest ono głównie przez urzędy pracy w ramach dotacji rządowych. Programy dotacyjne są najbardziej poszukiwaną przez przedsiębiorców formą wsparcia. W Polsce dotychczas realizowane były głównie w ramach programów Phare i STRUDER. Wspieranie inwe-

⁸ Zintegrowany Program Operacyjny: Rozwój Zasobów Ludzkich, MGPIPS, Warszawa 2003.

storów dysponujących innowacyjnym produktem, nie zweryfikowanym przez rynek, odbywa się często na zasadzie *venture capital*, tj. przez wniesienie kapitału na okres rozwoju produktu.

Tabela 1

Cechy podstawowych instrumentów finansowego wspierania małych i średnich przedsiębiorstw

Rodzaj instrumentu	Barierzy stosowania	Kapitałochłonność	Stopień wyczerpywania kapitału	Koszty obsługi	Rola banków	Barierzy efektywności
Dotacje (granty)	Specyficzne branże, słabo rozwinięte regiony	Bardzo wysoka	Całkowity	Dość niewielkie	Pomocnicza	Możliwość zakłócenia równowagi danego rynku
Udziały kapitałowe	Brak kapitału	Bardzo wysoka	Zależy od efektywności działania	Bardzo wysokie	Zależy od sytuacji	Stosowanie tylko w spółkach kapitałowych
Pożyczki	Brak kapitału, wysokie koszty	Średnia	Istotny w zależności od efektywności działania	Wysokie	Żadna lub konkurencyjna	Różne modele działania
Poręczenia (gwarancje)	Brak zabezpieczeń	Niewielka lub średnia	Niewielki	Średnie	Duża	Trudności we współpracy z bankami

Źródło: *Kształtowanie wojewódzkiej polityki wspierania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw, materiały uzupełniające szkolenia i warsztaty dla przedstawicieli samorządowych władz wojewódzkich i powiatowych*, EURECA, Weneza Mestre 2003.

Stosowanie instrumentów finansowego wsparcia małych i średnich firm przez samorządy lokalne jest w znacznym stopniu ograniczone przez brak kapitału. Sprowadza się często do rozdzielania funduszy wypracowanych w ramach dochodów własnych bądź pozyskanych z lokalnych opłat czy kar. Rozdysponowanie tych funduszy musi być zgodne z realizowaną polityką np. ochrony środowiska, co ma miejsce w przypadku Powiatowych i Wojewódzkich Funduszy Ochrony Środowiska. Instrumenty finansowe najczęściej stosowane są w ramach wyspecjalizowanych instytucji działających na rynku finansowo-pożyczkowym. W większości przypadków instytucje te mają charakter bankowy.

Znacznie większą rolę odgrywają samorządy w kreowaniu niefinansowych instrumentów wsparcia małych i średnich przedsiębiorstw. Jednostki samorządu terytorialnego w ramach posiadanej infrastruktury edukacyjnej realizują programy szkoleniowe dla przedsiębiorców. Do tej pory dużą rolę w upowszechnianiu i kierowaniu na szkolenia odgrywały urzędy pracy. W przyszłości coraz większą rolę ograć będą wyspecjalizowane centra doskonalenia zawodowego, kształcenia ustawicznego i punkty doradztwa zawodowego, w ramach których oferowane będą kursy doskonalenia zawodowego, programy szkoleniowe dla przedsiębiorców rozpoczynających działalność oraz dla kadry zarządzającej. Dotychczas szkolenia

refundowane były z środków pozyskiwanych z funduszy pomocowych, głównie z programów Phare. Po wejściu do Unii Europejskiej możliwości finansowania kształcenia ustawicznego ulegną w znacznym stopniu zwiększeniu w ramach funduszy strukturalnych i regionalnych. Celem programów szkoleniowych jest dostosowanie kadry do zmieniających się wymogów rynku pracy oraz kreowanie aktywnych postaw gospodarczych wśród osób, które utraciły pracę.

Drugim znaczącym instrumentem są centra wspierania biznesu świadczące na ogół usługi doradcze i szkoleniowe dla przedsiębiorców. W przyszłości planowana jest rozbudowa takich instytucji, docelowo projektowane jest jedno centrum przy każdym samorządzie lokalnym. Centra oferują swoje usługi na zasadach częściowo komercyjnych lub bezpłatnie. Priorytetowym zadaniem jest dostarczanie usług informacyjnych dla przedsiębiorców oraz wykonywanie dla władz lokalnych analiz sytuacji gospodarczej, rynku pracy i innych. Podstawowym wymogiem utworzenia centrum przedsiębiorczości jest wysoka jakość i kompetencje zatrudnionej w nim kadry. Podobnie jak w przypadku kształcenia ustawicznego, przewidziane są znaczne środki z unijnych funduszy strukturalnych na rozwój instytucji wspierania biznesu.

Kolejną propozycją dla samorządów lokalnych są inkubatory przedsiębiorczości, tworzone w celu pomocy w pierwszej fazie rozwoju przedsiębiorstwa. Wsparcie polega głównie na zapewnieniu powierzchni do prowadzenia działalności, wraz z ofertą bezpłatnych lub niskopłatnych usług doradczych i obsługą biurową. Czas przebywania przedsiębiorstwa w inkubatorze ograniczany jest do określonego terminu osiągnięcia pełnej samodzielności. Tworzenie inkubatora przedsiębiorczości wymaga pozyskania środków na jego utworzenie i pełne lub częściowe sfinansowanie jego funkcjonowania. Rola władz lokalnych polega więc na określeniu potrzeby istnienia inkubatora w danym regionie, miejsca jego utworzenia oraz zasad jego funkcjonowania, w tym głównie określenia warunków korzystania z usług zgodnie z programem rozwoju lokalnego oraz na promowaniu idei wsparcia przez inkubatory przedsiębiorczości wśród społeczności lokalnej. Wiele jednostek samorządu terytorialnego dysponuje przede wszystkim powierzchnią lokalową, często niewykorzystaną na realizację celów statutowych, w ramach której można organizować pomieszczenia i infrastrukturę inkubatora po uzyskaniu środków pomocowych, głównie z pożyczek Banku Światowego i środków z funduszy strukturalnych.

Trwające od kilku lat prace nad reformą finansów publicznych mają m.in. na celu stworzenie mechanizmów wiążących funkcjonowanie administracji samorządowej z regionalnym i lokalnym rozwojem gospodarczym. Proponowane zmiany nie zakładają jednak ze wszech miar potrzebnej decentralizacji finansów publicznych, która wprowadzałaby warunki rzeczywistej konkurencji międzyregionalnej i uzależniałaby rozwój samorządu lokalnego od jego rozwoju gospodarczego. Koncentracja aktywnych instrumentów rozwoju gospodarczego na szczeblu centralnym czy nawet wojewódzkim ogranicza w znacznym stopniu udział samorządów lokalnych w kreowaniu polityki gospodarczej państwa i powoduje jej oddalenie

od rzeczywistych potrzeb wynikających z lokalnej specyfiki regionów. W przeszłości sytuacja ta może okazać się czynnikiem ograniczającym małym i średnim przedsiębiorcom dostęp do funduszy regionalnych i strukturalnych z Unii Europejskiej.

Na ogół działalność samorządowa ogranicza się do realizowania zadań nałożonych ustawami polegających na utrzymaniu obiektów i urządzeń użyteczności publicznej. W większości przypadków dotacje i subwencje pochodzące z budżetu państwa nie wystarczają na realizację działań inwestycyjnych, a nawet na utrzymanie wartości obiektów i urządzeń. Jednakże rozwój infrastruktury technicznej ma ogromne znaczenie dla podnoszenia ekonomicznych wartości regionów, stanowi element sprzyjający lokalizacji biznesu, w tym bezpośrednich inwestycji zagranicznych, oraz czynnik wzmacniający powiązania międzyregionalne. Stąd też większość programów operacyjnych uwzględnia potrzeby infrastrukturalne i stwarza potencjalne możliwości rozwoju.

Podsumowanie

Podsumowując, sektorowe programy zaprojektowane dla wsparcia MSP przewidują w najbliższych latach rozwój i integrację instytucji z otoczenia biznesu, które mają docierać z pomocą doradczą i kapitałową do małych przedsiębiorstw. W dużej mierze mają to być instytucje o charakterze regionalnym, a więc wojewódzkim. Ich lokalizacja w znacznym stopniu będzie korzystniejsza dla firm zlokalizowanych w aglomeracjach miejskich i w ich obrębie. Jednocześnie preferencje ukierunkowane będą na zmiany technologiczne i dla przedsiębiorstw wykorzystujących nowoczesne technologie oraz wytwarzających wysoko przetworzone produkty, a więc do tych, które będą dysponowały znacznym kapitałem dla zapewnienia udziału własnego w planowanych inwestycjach oraz wyspecjalizowaną kadrą. Zaprojektowano także pomoc dla przedsiębiorstw rozwijających działalność w obszarach zagrożonych marginalizacją, tj. takich, w których dominują tradycyjne sektory gospodarki, np. rolnictwo czy górnictwo, ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju produktów uwarunkowanych lokalnie. Pośrednio też stymulatorem rozwoju przedsiębiorczości będą działania podejmowane na rzecz rozwoju infrastruktury technicznej, szczególnie drogowej i telekomunikacyjnej, podnoszenia jakości usług w administracji publicznej oraz rozwoju zasobów ludzkich. Wykorzystanie pomocy zależeć będzie głównie od aktywności i inwencji podmiotów gospodarczych oraz od zaangażowania instytucji publicznych w upowszechnianie informacji o dostępnych formach pomocowych.

Warunkiem rozwoju przedsiębiorczości będzie poprawa otoczenia prawnego i administracyjnego małych i średnich przedsiębiorstw. Obowiązujące przepisy prawa i wymagania administracyjne nakładają szereg obciążeń na przedsiębiorców, począwszy od procedury rejestracji działalności gospodarczej, przez procedury skarbowe, ubezpieczeniowe i inne. Zbiurokratyzowanie postępowania administracyjnego stwarza dodatkowe ograniczenia, które wraz ze znaczną zmiennością prze-

pisów prawa nie sprzyjają rozwijaniu prywatnej działalności gospodarczej i tworzeniu przyjaznych warunków dla jej funkcjonowania. Jednocześnie wysoki poziom obciążeń fiskalnych powoduje wzrost kosztów ich działalności, co obniża ich konkurencyjność.

Głównym ograniczeniem w korzystaniu z pomocy, której podstawowym założeniem jest uzupełnianie przeznaczonych na inwestycję środków (w wysokości od 50 do 75% całkowitej wartości planowanych działań), będzie bariera kapitałowa. Istnieje zatem pilna potrzeba wygospodarowania środków z budżetu państwa przeznaczonych na pomoc publiczną uzupełniającą fundusze strukturalne oraz zastosowania preferencji kredytowych dla tych przedsiębiorców i samorządów, które podejmą się realizacji planu rozwoju gospodarki w latach 2004-2006.

Znaczenie samorządów lokalnych dla rozwoju małej i średniej przedsiębiorczości mierzone będzie aktywnością w pozyskiwaniu środków finansowych na rozwój infrastruktury transportowej, społeczeństwa informacyjnego, telekomunikacji, środowiska, edukacji oraz naukowo-technicznej.

Literatura

Kształtowanie wojewódzkiej polityki wspierania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw, materiały uzupełniające szkolenia i warsztaty dla przedstawicieli samorządowych władz wojewódzkich i powiatowych, Eurecna, Venezia Mestre 2003.

Narodowy Plan Rozwoju 2004-2006, dokument Rady Ministrów, MGPIPS, Warszawa 2003.

Sektorowy Program Operacyjny: Wzrost Konkurencyjności Gospodarki, lata 2004-2006, dokument Komitetu Integracji Europejskiej, MGPIPS, Warszawa 2003.

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

Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1592 oraz Dz. U. z 2002 r. Nr 23, poz. 220; Nr 62, poz. 558; Nr 113, poz. 984; Nr 200, poz. 1688; Nr 214, poz. 1806).

Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1590 oraz Dz. U. z 2002 r. Nr 23, poz. 220; Nr 62, poz. 558; Nr 214 poz. 1806).

Ustawa z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (Dz. U. z 2000 r. Nr 109, poz. 1158 oraz Dz. U. z 2002 r. Nr 25, poz. 253 i 596).

Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego 2004-2006, dokument Komitetu Integracji Europejskiej, MGPIPS, Warszawa 2003.

Zintegrowany Program Operacyjny: Rozwój Zasobów Ludzkich, MGPIPS, Warszawa 2003.

***Rola samorządu lokalnego w rozwoju przedsiębiorczości
w aspekcie integracji Polski z UE***

Streszczenie

W artykule przedstawiono aktualną strukturę instytucjonalną systemu wsparcia małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce. Omówiono główne kierunki polityki rządu wobec sektora MSP w pierwszych latach po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej. Dokonano oceny roli, jaką mogą odegrać samorządy lokalne w rozwoju przedsiębiorczości przez wskazanie na główne instrumenty wsparcia i na pilną potrzebę dokonania zmian w finansowaniu jednostek samorządowych. Wskazano na podstawowe znaczenie rozwoju szeroko pojętej infrastruktury lokalnej i poprawy jakości usług publicznych dla tworzenia dogodnych warunków rozwoju przedsiębiorczości.

***The role of local authority in the business development
in the aspect of Poland integration with EU***

Summary

In the article actual institutional structure of support system of small and medium business in Poland has been presented. The main approaches of government policy against the sector of small and medium business in the first years after integration of Poland into the European Union have been discussed. The evaluation of role of local authorities may play in business development has been done by pointing main support instruments and immediate need of changes in financing of local authorities. The main role of the improvement of wide understood local infrastructure and the quality of public services for creating conditions of business development has been underlined.

ELŻBIETA MIRECKA

Podatki w stosunkach międzynarodowych

Polityka podatkowa Unii Europejskiej

Podatki są bardzo ważnym elementem polityki gospodarczej państwa. Są źródłem dochodów budżetowych umożliwiających finansowanie polityki gospodarczej i społecznej. Można je traktować jako instrument wpływający na tempo wzrostu gospodarczego państwa i także mający wpływ na jego atrakcyjność gospodarczą i finansową. Polityka podatkowa państwa jest w jego gestii, natomiast jej skutki są odczuwalne także poza jego granicami. Wewnętrzna polityka podatkowa może wywoływać efekt zniechęcający lub zachęcający dla zagranicznych podmiotów. Efekty polityki podatkowej danego państwa są bardzo silnie odczuwalne przez państwa trzecie i mają wpływ na kształt kontraktów gospodarczych z państwami współpracującymi z nim.

Unia Europejska wypracowała wspólny rynek wewnętrzny towarów i usług oraz przyjęła założenia, że podatki poszczególnych państw członkowskich nie mogą stanowić bariery w rozwoju wymiany międzynarodowej i współpracy gospodarczej. Rodzaje podatków i ich wielkości są jednak nadal indywidualnym narzędziem kształtowanym przez władze państw członkowskich Unii. Jest to więc instrument polityki wewnętrznej państwa, który nie może być barierą w prowadzonej polityce gospodarczej i integracyjnej Unii Europejskiej. Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską (TWE) podkreśla, że jakakolwiek dyskryminacja osiągnięta poprzez podatki zarówno bezpośrednio, jak i pośrednio w stosunku do produktów z innych państw, jest zabroniona.

Polityka podatkowa państwa cechuje się suwerennością, co zapewnia państwom realizację ich polityk gospodarczych i społecznych. Państwa bronią suwerenności narodowej polityki podatkowej, która może być wykorzystywana w procesach związanych z redystrybucją dochodów i finansowaniem np. oświaty, służby zdrowia, edukacji, zabezpieczeń socjalnych.

Indywidualizacja narodowych polityk podatkowych jest swoistym utrudnieniem, szczególnie na obszarach gospodarczo zintegrowanych. Prowadzona harmonizacja podatków ma charakter fragmentaryczny i obejmuje głównie podatki pośrednie. Jest to więc rozwiązanie pośrednie między narodowymi politykami podatkowymi prowadzonymi indywidualnie przez kraje a ujednoliconym systemem

podatkowym, wspólnym dla grupy państw, gdzie celem nadrzędnym ma być polityka gospodarcza danego obszaru, a nie poszczególnych państw.

Podatki pośrednie

Podatki pośrednie wywarły duży wpływ i przyspieszyły budowę jednolitego rynku wewnętrznego. Harmonizacja podatku od wartości dodanej VAT (ang. *Value Added Tax*) i podatku akcyzowego (ang. *excise duty*) możliwa jest na podstawie art. 93 (TWE).

Działanie na rzecz ujednolicenia i powszechnego wprowadzenia podatku VAT zostały podjęte na początku lat 60. przez ówczesne państwa EWG. Do tego czasu stosowane były zróżnicowane podatki obciążające produkcję lub konsumpcję. Wprowadzenie nowego wielofazowego podatku nastąpiło 11 kwietnia 1967 r. na podstawie dwóch dyrektyw: dyrektywy Rady 67/127/EWG i dyrektywy Rady 67/228/EWG. Wprowadzenie podatku od wartości dodanej stało się podstawą do dokładnego określenia, jakim podatkiem został obciążony towar w kolejnych fazach produkcji i dystrybucji. Podatek VAT ma charakter neutralny, tzn. nie stwarza preferencji w wymianie międzynarodowej. Przyjęcie dyrektyw oznaczało, że wszystkie towary zarówno krajowe, jak i zagraniczne, są identycznie opodatkowane. Nadal jednak została zagwarantowana swoboda podstawy opodatkowania i wysokość opodatkowania. Zostały więc stworzone podstawy wspólnego systemu VAT. Fundamentalną sprawą stał się wybór zasady opodatkowania w kraju przeznaczenia (ang. *destination principle*) lub zasady opodatkowania w kraju pochodzenia (ang. *origin principle*).

Podstawy wspólnego systemu opodatkowania podatkiem VAT zostały określone i przedstawione przez Komisję Europejską w 1987 r. Przyjęta została zasada kraju pochodzenia i dwie stawki podatkowe, a także określony mechanizm rozliczeniowy między krajami członkowskimi. W wyniku trudności wprowadzenia tego systemu podjęto w grudniu 1991 r. decyzję o wprowadzeniu od 1 sierpnia 1993 r. systemu przejściowego. System ten dał możliwość rezygnacji z kontroli towarów na granicy między państwami członkowskimi i jednocześnie zapewnił pobór podatku przez władze kraju przeznaczenia towaru. Zostały zniesione niedogodności kontroli na granicach.

Kolejnym etapem było przedstawienie w lipcu 1996 r. przez Komisję Europejską propozycji ostatecznego wspólnego systemu VAT, który zakładał stopniowe przechodzenie do zasady kraju pochodzenia i stosowania zasady wyboru jednego miejsca rejestracji podatków VAT. W ten sposób przestałby istnieć podział na kraj pochodzenia i kraj przeznaczenia oraz powstałyby warunki dla istnienia tzw. przedsiębiorstw europejskich. Realizacja nowego systemu była bardzo trudna ze względu na odmienne regulacje narodowe dotyczące istoty VAT i wielkości stawek. Są one bowiem zróżnicowane i wynoszą np. w Luksemburgu 15%, w Austrii 20%, w Szwecji 25%. Powstała konieczność poprawy funkcjonowania systemu VAT. Komisja Europejska przedstawiła w czerwcu 2000 r. Radzie i Parla-

mentowi Europejskiemu strategię poprawy funkcjonowania systemu VAT. Ze względu na brak możliwości szybkiego stworzenia poprawnego systemu, określony został cel długoterminowy budowy systemu VAT, w którym miałyby obowiązywać zasada opodatkowania w kraju pochodzenia. Proces harmonizacji podatku VAT na obszarze Unii Europejskiej jest długotrwały i napotyka na trudności wynikające np. ze zróżnicowanych stawek podatkowych, zwolnień w państwach członkowskich UE.

Polska, stając się członkiem Unii Europejskiej, zastosowała się do jej wymogów, także w kwestii podatków. Przepisy regulujące podatek VAT w Polsce zostały określone w ustawie o podatku od towarów i usług z dnia 11 marca 2004 r. i ogłoszone w Dz. U. Nr 54/2004 z dnia 5 kwietnia 2004 r. poz. 535.

Kolejny podatek pośredni to podatek akcyzowy (ang. *excise duty*) obciążający konsumpcję wybranych dóbr. Stosowanie akcyzy uwarunkowane jest różnymi względami, do których zaliczyć można dochody budżetu państwa, wpływ na zmianę konsumpcji, ochrona środowiska.

Wspólny system funkcjonowania podatku akcyzowego zaczął funkcjonować w momencie ustanowienia jednolitego rynku wewnętrznego, czyli od 1 stycznia 1993 r. Celem jego było odejście od konieczności kontroli granicznych towarów przemieszczających się pomiędzy państwami Wspólnoty. W systemie zostały określone produkty podlegające opodatkowaniu i ustalone poziomy opodatkowania. Opodatkowaniu podlega produkcja wyrobów i ich import z państw trzecich, czyli spoza Unii. Podatek pobierany jest w tym państwie, w którym następuje konsumpcja danego towaru. Zostały ustalone minimalne stawki akcyzy dla alkoholi, papierosów i olejów mineralnych. Stawki dla alkoholi zostały ustalone na podstawie dyrektyw z 1992 r. (dyrektywa 92/83 EWG i dyrektywa 92/84 EWG). Przyjęto zasadę, że wysokość stawki uzależniona jest od zawartości alkoholu w napoju. W wyniku działań państw południowych obszaru unijnego, gdzie dominuje uprawa winorośli, przyjęto w odniesieniu do wina stawkę 0 ECU za hl. Akcyza na produkty alkoholowe jest w państwach członkowskich bardzo zróżnicowana, co wynika zarówno z tradycji produkcji, jak i konsumpcji pewnych gatunków napojów alkoholowych.

Na produkty tytoniowe została ustalona minimalna stawka dla papierosów na poziomie 57% ceny detalicznej zawierającej inne podatki. Także na cygara i tytoń są ustalone stawki minimalne. Podstawą prawną są dyrektywy nr 39/79 i 92/80 EWG.

Na oleje mineralne zgodnie z dyrektywami 92/81 i 92/82 EWG zostały także nałożone minimalne stawki akcyzy. Akcyzą zostały objęte m.in. benzyna ołowio-wa, bezolejowa, olej napędowy i grzewczy, płynny gaz.

Polityka proekologiczna Unii wywarła wpływ na skonstruowanie nowego podatku, jakim jest podatek energetyczny (*energy tax*). Ze względu na zobowiązania państw, w tym państw Wspólnoty, podjęte na szczycie w Kyoto w 1997 r., a dotyczące redukcji emisji szkodliwych gazów do atmosfery, podjęto prace nad budową odpowiedniego systemu podatkowego, który ograniczałby zużycie produktów

energetycznych. Komisja Europejska zaproponowała w maju 1997 r. projekt wspólnych zasad opodatkowania produktów energetycznych. Ustalono minimalne stawki akcyzy na węgiel, elektryczność i gaz naturalny oraz zwiększone stawki na oleje mineralne.

Głównymi oponentami nowego podatku stały się Hiszpania, Grecja, Portugalia i Irlandia, które twierdziły, że wspólny system podatku energetycznego obciąży je w znacznie większym stopniu niż bogatsze państwa północy obszaru UE. Skuteczność blokowania przez te państwa działań spowodowała spowolnienie prac nad budową i wprowadzeniem w życie wspólnego systemu podatku energetycznego.

Podatki bezpośrednie

Także podatki bezpośrednie, czyli podatki od dochodów osobistych, podatki od dochodów z lokat finansowych, podatki od zysków przedsiębiorstw, podlegają procesom harmonizacji. Stopień ich harmonizacji jest znacznie mniejszy niż ma to miejsce w przypadku podatków pośrednich. Podatki bezpośrednie nie są związane z przemieszczeniem się i kontrolą graniczną, dlatego też nie stanowiły warunku dla stworzenia jednolitego rynku wewnętrznego Unii. Można więc mówić tylko o harmonizacji ustawodawstwa narodowego w zakresie podatków bezpośrednich. Podstawą prawną jest art. 94 (dawniejszy 100) TWE, który daje prawo Radzie do wydawania dyrektyw, na mocy których nastąpić ma konwergencja przepisów podatkowych państw członkowskich.

Bardzo ważnym krokiem w kierunku międzynarodowej współpracy między podmiotami gospodarczymi było zatwierdzenie w lipcu 1990 r. dwóch istotnych dyrektyw. Pierwsza dyrektywa w sprawie wspólnego systemu opodatkowania fuzji, podziałów, wnoszenia majątku i zamiany udziałowców dotyczących spółek z różnych krajów członkowskich została przyjęta 23 lipca 1990 r. (dyrektywa 90/434). Na mocy tej dyrektywy wyżej wymienione czynności nie powodują dla żadnej z tych spółek, ani dla ich wspólników, obciążenia podatkowego.

Druga dyrektywa dotyczy wspólnego systemu opodatkowania firm macierzystych i filii w różnych krajach członkowskich UE i została również ogłoszona 23 lipca 1990 r. (dyrektywa 90/435). Na podstawie tej dyrektywy zostały stworzone dogodne warunki dla tworzenia tzw. firm europejskich drogą regulacji zasad opodatkowania zysków przekazywanych między spółkami przez granice państwowe. Zapewnione zostało niedyskryminowane traktowanie podatkowe transferów dywidend spółek mających siedzibę w różnych krajach.

Zróznicowane opodatkowanie dochodów firm na terenie Unii przyspieszyło budowę tzw. pakietu podatkowego (*tax package*), który miał pohamować negatywne praktyki konkurencji podatkowej. Pakiet ten został przyjęty przez Radę UE 1 grudnia 1997 r. W pakiecie tym zostały zawarte regulacje dotyczące opodatkowania dochodów z lokat oraz kodeks należytego postępowania w dziedzinie opodatkowania przedsiębiorstw. Przyjęcie pakietu ma powstrzymać niektóre państwa od stosowania takich rozwiązań podatkowych, które naruszają wspólne zasady.

Podatki od dochodów osób fizycznych, stosowane indywidualnie przez państwa członkowskie, nie były objęte harmonizacją, co wynika z narodowego charakteru tego podatku. Stosowana jest zasada unikania podwójnego opodatkowania w przypadku opodatkowania pracownika w kraju zatrudnienia i w kraju stałego pobytu.

Duże trudności napotyka harmonizacja opodatkowania dochodów z lokat, a więc dochodów z depozytów bankowych, odsetek od instrumentów dłużnych i in. Wynika to ze stosowania różnych stawek, jak i obowiązku informowania władz podatkowych przez banki oraz inne instytucje finansowe o wielkości wypłat i o osobach, na rzecz których nastąpiły wypłaty. Brak jednolitych zasad postępowania powodował przepływy kapitałowe na obszarze Unii na rynki państw o bardziej przyjaznych stawkach podatkowych. Po wieloletnich dyskusjach zostały przedstawione dyrektywy, dotyczące opodatkowania lokat dokonywanych przez nierezydentów, czyli osób fizycznych mających miejsce zamieszkania poza obszarem Unii. Propozycja ta została nieprzychylnie przyjęta ze względu na konieczność odejścia od przestrzegania tajemnicy bankowej oraz na fakt ograniczenia ucieczek kapitałów państw trzecich za granicę danego państwa. Zaniepokojenie i niechęć wyraziły te państwa, które były przychylne tym kapitałom poprzez stworzenie dla nich dogodnych warunków podatkowych, mających charakter tzw. rajów podatkowych (np. wyspa Jersey, Luksemburg).

Na spotkaniu w Feira (Portugalia) w czerwcu 2000 r. ustalono, że docelowo ma być wprowadzony obowiązek wymiany informacji pomiędzy państwami UE o wypłaconych przez banki i inne instytucje finansowe dochodów z lokat. Do czasu realizacji tego celu (prawdopodobnie od 2005 r.) powinno być stosowane jedno z dwóch rozwiązań. Pierwsze rozwiązanie polega na informowaniu władz podatkowych o dochodach, drugie — na zastosowaniu podatku 20-25% u źródła powstania. Realizacja tego projektu będzie wyjątkowo trudna ze względu na rozbieżne interesy państw członkowskich, szczególnie tych, na obszarze których istnieją regulacje o charakterze oaz podatkowych.

Pełna harmonizacja podatków na obszarze Unii Europejskiej jest procesem bardzo trudnym do wdrożenia. Konwergencja systemów podatkowych państw członkowskich oznaczać może dla grupy państw spadek obciążeń podatkowych, dla innych natomiast wzrost podatków, co miałoby wpływ na sytuację budżetową tych państw. Taka sytuacja mogłaby doprowadzić do zmniejszenia środków budżetowych, a więc mogłaby zaistnieć sytuacja braku funduszy na realizację zadań polityki rządów. Na podstawie bilateralnych umów zawieranych między poszczególnymi krajami wprowadza się rozwiązania pozwalające zmniejszyć ciężar zobowiązań podatkowych. Zgodnie z umową wzorcową OECD, dotyczącą unikania podwójnego opodatkowania, stosuje się w tym celu technikę wyłączenia spod opodatkowania (wyłącznie pełne albo z zastrzeżeniem progresji) albo zaliczenia podatkowego (kredytu podatkowego). Wybór konkretnej metody unikania podwójnego opodatkowania do konkretnego źródła dochodów jest przedmiotem uregulowania w umowie zawieranej między poszczególnymi państwami.

Stosowanie umów zawieranych między poszczególnymi państwami odnośnie do unikania podwójnego opodatkowania polega na wprowadzeniu zasady wyłączenia spod opodatkowania (wyłączenie pełne, wyłączenie z zastrzeżeniem progresji albo zasady zaliczenia podatkowego — kredytu podatkowego) lub na zaliczeniu na poczet podatku. Są to niejako kanony postępowania wykorzystywane w umowach podatkowych. Państwa starają się regulować kwestie podwójnego opodatkowania poprzez zawieranie umów międzynarodowych. Polska zawarła szereg umów międzynarodowych regulujących tę kwestię. Do najważniejszych traktatów wielostronnych zawartych przez Polskę należą:

1. Konwencja o opodatkowaniu pojazdów drogowych służących do prywatnego użytku w ruchu międzynarodowym podpisana w Genewie 18 maja 1956 r.;
2. Konwencja o opodatkowaniu pojazdów drogowych wykonujących międzynarodowy przewóz podróźnych podpisana w Genewie 14 grudnia 1956 r.;
3. Konwencja o opodatkowaniu pojazdów drogowych wykonujących międzynarodowy przewóz towarów podpisana w Genewie 14 grudnia 1956 r.;
4. Porozumienie o unikaniu opodatkowania dochodów i majątku osób fizycznych podpisane w Miskolcu 27 maja 1977 r.;
5. Porozumienie o unikaniu opodatkowania dochodów majątku osób prawnych podpisane w Ulan Bator 19 maja 1978 r.;
6. Konwencja o wzajemnej pomocy administracyjnej w sprawach podatkowych ze Strasburga podpisana 25 stycznia 1988 r.;

Zostały także zawarte przez Polskę umowy bilateralne z większością państw świata. Przy konstruowaniu tych umów wykorzystano propozycje i wzorce OECD. Teksty umów zostały opublikowane w odpowiednich Dziennikach Ustaw.

Harmonizacja polskiego prawa podatkowego z prawem podatkowym UE przebiega skomplikowanie i jest procesem bardzo trudnym. Wystąpiły też istotne opóźnienia w stosunku do zakładanych terminów. Opóźnienia te o charakterze obiektywnym są wynikiem działań na rzecz ochrony interesów rynku krajowego, często też przemawiały względy fiskalne. Rzeczywiste źródło opóźnień to brak dostatecznego przygotowania służb Ministerstwa Finansów do włączenia się do procesów harmonizacji.

Harmonizacja podatków pośrednich, czyli podatku od towarów i usług oraz podatku akcyzowego, to obszar, do którego UE przywiązuje największą wagę, gdyż jest to obszar sprzyjający swobodnemu przepływowi towarów i usług. Odnośnie do harmonizacji podatków bezpośrednich Unia zwraca szczególną uwagę na pośrednie opodatkowanie gromadzonego kapitału, opodatkowanie fuzji i przekształceń spółek, a także na zagadnienia eliminacji podwójnego opodatkowania. Prowadzone działania dostosowujące polskie normy prawne do unijnych najczęściej miejsca poświęciły zadaniom związanym z harmonizacją podatków pośrednich. Proces harmonizacji polskiej polityki podatkowej do wymogów Unii Europejskiej nadal jeszcze przebiega, ale został osiągnięty już znaczny postęp, przejawiający się zaistnieniem aktów prawnych.

Literatura

- Kawecka-Wyrzykowska E., Synowiec E., *Unia Europejska. Przygotowania Polski do członkostwa*, IKiCMZ, Warszawa 2001.
- Kenig-Witkowska M. M. i in., *Prawo instytucjonalne Unii Europejskiej*, C.H. Beck, Warszawa 2004.
- Nicoll W., Salmon T. C., *Zrozumieć Unię Europejską*, KiW, Warszawa 2002.
- Sobczak K. i in., *Europejskie prawo gospodarcze w działalności przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa 2002.
- Tynel A. i in., *Międzynarodowe prawo handlowe*, Difin, Warszawa 2002.
- Zabielski K., *Finanse międzynarodowe*, PWN, Warszawa 2002.

Podatki w stosunkach międzynarodowych

Streszczenie

Polityka podatkowa państwa wywiera wpływ na jego atrakcyjność gospodarczą i finansową, jej efekty są także odczuwalne przez państwa trzecie. Jako instrument polityki wewnętrznej państwa nie może jednak być ona barierą w wymianie międzynarodowej. Harmonizacja podatków na obszarze UE ma charakter fragmentaryczny i obejmuje głównie podatki pośrednie, czyli podatek od wartości dodanej i podatek akcyzowy. Podatki te związane są z przemieszczaniem się towarów i ich kontrolą graniczną i mają wpływ na tworzenie się jednolitego rynku wewnętrznego Unii. Podatki bezpośrednie, a więc podatki od dochodów osobistych, podatki od dochodów z lokat finansowych, podatki od zysków przedsiębiorstw, podlegają także harmonizacji na obszarze Unii, jednak stopień ich harmonizacji jest znacznie mniejszy niż w przypadku podatków pośrednich.

Harmonizacja polskiego prawa podatkowego z wymogami unijnymi jest procesem skomplikowanym i przebiega z opóźnieniem. Opóźnienia te mają charakter obiektywny, co wynika z działań ochrony na rzecz rynku wewnętrznego. Rzeczywiste jednak źródło opóźnień wynika z braku dostatecznego przygotowania służb finansowych kraju.

Taxes in International Relations

Summary

The state's tax policy influences its economic and financial attractiveness and its effects have their impact also on third countries. Being an instrument of the state's internal policy, it may not, however, become a barrier in international exchange. The tax harmonisation within the EU is only fragmentary and concerns mainly indirect taxes, such as the value added tax and excise tax. These taxes are related to the movement of goods as well as border control and have had their impact on the creation of a single internal market of the European Union.

Direct taxes, such as personal income taxes, financial deposit taxes or corporate income taxes are also subject to harmonisation within the EU, however the degree of such harmonisation is much smaller than in the case of indirect taxes.

The harmonisation of the Polish tax law with the *acquis communautaire* is a complex process and proceeds with a delay. Such delay is due to objective reasons pertaining to measures undertaken to protect the internal market. The actual reason for the delays, however, can be attributed to insufficient preparation of financial services of our country.

ANNA BIENIASZ, DOROTA CZERWIŃSKA-KAYZER

Franchising — szansą dla małych i średnich przedsiębiorstw

Wstęp

W ostatnich latach stopa bezrobocia w Polsce ciągle rośnie. W grudniu 2003 r. osiągnęła poziom 20%, co oznacza, że prawie co piąty dorosły Polak jest bez pracy¹. Zjawisko to niepokoi zarówno elity rządzące, jak również osoby, które ono bezpośrednio dotyka, czyli bezrobotnych.

Wydawałoby się, że jednym ze sposobów zmniejszenia stopy bezrobocia jest samodzielne prowadzenie działalności gospodarczej. Jednak rozpoczęcie i prowadzenie przedsiębiorstwa niesie za sobą wiele problemów, wśród których można wymienić: znalezienie pomysłu na własną firmę, dobre rozeznanie potrzeb otoczenia, umiejętność opracowania planu działalności gospodarczej czy planu finansowego, konieczność posiadania kapitału własnego na pokrycie kosztów wstępnych oraz umiejętność pozyskania w razie potrzeby kapitału obcego, np. kredytu. Ogrom problemów i trudności związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej odstrasza wielu ludzi od samodzielnego podejmowania działań.

Dlatego, zgodnie ze słowami prezydenta Franklina D. Roosevelta, że *ludzie działający wspólnie jako grupa mogą osiągnąć rzeczy, do których nigdy nie doszłaby żadna pojedyncza osoba*, rozwiązania należy szukać w grupowych formach prowadzenia przedsiębiorstwa. Taką formą może być franchising, który umożliwia samodzielne prowadzenie działalności gospodarczej, ale pod patronatem i przy pomocy osoby, która dany pomysł realizuje z sukcesem już od dawna.

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie istoty franchisingu, jego zalet i wad oraz zaprezentowanie rozwoju tej formy prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce i na świecie.

¹ *Wszystko w górę*, „Gazeta Bankowa” nr 5(797) z 2.02.2004 r., Warszawa, s. 4.

Definicja franchisingu

Szukając odpowiedzi na pytanie: co to jest franchising, w literaturze można znaleźć zarówno ogólną i krótką definicję, jak i długi wywód przedstawiający szczegóły, które utrudniają zrozumienie pojęcia². Trudność w precyzyjnym zdefiniowaniu franchisingu wynika z faktu, że jest on stosowany w wielu dziedzinach działalności gospodarczej, a to powoduje, że w zależności od potrzeb jest on różnie określany i w konsekwencji nie zawsze prawidłowo.

Jedną z dokładniejszych definicji można znaleźć w Europejskim Kodeksie Etycznym Franchisingu. Tam franchising określany jest jako system sprzedaży towarów, usług lub technologii, który jest oparty na ścisłej i ciągłej współpracy pomiędzy prawnie i finansowo odrębnymi i niezależnymi przedsiębiorstwami: franchisingodawcą³ i jego indywidualnymi franchisingobiorcami. Istota tego systemu polega na tym, że dawca, w ramach sporządzonej umowy franchisingowej, nadaje swoim poszczególnym biorcom prawo do korzystania z nazwy handlowej, znaku towarowego, know-how, metod prowadzenia działalności gospodarczej, wiedzy technicznej, sposobu postępowania i innych praw własności intelektualnej, korzystania ze stałej pomocy handlowej i technicznej dawcy. W zamian nakłada na biorców obowiązek prowadzenia działalności zgodnie z jego koncepcją oraz uiszczania na rzecz dawcy pewnych świadczeń finansowych⁴.

Polska Organizacja Franchizodawców definiuje franchising jako trwały, kontraktowy stosunek umowny łączący dawcę i biorcę, z którego wynika obowiązek dawcy do przekazania biorcy know-how w sposób ciągły, przez cały okres obowiązywania umowy, a który obliguje biorcę do uiszczania na rzecz dawcy opłat franchisingowych lub innych świadczeń.

Pod pojęciem opłaty franchisingowej w praktyce mogą kryć się różne opłaty, np.:

a) opłata wstępna ustalana w kontrakcie w zamian za określone w nim świadczenia ze strony dawcy. W ramach tej opłaty biorca z reguły pokrywa koszty: przygotowania podręcznika operacyjnego, zaprojektowania systemu księgowego, szkolenia, usług doradczych, wstępnej reklamy i promocji itd. Zwykle wysokość tej opłaty wynosi ok. 10% wkładu finansowego biorcy;

² E. Banachowicz, *Franchising — skorzystaj z tej szansy*, Poltext, Warszawa 1994, s. 17-21.

³ Franchising pochodzi od angielskiego słowa franchise luźno tłumaczonego jako koncesja, przywilej. Należy podkreślić, że w języku polskim nie ma jednoznacznego tłumaczenia i nazewnictwa. Kwestia ta odnosi się także do słów pochodnych takich jak np. franchisodawca i franchisobiorca. Franchisodawca określany jest w literaturze polskiej jako franczyzer, franchisor, dawca, natomiast franchisobiorca jako franchisee lub biorca itp. W niniejszym opracowaniu w nazewnictwie osób uczestniczących we franchisingu stosowane jest nazewnictwo dawca i biorca.

⁴ <http://www.franchising.info.pl>.

b) opłata bieżąca (zwana opłatą cykliczną), którą biorca płaci regularnie w terminie określonym umową. Jest ona głównym źródłem dochodu dawcy i może być płacona na trzy sposoby:

- procentu od obrotu — najczęściej spotykana forma, wysokość tej opłaty zwykle wynosi 3-6% obrotu;

- opłaty uzależnionej od zakupu materiałów i towarów nabywanych u dawcy, jest niekiedy stosowana gdy dawca, oprócz innych usług, oferuje również dostarczanie surowców i materiałów bądź staje się pośrednikiem w transakcjach zakupu;

- opłaty stałej — polega na okresowym wpłacaniu stałej kwoty przez biorcę,

c) opłata na wspólny fundusz promocyjno-reklamowy. Kwota tej składki zwykle określana jest jako procent od obrotu poza normalną opłatą cykliczną. Wysokość tej opłaty wynosi 1-3% obrotu⁵.

W zależności od oferty biorca może dodatkowo płacić jeszcze opłatę za zakup wyposażenia, maszyn i urządzeń za pośrednictwem dawcy, opłaty leasingowe za wyposażenie oraz opłaty czynszowe za wynajmowany lokal⁶.

Reasumując, franchising jest to szczególna forma prowadzenia przedsiębiorstwa, oparta na pisemnej umowie dwóch stron, w wyniku której uznane przedsiębiorstwo — dawca odpłatnie udostępnienia biorcy prawo do samodzielnego i trwałego prowadzenia działalności gospodarczej pod sprawdzoną nazwą handlową, znakiem towarowym oraz zgodnie z ideą twórcy sieci.

Rozwój franchisingu na świecie

Miejsce i data narodzin franchisingu to kwestie sporne wielu autorów. Niektórzy uważają, że pierwotne formy franchisingu znane były już w starożytności⁷. Nowak⁸ natomiast twierdzi, że po raz pierwszy franchising pojawił się w Średniowieczu w Anglii, kiedy to niektórzy dostojnicy kościoła płacili rządowi pewną sumę pieniędzy w zamian za tzw. „franchiso” — prawo do poboru lokalnych podatków. Ta forma franchisingu miała swój koniec w 1562 r., kiedy Rada Trentu zażądała reformy procedur ściągania podatków.

Bezspornym jest fakt, że prekursorami nowożytnego franchisingu są Amerykanie. W drugiej połowie XIX wieku firma Singer Sewing Machine Company jako pierwsza w świecie stworzyła sieć samodzielných dystrybutorów, handlujących maszynami do szycia we własnych firmach pod marką Singera i uiszczających opłatę za prawo wyłączności ich sprzedaży⁹. Ostatecznie eksperyment ten

⁵ E. Banachowicz, *Franchising — skorzystaj...*

⁶ Ibidem.

⁷ G. Kolarski, *Przewodnik dla początkujących*, Wydawnictwo Centrum Informacji Menadżera, Warszawa 1992, s. 7-11.

⁸ E. Banachowicz, J. Nowak, M. Starkowski, *Franchising — czyli klucz do przyszłości*, Rzeczpospolita Businessman Book, Warszawa 1996, s. 3-70.

⁹ P. Domarecki, *Tak się rodzi franczyza*, „Profit” 12/2000, s. 106-113.

się nie powiódł i po 10 latach Singer wycofał się z niego. Mimo to „szlak został przetarty” i „ruszyły nim” na przełomie XIX i XX wieku przedsiębiorstwa z branży samochodowej i producenci napojów chłodzących, którzy mieli potrzebę rozbudowy swoich kanałów dystrybucji, a nie mieli wystarczających środków finansowych na budowę własnego systemu i zatrudniania w nim personelu. Taką możliwość dawała sprzedaż prawa handlu towarem danej marki lokalnym dealerom lub rozlewniom. W tej formie franchising przetrwał do II wojny światowej¹⁰.

Boom franchisingu nastąpił po 1945 r., kiedy to w wielu Amerykanach zaczęły narastać aspiracje „działania na własną rękę lub bycia panem samego siebie”. To doprowadziło do błyskawicznego rozwoju franchisingu w latach 50. XX wieku, co w konsekwencji spowodowało ukształtowanie nowego oblicza tej formy prowadzenia działalności. Zamiast jedynie nadawania prawa do dystrybucji swoich produktów dawcy zaczęli sprzedawać biorcom prawo do zaadaptowania ich pomysłu na działalność gospodarczą — początkowo od znaku firmowego, poprzez wygląd uniformu personelu, aż po metody prowadzenia księgowości¹¹. Wówczas to powstały największe światowe marki: McDonalds, Kentucky Fried Chicen (KFC), Holiday Inn i inne. W wyniku tego rozwoju w 2001 r. w Stanach Zjednoczonych działało prawie 2300 systemów, zrzeszających ok. 450 tys. jednostek franchisingowych (tabela 1).

Pomysł franchisingu szybko przeniósł się i rozwinął na innych kontynentach. Z jednej strony wynikało to z faktu, że firmy amerykańskie, chcąc rozszerzyć kanały dystrybucji w Europie, Ameryce Południowej czy Azji, zaczęły sprzedawać tamtejszym firmom franchise. Z drugiej zaś strony rodzime przedsiębiorstwa adaptowały franchising jako metodę na dalszy rozwój własnej działalności gospodarczej.

Tabela 1

Liczba systemów i jednostek franchisingowych w wybranych krajach w roku 2001

Kraj	Systemy	Jednostki franchisingowe	Średnia liczba jednostek w systemie
USA	2 294	449 917	196
Niemcy	950	56 000	59
Wielka Brytania	671	30 500	45
Francja	653	32 240	49
Włochy	606	36 547	60
Holandia	415	16 250	39
Portugalia ¹	320	3 700	12
Polska	122	10 213	84
Czechy ²	40	80	2

¹ dane dotyczą roku 1999; ² dane dotyczą roku 1998.

Źródło: Raport o rynku franchisingu 2001/2002.

¹⁰ G. Kolarski, *Przewodnik dla początkujących*.

¹¹ Ibidem.

Należy podkreślić, że franchising rozwijał się i rozwija najszybciej i najłatwiej w krajach o trwale zakorzenionej gospodarce rynkowej i wolności w prowadzeniu działalności gospodarczej. Nie dziwi zatem, że największa liczba systemów franchisingowych funkcjonuje właśnie w Niemczech, Wielkiej Brytanii, Francji, Włoszech.

Rozwój franchisingu w Polsce

W Polsce franchising znany był już przed II wojną światową. Jednak po jej zakończeniu, z przyczyn systemowych, nie rozwinął się tak intensywnie, jak w USA czy w krajach Europy Zachodniej. Jedynie w latach 70. ubiegłego stulecia można było obserwować namiastkę polskiego franchisingu, kiedy to część hoteli Orbis weszła do systemów franchisingowych międzynarodowych sieci hotelowych Inter Continental i Holiday Inn¹².

Mimo że historia franchisingu w Polsce sięga tak daleko, jest on obecnie uważany za nową i jeszcze mało znaną formę prowadzenia działalności gospodarczej.

Pierwsze zagraniczne systemy franchisingowe zaczęły pojawiać się po 1989 r. i były to Yves Rocher, Addidas, Aral, McDonald's itp. Intensywny rozwój franchisingu nastąpił natomiast dopiero po 1996 r., kiedy to liczba aktywnych systemów wzrastała o ponad 13 sieci rocznie (tabela 2), tak że w 2003 r. w Polsce działało już 157 systemów franchisingowych, a szacuje się, że w 2004 r. podpisanych zostanie co najmniej 10 kolejnych umów.

Wśród 157 systemów działających w Polsce 94 to systemy krajowe, a 63 to systemy rozwijane przez firmy zagraniczne, w tym 16,6% rozwijane jest przez polskie oddziały firmy matki, tzn. master biorcę. Taka sytuacja może świadczyć o dojrzwaniu polskiego rynku franchisingowego i dostrzeganiu przez polskich przedsiębiorców możliwości rozwoju własnego przedsiębiorstwa w tej formie.

Wśród systemów zagranicznych najwięcej pochodzi z USA (10), Francji (10), Niemiec (9) i Szwajcarii (4). Słabo rozwijają się systemy z Wielkiej Brytanii oraz Włoch, Portugalii czy Hiszpanii. Być może tamtejsi dawcy nie odkryli jeszcze możliwości polskiego rynku.

Można wnioskować, że dalszemu rozwojowi franchisingu w Polsce powinno sprzyjać nasze tegoroczne wejście do Unii Europejskiej. Potwierdzeniem tego wniosku może być rozwój franchisingu w Hiszpanii i Portugalii, w których obserwuje się, że po zjednoczeniu nastąpiło nagłe podwojenie liczby systemów. Innym czynnikiem wskazującym na dalszy rozwój polskiego franchisingu jest fakt, że wielu biorców, poznawszy zalety franchisingu, planuje otwarcie kolejnych jednostek franchisingowych¹³.

¹² A. Krawczyk, *Rozwój franchisingu w Polsce*, Polski Portal Franchisingowy, <http://www.franchising.info.pl>.

¹³ Ibidem.

Tabela 2

Rozwój systemów franchisingowych w Polsce po 1989 r.

Rok podpisania umowy	Nowe systemy		Liczba działających systemów
	Liczba	%	
1989	1	0,6	1
1990	0	0,0	1
1991	4	2,5	5
1992	5	3,2	10
1993	5	3,2	15
1994	4	2,5	19
1995	6	3,8	25
1996	8	5,1	33
1997	13	8,3	46
1998	14	8,9	60
1999	15	9,6	75
2000	18	11,5	93
2001	20	12,7	113
2002	26	16,6	139
2003	18	11,5	157
Razem	157	100,0	157
Plan na 2004	10	6,0	167

Źródło: Raport o rynku franchisingu 2001/2002, Raport o rynku franchisingu w Polsce 2003/2004.

Tabela 3

Polskie i zagraniczne systemy franchisingowe w latach 2001 i 2003

System franchisingowy	2001		2003		Zmiana	
	Liczba	Udział	Liczba	Udział	Liczba	%
Polskie	59	52,2	94	59,9	35	59,3
Zagraniczne rozwijane przez master biorcę	19	16,8	26	16,6	7	36,8
Zagraniczne rozwijane bezpośrednio	35	31,0	37	23,6	2	5,7
Razem	113	100,0	157	100,0	44	38,9

Źródło: Raport o rynku franchisingu 2001/2002, Raport o rynku franchisingu w Polsce 2003/2004.

Tabela 4

Kraje pochodzenia systemów franchisingowych

Państwo	Liczba systemów	
	2001	2003
Francja	11	10
USA	9	10
Niemcy	8	9
Szwecja	4	2
Szwajcaria	4	4
Hiszpania	2	2
Japonia	2	2
Australia	2	2
Austria	2	3
Węgry	2	2
Wielka Brytania	1	3
Włochy	1	1
Kanada	1	2
Izrael	1	1
Norwegia	1	1
Korea	1	1
Holandia	1	3
Grecja	1	1
Czechy	0	2
Turcja	0	1
Grecja	0	1
Razem	54	63

Źródło: Raport o rynku franchisingu 2003/2004.

Rodzaje franchisingu

Podczas długiej historii rozwoju franchisingu w praktyce uformowało się szeregi typów i rodzajów. W literaturze są one klasyfikowane w sposób niespójny i często w oparciu o różne kryteria. W tej pracy zostaną przedstawione trzy podziały.

Pierwszy podział to klasyfikacja, która ukształtowana została praktyką gospodarczego wykorzystania franchisingu w Stanach Zjednoczonych. W ramach tej klasyfikacji wyróżnia się dwa typy:

- franchising dystrybucji produktu, który polega na tym, że biorca sprzedaje produkty dawcy, wykorzystując jego markę i oznaczenia handlowe. Inaczej mówiąc, jest to forma dystrybucji produktów, w której sprzedający jest identyfikowany z produktami franchisodawcy, np. Coca Cola, Pepsi Cola;

– franchising koncepcji działalności występuje wtedy, gdy biorca korzysta z kompletnej koncepcji prowadzenia działalności gospodarczej opracowanej przez dawcę. Działalność prowadzona w ten sposób nie pozwala klientowi odróżnić jednostek systemu prowadzonych przez biorcę od punktów należących do dawcy, np. Pizza Hut, McDonald's, KFC.

Kolejnym kryterium podziału franchisingu jest forma organizacyjna systemu, która pozwala wyróżnić sześć typów podstawowych:

– franchising bezpośredni — umowa zawierana jest bezpośrednio między dawcą i biorcami, zainteresowanymi tą formą działalności. Biorca w tym przypadku nie ma ograniczenia co do liczby tworzonych jednostek franchisingowych w ramach podpisanej umowy;

– franchising pośredni — ma miejsce wtedy, gdy dawca zamierzający rozwijać się na danym terenie, nie tworzy sam sieci, lecz zawiera umowę z biorcą, który prowadzi działalność na tym obszarze i rokuje nadzieje na właściwe prowadzenie jego interesów. Do tej kategorii należą dwa podtypy: subfranchising i umowa o rozbudowę sieci;

– franchising indywidualny — polega na tym, że biorca może utworzyć tylko jedną jednostkę franchisingową i jego działalność ogranicza się do określonego obszaru;

– franchising wielokrotny — polega na tym, że biorca uzyskuje prawo na tworzenie na danym obszarze określonej liczby jednostek systemu. Biorca zwykle nie ma prawa korzystania ze znaku towarowego i know-how dawcy. Uprawnienia te nadawane są kolejnym biorcom w oddzielnych umowach. Ten typ franchisingu stosowany jest, gdy dawca chce uniknąć samodzielnej rekrutacji i szkolenia dużej liczby nowych i oddalonych od siedziby firmy uczestników sieci. Jednocześnie pragnie zachować kontrolę charakterystyczną dla franchisingu bezpośredniego;

– franchising wydzielony zwany minifranchisingiem — tu biorca na bazie umowy obejmuje tylko fragment działalności gospodarczej dawcy;

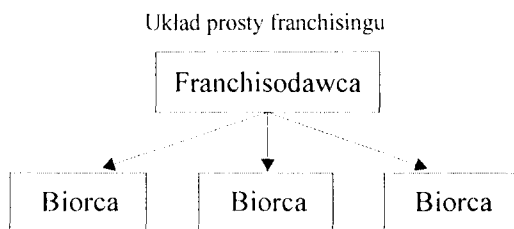
– franchising wiązany — charakteryzuje się tym, że dawca sprzedaje swoje towary lub usługi w obrębie punktu innego dawcy¹⁴.

Na podstawie powyższego podziału można w ramach franchisingu wyróżnić dwa układy zależności między stronami umowy: zależność prostą i rozszerzoną. W ramach układu prostego — klasycznego występuje zależność dwustronna: franchisodawca i franchisobiorca (rysunek 1), natomiast w układzie rozszerzonym, który ma miejsce w przypadku subfranchisingu lub franchisingu wielokrotnego, między dawcą i biorcą występuje jeszcze jeden biorca franchisingu uprawniony do samodzielnej rozbudowy systemu na wskazanych warunkach, zwany master franchiso (rysunek 2)¹⁵.

¹⁴ A. Tokaj-Krzewska, *Franchising — strategia rozwoju małych firm w Polsce*, Difin, Warszawa 1989, s. 15-20.

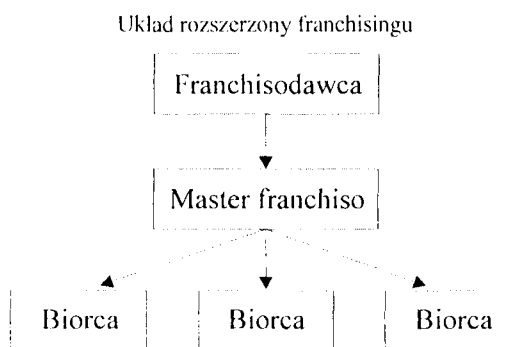
¹⁵ Ibidem.

Rysunek 1



Źródło: A. Tokaj-Krzewska, *Franchising — strategia rozwoju małych firm w Polsce*, Difin, Warszawa 1989.

Rysunek 2



Źródło: A. Tokaj-Krzewska, *Franchising — strategia rozwoju małych firm...*

Należy podkreślić, że przedstawione wcześniej podziały w Europie, w tym również w Polsce nie rozpowszechniły się. Na starym kontynencie najlepiej przyjął się podział oparty na kryterium przedmiotu działalności, który pozwala wyróżnić cztery typy:

- franchising przemysłowy (franchising produkcyjny) — polega na tym, że dawca udostępnia biorcy know-how, technologię produkcji, tajemnice zawodowe, w celu wytwarzania w jego przedsiębiorstwie określonych produktów o identycznej jakości i takich samych cechach, jakie posiadają towary produkowane przez dawcę. Towary te dalej sprzedawane są pod znakiem towarowym dawcy, np. Coca Cola czy Levi Strauss;

- franchising dystrybucyjny, zwany również franchisingiem handlowym, cechuje się tym, że dawca zobowiązuje się do dostarczania biorcy określonych towarów, a biorca następnie przejmuje obowiązek ich sprzedaży w ramach prowadzonej przez siebie działalności w punktach sprzedaży oznaczonych symbolami dawcy oraz wyposażonych i urządzonych według jego wskazówek. W takim systemie dawca pełni rolę centrum dystrybucyjnego wytwarzanych przez siebie towarów, biorca ma za zadanie sprzedać te towary odbiorcom końcowym. Przykładem mogą być: Pożegnanie z Afryką, Fawor;

– franchising usługowy, charakteryzujący się tym, że biorca wykonując usługi korzysta z know-how, znaku towarowego, receptur i innych oznaczeń handlowych dawcy. Ten typ franchisingu jest podobny do wcześniejszych, odmienny jest jedynie pod względem przedmiotu prowadzonej przez biorcę działalności. Franchising ten wykorzystywany jest najczęściej w hotelarstwie, usługach fotograficznych i turystycznych oraz w gastronomii, np. Pizza Hut, KFC;

– franchising mieszany — oparty jest na dwóch wcześniej przedstawionych typach. Polega na tym, że dawca jest producentem, biorca może być jednocześnie sprzedawcą towarów oraz wykonawcą usług związanych z zastosowaniem tych produktów. Ten franchising znalazł najszerze zastosowanie w firmach kosmetycznych organizujących sieć gabinetów i sklepów, np. Instytut dr Ireny Eris.

Odnosząc się do powyższego podziału, można powiedzieć, że wśród funkcjonujących na polskim rynku franchisingowym najliczniejsze są systemy handlowe (tabela 5). Systemy te w Polsce w 2003 r. obejmowały prawie 8 tys. jednostek franchisingowych, co stanowi 66% wszystkich jednostek. Cytując za Łącką¹⁶, systemy dystrybucyjne dominują także w wielkości osiąganych przychodów, które stanowią 91,6% przychodów całego rynku franchisingu. Najmniejszy odsetek, bo tylko 3,5%, stanowią jednostki klasyfikowane do typu przemysłowego (tabela 5), które generują 0,4% całego przychodu rynku franchisingu.

Tabela 5

Jednostki franchisingowe w latach 2001 i 2003

Sektor	2001		2003		Przyrost	
	Liczba	Udział	Liczba	Udział	Liczba	%
Dystrybucja	7 315	71,6	7 797	66,5	482	6,6
Usługi	2 831	27,7	3 512	30,0	681	24,1
Produkcja	67	0,7	414	3,5	347	517,9
Razem	10 213	100,0	11 723	100,0	1510	14,8

Źródło: Raport o rynku franchisingu 2001/2002, Raport o rynku franchisingu w Polsce 2003/2004.

Tak znacząca przewaga handlu nad usługami i produkcją wynika z większej łatwości budowania sieci handlowej, w przeciwieństwie do organizowania czasochłonnych i kosztownych prac nad stworzeniem pakietu franchisingowego oraz szkoleń dla wchodzących biorców do systemów usługowych lub produkcyjnych¹⁷. Mimo to w ostatnim czasie obserwuje się, że na rynku polskiego franchisingu następuje szybszy przyrost systemów produkcyjnych i usługowych nad handlowymi.

¹⁶ I. Łącka, *Wykorzystanie franchisingu w polskim handlu produktami spożywczymi*, „Roczniki Naukowe SERiA” Tom V, z. 3, Warszawa-Poznań-Koszalin 2003, s. 85-89.

¹⁷ Ibidem.

Położenie polskiego franchisodawcy i franchisobiorcy

Franchising jako forma współdziałania dwóch podmiotów: dawcy i biorcy niesie za sobą dla obu określone konsekwencje, które można rozpatrywać w kategoriach korzyści lub zalet, bądź w zakresie potencjalnych niebezpieczeństw czy wad¹⁸.

Franchisodawca, jako strona określająca warunki umowy, powinien dostrzegać następujące korzyści:

- możliwość rozbudowy dalszych kanałów dystrybucji, bez konieczności wykonywania większych własnych inwestycji i angażowania kapitału własnego lub pozyskiwania kapitału z innych źródeł; ponadto bez ponoszenia ryzyka gospodarczego, ponieważ ponosi go biorca otwierając samodzielnie firmę;
- rozszerzenie oddziaływania własnej nazwy i oznaczeń handlowych, a także wzrost sprzedaży towarów i usług, bez ponoszenia dodatkowych nakładów;
- dodatkowe źródła dochodów z tytułu wnoszonych przez biorcę obowiązkowych opłat franchisingowych, np. opłaty wstępnej, opłaty bieżącej;
- obniżenie wydatków na działania promocyjno-reklamowe, ponieważ biorcy należący do systemu są zobowiązani płacić składkę na wspólny fundusz promocyjno-reklamowy;
- zmniejszenie problemów z zatrudnieniem i zarządzaniem personelem, gdyż biorca jako samodzielny pracodawca sam sobie dobiera i angażuje pracowników.

Jednocześnie prowadzenie franchisingu stwarza dawcy następujące problemy i niebezpieczeństwa:

- często po utworzeniu przedsiębiorstwa opartego na umowie franchisingowej biorca odczuwa potrzebę niezależności, co prowadzi do próby wyjścia z sieci, a to rodzi potencjalnego konkurenta znającego tajemnice „sukcesu”. Ta kwestia wymaga bardzo dobrego doboru biorców i umiejętnego zarządzania personelem;
- próby pomniejszenia opłat franchisingowych poprzez zaniżanie wysokości obrotu, od którego zależą te opłaty;
- możliwość niewłaściwego realizowania przez biorcę wytycznych, co może spowodować obniżenie efektywności i zyskowności przedsięwzięcia oraz pogorszyć wizerunek całego systemu¹⁹;
- tworząc sieć, dawca bierze na siebie dodatkowe obowiązki, np. prowadzenie szkoleń i treningów, pomocy ekonomiczno-finansowej, co pociąga za sobą konieczność zorganizowania odpowiedniej siedziby — miejsca zarządzania siecią;
- niektórzy biorcy, mimo że tworzą samodzielne przedsiębiorstwo, nie zawsze potrafią się samodzielnie mobilizować do ciężkiej pracy, dlatego dawca musi stosować odpowiednie metody oddziaływania i motywacji na biorców²⁰.

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Ibidem.

²⁰ E. Banachowicz, *Franchising — skorzystaj...*

Franchisobiorcy mogą natomiast czerpać następujące korzyści z franchisingu:

- pozyskanie doświadczeń franchisodawcy i renomy związanej z jego nazwą, logo itp., bez utraty niezależności i utrzymania firmy w swoich rękach;
- zmniejszenie ryzyka związanego z założeniem i prowadzeniem działalności gospodarczej, ponieważ biorca znajduje się pod opieką dawcy. Jednakże nie oznacza to, iż ryzyko upadku i bankructwa nie istnieje;
- niższe koszty reklamy i promocji, przy jednoczesnym zwiększeniu tempa zdobywania rynku oraz pozyskiwania informacji rynkowych, które są efektem działalności marketingowej dawcy;
- uzyskanie większej wiarygodności wobec kontrahentów, banków i innych instytucji finansowych;
- uzyskanie specjalistycznej pomocy dawcy przy: wyborze miejsca usytuowania firmy, przygotowaniu planu utworzenia przedsiębiorstwa, pozyskaniu kapitału obcego niezbędnego do uruchomienia przedsięwzięcia, szkoleniu załogi, zakupie wyposażenia, podejmowaniu decyzji inwestycyjnych. Jest to bardzo istotne w przypadku biorecy bez doświadczeń w prowadzeniu działalności gospodarczej;
- możliwość korygowania na bieżąco popełnianych błędów w prowadzonej działalności dzięki uczestnictwu w szkoleniach organizowanych przez dawcę oraz jego stałej pomocy i kontroli;
- biorca pozostaje niezależnym właścicielem firmy, w ramach podpisanej umowy franchisingowej;
- w wyniku negocjacji prowadzonych na poziomie centrali przez dawcę z dostawcami biorecy mogą otrzymywać towar po atrakcyjniejszych cenach oraz wydłużone terminy płatności²¹.

Niedogodnościami tej formy współpracy dla biorecy mogą być:

- obowiązek dokonywania opłat franchisingowych, np. opłata wstępna, która musi być uiszczona niezależnie od sukcesu tworzonego przedsięwzięcia;
- konieczność poddawania się regularnym kontrolom przez franchisingodawcę, które dotyczą przede wszystkim jakości towarów i usług oferowanych przez biorecę;
- pewne zapisy w umowie mogą zbyt ograniczać rozwój biorecy oraz zaniechęcać go uzależniać od dawcy;
- błędna polityka rozwijania sieci prowadzona przez dawcę może odbić się niekorzystnie na efektywności i zyskowności przedsiębiorstwa biorecy;
- dawcy dobierając niekiedy biorców spośród osób niedoświadczonych w prowadzeniu działalności gospodarczej, zmuszają ich do korzystania z wiedzy i doświadczeń tej firmy, by osiągnąć sukces pod kontrolą specjalistów. Tym samym biorecy ograniczają się coraz bardziej, stając się pojętnymi wykonawcami i realizatorami strategii²².

Kończąc rozważania odnośnie do zalet i wad franchisingu, należy podkreślić, że to, co w krajach o rozwiniętej gospodarce rynkowej jest „niewielkim” proble-

²¹ A. Skiba, *Cudzy sposób na własny biznes*, „Gazeta Prawna” z 14-16.03.2003 r., s. 4.

²² E. Banachowicz, *Franchising — skorzystaj...*

mem, w Polsce często okazuje się barierą nie do pokonania. Jednym z takich problemów dla franchisodawcy, pomijając kwestie makroekonomiczne, jakie napotykają dawcy, jest niewielka liczba potencjalnych biorców, którzy posiadaliby minimum kapitału na wstępne inwestycje i jednocześnie łączyliby zdolności i doświadczenie menadżerskie z niezbędnym minimum wiedzy o franchisingu i zasadach działania w tym systemie²³. Niedogodności te dotyczą również franchisoborców, dla których opłata wstępna w wysokości 10% wkładu finansowego (tj. ok. 10-30 tys. \$ za koncepcję prowadzenia działalności w zależności od sieci²⁴) okazuje się poważną sumą. Należy podkreślić, że polscy dawcy, pomimo wielu trudności i ograniczeń, wychodzą naprzeciw biorecom, np. rezygnując z jednorazowej wpłaty wstępnej oraz opłaty bieżącej, które następnie w kalkulowane są w cenę towarów dostarczanych przez dawcę. Również biorecy, którzy chcą prowadzić działalność gospodarczą w formie franchisingu, starają się pokonać nieprzychylną rzeczywistość, np. pozyskując kapitał obcy — kredyt na założenie firmy.

Podsumowanie

W dobie bardzo dużego bezrobocia jednym ze sposobów niezasilania rzeszy bezrobotnych jest samodzielne prowadzenie działalności gospodarczej. Rozpoczęcie i prowadzenie przedsiębiorstwa niesie za sobą wiele problemów i ryzyko finansowe.

W zmniejszeniu tych trudności może być pomocny franchising, który jest formą współdziałania dwóch podmiotów gospodarczych, z których jeden — franchisodawca drugiemu — franchisobiorecy przekazuje odpłatnie prawo trwałego utworzenia oraz samodzielnego prowadzenia działalności gospodarczej pod nazwą handlową, znakiem towarowym oraz zgodnie z jego ideą.

Decydując się na podpisanie umowy franchisingu, należy rozważyć korzyści oraz niebezpieczeństwa, które wiążą się z tą formą współpracy. Jest to szczególnie ważne w polskich warunkach, ponieważ to, co w krajach o rozwiniętej gospodarce rynkowej jest „niewielkim” problemem, w Polsce często okazuje się barierą nie do pokonania. Przykładem może być opłata wstępna wynosząca ok. 10% wkładu finansowego biorecy, bądź opłata bieżąca, która wynosi 3-6% sprzedaży brutto.

Mimo trudności franchising w Polsce rozwija się, czego potwierdzeniem jest fakt, że w 2001 r. w Polsce działało 122 systemów, a w 2003 r. było ich już 157. Wśród systemów działających w Polsce prawie 60% stanowią systemy krajowe, a 40% to systemy zagraniczne, takie jak: Yves Rocher, Pizza Hut, McDonald's, Coca Cola, Adidas i inne. Szacuje się, że znaczny rozwój franchisingu powinien nastąpić w 2004 r., któremu ma sprzyjać wejście Polski do Unii Europejskiej.

²³ A. Krawczyk, *Rozwój franchisingu...*, <http://www.franchising.info.pl>.

²⁴ Przykładowo założenie salonu kosmetycznego pod patronatem Instytutu Dr Irena Eris w 2000 r. wyniosło 500 tys. zł; za: P. Domarecki, *Tak się rodzi franczyza*.

Literatura

- Banachowicz E., Nowak J., Starkowski M., *Franchising — czyli klucz do przyszłości*, Rzeczpospolita Businessman Book, Warszawa 1996, s. 3-70.
- Banachowicz E., *Franchising — skorzystaj z tej szansy*, Poltext, Warszawa 1994, s. 17-21.
- Domarecki P., *Tak się rodzi franczyza*, „Profit” 12/2000, s. 106-113.
- Europejski Etyczny Kodeks Franchisingu, <http://www.franchising.info.pl>.
- Kolarski G., *Przewodnik dla początkujących*, Wydawnictwo Centrum Informacji Menadżera, Warszawa 1992, s. 7-11.
- Krawczyk A., *Rozwój franchisingu w Polsce*, Polski Portal Franchisingowy, <http://www.franchising.info.pl>.
- Łącka I., *Wykorzystanie franchisingu w polskim handlu produktami spożywczymi*, „Roczniki Naukowe SERiA” Tom V, z. 3, Warszawa-Poznań-Koszalin 2003, s. 85-89.
- Raport o rynku franchisingu 2001-2002, <http://www.franchising.info.pl>.
- Raport o rynku franchisingu 2003-2004, <http://www.franchising.info.pl>.
- Skiba A., *Cudzy sposób na własny biznes*, „Gazeta Prawna” z 14-16.03.2003 r., s. 4.
- Tokaj-Krzewska A., *Franchising — strategia rozwoju małych firm w Polsce*, Difin, Warszawa 1989, s. 15-20.
- Wszystko w górę*, „Gazeta Bankowa” nr 5(797) z 2.02.2004 r., Warszawa, s. 4.

Franchising — szansą dla małych i średnich przedsiębiorstw

Streszczenie

W sytuacji utrzymującego się w Polsce wysokiego bezrobocia prowadzenie własnej firmy może być szansą na uniknięcie statusu bezrobotnego. Jednak rozpoczęcie działalności gospodarczej i jej prowadzenie wiąże się z wieloma problemami, wśród których wymienić można: znalezienie pomysłu na własną firmę, dobre rozpoznanie potrzeb otoczenia, umiejętność opracowania planu działalności gospodarczej czy planu finansowego, konieczność posiadania kapitału. Pomocny w rozwiązaniu niektórych trudności może okazać się franchising, który jest formą współdziałania dwóch podmiotów gospodarczych.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie rozwoju franchisingu w Polsce i jego rodzajów, a przede wszystkim zalet i wad prowadzenia działalności gospodarczej w tej formie, zarówno dla franchisodawcy, jak i franchisobiorcy.

Franchising — the chance for small and medium sized enterprises

Summary

In time of increasing unemployment, running a small business can be a possibility of avoiding being unemployed. However beginning and developing of a new enterprise may cause different problems and financial risk. In such a situation franchising may help to avoid some difficulties as becoming a franchisee does not mean going into own independent business. Franchising is a form of co-operation between two legally independent entrepreneurs of which one is a franchisor (the owner of a product or service) grants a license to another (franchisee) to market the product or service within a defined territory using guidelines or methods established by the licensor. The decision of

signing a franchising agreement should be preceded by consideration of all opportunities and threats connected with this kind of cooperation. It is particularly important in Polish conditions, because something that is easy to run in well developed market economy countries, in Poland sometimes is a barrier not to overcome. An initial fee of 10 per cent of financial contribution of a franchisee or a fee for the license that is between 3 and 6 per cent of the gross sale value may be real berries for some potential entrepreneurs.

Despite difficulties franchising has been developing in Poland in recent years. In 2001 there were 122 franchising systems and in 2003 there were already 157 ones. Almost 60 per cent of all systems operating in Poland are national systems and the other 40 per cent are a foreign, including Yves Rocher, Pizza Hut, McDonald's, Coca Cola, Adidas and others. It is expected that franchising will develop significantly in 2004, after Poland's integration in the European Union.

JUSTYNA GÓRNA

Certyfikacja systemu HACCP jako obiektywny dowód zapewnienia bezpieczeństwa zdrowotnego produktu w warunkach globalizacji

Wstęp

W literaturze przedmiotu możemy spotkać się z różnymi definicjami terminu *globalizacja*, m.in. jedna z nich mówi:

*Globalizacja gospodarki światowej jest procesem pogłębionej integracji międzynarodowej, w którym następuje scalanie rynków w taki sposób, że zacierają się granice między rynkami krajowymi i globalnymi*¹.

Jak wynika z przytoczonej definicji, międzynarodowa integracja gospodarcza stanowi istotny element globalizacji. Nasz kraj w wyniku integracji z Unią Europejską musi wywiązać się z wielu zadań, które są jej warunkiem. Między innymi duże wyzwanie postawiono polskim przedsiębiorstwom przemysłu spożywczego, które muszą stać się konkurencyjnymi, jeśli zamierzają liczyć się na rynku bez granic. Jednym z elementów, który w znacznej mierze może przyczynić się do wykreowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa, jest właśnie jakość produkowanych przez to przedsiębiorstwo wyrobów. Przedsiębiorstwa chcące funkcjonować na „rynku bez granic” są zmuszone do podjęcia wyzwania konkurencji jakościowej. Muszą dążyć do nieustannej poprawy i szukania bardziej efektywnych sposobów dostarczenia konsumentom wyrobów spełniających w pełni ich wymagania, oczekiwania, a przede wszystkim zapewniających bezpieczeństwo zdrowotne. Na dzień dzisiejszy takim działaniem jest wdrożenie systemu HACCP².

¹ B. Liberska, *Globalizacja. Mechanizmy i wyzwania*, PWE, Warszawa 2002.

² J. Górna, *Wpływ systemu HACCP na skuteczność wdrażania systemów zarządzania w firmie produkującej opakowania*, w: J. Łańcucki (red.), *Efektywność systemów zarządzania*, PZITS Oddz. Wielkopolski, Poznań 2004, s. 95.

Istota systemu HACCP

Historia HACCP jako systemu sięga początków prac nad żywnością dla programu kosmicznego w USA, które rozpoczęły się w latach 60. W wyniku prac i badań nad żywnością dla kosmonautów stało się jasne, że same badania i szczególnie technologia nie doprowadzą do efektu powtarzalnej jakości wyrobów, które winny w ekstremalnych warunkach, poza wartościami odżywczymi, także przetrwać w sensie przydatności do spożycia przez określony czas³.

Projekt pod nazwą „Produkcja i badanie żywności”, realizowany w ramach programu lotów kosmicznych, miał na celu zagwarantowanie, że żywność przeznaczona dla astronautów będzie bezpieczna mikrobiologicznie, chemicznie i fizycznie, będzie powtarzalna w parametrach jakościowych, co miało olbrzymi wpływ na powodzenie (obok sprawności maszyn i urządzeń oraz statków kosmicznych) lotów kosmicznych. W programie tym uczestniczyli przedstawiciele firmy Pillsbury, Laboratorium Badawcze Armii USA oraz NASA.

Początkowo tworzenie systemu jakości produkcji oparte było o założenie wyeliminowania zagrożeń mikrobiologicznych, z efektem końcowym w postaci żywności sterylnej w całej wyprodukowanej serii. Efektem tego programu było przyjęcie najpierw przez firmy włączone w program, później przez inne, zasad HACCP jako „narzędzia” produkcji żywności o gwarantowanej jakości.

Ochrona żywności w obecnych czasach, w aspekcie globalizacji jest priorytetowym problemem. By uniknąć zakażeń i zatrueń spowodowanych spożyciem żywności zawierającej szkodliwe drobnoustroje lub substancje chemiczne, zobowiązano producenta do przestrzegania właściwych warunków wytwarzania. Producent ponosi tzw. odpowiedzialność za wyrób i w związku z tym powinien rekompensować straty zdrowotne i materialne konsumentów. Jakość zdrowotna produktu spożywczego jest cechą żywności szczególnie pożądaną przez konsumentów, specjalistów ds. żywienia, jak również producentów.

Na jakość zdrowotną produktów spożywczych składa się ogół cech, przy pomocy których charakteryzuje się żywność pod względem wartości odżywczej, jakości organoleptycznej oraz **bezpieczeństwa** dla zdrowia konsumenta.

Przez wartość odżywczą żywności rozumie się jej zdolność do dostarczania organizmowi ludzkiemu cennego materiału budulcowego i szeregu bioregulatorów (witamin, enzymów, mikroelementów), z kolei na jakość organoleptyczną żywności składa się zespół cech obejmujących smak, zapach, wygląd, barwę i konsystencję, które można wyodrębnić i ocenić przy pomocy zmysłów człowieka.

Zapewnienie jakości zdrowotnej produktu spożywczego to obecnie również zapewnienie jego **bezpieczeństwa**, ponieważ współczesny konsument poszukuje żywności, która oprócz składników budulcowych i walorów smakowych będzie

³ D. Kolożyn-Krajewska, T. Sikora, *Koncepcja i system zapewnienia bezpieczeństwa zdrowotnego żywności*, SIT-SPOŻ, Warszawa 2000.

pozbawiona drobnoustrojów chorobotwórczych, toksyn, antybiotyków itp., a przez to nie będzie ujemnie wpływać na jego zdrowie.

Generalnie na bezpieczeństwo żywności wpływa ogół warunków, które muszą być spełnione, i działań, które muszą być podejmowane na wszystkich etapach produkcji i obrotu żywnością oraz środkami żywienia zwierząt gospodarskich w celu zapewnienia zdrowia i życia człowieka.

Bezpieczeństwo żywności jest pojęciem posiadającym dwa aspekty:

- jest cechą samej żywności — oznacza brak w niej zagrożeń zdrowotnych
- jest związane z procesem produkcji/obrotu żywności — poszczególnymi etapami tego procesu i działaniami, jakie musi podjąć producent w celu zapewnienia bezpieczeństwa produkcji/obrotu, a przez to docelowo dążąc do zapewnienia zdrowia konsumentów.

Bezpieczeństwo żywności powinno być przedmiotem troski wszystkich podmiotów biorących udział w jej produkcji i obrocie oraz organów i instytucji legislacyjnych. Jakość zdrowotna żywności rozumiana jako ogół cech żywności związanych z zaspokojeniem oczekiwań konsumenta w zakresie jego potrzeb żywieniowych, bezpieczeństwa, a także cech sensorycznych i funkcjonalnych żywności może być zapewniona przez stosowanie jednolitych rozwiązań systemowych. Takim rozwiązaniem jest system HACCP. Wymagania prawne (ustawa z dnia 11 maja 2001 r. z późn. zm., o warunkach zdrowotnych żywności i żywienia) nałożyły obowiązek wdrożenia zasad systemu HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point — Analiza Zagrożeń i Krytycznych Punktów Kontroli). Obowiązek ten dotyczy wszystkich produkujących żywność i obracających żywnością, za wyjątkiem producentów na etapie produkcji pierwotnej, którzy z kolei są zobowiązani zgodnie z art. 30 ustawy o warunkach zdrowotnych żywności i żywienia do wdrożenia i stosowania zasady dobrej praktyki produkcyjnej (GMP) i dobrej praktyki higienicznej (GHP). Zgodnie z ustawą, system HACCP jest to postępowanie mające na celu zapewnienie bezpieczeństwa żywności przez identyfikację i oszacowanie skali zagrożeń z punktu widzenia jakości zdrowotnej żywności oraz ryzyka wystąpienia zagrożeń podczas przebiegu wszystkich etapów procesu produkcji i obrotu żywnością, jak również system ten ma na celu określenie metod ograniczania zagrożeń oraz ustalenie działań naprawczych. Art. 29 tej ustawy określa następujące zasady i tryb postępowania w zakresie systemu HACCP:

1. Zidentyfikowanie i ocenę zagrożeń jakości zdrowotnej żywności oraz ryzyka ich wystąpienia oraz ustalenie środków kontroli i metod przeciwdziałania tym zagrożeniom.

2. Określenie krytycznych punktów kontroli w celu wyeliminowania lub ograniczania zagrożeń.

3. Ustalenie dla każdego krytycznego punktu kontroli limitów rozgraniczających stany akceptowalne od nieakceptowalnych w celu zapobiegania, eliminowania lub ograniczania zidentyfikowanych zagrożeń.

4. Ustalenie i wprowadzenie systemu monitorowania krytycznych punktów kontroli.

5. Ustalenie działań naprawczych (korygujących), jeżeli monitorowanie wykazuje, że krytyczny punkt kontroli nie spełnia wymagań z pkt 3.

W systemie HACCP dąży się do:

1. Prowadzenia działań systemowych, podobnie jak w innych systemach jakości, co oznacza:

- działania wcześniej zaplanowane i przewidziane,
- działania podejmowane w oparciu o określone procedury,
- podejmowanie decyzji w oparciu o fakty i analizę uzyskanych wyników.

2. Kontroli zagrożeń zdrowotnych:

- identyfikacja i analiza zagrożeń pozwala określić zagrożenia istotne z punktu widzenia bezpieczeństwa żywności,
- zidentyfikowane zagrożenia eliminuje się lub ogranicza do akceptowalnego poziomu, bądź zapobiega się ich występowaniu.

3. Kontroli procesu produkcji w krytycznych punktach kontrolnych (CCP):

- krytyczne punkty kontrolne objęte są systemem monitorowania,
- podejmowania działań naprawczych/korygujących.

4. Dostarczania konsumentowi żywności bezpiecznej w sensie zdrowotnym:

- działając w oparciu o system HACCP, uzyskuje się pewność, co do jakości zdrowotnej produktu finalnego, następuje wzrost zaufania i zaspokojenie oczekiwań konsumentów.

Istota systemu HACCP polega na zapewnieniu jakości zdrowotnej żywności w całym łańcuchu żywnościowym, począwszy od etapu pozyskiwania surowców, a skończywszy na dostarczeniu wyrobów ostatecznemu klientowi. Wyprodukowanie żywności dobrej jakości powinno polegać na tym, że będzie ona posiadała odpowiednią jakość zdrowotną, a sama produkcja będzie bezpieczna dla pracowników, dla środowiska naturalnego i co najważniejsze z punktu widzenia firmy będzie przynosić zyski.

Prawidłowe wdrożenie systemu HACCP wymaga najpierw spełnienia podstawowych wymagań GMP (Good Manufacturing Practice) i GHP (Good Hygienic Practice). Spełnienie tych wymagań, określane jako program wstępny, w praktyce stanowi dla zakładu wdrożenie systemu HACCP w 80%.

Zgodnie z ustawą z dnia 11 maja 2001 r. o warunkach zdrowotnych żywności i żywienia (z późn. zm.):

1. **Dobra Praktyka Produkcyjna** to działania, które muszą być podjęte i warunki, które muszą być spełniane, aby produkcja żywności odbywała się w sposób zapewniający jej właściwą jakość zdrowotną, zgodnie z przeznaczeniem.

2. **Dobra Praktyka Higieniczna** to działania, które muszą być podjęte i warunki higieniczne, które muszą być spełniane na wszystkich etapach produkcji lub obrotu, aby zapewnić bezpieczeństwo żywności.

Wymagania GMP/GHP dotyczą :

- podstawowych czynników utrzymania higienicznych warunków środowiska,
- zapobiegania przenikaniu do zakładu z zewnątrz owadów, ptaków i innych zwierząt,
- odpowiednich warunków magazynowania sprzętu, substancji chemicznych i produktów spożywczych,
- zapewnienia odpowiedniego miejsca na rozmieszczenie urządzeń produkcyjnych i magazynowych,
- właściwej wentylacji zakładu,
- utrzymanie całości w dobrym stanie technicznym,
- skuteczności oświetlenia,
- gospodarki wodno-ściekowej,
- procedur mycia i dezynfekcji,
- kontroli pracowników, związanej z przeciwdziałaniem zakażeniom żywności⁴.

Obligatoryjność stosowania zasad systemu HACCP nie nakłada obowiązku jego certyfikacji przez jednostki zewnętrzne. Jedynie organy Państwowej Inspekcji Sanitarnej mają obowiązek ocenić prawidłowość i skuteczność systemu HACCP w firmie (Dz. U. z 2003 r. Nr 21, poz. 186).

Wpływ integracji na konkurencyjność polskich przedsiębiorstw przemysłu spożywczego

Proces integracji gospodarczej wymusza powstanie tzw. nowych jakości w gospodarce. Głównym podmiotem jest tu pojedyncze przedsiębiorstwo, działające w warunkach nasilającej się konkurencji⁵. Jednym z elementów, który w znacznej mierze może przyczynić się do wykreowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa, jest właśnie jakość produkowanych przez to przedsiębiorstwo wyrobów. Dzięki gospodarce rynkowej i tym samym dzięki wejściu na polski rynek firm globalnych można stwierdzić, że:

- nastąpiło znaczne zróżnicowanie oferty towarowej,
- unowocześniono niektóre kierunki przetwórstwa (np. produkcja jogurtów, soków),
- polskie przedsiębiorstwa zostały zmuszone do walki o miejsce na rynku, dzięki czemu można zaobserwować zdecydowaną poprawę estetyki opakowań wy-

⁴ J. B. Berdowski, H. Turlejska, *HACCP System Zapewnienia Bezpieczeństwa i Jakości Zdrowotnej Żywności*, Europejski Instytut Jakości, Warszawa 2003, s. 31.

⁵ B. Michalski, *Konkurencyjność polskich przedsiębiorstw wobec wyzwań globalizacji oraz przyszłego członkostwa w Unii Europejskiej – próba oceny*, w: J. Rymarczyk (red.), *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa i gospodarki*, t. 2, AE, Wrocław 2002.

robów spożywczych, jakości tychże wyrobów oraz niewątpliwie wymusiło to modernizację i zmianę/rozszerzenie profilu produkcji.

Firmy globalne inwestujące w polskim przemyśle spożywczym koncentrują się głównie na opanowaniu rynku krajowego⁶, co wiąże się z koniecznością podjęcia wyzwania konkurencyjności firm z sektora małych i średnich przedsiębiorstw.

Procesy integracyjne wymusiły dostosowywanie się przedsiębiorstw przemysłu spożywczego do wymogów unijnych, które są bardzo rygorystyczne szczególnie w zakresie bezpieczeństwa zdrowotnego wyrobów. Unia preferuje zasady swobodnego przepływu towarów i usług, ale jeśli chodzi o żywność, to bezwarunkowo musi być ona bezpieczna.

Konkurowanie przedsiębiorstw na globalnym rynku

Z uwagi na to, że system HACCP jest obligatoryjny i wszystkie przedsiębiorstwa branży spożywczej prędzej czy później będą musiały go wdrożyć, sam w sobie nie będzie mógł być narzędziem wykorzystywanym do konkurowania na globalnym rynku. Jednakże w momencie kiedy przedsiębiorstwo zechce uzyskać certyfikację funkcjonującego systemu HACCP, wówczas ten system można wykorzystać jako narzędzie do walki o klienta. Zatwierdzenie systemu HACCP przez jednostkę zewnętrzną jest gwarantem rzetelności i obiektywności wydanego osądu. Wówczas dane przedsiębiorstwo może być postrzegane na rynku globalnym w bardzo korzystnym świetle.

Podstawą certyfikacji systemu HACCP może być:

- Codex Alimentarius (CAC/RCP 1-1969, Rev. 3/1997);
- Duńska norma DS 3027 E: 2002;
- Dyrektywa EU 93/43/EEC;
- BRC (British Retail Consortium) — Global Standard Food;
- ISO 22000: 2003 Food safety management systems — Requirements.

Droga do uzyskania certyfikatu systemu HACCP

W celu zdobycia informacji na temat warunków przeprowadzenia auditu certyfikacyjnego zainteresowana firma powinna skierować zapytania ofertowe do jednostek certyfikacyjnych. Przy wyborze takich jednostek należy kierować się tym, gdzie mają trafiać oferowane przez przedsiębiorstwo wyroby. W momencie kiedy zależy firmie np. na zdobyciu kontrahenta z Niemiec, wówczas należałoby poważnie zastanowić się nad wyborem niemieckiej jednostki certyfikacyjnej, z uwagi na to, że taka jednostka z pewnością byłaby lepiej postrzegana przez kontrahenta. W sytuacji kiedy przedsiębiorstwo dokona już wyboru jednostki, dochodzi

⁶ P. Chechelski, *Globalizacja w polskim przemyśle spożywczym*, „Przemysł Spożywczy” 2/2003.

do zawarcia umowy zawierającej zlecenie przeprowadzenia procesu certyfikacji. W tym momencie rozpoczyna się pierwszy etap działań:

I ETAP: Przygotowanie do certyfikacji

W ramach tego etapu jednostka przekazuje do przedsiębiorstwa listę pytań kontrolnych, na które przedsiębiorstwo musi udzielić odpowiedzi. Znajdują się na tej liście pytania m.in. dotyczące stosowanych systemów zarządzania w firmie, ilości zatrudnionych pracowników, występujących procesów. Przedsiębiorstwo również na tej liście deklaruje dokument, który ma być podstawą certyfikacji (np. Codex Alimentarius).

II ETAP: Przegląd dokumentacji

Przedsiębiorstwo jest zobowiązane do przekazania dokumentacji systemowej, czyli Księgi HACCP oraz procedur. Następnie dokumentacja jest oceniana przez jednostkę pod względem spełnienia wymagań HACCP oraz deklarowanej przez przedsiębiorstwo podstawy certyfikacji.

III ETAP: Audit certyfikacyjny

Po dokonaniu oceny dokumentacji jednostka certyfikacyjna i przedsiębiorstwo określają termin auditu certyfikacyjnego. Czas trwania auditu jest uzależniony od wielkości przedsiębiorstwa, ilości zachodzących w nim procesów oraz ilości zatrudnionego personelu. Po audicie auditor wiodący jednostki certyfikacyjnej opracowuje raport z auditu dla przedsiębiorstwa. W przypadku pozytywnego wyniku auditu ma miejsce etap czwarty, natomiast gdy wynik jest negatywny, wówczas przedsiębiorstwo musi usunąć zidentyfikowane niezgodności i ponownie przystąpić do etapu trzeciego.

IV ETAP: Wydanie certyfikatu, audyty nadzorcze i powtórne

Na tym etapie dochodzi do podpisania umowy na używanie znaku jednostki certyfikacyjnej. Następnie zostaje wydany przez jednostkę certyfikat dla przedsiębiorstwa, które od tej pory może szczycić się tym osiągnięciem przez trzy lata. Co roku jest przeprowadzany przez jednostkę audit nadzorczy, a co trzy lata audit powtórny, który jest warunkiem utrzymania ważności certyfikatu.

Jak wskazuje etap piąty, to, że przedsiębiorstwo uzyskuje certyfikat, nie oznacza, że osiągnęło już wszystko i może spocząć na laurach. Jego zadaniem jest ciągle doskonalenie poprzez realizowanie założonych celów i ciągle podnoszenie poprzeczki w zakresie doskonalenia jakości zdrowotnej oferowanych wyrobów. Takie podejście daje realną szansę polskim przedsiębiorstwom do zaistnienia na rynku globalnym i wyrobieniu sobie silnej pozycji przedsiębiorstwa postrzeganego jako gwaranta zakupu bezpiecznych pod względem zdrowotnym wyrobów.

Podsumowanie

Uzyskanie certyfikatu poświadczającego zgodność funkcjonowania systemu HACCP daje obiektywny dowód konsumentowi na to, że przedsiębiorstwo zrobiło wszystko ażeby zapewnić mu bezpieczną żywność. W wyniku działań jednostek certyfikujących jest oceniany nie tylko sam system HACCP, ale także cała

infrastruktura przedsiębiorstwa, ponieważ zapewnienie właściwych warunków otoczenia i samego procesu produkcji w bardzo istotny sposób oddziałuje na jakość zdrowotną wyrobu i nie tylko. Zapewnienie wszystkich wymagań GMP (Dobrych Praktyk Produkcyjnych) i GHP (Dobrych Praktyk Higienicznych) pozwala przedsiębiorstwu zapewnić właściwą jakość produkowanych wyrobów, jakość powtarzalną, taką jakość, jakiej oczekują nabywcy.

Literatura

- Berdowski J. B., Turlejska H., *HACCP System Zapewnienia Bezpieczeństwa i Jakości Zdrowotnej Żywności*, Europejski Instytut Jakości, Warszawa 2003, s. 31.
- Chechelski P., *Globalizacja w polskim przemyśle spożywczym*, „Przemysł Spożywczy” 2/2003.
- Górna J., *Wpływ systemu HACCP na skuteczność wdrażania systemów zarządzania w firmie produkującej opakowania*, w: Łańcucki J. (red.), *Efektywność systemów zarządzania*, PZITS Oddz. Wielkopolski, Poznań 2004, s. 95.
- Kołozyn-Krajewska D., Sikora T., *Koncepcja i system zapewnienia bezpieczeństwa zdrowotnego żywności*, SFT-SPOŻ, Warszawa 2000.
- Liberska B., *Globalizacja. Mechanizmy i wyzwania*, PWE, Warszawa 2002.
- Michalski B., *Konkurencyjność polskich przedsiębiorstw wobec wyzwań globalizacji oraz przyszłego członkostwa w Unii Europejskiej — próba oceny*, w: Rymarczyk J. (red.), *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa i gospodarki*, t. 2, AE, Wrocław 2002.

Certyfikacja systemu HACCP jako obiektywny dowód zapewnienia bezpieczeństwa zdrowotnego produktu w warunkach globalizacji

Streszczenie

W pracy przedstawiono możliwości zwiększenia konkurencyjności polskich przedsiębiorstw przemysłu spożywczego na rynku UE poprzez uzyskanie certyfikacji systemu HACCP. Praca ukazuje korzyści związane z uzyskaniem zatwierdzenia systemu HACCP poprzez jego certyfikację

The certification of the HACCP system as an objective evidence of the assuring the product health safety in globalisation terms

Summary

In this paper, there were presented the possibilities of competition for polish food business on the European market through obtaining the certification of HACCP system. This work also shows the advantages of gaining the HACCP approval through certification.

JAN GALICKI

Aktualne problemy zarządzania finansami w przedsiębiorstwie

Wprowadzenie

Ogólnie „problem” to sytuacja nowa, trudna, często niepewna, przed którą stajemy. Aktualnie w wielu przedsiębiorstwach takie sytuacje nowe, trudne, często niepewne, pojawiają się w zakresie finansów.

W pierwszej kolejności dotyczy to dyspozycyjności pieniężnej. W wielu przedsiębiorstwach występują niedobory środków pieniężnych na zapłacenie zakupionych materiałów, zużytej energii, świadczonych usług, a nawet wynagrodzeń czy zobowiązań podatkowych. W drastycznych przypadkach można spotkać się z niebezpiecznymi i prawie zabronionymi zakupami materiałów podstawowych za gotówkę u dostawców, u których przedsiębiorstwa są poważnie zadłużone.

Ujemne skutki takich zjawisk w przedsiębiorstwach to ewidentne straty finansowe (karne odsetki, koszty egzekucji, nieuzyskane opusty cenowe), a także zanik w tych przedsiębiorstwach zdolności kredytowych, a przez to osłabienie ich pozycji na rynkach. Zjawiska te prowadzić mogą do ogłoszenia upadłości przedsiębiorstw, a nawet ich likwidacji. Dlatego aktualnym problemem zarządzania finansami w wielu przedsiębiorstwach staje się racjonalne zarządzanie ich płynnością finansową.

W następnej kolejności trudna, często niepewna sytuacja w zarządzaniu finansami w przedsiębiorstwach dotyczy rentowności działania. Wiele przedsiębiorstw, zwłaszcza nowo powstających, nie może osiągnąć dodatniego wyniku finansowego jako warunku swojego trwania i rozwoju.

Przychody ze sprzedaży wyrobów, usług, robót, towarów w tych przedsiębiorstwach nie pozwalają nawet na pokrycie kosztów ich osiągnięcia. Przyczyny są różne. Zbyt duża konkurencja na rynku ogranicza ich wolumen sprzedaży. Poziom kosztów stałych uniemożliwia osiągnięcie zysku z działalności operacyjnej. Wykorzystywanie do finansowania majątku kapitałów obcych oprocentowanych powoduje stratę w działalności finansowej. Nietrafione kontrakty, zwłaszcza zagraniczne, pociągają ze sobą niekiedy znaczne straty nadzwyczajne.

Stąd częste zjawiska likwidacji przedsiębiorstw, zwłaszcza nowo utworzonych. Rodzajem samoobrony przed likwidacją jest wchodzenie przez nie w związki partnerskie z innymi przedsiębiorstwami, a nawet dokonywanie konsolidacji czy fuzji.

Dlatego też aktualnym problemem w zarządzaniu finansami w wielu przedsiębiorstwach jest rozumne zarządzanie ich rentownością, a w ostatecznym rozrachunku zarządzanie ich wartością.

Wydaje się, że w rozwiązaniu tych aktualnych problemów zarządzania finansami w przedsiębiorstwach pomocnym może być poznanie:

- mechanizmu zarządzania finansami w przedsiębiorstwie,
- zasad zarządzania płynnością finansową i rentownością w przedsiębiorstwie.

Mechanizm zarządzania finansami w przedsiębiorstwie

Zarządzanie kojarzone było z ustaleniem celów i powodowaniem ich realizacji w podmiotach gospodarczych podlegających zarządzającemu na podstawie własności funduszu (kapitału) tego podmiotu lub uprawnionej dyspozycyjności tym funduszem. Powszechnie akceptowane objaśnienie zarządzania to *zestaw działań (obejmujący planowanie decyzji, organizowanie, przewodzenie, tj. kierowanie ludźmi i kontrolowanie) skierowanych na zasoby organizacji (ludzkie, finansowe, rzeczowe i informacyjne) i wykonywanych z zamiarem osiągnięcia celów organizacji w sposób sprawny (wykorzystując zasoby mądrze, bez zbędnego marnotrawstwa) i skuteczny (działający z powodzeniem)*¹.

W praktyce zarządzanie traktowane jest jako wieloetapowy proces podejmowania decyzji w podmiocie gospodarczym, definiowanej jako proces myślowy charakteryzujący się:

- wyrażeniem woli ludzkiej,
- dotyczący przyszłego działania,
- wyrażeniem świadomego wyboru (nie losowego),
- poprzedzeniem rozpoznania problemu decyzyjnego,
- wykonalnością wybranych działań,
- dotyczący działań osób pozostających w stosunku podległości.

Jeżeli takie decyzje dotyczą działań związanych z przepływami pieniężnymi (zjawiskami finansowymi), będą to decyzje finansowe — wyraz zarządzania finansami w danym podmiocie gospodarczym.

Przedsiębiorstwa stanowią rodzaj podmiotów gospodarczych, których głównym celem jest wzrost ich wartości. Podejmowane w takich podmiotach decyzje finansowe stanowią praktyczny przejaw zarządzania w nich finansami. Decyzje finansowe można następująco usystematyzować:

a) według celu i horyzontu czasowego ich realizacji na:

- decyzje strategiczne — dotyczące realizacji celów rozwojowych przedsiębiorstw w wieloletnim horyzoncie czasowym;

¹ R. W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, WN PWN, Warszawa 1996, s. 38.

- decyzje operacyjne — dotyczące realizacji celów eksploatacyjnych przedsiębiorstw w maksymalnie rocznym horyzoncie czasowym;

- b) według podmiotu finansowania na:

- decyzje eksploatacyjne — związane z bieżącym funkcjonowaniem przedsiębiorstw;

- decyzje inwestycyjne — związane z przyrostem majątku, głównie trwałego przedsiębiorstw;

- c) według stopnia powtarzalności podejmowania decyzji na:

- decyzje powtarzalne — podejmowane w przedsiębiorstwach systematycznie w regularnych lub nieregularnych odstępach czasu, z możliwością wykorzystania osobistego doświadczenia kompetentnego decydenta;

- decyzje niepowtarzalne — podejmowane w przedsiębiorstwach sporadycznie, często unikalne, bez możliwości wykorzystania osobistego doświadczenia kompetentnego decydenta;

- d) według sposobu uczestnictwa w podejmowaniu decyzji na:

- decyzje indywidualne podejmowanie arbitralnie przez kompetentnego decydenta,

- decyzje indywidualne poprzedzone konsultacjami ze specjalistami dokonane przez kompetentnego decydenta,

- decyzje zespołowe podejmowane przez kompetentnych decydentów w formie głosowania.

Powyższa systematyka decyzji finansowych pozwala lepiej poznać i w pełni zrozumieć złożoność finansowych sytuacji decyzyjnych w następujących przedsiębiorstwach.

Poprawność metodyczna podejmowania decyzji finansowych w przedsiębiorstwach wymaga:

- wykorzystania standardowej procedury w trakcie wypracowania decyzji finansowych,

- wykorzystania procedury sterowania ryzykiem w trakcie podejmowania decyzji finansowych i ich realizacji,

- uwzględnienia czynników determinujących stale systemowo aktualną wartość pieniądza, a więc stale wpływających na określone strumienie finansowe,

- uwzględnienia czynników rzutujących na sprawność podejmowania decyzji a więc i ich rozumność.

Standardowa procedura wypracowania decyzji finansowych obejmuje:

- procesy rozpoznania sytuacji decyzyjnej (problemu decyzyjnego) — dotyczą identyfikacji samego problemu i jego analizy;

- procesy projektowania rozwiązań problemu decyzyjnego — dotyczą formułowania możliwych wariantów rozwiązania problemu decyzyjnego, doboru kryteriów wyboru tych wariantów rozwiązań (np. efektywność ekonomiczna, jakość, termin realizacji), wartościowania tych wariantów rozwiązań z wykorzystaniem dobranych kryteriów doboru;

– procesy właściwego wyboru — dotyczą rangowania wywartościowanych wariantów rozwiązań, zderzenia tych rangowanych wariantów rozwiązań z doświadczeniem kompetentnego decydenta, wskazanie (wybór) zasadnego wariantu rozwiązania i przekazanie tej informacji osobom podległym celem realizacji wybranego wariantu rozwiązania.

Ryzyko to możliwość wystąpienia zdarzeń i okoliczności niezależnych od działającego przedsiębiorstwa, których nie można dokładnie przewidzieć, którym nie można w pełni zapobiec, a które prowadzą od wystąpienia rezultatu niezgodnego z oczekiwaniami — lepszego lub gorszego.

Procedura sterowania tak rozumianym ryzykiem obejmuje

– procesy identyfikacji czynników ryzyka i ich analizy — dotyczą rozpoznania potencjalnych czynników ryzyka, dokonania ich systematyzacji, oszacowania wagi zagrożenia poszczególnymi czynnikami ryzyka, dokonanie oceny zagrożeń ryzykiem, poszczególnych obszarów działalności przedsiębiorstwa;

– procesy oddziaływania na ryzyko — dotyczą wyboru metod i narzędzi oddziaływania, zastosowania tych wybranych metod i narzędzi, oceny skuteczności zastosowanych metod i narzędzi, korekcyjnego zastosowania metod i narzędzi oddziaływania;

– procesy monitoringu ryzyka — dotyczą bieżącego badania zagrożeń przedsiębiorstwa ryzykiem, okresowe badanie strat i korzyści związanych z ryzykiem.

Czynnikami determinującymi stale systemowo aktualną wartość pieniądza, stale wpływających na określone strumienie finansowe w przedsiębiorstwie, są:

– uwarunkowania w czasie — środki pieniężne otrzymane wcześniej są więcej warte od tych, które otrzymujemy później;

– uwarunkowania ryzykiem — środki pieniężne bezpieczne, nie narażone na ryzyko są bardziej warte niż środki obciążone wysokim ryzykiem;

– uwarunkowania siłą nabywczą pieniądza — środki pieniężne, za które można nabyć więcej dóbr, są warte więcej niż środki o niższej sile nabywczej, liczy się bowiem inflacja, czyli wzrost cen dóbr;

– uwarunkowania płynnością finansową — środki pieniężne wygenerowane przez płynne aktywa są warte więcej niż środki wygenerowane przez aktywa, których sprzedaż wiąże się z dużymi kosztami lub/i trudnościami².

Czynniki rzutujące na sprawność podejmowania decyzji, na ich racjonalność (racjonalność) to:

a) prawidłowe określenie i sformalizowania w przedsiębiorstwie obszarów decyzyjnych jaką zbiorów uprawnień konkretnych osób tego przedsiębiorstwa do podejmowania decyzji finansowych i ponoszenia pełnej odpowiedzialności za ich skutki na poszczególnych obszarach działalności i szczeblach organizacyjnych tego przedsiębiorstwa. Prawidłowo określony obszar decyzyjny winien się charakteryzować:

² S. Z. Benniga, O. H. Sarig, *Finanse przedsiębiorstw. Metody wyceny*, WIG Press, Warszawa 2000, s. 1 i 2.

- przybliżaniem uprawnień do miejsca działania,
 - wiązaniem uprawnień z pełną odpowiedzialnością za działania,
 - umiejscowieniem uprawnień w miejscu zasilanym informacjami,
 - umiejscowieniem uprawnień na poziomie zapowiadającym stałą kontrolę;
- b) prawidłowe ustalenie systemu informacyjnego jako systemu rozwiązań dotyczących zbierania, przetwarzania, przechowywania i udostępniania danych niezbędnych w planistycznych i realizacyjnych procesach decyzyjnych, systemu rozwiązań wykorzystujących optymalnie współczesną technikę komputerową. Taki system informacyjny winien się charakteryzować:
- dyspozycyjnością — dostępnością do niezbędnych danych,
 - dokładnością — nadążaniem za zmianami w czasie,
 - rzetelnością — obiektywnością danych,
 - niezawodnością,
 - elastycznością,
 - wydajnością;
- c) zapewnienie zgodności kwalifikacji (wiedzy i doświadczenia) osób podejmujących decyzje finansowe z wymaganiami danego obszaru decyzyjnego. Poziom kwalifikacji tych osób winien sprzyjać:
- przedsiębiorczości,
 - innowacyjności,
 - wysokiej jakości prowadzonych przez nich działań.

Objaśniany wyżej, zarówno merytorycznie (treściowo) jak metodycznie, mechanizm zarządzania finansami w przedsiębiorstwie znajduje zastosowanie zarówno w procesach decyzyjnych dotyczących kreowania jego płynności finansowej jak i jego rentowności.

Zasady zarządzania płynnością finansową w przedsiębiorstwie

Płynność finansowa przedsiębiorstwa to stopień jego dyspozycyjności pieniężnej, czyli zdolność do terminowego regulowania zobowiązań.

Zarządzanie tą zdolnością finansową to decydowanie o przepływach pieniężnych w podstawowych obszarach działalności przedsiębiorstwa, zwłaszcza bieżącej dotyczącej majątku obrotowego i kapitału obrotowego.

Zarządzanie majątkiem obrotowym w szczególności dotyczy zapasów, należności i środków pieniężnych. Natomiast zarządzanie kapitałem obrotowym dotyczy zobowiązań wobec dostawców i kapitału pracującego. Właściwe proporcje tych składników majątku i ich źródeł finansowania zapewniają bowiem płynność finansową w przedsiębiorstwie.

Zarządzanie zapasami dotyczy materiałów, produktów i towarów. Zapasy te winny zabezpieczać w przedsiębiorstwie rytmiczność procesów gospodarczych, nawet w warunkach nieciągłości w zaopatrzeniu. Nie można jednak w procesach decyzyjnych dotyczących poziomu tych zapasów pominąć kosztów związanych

z nimi — kosztów zamrożonego kapitału, kosztów magazynowania, przemieszczania, kosztów zużycia.

Podstawowe znaczenia w zarządzaniu tymi zapasami ma:

- zasada normowania indywidualnego i zespołowego zapasów prawidłowych (bieżących i sezonowych), wykorzystując takie parametry, jak: dzienne zużycie, cykl dostaw, czas odbioru ilościowego i jakościowego, cykl produkcji, wskaźnik narastania kosztów w produkcji, czas kompletacji dostaw oraz systemowego zapewnienia respektowania tych norm,
- zasada stałego monitorowania zapasów nieprawidłowych (zbędnych i nadmiernych) oraz podejmowania działań zmierzających do ich ograniczenia,
- zasada rygorystycznego planowania zapotrzebowania na materiały, półfabrykaty, wyroby gotowe, towary w korelacji ze zużyciem i zbytem oraz konsekwentnym jego realizowaniem z wykorzystaniem wsparcia komputerowego. Wyrazem realizacyjnym tej zasady są systemy Just in Time, stosowane zwłaszcza w przedsiębiorstwach przemysłu motoryzacyjnego.

Zarządzanie należnościami dotyczy wiarytelności przedsiębiorstwa za zrealizowane dostawy wyrobów, robót i usług. Należności te mają uwarunkowania manipulacyjne (wykonanie czynności odbiorczych) i rynkowe (warunek zbytu obowiązujący na danym rynku). Ten drugi determinant stanowi o często wysokim poziomie należności.

Istotne znaczenie w zarządzaniu tymi należnościami ma:

- zasada weryfikowania każdego odbiorcy, badania jego wiarygodności i w zależności od wyników tych badań stosowanie właściwych metod płatności. Zasada ta w swoim systemowym ujęciu bywa określana „polityką kredytową” przedsiębiorstwa;
- zasada stałego oddziaływania na poziom należności z wykorzystaniem takich instrumentów, jak: opusty cen, kredyt odbiorcy (przedpłata, zaliczka), faktoring należności, zabezpieczanie należności osobiste i rzeczowe, ubezpieczenia „kredytu kupieckiego”;
- zasada stałego monitorowania należności w sposób sumaryczny wykorzystując rejestry ewidencji księgowej lub obligatoryjne sprawozdania finansowe i w sposób szczegółowy wykorzystujące ewidencje analityczną oraz podejmowania stosownych działań;
- zasada systematycznego windykowania przeterminowych należności z wykorzystaniem klasycznych form monitorowania, specjalnych agencji i biur windykacyjnych, postępowania przed sądami polubownymi i powszechnymi (rejonowymi).

Zarządzanie zobowiązaniami wobec dostawców wyrobów, robót i usług zmierza do zapewnienia przedsiębiorstwu taniego źródła finansowania majątku obrotowego i do nieponoszenia z tego tytułu strat nadzwyczajnych.

Podstawowe znaczenie w zarządzaniu tymi zobowiązaniami ma:

- zasada osiągnięcia wysokiej wiarygodności u dostawców pozwala na pozyskanie bezkolizyjne znacznych rozmiarów kredytu towarowego,

- zasada stałego monitorowania poziomu zobowiązań i ich szczegółowej struktury oraz realizowania wynikających z tych zobowiązań płatności w miarę dysponowanych zasobów finansowych i przyjętych w przedsiębiorstwie preferencji;
- zasada symulowania (ograniczania) strat nadzwyczajnych dotyczących tych zobowiązań krótkookresowych, zarówno w trakcie ustania umownych warunków dostaw, jak i ich rozliczania.

Zarządzanie kapitałem pracującym w przedsiębiorstwie, rozumianym jako kapitał stały (kapitał własny i kapitał obcy długoterminowy) finansujący majątek obrotowy, sprowadza się do decyzji zapewniających równowagę się zapasów i należności przedsiębiorstwa z kapitałem pracującym i zobowiązaniami krótkoterminowymi tego przedsiębiorstwa. Zwykle decyzje te zmierzają do zwiększenia kapitału pracującego, choć mogą w niektórych przedsiębiorstwach, np. handlowych, wystąpić decyzje zmierzające do zmniejszenia kapitału pracującego, co może być podyktowane potrzebą zapewnienia rentowności kapitału.

Ważne znaczenie w zarządzaniu kapitałem pracującym ma:

- zasada ciągłego monitorowania poziomu kapitału pracującego stanowiącego swoistą busolę w zarządzaniu płynnością finansową w przedsiębiorstwie celem oceny sytuacji w tym zakresie przedsiębiorstwa;
- zasada kształtowania właściwych rozmiarów kapitału pracującego, zwiększając go przez zmniejszenie majątku trwałego i wyhamowanie inwestycji lub przez zwiększenie kapitału stałego drogą zatrzymania zysku netto, emisje dalszych akcji lub emisje obligacji, a także pozyskanie kredytu długoterminowego.

Zaprezentowane zasady zarządzania płynnością finansową w przedsiębiorstwie winny być przez menedżerów przedsiębiorstw przyswojone i właściwie stosowane.

Zasady zarządzania rentownością w przedsiębiorstwie

Ogólnie rentowność wyraża osiągnięty wynik finansowy z działalności przedsiębiorstwa w danym czasie. Wynik ten obejmuje:

- działalność operacyjną (podstawową),
- pozostałą działalność operacyjną,
- działalność finansową,

a także:

- realizowaną działalność niecelową, niezasadną.

Wynik finansowy działalności przedsiębiorstwa przybiera postać brutto i netto. Postać brutto wyraża sumaryczny finansowy rezultat działalności przedsiębiorstwa, a postać netto to finansowy rezultat tej działalności pozostający do dyspozycji przedsiębiorstwa. To rozróżnienie traci merytoryczny sens w przypadku ujemnego wyniku finansowego.

Zarządzanie rentownością przedsiębiorstwa sprowadza się głównie do dwóch płaszczyzn:

- płaszczyzny zewnętrznej, w sferze rynku, decyzje dotyczą przychodów;

- płaszczyzny zewnętrznej — decyzje dotyczą kosztów własnych.

Zarządzanie na tych płaszczyznach dotyczy zarówno działalności operacyjnej, pozostałej działalności operacyjnej, jak i działalności finansowej. Działalność niecelowa i niezasadna występuje zarówno na płaszczyźnie zewnętrznej, jak i wewnętrznej.

Podstawowe znaczenie w zarządzaniu rentownością przedsiębiorstwa ma:

- zasada osiągania znaczącej rentowności na działalności operacyjnej dzięki osiąganiu wysokich przychodów ze sprzedaży przy normatywnych kosztach zmiennych i standardowych kosztach stałych. Rentowność tą zapewnia obszar osiąganego zysku po progu rentowności na wykresie korelacji przychodów ze sprzedaży i kosztów własnych;
- zasada osiągania zadowalającej rentowności na pozostałej działalności operacyjnej. Przychody ze sprzedaży uzyskane głównie ze zbycie zbędnych składników majątku rzeczowego przedsiębiorstwa winny nie tylko pokryć bieżące koszty ich nabycia, ale także zapewnić określony zysk, niekiedy znaczący;
- zasada minimalizacji strat na działalności finansowej przedsiębiorstwa. Niezbędne jest przede wszystkim ograniczanie kosztów tej działalności, zwłaszcza poprzez ograniczanie kapitałów obcych oprocentowanych;
- zasada minimalizacji strat na działalności niecelowej, niezasadnej poprzez stałe podnoszenie sprawności organizacyjnej przedsiębiorstwa i kultury prawnej w stosunkach z otoczeniem przedsiębiorstwa.

Powyższe zasady zarządzania rentownością w przedsiębiorstwie winny być doprowadzone do świadomości menedżerów przedsiębiorstwa i powszechnie przez nich respektowane.

Literatura

- Bień W., *Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2000.
Duraj J., *Przedsiębiorstwo na rynku kapitałowym*, PWE, Warszawa 1996.
Jarzemowska M., *Kształtowanie kapitału w spółkach akcyjnych*, PWN, Warszawa 1999.
Krzemińska D., *Finanse przedsiębiorstwa*, WSB, Poznań 2000.
Myddelton D., *Rachunkowość i decyzje finansowe*, PWE, Warszawa 1996.
Piotrowska M., *Finanse spółek. Krótkoterminowe decyzje finansowe*, AE, Wrocław 1997.
Rutkowski A., *Zarządzanie finansami*, PWE, Warszawa 2003.
Sierpińska M., Wędzki D., *Zarządzanie płynnością finansową*, WN PWN, Warszawa 1997.
Siwiński B., *Jak sterować rentownością przedsiębiorstwa*, WN PWN, Warszawa 1994.

Aktualne problemy zarządzania finansami w przedsiębiorstwie

Streszczenie

Współcześnie za podstawowe problemy w zarządzaniu finansami w przedsiębiorstwie można uznać brak płynności finansowej i niski poziom rentowności. W rozwiązywaniu tych problemów może być pomocne poznanie i stosowanie:

- mechanizmu zarządzania finansami przedsiębiorstwa wykorzystując standardowe procedury decyzji finansowych, sterowania rynkiem a także rozwijając uwarunkowania ich sprawności,
- zasad zarządzania płynnością finansową w zakresie kształtowania zapasów, należności, środków pieniężnych i zobowiązań wobec dostawców,
- zasad zarządzania rentownością w zakresie działalności operacyjnej, finansowej i niezasadnej.

The present problems of financial management in small firms

Summary

The lack of financial liquidity and insufficient level of profitability is often observed in small business firms. It requires cognition and careful adoption of financial management mechanisms and decision making methods as well.

The principles of assuring financial liquidity and rent ability should also be observed and implemented.

WŁODZIMIERZ TŁUCHOWSKI

Wielowymiarowa analiza dyskryminacji narzędziem prognozowania upadłości przedsiębiorstwa

Wstęp

Obecnie, gdy coraz większa liczba podmiotów gospodarczych, o różnym statusie prawnym, zagrożonych jest upadłością, szczególnego znaczenia nabiera możliwość wczesnego wykrywania i przewidywania pojawiających się symptomów pogarszającej się sytuacji finansowej. Ustalenie sytuacji finansowej przedsiębiorstwa w sposób jednoznaczny może jednak nastręczać wiele problemów. Szczególnie, gdy część wielkości finansowych charakteryzujących przedsiębiorstwo wykazuje wartości uznane przez analityków jako właściwe, część zaś znajduje się poniżej wyznaczonych standardów.

Wówczas jednym z rozwiązań pojawiającego się problemu decyzyjnego jest wykorzystanie analizy dyskryminacji. Umożliwia ona postawienie natychmiastowej i w miarę pewnej diagnozy dotyczącej sytuacji finansowej przedsiębiorstwa na podstawie syntetycznego miernika, zawierającego w swym składzie zestaw wskaźników finansowych z odpowiednimi wagami.

Obecnie takie mierniki są szeroko wykorzystywane zarówno do prognozowania upadłości przedsiębiorstwa, jak i określenia jego pozycji w branży czy ustalenia zdolności kredytowej (m.in. dla potrzeb banku). Należy jednak podkreślić, że są to metody uproszczone i jako takie nie mogą być uznane za substytut analizy fundamentalnej przedsiębiorstwa.

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie głównych modeli wielowymiarowej analizy dyskryminacji, ze szczególnym uwzględnieniem tych, które zostały zmodyfikowane i przystosowane do realiów funkcjonowania polskich przedsiębiorstw.

Istota wielowymiarowej analizy dyskryminacji

Wielowymiarowa analiza dyskryminacji po raz pierwszy została zastosowana w Stanach Zjednoczonych w 1930 r. w biologii i psychologii. Dopiero później zastosowano ją w zarządzaniu finansami. Źródłem powodzenia analizy dyskryminacji należy upatrywać w dużej zawodności analizy wskaźnikowej w prognozowaniu przyszłej sytuacji finansowej i zdolności kredytowej przedsiębiorstwa. Analiza dyskryminacyjna pozwala na stworzenie systemu wczesnego ostrzegania, który łączy tradycyjną analizę wskaźnikową z ekonometrią. Jest metodą statystyczną podobną do analizy regresji, ponieważ przy prognozowaniu bazuje wyłącznie na danych historycznych (*ex post*)¹.

Idea analizy dyskryminacji pozwala na przyporządkowanie danej obserwacji x (np. przedsiębiorstwa) do zbioru $\{X\}$ (zbiór wszystkich badanych przedsiębiorstw) do jednej z wcześniej ustalonych grup $\{X_1\}$, $\{X_2\}$. Ustalenie grup odbywa się na podstawie kryterium dyskryminacji i wartości funkcji dyskryminacji. Funkcja dyskryminacji zaproponowana przez R. A. Fishera przyjmuje następującą postać²:

$$Z(x) = a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_kx_k \quad (1)$$

gdzie:

$a_1, a_2, \dots, a_k$ — współczynniki dyskryminacji,

$x_1, x_2, \dots, x_k$ — zmienne niezależne, dla których dokonujemy dyskryminacji (w zastosowaniach ekonomicznych są to wskaźniki finansowe).

Celem analizy dyskryminacji jest zbudowanie w przestrzeni hiperpłaszczyzny granicznej $Z(x) = 0$, która oddzieli przedsiębiorstwa zagrożone upadłością w nie-dalekiej przyszłości (zwykle w najbliższym roku) od przedsiębiorstw, które będą w tym okresie wypłacalne. Granicę tę nazywa się funkcją dyskryminacji.

Proces badawczy polega na wyznaczeniu parametrów funkcji $Z(x)$ i zbadaniu jej znaku. Zakłada się, że hiperpłaszczyzna $Z(x) = 0$ rozdziela przestrzeń na dwie podprzestrzenie. Wielkości znajdujące się w każdej z nich określa się odpowiednio $\{X_1\}$ i $\{X_2\}$ (przy założeniu, że $\{X_1\}$ i $\{X_2\}$ są wyraźnie oddzielone i wewnętrznie spójne). Wartość funkcji $Z(x)$ dla danego x jest proporcjonalna do odległości punktu x od hiperpłaszczyzny rozdzielającej zbiór $\{X\}$ na podzbiory. Interpretacja wyników odnosi się do znaku wskaźnika $Z(x)$.

Wówczas gdy³:

$Z(x) = 0$ — prawdopodobieństwo przyszłej upadłości wynosi $\frac{1}{2}$ (spółka znajduje się dokładnie w hiperpłaszczyźnie granicznej),

¹ M. Nowak, *Praktyczna ocena kondycji finansowej przedsiębiorstwa — metody i ograniczenia*, Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce, Warszawa 1998.

² W. Tarczyński, *Rynek kapitałowy — metody ilościowe*, t. I, Wydawnictwo Placet, Warszawa 1997.

³ E. F. Brigham, L. C. Gapenski, *Zarządzanie finansami*, t. II, PWE, Warszawa 2000.

$Z(x) < 0$ — prawdopodobieństwo upadłości jest mniejsze niż $\frac{1}{2}$,

$Z(x) > 0$ — prawdopodobieństwo upadłości jest większe niż $\frac{1}{2}$.

Zaletą funkcji dyskryminacji jest prostota obliczeń i interpretacji otrzymanych wyników.

Model Altmana i jego modyfikacje

Najbardziej znanym i zarazem pierwszym wykorzystaniem analizy dyskryminacji do badania sytuacji finansowej przedsiębiorstwa jest model wskaźnika Z, opracowany w 1968 r. przez E. J. Altmana (stąd znany też jako model Altmana — Altman's Score Model). Model łączący tradycyjną analizę wskaźnikową z wielowymiarową analizą dyskryminacji okazał się bardzo skutecznym sposobem badania wypłacalności przedsiębiorstw.

Celem prac Altmana było skonstruowanie modelu, który na podstawie analizy wskaźników finansowych umożliwiałby przewidzenie bankructwa przedsiębiorstwa. Altman zaczynał od 22 wskaźników finansowych, które testował na grupie 66 przedsiębiorstw. Próba zawierała 33 przedsiębiorstwa, które zbankrutowały (analiza obejmowała sprawozdania finansowe z roku poprzedzającego upadłość) oraz 33 spółki należące do podobnej branży i zbliżonych pod względem wielkości aktywów, ale charakteryzujących się dobrą sytuacją finansową. Spośród 22 wskaźników finansowych zostały odrzucone te wskaźniki, które w najmniejszym stopniu przyczyniły się do odróżnienia przedsiębiorstw dobrze i źle funkcjonujących. Następne badania były powtarzane z mniejszą liczbą wskaźników. W końcu ich liczba została zredukowana do pięciu najsilniej determinujących ów podział. Każdemu ze wskaźników została przyporządkowana waga⁴. Konstrukcję przyjętych w modelu wskaźników przedstawia tabela 1. Globalny wskaźnik $Z(x)$ to średnio-ważona suma iloczynów wskaźników.

$$Z(x) = 1,2X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + 0,999X_5 \quad (2)$$

gdzie

X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 — jak w tabeli 1.

Na podstawie analizy wartości wskaźnika Z dla badanych 66 przedsiębiorstw uznano, że podział pomiędzy grupą, która zbankrutowała, a grupą tych, co przetrwały, najtrafniej odzwierciedla wartość $Z(x) = 2,675$ (wartość krytyczna). Przedsiębiorstwa o wartości wskaźnika Z większej lub równej 2,675 zostały zakwalifikowane do niezagrażonych upadłością, a o wartości mniejszej niż 2,675 do grupy zagrożonych bankructwem.

⁴ J. Gajdka, E. Walińska, *Zarządzanie finansowe*, t. I, Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce, Warszawa 2000.

Tabela 1

Czynniki w modelu Altmana

Lp.	Nazwa wskaźnika	Konstrukcja wskaźnika		Waga
		Licznik	Mianownik	
X ₁	Płynność finansowa Struktura aktywów	Kapitał obrotowy = majątek obrotowy — zobowiązania krótkoterminowe	Aktywa ogółem	1,2
X ₂	Rentowność działania spółki odniesiona do aktywów	Zysk utrzymany = skumulowana wartość zysków zatrzymanych za lata poprzednie i rok ostatni	Aktywa ogółem	1,4
X ₃	Rentowność spółki w korzystaniu z zewnętrznych źródeł finansowania odniesiona do aktywów	Zysk przed opodatkowaniem i zapłaceniem odsetek (ang. EBIT)	Aktywa ogółem	3,3
X ₄	Zadłużenie odniesione do rynkowej kapitalizacji spółki	Rynkowa wartość kapitału akcyjnego = wartość rynkowa akcji zwykłych i uprzywilejowanych	Wartość księgowa zadłużenia	0,6
X ₅	Rotacja aktywów	Przychody ze sprzedaży	Aktywa ogółem	0,999

Źródło: opracowanie własne na podstawie: P. Dąbroś, K. Łukaszewski, *Wskaźnik Altmana*, „Nasz Rynek Kapitałowy” 9/1998, s. 77-82.

Dalsze badania doprowadziły do przyjęcia innych wartości granicznych wskaźnika Z. Ich rezultatem było wyznaczenie dość szerokiego przedziału $1,8 < Z < 2,99$ (tzw. szara strefa) szczególnie narażonego na niepoprawne klasyfikacje. Ponadto uznano, że spółki o wartości Z powyżej 2,99 znajdują się w dobrej sytuacji finansowej, natomiast o wartości Z poniżej 1,81 — za zagrożone w najwyższym stopniu upadłością. Przy stosowaniu powyższej interpretacji wyników przyjmuje się, że model Z daje 90% prawdopodobieństwa trafności prognozy w okresie najbliższego roku i 80% — w ciągu najbliższych dwóch lat.

Altman oszacował wielkość dwóch rodzajów błędów, którymi może być obciążony uzyskany wynik:

– błąd I typu wynosi 6% — oznacza prawdopodobieństwo, iż pomimo pozytywnej oceny sytuacji finansowej przedsiębiorstwa w rzeczywistości jest ono zagrożone upadłością,

– błąd II typu wynosi 3% — oznacza prawdopodobieństwo, że pomimo uzyskania wyniku świadczącego o rychłym upadku przedsiębiorstwo przetrwa, przy czym po dłuższym stosowaniu modelu okazało się, że ten typ błędu był niedoszacowany⁵.

⁵ P. Dąbroś, K. Łukaszewski, *Wskaźnik Altmana*, „Nasz Rynek Kapitałowy” 9/1998, s. 77-82.

Warto zaznaczyć, że w pierwotnej wersji model Altmana miał służyć wyłącznie do badania przedsiębiorstw produkcyjnych, których kapitały własne przekraczały milion USD. Jego duża skuteczność w przewidywaniu upadłości również przedsiębiorstw nieprodukcyjnych sprawiła, że stał się modelem uniwersalnym stosowanym do dużych i małych przedsiębiorstw. Tym niemniej konstrukcja jednego ze wskaźników modelu (wskaźnika X_4) wyłączała niejako możliwość wykorzystania go w analizie spółek nie notowanych na giełdzie.

Dlatego w 1984 r. Altman opublikował model dla tego rodzaju spółek (w którym wielkości graniczne ustalił na poziomie 2,90 oraz 1,20)⁶:

$$Z(x) = 0,717 X_1 + 0,847 X_2 + 3,107 X_3 + 0,420 X_4 + 0,998 X_5 \quad (3)$$

gdzie:

X_4 — księgowa wartość kapitału akcyjnego/zobowiązania ogółem,

X_1, X_2, X_3, X_5 — jak we wzorze (2).

Ponadto model Altmana był wielokrotnie modyfikowany w zależności od celów przeprowadzanej analizy oraz rodzaju przedsiębiorstwa poddanego analizie po to, aby uzyskać jak najbardziej wiarygodne wyniki. Dlatego w literaturze przedmiotu można spotkać formuły wskaźnika Z różniące się od oryginału.

Rozważano takie czynniki, jak skapitalizowane zobowiązania leasingowe i stosowano techniki wygładzania do wyrównywania wahań losowych danych. Nowy model był w stanie przewidzieć upadłość z wysokim stopniem dokładności na dwa lata naprzód i z mniejszym, ale dość dobrym poziomem dokładności (70%) — na ok. 5 lat.

Korzyści i ograniczenia zastosowania modelu Altmana

Model Altmana (jak i jego późniejsze wersje) zyskał duże uznanie praktyków i teoretyków życia gospodarczego, ponieważ:

- inwestorzy traktują go jako element analizy fundamentalnej spółek na rynku publicznym — wysoka wartość wskaźnika Z świadczy o dobrej sytuacji finansowej przedsiębiorstwa, zaś jego niska wartość może sugerować, iż w przyszłości będzie gromadzić środki pieniężne, ograniczając inwestycje lub wypłatę dywidendy,
- banki i inni pożyczkodawcy posługują się nim w celu oceny zdolności kredytowej przedsiębiorstwa,
- audytorzy stosują go do oceny szans przetrwania przedsiębiorstwa, które znalazło się w trudnej sytuacji finansowej,
- zarządzający przedsiębiorstwem traktują go jako element systemu wczesnego ostrzegania, który umożliwia podjęcie odpowiednio wcześniej działań mających na celu realokację zasobów bądź poszukiwanie pomocy z zewnątrz,

⁶ A. Adamski, *Altman mówi: Nie jest dobrze*, „Home & Market” 4/2001, s. 58-62.

– jest wykorzystywany przy badaniu celowości fuzji z innym przedsiębiorstwem jako identyfikator problemów, na które może narazić przedsiębiorstwo kandydat do fuzji,

– może być stosowany zarówno do analizy sytuacji finansowej jednego przedsiębiorstwa, jak i grupy przedsiębiorstw.

Przy stosowaniu modelu Altmana należy jednak pamiętać o pewnych jego ograniczeniach i uwarunkowaniach.

Przed wszystkim trzeba uświadomić sobie, że:

– wskaźniki finansowe zmieniają się w czasie, dotyczy to głównie najbardziej zmieniającej się części składowej wzoru, jaką jest wartość kapitału akcyjnego,

– pojedynczy wskaźnik Z niewiele mówi o przedsiębiorstwie bez porównania ze wskaźnikami przeciętnymi, charakterystycznymi dla danej branży,

– wielkość wskaźnika może mieć w danym roku charakter przypadkowy, dlatego należy ustalić tendencję na przestrzeni kilku lat,

– wskaźnik Z nie uwzględnia struktur holdingowych analizowanych przedsiębiorstw oraz sytuacji, w której dane przedsiębiorstwo jest monopolistą na rynku,

– podstawą obliczenia wskaźnika jest jednorodność danych dostarczanych w kolejnych latach przez spółkę,

– w warunkach wysokiej inflacji przy interpretacji wskaźnika trzeba uwzględnić zmiany cen.

Z powyższego wynika, że należy wystrzegać się przede wszystkim bezkrytycznego przenoszenia wyników modelu z jednej gospodarki do drugiej, gdyż to fałszuje wyniki analizy. Przedsiębiorstwa zakwalifikowane w jednym kraju do grupy bankrutow, w innych mogłyby, biorąc pod uwagę poziom tych samych wskaźników, zostać uznane za dobrze rokujące. Różnice pomiędzy poszczególnymi krajami wynikają głównie z odmiennych warunków makroekonomicznych, ale zaznacza się też tu wpływ systemów prawa, rachunkowości i tradycji. Z tych względów stosowanie modelu Altmana w oryginalnej formule poza USA, bez uwzględnienia specyfiki gospodarek narodowych, obniża wartość poznawczą uzyskanych wyników.

Adaptacja modeli dyskryminacji w warunkach polskich

Model Altmana został opracowany dla gospodarki amerykańskiej, dlatego jest trudny do zastosowania w warunkach polskich. Występują w nim dane (np. rynkowa wartość kapitału własnego lub skumulowana wartość zysków za lata poprzednie i rok ostatni), które w wypadku wielu polskich spółek są niemożliwe do uzyskania. Ponadto trudno określić na ile szacunki parametrów są adekwatne do naszych warunków. Stąd, aby skutecznie wnioskować o zagrożeniu upadłością przedsiębiorstwa w Polsce, należy stworzyć użyteczne narzędzie, polegające na oszacowaniu parametrów modelu odzwierciedlającego polskie realia gospodarowania.

Model E. Mączyńskiej

Badania, o których mowa wyżej, przeprowadziła m.in. E. Mączyńska, która zaproponowała model jednowskaźnikowy oparty na sześciu miernikach opatrzonych odpowiednimi wagami. Przyjęte wagi uwzględniają znaczenie poszczególnych wskaźników dla ogólnej sytuacji finansowej przedsiębiorstwa⁷. Szczegółowo przedstawia to tabela 2.

Tabela 2

Czynniki w modelu E. Mączyńskiej

I.p.	Nazwa wskaźnika	Konstrukcja wskaźnika		Waga
		Licznik	Mianownik	
X ₁	Pokrycie długu zyskiem i amortyzacją	wynik brutto + amortyzacja	zobowiązania ogółem	1,50
X ₂	Stopa zadłużenia	suma bilansowa	zobowiązania ogółem	0,08
X ₃	Rentowność majątku	wynik brutto	suma bilansowa	10,00
X ₄	Rentowność obrotu	wynik brutto	przychody ze sprzedaży	5,00
X ₅	Rotacja zapasów	wartość zapasów	przychody ze sprzedaży	0,30
X ₆	Rotacja aktywów	przychody ze sprzedaży	suma bilansowa	0,10

Źródło: opracowanie własne na podstawie: E. Mączyńska, *Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstwa*, „Życie Gospodarcze” 38/1994, s. 11-20.

Globalny wskaźnik $Z(x)$ jest średnioważoną sumą iloczynów czynników

$$Z(x) = 1,5X_1 + 0,08X_2 + 10X_3 + 5X_4 + 0,3X_5 + 0,1X_6 \quad (4)$$

gdzie: $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$ — jak w tabeli 2.

Przy interpretacji wyników przyjmuje się, że ujemna wartość wskaźnika Z oznacza, że przedsiębiorstwo jest zagrożone upadłością, dodatnia mniejsza od jedności — przedsiębiorstwo słabe, przedział 1÷2 — przedsiębiorstwo dość dobre, a wyższa wartość — przedsiębiorstwo bardzo dobre.

Model A. Hołdy

Inny model opracowanych na potrzeby oceny zagrożenia przedsiębiorstwa upadłością, dostosowany do warunków polskich proponuje A. Hołda. Model ten oparty jest na pięciu miernikach, z których każdy opatrzony jest odpowiednimi wagami. Konstrukcję przyjętych w modelu wskaźników przedstawia tabela 3.

⁷ E. Mączyńska, *Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstwa*, „Życie Gospodarcze” 38/1994, s. 11-20.

Tabela 3

Czynniki w modelu A. Holdy

Lp.	Nazwa wskaźnika	Konstrukcja wskaźnika		Waga
		Licznik	Mianownik	
X ₁	Płynność bieżąca	majątek obrotowy	zobowiązania krótkoterminowe	0,681
X ₂	Stopa zadłużenia (%)	zobowiązania ogółem	suma bilansowa	-0,0196
X ₃	Rotacja majątku	przychody z ogółu działalności	średnioroczny majątek ogółem	0,157
X ₄	Rentowność ogółem majątku (%)	wynik netto	średnioroczny majątek ogółem	0,00969
X ₅	Obrót zobowiązaniami (w dniach)	średnioroczne zobowiązania krótkoterminowe	koszt sprzedanych produktów i usług	0,000672

Źródło: opracowanie własne na podstawie: A. Holda, *Wykorzystanie analizy dyskryminacyjnej do prognozy upadłości spółek rynku kapitałowego*, „Nasz Rynek Kapitałowy” 11/2002, s. 99-103.

By zminimalizować liczbę błędnych klasyfikacji, autor postuluje zastosowanie następującej funkcji dyskryminacji:

$$Z(x) = 0,605 + 0,681 X_1 - 0,0196 X_2 + 0,0157 X_3 + 0,00969 X_4 + 0,000672 X_5 \quad (5)$$

gdzie: X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, — jak w tabeli 3.

Wartością krytyczną (graniczną) dla funkcji dyskryminacji jest zero. Przedsiębiorstwo, dla którego wartość wskaźnika Z jest mniejsza od zera klasyfikowane jest do grupy zagrożonych upadłością. Natomiast gdy wartość wskaźnika Z jest większa od zera do grupy charakteryzującej się sytuacją finansową nie wskazującą na takie zagrożenie. Przeprowadzone przez autora modelu badania wykazały, że poprawność prognoz na rok przed upadłością dla wybranej grupy przedsiębiorstwa wyniosła 92,5%. Przedział wartości wskaźnika Z, w którym wystąpiło najczęściej błędnych wyników to $(-0,3 \div 0,1)$ ⁸.

Model J. Gajdki i D. Stosa

W fazie weryfikacji znajduje się też polska wersja modelu Altmana przygotowana przez Gajdkę i Stosa. W modelu tym zastosowano pięć mierników opatrzonych odpowiednimi wagami, które szczegółowo przedstawia poniższa tabela.

⁸ A. Holda, *Wykorzystanie analizy dyskryminacyjnej do prognozy upadłości spółek rynku kapitałowego*, „Nasz Rynek Kapitałowy” 11/2002, s. 99-103.

Formuła wskaźnika Z, która na obecnym etapie badań najtrafniej prognozuje upadłość przedsiębiorstwa, ma postać⁹:

$$Z(x) = 0,7732059 - 0,0856425X_1 + 0,0007747X_2 + 0,9220985X_3 + 0,6535995X_4 - 0,594687X_5$$

gdzie: X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 , — jak w tabeli 4.

Tabela 4

Czynniki w modelu J. Gajdki i D. Stosa

Lp.	Nazwa wskaźnika	Konstrukcja wskaźnika		Waga
		Licznik	Mianownik	
X_1	Rotacja aktywów	przychody netto ze sprzedaży	średnia wartość aktywów w roku	-0,0856425
X_2	Rotacja zobowiązań (w dniach)	średnia wartość zobowiązań krótkoterminowych	koszt wytworzenia produkcji sprzedanej	0,0007747
X_3	Rentowność aktywów	zysk netto	średnia wartość aktywów w roku	0,9220985
X_4	Marża zysku brutto ze sprzedaży	zysk brutto	przychody netto ze sprzedaży	0,6535995
X_5	Stopa zadłużenia	zobowiązania ogółem	aktywa ogółem	-0,594687

Źródło: opracowanie własne na podstawie: J. Gajdka, D. Stos, *Wykorzystanie analizy dyskryminacji w ocenie kondycji finansowej przedsiębiorstw*, w: R. Borowiecki (red.), *Restrukturyzacja w procesie przekształceń i rozwoju przedsiębiorstw*, AE, Kraków 1996, s. 56-65.

W powyższym modelu wielkością graniczną Z dzielącą przedsiębiorstwa na zagrożone i niezagrożone upadłością wyznaczono na poziomie 0,45. Przy czym im wyższa wartość wskaźnika Z, tym lepsza jest sytuacja finansowa przedsiębiorstwa.

Podsumowanie

Obecnie w warunkach trwającej od wiosny 2000 r. recesji na największych rynkach światowych problematyka przewidywania ewentualnej upadłości wydaje się szczególnie istotna dla sprawnego funkcjonowania przedsiębiorstw. Precyzyjne metody diagnostyczne powinny umożliwić ograniczenie ryzyka utraty kapitału przez właścicieli czy ryzyka operacyjnego kontrahentów.

Należy jednak pamiętać, że zastosowanie odpowiednich metod umożliwiających prognozowanie upadłości przedsiębiorstwa wymaga wiarygodnych materiałów źródłowych. W wypadku zafalszowania tego typu danych (np. sprawozdań finansowych) trudno oczekiwać skutecznych prognoz. Z tego punktu widzenia szczególnie istotną rolę odgrywają biegli rewidenci, gdyż dzięki ich pracy doko-

⁹ J. Gajdka, D. Stos, *Wykorzystanie analizy dyskryminacyjnej w ocenie kondycji finansowej przedsiębiorstw*, w: R. Borowiecki (red.), *Restrukturyzacja w procesie przekształceń i rozwoju przedsiębiorstw*, AE, Kraków 1996, s. 56-65.

nywana jest atestacja danych ekonomiczno-finansowych przedsiębiorstwa. Z tego względu ujawnione w ostatnich dwóch latach afery finansowe, w których uczestniczyły znane biura audytorskie (np. przy badaniu sytuacji finansowej Stoczni Szczecin, Stoczni Gdynia, Spółki „Wagon” w Ostrowie Wlkp.) są niezwykle groźne dla całego systemu wolnorynkowego.

Literatura

- Adamski A., *Altman mówi: Nie jest dobrze*, „Home & Market” 4/2001, s. 58-62.
- Dowżycki A., Sobolewski H., Tłuchowski W., *Restrukturyzacja, prywatyzacja i wycena przedsiębiorstwa*, wyd. III, AE, Poznań 2004.
- Gapenski L. C., E. F., *Zarządzanie finansami*, t. II, PWE, Warszawa 2000.
- Gajdka J., Stos D., *Wykorzystanie analizy dyskryminacji w ocenie kondycji finansowej przedsiębiorstw*, w: R. Borowiecki (red.), *Restrukturyzacja w procesie przekształceń i rozwoju przedsiębiorstw*, AE, Kraków 1996.
- Gajdka J., Walińska E., *Zarządzanie finansowe*, t. I, Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce, Warszawa 2000.
- Holda A., *Wykorzystanie analizy dyskryminacji do prognozy upadłości spółek rynku kapitałowego*, „Nasz Rynek Kapitałowy” 11/2002.
- Mączyńska E., *Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstwa*, „Życie Gospodarcze” 38/1994.
- Nowak M., *Praktyczna ocena kondycji finansowej przedsiębiorstwa — metody i ograniczenia*, Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce, Warszawa 2000.
- Tarczyński W., *Rynek kapitałowy — metody*, t. I, Wydawnictwo Placet, Warszawa 1997.

Wielowymiarowa analiza dyskryminacji narzędziem prognozowania upadłości przedsiębiorstwa

Streszczenie

W niniejszym opracowaniu przedstawiono kluczowe założenia wielowymiarowej analizy dyskryminacji. Omówiono dwa główne modele wskaźnika Z (zwane modelami Altmana) dla spółek notowanych i nie notowanych na giełdzie. Wskazano przy tym na uwarunkowania, najczęstsze zastosowania i najpoważniejsze ich ograniczenia. Ponadto zaprezentowano również przykłady zaadaptowania modeli analizy dyskryminacji do warunków funkcjonowania polskich przedsiębiorstw.

Multidimensional discrimination analysis as a tool for forecasting a company insolvency

Summary

In this study key assumptions of multidimensional discrimination analysis were given. Two main models of indicator Z (known as Altman models) for companies registered or not registered on stock exchange were. Conditions, the most common applications and the most important its limitations were pointed out. Examples of adopting models of discrimination analysis to conditions of functioning of polish companies were also presented.

AMIR FAZLAGIĆ

Problematyka pomiaru kapitału intelektualnego w organizacjach usługowych

Kapitał to posiadany majątek mogący przynosić dochody. Kapitał intelektualny, w przeciwieństwie do kapitału finansowego (bilansowego), jest z natury niemonetarny — dotyczy jakości opisywanych aktywów, a nie ich ilości. Pomiar kapitału intelektualnego służy ocenie przyszłości przedsiębiorstwa. Takie podejście utrudnia jednak porównania międzybranżowe i tworzenie standardów.

Według Międzynarodowego Stowarzyszenia Księgowych (1997) kapitał intelektualny to całkowity kapitał przedsiębiorstwa odnoszący się do wiedzy w nim zawartej (*knowledge-based equity*¹). Składają się na niego kompetencje i doświadczenie pracowników, zaufanie klientów, marka, korzyści wynikające z podpisanych umów, systemy informatyczne, obowiązujące procedury administracyjne, patenty, znaki handlowe itp.². W kapitale intelektualnym należy rozróżnić „aktywa myślące” (związane z ludźmi, np. talent pracowników) oraz „nie myślące” (związane ze strukturą, np. zaufanie klientów).

W tabeli 1 przedstawiono jedno z możliwych podejść do pomiaru kapitału intelektualnego. Dla każdej z czterech kategorii (zasoby ludzkie, kapitał klienta, technologia, procesy) tworzy się zestaw odpowiednich wskaźników.

Istnieje co najmniej kilka modeli kapitału intelektualnego. A. Brooking dzieli kapitał intelektualny na cztery kategorie³:

- aktywa, które dają firmie siłę rynkową: znaki towarowe, lojalność klienta,
- aktywa reprezentujące własność intelektualną,
- aktywa, które dają organizacji siłę wewnętrzną (kultura organizacji, procesy),
- aktywa pochodzące od ludzi pracujących w organizacji, takie jak ich wiedza, kompetencje, zdolności do pracy w sieci itd.

¹ International Federation of Accountants, *The Measurement and Management of Intellectual Capital*, IFAC, New York 1998.

² Danish Trade and Industry Development Council (1997), *Intellectual Capital Accounts: Reporting and Managing Intellectual Capital*, Danish Trade and Industry Development Council, Copenhagen.

³ A. Brooking, *The Management of Intellectual Capital*, „Long Range Planning” vol. 30, 6/1997, s. 364.

Tabela 1

Pomiar kapitału intelektualnego

Kategoria	Informacje statystyczne	(2) Wskaźniki wewnętrzne	(3) Co się wydarza cele
Zasoby ludzkie	Starszeństwo	Udział pracowników posiadających plan kariery zawodowej	Satysfakcja pracowników
	Wykształcenie	liczba dni przeznaczonych na rozwój	Rotacja personelu
	Koszty edukacji	rozwój / pracownika koszty / pracownika	Wzrost wartości dodanej / pracownika
Kapitał klienta	Rozkład obrotów firmy wg produktów i rynków	Liczba klientów / pracownicy	Sprzedaż do tych samych klientów
	Koszty marketingu	Wydatki na marketing	Klienci z długim stażem
Technologia	Ogólne wydatki IT liczba wewnętrznych / zewnętrznych klientów IT	Liczba PC / pracownika. wydatki IT na pracownika	IT literacy
Procesy	Koszt procesu	Lead time	Stopa błędów (<i>Error rate</i>)
	Dystrybucja zasobów ludzkich wg procesów	Czas rozwoju prod.	Czas oczekiwania, jakość
	Inwestycje w strukturę R&D	Koszty rozruchu nowych jednostek	Reputacja firmy

Źródło: Danish Trade and Industry Development Council, 2000.

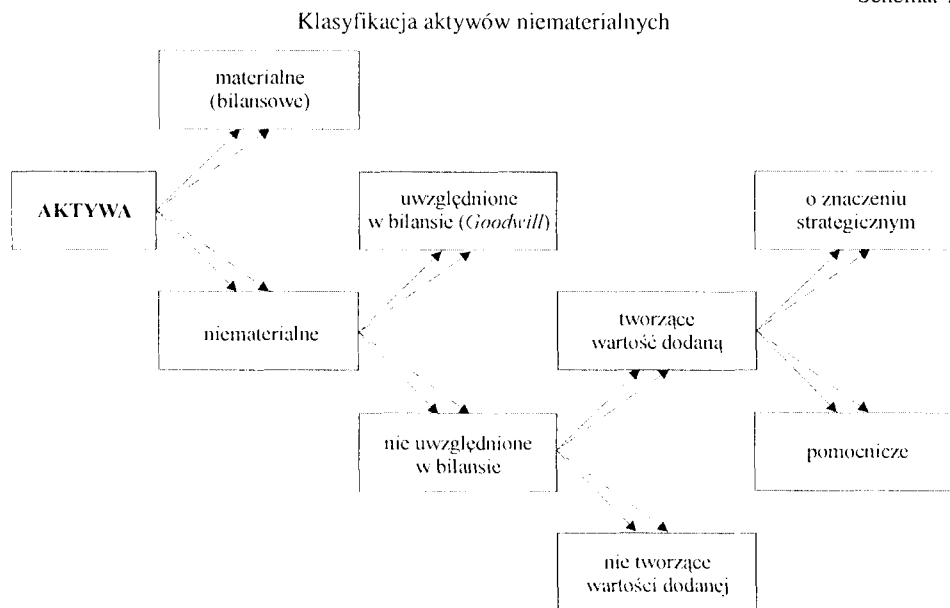
Według innej klasyfikacji w kapitale niematerialnym wyróżniamy:

– zasoby ludzkie (*human resources*) — jest to intelekt pracowników firmy. Dostarcza on know-how i instytucjonalną wiedzę ważną dla firmy. Ten zasób uwzględnia kolektywne doświadczenia, umiejętności i ogólne know-how pracowników firmy.

– aktywa intelektualne (*intellectual assets*) — skodyfikowana wiedza w posiadaniu przedsiębiorstwa (własność zagwarantowana bądź nie zagwarantowana prawem) podlegająca obrotowi gospodarczemu.

Konsultanci firmy konsultingowej KPMG stworzyli klasyfikację kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa (schemat 1)

Schemat 1



Źródło: *Balancing Accounts with Knowledge*, Pilot Project, Report by KPMG, The Dutch Ministry of Economic Affairs, Haga 1999.

Współczesna rachunkowość a kapitał niematerialny

Ujęcie ilościowe stało się znamieniem współczesności, ze wszystkimi tego dodatnimi i ujemnymi konsekwencjami. Dzisiaj dokonujemy pomiaru z niewiarygodną dla człowieka pierwszej połowy ubiegłego wieku dokładnością. Staramy się także mierzyć czynniki kiedyś uznawane za niemierzalne, takie jak zaufanie, efektywność czy też kapitał intelektualny organizacji (Kozłowski 2002).

Współczesne standardy rachunkowości są coraz częściej krytykowane za ich nieadekwatność do współczesnych realiów. Tzw. ogólnie przyjęte standardy rachunkowości (GAPP) nie spełniają podstawowej zasady rachunkowości tzn. dostarczenia wartościowych informacji potrzebnych do podejmowania decyzji inwestycyjnych, kredytowych itp. W 1978 r. średnia wartość księgowa 3,5 tys. spółek amerykańskich wynosił 95% wartości rynkowej. Dwie dekady później skurczyła się do 28%. Inwestorzy po prostu cenią inne wartości niż księgowi. Wycena wartości wiedzy nie ma sensu, ponieważ większość aktywów intelektualnych powstaje wewnątrz firmy i nigdy nie jest obiektem transakcji rynkowych. Codzienne zmiany wartości spółek na giełdzie mogą sprawiać błędne wrażenie, że wartość kapitału intelektualnego firm notowanych na giełdzie zmienia się z dnia na dzień.

Obecna we współczesnym systemie rachunkowości pozycja *goodwill* (patrz także schemat 1) została wprowadzona na początku lat 80. w celu określenia nie-

zwykłych, *lecz jednak rzeczywistych zasobów*, takich jak: baza klientów, licencje, znaki towarowe, patenty itp. *Goodwill* nie bierze pod uwagę trudniejszych do zmierzenia, a przede wszystkim subiektywnych w ocenie wartości, takich jak np. zdolność organizacji do uczenia się i adaptacji, zaufanie klientów. Pierwsze próby pomiaru tej wartości („otwarcia czarnej skrzynki”) pojawiły się pod koniec tej dekady.

Do obliczenia szacowanej wartości *goodwill* potrzebne są dwa rodzaje informacji:

- zysk netto z ostatnich 3-5 lat do wyliczenia średniego zysku rocznego,
- określenie liczby lat następnych, w których spodziewamy się wypracować zyski na poziomie wyliczonego zysku średniego.

Przy obliczaniu wartości *goodwill* istotną rolę odgrywa rzetelne i wiarygodne prognozowanie rozwoju firmy w najbliższych latach. W obecnych realiach gospodarczych horyzont czasowy rzędu 3-5 lat potrzebny do obliczenia wartości *goodwill* jest zbyt odległy, by móc przewidywać rozwój danej branży. *Goodwill* nie wyjaśnia wszystkich pojęć związanych z wartościami niematerialnymi: jest wartością agregatową — nawet jeżeli jego wartość odpowiadałaby wartości kapitału niematerialnego, to i tak nie mówi o jego strukturze. Poza tym koncentruje się na obiektywnej wartości rynkowej — wartościach niematerialnych, takich jak patenty czy licencje. Tymczasem każde przedsiębiorstwo posiada unikalny zestaw wartości, które sprawiają, że jest ono konkurencyjne na rynku (układy nieformalne, kultura organizacji, tradycja). Stanowią one składnik kapitału i choć przyczynia się on do generowania zysku, nie może być sprzedany na rynku tak, jak np. patenty — ma on dużą wartość, lecz jedynie dla konkretnego przedsiębiorstwa.

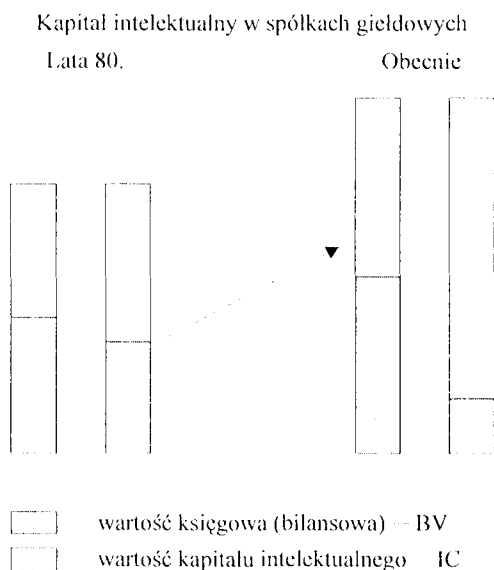
Kolejnym problemem związanym z kapitałem niematerialnym jest kwestia sposobu amortyzacji kapitału. Klasyczne podejście mówi, że należy dążyć do jak najszybszej amortyzacji aktywów (w tym *goodwill*). Gdy jednak wartości niematerialne, takie jak wiedza i umiejętności, zostaną uznane za składnik kapitału, to powinno się dążyć do tego, aby ich okres amortyzacji był jak najdłuższy. Wiedza jednak jest szczególnym rodzajem kapitału, którego wartość rośnie wraz z użyciem. Wzrost wartości wiedzy następuje wraz ze wzrostem częstotliwości i intensywności jej użycia. *Goodwill* jako składnik aktywów niematerialnych powinno być amortyzowane jak najszybciej, przez co zmniejszyłoby wartość sumy bilansowej, np. relacje z klientami i lojalność są wartościami, które powinny utrzymywać swą wysoką wartość w jak najdłuższym okresie.

Pomiar kapitału intelektualnego w spółkach notowanych na giełdzie

Z badań nad wartością spółek notowanych na giełdzie w Sztokholmie w latach 1986-1996 wynika, że **największa różnica pomiędzy wartością księgową a wartością rynkową występuje w spółkach opartych na wiedzy**. Co więcej, o ile różnica między wartością księgową a rynkową pozostawała w ciągu ostatnich lat

niezmieniona w spółkach opartych na kapitale bilansowych, o tyle w spółkach działających w oparciu o kapitał intelektualny rosła. Na schemacie 2 przedstawiono tę tendencję w sposób uproszczony w celu zachowania przejrzystości. Oznacza to, że kapitał wiedzy reprezentuje dla inwestorów znacznie większą wartość niż kiedyś. Inwestując w portfel akcji spółek, które polegają w większym stopniu na kapitale intelektualnym, jest bardziej zyskowne niż inwestowanie w spółki działające w oparciu o aktywa materialne.

Schemat 2



Źródło: opracowanie własne.

Beruch Lev uważa, że wycena wartości wiedzy nie ma sensu, ponieważ większość aktywów intelektualnych powstaje wewnątrz firmy i nigdy nie jest obiektem transakcji rynkowych. Codzienne zmiany wartości spółek na giełdzie mogą sprawiać błędne wrażenie, że kapitał intelektualny zmienia się z dnia na dzień. Beruch Lev proponuje spojrzeć na wartość wiedzy w firmie od końca, tzn. od zysku. Zarówno aktywa bilansowe, jak i aktywa związane z wiedzą mają swój udział w wytwarzaniu zysku w firmie. Ale jaki? Załóżmy, że firma osiągnęła 1 mln zł zysku. Jeżeli firma ma aktywa finansowe o wartości 5 mln zł, a rentowność tych aktywów po opodatkowaniu wynosi 6%, to przychody z tytułu posiadania takich aktywów wynoszą 300 tys. Jeżeli firma ma także majątek trwały o wartości 5 mln zł, a jego rentowność wynosi analogicznie 10%, to przychody wyniosą 500 zł. Nadal pozostaje do wyjaśnienia 200 tys. zł, które stanowią część zysku, lecz nie pochodzą od kapitału bilansowego. Beruch Lev nazywa je przychodami z kapitału wiedzy (KCE). Wartość kapitału wiedzy jest następnie obliczana poprzez podzielenie przychodu przez oczekiwaną stopę zwrotu z aktywów wiedzy. Stopa ta jest trudna do oszacowania. Zdaniem Leva, wynosi 10,5% — tyle ile średnia sto-

pa zysku z najbardziej intensywnie wykorzystujących wiedzę branż: biotechnologii i produkcji oprogramowania. W przypadku naszej przykładowej spółki wygenerowanie 200 tys. zł zysku będzie wymagało ok. 4,2 mld zł kapitału niematerialnego. Wartość 10,5% może się wydawać wyssana z palca, ale Lev postanowił zweryfikować empirycznie swoje tezy. Zbadano, które spośród trzech wartości: *cash flow*, tradycyjne przychody czy KCE jest najbardziej skorelowany z zyskiem na akcję. Okazało się, że wartość współczynnika korelacji wyniosły odpowiednio: 0.11, 0.29 i najwięcej — 0.53 dla kapitału wiedzy.

Raporty kapitału intelektualnego

W ostatnich latach zauważono, że jakość informacji dostarczanych przez sprawozdania finansowe systematycznie maleje. Komisja Europejska w raporcie: *Towards a European Research Area* (2000) zauważyła, że *Europejski rynek finansowy nie uznał w pełni znaczenia ekonomicznego inwestycji w wiedzę*.

Od czasu gdy pod koniec lat 80. pojawiły się pierwsze publikacje dotyczące pomiaru kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwach, upłynęło ponad 20 lat. W tym czasie zrealizowano wiele interesujących projektów dotyczących pomiaru kapitału intelektualnego. Najbardziej spektakularne z nich dotyczyły publikacji raportów kapitału intelektualnego. W Austrii pionierem w tej dziedzinie jest ośrodek badawczy Austria Research Centre Seibersdorf. W Danii z kolei ponad 100 spółek publikuje corocznie raporty kapitału intelektualnego. Także w Szwecji zrealizowano kilka projektów, np. pod patronatem Intellectual Capital Sweden AB. Publikowanie informacji dotyczących kapitału intelektualnego ma swoje wady i zalety (tabela 2).

W ostatnich latach uniwersytety w Austrii zostały zobligowane do publikacji raportów kapitału intelektualnego. Jedną z największych niemieckich organizacji badawczych German Aerospace Center DLR wykorzystuje model ARC. Współpraca ta zaowocuje prawdopodobnie powstaniem konsorcjum benchmarkingowego. Przedstawiany w niniejszym opracowaniu model opisu i pomiaru aktywności ekonomicznej organizacji intensywnie wykorzystujących wiedzę jest prawdopodobnie jednym z najlepszych funkcjonujących w tym zakresie rozwiązań na świecie. Przedstawiona tu struktura raportu za rok 2001 została nieco zmodyfikowana w stosunku do 2000 r. Celem strategicznym i długofalowym realizowanym przez rząd Austrii jest zwiększenie nakładów na badania naukowe nieuniwersyteckie do 2,5% PKB do 2005 r., a Seibersdorf odgrywa w realizacji tego planu istotną rolę.

Analitycy finansowi są bardzo przywiązani do finansowych mierników. W szkołach biznesu nadal dominuje pogląd, że wszystkie działania w firmie i składniki jej kapitału można sprowadzić do wartości pieniężnych. Analitycy finansowi nie posiadają obecnie wystarczających informacji o kapitale intelektualnym spółek. Z tego powodu ich prognozy mogą być albo nadmiernie optymistyczne, albo nadmiernie pesymistyczne. To z kolei może prowadzić do niedoszacowania lub prze-

szacowania wartości spółek giełdowych ze wszystkimi tego negatywnymi skutkami (wrogie przejęcia, utrudniony dostęp do kapitału).

Tabela 2

Korzyści i przeszkody stojące na drodze do upowszechnienia raportów kapitału intelektualnego

Korzyści	Przeszkody
Zwiększa transparentności firmy, a poprzez to pozwala na obniżenie kosztów pozyskania kapitału (mniejsze ryzyko dla kredytodawcy). To z kolei wpływa na podwyższenie kursu akcji firmy.	Umożliwia manipulowanie informacjami w ten sposób, że w raporcie znaleźć się mogą tylko informacje korzystnie przedstawiające firmę.
Pomaga w budowaniu poczucia przynależności wśród pracowników, dostawców i odbiorców usług firmy.	Informacje mogą zostać wykorzystywane przez konkurencję.
Wspiera budowanie długookresowej wizji firmy.	Naraża firmę na dodatkowe ryzyko związane z ze składaniem obietnic, które mogą nie zostać spełnione.
Jest doskonałym narzędziem PR i marketingu firmy.	Zwiększa koszty zarządu wprowadzając nowe zestawy procedur i dodatkową biurokrację.

Źródło: *Balancing Accounts with Knowledge*, Projekt pilotażowy, Raport firmy PricewaterhouseCoopers, Holenderskie Ministerstwo Gospodarki, Haga 1999, s. 12.

Dobrym przykładem na to, jak istotnym wyzwaniem jest pomiar kapitału intelektualnego, jest przykład firmy Morgan&Banks. Jest to największa australijska firma konsultingowa (ponad 1000 pracowników, sprzedaż ponad 300 mln dolarów australijskich). W 1997 r. stan majątku M&B wyniósł A\$ 15,4 mln, a jej wartość rynkowa — A\$ 220, co oznacza, że kapitał o wartości A\$ 205 mln nie był ujęty w żadnych sprawozdaniach dostępnych dla akcjonariuszy lub inwestorów.

Jeden z prekursorów zarządzania wiedzą K.-E. Sveiby uważa, że *jeżeli będziemy mierzyć nowe zjawiska przy pomocy starych metod nie zobaczymy nic nowego*. K.-E. Sveiby twierdzi, że nie ma różnicy pomiędzy pieniężnymi i nie-pieniężnymi miernikami. Oba typy mierników są niepewne i zależne od obserwatora. Mierniki finansowe są uważane za obiektywne, ponieważ opierają się na nie-sprecyzowanej koncepcji przedsiębiorstwa. Nikt dokładnie nie wie, co jest przedsiębiorstwem, gdzie są jego granice. Poza tym niewielu pracowników, w tym także menedżerów średniego i niższego szczebla w przedsiębiorstwie, nie ma bezpośrednio do czynienia z pieniędzmi — większość z nich pracuje nad rozwiązywaniem problemów klientów — dlaczego więc mierzyć wyniki ich pracy za pomocą pieniędzy? Przepływ wiedzy i aktywów niematerialnych jest z natury niematerialny.

Podsumowanie

Jeżeli założymy, że wiedza i szerzej rozumiane wartości niematerialne są kapitałem, to nie ulega wątpliwości, że jesteśmy świadkami rosnącej kapitałochłonności w zakresie wartości niematerialnych. Zmiany w rachunkowości powinny więc dotyczyć nie tyle „unowocześnienia” czy dostosowania obecnego systemu, co rocznej budowy całkowicie nowego systemu opartego o specyfikę łańcucha wartości dodanej we współczesnych przedsiębiorstwach. Najistotniejszym problemem związanym z pomiarem kapitału intelektualnego jest to, że aktywa niematerialne są zależne od specyficznego kontekstu. Ten sam składnik aktywów niematerialnych w jednym przedsiębiorstwie może być bezcenny, a w innych — bezwartościowy. Poza tym aktywa intelektualne stają się wartościowe wówczas, gdy występują w grupach, co daje efekt synergii.

Problematyka pomiaru kapitału intelektualnego jest szczególnie istotna w organizacjach usługowych, które opierają swoją działalność na procesach niematerialnych. Relacyjny charakter aktu świadczenia usługi sprawia, że lojalność i zaufanie ze strony usługobiorcy stają się istotnymi czynnikami tworzenia wartości dodanej. W najbliższych latach należy się spodziewać dalszego postępu w zakresie popularyzacji metod pomiaru kapitału intelektualnego. Będą to zarówno inicjatywy spontaniczne, lecz można się także spodziewać inicjatyw wychodzących ze strony rządów i organizacji zrzeszających przedsiębiorców.

Literatura

- Brennam B., Connel B., *Intellectual Capital: Current issues and policy implications*, „Journal of Intellectual Capital” vol. 1, 3/2001.
- Fazlagić A., *Balanced Scorecard — skazani na monopol?*, „Controlling i Rachunkowość Zarządcza” 2/2002.
- Intellectual Capital Report 2001 — Knowledge Shapes the Future, Austrian Research Centres, Wiedeń 2002.
- Klaila D., Hall L., *Using Intellectual assets as a success Strategy*, „Journal of Intellectual Capital” vol. 1, 1/2000.
- Sullivan P. H. Jr, Sullivan P. H. Sr, *Valuing intangible Companies — An Intellectual Capital Approach*, „Journal of Intellectual Capital” vol. 1, 4/2000.

Problematyka pomiaru kapitału intelektualnego w organizacjach usługowych

Streszczenie

Kapitał to posiadany majątek mogący przynosić dochody. Kapitał intelektualny, w przeciwieństwie do kapitału finansowego (bilansowego), jest z natury niemonetarny --- dotyczy jakości opisywanych aktywów, a nie ich ilości. Pomiar kapitału intelektualnego służy ocenie przyszłości przedsiębiorstwa. Takie podejście utrudnia jednak porównania międzybranżowe i tworzenie standardów. Istnieje wiele metod pomiaru kapitału intelektualnego z których kilka jest prezentowane w niniejszym opracowaniu.

Współczesne standardy rachunkowości są coraz częściej krytykowane za ich nieadekwatność do współczesnych realiów. Tzw. „ogólnie przyjęte standardy rachunkowości” (GAPP) nie spełniają podstawowej zasady rachunkowości, tzn. *dostarczenia wartościowych informacji potrzebnych do podejmowania decyzji inwestycyjnych, kredytowych itp.* Od czasu gdy pod koniec lat 80. pojawiły się pierwsze publikacje dotyczące pomiaru kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwach, upłynęło ponad 20 lat. W tym czasie zrealizowano wiele interesujących projektów dotyczących pomiaru kapitału intelektualnego. Najbardziej spektakularne z nich dotyczyły publikacji raportów kapitału intelektualnego.

Problematyka pomiaru kapitału intelektualnego jest szczególnie istotna w organizacjach usługowych, które opierają swoją działalność na procesach niematerialnych. Relacyjny charakter aktu świadczenia usługi sprawia, że lojalność i zaufanie ze strony usługobiorcy stają się istotnymi czynnikami tworzenia wartości dodanej. W najbliższych latach należy się spodziewać dalszego postępu w zakresie popularyzacji metod pomiaru kapitału intelektualnego. Będą to zarówno inicjatywy spontaniczne, lecz można się także spodziewać inicjatyw wychodzących ze strony rządów i organizacji zrzeszających przedsiębiorców.

The Personality of a service professional as a component of capital assets of a service firm

Summary

The personality of a professional plays an important role in creating a strong relationship between service provider and the client. Professional services are therefore ‘*personality sensitive*’ services. The knowledge of the profession is not sufficient to provide a competitive service offering. In a number of occasions the personality emerges as the core of the service product — not an add-on element. World-class service providers should focus both on enhancing their professional knowledge but also consider personality factor. Recruitment policy in service companies should consider professional and organizational knowledge.

PAWEŁ DOBSKI

Znaczenie procesu obsługi klienta w podnoszeniu jakości świadczonych usług

Jakość bywa różnie określana. Trudności definicyjne słowa *jakość* wynikają przede wszystkim z wielu odcieni znaczeniowych, które uzyskuje ten wyraz w różnych kontekstach. Nad terminem tym zastanawiali się już starożytni filozofowie. Mając szerokie spojrzenie na sprawy tego świata, doceniali oni rolę i znaczenie jakości.

Kategoria jakości pojawiła się po raz pierwszy w dziełach filozofa chińskiego Lao Tsu. W swojej *Złotej Księdze* (Tao Te Cing) traktował on jakość jako doskonałość, której nie da się osiągnąć, lecz do której trzeba uporczywie dążyć¹.

Znacznie później wybitny filozof starożytnej Grecji Platon (427-347 p.n.e.), twórca idealizmu obiektywnego, wprowadził do słownictwa pojęcie *jakość* pod greckim terminem *poiotes*². W jego systemie filozoficznym świat rzeczywisty stanowił niedoskonałe odzwierciedlenie realnie istniejących doskonałych idei. W tym kontekście jakość konkretnych rzeczy oznaczała stopień osiągniętych przez nie doskonałości. Warto zauważyć, że takie rozumienie jakości akcentuje jej aspekt aksjologiczny oraz jej zbieżne z dominującym współcześnie rozumieniem jakości jako stopniem spełnienia stawianych wymagań. Z kolei uczeń i krytyk Platona Arystoteles (384-322 p.n.e.), twórca kierunku metafizycznego, zaliczał jakość do zbioru dziesięciu najogólniejszych kategorii opisu rzeczywistości³.

Współczesna terminologia w dziedzinie jakości rozwija się dynamicznie od czasów II wojny światowej, podczas której podjęto metodyczne badania nad jakością, rozpoczynając od statystycznych metod kontroli. W tym rozumieniu pojęcie do jakości można podzielić na trzy grupy:

¹ L. Wasilewski, *Podstawy zarządzania jakością*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego, Warszawa 1998, s. 22.

² Cyceeron stworzył łacińską terminologię filozoficzną dla określenia greckiego *poiotes* — *qualitas*. Nazwy te są podobne w różnych językach: w języku włoskim — *qualita*, *qualité* w języku francuskim, *quality* w języku angielskim i *qualität* w języku niemieckim.

³ Arystoteles, *Metafizyka*, księga D. 14, w: *Dzieła wszystkie*, t. II, PWN, Warszawa 1990; Arystoteles, *Kategorie* 8, w: *Dzieła wszystkie*, t. I, PWN, Warszawa 1990.

1. Jakość jako cecha, np. zgodność z wymaganiami.

Przykładem tej kategorii może być jakość definiowana przez P. Crosby'ego (*conformance to requirements*) jako zgodność wyrobu z wyspecjalizowanymi wymaganiami. Całe pokolenia inżynierów zostały wykształcone zgodnie z określeniem jakości zbliżonej do określenia P. Crosby'ego, gdzie zgodność wyrobu z wyspecjalizowanymi wymaganiami zawartymi w dokumentacji technicznej tego wyrobu lub w innych dokumentach wydaje się najbardziej wymiernym określeniem jakości⁴.

Jakość definiowana przez J. Jurana i F. Gryfina (*fitness for use*) to przede wszystkim przydatność użytkowa. W definicji konieczne stało się wprowadzenie pojęcia specyfikacji właściwości produktu, co spowodowało powstanie dwóch kryteriów przydatności użytkowej: jakość projektu i jakość wykonania. Następnie wraz ze wzrostem złożoności produktu powstały dwa nowe, istotne parametry przydatności użytkowej, a mianowicie dyspozycyjność, tzn. zakresu, w jakim użytkownik może mieć zapewnioną możliwość ciągłego użytkowania produktu; stopień obsługi technicznej, tzn. zakresu napraw dokonywanych przez producenta i sprzedawcę, w przypadku gdy produkt zawiedzie w działaniu⁵.

2. Jakość jako relacja, w tym stopień zadowolenia klienta.

Przykładem tej kategorii może być definicja J. Oaklanda. Jego zdaniem, *jakość* to stopień zaspokajania potrzeb i spełnienia wymagań klienta⁶. Powszechna w Japonii koncepcja utożsamia jakość z przyswajaniem przez organizację wiedzy dotyczącej oczekiwań klientów, bez względu na fakt, czy klient jest w stanie wyrazić je określić. Jako definicję jakości godną powszechnego stosowania przyjmuje się zdolność organizacji do wprowadzenia i zapewnienia funkcjonowania procesu ciągłego pozyskiwania wiedzy w zakresie potrzeb klientów oraz jej implementacji. Według autorów tej koncepcji jakość nie jest techniką ani stosowanym podejściem do określonego problemu, jest natomiast najważniejszym ciągłym procesem zmian organizacji⁷.

3. Połączenie dwóch powyższych: a więc cecha (zespół cech), która wpływa na relację — zadowolenie klienta.

Zdaniem A. Feigenbauma, jakość jest to zbiorcza charakterystyka produktu i serwisu z uwzględnieniem marketingu, projektu, wykonania i utrzymania, które powoduje, że dany produkt i serwis spełniają oczekiwania użytkownika⁸. Definiując jakość dla celów związanych z zarządzaniem, należy uwzględnić możliwie naj-

⁴ Por. J. S. Oakland, *Total Quality Management. Text with Cases*, Butterworth-Heinemann Ltd., Oxford 1992, s. 5.

⁵ Por. J. M. Juran, F. M. Gryfin, *Jakość, projektowanie, analiza*, WNT, Warszawa 1974, za: E. Kindlarski, J. Bagiński, *Podstawy zarządzania przez jakość*, Wyd. Bellona, Warszawa 1994, s. 8.

⁶ A. Hamrol, W. Mantura, *Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka*, PWN, Warszawa-Poznań 1998, s. 114.

⁷ Por. R. T. Greene, *Global Quality: A Synthesis of the World's Best Management Methods*, Milwaukee 1993, s. 217-221.

⁸ Por. A. Feigenbaum, *Total Quality Control*, 4-th ed., McGraw-Hill Cooperation, New York 1992, za: A. Hamrol, W. Mantura, *Zarządzanie jakością...*, s. 114.

szersze spectrum potrzeb klienta i stopień ich zaspokojenia. Stąd jakość określana jest jako zespół charakterystyk produktu lub usługi, które składają się na zdolność do zaspokajania ustalonych lub sugerowanych potrzeb, a także jako całość cech produkujących, marketingowych, technicznych produktów lub usług, przez które produkt lub usługa będzie zaspokajała potrzeby klienta⁹. Natomiast według Norm PN-EN 28402 pod pojęciem *jakość* rozumie się ogół cech i właściwości wyrobu lub usługi decydujących o zdolności wyrobu lub usługi do zaspokojenia stwierdzonych lub przewidywanych potrzeb. Uwzględnienie w przedstawionej definicji usług sprawia, że jest ona znacznie bardziej uniwersalna. Słusznie jakość przestaje być postrzegana jedynie jako swoisty miernik poziomu zaspokojenia potrzeb przez wyroby materialne. W komentarzach do przedstawionej definicji normy określone zostały jako istotne założenia i zasady postępowania. Terminu *jakość* nie należy stosować do wyrażania stopnia doskonałości w znaczeniu porównawczym ani też do wyrażania ocen technicznych za pomocą liczb. W tych przypadkach powinno być użyte odpowiednio bliższe określenie, np. mogą być stosowane następujące terminy: *jakość względna* — gdy wyroby lub usługi są szeregowane w zależności od stopnia doskonałości lub na podstawie „porównania” oraz *poziom jakości* lub *miara jakości* — gdy dokonywane są dokładne oceny techniczne w znaczeniu „liczbowym”. Na jakość usługi wpływa wiele wzajemnie ze sobą połączonych działań, takich jak: projektowanie procesu świadczenia usługi i jej wykonywania¹⁰.

Wzrost zainteresowanie problematyką jakości usług dało się zauważyć na przełomie lat 70. i 80. Natomiast od połowy lat 80. do dnia dzisiejszego kwestia jakości jest jednym z najczęściej poruszanych zagadnień w opracowaniach dotyczących marketingu usług. Bardzo często problematykę jakości usług podejmowali tacy autorzy, jak: Ch. Grönroos, E. Gummesson, L. L. Berry, A. Parasuraman, V. Zeithmal, R. C. Lewis, B. M. Booms, V. E. Sasser, P. R. Olsen, D. D. Wyckhoff¹¹.

W artykule tym postaram się rozwinąć pojęcie jakości jako relacji określonej także przez stopień zadowolenia klienta. Trzeba jednak pamiętać, że nie bez znaczenia jest wykonanie usługi zgodnie ze standardami obowiązującymi w danej branży.

⁹ K. Lockyer, A. Muhlemann, J. Oakland, *Production and Operations Management*, Singapore 1991, s. 77-78.

¹⁰ Por. R. Karaszewski, *Total Quality Management, Zarządzanie przez jakość. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń 1999, s. 28-29; E. Kindlarski, J. Bagiński, *Podstawy zarządzania...*, s. 10.

¹¹ Ch. Grönroos, *Strategic Management and Marketing in the Service sector*, Swedish School of Economics and Business Administration, Helsinki 1982; E. Gummesson, *Models of Professional Services Marketing*, Marknadstekniskt Centrum, Stockholm 1979; E. Gummesson, *Quality Management in Service Organisations*, ISQA 1983; A. Parasuraman, V. Zeithmal, L. L. Berry, *A Conceptual Model of service Quality and Its Implications for Future Research*, „Journal of Marketing” autumn 1985, W. E. Sasser, P. R. Olsen, D. D. Wyckhoff, *Management of Service Operations. Text and Cases*, Allyn and Bacon, Boston 1978; R. C. Lewis, B. H. Booms, *The Marketing Aspects of Services Quality*, w: *Emerging Perspectives on Services Marketing Association*, Chicago 1983.

zon stwierdził bardzo dobitnie: *SAS nie jest zbiorem materialnych zasobów, ale jest jakością kontaktów indywidualnego klienta z bezpośrednio obsługującym go pracownikiem. [...] W ciągu ostatniego roku każdy z naszych 10 mln klientów wszedł w kontakt z mniej więcej pięcioma pracownikami SAS, a każdy taki kontakt trwał średnio 15 sekund. Tak więc SAS zostaje „stwarzane” 50 mln razy w ciągu roku, na 15 sekund za każdym razem. Te 50 milionów „chwil prawdy” to chwile, które ostatecznie zadecydują, czy SAS jako firma odniesie sukces, czy porażkę. To są te chwile, w których musimy udowodnić naszym klientom, że SAS to najlepszy wybór*¹².

V. Zeithmal, A. Parasuraman, L. Berry ponadto zidentyfikowali dziesięć kryteriów stosowanych przez konsumentów stosowanych przy ocenie jakości usług¹³:

1. wiarygodność (*credibility*) — zaufanie, uczciwość usługodawcy,
2. bezpieczeństwo (*security*) — uwolnienie od niebezpieczeństwa, ryzyka czy wątpliwości,
3. dostępność (*access*) — przystępność i łatwość w kontaktach,
4. komunikatywność/porozumiewanie się (*communication*) — wsłuchiwanie się w głosy klientów, bieżące ich informowanie,
5. zrozumienie klienta (*understanding the customer*) — podjęcie wysiłków poznania klienta i jego potrzeb,
6. elementy materialne (*tangibles*) — wygląd zewnętrzny placówki, sprzęt, urządzenia, wygląd personelu,
7. zdolność reagowania (*responsiveness*) — pragnienie udzielania klientowi pomocy i zapewnienia szybkiej obsługi,
8. solidność/niezawodność (*reliability*) — zdolność wykonywania świadczonych usług w sposób rzetelny i dokładny,
9. fachowość (*competence*) — posiadanie wiedzy i kwalifikacji niezbędnych do świadczenia usługi,
10. uprzejmość (*courtesy*) — przyjazna postawa wobec klienta, szacunek.

Później autorzy ci ograniczyli listę wymienionych kryteriów do pięciu: solidność/niezawodność, elementy materialne, zdolność reagowania i gotowość pomocy, fachowość oraz empatia — troskliwość, oddzielna uwaga poświęcona każdemu klientowi z osobna.

Badania nad jakością usług zaowocowały wieloma modelami, z których najważniejsze stały się: model Ch. Grönroosa i model E. Gummessaona. W swoim modelu Ch. Grönroos zauważa, że usługa jest postrzegana indywidualnie, a zatem subiektywnie. Do określenia globalnej jakości usługi dochodzi się poprzez porównanie jakości oczekiwanej z jakością doświadczoną w wykonaniu. Oczekiwania dotyczące jakości usług współkształtowane są przez¹⁴:

¹² J. Otto, *Marketing relacji*, C.H. Beck, Warszawa 2001, s. 178.

¹³ Na podstawie: V. Zeithmal, A. Parasuraman, L. Berry, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, The Free Press, New York 1990, s. 20.

¹⁴ K. Rogoziński, *Nowy marketing usług*, AE, Poznań 2000, s. 207; J. Otto, *Marketing relacji*, s. 139.

– komunikację rynkową, a więc: reklamę, direct mail, public relations; ze względu na ich charakter można powiedzieć, że są to formy komunikowania, na które firma ma wpływ,

– wizerunek i opinię klientów, na których treść i zawartość firma ma już tylko pośredni wpływ; należy tu założyć wpływ sugestii i opinii osób trzecich, jednak to, co się myśli i mówi o firmie, w sposób zasadniczy zostało ukształtowane na podstawie wcześniejszych z nią relacji,

– potrzeby nabywcy wywierają również wpływ na jakościowe oczekiwania.

Przedstawiony przez Ch. Grönroosa model całkowitej uświadomionej jakości ma charakter bardzo ogólny, pozwala jednak na¹⁵:

– wyeksponowanie roli jakości usług jako kluczowej kategorii, która musi stanowić podstawę każdej strategii marketingowej w tym sektorze,

– uwzględnienie mechanizmu kształtowania jakości usługi (w tym głównie czynników determinujących jakość postrzeganą), a w konsekwencji satysfakcji klienta,

– podkreślenie znaczenia personelu w działalności usługowej i konieczności stałego doskonalenia go, także w zakresie komunikacji z klientami i komunikacji wewnątrz firmy.

Natomiast model E. Gummessaona, który ma wyraźnie przemysłowy rodowód, wprowadza 4Q, które są traktowane jako przesłanki postrzeganej jakości i satysfakcji. Wyróżnia on jakość produktu, jakość wykonania, jakość dostaw i relacji. Pierwsza z nich oznacza, że im projekt jest doskonalszy, tym produkt może spełniać funkcje, jakich oczekuje klient — zarówno wewnętrzny, jak i zewnętrzny. Jakość wykonania to nie tylko najlepsze wykonanie zgodne z projektem, na co mają wpływ świadczący usługę, ale także wszyscy zaangażowani w ten proces. Jakość dostaw w odniesieniu do usługowego produktu oznacza terminowe dostarczanie usług, przekazanie właściwej dokumentacji lub też sprawny transport. Jakość relacji została wyodrębniona dla oznaczenia i oceny tego, jakie sukcesy odnosi firma w kreowaniu zewnętrznych relacji (i tworzeniu sieci) z klientami, partnerami, współpracownikami.

Porównując powyższe modele Ch. Grönroosa i E. Gummessaona, należy zaznaczyć, iż wspólnym elementem jest założenie, iż o jakości usługi w ostateczny sposób rozstrzyga percepcja nabywcy. Ta przesłanka doprowadziła do zbudowania jednego zintegrowanego modelu Ch. Grönroosa – E. Gummessaona.

Charakteryzując powyższy model należy zwrócić uwagę na następujące jego cechy¹⁶:

1. Integrując dwa podejścia, z których jedno (Ch. Grönroosa) wykorzystywało dane empiryczne pochodzące z badań jakościowych w usługach, zaś drugie (E. Gummessaona) było adaptacją modelu jakościowego wypracowanego w przedsiębiorstwie produkcyjnym dla potrzeb usług.

¹⁵ A. Drapińska, P. Dominiak, *Model marketingu usług*, „Marketing i Rynek” 11/1998, s. 8.

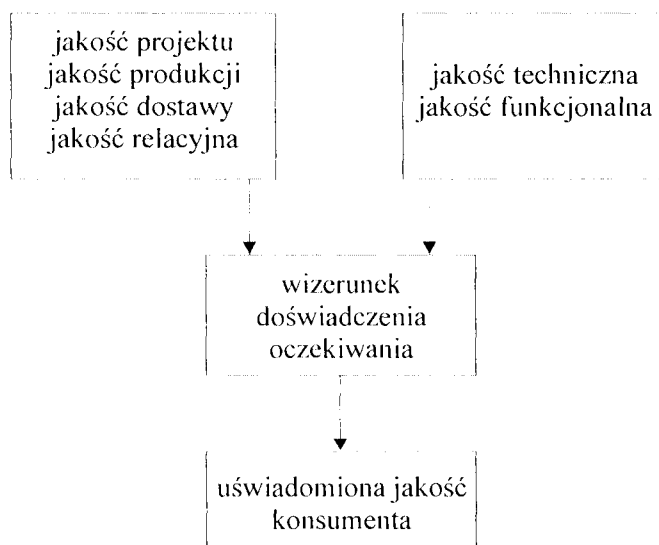
¹⁶ K. Rogoziński, *Nowy marketing...*, s. 209.

2. Synkretyczna wersja modelu znajduje zastosowanie zarówno w firmach usługowych, jak również jest odwzorowaniem myślenia nabywcy, dla którego pomiar jakości jest sumą doświadczeń i spostrzeżeń wyniesionych ze świadczenia usługi.

3. W udoskonalonej wersji tego modelu autorzy przyjmują ponadto, iż z punktu widzenia zawartości oferty, dobra i usługi stanowią integralną/niepodzielną całość. Obie pary jakości częściowych tworzą wzajemnie się dopełniającą jakość wewnętrzną i zewnętrzną.

Wykres 1

Model jakości Ch. Grönroosa – E. Gummessaona



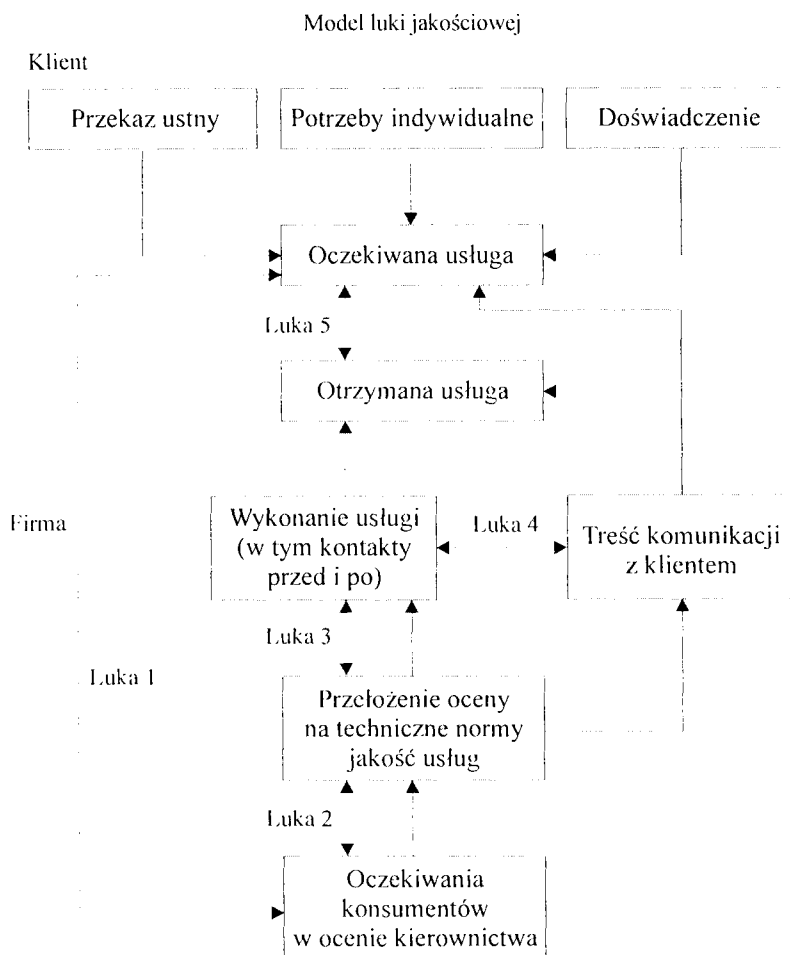
Źródło: E. Gummesson, *Quality Management in Service Organizations*, ISQA, za: K. Rogoziński, *Nowy marketing usług*, AE, Poznań 2000, s. 209.

Z kolei model opracowany przez A. Parasuramana i jego współpracowników¹⁷ pozwala wskazać punkty, w których jakość usługi znacznie odbiega od jakości oczekiwanej przez klienta. Model wskazuje pięć sytuacji, w których między dwiema ocenami jakości powstają luki:

1. Luka między oczekiwaniami klienta a oceną tych oczekiwań przez kierownictwo firmy,
2. Luka między oceną kierownictwa a normatywną jakością usługi,
3. Luka między technicznymi normami jakości usługi a faktycznie wykonaną usługą,
4. Luka między świadczeniem usługi a treścią komunikacji z konsumentami,
5. Luka między oczekiwaną a otrzymaną usługą.

¹⁷ Por. V. A. Zeithaml, A. Parasuraman, L. L. Berry, *Delivering Quality Service...*, za: A. Payne, *Marketing usług*, PWE, Warszawa 1996, s. 26.

Wykres 2



Dużą rolę odgrywa ZPJ (zarządzanie przez jakość) w firmach usługowych. Jak to podkreśla J. Bank¹⁸, choć początkowo zarządzanie przez jakość zostało wykorzystane w przemyśle wytwórczym, równie skuteczne okazało się w sektorze usług — w bankowości, firmach ubezpieczeniowych, hotelach i restauracjach, biurach podróży, służbie zdrowia i administracji publicznej. W istocie wszędzie tam, gdzie w grę wchodzi szereg następujących kolejno czynności ukierunkowanych na jeden wspólny cel, mamy do czynienia z procesami, które można przeanalizować i udoskonalić wykorzystując techniki ZPJ. Poza korzyściami marketingowymi i oszczędnościami finansowymi programy ZPJ zwiększają zadowolenie klientów, podnosząc reputację firmy i powodując napływ dodatkowych zamówień. Zachęcając do produkcji nowych artykułów i świadczenia nowych usług, pomagają

¹⁸ Por. J. Bank, *Zarządzanie przez jakość*, Gebethner & Ska, Warszawa 1997, s. 1-2.

w tworzeniu bardziej skutecznego systemu zarządzania opartego na właściwych priorytetach.

Zarządzanie przez jakość polega na krytycznym przyjrzeniu się produktom i usługom, wytwarzanym przez firmę, a także procesom związanym z ich powstawaniem i ludziom, którzy wykonują całą pracę. Ma to na celu spowodowanie, że końcowy produkt/świadczona usługa będzie w pełni odpowiadać wymaganiom odbiorców. W rzeczywistości jakość określa się jako pełne zaspokojenie ustalonych wymagań klientów przy najniższych kosztach własnych.

To, jak powinno wyglądać podejście do klientów, pokazali laureaci konkursu na najlepszą obsługę klienta, współorganizowanego przez Energis Polska i Wydawcę „Rzeczpospolitej”. Główną nagrodę otrzymał należący do sieci Orbisu Hotel Zamojski. W swojej ofercie hotel nie ogranicza się jedynie do sprzedawania miejsc noclegowych, ale proponuje turystom także zagospodarowanie czasu wolnego. I tak np. organizowane są wycieczki do pobliskiego Roztoczańskiego Parku Narodowego, istnieje możliwość zwiedzania z przewodnikiem Zamościa lub wybrania się na krótką wycieczkę do Lwowa¹⁹.

Analiza procesu świadczenia usługi

Dlatego tak ważna staje się analiza procesu świadczenia usługi. Firmy usługowe, które chciałyby świadczyć usługi wysokiej jakości i w możliwie najlepszy sposób zaspokajać potrzeby swoich klientów, muszą poznać czynniki kształtujące opinie nabywców i wpływające na decyzje nabywców. Można to zrobić, sporządzając graficzny projekt usługi, na którym za pomocą symboli przedstawia się wszystkie etapy procesu świadczenia usługi wraz z przyporządkowanymi im elementami struktury organizacyjnej oraz wszystkimi punktami kontaktu klienta z firmą. Projekt ułatwi wykrycie zakłóceń w procesie świadczenia usługi, a tym samym umożliwi usunięcie nieprawidłowości.

Można spotkać kilka koncepcji analizy graficznego projektu usługi: analiza projektu świadczenia usługi, analiza łańcucha wartości oraz analizy storyboard. Ten ostatni, o nieco dziwnie brzmiącej nazwie, jest coraz częściej stosowany. W przypadku firmy usługowej stosuje się sekwencję ilustrującą kontakt z klientem, który można dowolnie aranżować. Sporządzenie graficznego projektu usługi ma pomóc wyobrazić sobie drogę, jaką usługa ma przejść od uruchomienia procesu świadczenia aż do nabywcy. Następnie lokalizowane są ewentualne luki jakościowe i podaje się warianty rozwiązań dla danego etapu.

Wykonanie powyższej analizy, czy podobnych, ma na celu podniesienie jakości usług, wpływa na ogólny wizerunek placówki, kształtuje jej pozycję, prestiż oraz wpływa na uzyskanie pozytywnych rezultatów finansowych. Pozwala również na zdobycie nowych klientów i utrzymanie dotychczasowych. Należy pa-

¹⁹ *Życzliwość i profesjonalizm*, „Rzeczpospolita” z 5.03.2002 r., s. F12.

mieć, że źródłem jakości jest człowiek, jego motywacja, wewnętrzny imperatyw i samokontrola.

W trakcie analizy przebiegu procesu usługowego pracownicy uświadamiają sobie własną rolę w procesie oraz błędy, jakie popełniają lub mogą popełniać. Należy zwrócić także uwagę na granicę oddzielającą zaplecze od biura frontowego, co może mieć istotne znaczenie w przypadku organizacji usługowej.

Dzięki sporządzeniu graficznego projektu usługi łatwiej jest wskazać pracownikom ich rolę w całym procesie usługowym. Analiza ta jest o tyle istotna, iż pozwala uzmysłowić wszystkim pracownikom, że jakość jest sferą, której w żadnej organizacji nie da się scedować na jedną czy nawet kilka osób. O jakość musi bowiem dbać cały personel na każdym szczeblu organizacyjnym w zakładzie. Pomaga wyodrębnić i rozładować pewne napięcia, jakie pojawiają się w zespole. Jak z tego zatem wynika, graficzny projekt usługi pozwoli nie tylko zwiększyć wydajność pracy w placówce, ale także poprawi jej wizerunek w oczach aktualnych i potencjalnych klientów.

Literatura

- Bank J., *Zarządzanie przez jakość*, Gebethner & Ska, Warszawa 1997.
- Drapieńska A., Dominiak P., *Model marketingu usług*, „Marketing i Rynek” 11/1998.
- Greene R. T., *Global Quality: A Synthesis of the World's Best Management Methods*, Milwaukee 1993.
- Grönroos Ch., *Strategic Management and Marketing in the Service sector*, Swedish School of Economics and Business Administration, Helsinki 1982.
- Gummesson E., *Models of Professional Services Marketing*, Marknadstekniskt Centrum, Stockholm 1979.
- Gummesson E., *Quality Management in Service Organisations*, ISQA 1983.
- Hamrol A., Mantura W., *Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka*, PWN, Warszawa-Poznań 1998.
- Juran J. M., Gryfin F. M., *Jakość, projektowanie, analiza*, WNT, Warszawa 1974.
- Kindlarski E., Bagiński J., *Podstawy zarządzania przez jakość*, Wyd. Bellona, Warszawa 1994.
- Lewis R. C., Booms B. H., *The Marketing Aspects of Services Quality*, w: *Emerging Perspectives on Services Marketing Association*, Chicago 1983.
- Oakland J. S., *Total Quality Management. Text with Cases*, Butterworth-Heinemann Ltd., Oxford 1992.
- Otto J., *Marketing relacji*, C. H. Beck, Warszawa 2001.
- Parasuraman A., Zeithmal V., Berry L. L., *A Conceptual Model of service Quality and Its Implications for Future Research*, „Journal of Marketing” autumn 1985.
- Rogoziński K., *Nowy marketing usług*, AE, Poznań 2000.
- Sasser W. E., Olsen P. R., Wyckhoff D. D., *Management of Service Operations. Text and Cases*, Allyn and Bacon, Boston 1978.

Znaczenie procesu obsługi klienta w podnoszeniu jakości świadczonych usług

Streszczenie

Jakość bywa różnie określana. Trudności definicyjne słowa *jakość* wynikają przede wszystkim z wielu odcieni znaczeniowych, które uzyskuje ten wyraz w różnych kontekstach. Współczesna terminologia w dziedzinie jakości rozwija się dynamicznie od czasów II wojny światowej, podczas której podjęto metodyczne badania nad jakością, rozpoczynając od statystycznych metod kontroli. W tym rozumieniu podejście do jakości można podzielić na kilka grup. Omawiając kwestie jakości, istotną staje się analiza procesu świadczenia usługi. Firmy usługowe, które chciałyby świadczyć usługi wysokiej jakości i w możliwie najlepszy sposób zaspokajać potrzeby swoich klientów, muszą poznać czynniki kształtujące opinie nabywców i wpływające na decyzje nabywców.

The importance of the client's services in increasing of service quality

Summary

The mining of the word *quality* is different in the different context. Nowadays, the mining of quality is widely, than during the II world war. The most important in quality subject is the process of service. The service firm, who want to serve their product in high quality, should satisfy clients needs. This firm should also know which elements create clients opinions.

MONIKA DOBSKA

Znaczenie marketingu relacyjnego w usługach medycznych

Specyfika usług medycznych polega na tym, że dotyka ona problematyki zdrowia, a więc podstawowego czynnika gwarantującego rozwój demograficzny, społeczny i gospodarczy kraju. Ważna więc staje się nie tylko ochrona zdrowia rozumiana jako działalność na rzecz zdrowia, ale przede wszystkim opieka zdrowotna sprowadzająca się w zasadzie wyłącznie do działalności usługowej, polegającej na świadczeniu usług medycznych zaspokajających określone potrzeby.

Dokonując wyboru formy zarządzania dla szpitala jako podmiotu rynku, należy wyjść od oczywistego założenia, jakim jest fakt, iż usługi medyczne są usługami osobistymi. Stwierdzenie to pociąga za sobą dalsze (logiczne) następstwa: organizacja usługowa powinna być zarządzana w sposób adekwatny z realizowanymi funkcjami i stawianymi zadaniami. Jednakże, *differentia* specyfika usługi, w sposób oczywisty odróżniający od produktu materialnego (niematerialność, symultaniczność, nietrwałość, heterogeniczność, brak przewłaszczenia), przesądza o wyborze modelu zarządzania. Ze względu na odrębność sektora usług w stosunku do sektorów produkcji materialnej niemożliwe jest adaptowanie modeli wypracowanych na gruncie przedsiębiorstw przemysłowych produkujących środki inwestycyjne czy też masowych dóbr konsumpcyjnych. Kluczową kwestią jest wybór odpowiedniej wersji marketingu. Lista krytycznych uwag w stosunku do zastosowania marketingu transakcyjnego w usługach jest długa¹:

- nastawienie na maksymalizację (liczby) transakcji;
- „polowanie” na nowych klientów, a mniej starań o utrzymanie dobrych kontaktów z klientami dotychczasowymi;
- przywiązywanie nadmiernej wagi do form (sposobów) masowej komunikacji przy jednoczesnym zaniedbaniu bardziej skutecznych sposobów porozumiewania się typu komunikacja bezpośrednia;
- „spalanie” energii na dostarczanie doraźnego nasycenia (zaspokojenia) zamiast realnej satysfakcji;

¹ W. J. Paluchowski, *Czy marketingowi potrzebna jest psychologia?*, w: K. Rogoziński (red.), *Marketing usług profesjonalnych. Wpisanie marketingu w strukturę organizacji usługowej, materiały z IV konferencji 20-21 maja 2002 r.*, Poznań 2002, s. 35.

- skuteczności działań marketingowych ma świadczyć liczba „zwabionych” klientów zamiast bardziej wiarygodnej liczby zadowolonych nabywców;
- dominacja ujęć retrospektywnych, marketing był i jest zwrócony przede wszystkim ku przeszłości, co czyni go „ekspertem” zdarzeń dokonanych;
- ciągle hołubienie „czarnej skrzynki”; projektowanie czy technologia wytwarzania produktu usługowego znajdują się ciągle poza obszarem zainteresowania marketingu; fenomen „czarnej skrzynki” ujawnia się w całej swej negatywnej jaszkowości, zwłaszcza w kontekście zarządzania przez jakość.

Skoro nie marketing transakcji, to jawi się pytanie: jaka wersja marketingu będzie najbardziej odpowiednia do zastosowania? Jak pisze K. Rogoziński, jeśli chodzi o usługi, to nie ma wyboru, jest tylko marketing relacyjny, ponieważ właśnie on został wyprowadzony z usług. Marketing relacyjny pojawia się bowiem u podstaw usługowej aktywności i towarzyszy jej nierozdzielnie przez cały cykl aktywności nabywcy. „Stan wzajemności”, na którym się opiera, ma świadomie wskazywać uzależnienie uczestników usługowej relacji, wspólnie kreujących produkt. Jak pisze W. J. Paluchowski², relacja nawiązywana podczas świadczenia usługi oparta jest na zaangażowaniu, zaufaniu i akceptacji współzależności między usługodawcą i usługobiorcą. Rozwija się ona stopniowo — od świadomej identyfikacji relacji przez jej badanie i zgłębianie, narastające zaangażowanie i oddanie, aż do jej rozwiązania i rozpadu. Relacja usługodawcy i usługobiorcy jest relacją interpersonalną, w której ważną rolę odgrywają oczekiwania stron.

Przyjęcie paradygmatu marketingu relacyjnego sprawia, że zasadniczo zmienia się również sposób postrzegania organizacji usługowej. Wybór tej wersji marketingu wskazuje bowiem na model zarządzania marketingowego wpisany w kontekst strategii projakościowej. Jest to model takiego zarządzania, które nie zmierza do przekształcenia rynkowego otoczenia w sferę wpływów i dominacji, ale wykorzystując marketing relacyjny, zmierza do wchłonięcia tego, co zewnętrzne, do włączenia klientów i interesariuszy w strukturę organizacyjną³. Dodatkowymi argumentami przemawiającymi za wprowadzeniem marketingu relacyjnego są:

Argument 1. Dowartościowanie usługobiorcy

Istotną staje się relacja usługodawcy i usługobiorcy, w której podmioty te wzajemnie wpływają na siebie i będąc od siebie uzależnione, powołują do istnienia usługę. Podstawą tych rozważań jest relacja Ja – Ty, (przeciwstawna relacji Ja – To, wynikającej z faktu posiadania przedmiotu), która dzięki spotkaniu usługodawcy i usługobiorcy oddaje terażniejszość relacji przejawiającą się w „momentałości,” niepowtarzalności i sprawia, że usługa wydarza się i trwa tak długo jak jej świadczenie. Będzie więc ono za każdym razem inne, indywidualne. W sytuacji spotkania pacjenta z personelem medycznym dochodzi do bezpośredniości, dialogu, który warunkuje powstanie wzajemnych więzi i zależności. Spotkanie to konieczne jest nie tylko z medycznego punktu widzenia (np. w celu uzyskania

² W. J. Paluchowski, *Czy marketingowi potrzebna jest...*, s. 35.

³ K. Rogoziński, *Marketing relacyjny według Gunnessona*, „Marketing i Rynek” 12/2000, s. 12.

istotnych informacji, tak by postawić właściwą diagnozę i zastosować określoną ścieżkę leczenia), ale nabiera szczególnego charakteru w tworzeniu relacji rynkowych i pozarynkowych. Marketing relacyjny opisuje ten stosunek jako: Zwycięzca – Zwycięzca, a więc stosunek kończący się wynikiem o sumie dodatniej. Dzięki temu między stronami rodzi się współpraca, trwała równowaga marketingowa, która skutkuje tym, iż pacjent, mając bezgraniczne zaufanie do wytwórcy, wspinając się po kolejnych szczeblach drabiny lojalności, staje się w końcu „advokatem” szpitala.

Argument 2. Potrzeba wspólnego zaprojektowania i realizacji usługowego produktu przez usługodawcę i usługobiorcę

Rola klienta nabiera także szerszego znaczenia w kontekście doprecyzowania zlecenia. Okazuje się bowiem, że nawet typowa usługa powstaje w każdorazowo zmiennych warunkach. Kształtowanie usługowego produktu uzależnione jest więc od dwóch stron. Usługa dopiero po „obróbce marketingowej” staje się usługowym produktem. W przypadku usług medycznych rola pacjenta nie ogranicza się do przekazania informacji na temat dolegliwości i uczestniczenia w fazie przygotowania i wyboru oferty, ale we wspólnym projektowaniu.

Argument 3. Nowa interpretacja jakości

Nie wystarczy posługiwać się modelami zarządzania opartymi na weryfikacjach wewnętrznych, bowiem jakość wewnętrzna oparta na wypracowanych standardach postępowania medycznego nie uwzględnia kwestii najistotniejszych. Ostatcznym weryfikatorem prawidłowo wykonanej usługi medycznej (mimo zjawiska asymetrii informacji) jest zawsze pacjent. To właśnie on ocenia wynik końcowy leczenia przez pryzmat doskonalenia obsługi. Ta nowa sytuacja implikuje zastosowaniem nowych rozwiązań organizacyjnych, dzięki którym klient zostaje „wpisany” w schemat/strukturę szpitala. Taka interpretacja jakości polega na tym, iż staje się ona kategorią integrującą funkcje marketingowe z funkcjami zarządzania. Powstaje wartość, która oznacza nie tylko korzyść dla wytwórcy usług, ale także dla klienta — pacjenta.

Źródła koncepcji marketingu relacyjnego i jego zastosowania w usługach można doszukiwać się już w latach 60., kiedy to naukowcy z tzw. szkoły nordyckiej podjęli badania nad tą problematyką. Marketing relacyjny nie jest koncepcją marketingową wyspekulowaną przy biurku, jego tworzenie przypomina raczej układanie wielkiej wielobarwnej mozaiki, w którym to przedsięwzięciu uczestniczyło kilku realizatorów⁴. Za luminarzy tego kierunku uważa się E. Gummessona, Ch. Grönroosa, R. Normana i A. Payna, którzy nie tylko przedstawili, ale i ugruntowali tę koncepcję. Marketing relacyjny, będąc panaceum na „amerykański produkt eksportowy” wyprowadzony z odmiennych założeń, zmienia to, co tworzyło dotychczasową „mieszankę marketingową”. W polskiej literaturze przedmiotu czy-

⁴ I tak *relationship marketing* tłumaczony jest jako: 1. marketing partnerski (M. Daszkowska, K. Fonfara, T. Sztucki), 2. marketing relacji (J. Otto, M. Dolińska), 3. marketing związków i wzajemnych relacji (J. Amber), 4. marketing związku/więzi (Ph. Kotler).

tając o *relationship marketing*, dostrzec można duże zróżnicowanie terminologiczne i znaczeniowe tego pojęcia⁵. Najbardziej trafną definicję podaje K. Rogoziński, według którego **marketing relacyjny oznacza mobilizację personelu, mającą na celu uczynić z nabywcy nie tylko współwytwórcę produktu (rozumianego jako „wartość”), ale „związać” go na trwałe z firmą.** Z definicji tej wynika istnienie ścisłej zależności między marketingiem wewnętrznym a skierowanym na zewnątrz oddziaływaniem na klienta. Czyniąc personel kontaktowy personelem strategicznym, marketing relacyjny przyjmuje, że nabywców nie da się utrzymać na stałe, jeśli wcześniej nie ułoży się należycie współpracy pomiędzy pracownikami. Należy bowiem pamiętać, iż poszczególni pracownicy, komórki i struktury organizacyjne świadczą sobie usługi nawzajem. Ponadto w marketingu relacyjnym interpretując relacje, jakie zachodzą między stronami procesu wymiany, nie można poprzestać na opisie poziomu zainteresowania. Należy zwrócić uwagę nie tylko na etapy przygotowania oferty, ale także na współpracę z klientem przy realizacji zlecenia. W relacjach powstaje przede wszystkim wartość, bez względu na jej poziom konkretyzacji. Taką konkretną wartością dla nabywcy może być bezgraniczne zaufanie do wytwórcy, dla firmy zaś — budowana latami sieć powiązań ze współpracownikami. Jak pisze K. Rogoziński⁶, wysilek bezgranicznej komunikacji międzyludzkiej jest potwierdzeniem prawdziwości, szczerości intencji. Dotychczasowe (porterowskie) łańcuchy wartości przekształcają się w konstelację, w której uczestnicy stają wobec siebie jakby twarzą w twarz, nie mając nic do ukrycia. Większa część funkcji marketingowych zostaje przeniesiona na klientów, którzy jako marketerzy wolontariusze będą kreować pozytywny image zakładu. Takie założenia marketingu relacyjnego kierują zainteresowania na jakość. Staje się ona kategorią integrującą marketing z funkcjami zarządzania. Skoro bowiem marketing relacyjny kreuje wartość u swoich klientów, współpracowników i uczestników sieci, to przecież podobne zadania spełnia zarządzanie przez jakość — Total Quality Management. Już sformułowanie *total*⁷, czyli kompleksowe, całkowite, oznacza objęcie zasięgiem zarządzania wszystkie podmioty (wewnątrz i na zewnątrz) organizacji.

Można wyróżnić kilka ośrodków badawczych prowadzących badania z zakresu marketingu relacyjnego⁸:

1. **Anglo-Australian School of Relationship Marketing** — zespół naukowców, w skład którego wchodzi m.in. A. Payne z Cranfield School of Management w Wielkiej Brytanii oraz D. Ballantyne z Uniwersytetu Manash w Melbourne. Prace zespołu koncentrują się nad problematyką zatrzymania klienta.

2. **Swedish School of Marketing** — zespół naukowców, w skład którego wchodzi Ch. Grönroos i E. Gummesson. Grupa ta określana jest mianem szkoły

⁵ K. Rogoziński, *Nowy marketing...*, s. 40.

⁶ Ibidem, s. 41.

⁷ Total including everything or everyone, comprising the whole (obejmujące wszystko i wszystkich, całość. Definicja według *The Oxford Reference Dictionary*, Oxford 1991.

⁸ A. Payne (red.), *Advances in Relationship Marketing*, Kogan Page, London 1995, s. 19-20.

nordyckiej w rozwoju marketingu. Prace badawcze tego zespołu koncentrują się w szczególności na marketingu usług i jakości usług. Wyniki tych badań wniosły istotny wkład w budowę teorii marketingu relacyjnego.

3. **International Marketing and Purchasing Group (IMP Group)** — grupa ta ukształtowała się na początku lat 80. Ma ona nieformalny charakter. Skupia badaczy ze Szwecji, Francji, Niemiec, Włoch, Anglii, Stanów Zjednoczonych i Australii. Jej badania pozwoliły lepiej zrozumieć istotę powiązań i relacji między firmami i wynikające z tego implikacje marketingowe. Preferują podejście sieciowe, w zgodzie z którym podkreślane jest znaczenie kontaktów firmy z otoczeniem, tworzącym niejednokrotnie rozbudowaną sieć powiązań, w ramach których powiązania dostawcy i odbiorcy odgrywają bardzo ważną rolę.

4. **Harvard Business School** — badania nad marketingiem przemysłowym prowadzone przez T. Levitta i B. Bund Jakson przyczyniły się do rozwoju koncepcji marketingu relacyjnego.

5. **Texas University** — zespół badaczy kierowany przez L. Berry'ego. Przedmiotem zainteresowań badawczych tego zespołu jest marketing usług.

6. **Center for Relationship Marketing** — centrum badawcze utworzone w 1994 r. przy Emory University w Atlancie. Założycielem i kierownikiem centrum jest J. N. Sheet. Prace zespołu koncentrują się głównie nad badaniem sposobów kreowania wartości dla klienta.

Wielu autorów podjęło próbę zdefiniowania koncepcji marketingu relacyjnego (*relationship marketing*):

1. **Ch. Grönroos**⁹ — marketing relacyjny to tworzenie, utrzymywanie i wzbo-
gacanie więzi z klientami i ich partnerami w taki sposób, aby cele obu stron zo-
stały osiągnięte poprzez obustronną wymianę i realizację poczynionych obietnic.

2. **E. Gummesson**¹⁰ — marketing relacyjny jest konfiguracją marketingu, re-
lacji i sieci powiązań.

3. **J. Copulsky, M. Wolf**¹¹ — marketing relacyjny to proces polegający na
stworzeniu bazy danych o już posiadanych klientach oraz potencjalnych klientach
i zbliżaniu się do nich przy pomocy zróżnicowanych charakterystycznych dla każ-
dego z nabywców informacji. Winna być prowadzona analiza kosztów zdobycia
i utrzymania każdego klienta oraz długoterminowe oceny zbudowanych relacji.

4. **T. Cram**¹² — marketing relacji to konsekwentne stosowanie uaktualnianej
wiedzy o indywidualnych klientach dla zaprojektowania produktu/usługi, które są

⁹ Ch. Grönroos, *Service Management and Marketing, Managing the Moments of Truth in Service Competition*, Free Press, Lexington 1990, s. 138.

¹⁰ E. Gummesson, *Relationship Marketing: von 4P zu 30 R*, Verlag Moderne Industrie, Landsberg Lech 1997, s. 20.

¹¹ Ch. Grönroos, *Service Management and Marketing...*; J. Copulsky, M. Wolf, *Relationship Marketing. Positioning for the Future*, „Journal of Business Strategy” 7-8/1990, za: J. Otto, *Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie*, C.H. Beck, Warszawa 2001, s. 47.

¹² T. Cram, *The Power of Relationship Marketing*, Pitman Publishing, London 1994, za: J. Otto, *Marketing relacji...*, s. 47.

komunikowane interaktywnie, celem rozwinięcia i kontynuowania wzajemnie korzystnych więzi.

5. **M. Armstrong**¹³ — marketing relacji to koncepcja, zgodnie z którą do tradycyjnego marketingu-mix dodaje się obsługę klienta i jakość.

6. **F. J. Rensmann**¹⁴ — marketing relacyjny (*Customer Relationship Marketing*) to budowanie i pielęgnowanie indywidualnych relacji/stosunków pomiędzy klientem indywidualnym a przedsiębiorstwem przy wykorzystaniu nowoczesnych rozwiązań technologicznych. Realizacja tej koncepcji wymaga nie tylko gromadzenia danych o klientach, ich aktualizowania i przetwarzania, ale także wypracowania sposobów ich pozyskiwania.

Ch. Grönroos, K. Storbacka, T. Strandwick¹⁵ wymieniają cztery najważniejsze relacje tworzące przejście od jakości usług do rentowności przedsięwzięcia, czyli między¹⁶:

- jakością usług a satysfakcją klienta,
- satysfakcją klienta a siłą relacji,
- siłą relacji a ich długowiecznością,
- długotrwałością relacji a ich rentownością.

Jak wynika z analiz prowadzonych przez E. Gummessona, relacje dają się nie tylko porządkować (w grupy i rodzaje), ale i hierarchizować. Autor wyodrębnia 30 typów relacji¹⁷ uporządkowanych w cztery grupy¹⁸:

- relacje klasyczne — typowe relacje transakcyjne z udziałem bądź pominięciem pośredników: diada, triada, sieci dystrybucji;
- relacje rynkowe — najważniejsza dla marketingu relacyjnego grupa obejmująca oprócz klasycznej diady także relacje z ukrytymi, nierozpoznawalnymi klientami, relacje między klientami, relacje, w których nabywców traktuje się jak członków należących do organizacji;
- megarelacje — wprawdzie nie można ich nazwać rynkowymi, ale warunkują one powstanie tych ostatnich, a tworzą je relacje z masmediami, megaaianse oraz tym podobne relacje wyodrębnione i badane przez megamarketing;

¹³ M. Armstrong, *Handbook of Management Techniques*, Kogan Page, Londyn 1993, s. 54.

¹⁴ F. J. Rensmann, *Direct und Relationship Marketing im Handel*, s. 14.

¹⁵ Ch. Grönroos, K. Storbacka, T. Strandwick, *Managing Customer Relationships for Profit*, w: A. Payne (red.), *Advances in Relationship...*, s. 148-159.

¹⁶ Postrzegana jakość usług (*perceived service quality*) — ocena usług dokonana przez klienta, bazująca na jego własnym doświadczeniu, skonfrontowana z formalnymi i nieformalnymi standardami oceny; satysfakcja klienta (*customer satisfaction*) — ocena klienta wynikająca z jego doświadczeń w trakcie realizacji procesu świadczenia usługi, na podstawie zaistniałych relacji; siła relacji (*relationship strenght*) — mierzona zarówno zachowaniami nabywczymi, jaki i komunikacyjnymi. W tym kontekście lojalność bazuje na pozytywnym zaangażowaniu, sugeruje silną więź między klientem a usługodawcą; długowieczność relacji (*relationship longevity*) — czas trwania relacji; zyskowność z relacji (*relationship profitability*) — dochód z relacji pomniejszony o poniesione koszty.

¹⁷ Por. E. Gummesson, *Total Relationship Marketing. Rethinking Marketing Management. From the 4Ps to 30R*, Liber-Hermans, Mölmo 1995, s. 99-167.

¹⁸ K. Rogoziński, *Dlaczego marketing relacyjny?*, „Marketing w Praktyce” 4/1996, s. 23-24.

– relacje ułomne (karłowate) — nanorelacje, które wyróżniają się tym, że są zorientowane wewnętrznie i które nie pojawiając się na zewnątrz przedsiębiorstwa, tworzą raczej wsparcie dla opisanych wcześniej relacji zewnętrznych.

Relacje opisane przez E. Gummessona:

- klasyczna relacja dwustronna między dostawcą a nabywcą,
- klasyczna relacja trójstronna: nabywca – dostawca – konkurent,
- relacje zachodzące na styku produkcji i działań marketingowych,
- relacje w obrębie kanału dystrybucji,
- relacje wewnątrz przedsiębiorstwa,
- relacje zachodzące pomiędzy klientami a tzw. personelem pierwszej linii,
- relacje w ramach układów funkcjonalnych i hierarchicznych,
- relacje w obrębie marketingu wewnętrznego,
- relacje z zewnętrznymi dostawcami usług marketingowych,
- relacje istniejące między pośrednikami rynkowymi przedsiębiorstwa a ich klientami,
- relacje przedsiębiorstwa z jego właścicielami,
- relacje klient a wizerunek firmy,
- relacje wynikające z traktowania klienta jako uczestnika programów marketingowych firmy,
- relacje z niezadowolonymi nabywcami,
- relacje między przedsiębiorstwami w ramach aliansów,
- relacje w obrębie megaaliansów (megazrzeszeń),
- relacje wymuszone trendami ekologicznymi („zielone” relacje),
- relacje związane z pozyskaniem wiedzy,
- relacje przedsiębiorstwa z mass mediami,
- relacje nieformalne,
- relacje elektroniczne,
- relacje w ramach tak zwanego megamarketingu,
- relacje pomiędzy pracownikami działu marketingu zatrudnionymi w pełnym i niepełnym wymiarze godzinowym,
- relacje wynikające z macierzowej organizacji przedsiębiorstw,
- relacje z klientem dotychczasowego klienta firmy,
- relacje oparte na prawie,
- relacje kryminalne,
- relacje z klientami tworzone podczas przeprowadzania z nimi badań marketingowych,
- relacje monopolistyczne — klient w sytuacji więźnia,
- relacje niekomercyjne¹⁹.

Marketing relacyjny stawiający na pierwszym miejscu relacje interpersonalne uzmysławia, iż konieczny jest układ partnerski, niemal symetryczny pomiędzy

¹⁹ Por. E. Gummesson, *Total Relationship Marketing...*, s. 99-167.

stronami (usługodawcą a usługobiorcą, pomiędzy pracownikami wewnątrz organizacji itp.). Jedynie taki układ rodzący współpracę może doprowadzić do trwałej równowagi marketingowej. Dla usługodawcy będzie to oznaczało wypracowanie własnej kultury organizacji, zaś dla usługobiorcy nie tyle świadomość uzależnienia, co poczucie partnerstwa i wspólne kreowanie (z usługodawcą) wartości końcowej. W usługach medycznych wypracowanie tego układu stało się możliwe dzięki upodmiotowieniu pacjenta tak, aby stał się pełnoprawnym podmiotem relacji usługowej. Warunkiem zmiany charakteru relacji stało się opracowanie praw pacjenta, bowiem nabierając praw, stał się on nie tylko klientem, ale także ma możliwość nawiązania partnerskich układów z usługodawcą, wspólnie doprecyzowując zlecenie i angażując się w jego wykonanie.

Przyjęcie takiego toku myślenia sprowadza się do koncentracji na:

- zarządzaniu relacjami, którego rdzeniem będzie zarządzanie personelem kontaktowym. Od intensywności, zaangażowania oraz osobowości pracowników zatrudnionych w świadczeniu usług zależy bowiem jakość wykonania i poziom obsługi;

- kształtowanie jakości: projektu (*design quality*), wykonania (*production*) oraz relacji (*relational quality*).

W sferze usług medycznych koncepcja marketingu relacyjnego nabiera dużego znaczenia ze względu na:

- powstające relacje w sytuacjach bezpośredniego, koniecznego dialogu pomiędzy pacjentem a personelem medycznym, warunkujące powstanie trwałych więzi i zależności;
- znaczenie relacji we wprowadzaniu strategii zarządzania przez jakość;
- wagę relacji w organizacjach typu sieciowego, w których granica między tym, co wewnętrzne, a tym, co zewnętrzne, nie jest ostra.

Literatura

- Copulsky J., Wolf M., *Relationship Marketing. Positioning for the Future*, „Journal of Business Strategy” 7-8/1990, za: J. Otto, *Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie*, C.H. Beck, Warszawa 2001.
- Cram T., *The Power of Relationship Marketing*, Pitman Publishing, London 1994, za: J. Otto, *Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie*, C.H. Beck, Warszawa 2001.
- Grönroos Ch., *Service Management and Marketing. Managing the Moments of Truth in Service Competition*, Free Press, Lexington 1990.
- Gummesson E., *Relationship Marketing: von 4P zu 30 R*, Verlag Moderne Industrie, Landsberg Lech 1997.
- Otto J., *Marketing relacji*, C.H. Beck, Warszawa 2001.
- Rogoziński K., *Czy marketing relacyjny?*, „Marketing w Praktyce” 4/1996.
- Rogoziński K., *Marketing relacyjny według Gummessona*, „Marketing i Rynek” 12/2000.

Znaczenie marketingu relacyjnego w usługach medycznych

Streszczenie

Podsumowując, można podkreślić, iż szpitale mają bardzo jasny cel do spełnienia, polegający na systematycznej pracy nad kulturą organizacji, opierającą się na marketingu relacyjnym. Jest to tylko wtedy możliwe, jeżeli personel myśli w ten sam sposób, wspólnie rozwiązuje problemy i podejmuje decyzje. Taki otwarty sposób zarządzania jest tylko wtedy możliwy, jeżeli personel będzie motywowany do poprawy relacji profesjonalista – pacjent.

The importance of the client's services in increasing of service quality

Summary

In summary, hospitals have very clear targets to aim at in the future which should be achieved with systematic work on the formation of organizational culture — consisting in relationship marketing, conscious choice and direct and remote target realization. This is possible when a group of people thinks the same way, solves problems together and makes common decisions. This may be achieved with an open management style which encourages employees to improve relationship between professional – patient.

KAROLINA PAWLAK

Dylematy definiowania konkurencyjności w literaturze ekonomicznej

Wstęp

Na każdym poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego handel jest nieodzowny i ma duże znaczenie dla sprawnego funkcjonowania gospodarki. Wymiana towarowa jest czynnikiem pobudzającym procesy rozwoju gospodarczego krajów biorących udział w wymianie międzynarodowej i przyczyniającym się do zwiększania ich bogactwa narodowego. Handel zagraniczny jest jedną z najstarszych form współpracy gospodarczej między krajami. Powszechnie jest uznawany za jeden z podstawowych środków umożliwiających uzyskanie za pomocą tych samych zasobów i czynników produkcji (pracy żywej i uprzedmiotowionej) większej ilości i różnorodności wartości użytkowych, niż to możliwe w warunkach własnej produkcji¹.

Handel zagraniczny, przekształcając gospodarkę narodową w podmiot międzynarodowej wymiany towarowej, otwiera ją w stosunku do świata zewnętrznego. Wobec integracji Polski z Unią Europejską i globalizacji gospodarki otwartość handlu zagranicznego będzie się zwiększać, a polskie produkty zyskają łatwiejszy dostęp do rynków zagranicznych. W tym świetle szczególnego znaczenia nabierają problemy związane z konkurencyjnością polskich produktów na rynkach międzynarodowych. Zwiększenie poziomu międzynarodowej konkurencyjności gospodarki jest współcześnie jednym z najważniejszych wyzwań rozwojowych dla Polski. Sprostanie temu wyzwaniu jest zadaniem trudnym, ale koniecznym. Dyskusja dotycząca przesłanek wzrostu konkurencyjności zatacza coraz szersze kręgi, a pojęcie *konkurencyjność* jest coraz powszechniej stosowane w literaturze ekonomicznej. Mimo to nie zostało ono jak dotąd jednoznacznie zdefiniowane. Ponieważ konkurencyjność, czy to w skali mikro- czy makroekonomicznej, nabiera dziś kluczowego znaczenia dla rozwoju gospodarczego każdego kraju, niniejszy artykuł dokonuje przeglądu i próby usystematyzowania funkcjonujących koncepcji definiowania konkurencyjności.

¹ H. Wojciechowski, *Organizacja handlu zagranicznego*, AE, Poznań 1992, s. 9.

Pojęcie konkurencyjności w literaturze

Potocznie pojęciu konkurencyjności przypisuje się pozytywne skojarzenia. Choć nie jest to zawarte w żadnej z rozpowszechnionych definicji konkurencyjność, jest pojęciem wartościującym, określającym pewien stan pożądany. Lepiej jest być konkurencyjnym niż pozbawionym tej cechy². Konkurencja jest rywalizacją o korzyści związane ze społecznym podziałem pracy. Konkurencyjnymi między sobą podmiotami mogą być przedsiębiorstwa narodowe, działające na rynku krajowym, jak i na arenie międzynarodowej, korporacje transnarodowe, a także państwa, których rywalizacja ma z istoty charakter międzynarodowy³.

O ile koncepcja konkurencyjności przedsiębiorstwa nie budzi wątpliwości, o tyle zdefiniowanie konkurencyjności na poziomie gospodarki narodowej jest wciąż kwestią sporną. Wśród badaczy dominuje jednak pogląd, że podstawą międzynarodowej konkurencyjności gospodarek narodowych jest konkurencyjność przedsiębiorstw, które ją tworzą, a jednocześnie stanowi ona więcej niż tylko przeciętną konkurencyjność krajowych firm. Zdaniem F. Chesnaisa, *konkurencyjność przedsiębiorstwa odzwierciedla nie tylko sukcesy zarządu w kierowaniu firmą, ale wyrasta również z siły i efektywności gospodarki narodowej, infrastruktury technicznej i innych efektów zewnętrznych, które może wykorzystać przedsiębiorstwo*⁴.

Według B. R. Scotta konkurencyjność gospodarki jest to zdolność danego kraju do produkowania i dystrybucji towarów i usług konkurencyjnych w stosunku do towarów i usług produkowanych w innych krajach, przy założeniu rosnącego poziomu życia społeczeństw. Porter z kolei wskazuje, że konkurencja toczy się wprawdzie na poziomie przedsiębiorstw, jednak muszą istnieć głębsze przyczyny, które sprawiają, iż przedsiębiorstwa jednych krajów częściej niż innych osiągają powodzenie w tym współzawodnictwie⁵.

Porter wiąże konkurencyjność z produktywnością gospodarki narodowej, która jest główną determinantą poziomu życia obywateli w długim czasie oraz wzrostu dochodu narodowego *per capita*, warunkując tym samym osiągnięcie najważniejszych celów, do których powinny dążyć rządy wszystkich krajów. Rozumiana jako wartość produkcji uzyskana z jednostki pracy lub kapitału, produktywność zależy zarówno od jakości i cech produktów, jak i od efektywności, z jaką są

² M. Lubiński, *Konkurencyjność gospodarki: pojęcie i sposób mierzenia*, w: M. Lubiński, T. Smuga (red.), *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki Polski — uwarunkowania i perspektywy*, Instytut Rozwoju i Studiów Strategicznych, Warszawa 1995, s. 10.

³ Zob. J. Bossak, *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki kraju i przedsiębiorstwa. Zagadnienia teoretyczne i metodologiczne*, w: J. Bossak, W. Bieńkowski (red.), *Konkurencyjność gospodarki Polski w dobie integracji z Unią Europejską i globalizacji*, t. I, Materiały konferencyjne, Instytut Gospodarki Światowej, Kolegium Gospodarki Światowej SGH, Warszawa 2000, s. 46.

⁴ F. Chesnais, *Technical Co-operation Agreements between Firms*, „STI-Review” 4/1988, za: J. Misala, *Teoretyczne podstawy międzynarodowej konkurencyjności gospodarki narodowej*, IGIŚ, SGH, Warszawa 1995, s. 6.

⁵ M. E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, New York 1990.

wytwarzane. Tak więc przedsiębiorstwa muszą dążyć do wzrostu produktywności przez podnoszenie jakości produktów, udoskonalanie i dodawanie nowych cech do już istniejących produktów, poprawę technologii produkcji oraz podnoszenie wydajności produkcji⁶.

Porter wskazuje, że aby wyjaśnić pojęcie konkurencyjności gospodarki narodowej, należy określić determinanty produktywności i tempa jej wzrostu. Taką analizę należy jednak przeprowadzić na poziomie poszczególnych gałęzi i sektorów przemysłowych (ze szczególnym uwzględnieniem sektorów zaawansowanej technologii, które w największym stopniu przyczyniają się do wzrostu produktywności), a nie gospodarki jako całości. Sukces konkurencyjny jest bowiem w różnym stopniu udziałem analizowanych branż krajowych.

*Gospodarka konkurencyjna to taka, która w długim okresie na tle innych krajów osiąga wyższą dynamikę wzrostu gospodarczego, poziomu zatrudnienia i zwiększa poziom życia swoich obywateli szybciej niż inne kraje. To taka gospodarka, która dzięki względnie szybkiemu postępowi ekonomicznemu i społecznemu daje obywatelom poczucie istotnego postępu na tle innych społeczeństw. Tym samym sprzyja pozytywnemu kształtowaniu stosunków ekonomicznych, społecznych i politycznych. Umacnia wolność, prawo i system demokratyczny, [...] jak również swoją pozycję i wpływ na międzynarodowe stosunki ekonomiczne*⁷.

Konkurencyjność często ocenia się nie tylko w odniesieniu do zjawisk realnych, osiąganych wyników, poziomu rozwoju i struktury gospodarczej. Istnieje także podejście regulacyjne, które wskazuje na konkurencyjność jako *takie ukształtowanie lub kierunek i dynamikę zmian w sferze regulacyjnej, które stwarzają podstawy dla wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw i względnie pomyślnego ukształtowania się zjawisk w sferze realnej i rynkowej w najbliższej przyszłości*⁸. Ważne jest, by nie traktować tych podejść rozłącznie i postrzegać konkurencyjności jako osiągniętego stanu. Ulega on bowiem, ze względu na stale zmieniające się otoczenie, warunki ekonomiczne, technologiczne i instytucjonalne, nieustannemu prze-wartościowaniu. Konkurencyjność kraju można określić jako takie ukształtowanie się warunków instytucjonalnych, makroekonomicznych i warunków konkurencji oraz sprawności mechanizmu rynkowego, które budują podstawy ekonomiczne dla dynamicznego rozwoju kraju i przedsiębiorstw w warunkach zmieniającego się otoczenia. Takie ujęcie podkreśla znaczenie czynników systemowych.

Konkurencyjność bardzo często definiuje się po prostu jako zdolność do długookresowego, efektywnego wzrostu lub też *zdolność przystosowania się gospodarki danego kraju do zmieniających się warunków, pozwalających utrzymać lub*

⁶ M. E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, „Harvard Business Review” march-april 1990, s. 84.

⁷ J. Bossak, *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki polskiej – ujęcie instytucjonalne*, w: H. Podedworny, J. Grabowiecki, H. Wnorowski (red.), *Konkurencyjność gospodarki polskiej a rola państwa przed akcesją do Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2000, s. 19-20.

⁸ Ibidem, s. 20.

poprawić jej pozycję w ujęciu globalnym⁹. Wobec tego gospodarką konkurencyjną może być taka, którą charakteryzuje *wysoka zdolność absorpcyjna, adaptacyjna i innowacyjna w relacjach z międzynarodowym otoczeniem*¹⁰. W tym ujęciu konkurencyjność jest jednoznaczna z rentownością — zarówno w danym segmencie rynku krajowego, jak i za granicą, to zdolność do utrzymania i powiększania udziału w rynku.

Dornbusch i Fisher w swych pracach całkowicie rezygnują z definiowania konkurencyjności, wskazują jedynie sposoby jej mierzenia. Za miarę konkurencyjności uznają ceny relatywne, uzasadniając jednocześnie, że nie jest ważne, czy *spadek cen relatywnych wynika z inflacji za granicą, z obniżki kursu waluty, ze spadku cen w kraju, czy wreszcie z kombinacji tych zmian. Ważny jest wyłącznie efekt końcowy*¹¹.

W raportach publikowanych przez Międzynarodowy Instytut Rozwoju Zarządzania (IMD — International Institute for Management Development) z Lozanny, we współpracy ze Światowym Forum Ekonomicznym (World Economic Forum) z Genewy, światowa konkurencyjność definiowana jest jako zdolność kraju lub przedsiębiorstwa do tworzenia większego bogactwa niż konkurenci na rynku światowym. *Zdolność konkurencyjna danego kraju jest rezultatem przekształcania zasobów kraju, bądź to już istniejących (jak np. zasoby naturalne), bądź to wytworzonych (np. infrastruktura, kapitał ludzki) w efekty ekonomiczne, które są następnie weryfikowane w konkurencji na rynkach międzynarodowych*¹².

Generalnie w sposobie definiowania konkurencyjności można wyróżnić dwa zasadnicze nurty¹³. W pierwszym z nich mówi się o konkurencyjności jako zdolności do utrzymania, a nawet powiększania udziałów rynkowych, a ocenia się ją m.in. na podstawie kształtowania się bilansu handlowego, *terms of trade*, cen relatywnych czy udziału w handlu światowym. Mamy więc tu odniesienie do miejsca kraju w gospodarce światowej i wyników osiąganych w handlu zagranicznym. Drugi kierunek akcentuje zaś ogólne lub odcinkowe wyniki osiągane przez gospodarkę narodową. OECD proponuje zdefiniowanie konkurencyjności jako zdolności kraju do wytwarzania dóbr i usług, które w warunkach wolnego i rzetelnego handlu są akceptowane na rynku światowym, przy jednoczesnym utrzymaniu

⁹ B. Bakier, K. Meredyk, *Istota i mechanizm konkurencyjności*, w: H. Podedworny, J. Grabowiecki, H. Wnorowski (red.), *Konkurencyjność gospodarki polskiej...*, s. 39.

¹⁰ *Bariery społeczno-ekonomiczne procesu transformacji*, Fundacja Promocji Rozwoju im. E. Lipińskiego, Warszawa 1995, s. 97.

¹¹ R. Dornbusch, S. Fischer, *Macroeconomics*, Mc Graw-Hill Book Co., New York 1984, s. 660.

¹² M. Lubiński, *Konkurencyjność gospodarki...*, s. 14.

¹³ Ibidem, s. 8.

¹¹ Ibidem, s. 8.

¹¹ A. Zielińska-Głębocka, *Podstawowe koncepcje i determinanty konkurencyjności*, w: A. Zielińska-Głębocka (red.), *Konkurencyjność przemysłowa Polski w procesie integracji z Unią Europejską. Teoria, praktyka, polityka*, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2000, s. 13.

¹² M. Lubiński, *Konkurencyjność gospodarki...*, s. 8.

¹³ A. Zielińska-Głębocka, *Podstawowe koncepcje i determinanty...*, s. 13.

i wzroście dochodów realnych ludności w długim okresie¹⁴. Reprezentantką tego kierunku jest A. Zielińska-Głębocka. Przyjmuje ona w swojej pracy proponowaną przez OECD definicję konkurencyjności przemysłowej, czyli zdolności firm, przemysłów, regionów, krajów lub ponadnarodowych ugrupowań do sprostania międzynarodowej konkurencyjności, jak i do trwałego zapewnienia wysokiej stopy zwrotu od zastosowanych czynników produkcji i wysokiego poziomu zatrudnienia.

Definicja ta kładzie nacisk na trzy aspekty konkurencyjności¹⁵:

- zdolność do tworzenia i utrzymywania wysokich dochodów czynników produkcji poprzez wzrost produktywności,
- zdolność do kreowania i wzrostu zatrudnienia,
- utrzymywanie wysokiego stopnia otwarcia na konkurencję międzynarodową.

A. Wziątek-Kubiak zwraca uwagę, że istnieją dwie warstwy konkurencyjności: na rynku produktów (dla odbiorców) oraz na rynku czynników (dla producentów). Takie podejście znajduje uzasadnienie w definicji proponowanej przez Freebairna. Konkurencyjność definiuje on jako zdolność dostarczania dóbr i usług w miejscu, formie i czasie pożądanym przez kupujących, po cenach równych lub niższych od cen oferowanych przez innych dostawców, które przynoszą dochód co najmniej pokrywający koszty alternatywne zastosowanych zasobów¹⁶. Pierwszy typ konkurencji odnosi się do konkurencji na krajowych i międzynarodowych rynkach produktów i oznacza zdolność zdobycia i utrzymania określonej pozycji na tych rynkach, drugi natomiast wiąże się z konkurencją na rynkach czynników wytwórczych, które zatrudnione przy produkcji określonych dóbr powinny co najmniej przynieść zwrot kosztów alternatywnych¹⁷.

Należy więc zdecydowanie odróżnić dwa podstawowe pojęcia, a mianowicie pojęcie międzynarodowej pozycji konkurencyjnej (określanej jako konkurencyjność typu wynikowego) i międzynarodowej zdolności konkurencyjnej (określanej często mianem konkurencyjności typu czynnikowego). Kategoria międzynarodowej pozycji konkurencyjnej jest kategorią węższą od międzynarodowej zdolności konkurencyjnej gospodarki.

Konkurencyjność dotycząca produktów, zwana też konkurencyjnością wynikową, rozumiana jest jako zdolność do konkurowania w danym momencie czasowym i reprezentuje statyczne ujęcie konkurencyjności. Ponieważ badania statyczne nie wyjaśniają źródeł różnicowania się konkurencyjności produktów w skali międzynarodowej i w czasie, podejmuje się próby dynamizowania badań. Przedmiotem analizy konkurencyjności stają się wówczas zmienne, które wpływają na

¹⁴ A. Wziątek-Kubiak, *Problemy oceny konkurencyjności polskiego przemysłu*, w: J. Mujzel (red.), *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki polskiej*, Raport Nr 30, Rada Strategii Społeczno-Gospodarczej przy Radzie Ministrów, Warszawa 1997, s. 45.

¹⁵ Na definicję Freebairna powołuje się K. Froberg, *Konkurencyjność polskiego rolnictwa*, w: E. Majewski, G. Dalton (red.), *Strategiczne opcje dla polskiego sektora agrobiznesu w świetle analiz ekonomicznych*, SGGW, Centrum Naukowo-Wdrożeniowe, Warszawa 2000, s. 224.

¹⁶ Ibidem, s. 224.

¹⁷ Ibidem, s. 224.

poprawę pozycji konkurencyjnej. W podejściu dynamicznym uwydatniona zostaje nie tylko sama zdolność do konkurowania, ale i zdolność do poprawy konkurencyjności. Gospodarka konkurencyjna, to taka, [...] która — z jednej strony — dostosowuje swoje cele społeczno-ekonomiczne oraz mechanizm funkcjonowania nie tylko do wewnętrznych warunków, ale również do uwarunkowań międzynarodowych, z drugiej zaś jest zdolna podjąć skuteczne działania, które nie tylko w twórczy sposób wykorzystują zmiany zachodzące w strukturze gospodarki światowej dla pobudzenia własnego rozwoju, ale także będą oddziaływać na zmiany warunków konkurencji w sposób zapewniający zwiększenie korzyści z udziału w międzynarodowym podziale pracy¹⁸.

Szersze, dynamiczne podejście ujmuje istotę konkurencyjności od strony jej czynników i uwarunkowań¹⁹, a obejmuje takie czynniki, jak: 1) zasoby naturalne, 2) infrastrukturę ekonomiczną, 3) kapitał, 4) technologię, 5) kapitał ludzki, 6) efektywną alokację zasobów, 7) zdolność do generowania innowacji, 8) zdolność do dostosowywania się do zmieniających się warunków krajowych i międzynarodowych, 9) zdolność do oddziaływania na międzynarodowe środowisko ekonomiczne.

Podsumowanie

Szeroka gama zaprezentowanych wyżej prób określenia istoty konkurencyjności bezsprzecznie świadczy o trudności jednoznacznego zdefiniowania tego pojęcia. Wiele jest definicji bardzo ogólnych i o małej użyteczności badawczej. Stosunkowo łatwo jest też poddać je krytyce. Dynamika zmian zachodzących w gospodarce przyczynia się bowiem do ciągłego poszerzania zestawu czynników istotnych dla konkurencyjności. Szereg proponowanych definicji koncentruje się i określa konkurencyjność na rynku wewnętrznym i międzynarodowym. Tymczasem współczesna gospodarka jest *coraz bardziej zintegrowana, zliberalizowana oraz zunifikowana pod względem kanonów gospodarczych, instytucjonalnych i systemowych*²⁰. Niekiedy zdolność konkurencyjna gospodarki wiązana jest z interakcją między rządem, przedsiębiorstwem i instytucjami obsługującymi gospodarkę. Takie definicje odwołują się do aktywizmu polityki przemysłowej, od którego większość gospodarek już odeszła. Obecnie działania państwa ukierunkowane są na intensyfikację konkurencji czy sterowanie jej intensywnością.

Z drugiej strony nie brakuje definicji precyzyjnie określających konkurencyjność. Traktują one problem szczegółowo i są bardzo trudne do podważenia, z tym

¹⁸ J. Bossak, *Spoleczno-ekonomiczne uwarunkowania międzynarodowej zdolności konkurencyjnej gospodarki Japonii*, „Monografie i Opracowania” SGPIŚ, nr 153, Warszawa 1984, s. 38-39.

¹⁹ Statyczne i dynamiczne ujęcie konkurencyjności prezentuje A. Wziętek-Kubiak, *Problemy oceny...*, s. 45-46.

²⁰ K. Żukrowska, *Konkurencyjność systemowa w procesie transformacji. Przykład Polski*, w: J. Bossak, W. Bieńkowski (red.), *Konkurencyjność gospodarki Polski w dobie integracji...*, t. I, s. 83.

że dotyczą analizy wybranego sektora gospodarki, określonej dziedziny działalności gospodarczej, czy pojedynczego przedsiębiorstwa.

Generalnie zdecydowana większość definicji zmierza w tym samym kierunku i określa konkurencyjność jako zdolność przystosowania się gospodarki do zmieniających się warunków, pozwalającą utrzymać lub poprawić ich pozycję na rynku w warunkach globalnych lub jako zdolność do uzyskania możliwie największych korzyści płynących z uczestnictwa w międzynarodowym podziale pracy, jeśli to możliwe większych niż partnerzy.

Z całą mocą należy tu jeszcze raz podkreślić szczególną wagę dynamicznego pojmowania zjawiska konkurencyjności, a więc nie tylko jako zdolności do konkutowania w danym momencie czasowym, „tu i teraz”, ale także w kategoriach zdolności do poprawy konkurencyjności, od strony czynników ją determinujących. Żadnemu podmiotowi gospodarczemu pozycja konkurencyjna nie jest dana raz na zawsze. Konkurencyjność zdobywa się, a nie tylko posiada. We współczesnym świecie rywalizacja o korzyści, tak między przedsiębiorstwami w kraju i za granicą, jak i gospodarkami krajowymi na arenie międzynarodowej, nieustannie zaostrza się. Aby odnieść sukces gospodarczy, nie wystarczy już tylko utrzymać posiadaną pozycję. Konieczne jest rozwijanie zdolności konkurencyjnej i dostosowywanie gospodarki do ewoluującego otoczenia, tak by pobudzać własny rozwój i powiększać przewagę nad rywalami.

Literatura

- Bakier B., Meredyk K., *Istota i mechanizm konkurencyjności*, w: *Konkurencyjność gospodarki polskiej a rola państwa przed akcesją do Unii Europejskiej*, w: H. Podedworny, J. Grabowiecki, H. Wnorowski (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2000.
- Bariery społeczno-ekonomiczne procesu transformacji*, Fundacja Promocji Rozwoju im. E. Lipińskiego, Warszawa 1995.
- Bossak J., *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki kraju i przedsiębiorstwa. Zagadnienia teoretyczne i metodologiczne*, w: *Konkurencyjność gospodarki Polski w dobie integracji z Unią Europejską i globalizacji*, w: J. Bossak, W. Bieńkowski (red.), t. I, Materiały konferencyjne, Instytut Gospodarki Światowej, Kolegium Gospodarki Światowej SGH, Warszawa 2000.
- Bossak J., *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki polskiej — ujęcie instytucjonalne*, w: H. Podedworny, J. Grabowiecki, H. Wnorowski (red.), *Konkurencyjność gospodarki polskiej a rola państwa przed akcesją do Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2000.
- Bossak J., *Społeczno-ekonomiczne uwarunkowania międzynarodowej zdolności konkurencyjnej gospodarki Japonii*, „Monografie i Opracowania” SGPiS, nr 153, Warszawa 1984.
- Frohberg K., *Konkurencyjność polskiego rolnictwa*, w: E. Majewski, G. Dalton (red.), *Strategiczne opcje dla polskiego sektora agrobiznesu w świetle analiz ekonomicznych*, SGGW, Centrum Naukowo-Wdrożeniowe, Warszawa 2000.

- Gorynia M., *Konkurencyjność przedsiębiorstwa — próba konceptualizacji i operacjonalizacji*, w: E. Najlepszy (red.), *Strategia przedsiębiorstw w warunkach konkurencji międzynarodowej*, „Zeszyty Naukowe AE w Poznaniu”, Seria I, z. 266, Poznań 1998.
- Lubiński M., *Konkurencyjność gospodarki: pojęcie i sposób mierzenia*, w: M. Lubiński, T. Smuga (red.), *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki Polski — uwarunkowania i perspektywy*, Instytut Rozwoju i Studiów Strategicznych, Warszawa 1995.
- Lubiński M., Michalski T., Misala J., *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki. Pojęcie i sposób mierzenia*, Raporty-Studia nad konkurencyjnością, Instytut Rozwoju i Studiów Strategicznych, Warszawa 1995.
- Misala J., *Teoretyczne podstawy międzynarodowej konkurencyjności gospodarki narodowej*, IGŚ, SGH, Warszawa 1995, s. 6.
- Porter M. E., *A Competitive Advantage of Nations*, „Harvard Business Review” march-april 1990.
- Porter M. E., *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, New York 1990.
- Wojciechowski H., *Organizacja handlu zagranicznego*, AE, Poznań 1992.
- Wziętek-Kubiak A., *Problemy oceny konkurencyjności polskiego przemysłu*, w: J. Mujżel (red.), *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki polskiej*, Raport Nr 30, Rada Strategii Społeczno-Gospodarczej przy Radzie Ministrów, Warszawa 1997.
- Zielińska-Głębocka A., *Podstawowe koncepcje i determinanty konkurencyjności*, w: A. Zielińska-Głębocka (red.), *Konkurencyjność przemysłowa Polski w procesie integracji z Unią Europejską. Teoria, praktyka, polityka*, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2000.
- Żukrowska K., *Konkurencyjność systemowa w procesie transformacji. Przykład Polski*, w: J. Bossak, W. Bieńkowski (red.), *Konkurencyjność gospodarki Polski w dobie integracji z Unią Europejską i globalizacji*, t. I, Materiały konferencyjne, Instytut Gospodarki Światowej, Kolegium Gospodarki Światowej SGH, Warszawa 2000.

Dylematy definiowania konkurencyjności w literaturze ekonomicznej

Streszczenie

Konkurencyjność, czy to w skali mikro- czy makroekonomicznej, nabiera dziś kluczowego znaczenia dla rozwoju gospodarczego każdego kraju. Zwiększenie poziomu międzynarodowej konkurencyjności gospodarki jest współcześnie jednym z najważniejszych wyzwań rozwojowych także dla Polski. Szczególnie w perspektywie integracji naszego kraju z Unią Europejską i globalizacji gospodarki światowej. Choć coraz powszechniej operuje się pojęciem *konkurencyjności*, w literaturze ekonomicznej brakuje jak dotąd jednoznacznej definicji tego terminu. Niniejszy artykuł prezentuje szeroki przegląd literaturowych koncepcji definiowania konkurencyjności i podejmuje próbę usystematyzowania pojęć. Wskazuje zasadnicze nurty w sposobach definiowania konkurencyjności. Mowa jest m.in. o statycznym i dynamicznym ujmowaniu konkurencyjności. Wyróżnia się konkurencyjność typu czynnikowego i wynikowego, tj. odpowiednio międzynarodową zdolność i pozycję konkurencyjną. Podkreślono także, że konkurencyjności nie należy, czy wręcz nie można, traktować jako osiągniętego stanu. Ulega on bowiem, ze względu na ewoluujące otoczenie, nieustannemu prze-wartościowaniu.

The dilemmas of competitiveness defining in the economic literature

Summary

Competitiveness, both on the micro- and the macroeconomic scale, grow in key importance for the economic progress each country. The increase of economy international competitiveness level is at present one of the most important developmental challenges for many countries, including Poland. Especially, in the prospect of integration with the European Union and world economy globalisation. The concept 'competitiveness' is generally used in the economic literature. In spite of this, there is no explicit definition of this concept so far. In this paper a wide survey of competitiveness defining conceptions is presented and an attempt is taken to systematize the concepts. Basic ways of competitiveness defining are also indicated. It is worth stressing that competitiveness can't be taken as attained state. For the sake of evolving surroundings, it changes continuously.

KAROLINA PAWLAK

Determinanty konkurencyjności międzynarodowej

Wstęp

Od starożytności uważa się, że jednym z zasadniczych źródeł bogacenia się narodów jest międzynarodowa wymiana handlowa. Przyczyną, dla której kraje włączają się w wymianę międzynarodową jest nie tylko konieczność, ale przede wszystkim korzyści, jakie wynikają z wymiany. Podstawową zasadą teorii handlu międzynarodowego jest podział korzyści globalnych między wszystkie kraje uczestniczące w wymianie. Podział korzyści oznacza, że każdy kraj na wymianie korzysta, nie oznacza jednak, iż każdy korzysta w takim samym stopniu¹. Podmioty gospodarcze konkurują między sobą o uzyskanie możliwie największych korzyści płynących z uczestnictwa w międzynarodowym podziale pracy, jeśli to możliwe większych niż partnerzy. Zwiększenie poziomu międzynarodowej konkurencyjności gospodarki jest współcześnie jednym z najważniejszych wyzwań rozwojowych dla wielu krajów, w tym także dla Polski. Sprostanie temu wyzwaniu jest zadaniem trudnym, ale koniecznym-szczególnie wobec integracji naszego kraju z Unią Europejską i globalizacji gospodarki światowej.

Mimo że dyskusja dotycząca przesłanek wzrostu konkurencyjności zatacza coraz szersze kręgi, a pojęcie *konkurencyjność* jest coraz powszechniej stosowane w literaturze ekonomicznej, nie zostało ono jak dotąd jednoznacznie zdefiniowane. Zdecydowana większość definicji zmierza w tym samym kierunku i określa konkurencyjność jako zdolność przystosowania się gospodarki do zmieniających się warunków, pozwalającą utrzymać lub poprawić ich pozycję na rynku w warunkach globalnych. Szczególnie użyteczne jest dynamiczne ujęcie konkurencyjności. Żadnemu podmiotowi gospodarczemu pozycja konkurencyjna nie jest dana raz na zawsze, a w podejściu dynamicznym uwydatniona zostaje nie tylko sama zdolność do konkurowania w danym momencie czasowym, „tu i teraz”, ale i zdolność do poprawy konkurencyjności. Jest to ujęcie konkurencyjności od strony jej czynników i uwarunkowań. Brak jednoznacznej i powszechnie akceptowanej definicji międzynarodowej konkurencyjności gospodarki powoduje, że nie określo-

¹ A. Zielińska-Głębocka, *Wprowadzenie do ekonomii międzynarodowej. Teoria handlu i polityki handlowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1997, s. 27.

no jak dotąd jednolitego zestawu czynników ją determinujących. Odmienne koncepcje ujmowania determinant konkurencyjności proponują: Międzynarodowy Instytut Rozwoju Zarządzania z Lozanny czy Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju. Jeszcze inaczej problematyka prezentowana jest w raportach Komisji Europejskiej — pojawia się tutaj teoria tzw. piramidy konkurencyjności, związana przede wszystkim z poziomem życia, poziomem zatrudnienia i produkcyjności czynników wytwórczych². W kompleksowym podejściu funkcjonuje także *trójczłonowe podejście do konkurencyjności*. Zwraca ono uwagę na trzy istotne zjawiska, a mianowicie specjalizację, lokalizację oraz liberalizację zewnętrzną i wewnętrzną³. J. Bossak, definiując pojęcie gospodarki konkurencyjnej, podejmuje także próbę określenia wymiarów międzynarodowej konkurencyjności gospodarki i wyróżnia wewnętrzne i zewnętrzne determinanty międzynarodowej zdolności konkurencyjnej danego kraju⁴. Podkreśla złożoność pojęcia konkurencyjności i wprowadza dużą ilość kryteriów służących do jego oceny. Znaczenia nabierają tu czynniki systemowe — możemy więc mówić także o determinantach konkurencyjności systemowej⁵.

W niniejszym artykule zaprezentowane zostaną najbardziej rozpowszechnione klasyfikacje determinant konkurencyjności, które jednocześnie zyskały największe uznanie w ostatnich latach oraz dokonana zostanie próba syntezy rozpowszechnionych w literaturze ekonomicznej propozycji ujmowania determinant konkurencyjności.

Konkurencyjność w ujęciu makroekonomicznym

W ujęciu makroekonomicznym (ściślej na szczeblu gospodarki narodowej) o międzynarodowej zdolności (przewadze) konkurencyjnej decydują głównie następujące czynniki⁶:

² Szerzej na ten temat: A. Zielińska-Głębocka, *Podstawowe koncepcje i determinanty konkurencyjności*, w: A. Zielińska-Głębocka (red.), *Konkurencyjność przemysłowa Polski w procesie integracji z Unią Europejską. Teoria, praktyka, polityka*, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2000, s. 14.

³ Ibidem, s. 15-18.

⁴ J. Misala, *Istota i mierniki międzynarodowej konkurencyjności gospodarki w świetle teorii wymiany międzynarodowej*, w: J. Bossak, W. Bieńkowski (red.), *Konkurencyjność gospodarki Polski w dobie integracji z Unią Europejską i globalizacji*, t. I, Materiały konferencyjne, Instytut Gospodarki Światowej, Kolegium Gospodarki Światowej SGH, Warszawa 2000, s. 108.

⁵ Patrz: J. Bossak, *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki kraju i przedsiębiorstwa. Zagadnienia teoretyczne i metodologiczne*, w: J. Bossak, W. Bieńkowski (red.), *Konkurencyjność gospodarki Polski w dobie integracji...*, t. I, s. 50-53; M. Lubiński, *Proces integrowania się ze wspólnotami europejskimi jako czynnik wzrostu międzynarodowej konkurencyjności polskiej gospodarki*, Raporty-Studia nad konkurencyjnością, Instytut Rozwoju i Studiów Strategicznych, Warszawa 1995, s. 37-48.

⁶ J. Misala, B. Ślusarczyk, *Ocena międzynarodowej konkurencyjności czynnikowej Polski w okresie transformacji w świetle wyników badań empirycznych*, w: K. Budzowski, S. Wydymus (red.), *Handel zagraniczny — metody, problemy, tendencje*, Materiały VII Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej, Kraków 1999, s. 71.

- zasoby i wydajność podstawowego czynnika wytwórczego, jakim są ludzie wraz z ich umiejętnościami;
- zasoby i efektywność wykorzystania surowców naturalnych;
- zasoby i efektywność funkcjonującego kapitału rzeczowego;
- zasoby, poziom rozwoju i efektywność wykorzystywania wiedzy technicznej;
- sprawność systemu społeczno-ekonomicznego, włącznie z prowadzoną na bieżąco przez rządy polityką ekonomiczną i możliwościami oddziaływania na tzw. międzynarodowe otoczenie ekonomiczne.

Bardzo duży wpływ na zdolność konkurencyjną gospodarki mają wielkość i jakość zasobów ludzkich danego kraju. Należy przez to rozumieć strukturę wieku, płci, stopień wykształcenia, poziom etyki zawodowej. Ważnym elementem jest też mobilność siły roboczej — pozioma i pionowa oraz stopień jej zorganizowania. Nie mniej istotne są zwyczaje, jak np. etos pracy czy duch przedsiębiorczości.

Wielkość zasobów naturalnych (zarówno w wielkościach bezwzględnych, jak i względnych *per capita*), takich jak: surowce mineralne, klimat, położenie, wielkość i układ naturalny sieci wodnej, ma także duże znaczenie w kształtowaniu międzynarodowej konkurencyjności gospodarki. Jednak zdaniem zwolenników dynamicznej teorii kosztów komparatywnych, budowanie przewagi komparatywnej w oparciu o względną obfitość wyposażenia kraju w czynniki produkcji nie wydaje się słuszne. Odchodzą oni od tradycyjnych przewag komparatywnych, których istotą jest relatywna obfitość czynników produkcji oraz zasobów naturalnych, w stronę kreowanych przez światową politykę ekonomiczną przewag komparatywnych bazujących na różnicach w poziomie technologii i wydajności pracy. Skrajne poglądy głoszą, że względna obfitość bogactw naturalnych, opóźniając lub osłabiając działania kraju obfitującego w te bogactwa na rzecz tworzenia nowych i konkurencyjnych struktur gospodarczych, może być nawet obciążeniem, a nie atutem w walce konkurencyjnej.

W kształtowaniu zdolności konkurencyjnej każdej gospodarki stale rośnie znaczenie odziedziczonej po poprzednich pokoleniach infrastruktury ekonomicznej. System transportowy, komunikacyjny, energetyczny, sieć wodociągowa, system szkolnictwa i ochrony zdrowia oraz stan budownictwa mieszkaniowego — ich wielkość, a przede wszystkim jakość, są naturalnym zapleczem działalności przedsiębiorstw.

Niezwykłe istotną determinantą zdolności konkurencyjnej są zasoby kapitałowe danego kraju. Uwzględnić tu należy zarówno kapitał finansowy — jego wielkość, strukturę, stopień dostępności i koszt uzyskania oraz jakość systemu finansowego (bankowego), czy bogactwo jego oferty produktowej, jak i kapitał rzeczowy oraz produkcyjny. Im większe są zasoby kapitału produkcyjnego, niższy wiek posiadanego majątku, a jego struktura bardziej nowoczesna, tym jego wpływ na zdolność konkurencyjną danej gospodarki będzie większy.

Czynnikami o podstawowym znaczeniu w kształtowaniu międzynarodowej konkurencyjności każdej gospodarki są zasoby technologiczne. Rozwój technolo-

gii zmienił tempo i charakter rozwoju gospodarczego, przyczynił się do powstania nowych struktur konkurencyjnych, a przez to również przewag komparatywnych, w układzie zarówno wewnątrzgałęziowym, jak i międzygałęziowym.

Konkurencyjność gospodarki narodowej bazuje na konkurencyjności przedsiębiorstw, a o tej w coraz większym stopniu decydują czynniki związane z jakością, nowoczesnością i ciągłym ulepszaniem wyrobów, spychając na dalszy plan elementy kosztowo-cenowe. Nabywcy są skłonni zapłacić znacznie wyższą ceną za nowoczesny i niezawodny wyrób. Wraz z dynamicznym rozwojem postępu technicznego skrócił się okres życia produktów. Dlatego w walce konkurencyjnej, szczególnie na arenie międzynarodowej, zwyciężają kraje dysponujące nowoczesnymi technikami i technologiami.

Ogromny wpływ na zdolność konkurencyjną gospodarki ma efektywność wykorzystania zasobów. Wysoka wydajność pracy, relatywnie niskie jednostkowe koszty pracy, niska materiał- i energochłonność produkcji świadczy nie tylko o posiadanej zdolności konkurencyjnej, ale jest szansą na jej utrzymanie w przyszłości. Stopień i sposób wykorzystania posiadanych zasobów produkcyjnych, infrastruktury ekonomicznej oraz miejsce w międzynarodowym podziale pracy zależą od systemu społeczno-gospodarczego i polityki ekonomicznej rządu. System społeczno-gospodarczy decyduje o zasadach tworzenia i podziału dochodu, określa system własności w gospodarce, zakres stosowania narzędzi ekonomicznych, a tym samym intensywność konkurencji na rynku czynników produkcji i rynku produktów. Determinuje kierunki i charakter rozwoju gospodarczego. W kreowaniu warunków i zdolności gospodarki do międzynarodowej konkurencji szczególnie istotne są proinnowacyjność i prorozwojowość polityki ekonomicznej. Proinnowacyjna polityka gospodarcza, polegająca na jej ukierunkowaniu na postęp techniczno-organizacyjny, stwarzaniu podmiotom gospodarczym dogodnych warunków do ciągłego poszukiwania i wykorzystywania w praktyce wyników badań naukowych, nowych koncepcji i wynalazków, staje się w obecnej fazie rozwoju konkurencyjności imperatywem. Prorozwojowość polityki gospodarczej wyraża się natomiast w jej ukierunkowaniu na zapewnienie trwałego i efektywnego rozwoju gospodarki.

Możliwość oddziaływania na międzynarodowe otoczenie ekonomiczne posiadają wyłącznie kraje o dużym potencjale gospodarczym oraz kraje posiadające pozycję quasi-monopolisty w określonej dziedzinie produkcji lub usług. Znaczenie tego czynnika w kształtowaniu zdolności konkurencyjnej gospodarki zależy od⁷:

⁷ Charakterystyka determinant międzynarodowej konkurencyjności gospodarki na podstawie: E. Bombińska, *Czynniki określające międzynarodową konkurencyjność gospodarki narodowej*, w: K. Budzowski, S. Wydymus (red.), *Zagadnienia handlu zagranicznego*, Materiały VI Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej, Kraków 1998, s. 170-173; W. Bienkowski, P. Sadza, *Rola instytucji w poprawie konkurencyjności gospodarki – zadania dla rządu*, w: H. Podedworny, J. Grabowiecki, H. Wnorowski (red.), *Konkurencyjność gospodarki polskiej a rola państwa przed akcesją do Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2000, s. 59.

- udziału danego kraju w handlu światowym — wysoki udział oznacza większą zależność zagranicznych partnerów, a tym samym większe możliwości uzyskania lepszych warunków działania dla własnych producentów;
- wielkości i potencjału rozwojowego krajowego rynku — duży i chłonny rynek krajowy przyciąga kapitał produkcyjny, któremu często towarzyszy napływ nowych technologii, nowatorskich technik zarządzania oraz ożywienie walki konkurencyjnej z krajowymi producentami, co przyspiesza obniżkę kosztów i wprowadzanie postępu technicznego;
- roli waluty kraju w systemie rozliczeń i płatności międzynarodowych — waluta kraju dominującego pełniąc rolę waluty światowej umożliwia mu finansowanie swego rozwoju (a zatem poprawę zdolności konkurencyjnej) w stopniu większym niż wynikałoby to z jego wewnętrznych relacji bilansowych, a przy tym koszt tego finansowania jest ponoszony przez inny kraj;
- pozycji i roli kraju w międzynarodowym życiu politycznym.

Teoria przewag konkurencyjnych M. E. Portera

W ostatnich latach największe uznanie zyskała teoria tzw. *czworoboku narodowych przewag konkurencyjnych* M. E. Portera⁸. Koncepcja ta zakłada występowanie czterech grup atrybutów (cech jakościowych) danego kraju, które determinują otoczenie działalności firm krajowych. Są to:

- a) uwarunkowania czynnikowe,
- b) uwarunkowania popytowe,
- c) branże pokrewne i wspierające,
- d) strategia, struktura i rywalizacja wewnątrzkrajowa.

Czynniki te tworzą tzw. *właściwy diament przewagi konkurencyjnej Portera*. Istotne jest nie tyle oddziaływanie każdego z nich z osobna, ile wypadkowa ich łącznego oddziaływania, traktować je należy jako system. Determinanty przewag konkurencyjnych mogą się wzajemnie wspomagać lub też osłabiać. Optymalna sytuacja ma miejsce, gdy konkurencyjność międzynarodowa jest określana przez wszystkie czynniki łącznie, ale przewagi konkurencyjne mogą wynikać także z działania tylko jednego lub dwóch czynników⁹. Wówczas jednak trudno jest taką przewagę utrzymać.

Według M. Portera czynniki produkcji, w ujęciu klasycznej teorii kosztów komparatywnych, odgrywają coraz mniejszą rolę w kształtowaniu przewag komparatywnych. Postępujące procesy globalizacji osłabiły bowiem znaczenie dostępności określonych czynników w danym miejscu. Zasoby ludzkie, kapitał i wiedza charakteryzują się obecnie znaczną mobilnością, a więc mogą być przesuwane między krajami. M. Porter twierdzi, że liczba czynników produkcji, które w danym

⁸ M. E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, „Harvard Business Review” march-april 1990, s. 77; M. E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, New York 1990.

⁹ E. Bombińska, *Czynniki określające międzynarodową konkurencyjność...*, s. 175-176.

momencie znajdują się w posiadaniu jakiegoś kraju ma mniejsze znaczenie niż tempo i efektywność, z jaką są one tworzone przez przemysł tego kraju¹⁰. W tworzeniu przewag konkurencyjnych coraz większe znaczenie mają czynniki kreowane przez dany kraj, np. przez system edukacji czy wspieranie badań. Zajmują one miejsce tradycyjnych, dziedziczonych (nabytych) czynników produkcji, takich jak zasoby naturalne czy nisko wykwalifikowana siła robocza. Za najważniejsze M. Porter przyjmuje czynniki, które wymagają ciągłych i znaczących inwestycji oraz są wyspecjalizowane, tzn. dostosowane do potrzeb poszczególnych przemysłów¹¹. Dowodzi, że brak określonych czynników produkcji na drodze zachęcania do innowacji i poszukiwania możliwości wykorzystania innych zasobów może przyczynić się do wzrostu konkurencyjności gospodarki.

Struktura i charakter popytu krajowego determinują sposób, w jaki firmy dostosowują się do potrzeb nabywców. Kraje uzyskują przewagę konkurencyjną w tych branżach, w których istnieją wyraźne i w miarę wczesne sygnały dotyczące kształtowania się przyszłych kierunków rozwoju rynku¹². Sygnały takie skłaniają do większej innowacyjności i osiągania przewagi nad zagranicznymi rywalami.

Istnienie branż pokrewnych i wspierających się gwarantuje dopływ innowacji od dostawców, a także zapewnia efektywną podaż podzespołów. Konkurencyjni dostawcy umożliwiają zaopatrzenie w sposób najszybszy, najefektywniejszy, niezawodny, a często również preferencyjny. Znaczne korzyści wynikają z współpracy z przemysłami zaopatrującymi oraz z lokalizacji. Dostawcy i końcowi użytkownicy zlokalizowani blisko siebie (zarówno w sensie geograficznym, jak i kulturowym) mogą korzystać z krótkich kanałów komunikacji, ciągłego i szybkiego przepływu informacji, jak również z bieżącej wymiany idei i innowacji. Dzięki temu przedsiębiorstwa wspólnie mogą podejmować wysiłki w celu poprawy jakości i technologii produkcji, co stymuluje procesy innowacyjne¹³.

Czwartą determinantą przewagi konkurencyjnej kraju są warunki tworzenia, organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem, a także charakter rywalizacji na rynku krajowym. Decydując o tym, na jakich zasadach firmy są tworzone i organizowane oraz jakie stosuje się style zarządzania i metody rywalizacji, określają one w znacznym stopniu sposób, w jaki przedsiębiorstwa prowadzą działalność na rynku krajowym¹⁴.

Koncepcja diamentu M. Portera nie wyjaśnia w pełni źródeł uzyskania przez dany kraj przewagi konkurencyjnej, wymaga jeszcze uwzględnienia dwóch dodatkowych czynników. Rozważania M. Portera uzupełnił J. H. Dunning, a kompletna *teoria rozwiniętego diamentu Portera* wskazuje na następujące determinanty konkurencyjności¹⁵:

¹⁰ A. Hajdukiewicz, *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki narodowej i jej determinanty*, „Zeszyty Naukowe AE w Krakowie” nr 556, Kraków 2001, s. 10.

¹¹ Ibidem, s. 10.

¹² E. Bombińska, *Czynniki określające międzynarodową konkurencyjność...*, s. 176.

¹³ A. Hajdukiewicz, *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki...*, s. 11.

¹⁴ Ibidem, s. 11.

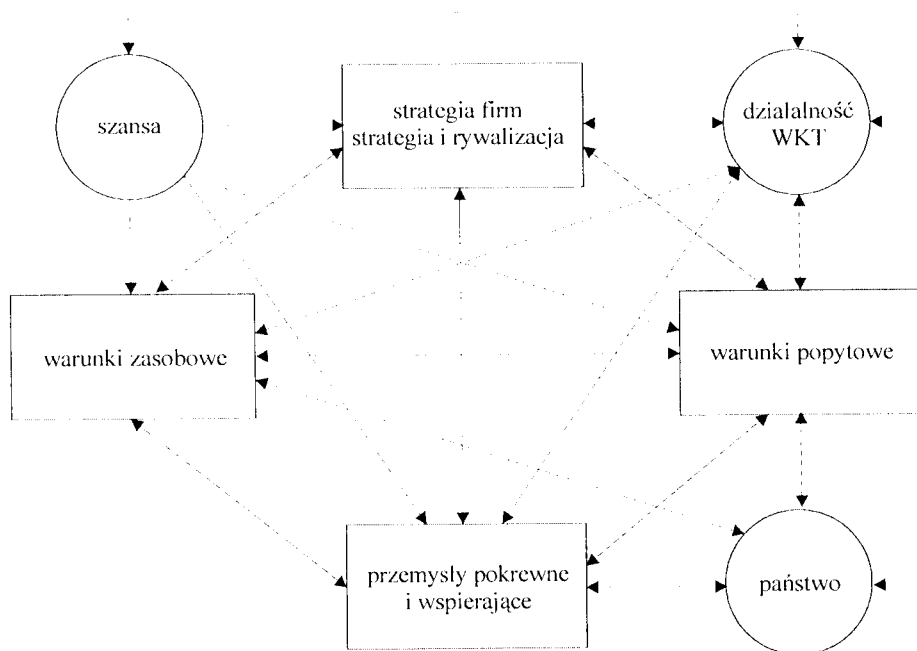
¹⁵ J. Misala, B. Ślusarczyk, *Ocena międzynarodowej konkurencyjności czynnikowej Polski...*, s. 71-72.

- wyposażenie w czynniki wytwórcze;
- kształtowanie się rozmiarów i struktury popytu (warunki popytowe);
- politykę gospodarczą państwa, która może mniej lub bardziej sprzyjać podnoszeniu poziomu konkurencyjności;
 - mniej lub bardziej sprzyjający zbieg okoliczności wewnętrznych i zewnętrznych, np. odkrycia, wynalazki, przełomy technologiczne, nagłe, duże zmiany popytu na rynkach zagranicznych;
 - transnarodową działalność gospodarczą WKT, tj. wielkich korporacji zagranicznych funkcjonujących na terenie danego kraju oraz krajowych poza jego granicami;
 - powiązania między różnymi gałęziami przemysłu.

Znaczenie poszczególnych czynników, siła ich oddziaływania oraz konfiguracja zmieniają się w czasie. Istotę rozważań M. Portera i J. Dunninga przedstawia wykres 1.

Wykres 1

Determinanty konkurencyjności krajów (narodów) według M. E. Portera
z uwzględnieniem uwag J. H. Dunninga



Źródło: J. Misala, B. Ślusarczyk, *Ocena międzynarodowej konkurencyjności czynnikowej Polski w okresie transformacji w świetle wyników badań empirycznych*, w: K. Budzowski, S. Wydymus (red.), *Handel zagraniczny — metody, problemy, tendencje*, Materiały VII Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej, Kraków 1999, s. 73, za: J. H. Dunning, *The competitive advantage of countries and the activities of transnational corporations*, „Transnational corporations” vol. 1, 1992, s. 140.

Z koncepcją M. Portera spójny jest podział czynników konkurencyjności opracowany przez Abernathy'ego, Clarka i Kantow. Dzielią oni determinanty konkurencyjności międzynarodowej z jednej strony na tzw. czynniki twarde oraz miękkie, z drugiej natomiast na czynniki makro- i mikroekonomiczne (tabela 1). Czynniki twarde oddziałują na kształtowanie się produktywności. Mówiąc o czynnikach miękkich, chodzi przede wszystkim o umiejętności realizacji wyznaczonej strategii przez właściwe zarządzanie. W ciągu ostatnich lat obserwujemy na światowych rynkach ewolucję od twardych do miękkich wyznaczników konkurencyjności.

Tabela 1

Podstawowe czynniki determinujące zdolność konkurencyjną gospodarki narodowej

Czynniki	Makroekonomiczne	Mikroekonomiczne
Twarde	Polityka ekonomiczna rządu Polityka przemysłowa, monetarna i fiskalna, podatki, rynki kapitałowe	Zdolność produkcyjna Wyposażenie zakładów i instytucji
Miękkie	Otoczenie społeczno-ekonomiczne Etyka pracy, regulacje prawne, system edukacyjny	Zarządzanie przedsiębiorstwem Strategia firm, konkurencyjność pozacenowa, promocja, marketing

Źródło: E. Bombińska, *Czynniki określające międzynarodową konkurencyjność gospodarki międzynarodowej*, w: K. Budzowski, S. Wydymus (red.), *Zagadnienia handlu zagranicznego*, Materiały VI Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej, Kraków 1998, s. 175, za: W. D. Abernathy, W. B. Clark, A. M. Kantow, *The new industrial competition*, „Harvard Business Review” september-october 1981.

Zakończenie

Jak wynika z zaprezentowanych koncepcji, międzynarodowa konkurencyjność gospodarki jako zjawisko wielopłaszczyznowe i dynamiczne jest kształtowana przez zespół wielu różnorodnych czynników. Autorzy klasyfikacji determinant warunkujących osiągnięcie przez dany kraj przewagi konkurencyjnej nie tylko prezentują zróżnicowane podejście do problemu. Różnią się też w opiniach na temat roli poszczególnych czynników i tego, które z nich z największą siłą i w największym stopniu decydują o osiągnięciu sukcesu na rynkach międzynarodowych. Analizując ich rozważania, można jednak dostrzec pewien punkt wspólny. Są oni zgodni co do tego, że obecnie konkurencyjność nie ogranicza się jedynie do rywalizacji cenowo-kosztowej. Znacznie większą rolę zaczynają odgrywać elementy jakościowe związane z podnoszeniem jakości produktów, dodawaniem do nich nowych cech, doskonaleniem technologii produkcji czy wreszcie zwiększaniem wydajności produkcji. Do postępu tych procesów, a tym samym do uzyskania przewagi konkurencyjnej, w dużym stopniu może przyczynić się sprzyjające otoczenie krajowe i projakościowa polityka rządu.

Wpływ poszczególnych czynników istotnych dla konkurencyjności gospodarek różnych krajów wykazuje duże zróżnicowanie, a także ulega zmianom w cza-

sie. Wraz ze zmianą charakteru konkurencji możemy obserwować ewolucję od twardych do miękkich czynników konkurencyjności, przeniesienie punktu ciężkości z tradycyjnych czynników produkcji na unikatowe, wykreowane przez człowieka. Oznacza to, że współcześnie konkurencyjność nie jest już zarezerwowana tylko dla krajów o bogatym dziedzictwie, dobrze zaopatrzonych w czynniki produkcji. Kraje same kreują przewagę konkurencyjną¹⁶, wdrażając nowe technologie, rozwijając inwestycje, promując edukację, prowadząc politykę pozwalającą podmiotom gospodarczym działać efektywnie. Wszelkie działania ograniczające efektywność przedsiębiorstw prowadzą z kolei do pogarszania zdolności konkurencyjnej gospodarki, a tym samym do ograniczenia krajowego dobrobytu.

Reasumując, z przeprowadzonego przeglądu propozycji ujmowania determinant konkurencyjności wynika, że żaden kraj nie może być konkurencyjny w każdej dziedzinie, a co więcej, konkurencyjność raczej się zdobywa, a nie posiada.

Literatura

- Bieńkowski W., Sadza P., *Rola instytucji w poprawie konkurencyjności gospodarki — zadania dla rządu*, w: H. Podedworny, J. Grabowiecki, H. Wnorowski (red.), *Konkurencyjność gospodarki polskiej a rola państwa przed akcesją do Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2000.
- Bombińska E., *Czynniki określające międzynarodową konkurencyjność gospodarki narodowej*, w: K. Budzowski, S. Wydymus (red.), *Zagadnienia handlu zagranicznego*, Materiały VI Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej, Kraków 1998.
- Bossak J., *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki kraju i przedsiębiorstwa. Zagadnienia teoretyczne i metodologiczne*, w: J. Bossak, W. Bieńkowski (red.), *Konkurencyjność gospodarki Polski w dobie integracji z Unią Europejską i globalizacji*, t. I, Materiały konferencyjne, Instytut Gospodarki Światowej, Kolegium Gospodarki Światowej SGH, Warszawa 2000.
- Hajdukiewicz A., *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki narodowej i jej determinanty*, „Zeszyty Naukowe AE w Krakowie” Nr 556, Kraków 2001.
- Lubiński M., *Proces integrowania się ze Wspólnotami Europejskimi jako czynnik wzrostu międzynarodowej konkurencyjności polskiej gospodarki*, Raporty-Studia nad konkurencyjnością, Instytut Rozwoju i Studiów Strategicznych, Warszawa 1995.
- Misala J., *Istota i mierniki międzynarodowej konkurencyjności gospodarki w świetle teorii wymiany międzynarodowej*, w: J. Bossak, W. Bieńkowski (red.), *Konkurencyjność gospodarki Polski w dobie integracji z Unią Europejską i globalizacji*, t. I, Materiały konferencyjne, Instytut Gospodarki Światowej, Kolegium Gospodarki Światowej SGH, Warszawa 2000.
- Misala J., Ślusarczyk B., *Ocena międzynarodowej konkurencyjności czynnikowej Polski w okresie transformacji w świetle wyników badań empirycznych*, w: K. Budzowski, S. Wydymus (red.), *Handel zagraniczny — metody, problemy, tendencje*, Materiały VII Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej, cz. I, Kraków 1999.
- Porter M. E., *A Competitive Advantage of Nations*, „Harvard Business Review” march-april 1990.

¹⁶ A. Hajdukiewicz, *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki...*, s. 16.

Porter M. E., *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, New York 1990.

Zielińska-Głębocka A., *Podstawowe koncepcje i determinanty konkurencyjności*, w: A. Zielińska-Głębocka (red.), *Konkurencyjność przemysłowa Polski w procesie integracji z Unią Europejską. Teoria, praktyka, polityka*, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2000.

Zielińska-Głębocka A., *Wprowadzenie do ekonomii międzynarodowej. Teoria handlu i polityki handlowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1997.

Determinanty konkurencyjności międzynarodowej

Streszczenie

Konkurencyjność, czy to w skali mikro- czy makroekonomicznej, nabiera dziś kluczowego znaczenia dla rozwoju gospodarczego każdego kraju. Zwiększenie poziomu międzynarodowej konkurencyjności gospodarki jest współcześnie jednym z najważniejszych wyzwań rozwojowych dla wielu krajów. Niniejszy artykuł dokonuje szerokiego przeglądu i próby syntezy funkcjonujących klasyfikacji determinant konkurencyjności. Z olbrzymiej różnorodności propozycji ujmowania determinant konkurencyjności wylania się punkt wspólny rozważań. Obecnie konkurencyjność nie ogranicza się jedynie do rywalizacji cenowo-kosztowej. Znacznie większą rolę zaczynają odgrywać elementy jakościowe. Wraz ze zmianą charakteru konkurencji obserwować można ewolucję od twardych do miękkich czynników konkurencyjności oraz przeniesienie punktu ciężkości z tradycyjnych czynników produkcji na unikatowe, wykreowane przez człowieka.

The determinants of international competitiveness

Summary

Competitiveness, both on the micro-and the macroeconomic scale, grow in key importance for the economic progress each country. The increase of economy international competitiveness level is at present one of the most important developmental challenges for many countries. This paper shows and synthesizes existing classifications of the competitiveness determinants. From the great variety of these classifications one common point of the considerations is emerging. Nowadays, competitiveness isn't restricted only to the competition in prices and costs. The quality factors are much more important. In parallel with changing of the competitiveness character evolution from the hard competitiveness determinants to the soft ones is observed. It is also worth stressing that unique production factors, created by human, are being taken into account much more than traditional ones.

MAŁGORZATA DOMITER

Miejsce handlu zagranicznego w praktyce gospodarczej

Handel zagraniczny jako czynnik wzrostu gospodarczego

W doktrynie ekonomicznej i praktyce gospodarczej wyróżnia się cztery kierunki oddziaływania handlu zagranicznego na gospodarkę kraju:

I. Wpływ na zmianę rzeczowej struktury dochodu narodowego.

II. Wpływ na poprawę efektywności gospodarowania poprzez wybór kierunków specjalizacji międzynarodowej.

III. Wpływ na rozmiary i dynamikę dochodu narodowego za pośrednictwem salda bilansu handlowego.

IV. Wpływ na rozmiary i dynamikę dochodu narodowego poprzez oddziaływanie na wielkość całkowitego popytu¹.

Korzyści z transformacyjnej funkcji handlu zagranicznego można rozpatrywać zarówno z punktu widzenia jej wpływu na **zmiany struktury wytwarzanych dóbr inwestycyjnych, jak i konsumpcyjnych**. Za pomocą wymiany zagranicznej można lepiej przystosować dochód narodowy wytworzony do potrzeb akumulacji wewnętrznej. Handel zagraniczny zmienia strukturę wytwarzanych dóbr i przez to przyczynia się do lepszego zaspokojenia potrzeb. Import wyrównuje lukę popytową nie tylko w towarach nie wytwarzanych w danym kraju, ale także cechujących się sezonowością lub o zindywidualizowanych cechach. Działanie to dodatkowo wpływa na poziom cen wewnętrznych.

Transformacyjną funkcję importu i eksportu ilustruje tzw. zależność importowa, czyli stosunek wolumenu importu dóbr pierwotnych lub przetworzonych do ich całkowitego rocznego zużycia produkcyjnego bądź konsumpcyjnego w danym kraju. Na podstawie tej zależności można wnioskować o stopniu oddziaływania obrotów handlowych z zagranicą na zmianę rzeczowej struktury dochodu

¹ H. G. Johnson, *International Trade and Economic Growth*, London 1958, rozdz. V, VI; R. F. Harrod, *Towards a Dynamic Economics*, London 1956, rozdz. III; I. J. Soldaczuk, *Handel międzynarodowy a rozwój gospodarczy w socjalizmie*, PWN, Warszawa 1970, s. 34-103; P. Bożyk, *Wymiana zagraniczna a dochód narodowy*, PWN, Warszawa 1980, s. 249-258; H. Nakonieczna-Kisiel, *Handel zagraniczny jako bariera wzrostu gospodarczego. Geneza. Konsekwencje. Przewyciężenia*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 1996, s. 10.

narodowego wytworzonego w kraju oraz na zmianę struktury jego podziału². Oddziaływanie na właściwą strukturę podziału dochodu narodowego przystosowuje go również do lepszego zaspokojenia produkcyjnych i konsumpcyjnych potrzeb społeczeństwa. W efekcie wpływa także na **poprawę efektywności gospodarowania**. W tym kontekście nie jest obojętne, jakimi towarami zostaną pokryte produkcyjne i konsumpcyjne potrzeby kraju w zakresie niezbędnego importu. Traktując eksport jako źródło finansowania zakupu tych dóbr nie można być obojętnym na to co się wywozi. Nie można również forsować eksportu za wszelką cenę, gdyż grozi to efektem wywozu bogactwa narodowego bez przełożenia na odpowiednią opłacalność tego wywozu³. Nadmierny wywóz dóbr o niskiej użyteczności dla kupujących skutkuje koniecznością obniżki ceny. Kraj zamiast pozyskać odpowiednią ilość dewiz dla niezbędnych zakupów importowych dąży do luki dewizowej (deficytu bilansu handlowego i płatniczego), której efektem są niezbędne ograniczenia importowe, a co za tym idzie, spadek tempa i rozmiarów dochodu narodowego. W tym kontekście handel zagraniczny staje się barierą wzrostu gospodarczego⁴.

Korzystanie z wpływu handlu zagranicznego na wzrost gospodarczy poprzez transformację rzeczowej struktury dochodu narodowego związane jest z nierównowagą bilansu handlowego. Deficyt handlowy finansuje bowiem wzrost gospodarczy lub jego przyspieszenie. Gdy bilans handlowy z zagranicą jest ujemny, to pojawia się dodatkowe źródło lub przedmiot finansowania, pochodzące z oszczędności zagranicznych, czyli z nadwyżki importu nad eksportem. Mianem oszczędności zagranicznych określa się oszczędności nagromadzone przez inne kraje, przewyższające ich potrzeby rozwojowe i konsumpcyjne. Oszczędności te są udostępniane innym krajom jako zewnętrzne źródła finansowania ich wzrostu gospodarczego. Najczęściej są to środki pieniężne w postaci różnych form kredytów⁵. Zewnętrznymi źródłami finansowania ujemnego salda bilansu handlowego mogą być również zagraniczne inwestycje bezpośrednie i zagraniczna pomoc gospodarcza⁶.

Dzięki nadwyżce importu nad eksportem handel zagraniczny pozwala krajom o niedostatku oszczędności własnych pokonać barierę akumulacji. Dopływ zagranicznych środków finansowania rozwoju uzupełnia niedobór dewiz w tych krajach. W zależności bowiem od formy importu kapitału netto bezpośrednio rosną zasoby dewiz bądź bardziej są oszczędzane dewizy własne⁷. Zwiększenie ogólnych zasobów zagranicznych środków płatniczych następuje wówczas, gdy kraj importuje kapitał netto głównie w formie kredytów. O oszczędności dewiz można

² H. Nakonieczna-Kisiel, *Handel zagraniczny...*, s. 14.

³ W. Rydygier, *Handel zagraniczny jako czynnik rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1973, s. 48.

⁴ H. Nakonieczna-Kisiel, *Handel zagraniczny...*, s. 18.

⁵ I. J. Soldaczuk, Z. Kamecki, P. Bożyk, *Międzynarodowe stosunki ekonomiczne. Teoria i polityka*, PWE, Warszawa 1987, s. 141-142.

⁶ M. Gulcz, *Kraje rozwijające się a zewnętrzne środki finansowania rozwoju*, PWE, Warszawa 1988, s. 9-19.

⁷ Ibidem, s. 31.

mówić w przypadku dopływu zagranicznej pomocy gospodarczej i zagranicznych inwestycji bezpośrednich.

Oprócz korzyści z napływu kapitału zagranicznego pojawiają się także dla kraju przyjmującego ten kapitał określone koszty:

1. Pojawia się uzależnienie do zagranicy. Zarówno kredyty zagraniczne, jak i zagraniczne inwestycje zagraniczne ograniczają suwerenność ekonomiczną beneficjentów i krajów goszczących.

2. Konieczność obsługi kredytu. Wszelkie zakłócenia w obsłudze płatności oznaczają kryzy płynności.

3. Konieczność transferu zysków. Obciążenie to jest wówczas istotne dla bilansu kraju goszczącego, gdy przedsiębiorstwo zagraniczne pracuje na rynek wewnętrzny, a nie na eksport.

4. Zniekształcający wpływ na strukturę produkcji i inwestowania. Związane jest to ze zwiększeniem dysproporcji w warunkach gospodarowania między gałęziami korzystającymi z zewnętrznych źródeł finansowania a resztą gospodarki.

5. Zwiększenie wpływu gospodarki światowej na sytuację w kraju. Wzrost udziału handlu zagranicznego w dochodzie narodowym powoduje, że takie zjawiska, jak inflacja, recesja, zakłócenia na rynkach walutowych i finansowych, łatwiej przenikają do kraju dłużnika i mają większy wpływ na jego warunki gospodarowania⁸.

Efektywność gospodarowania jako efekt specjalizacji międzynarodowej

Wykorzystanie handlu zagranicznego jako narzędzia transformacji rzeczowej struktury dochodu narodowego staje się podstawą do wyboru kierunków specjalizacji międzynarodowej. Wyborom tym powinny być podporządkowane zasadnicze założenia. Przede wszystkim przyjęty kierunek rozwoju, finansowany zasobami zewnętrznymi powinien być bardziej zorientowany proeksportowo niż proimportowo. Dzięki temu:

– nie będą powstawały napięcia w bilansie handlowym i płatniczym, gdyż przy danej sumie napływu kapitałów zagranicznych i szybszym od nich wzroście eksportu obciążenie bilansu obrotów bieżących kosztami ich obsługi ulega relatywnemu zmniejszeniu,

– rozwój produkcji ukierunkowanej na specjalizację eksportową, to źródło wielu korzyści, których sumą jest wzrost efektywności gospodarowania.

Handel zagraniczny umożliwia wybór specjalizacji międzynarodowej, ponieważ zarówno import, jak i eksport weryfikują poziom kosztów produkcji. Jeżeli są one relatywnie niskie w porównaniu z poziomem cen światowych, to ceny wyrobów oferowanych przez dany kraj na rynku międzynarodowym są konkurencyjne, natomiast ceny dóbr importowanych — niekonkurencyjne. Skutkiem roz-

⁸ H. Nakonieczna-Kisiel, *Handel zagraniczny*..., s. 24.

wijania wymiany z zagranicą, zgodnie z zasadą korzyści komparatywnych, jest nie tylko zmniejszenie społecznych kosztów rozwoju, ale także wzrost wrażliwości gospodarki na koniunkturę rynku światowego. W celu możliwie jak największego zmniejszenia tych kosztów kraj powinien dążyć do większej dywersyfikacji produkcji i eksportu. Wąska specjalizacja w obu tych dziedzinach, charakterystyczna dla państw surowcowo-rolnych, uzależnia je od zakupów ich wyrobów przez inne kraje i jednocześnie od importu z innych państw. Dodatkowo, takie wąskie wyspecjalizowanie się usztywnia produkcję, eksport i import, co w efekcie uniemożliwia szybkie przestawienie się na produkcję alternatywną. Wpływa to niekorzystnie na kształtowanie się *terms of trade*. Za większą dywersyfikacją eksportu i produkcji przemawiają również względy techniczne, np. szybsze i pewniejsze pozyskiwanie wpływów, jak w przypadku posiadania tylko jednego lub niewielu odbiorców. Ogromne znaczenie ma też możliwość pozyskania kredytów importowych, w sytuacji gdy kraj ma trwały związek z wieloma kontrahentami zagranicznymi. Dodatkowo pozwala to prowadzić racjonalną politykę kredytową⁹.

Kraj powinien tak kształtować swoją produkcję i wymianę z zagranicą, aby *połączyć wszechstronny rozwój z dostatecznym stopniem specjalizacji i skalą produkcji*¹⁰. Biorąc za wzór kraje wysoko rozwinięte lub nowo uprzemysłowione kraje Trzeciego Świata, można zaryzykować tezę, że najlepszym rozwiązaniem jest wykorzystanie handlu zagranicznego w funkcji narzędzia wyboru specjalizacji międzynarodowej. W praktyce powinno to polegać na ekspansji eksportowej, będącej motorem wzrostu lub mówiąc inaczej na rozwoju kierowanym przez eksport¹¹.

W krajach wysoko rozwiniętych średnia roczna stopa wzrostu eksportu w latach 1960-1990 wyprzedzała dynamikę inwestycji, produkcji przemysłowej, konsumpcji, a nawet najszybciej rozwijającego się w gospodarce sektora usług. Jego dynamika we wzroście gospodarczym była największa w latach 70. Tempo wzrostu eksportu było sześciokrotnie wyższe w stosunku do średniej rocznej dynamiki nakładów inwestycyjnych. Wyraźnie to świadczy o roli eksportu w hamowaniu spadającego w tej grupie tempa wzrostu PKB. Ponadto tak silna ekspansja eksportowa skutecznie chroniła kraje wysoko rozwinięte przed strukturalnymi trudnościami płacniczymi. Obniżenie tego miernika do poziomu 1,39 w latach 80. nie oznaczało, że kraje te zaprzestały rozwoju zorientowanego proeksportowo. Strategia ta została skompensowana efektami w zakresie oszczędności energii i surowców w krajach OECD, co pozwoliło utrzymać im równowagę bilansu obrotów bieżących¹².

W krajach rozwijających się, o niskim dochodzie na jednego mieszkańca, eksport nigdy nie był czynnikiem dominującym w strategii przyspieszonego, przy pomocy napływu kapitałów zagranicznych, wzrostu. Dynamika eksportu była w tych krajach zwykle wyprzedzana przez tempo wzrostu inwestycji lub produk-

⁹ U. Płowiec, *Granice promocji eksportu*, „Rynki Zagraniczne” 15/1993, s. 3.

¹⁰ H. Nakonieczna-Kisiel, *Handel zagraniczny...*, s. 52.

¹¹ D. Rosati, *Polityka proeksportowa*, PWE, Warszawa 1990, s. 18.

¹² H. Nakonieczna-Kisiel, *Handel zagraniczny...*, s. 54.

cji przemysłowej. W efekcie przyjęcia tej strategii rozwoju PKB był wyraźnie obciążany niedoborem dewiz na rachunku obrotów bieżących.

W latach 80. zanotowano bardzo niewielkie przyspieszenie tempa wzrostu eksportu z krajów o niskim poziomie rozwoju, które wynosiło 1,5% w skali roku i spadek eksportu w krajach z grupy o średnim dochodzie — do 3,8% średnio w roku. W tych ostatnich krajach wskaźnik ten utrzymywał się jednak na najwyższym poziomie wśród wszystkich mierników charakteryzujących czynniki wzrostu PKB. Wskazuje to zatem na to, że eksport stał się czynnikiem wiodącym w ich rozwoju. Szansę restrukturyzacji proeksportowej wykorzystały głównie nowo uprzemysłowione kraje azjatyckie i niektóre Ameryki Łacińskiej. Przyjęta reorientacja była następstwem rozwoju specjalizacji w ramach tzw. efektu naśladownictwa, ale opartej na zasadzie kosztów komparatywnych, przede wszystkim dzięki dużej obfitości w tych krajach zasobów pracy, co skutkowało ich taniością¹³.

W krajach o średnim i niskim poziomie dochodu na głowę mieszkańca, rozwój eksportu został wymuszony nie przez wymóg i ewentualne korzyści ze specjalizacji międzynarodowej, ale przez konieczność obsługi zadłużenia zagranicznego. Ponieważ tempo pozyskiwania dewiz na obsługę długu zagranicznego było zbyt małe dla jego sprawnej obsługi, kraje te musiały dodatkowo wprowadzić ograniczenia w zakupach importowych, co dodatkowo hamowało ich wzrost gospodarczy. W efekcie handel zagraniczny przekształcił się z czynnika wzrostu w jego barierę. Kraje te korzystały niemal wyłącznie handlu zagranicznego jako źródła dodatkowych zasobów obcych, finansujących braki środków własnych. Nie troszczyły się przy tym o rozwój eksportu, który gwarantowałby środki na ich spłatę. W efekcie wpadały w coraz większe trudności płatnicze¹⁴.

Strategie rozwoju gospodarczego opartego o handel zagraniczny

Sposoby wykorzystania handlu zagranicznego jako czynnika wzrostu mogą przybierać postać strategii proeksportowej albo antyimportowej. Praktyka gospodarcza dobitnie wskazuje, że strategie te nie są komplementarne.

Strategia antyimportowa polega na tym, że wymiana z zagranicą jest wykorzystywana głównie do rozwoju własnej produkcji konkurującej z importem. Zwolennicy tej koncepcji jako koronny argument za jej stosowaniem podają oszczędność dewiz. Tymczasem szacunki i badania statystyczne wskazują na coś zupełnie przeciwnego. Mianowicie, wyrażony w krajowych zasobach koszt oszczędzania jednostki waluty obcej w wyniku ograniczenia importu jest większy niż analogiczny koszt jej uzyskania przez zwiększenie eksportu¹⁵. Dzieje się tak dlatego, że działanie takie jest absolutnie sprzeczne z teorią kosztów komparatywnych:

¹³ Ibidem, s. 58.

¹⁴ Ibidem, s. 59.

¹⁵ G. Meier, *Export Substitution and Multinational Enterprises, Employment, Income Distribution and Development Strategy*, London 1976, s. 140-142, za: H. Nakoneczna-Kisiel, *Handel zagraniczny...*, s. 247.

– po pierwsze: produkcja antyimportowa zastępuje tylko tańsze źródła zaspokojenia potrzeb droższymi oraz lepsze i nowocześniejsze maszyny i urządzenia — gorszymi;

– po drugie: produkcja antyimportowa jest rozwijana zwykle na małą skalę, ograniczoną przede wszystkim rozmiarami rynku krajowego. Jej wielkość z kolei wyznacza poziom i dynamika popytu wewnętrznego. Bariera granic rynku zbytu nie dotyka produkcji antyimportowej tylko na początku. Natomiast po zaspokojeniu popytu pokrywanego głównie do tej pory przez import, produkcja ta napotka granice popytu, wyznaczone głównie przez tempo wzrostu dochodów realnych. Jeżeli zatem nie będzie możliwości przeprowadzenia odpowiednich korekt w podziale dochodu narodowego, to dynamika popytu wewnętrznego stanie się czynnikiem limitującym skalę produkcji i możliwości obniżenia jednostkowych kosztów produkcji;

– po trzecie: produkcja antyimportowa nie jest dobrym substytutem importu, ze względu na jej niskim poziom techniczny. W efekcie wpływa to hamująco na wzrost zdolności gospodarki do eksportu, zwłaszcza opłacalnego;

– po czwarte: produkcja antyimportowa nie tylko, że nie odciąża bilansu handlowego, ale jeszcze dodatkowo pogłębia jego ujemne saldo. Dzieje się tak dlatego, że produkcja zastępująca import jest mało efektywna i wymaga dodatkowych nakładów inwestycyjnych. Rzuca to na zwiększone zapotrzebowanie na import dóbr zaopatrzeniowych, inwestycyjnych, a nawet konsumpcyjnych. Z drugiej zaś strony absorbuje część ich podaży eksportowej. W rezultacie przywóz wywołany produkcją antyimportową, jest na ogół większy niż ten, który produkcja ta zastępuje;

– po piąte: uruchomiona produkcja antyimportowa, zwłaszcza w krajach znajdujących się na niskim poziomie rozwoju, mimo że jest na niskim poziomie rozwoju i zaawansowania technicznego, jest trudna do zlikwidowania. Dzieje się tak ze względu na opór załóg oraz części administracji związanych ekonomicznie z tą produkcją.

W efekcie kraje stosujące tę strategię rozwoju bardzo szybko napotykać bariery handlu zagranicznego, której efektem jest wzrost zadłużenia zagranicznego.

Powyższych problemów unikają kraje, które realizują politykę proeksportową. W uproszczonym podejściu polityka ta utożsamiana jest z polityką popierania eksportu, głównie przemysłowego. Natomiast dla pełnego oddania jej istoty należy uwzględnić w jej ramach całą gamę przedsięwzięć odnoszących się do całej gospodarki. Generalnie chodzi o to, że prawidłowo skonfigurowana polityka proeksportowa powinna wywierać, co prawda pośredni, wpływ na całą gospodarkę. Dzięki temu doprowadzi się do tego, że handel zagraniczny będzie pozytywnie oddziaływał na wzrost gospodarczy, nie stając się jego barierą. Takie określenie strategii proeksportowej dobrze oddaje intuicyjne wyobrażenie o jej istocie, ale jej przyjęcie rodzi wiele trudności z prawidłowym interpretowaniem celów i środków po-

lityki rozwijania eksportu¹⁶. Utożsamianie strategii proeksportowej tylko z popieraniem eksportu jest mocno uproszczone. Ponadto ma charakter wyłącznie opisowy. Wymaga bowiem ustalenia jakimi środkami i metodami oddziałuje się w ramach polityki handlu zagranicznego na przyspieszenie rozwoju eksportu. Tymczasem strategia proeksportowa, będąca specyficznym rodzajem polityki gospodarczej, jest pojęciem normatywnym. Jej głównym zadaniem jest ustalenie, na czym powinien polegać rozwój eksportu, aby był zgodny z celem gospodarki¹⁷. Musi zatem obejmować również wszystkie dziedziny gospodarowania, których wkład w poprawę miejsca zajmowanego przez dany kraj w międzynarodowym podziale pracy jest niezbędny¹⁸. Działania w ramach tej strategii muszą się też odnosić do importu (dopuszczać tańszy), całej sfery produkcji (ograniczać produkcję o zbyt wysokich kosztach) i konsumpcji (dostosować do możliwości rozwojowych kraju). Przy tak ustalonych założeniach polityki proeksportowej wyraźnie widać, że celem jej nie może być wzrost eksportu za wszelką cenę, ale jedynie eksport opłacalny, który wygeneruje dodatkowy przyrost dochodu narodowego. Kryterium oceny wzrostu eksportu jest tempo rozwoju ekonomicznego, zachowujące jednocześnie równowagę zewnętrzną i wewnętrzną. Działanie kraju w ramach otwarcia się na zagranicę (gospodarka prowymiarowa) musi spełniać zasadę, że otwarcie się na eksport musi być większe niż na import. Zasada ta bowiem ma prowadzić do tego, by zarabiać dewizy, a nie je oszczędzać, gdyż jak wykazano to już wcześniej, polityka oszczędności dewiz prowadzi w gruncie rzeczy do zbyt wysokich kosztów ich posiadania. Ponadto, aby nie doszło do naruszenia równowagi zewnętrznej i wewnętrznej, czyli do pojawienia się bariery handlu zagranicznego, w dłuższym okresie dynamika eksportu powinna wyprzedzać nie tylko tempo wzrostu importu, ale również ogólną dynamikę przyrostu dochodu narodowego¹⁹.

Polityka popierania eksportu nie cieszy się jednak poparciem społeczeństwa. Wynika to z następujących powodów:

1. Wzrost gospodarczy pociągany przez eksport wymaga rezygnacji z mało wydajnych dziedzin wytwórczości. Prowadzi to do licznych bankructw i wzrostu bezrobocia.

2. Popieranie eksportu wiąże się z uruchomieniem specjalnego systemu zachęt dla eksporterów w postaci subsydiów bezpośrednich i pośrednich. Wymaga to ponoszenia określonych wydatków budżetowych, które są finansowane podwyższanymi podatkami albo redukcją wydatków na inne cele.

3. W eksporcie społeczeństwo często widzi zagrożenie dla równowagi na rynku wewnętrznym i uszczuplenie konsumpcji przez wzrost cen.

4. W efekcie wyrzeczenia społeczne w trakcie realizacji strategii proeksportowej są bardzo duże (wzrost cen, podatków, utrata miejsc pracy). Zatem jej po-

¹⁶ D. Rosati, *Polityka proeksportowa*, s. 16.

¹⁷ Ibidem, s. 16.

¹⁸ M. Lubiński, *Polityka handlu zagranicznego Polski*, „Gospodarka Narodowa” 11/1994, s. 13.

¹⁹ D. Rosati, *Polityka proeksportowa*, s. 18-25; H. Nakonieczna-Kisiel, *Handel zagraniczny...*, s. 250-251.

wodzenie w dużej mierze uzależnione jest od czynników zewnętrznych, w tym przede wszystkim popytowych²⁰.

Brak dewiz w gospodarce może uzupełnić konsekwentna polityka proeksportowa. Efekty realizacji tej polityki można jednak zaobserwować dopiero w długim czasie. Przy dużej presji płatniczej kraje musiały decydować się na równoważenie bilansów płatniczych za pomocą działań, których celem było krótkookresowe dostosowanie gospodarki do zmienionych warunków zewnętrznych. Bardzo często były to stabilizujące działania zalecane przez Międzynarodowy Fundusz Walutowy, którego kredytami kraje finansowały deficyty płatnicze²¹.

Zalecane przez MFW zmiany w polityce gospodarczej opierały się na dwóch teoriach bilansu płatniczego: teorii absorpcyjnej i monetarnej.

Zgodnie teorią absorpcyjną deficyt na rachunku bieżącym w bilansie płatniczym można obniżyć albo przez zwiększenie produkcji, albo zmniejszenie absorpcji, czyli wielkości wydatków dokonywanych w gospodarce.

Podejście monetarne łączy natomiast stan salda bilansu płatniczego ze zmianą podaży pieniądza. Zmniejszenie deficytu na rachunku obrotów bieżących zależy od dwóch źródeł podaży pieniądza: zmian w poziomie rezerw walutowych oraz wielkości kredytu krajowego. Z powyższego zatem wynika, że programy dostosowawcze MFW są eklektyczne. Z jednej strony występuje w nich typowy dla teorii monetarnej wymóg stabilizacji rezerw dewizowych — jako zasadniczy cel polityki gospodarczej i towarzyszące mu zalecenia otwarcia gospodarki na wymianę z jednoczesną kontrolą podaży pieniądza — jako podstawowej metody osiągania tego celu. Z drugiej zaś strony, zalecenia programów dostosowawczych są typowe dla teorii absorpcji. Są połączeniem dewaluacji z polityką stabilizacyjną, która ma zmniejszać wydatki i neutralizować skutki dewaluacji. Narzędzia zalecane przez MFW do realizacji powyższych programów są następujące:

- zahamowanie inflacji,
- zamiany zasad polityki kursowej, polegające na odejściu od zróżnicowanych i nadwartościowych kursów pieniądza krajowego w stosunku do walut obcych,
- zmiany zasad polityki stopy procentowej, polegające na podniesieniu nominalnej stopy procentowej do poziomu gwarantującego, że realna stopa procentowa będzie dodatnia,
- liberalizacja polityki gospodarczej, polegająca na ograniczaniu wpływu państwa na tzw. zmienne cenowe oraz obroty handlowe i płatnicze z zagranicą, czyli: odchodzenie od ceł, subsydiów, licencji, reglamentacji dewizowej²².

²⁰ H. Nakonieczna-Kisiel, *Handel zagraniczny*..., s. 252.

²¹ Ibidem, s. 260.

²² B. Jasiński, J. Kulig, K. Stańczak, *Międzynarodowe zadłużenie a skuteczność polityki dostosowawczej*, Kraków 1988, s. 31-38.

Handel zagraniczny jako czynnik stabilizacji koniunktury gospodarczej

Politykę stabilizacji koniunktury określa się jako ogół przedsięwzięć podejmowanych przez organy publiczne, których celem jest dążenie do tworzenia i utrzymania równowagi ogólnogospodarczej. Uzyskuje się to przez przeciwdziałanie lub łagodzenie skutków krótko- i średniookresowych wahań koniunkturalnych. Polityka stabilizacyjna nie ma na celu zapobieganie fluktuacji poszczególnych elementów gospodarki, ale czuwanie, by te zmiany się przeciwważały, a nie wzajemnie wzmacniały²³.

Celami polityki stabilizacji koniunktury są: wysoki poziom zatrudnienia, stały poziom cen, wzrost gospodarczy oraz równowaga zewnętrzna²⁴.

Równowaga zewnętrzna jest osiądana wtedy, gdy stosunki gospodarcze kraju z zagranicą nie wpływają negatywnie na sytuację wewnętrzną. Występuje ona wtedy, gdy saldo wymiany bilansu płatniczego kraju jest równe „0”. Należy pamiętać, że formalnie zrównoważony bilans płatniczy nie zawsze oznacza stabilizację zewnętrzną w sensie ekonomicznym. Np. kiedy chroniczny deficyt bilansu handlowego finansowany jest przez wzrost zadłużenia zagranicznego, to powoduje zwiększenie przyszłego obciążenia bilansu płatniczego obsługą długu. Dlatego o równowadze zewnętrznej w stosunkach z zagranicą można mówić wtedy, gdy obecna struktura bilansu płatniczego daje się utrzymać w długim okresie, nie powodując jednocześnie załamania równowagi zewnętrznej. Właśnie ten warunek spełnia strukturalnie zrównoważony bilans płatniczy. W praktyce dążenie do uzyskania równowagi zewnętrznej nie sprzyja stabilizacji wewnętrznej. Dzieje się tak dlatego, że polityka handlu zagranicznego nakierowana na poprawę bilansu handlowego sprzyja wzrostowi zatrudnienia i PNB, ale przyczynia się jednocześnie do wzrostu przeciętnego poziomu cen. Działania antyinflacyjne (ograniczenie podaży pieniądza) wywołują wzrost stopy procentowej. Na rynku krajowym zmniejsza to popyt konsumpcyjny i inwestycyjny oraz przyczynia się do spadku zatrudnienia i dochodu narodowego. Wzrost stopy procentowej powoduje także napływ krótkoterminowego kapitału finansowego z zagranicy. Proces ten poprawia wprawdzie saldo bilansu obrotów kapitałowych i bilansu płatniczego, jednakże w systemie płynnego kursu walutowego powoduje realną aprecjację pieniądza krajowego, a co za tym idzie — wzrost importu i spadek eksportu. W systemie kursu stałego obrona jego poziomu zmusiłaby bank centralny do interwencji polegającej na zakupie walut obcych. Wywołany tym wzrost podaży pieniądza spowodował-

²³ R. Barczyk, Z. Kowalczyk, *Polityka stabilizacji koniunktury gospodarczej*, AE, Poznań 1994, s. 15.

²⁴ K. Lutkowski, *Stabilizacja gospodarcza*, w: *Encyklopedia biznesu*, Fundacja Innowacja, Warszawa 1995, s. 942.

by efekt odmienny do oczekiwanego. Stały kurs walutowy utrudnia kontrolę podaży pieniądza na rynku²⁵.

Polityka handlu zagranicznego jest w gospodarce rynkowej ważnym instrumentem stabilizacji koniunktury gospodarczej. Stosowanie go wpływa bezpośrednio na kształtowanie się wielkości i struktury obrotów handlowych i kapitałowych — równowaga zewnętrzna. Wpływając na wolumen eksportu i importu, wykorzystywane narzędzia wywierają także pośredni wpływ na poziom zatrudnienia i cen oraz tempo długookresowego wzrostu gospodarczego.

Zależność między cyklem koniunkturalnym a obrotami handlu zagranicznego jest obustronna: cykl koniunkturalny wpływa na kształtowanie się importu i eksportu danego kraju, a zmiany salda i struktury bilansu handlowego determinują koniunkturę gospodarczą w kraju. Cykl koniunkturalny wpływa na handel zagraniczny pośrednio jak i bezpośrednio. Wpływ pośredni przejawia się w zmianach popytu krajowego na kształtowanie się kosztów i cen krajowych, a to z kolei oddziałuje na wielkość i strukturę obrotów z zagranicą. Wzrost cen w okresie ekspansji powoduje spadek eksportu z równoczesnym przyrostem importu. Spadek popytu powoduje obniżenie dynamiki wzrostu cen w okresie recesji, to z kolei wpływa na zwiększenie się eksportu oraz zmniejszenie importu. Siła wpływu omawianych czynników zależy od elastyczności cenowej popytu zagranicznego i krajowego na import. Efekt bezpośredni związany jest z wpływem cyklu koniunkturalnego na wielkość podaży eksportowej w kraju i za granicą. W okresie wzrostu rośnie popyt krajowy, który przy ograniczonych zdolnościach produkcyjnych zmniejsza wielkość podaży eksportowej i wolumen eksportu. Natomiast w okresie recesji mechanizm ten oddziałuje w przeciwnym kierunku. Obniżenie popytu krajowego powoduje wzrost podaży eksportowej²⁶.

Wzajemne oddziaływanie obu efektów przyczynia się do tego, że w czasie ożywienia import rośnie ponad proporcjonalnie w stosunku do PNB i eksportu. Natomiast podczas recesji dynamika wzrostu importu zmniejsza się w mniejszym stopniu niż maleje tempo wzrostu PNB i eksportu. Amplituda wahań importu jest przy tym zazwyczaj znacznie większa aniżeli w przypadku eksportu. W okresie ożywienia gospodarczego występuje tendencja do „pasywizacji” bilansu handlowego, a w okresie recesji — do jego „aktywizacji”.

Literatura

- Barczyk R., Kowalczyk Z., *Polityka stabilizacji koniunktury gospodarczej*, AE, Poznań 1994.
 Bożyk P., *Wymiana zagraniczna a dochód narodowy*, PWN, Warszawa 1980.
 Gulcz M., *Kraje rozwijające się a zewnętrzne środki finansowania rozwoju*, PWE, Warszawa 1988.

²⁵ R. Stefański, *Środki polityki handlu zagranicznego jako narzędzia stabilizacji koniunktury gospodarczej*, AE, Poznań 2000, s. 12-13.

²⁶ Ibidem, s. 38.

- Harrod R. F., *Towards a Dynamic Economics*, London 1956.
- Jasiński B., Kulig J., Stańczak K., *Międzynarodowe zadłużenie a skuteczność polityki dostosowawczej*, Kraków 1988.
- Johnson H. G., *International Trade and Economic Growth*, London 1958.
- Lubiński M., *Polityka handlu zagranicznego Polski*, „Gospodarka Narodowa” nr 11/1994.
- Lutkowski K., *Stabilizacja gospodarcza*, w: *Encyklopedia biznesu*, Fundacja Innowacja, Warszawa 1995.
- Nakoneczna-Kisiel H., *Handel zagraniczny jako bariera wzrostu gospodarczego. Geneza. Konsekwencje. Przewyciężenia*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 1996.
- Płowiec U., *Granice promocji eksportu*, „Rynki Zagraniczne” 15/1993.
- Rosati D., *Polityka proeksportowa*, PWE, Warszawa 1990.
- Rydygier W., *Handel zagraniczny jako czynnik rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1973.
- Soldaczuk I. J., *Handel międzynarodowy a rozwój gospodarczy w socjalizmie*, PWN.
- Soldaczuk I. J., Kamecki Z., Bożyk P., *Międzynarodowe stosunki ekonomiczne. Teoria i polityka*, PWE, Warszawa 1987.
- Stefański R., *Środki polityki handlu zagranicznego jako narzędzia stabilizacji koniunktury gospodarczej*, AE, Poznań 2000.

Miejsce handlu zagranicznego w praktyce gospodarczej

Streszczenie

Transformacyjna funkcja handlu zagranicznego polega na zmianie struktury wytwarzanych dóbr inwestycyjnych i konsumpcyjnych. Funkcję tę opisuje zależność importowa, czyli stosunek wolumenu importu dóbr pierwotnych lub przetworzonych do ich całkowitego rocznego zużycia produkcyjnego lub konsumpcyjnego w danym kraju.

Wykorzystanie handlu zagranicznego jako narzędzia transformacji rzeczowej struktury dochodu narodowego staje się podstawą do wyboru kierunków specjalizacji międzynarodowej. Istotne jest, by przyjęty kierunek rozwoju, finansowany zasobami zewnętrznymi był zorientowany proeksportowo. Dzięki temu nie powstają napięcia w bilansie handlowym i płatniczym. Ponadto rozwój produkcji ukierunkowanej na specjalizację eksportową niesie wiele korzyści, których suma to ogólny wzrost efektywności gospodarowania.

Role of foreign trade in business practice

Summary

Transformative function of foreign lies in the alteration of the structure of investment and consumer goods produced. This function is described by the import ratio, i.e. the ratio of imports of primary and processed goods and their total consumption for production or consumer purposes in a given country.

Taking foreign trade as a tool for the transformation of the structure of national product is becoming a basis for the selection of international specialisation directions. It is vital that the adopted development trend which is financed with external resources be export-oriented. This helps avoid trade and financial balance tensions. Additionally, development of exports-oriented production entails a number of benefits, the sum of which, is a general rise in economic efficiency.

KAMILA WILCZYŃSKA

Infrastruktura warunkiem wzrostu gospodarczego

Wydawałoby się, że stwierdzenie, iż infrastruktura jest warunkiem wzrostu gospodarczego, jest już dawno tezą wyjaśnioną i udowodnioną od strony teoretycznej i nie podlegającą dalszej dyskusji. Jednakże obserwacja codziennego życia gospodarczego, obserwacja podejmowanych i niepodejmowanych decyzji dotyczących inwestycji infrastrukturalnych, zarówno na szczeblu centralnym, jak i na terenie regionów, miast czy gmin, świadczy, że problem rozwoju infrastruktury i jej roli we wzroście gospodarczym jest w dalszym ciągu niedoceniany.

Aktualny stan infrastruktury w Polsce w stosunku do krajów wysoko rozwiniętych gospodarczo jest co najmniej niezadowolający. Zachodnie regiony kraju są już stosunkowo dobrze wyposażone infrastrukturalnie, ale nawet w nich występują istotne braki choćby w infrastrukturze komunalnej, jak np. miejskie oczyszczalnie ścieków, których przepustowość jest za mała w stosunku do istniejących potrzeb. Przypomnijmy tu, że oczyszczalni ścieków z prawdziwego zdarzenia nie mają Warszawa i Łódź. Również poziom cywilizacyjny wsi jest w dalszym ciągu daleki od standardu miejskiego. Nie mamy też autostrad, a sieć naszych dróg i ich jakość nie wszędzie jest wystarczająca. Telefonii komórkowej uzupełnia braki sieci telekomunikacyjnej, ale reelektryfikacja pozostaje pilnym zadaniem. Zróżnicowanie infrastrukturalne kraju jest wynikiem wieloletnich zaniedbań w tej dziedzinie, sięgających jeszcze czasu zaborów XIX wieku i międzywojennego okresu dwudziestolecia. Stan infrastruktury w Polsce dowodzi, że nie była to dotąd dziedzina preferowana przez państwową politykę strukturalną. W czasach PRL uznawana była za nieprodukcyjną, nie dającą przyrostów produkcji. W III RP nie ma na nią środków w budżecie państwa, bo preferowane są wydatki socjalne. Staje więc przed nami pytanie, w jaki sposób należy kształtować rozwój wyposażenia infrastrukturalnego i jaką rolę powinno odgrywać w tym państwo.

Istota infrastruktury

Warunkiem rozwoju nowoczesnej, wydajnej gospodarki rynkowej jest dobrze rozbudowana i sprawnie działająca infrastruktura. Naturalnie infrastrukturę trzeba traktować w kategoriach długookresowych, jako element polityki strukturalnej. Wynika to również z samego pojęcia *infrastruktury*. *Infra* jako przedrostek ozna-

cza w stosunku do rzeczownika lub przymiotnika, który poprzedza „pod”, coś, co znajduje się u podstawy, co jest fundamentem pozostałych elementów omawianej kategorii. *Struktura* jest to pojęcie oznaczające istotne cechy i wzajemne ustosunkowanie części składowych danego układu. Stąd infrastrukturę rozumie się jako podstawowe urządzenia, przedsiębiorstwa i instytucje usługowe, nieodzownie potrzebne do funkcjonowania poszczególnych działów gospodarki, jej struktury. Najogólniej i najpowszechniej za infrastrukturę uważa się ogół urządzeń o charakterze majątkowym, zapewniających świadczonymi przez siebie usługami prawidłowe funkcjonowanie aparatu wytwórczego i usługowego (infrastruktura gospodarcza) oraz odpowiadające przyjętym w danej epoce i środowisku normom warunki życia ludności (infrastruktura społeczna)¹.

Proces powstawania infrastruktury

Różne są sekwencje w procesie powstawania infrastruktury. Infrastruktura bywa kształtowana *ex post* w wyniku odbywających się procesów wzrostu i rozwoju gospodarczego, jako ich niezbędne uzupełnienie, lub też *ex ante* przygotowywana świadomie jako materialna podstawa mająca sprzyjać rozwojowi określonych rodzajów działalności. Bardzo rzadko udaje się zapewnić harmonijny rozwój produkcji i infrastruktury. Jeżeli wyposażenie infrastrukturalne dostosowuje się do rozwoju społeczno-gospodarczego, by zaspokoić rosnące i zmieniające się potrzeby danej gałęzi lub ośrodka, można to uznać za powstawanie infrastruktury *ex post*. Natomiast jeśli podejmuje się inwestycje infrastrukturalne jako tworzenie bazy logistycznej dla rozwoju danego obszaru, to wówczas jest to tworzenie infrastruktury *ex ante*². Następczy rozwój infrastruktury ma wiele minusów z punktu widzenia racjonalnej gospodarki przestrzennej, ponieważ dobudowa infrastruktury okazuje się często niewykonalna lub zbyt kosztowna. Z drugiej strony budowa infrastruktury *ex ante* pociąga za sobą bardzo wysokie nakłady, często trudne do sfinansowania. Zatem nadmierne wyprzedzenie infrastruktury może wpływać na ograniczanie inwestycji bezpośrednio produkcyjnych. W przypadku znacznego deficytu budżetowego przewagę zyskują nakłady infrastrukturalne o charakterze uzupełniającym, często nie zapewniające korzyści skali.

Niewątpliwie na tempo wzrostu gospodarczego wpływa stopień racjonalności decyzji alokacyjnych, uwzględniających infrastrukturę. Z tego punktu widzenia oczywiste jest, że tworzenie infrastruktury *ex post*, niejako wymuszone przez rozwój, z pewnością nie zapewnia rozwiązań optymalnych. Oznacza to w praktyce przedsięwzięcia cząstkowe. Z drugiej strony nadmierne wyprzedzenie infrastrukturalne, jako bardzo kosztowne, może wpływać na ograniczenie wydatków na inne cele.

¹ K. Wilczyńska, *Żródnicowanie przestrzenne niektórych elementów infrastruktury wsi województwa poznańskiego*, „Poznańskie Roczniki Ekonomiczne” t. XXVIII, Poznań 1977, s. 52.

² K. Wilczyńska, *Infrastruktura gospodarcza wsi i rolnictwa — ekonomiczne studium problemu*, „Roczniki Akademii Rolniczej w Poznaniu” z. 132, Poznań 1983, s. 14.

Należy przy tym pamiętać, że infrastruktura nastawiona jest nie tylko na zaspokojenie dzisiejszych potrzeb, lecz także na intensyfikację procesów gospodarczych od niej uzależnionych. Infrastruktura musi więc być obliczona na wyrost, nawet jako inwestycja towarzysząca lub spóźniona. O ile bowiem proces innowacyjno-inwestycyjny w sferze produkcji nigdy nie ustaje, o tyle inwestycje infrastrukturalne znacznie trudniej poddają się rozbudowie ciągłej. Nie można np. w ciągu kilku lat po zbudowaniu sieci wodociągowej pozwolić sobie na wymianę rur o większym przekroju.

Cechą nakładów na inwestycje infrastrukturalne jest ich koncentracja w czasie, co wymaga odpowiedniego planowania wydatków budżetowych lub innych form zdobywania środków. Biorąc pod uwagę wzajemne uwarunkowania produkcyjne, nie ma sensu rozbudowa sieci drogowej czy kolejowej tam, gdzie nie ma równocześnie rozbudowanej sieci energetycznej i wodociągowo-kanalizacyjnej wraz z oczyszczalnią ścieków. Inwestycje infrastrukturalne muszą powstawać w sposób kompleksowy. Budowa urządzeń infrastrukturalnych pociąga za sobą konieczność ponoszenia nakładów na urządzenia komplementarne, uzupełniające. Stanowi to zwykle warunek ich pełnego wykorzystania.

Infrastruktura w gospodarce centralnie zarządzanej

W gospodarce centralnie zarządzanej o charakterze nierynkowym infrastruktura była w zasadzie dopasowywana do potrzeb innych priorytetów rozwoju gospodarczego. Często dobudowywanie wyposażenia infrastrukturalnego trwało nawet dosyć długo. Doskonale pamięta się zamieszkałe już osiedla mieszkaniowe, na których do bloków nie doprowadzono ani chodnika, ani jezdni, nie mówiąc o elementarnej infrastrukturze społecznej, jak żłobek, przedszkole czy szkoła, przychodnia lekarska oraz podstawowe sklepy. Wynikało to choćby z faktu, że infrastruktura w gospodarce centralnie zarządzanej wchodziła zwykle w skład własności państwowej, co powodowało, że czynniki decyzyjne traktowały inwestycje infrastrukturalne jako „resztę”, gorzej niż inwestycje w innych bardziej „produkcyjnych” działach gospodarki³. Wbrew poglądom niektórych autorów, nie były one traktowane na równi z innymi inwestycjami⁴. Gospodarka uważana była jako jedno wielkie wielozakładowe przedsiębiorstwo państwowe, gdzie centrum podejmowało wszystkie decyzje gospodarcze bez uwzględniania mikroekonomicznej efektywności poszczególnych jednostek. Nie było to zresztą możliwe wobec braku dobrego rachunku ekonomicznego.

Infrastruktura w gospodarce centralnie zarządzanej nie odgrywała roli aktywnej i nie było przesłanek do jej wyprzedzającego rozwoju⁵. Gospodarka centralnie zarządzana z racji swej istoty zakładała, że rozwój infrastruktury nie był potrzeb-

³ J. Kornai, *Niedobór w gospodarce*, PWE, Warszawa 1985, s. 308 i n.

⁴ Por. A. Csernok, E. Ehrlich, G. Szilagyi, *A Hundred Years of Infrastructural Development*, „Acta Economica” vol. 9, 1/1972.

⁵ Por. M. Ratajczak, *Infrastruktura w gospodarce rynkowej*, AE, Poznań 1999, s. 164.

ny do ukierunkowania działań jednostek gospodarczych, a ich korzyści nie były brane pod uwagę. Czynniki decyzyjne koncentrowały się na zarządzaniu i rozwiązywaniu bieżących działań, co nie sprzyjało rozwojowi infrastruktury, która wymagała planowania perspektywicznego i wytrwałości w jego realizowaniu. Wyposażenie infrastrukturalne służy przez długi czas, jego eksploatację można liczyć na okres 30-40 lat, a nawet dłużej, a to nie mieściło się w horyzoncie czasowym decyzji podejmowanych w gospodarce scentralizowanej, w istocie bezplanowej i krótkookresowej. Również kapitałochłonność infrastruktury, która oznacza długi okres zwrotu poniesionych nakładów, była czynnikiem wpływającym negatywnie na podejmowanie inwestycji infrastrukturalnych.

Infrastruktura w gospodarce rynkowej

Gospodarka rynkowa akceptuje aktywną rolę państwa w powstawaniu infrastruktury. Warunkiem rozwoju nowoczesnej, wydajnej gospodarki rynkowej jest dobrze rozbudowana i sprawnie działająca infrastruktura gospodarcza. Infrastrukturę gospodarczą należy rozumieć szeroko, a więc nie tylko jako zespół niezbędnych urządzeń i instytucji komunalnych, zapewniających odpowiedni poziom cywilizacyjny warunków życia. Należy do niej również zaliczyć te wszystkie urządzenia i instytucje, które wpływają na poprawę efektywności i jakości produkcji, a zarazem spowodują powstawanie nowych miejsc pracy w mieście i na wsi, nie tyle w procesach typowo produkcyjnych, co przede wszystkim w sferze usług, zwłaszcza infrastrukturalnych. Infrastruktura stanowi równocześnie podstawę dla rozwoju drobnej i średniej wytwórczości, powstającej w wyniku prywatyzacji gospodarki. Wszystko to sprzyja tworzeniu nowych miejsc pracy. Jednakże warunkiem podstawowym dokonywania się tych przemian jest odpowiednie wyposażenie infrastrukturalne małych miast i miejscowości wiejskich. Zatem proces zmian strukturalnych musi mieć oparcie w rozwoju infrastruktury gospodarczej wszędzie tam, gdzie występują jej braki. Znaną jest rzecz, że słabość ekonomiczna poszczególnych regionów czy mniejszych obszarów kraju powoduje ograniczoną funduszy, które mogą być przeznaczone na rozbudowę infrastruktury, a z kolei brak infrastruktury opóźnia ich rozwój gospodarczy i staje się przyczyną ich dalszej degradacji. Zadanie przerwania tego zakłętego kręgu niemożności nabiera w tych warunkach kluczowego znaczenia. Wymaga ono zarówno zmian w strukturze wydatków budżetowych, jak i zmobilizowania choćby szczupłych środków prywatnych.

Transformacja gospodarki polskiej wywołuje cały szereg konsekwencji dla warunków i punktów ciężkości rozwoju infrastruktury gospodarczej. Warto tu znowu przypomnieć, że infrastruktura to sfera przedsięwzięć kapitałochłonnych, nie przynoszących bezpośrednich, wymiernych efektów, ale równocześnie warunkujących zarówno ilościowy, jak i jakościowy rozwój gospodarki kraju. Pojawia się więc szereg nowych pytań związanych ze sposobami finansowania zarówno inwestycji infrastrukturalnych, jak i ich eksploatacji, zwłaszcza w obliczu kosztow-

ności kredytów. Powraca wciąż pytanie o zakres samofinansowania się infrastruktury, o możliwą i dopuszczalną wielkość obciążeń ludności z tego tytułu. Pojawia się pytanie zarówno o rolę państwa w tworzeniu wyposażenia infrastrukturalnego, jak też skalę prywatyzacji inwestycji i urządzeń infrastrukturalnych⁶.

Problemy związane z samym istnieniem infrastruktury gospodarczej na jej obecnym poziomie nabierają szczególnego znaczenia w perspektywie wymagań i potrzeb XXI wieku, a także wchodzenia w struktury Unii Europejskiej. Unia Europejska wyznaczyła nam już określone terminy w nadrabianiu zaległości w wyposażeniu infrastrukturalnym. Wielkość i wielość problemów wskazuje na konieczność przyjęcia odpowiedniej strategii i polityki gospodarczej, a zwłaszcza finansowej w zakresie tworzenia i użytkowania obiektów infrastrukturalnych. Chodzi o to, by przy obecnych możliwościach i środkach obiekty te mogły pełnić rolę stimulatora wzrostu gospodarczego, a przynajmniej nie hamować go „wąskimi gardłami” i nieprzezwyciężonymi barierami.

Jednakże nadrabianie zaległości w wyposażeniu infrastrukturalnym i przystosowywanie go do wymogów Unii Europejskiej będzie wymagało w niedalekiej przyszłości zastosowania przez państwo legislacji wymuszającej powstawanie inwestycji w tym zakresie. Zadaniem legislacji będzie zwłaszcza stawianie warunku sprawnego działania urządzeń infrastrukturalnych przy uruchamianiu nowej produkcji czy innej działalności. Naturalną konsekwencją działań legislacyjnych musi być egzekucja prawa.

Inwestycje infrastrukturalne, w skali regionu czy też poszczególnych miast i gmin, nie poddawały się dotąd — w obliczu zakładania niskiego stopnia odpłatności tych usług — normalnemu rachunkowi efektywności. Nie można też jeszcze dziś operować w stosunku do inwestycji infrastrukturalnych takim pojęciem, jak czas ich zwrotu. Nie ma bowiem jeszcze podstaw do liczenia na pełną odpłatność usług infrastrukturalnych⁷, pokrywającą całkowicie koszty ich eksploatacji i amortyzacji, nie mówiąc o odpowiednim zysku. Nawet gdy zasada ta zostanie przyjęta, liczyć się trzeba będzie z bardzo długim czasem zwrotu poniesionych nakładów.

Jednakże konieczność zwiększenia nakładów na infrastrukturę będzie musiała pociągnąć za sobą również zwiększenie odpłatności za świadczone przez nią usługi, zwłaszcza kiedy będzie się zwiększać jakość świadczonych usług⁸. Wysokość odpłatności usług infrastrukturalnych może być w pewnym zakresie rekompensowana przez stosowanie urządzeń pozwalających ich użytkownikom na uzyskanie oszczędności, jak np. przy wzroście kosztów oczyszczania i uzdatniania wody

⁶ K. Wileczyńska, *Infrastruktura gospodarcza wsi i rolnictwa*, w: A. Czyżewski (red.), *Rozwój rolnictwa i agrobiznesu w skali krajowej i lokalnej*, Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Sielinku, Poznań 1995, s. 137 i n.

⁷ K. Wileczyńska, *Polityka gospodarcza w zakresie eksploatacji i tworzenia infrastruktury na potrzeby gospodarki żywnościowej*, w: A. Czyżewski (red.), *Gospodarka żywnościowa w Polsce i regionie*, PWE, Warszawa 1992, s. 106 i n.

⁸ Por. M. Ratajczak, *Infrastruktura społeczna w warunkach przejścia od gospodarki centralnie zarządzanej do gospodarki rynkowej*, „Gospodarka Narodowa” 12/1995, s. 16 i n.

w wodociągach przez zastosowanie liczników przy jej poborze. Pamiętać przy tym należy, że zbyt wysoki poziom odpłatności np. za użytkowanie autostrady może spowodować skutek odwrotny, polegający na jej omijaniu przez kierowców.

Wspomniane na wstępie zróżnicowanie wyposażenia poszczególnych regionów kraju w elementy infrastrukturalne pogłębiane jest dodatkowo przez dekapitalizację obiektów infrastrukturalnych, wynikające z różnic w poziomie gospodarności. Oznacza to niejednokrotnie konieczność poniesienia w przyszłości znacznych nakładów na samo tylko odtworzenie substancji materialnej tych obiektów. Jest to wynik niezapewnienia nawet reprodukcji prostej, czyli braku elementarnej, bieżącej konserwacji. W konsekwencji dekapitalizacja infrastruktury powoduje nie tylko obniżenie świadczonych usług infrastrukturalnych, ich niską jakość, ale także istotne zmniejszenie się ich zakresu. Równocześnie nie można wykluczyć, że w warunkach rozwiniętego samorządu terytorialnego różnice w wyposażeniu infrastrukturalnym mogą się powiększać, co zresztą będzie efektem regionalnego zróżnicowania poziomu gospodarności.

Rola państwa w tworzeniu infrastruktury

Powstaje z kolei pytanie, jaka ma być rola państwa w tworzeniu infrastruktury. Naturalnym obszarem polityki gospodarczej państwa są przedsięwzięcia o charakterze długofalowym, makroekonomicznym wpływające na sytuację nie jednostek, lecz większych społeczności, przedsięwzięcia wymagające znacznych nakładów, wykraczających poza możliwości pojedynczych przedsiębiorstw. W tej kategorii mieszczą się inwestycje i ponadregionalne przedsięwzięcia infrastrukturalne, mające na celu jakościowe zmiany i poprawę warunków produkcji.

Zgodnie z opinią większości ekonomistów w gospodarce rynkowej ingerencja państwa powinna koncentrować się na długofalowym kształtowaniu warunków gospodarowania. Oznacza to, że odrzucane są doraźne ingerencje państwa w funkcjonowanie mechanizmu rynkowego, które z reguły są bardzo kosztowne, mało efektywne i nie likwidują zakłóceń równowagi rynkowej. Wychodzi się z założenia, że doraźne ingerencje państwa w mechanizm rynkowy naruszają mikroekonomiczne reguły gry i zasadę racjonalnego gospodarowania.

Jak wiadomo jeszcze w XIX wieku niektóre obszary działalności gospodarczej i służb publicznych uznane zostały za naturalną domenę wpływu państwa na ich funkcjonowanie i rozwój. Bardzo wcześnie pojawiło się przekonanie, że państwo powinno wpływać na prawidłową gospodarkę leśną, funkcjonowanie komunikacji i łączności, warunki kształcenia obywateli itd. Jednak jeszcze przed I wojną światową pojawiły się trudności związane z odpowiedzią na pytanie, czy postulaty racjonalnej gospodarki w skali makroekonomicznej lepiej rozwiązuje bezpośrednia gestia i władza państwowa, czyli etatyzm, czy też wpływ państwa na działalność gospodarczą różnych podmiotów wywierany przy pomocy ustaw, przepisów prawnych, polityki podatkowej itd. Powiększony znacznie po II wojnie światowej sektor państwowy w gospodarce krajów zachodnich nie zdał egzaminu, przynosząc

ogromne straty. Na przestrzeni ostatnich 30-40 lat obserwowany jest w większości krajów zachodnich odchodzenie od własności państwowej na rzecz interwencjonizmu nieangażującego państwa w bezpośrednią odpowiedzialność za wyniki gospodarcze poszczególnych gałęzi i przedsiębiorstw.

W literaturze amerykańskiej ogromne inwestycje w gospodarce wodnej, podjęte za prezydentury Roosevelta w ramach „New Deal”, są pojmowane jako przykłady strukturalno-przestrzennej polityki państwa. Oznacza to, że Stanach Zjednoczonych gospodarka infrastrukturalna na niektórych obszarach była traktowana jako naturalny obszar zainteresowania państwa, a nawet przedmiot jego gestii. Państwo odpowiedzialne jest w każdym ustroju za racjonalność gospodarki przestrzennej, za prawidłowe gospodarowanie bogactwami naturalnymi i zasobami przyrody, za tworzenie korzystnych ogólnych warunków gospodarowania. Przedsięwzięcia infrastrukturalne pozostają jednym z nielicznych obszarów, dla których celowe jest opracowywanie długofalowych programów i planów posiadających sankcję państwową lub regionalną. Nie dotyczy to naturalnie przedsięwzięć o charakterze jednostkowym, związanych z konkretnym przedsiębiorstwem. Sankcja państwowa polega tutaj na egzekucji obowiązujących norm i przepisów, np. w zakresie ochrony środowiska.

Regionalne zróżnicowanie wyposażenia infrastrukturalnego, a równocześnie różne możliwości rozwoju poszczególnych regionów wymagają odpowiedniej strategii, co powinno znaleźć swoje odzwierciedlenie w planie przestrzennego zagospodarowania kraju. Działanie te muszą być podejmowane kompleksowo i komplementarnie i znajdować swoje odbicie w programowaniu wydatków budżetowych oraz polityce kredytowej, podatkowej itd.

Większość przedsięwzięć infrastrukturalnych ma charakter sieciowy, z czego wynika konieczność ponoszenia dużych nakładów finansowych, niezależnie od tego, czy są to wydatki budżetowe, czy kredyty zwrotne. Pytanie, kto powinien być sponsorem konkretnych poczynąń inwestycyjnych, musi być jednak rozstrzygnięte. Niewątpliwie dużą część ciężaru finansowego przedsięwzięć infrastrukturalnych będzie zawsze obciążać państwo i jego budżet. Wzrastać będzie jednak rola budżetów regionalnych. Wybudowanie wodociągu wiejskiego leży na ogół w granicach możliwości finansowych społeczności producentów rolnych danej miejscowości wiejskiej. Budowa kanalizacji i oczyszczalni ścieków będzie już wymagała dofinansowania tej inwestycji przez samorząd lokalny lub województwo, ponieważ koszt jej jest kilkakrotnie wyższy niż inwestycje wodociągowe. Natomiast budowa dużego zbiornika retencyjnego, zmieniającego stosunki wodne na dużym obszarze, czy też sieci wysokiego napięcia to już inwestycje strukturalno-przestrzenne, oddziałujące na gospodarkę całego regionu lub nawet kraju. Przedsięwzięcia takie będą obciążać finanse publiczne i wymagać różnorodnych form pomocy finansowej.

Natomiast inne podejście jest wskazane w przypadku powstających czy rozbudowywanych przedsiębiorstw przemysłowych, których lokalizacja w pobliżu bazy surowcowej jest jak najbardziej uzasadniona, a nawet wskazana całym szere-

giem przesłanek ekonomicznych (niskie koszty transportu, zasoby siły roboczej na wsi itd.). W takich sytuacjach należy przyjąć zasadę, że każda inwestycja produkcyjna, jako warunek dopuszczenia do rozruchu, musi posiadać sprawne wyposażenie infrastrukturalne wymagane przepisami wynikającymi z zastosowanych technologii. Tak więc każdy zakład przemysłowy, jak np. mleczarnia, cukrownia, rzeźnia, powinien posiadać oczyszczalnię ścieków, system zagospodarowania odpadów i urządzenia zapewniające nieuciążliwość produkcji dla otoczenia. W skali mikroekonomicznej punkt ciężkości realizacji inwestycji infrastrukturalnych przesunęła się ze sfery budżetowej w sferę legislacji i egzekucji przepisów. Przepisy prawne i administracyjne muszą być w tym zakresie szczególnie precyzyjne i wymuszać przy inwestycjach produkcyjnych wykonanie równocześnie inwestycji infrastrukturalnych. Naturalnie musi za tym podążać konsekwentna egzekucja tych przepisów poprzez organa samorządowe.

Rozwój infrastruktury stał się nie tylko problemem cywilizacyjnym, lecz przede wszystkim ekonomicznym. Nie wolno pochopnie odstępować od realizacji inwestycji infrastrukturalnych lub przesunąć ich na późniejsze okresy pod presją bieżących potrzeb. Skutki takiego postępowania odczuwamy obecnie. Inwestycje infrastrukturalne stają się jednym z czynników rozstrzygających o tempie wzrostu gospodarczego.

Literatura

- Csernok A., Ehrlich E., Szilágyi G., *A Hundred Years of Infrastructural Development*, „Acta Economica” vol. 9, 1/1972.
- Kornai J., *Niedobór w gospodarce*, PWE, Warszawa 1985, s. 308 i n.
- Ratajczak M., *Infrastruktura społeczna w warunkach przejścia od gospodarki centralnie zarządzanej do gospodarki rynkowej*, „Gospodarka Narodowa” 12/1995, s. 16 i n.
- Ratajczak M., *Infrastruktura w gospodarce rynkowej*, AE, Poznań 1999, s. 164.
- Wilczyńska K., *Infrastruktura gospodarcza wsi i rolnictwa — ekonomiczne studium problemu*, „Roczniki Akademii Rolniczej w Poznaniu” z. 132, Poznań 1983, s. 14.
- Wilczyńska K., *Infrastruktura gospodarcza wsi i rolnictwa*, w: A. Czyżewski (red.), *Rozwój rolnictwa i agrobiznesu w skali krajowej i lokalnej*, Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Sielinku, Poznań 1995, s. 137 i n.
- Wilczyńska K., *Polityka gospodarcza w zakresie eksploatacji i tworzenia infrastruktury na potrzeby gospodarki żywnościowej*, w: A. Czyżewski (red.), *Gospodarka żywnościowa w Polsce i regionie*, PWE, Warszawa 1992, s. 106 i n.
- Wilczyńska K., *Zróżnicowanie przestrzenne niektórych elementów infrastruktury wsi województwa poznańskiego*, „Poznańskie Roczniki Ekonomiczne” t. XXVIII, Poznań 1977, s. 52.

Infrastruktura warunkiem wzrostu gospodarczego

Streszczenie

W gospodarce centralnie zarządzanej infrastruktura była niedoceniana, stąd obecne braki w jej wyposażeniu. W gospodarce rynkowej inwestycje infrastrukturalne uważa się za priorytetowe, jako warunek rozwoju gospodarczego. Powstaje pytanie o stopień ingerencji państwa w tworzeniu infrastruktury, o zakres jej finansowania i formy własności. Na te pytania szuka się odpowiedzi.

The infrastructural as prerequisite of the economic growth

Summary

The infrastructural equipment in the centrally administered economy was highly underestimated and neglected. Enormous insufficiency and reduced productivity was consequence. The infra-structural investments in the market economy are considered as substantial prerequisite and condition of the economic growth. The capital intensity of infrastructure requires solution of financing and property problems. The problem of state participation in infrastructural enterprises is also examined.

Zróżnicowanie przestrzenne poziomu rozwoju infrastruktury technicznej w Polsce w przekroju powiatów

Znaczenie infrastruktury wynika z faktu, że stanowi ona podstawę wszelkiej działalności gospodarczej, warunkując jej zakres, strukturę i przestrzenne zróżnicowanie. W związku z tym poziom zagospodarowania infrastrukturalnego decydować może o konkurencyjności bądź niekonkurencyjności regionu, powiatu czy gminy, a więc może rozstrzygać o szansach lub zagrożeniach ich dalszego rozwoju. Jednocześnie infrastruktura stanowi jeden z ważniejszych wyznaczników jakości życia mieszkańców miast i wsi, co ma wpływ na migracje ludności, poziom jej aktywności społecznej¹.

Stan uzbrojenia w infrastrukturę techniczną jest wypadkową wielu czynników, poczynając od gospodarki wodno-ściekowej, komunikacyjnej, telekomunikacyjnej, teleinformatycznej, energetycznej, a skończywszy na gospodarce odpadami. W Polsce poziom rozwoju infrastruktury technicznej jest nadal niewystarczający. Utrzymują się przy tym istotne dysproporcje regionalne pomiędzy rozwojem poszczególnych elementów infrastruktury technicznej i społecznej. Wpływ na taki stan rzeczy miały nie tylko zaszłości natury historycznej — zabory (pruski, austriacki i rosyjski), dwie wojny światowe, ale i wcześniejszy sposób lokowania inwestycji kierowanych głównie w stronę dużych ośrodków miejskich (np. miast na prawach powiatów: Warszawy, Wrocławia, Poznania czy Krakowa).

Celem pracy jest zbadanie stanu infrastruktury technicznej i jej zróżnicowania przestrzennego w przekroju powiatów w Polsce (z wyłączeniem miast na prawach powiatów). Metodą zastosowaną w analizie przestrzennego zróżnicowania powiatów był tzw. pozycyjny miernik rozwoju, którego konstrukcja została oparta na medianie przestrzennej Webera² i medianowym odchyleniu bezwzględnym³.

¹ B. Pięceck, *Infrastrukturalne uwarunkowanie rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich*, w: *Ekonomiczne i społeczne uwarunkowanie i możliwości wielofunkcyjnego rozwoju wsi w Polsce*, SGGW, Warszawa 1997.

² Wyznacza się ją dla wszystkich cech łącznie, biorąc pod uwagę zależność między cechami.

³ J. Lira, W. Wagner, F. Wysocki, *Mediana w zagadnieniach porządkowania obiektów wielocechowych*, w: J. Paradysz (red.), *Statystyka regionalna w służbie samorządu terytorialnego i biznesu*, AE, Poznań 2002, s. 87-99.

Metoda pomiaru zagospodarowania infrastrukturalnego powiatów

Metoda pomiaru poziomu rozwoju infrastruktury technicznej w przekroju powiatów opiera się na ogólnie znanych zasadach konstruowania syntetycznego miernika rozwoju i obejmuje cztery następujące etapy:

etap I — zaproponowanie listy cech diagnostycznych będących wyznacznikami rozwoju infrastruktury technicznej,

etap II — normalizacja wartości cech diagnostycznych,

etap III — konstrukcja syntetycznego miernika poziomu rozwoju infrastruktury technicznej,

etap IV — wyodrębnienie klas typologicznych powiatów ze względu na poziom infrastruktury technicznej i ich opis.

Etap I. Do konstrukcji miernika przyjmuje się cechy, których wybór jest oparty na przesłankach merytorycznych i analizie elementów diagonalnych macierzy odwrotnej do macierzy korelacji R^4 .

Etap II. Głównym celem normalizacji jest ujednolicenie charakteru cech (poprzez przekształcenie destymulant i nominant w stymulanty) oraz sprowadzenie ich wartości do porównywalności, co polega na pozbawieniu ich mian i ujednoliceniu rzędów wielkości. Po przekształceniu destymulant i nominant w stymulanty należy wszystkie cechy znormalizować. W pracy zastosowano normalizację (standaryzację) medianową⁵.

Etap III. Do konstrukcji miernika syntetycznego zastosowano metodę wzorcową Hellwiga w ujęciu pozycyjnym⁶. Im wyższa jest wartość miernika, tym wyższy jest poziom zagospodarowania infrastrukturalnego powiatu. Zatem wyższe wartości miernika świadczą o wysokim, natomiast bliskie 0 — o średnim, a ujemne — o niskim albo bardzo niskim poziomie rozwoju infrastruktury technicznej.

Etap IV. Wyznaczone wartości syntetycznego miernika wykorzystuje się do liniowego porządkowania powiatów oraz na tej podstawie do wyodrębnienia ich klas typologicznych, opierając się np. na analizie różnic w poziomie wartości miernika, obliczonych dla sąsiadujących ze sobą powiatów, które zostały uporządkowane według jego (miernika) malejących wartości.

⁴ Jeżeli cecha jest nadmiernie skorelowana z pozostałymi, to elementy diagonalne macierzy odwrotnej R^{-1} , znacznie przekraczają wartość 10, co jest symptomem złego uwarunkowania numerycznego macierzy R ; za: A. Malina, A. Zeliaś, *Taksonomiczna analiza przestrzennego zróżnicowania jakości życia ludności w Polsce w 1994 roku*, „Przegląd Statystyczny” 1/1997, s. 11-27.

⁵ P. Błaczak, F. Wysocki, *Analiza zróżnicowania jakości życia ludności w przekroju gmin województwa wielkopolskiego*, „Zeszyt Naukowy” 6/2003, Wyższa Szkoła Handlu i Usług w Poznaniu, s. 179-193.

⁶ J. Lira, W. Wagner, F. Wysocki, *Mediana w zagadnieniach porządkowania obiektów...*

Pomiar poziomu rozwoju infrastruktury technicznej w Polsce w przekroju powiatów

W pracy poddano analizie elementy infrastruktury technicznej obejmującej sieć wodociągową, kanalizacyjną i gazową, oczyszczalnie ścieków, telefoniczne łącza główne oraz sieć dróg gminnych i powiatowych. Badanie zróżnicowania infrastruktury technicznej objęło 307 powiatów ziemskich.

Źródłem informacji o poziomie wyposażenia powiatów w infrastrukturę techniczną były dane pochodzące z publikacji: Rocznik Statystyczny Województw (2002) i bazy danych GUS: Bank Danych Regionalnych (2000).

W pierwszym etapie konstrukcji syntetycznego miernika rozwoju infrastruktury technicznej przyjęto sześć cech (wskaźników), których wybór został oparty na przesłankach merytorycznych i analizie elementów diagonalnych macierzy odwrotnej do macierzy korelacji **R**. Są to:

- długość sieci rozdzielczej wodociągowej w km na 100 km² (wodociągi),
- długość sieci rozdzielczej kanalizacyjnej w km na 100 km² (kanalizacja),
- długość sieci rozdzielczej gazowej w km na 100 km² (gaz),
- ludność korzystająca z oczyszczalni ścieków w % ogółu ludności (oczyszczalnie),
- telefoniczne łącza główne (standardowe łącza główne, łącza w dostęпах ISDN, aparaty ogólnodostępne) na 1000 ludności (telefony),
- długość dróg publicznych gminnych i powiatowych o twardej nawierzchni w km na 100 km² (drogi).

Podstawowe charakterystyki liczbowe dotyczące 307 powiatów ziemskich w Polsce podano w tabeli 1.

Z analizy danych zamieszczonych w Roczniku Statystycznym Województw (2002) i w Banku Danych Regionalnych (2000) wynika, że długość sieci wodociągowej na obszarze powiatów ziemskich przekraczała długość kanalizacyjnej. Ponadto sieci te charakteryzowały się dużą zmiennością długości odpowiednio 58 i 89%. Najdłuższą sieć wodociągową miały dwa powiaty województwa śląskiego: wodzisławski (283 km/100 km²) i mikołowski (266,3), ponad 3,5-krotnie dłuższą od średniej dla powiatów ziemskich. Natomiast najkrótszą siecią wodociągową charakteryzowały się powiaty bieszczadzki (9,4 km/100 km²) w województwie podkarpackim i piski (11,8) — w warmińsko-mazurskim. W przypadku sieci kanalizacyjnej — najdłuższa występowała w powiecie łańcuckim (103,2 km/100 km²) w województwie podkarpackim i w pruszkowskim (95,9 — mazowieckie), a najkrótsza — w powiecie sejneńskim (0,9 km/100 km²) w województwie podlaskim oraz w skierniewickim (1,4 — łódzkie).

Najbardziej zróżnicowane były wartości wskaźnika określającego długość sieci gazowej w przeliczeniu na 100 km² (141,6%). Gęstość tej sieci w zbiorowości 307 powiatów ziemskich przyjmowała wartości w granicach od 0 (w 29 powia-

tach, w tym w 8 powiatach województwa podlaskiego i w 6 — mazowieckiego) do 314,8 km/100 km² w powiecie bielskim w województwie śląskim.

Tabela 1

Charakterystyki liczbowe cech opisujących infrastrukturę techniczną powiatów ziemskich w Polsce (według stanu na 2001 rok)

Charakterystyki	Wodociągi	Kanalizacja	Gaz	Oczyszczalnie	Telefony ^{a)}	Drogi
min	9,4	0,9	0,0	0,0	0,0	22,8
max	283,0	103,2	314,8	94,5	388,0	316,6
średnia arytmetyczna	73,5	15,3	39,0	40,9	189,7	69,0
odchylenie standardowe	42,1	13,4	54,8	17,3	42,0	38,1
współczynnik zmienności (w%)	58,0	89,0	141,6	42,9	22,6	56,0
mediana brzegowa	65,3	11,5	16,6	39,3	190,0	60,8
mediana Webera	65,9	12,7	24,2	41,9	190,9	61,0
Elementy diagonalne macierzy R ¹	2,5	2,6	2,9	1,8	1,4	3,1

Źródło: Obliczenia własne na podstawie: Rocznik Statystyczny Województw (2002), Bank Danych Regionalnych (2000).

Powiaty ziemskie charakteryzuje stosunkowo niska wartość wskaźnika obsługi ludności przez oczyszczalnie ścieków (40,9%). W tym zakresie najlepsza sytuacja występowała w trzech powiatach: lubińskim (dolnośląskie), kołobrzeskim (zachodniopomorskie) i głogowskim (dolnośląskie), gdzie oczyszczalnie ścieków obsługiwały odpowiednio: 94,5, 87,9 i 85,9% ludności. Wśród 20 powiatów o najwyższej wartości wskaźnika ludności korzystającej z oczyszczalni ścieków 8 powiatów należało do województwa zachodniopomorskiego, a 6 — dolnośląskiego. Natomiast największe zaniedbania w tej dziedzinie mają dwa powiaty województwa łódzkiego: skierniewicki i pabianicki, gdzie odpowiednio 0 i 1,2% ludności było obsługiwane przez oczyszczalnie ścieków.

System telekomunikacji był w Polsce w okresie powojennym jedną z najbardziej zaniedbanych i niedoinwestowanych dziedzin infrastruktury. Dopiero w latach 90. nastąpiły w tym zakresie zasadnicze zmiany. Analiza danych wykazała, że najwyższe wartości wskaźnika gęstości telefonicznej powyżej 300 telefonicznych łącz głównych (standardowych łącz głównych, łącz w dostęпах ISDN oraz aparatów ogólnodostępnych) na 1000 ludności charakteryzowały 4 powiaty województwa mazowieckiego — w zasięgu oddziaływania aglomeracji miejskiej Warszawy: piaseczyński (388,0), warszawski zachodni (350,7), pruszkowski (337,1) i legionowski (313,6). Najniższą liczbę poniżej 100 łącz głównych na 1000 ludności odnotowano w powiecie brzozowskim (96,1 — podkarpackie) i przysuskim (99,7 — mazowieckie). Wartości tego wskaźnika charakteryzowały się średnią zmiennością (22,6%), najniższą wśród wszystkich analizowanych wskaźników.

Dużą zmienność wartości (56%) wykazywał wskaźnik charakteryzujący gęstość dróg publicznych gminnych i powiatowych o twardej nawierzchni (w km w prze-

liczeniu na 100 km²). Jego wartość mieściła się w przedziale od 22,8 km w powiecie wałeckim (zachodniopomorskie) do 316,6 km w powiecie bielskim (śląskie). Spośród 20 powiatów o najwyższym wskaźniku gęstości dróg 9 powiatów należało do województwa małopolskiego, a 8 powiatów — do śląskiego.

Duża bądź bardzo duża zmienność wartości większości badanych cech (wodaociąg, kanalizacja, gaz, oczyszczalnie i drogi) spowodowała, że do analizy przestrzennego zróżnicowania powiatów w Polsce zastosowano zmodyfikowaną wersję miernika rozwoju Hellwiga opartą na medianie Webera, którą wyznacza się łącznie dla wszystkich cech. Dzięki zastosowaniu tej wersji miernika można uniknąć wpływu na jego wartości pojedynczych cech o wartościach nietypowych dla danego powiatu. W tym wypadku uporządkowanie powiatów według wartości zmodyfikowanego miernika zależy od przeważającej liczby cech, które osiągają wysokie wartości.

Tabela 2

Uporządkowanie powiatów według wartości syntetycznego miernika poziomu wyposażenia w infrastrukturę techniczną

Powiaty o najwyższym poziomie miernika				Powiaty o najniższym poziomie miernika			
Lp.	powiat	województwo	wartość miernika	Lp.	powiat	województwo	Wartość miernika
1	pruszkowski	mazowieckie	0,784	292	nowotomyski	wielkopolskie	- 0,143
2	bielski	śląskie	0,601	293	szezeciński	zachodniopomorskie	- 0,143
3	oświęcimski	małopolskie	0,538	294	hajnowski	podlaskie	- 0,146
4	łańcucki	podkarpackie	0,483	295	międzyrzecki	lubuskie	- 0,150
5	cieszyński	śląskie	0,461	296	sułciński	lubuskie	- 0,150
6	wodzisławski	śląskie	0,459	297	króściński	lubuskie	- 0,151
7	wielicki	małopolskie	0,444	298	ostrolecki	mazowieckie	- 0,152
8	tyski	śląskie	0,441	299	przysuski	mazowieckie	- 0,153
9	chrzanowski	małopolskie	0,406	300	slubicki	lubuskie	- 0,157
10	krakowski	małopolskie	0,402	301	szezeciński	warmińsko-mazurskie	- 0,159
11	wadowicki	małopolskie	0,396	302	czarnkowsko-trzecieński	wielkopolskie	- 0,159
12	piaseczyński	mazowieckie	0,396	303	strzelecko-dreźnieński	lubuskie	- 0,160
13	aleksandrowski	kujawsko-pomorskie	0,370	304	drawski	zachodniopomorskie	- 0,169
14	mikołowski	śląskie	0,364	305	wałecki	zachodniopomorskie	- 0,175
15	będziński	śląskie	0,361	306	bieszczadzki	podkarpackie	- 0,195
16	pszczyński	śląskie	0,302	307	sokołowski	mazowieckie	- 0,302

Źródło: Obliczenia własne na podstawie: Rocznik Statystyczny Województw (2002), Bank Danych Regionalnych (2000).

W II etapie wartości cech poddano normalizacji. Przyjęte w badaniu cechy mają charakter stymulant. Cechy te znormalizowano, przyjmując formułę standaryza-

cji medianowej. Zestandaryzowanie wartości cech umożliwiły wyznaczenie syntetycznego miernika pokazującego poziom rozwoju infrastruktury technicznej dla każdego powiatu w województwie wielkopolskim (etap III).

W etapie IV wyznaczone wartości syntetycznego miernika wykorzystano do liniowego uporządkowania powiatów według jego (miernika) malejących wartości. W tabeli 4 zaprezentowano 16 powiatów o najwyższych i 16 powiatów o najniższych wartościach syntetycznego miernika poziomu rozwoju infrastruktury technicznej. Uwagę zwracają powiaty województw śląskiego (7) i małopolskiego (5) w grupie powiatów o najwyższym stopniu rozwoju oraz powiaty województwa lubuskiego (5) i zdecydowanie najniższy powiat sokołowski (mazowieckie) w grupie powiatów o najniższym stopniu rozwoju. Po uporządkowaniu wartości miernika wyodrębniono pięć klas typologicznych określających stopień rozwoju infrastruktury technicznej powiatów w Polsce (tabela 3 i rysunek 1).

Tabela 3

Klasyfikacja powiatów według wartości syntetycznego miernika wyposażenia w infrastrukturę techniczną

Poziom miernika	Wartości	Występowanie typu	Liczba powiatów
bardzo wysoki	$> 0,3$	Powiaty województwa śląskiego (7), małopolskiego (5), mazowieckiego (2), kujawsko-pomorskiego (1) i podkarpackiego (1)	16
wysoki	$(0,1; - 0,3>$	Głównie powiaty województwa małopolskiego (11), podkarpackiego (8), dolnośląskiego (5), wielkopolskiego (5), łódzkiego (4), śląskiego (4), mazowieckiego (3), świętokrzyskiego (3), lubelskiego (1) oraz pomorskiego (1)	45
średni	$(0,0; - 0,1>$	Głównie powiaty województwa wielkopolskiego (17), mazowieckiego (12), łódzkiego (10), dolnośląskiego (9), kujawsko-pomorskiego (8), opolskiego (7), podkarpackiego (7), śląskiego (6), pomorskiego (5), świętokrzyskiego (5), lubelskiego (4), małopolskiego (2) i zachodniopomorskiego (1)	93
niski	$(-0,1; - 0,0>$	Głównie powiaty województwa lubelskiego (14), dolnośląskiego (12), mazowieckiego (11), kujawsko-pomorskiego (8), podlaskiego (7), warmińsko-mazurskiego (6), zachodniopomorskiego (6), łódzkiego (5), pomorskiego (5), świętokrzyskiego (5), wielkopolskiego (5), opolskiego (4), lubuskiego (3), podkarpackiego (2) oraz małopolskiego (1)	94
bardzo niski	$\leq - 0,1$	Głównie powiaty województwa warmińsko-mazurskiego (11), zachodniopomorskiego (10), mazowieckiego (9), lubuskiego (8), podlaskiego (7), pomorskiego (4), wielkopolskiego (4), kujawsko-pomorskiego (2), podkarpackiego (2), lubelskiego (1) oraz łódzkiego (1)	59

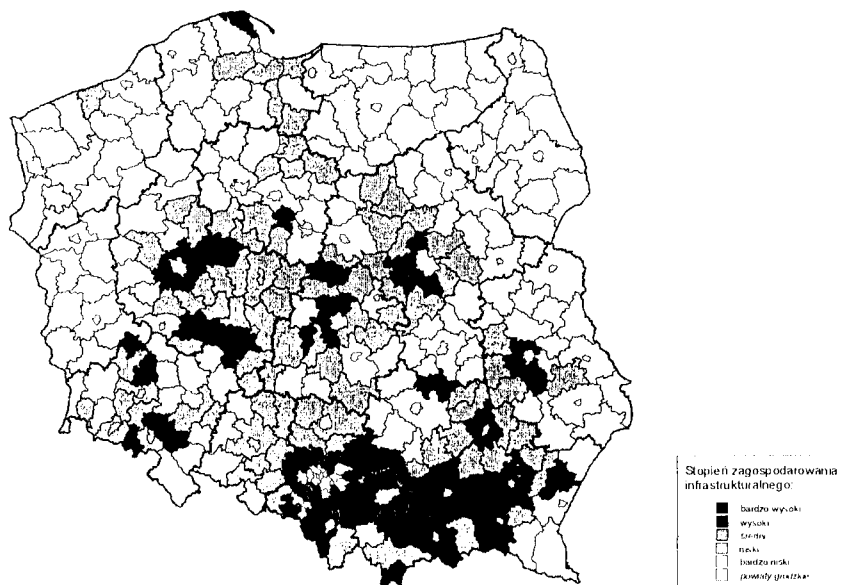
Źródło: Obliczenia własne na podstawie Rocznik Statystyczny Województw (2002), Bank Danych Regionalnych (2000).

Charakterystyki liczbowe ukazujące międzyklasowe różnicowanie poziomu rozwoju infrastruktury technicznej w przekroju powiatów w Polsce podano w tabeli 4. Najwyższy poziom rozwoju infrastruktury technicznej (16 powiatów) wy-

stępuje głównie na obszarach województwa małopolskiego (5 powiatów) i śląskiego (7 powiatów) oraz powiatów: bielskiego (kujawsko-pomorskie), piaseczyńskiego i pruszkowskiego (mazowieckie) oraz łąckiego (podkarpackie).

Wykres 1

Delimitacja przestrzenna typów poziomu rozwoju infrastruktury technicznej w Polsce
(na podstawie wartości pozycyjnego miernika rozwoju)



Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 4

Międzyklasowe zróżnicowanie poziomu rozwoju infrastruktury technicznej
w przekroju powiatów w 2001 r. (wartości średnie w klasach)

Poziom miernika	Wodociągi	Kanalizacja	Gaz	Oczyszczalnie	Telefony ¹⁾	Drogi
bardzo wysoki	181,5	46,0	203,2	33,1	206,1	183,6
wysoki	90,8	24,6	91,1	42,1	202,4	93,0
średni	84,4	14,8	30,2	41,0	197,7	71,7
niski	54,5	9,6	14,5	40,6	184,6	52,4
bardzo niski	36,4	7,5	7,5	45,2	177,1	36,6
Ogółem powiaty ziemskie	64,5	12,9	29,7	41,1	192,6	60,8

Źródło: Obliczenia własne na podstawie: Rocznik Statystyczny Województw (2002), Bank Danych Regionalnych (2000).

Na tym obszarze zwraca uwagę pięć największych wartości cech (wśród analizowanych), dotyczących gęstości sieci rozdzielczych: wodociągowej (181,5 km/100 km²), kanalizacyjnej (46,0), gazowej (203,2) i liczby telefonicznych łącz

głównych na 1000 ludności — 206,1 oraz gęstości dróg publicznych gminnych i powiatowych o twardej nawierzchni o długości 183,6 km w przeliczeniu na 100 km². Jednak obszar ten charakteryzuje się najniższym odsetkiem ludności obsługiwanej przez oczyszczalnie ścieków (33,15% wobec 41,1% przeciętnie w powiatach ziemskich).

Do drugiej klasy o wysokim stopniu rozwoju infrastruktury technicznej należy 45 powiatów głównie z województwa małopolskiego (11), podkarpackiego (8), dolnośląskiego (5 powiatów) oraz wielkopolskiego (5). Obszary te charakteryzują zdecydowanie wyższe niż przeciętne w kraju — wartości wskaźników w zakresie gęstości sieci kanalizacyjnej (24,6 km/100 km²), wodociągowej (90,8) i gazowej (91,1), liczby łącz telefonicznych w przeliczeniu na 1000 ludności (202,4) i dróg (93,0 km/100 km²). Natomiast udział ludności obsługiwanej przez oczyszczalnie ścieków (42,1%) był na przeciętnym poziomie powiatów ziemskich w Polsce.

Trzecią klasę stanowią 93 powiaty o średnim poziomie rozwoju infrastruktury technicznej, położone głównie na obszarach województwa wielkopolskiego (17 powiatów), mazowieckiego (12 powiatów), łódzkiego (10 powiatów), dolnośląskiego (9 powiatów) oraz kujawsko-pomorskiego (8 powiatów). Wartości wewnątrzklasowe rozpatrywanych cech były zbliżone do średnich wyznaczonych dla wszystkich powiatów ziemskich w Polsce.

Najliczniejszą klasę stanowią powiaty (94) o niskim poziomie rozwoju infrastruktury technicznej. Tworzy ją 94 powiatów, położonych głównie na obszarze województwa lubelskiego (14 powiatów), dolnośląskiego (12 powiatów) i mazowieckiego (11 powiatów). Wartości wewnątrzklasowe cech określających elementy infrastruktury technicznej kształtowały się na poziomie niższym niż średnie wyznaczone dla wszystkich powiatów ziemskich w Polsce, zwłaszcza w przypadku sieci gazowej.

Ostatnią klasę o bardzo niskim stanie rozwoju infrastruktury technicznej stanowiło 59 powiatów. Obejmują one głównie obszary województwa warmińsko-mazurskiego (11 powiatów), zachodniopomorskiego (10 powiatów), mazowieckiego (9 powiatów), lubuskiego (8 powiatów) i podlaskiego (7 powiatów). Obszary te charakteryzuje wyraźna dysproporcja między najwyższym wewnątrzklasowym udziałem ludności obsługiwanej przez oczyszczalnie ścieków (45,2%) a pozostałymi elementami infrastruktury, które wykazują najniższy ze wszystkich rozpatrywanych klas poziom rozwoju.

W tabeli 5 przedstawiono rozkład liczby powiatów (z wyłączeniem miast na prawach powiatów) i ludności według województw i poziomu rozwoju infrastruktury technicznej. Bardzo wysoki bądź wysoki poziom rozwoju infrastruktury technicznej był właściwy dla większości powiatów z województwa małopolskiego i śląskiego (odpowiednio dla 84 i 65% ogólnej liczby powiatów ziemskich w tych województwach). Zamieszkiwało je blisko 84 i 68% ogólnej liczby ludności ze wszystkich powiatów ziemskich tych województw. Z kolei najniższy poziom rozwoju infrastruktury był charakterystyczny dla większości powiatów z województw

lubuskiego, warmińsko-mazurskiego i zachodniopomorskiego obejmujących odpowiednio: 72, 65, 59% liczby i 60, 61, 55% ludności wszystkich powiatów ziemskich w tych województwach.

Przedstawione rozkłady liczby i ludności powiatów wskazują na związek poziomu rozwoju infrastruktury z gęstością zaludnienia województw, najwyższą w województwach: śląskim i małopolskim (384 osoby/km² i 214 osoby/km²), a najniższą w województwach: warmińsko-mazurskim — 59, lubuskim — 72, zachodniopomorskim — 74.

Tabela 5

Rozkład liczby powiatów (P) i ich ludności (L) według województw oraz poziomu rozwoju infrastruktury technicznej

Województwo	Poziom rozwoju infrastruktury technicznej									
	bardzo wysoki		wysoki		średni		niski		bardzo niski	
	udział (%)		udział (%)		udział (%)		udział (%)		udział (%)	
	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L
dolnośląskie	—	—	19,23	26,47	34,62	28,73	46,15	44,80	—	—
kujawsko-pomorskie	5,26	4,42	—	—	42,11	41,64	42,11	45,06	10,53	8,88
lubelskie	—	—	5,00	8,14	20,00	22,13	70,00	67,20	5,00	2,53
lubuskie	—	—	—	—	—	—	27,27	40,42	72,73	59,58
łódzkie	—	—	20,00	26,87	50,00	50,35	25,00	17,44	5,00	5,35
małopolskie	26,32	33,96	57,89	49,89	10,53	12,60	5,26	3,55	—	—
mazowieckie	5,41	8,38	8,11	8,50	32,43	38,91	29,73	25,92	24,32	18,30
opolskie	—	—	—	—	63,64	64,18	36,36	35,82	—	—
podkarpackie	5,00	4,34	40,00	47,25	35,00	33,05	10,00	9,33	10,00	6,03
podlaskie	—	—	—	—	—	—	50,00	56,20	50,00	43,80
pomorskie	—	—	6,67	5,20	33,33	30,89	33,33	41,84	26,67	22,06
śląskie	41,18	44,19	23,53	23,48	35,29	32,33	—	—	—	—
świętokrzyskie	—	—	23,08	24,19	38,46	33,61	38,46	42,21	—	—
warmińsko-mazurskie	—	—	—	—	—	—	35,29	39,43	64,71	60,57
wielkopolskie	—	—	16,13	28,18	54,84	47,65	16,13	13,67	12,90	10,50
zachodniopomorskie	—	—	—	—	5,88	6,72	35,29	38,72	58,82	54,56
Ogółem	5,21	7,99	14,66	19,13	30,29	30,16	30,62	28,58	19,22	14,14

Źródło: Obliczenia własne na podstawie Rocznik Statystyczny Województw (2002), Bank Danych Regionalnych (2000).

Podsumowanie

Badania empiryczne potwierdziły przydatność proponowanego miernika pozycyjnego do pomiaru zagospodarowania infrastrukturalnego. Każda z wyodrębnionych klas powiatów cechuje się wyraźną odrębnością pod względem poziomu wyposażenia w poszczególne elementy infrastruktury technicznej.

W Polsce występuje znaczne zróżnicowanie przestrzenne w zakresie rozwoju infrastruktury technicznej. Wskazują na to obliczone wartości syntetycznego miernika poziomu wyposażenia infrastrukturalnego powiatów, wahające się od 0,784 w powiecie pruszkowskim (mazowieckie) do – 0,302 w powiecie sokołowskim (mazowieckie). Typologia powiatów oparta na zbudowanym mierniku odzwierciedliła różnice międzyklasowe w zakresie poziomu rozwoju infrastruktury technicznej powiatów. Najwyższy poziom (dla 16 powiatów) jest udziałem powiatów należących do województw śląskiego (7) i małopolskiego (5). Powiaty zaliczone do tej klasy miały, przeciętnie, zdecydowanie najwyższy poziom rozwoju poszczególnych badanych elementów infrastruktury z wyjątkiem wyposażenia w systemy oczyszczalni ścieków, gdzie tylko 33% ludności było obsługiwane przez oczyszczalnie ścieków (wobec 41% przeciętnie we wszystkich powiatach ziemskich w Polsce). Najuboższe zasoby infrastruktury technicznej mają powiaty położone przeważnie w północno-zachodniej, północno-wschodniej oraz środkowo-wschodniej części Polski. Aż 153 powiaty ziemskie mają bardzo niski bądź niski poziom rozwoju, ich terytorium obejmuje 61% powierzchni kraju, a zamieszkuje je 43% ludności.

Literatura

- Bank Danych Regionalnych, GUS, Warszawa 2000.
- Błazczak P., Wysocki F., *Analiza zróżnicowania jakości życia ludności w przekroju gmin województwa wielkopolskiego*, „Zeszyt Naukowy” 6/2003, Wyższa Szkoła Handlu i Usług w Poznaniu, s. 179-193.
- Lira J., Wagner W., Wysocki F., *Mediana w zagadnieniach porządkowania obiektów wielocechowych*, w: J. Paradysz (red.), *Statystyka regionalna w służbie samorządu terytorialnego i biznesu*, AE, Poznań 2002, s. 87-99.
- Lira J., *Zastosowanie wybranych metod statystycznych opartych na medianie w doświadczałnictwie rolniczym* (praca doktorska), AR, Poznań 1998.
- Malina A., Zeliaś A., *Taksonomiczna analiza przestrzennego zróżnicowania jakości życia ludności w Polsce w 1994 roku*, „Przegląd Statystyczny” 1/1997, s. 11-27.
- Pięćek B., *Infrastrukturalne uwarunkowanie rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich*, w: *Ekonomiczne i społeczne uwarunkowanie i możliwości wielofunkcyjnego rozwoju wsi w Polsce*, SGGW, Warszawa 1997.
- Rocznik Statystyczny województw, GUS, Warszawa 2002.
- Rousseeuw P. J., Leroy A. M., *Robust regression and outlier detection*, John Wilney & Sons, New York 1987.

Zróżnicowanie przestrzenne poziomu rozwoju infrastruktury technicznej w Polsce w przekroju powiatów

Streszczenie

W pracy podjęto próbę pomiaru poziomu rozwoju infrastruktury technicznej w powiatach w Polsce przy użyciu pozycyjnego miernika rozwoju. Jego konstrukcję oparto na metodzie wzorcowej Hellwiga w ujęciu pozycyjnym, wykorzystującym miary mediany przestrzennej i medianowego odchylenia bezwzględnego.

Jako wyznaczniki cząstkowe rozwoju infrastruktury przyjęto 6 cech reprezentujących poszczególne elementy infrastruktury: drogi gminne i powiatowe, sieć wodociagową, kanalizacyjną, gazową, telefoniczną oraz oczyszczalnie ścieków. Uzyskano uporządkowanie liniowe powiatów ze względu na poziom rozwoju infrastruktury technicznej i ogólny obraz przestrzenny tego zjawiska w Polsce.

W Polsce występuje znaczne zróżnicowanie przestrzenne w zakresie rozwoju infrastruktury technicznej. Najwyższy jej poziom jest udziałem powiatów należących, w większości, do województw śląskiego i małopolskiego. Najuboższe zasoby infrastruktury mają powiaty położone przeważnie w północno-zachodniej, północno-wschodniej oraz środkowo-wschodniej części kraju.

Spatial Diversification of the Level of Technological Infrastructure Development in Municipalities in Poland

Summary

This paper attempts to measure technological infrastructure development in municipalities in Poland with the use of position development measurement. It is modelled after Hellwig's model method, with the use of spatial median and median absolute deviation.

As elements defining the development of infrastructure development 6 features representing individual components of infrastructure have been adopted: communal and municipality roads, water supply and sewage system, gas grid, telephone network and sewage treatment plants. Individual municipalities are ordered in a linear way according to their level of technological infrastructure and its general spatial picture for Poland.

In Poland there is considerable spatial diversification in terms of technological infrastructure development. The highest level is characteristic of municipalities belonging mainly to Śląsk and Małopolska Province. The lowest technological infrastructure is observed in municipalities in North-West, North-East and Central East part of Poland.

SŁAWOMIR KALINOWSKI

Bezrobocie na wsi — sposoby przeciwdziałania

Wstęp

Szczególnie ważnym problemem, który unaoczniał się w ostatnich latach, jest bezrobocie. Brak perspektywy zdobycia pracy zmniejsza poczucie bezpieczeństwa wśród osób bezrobotnych, często doprowadzając je do problemów alkoholowych. Sytuacja ta jest niebezpieczna, gdyż jej efektem jest dalsze pogarszanie się jakości życia mieszkańców. Według Raportu Banku Światowego aż 35% respondentów uważa, że brak pracy jest podstawowym czynnikiem decydującym o biedzie, 60% badanych osób uważa, że poważnym zagrożeniem dla bezpieczeństwa ekonomicznego są niskie dochody. Badania jednoznacznie wskazują, że zagrożone ubóstwem są osoby młode, słabo wykształcone, zamieszkałe w małych miejscowościach lub na wsi (ok. 60% ludności zagrożonej ubóstwem zamieszkuje obszary wiejskie). Z badań przeprowadzonych przez CBOS wynika, że 79% społeczeństwa uważa, że wydostanie się z biedy utrudnia bezrobocie, 35% — niskie wykształcenie i brak kwalifikacji zawodowych, 34% jako przyczynę podaje brak wsparcia i opieki ze strony państwa.

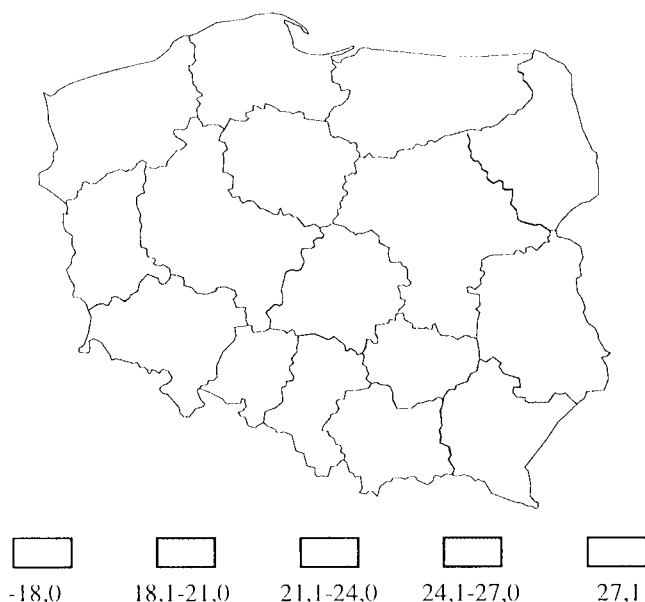
Bezrobocie na polskiej wsi

Pojawienie się bezrobocia po 1989 r., nie należy wyłącznie utożsamiać ze zmianami społeczno-gospodarczymi. Chociaż nowa sytuacja zwiększyła ilość osób pozostających bez pracy, to w dużej mierze unaoczniała istnienie bezrobocia dotychczas występującego w formie ukrytej. Obecne wysokie bezrobocie (blisko 2,5-krotnie wyższe niż w krajach OECD) jest wynikiem braku dostosowania siły roboczej do lokalnego rynku pracy. Bieda wśród ludności wiejskiej jest dodatkowo potęgowana przez wykonywanie niskopłatnej pracy. Blisko 33% rodzin, wśród których jest przynajmniej 1 osoba bezrobotna, żyło poniżej relatywnej granicy ubóstwa, podczas gdy w gospodarstwach domowych, gdzie brak jest osób bezrobotnych, odsetek osób żyjących poniżej granicy ubóstwa jest mniejszy o 20 punktów procentowych.

Największe bezrobocie (liczone według BAEL)¹ na wsi występuje w województwach: warmińsko-mazurskim (31,2%), zachodniopomorskim (28,9%) i lubuskim (28,2%), a najmniejsze w: mazowieckim (15,6%), małopolskim (16,6%), podlaskim i wielkopolskim (17,7%) (wykres 1). Wielkość bezrobocia potwierdza występowanie przestrzennego zróżnicowania poziomu życia w Polsce. Ludność wiejska, mimo że stanowi ok. 38% ludności kraju, obejmuje blisko 42% bezrobocia rejestrowanego (nie licząc bezrobocia utajonego). Po 1989 r. zauważalne jest przesuwanie się ciężaru bezrobocia z miasta na wieś, co jest jednym z zasadniczych przyczyn wzrostu skali ubóstwa na obszarach wiejskich².

Wykres 1

Bezrobocie w województwach w styczniu 2004



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej.

Dokładne określenie wielkości stopy bezrobocia na obszarach wiejskich nie jest możliwe. Wynika to z faktu rejestrowania części osób jako bezrobotnych, mimo że posiadają pracę bądź źródło utrzymania, wielu z nich pracuje na czarno.

¹ BAEL — Badania Aktywności Ekonomicznej Ludności prowadzone co kwartał przez GUS. Według definicji stosowanych w tych badaniach osoba bezrobotna to taka, która w ciągu ostatniego tygodnia poprzedzającego badania nie przepracowała zarobkowo nawet jednej godziny, w okresie 4 tygodni poprzedzających badania wykazywała się aktywnością w poszukiwaniu pracy i zgłaszała gotowość podjęcia pracy w okresie tygodnia od pojawienia się takiej możliwości

² W. Michna, *Bezrobocie na wsi i możliwości jego ograniczenia*. IERiGŻ, Warszawa 1999, s. 11 i n.

Szacuje się, że ok. 20% bezrobotnych na wsi posiada źródło utrzymania w postaci zasiłków czy dochodów z pracy na bazarach itp. Ok. 10% niepracujących umiędzynarodowionych jest jako tzw. bezrobotni wielokrotni. Są to z reguły ludzie pracujący przez okres pozwalający na otrzymanie świadczenia, po którym się zwalniają z pracy bądź kontynuują ją dalej w sposób nielegalny. Taka sytuacja jest efektem niedoskonałości przepisów, które często wymuszają postępowanie wbrew prawu. „Gra z przepisami” polega na przerejestrowywaniu w rodzinie podmiotu gospodarczego między żoną a mężem w ten sposób, aby jedno z nich otrzymywało zasiłek dla bezrobotnych. Znanym zjawiskiem są przedsięwzięcia związków zawodowych wydających zgodę na zwolnienie części pracowników pod warunkiem rotacji zatrudnienia, aby nikt dotychczas zatrudniony nie pozostawał bez prawa do zasiłku³.

Obok osób pracujących nielegalnie na polskiej wsi powszechnym zjawiskiem jest bezrobocie ukryte. Jego wielkość szacuje się na ok. 1,7 mln osób. Znaczna część mieszkańców wsi w wieku produkcyjnym użytkująca gospodarstwa rolne nie jest uprawniona do rejestrowania się jako osoby bezrobotne, a ponadto nie ma motywacji do rejestrowania się w takim charakterze. W związku z powyższym należy być daleko ostrożnym przed formułowaniem tez statystycznych wskazujących na wiejski rynek pracy.

Z punktu widzenia przemian gospodarczych równie istotny jest problem przyrostu siły roboczej. Szacuje się, że w 2010 r. ilość ludności wiejskiej zdolnej do pracy wzrośnie o 700 tys. osób. Tak wysoki przyrost dodatkowo zwiększy już istniejący nadmiar siły roboczej, co w dużej mierze ograniczy możliwości rozwojowe na obszarach wiejskich. Konieczność zatrudnienia dodatkowej liczby mieszkańców wsi przyczyni się do opóźnienia tempa poprawy struktury agrarnej, mniejszego postępu technologicznego, obniżenia dochodów rolniczych oraz zmniejszenia konkurencji, a przez to zwiększenia poziomu ubóstwa. Na wsi poniżej minimum egzystencji pozostaje 15% mieszkańców (w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców co 50. osoba).

Przyczyny bezrobocia

Istotnym czynnikiem wpływającym na brak możliwości podjęcia pracy, a w konsekwencji ubóstwo, jest poziom wykształcenia. Niskie wykształcenie, a tym samym relatywnie niski poziom kapitału ludzkiego, sprzyja wykonywaniu niskopłatnej pracy. W grupie osób, w której głowa rodziny ukończyła wyłącznie szkołę podstawową, stopa skrajnego ubóstwa wyniosła 17,5%, a ponad 70% gospodarstw domowych żyje poniżej minimum socjalnego. Relatywna granica ubóstwa w tej grupie wynosi 29%. Odwrotnie sytuacja kształtuje się w gospodarstwach domowych, w których głowa rodziny ma wykształcenie wyższe. Poniżej minimum egzystencji znajduje się zaledwie 0,6% takich gospodarstw domowych, a poniżej mi-

³ A. Rosner, *Bezrobocie na wsi*, w: *Chłop, rolnik, farmer. Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej — nadzieje i obawy polskiej wsi*, ISP, Warszawa 2000, s. 87 i n.

nimum socjalnego — 17,8%. Do życia poniżej relatywnej granicy ubóstwa w tej grupie przyznaje się co 50. ankietowany⁴.

Efektom niskiego wykształcenia mieszkańców wsi jest brak w wielu gminach odpowiednio wykwalifikowanej kadry niezbędnej do funkcjonowania banków czy przedsiębiorstw. Dlatego przedsiębiorstwa powinny dążyć do współpracy ze szkołami, nie tylko poprzez działania finansujące placówki, ale głównie poprzez organizowanie praktyk czy staży, na których uczniowie mogą zdobyć praktyczną wiedzę, a w przyszłości lepiej spełniać oczekiwania pracodawcy. Istotne jest, by młodzi ludzie zdobywali jak najszybciej doświadczenie, które w przyszłości może pomóc w zdobyciu lepszej pracy, lub w ogóle zatrudnienia. Tymczasem normą w Polsce jest brak miejsc, gdzie młodzież mogłaby w praktyce zrozumieć relację między pracownikiem a pracodawcą. Wiele osób nie podejmuje bezpłatnej czy niskopłatnej pracy podczas wakacji, uważając ją za sposób ich wykorzystania.

Rozwój lokalny jest ograniczony w dużej mierze ze względu na występowanie wśród młodzieży wiejskiej wielu negatywnych zjawisk, takich jak: bierna postawa życiowa, nieumiejętność dostosowania się do konkurencji rynkowej, dziedziczenie biedy, brak chęci pracy nad sobą. Przeciwdziałanie tym zjawiskom powinno być jednym z głównych celów działań samorządów lokalnych oraz instytucji oświatowych. Pogłębianie się apatii może prowadzić do dalszego pogłębiania się biedy i zwiększania pauperyzacji na linii wieś – miasto. Dlatego niezbędne wydaje się być wprowadzenie do szkół wiejskich programów kładących nacisk na przedsiębiorczość, umiejętność obsługi komputerów, znajomość języków obcych.

Zapaść cywilizacyjna wsi sprzyja zwiększaniu się bezrobocia i dalszemu pogłębianiu się biedy. Dlatego niezbędna jest dalsza reforma szkolnictwa, a zwłaszcza programu nauczania. Konsekwencją braku inwestycji w nowoczesną wiedzę młodzieży wiejskiej może być dalsze ograniczenie rozwoju obszarów wiejskich. Konieczne jest wprowadzanie programów kształtujących aktywne postawy wobec trudności, jakie niesie za sobą bezrobocie i sytuacja kryzysowa w kraju⁵.

W Polsce ubóstwo jest również konsekwencją stratyfikacji materialnej powstałej w rezultacie przebudowy systemu gospodarczego i przemian strukturalnych. Wadliwa struktura gospodarki, przejawiająca się w dużym udziale rolnictwa i branż schyłkowych przemysłu. Relatywnie wysoka skala ubóstwa, zwłaszcza po 1997 r., jest efektem niedostatecznego wypełniania przez państwo celów społecznych. Od początku transformacji polityka społeczna nie zdołała wypracować skutecznych instrumentów rekompensaty niedostatecznego poziomu dochodów. Działania polityki socjalnej skierowane do mieszkańców polskiej wsi mają charakter krótkookresowy, a przez to nie są skuteczne. W związku z tym konieczne jest stworzenie długofalowej polityki społecznej, która przeciwdziałałaby trwałej marginalizacji oraz trudnościom w funkcjonowaniu rodzin żyjących poniżej minimum socjalnego czy minimum egzystencji. Pomoc państwa powinna być kierowana je-

⁴ Dane GUS.

⁵ M. Kłodziński, *Aktywizacja gospodarcza obszarów wiejskich*, PAN, IRWiR, Warszawa 1999, s. 42 i n.

dynie do osób nie będących w stanie przezwyciężyć skutków własnej sytuacji życiowej. Ważną rolę w przeciwdziałaniu trudnościom związanych z biedą przypisać należy organizacjom pozarządowym, które powinny włączyć w rozwiązywanie problemów mieszkańców wsi.

Istotną przyczyną bezrobocia w Polsce są błędy w działaniach restrukturyzacyjnych niektórych gałęzi gospodarki, takich jak górnictwo, przemysł zbrojeniowy. Ich szkodliwe skutki mogłyby być zniwelowane, gdyby restrukturyzacja gospodarki przebiegała szybciej i w sposób bardziej kompleksowy. Powinny być tworzone programy dla osób tracących pracę, tak by w jak najszybszym czasie mogli oni aktywnie uczestniczyć w rynku pracy. Zahamowanie reform w wielu działach gospodarki jest jednym z powodów pogłębiania się bezrobocia.

Wśród niektórych naukowców zauważalny jest pogląd tłumaczący zjawisko zmniejszania się zapotrzebowania na siłę roboczą zmianami w technologii produkcji. Według nich wyższa jakość oraz rozwój technologiczny powoduje wzrost wydajności pracy, a tym samym spadek popytu na pracę wśród pracodawców. Nie jest to specyfika jedynie krajów rozwijających się, taka sama sytuacja jest w krajach wysoko rozwiniętych. Taka sama produkcja może być bowiem osiągnięta przy zmniejszającym się zatrudnieniu bądź do uzyskania przyrostu produkcji potrzebny będzie coraz mniejszy przyrost zatrudnienia⁶.

Wzrastające bezrobocie jako efekt wzrostu technicyzacji tłumaczy również Rifkin. Według niego pierwsze odczuło to rolnictwo amerykańskie, które zostało zmuszone do zmniejszenia liczby zatrudnienia w latach 70. z $\frac{3}{4}$ do ok. $\frac{1}{2}$ dotychczas pracujących, a obecnie do zaledwie 3%. Jednocześnie rozwijał się przemysł, który tworzył nowe miejsca pracy, wchłaniając częściowo nadwyżkę siły roboczej. Jednak i w tej gałęzi postęp techniczny sprawił spadek zatrudnienia. Lekarstwem na to był rozwój trzeciego sektora gospodarki, a mianowicie sfery usługowej, oferującej nowe rodzaje zatrudnienia. Także tu w wyniku lepszych technologii i poszukiwania redukcji kosztów zatrudnienie jest stale zmniejszane⁷. Identyczną opinię ma także Leontief, laureat Nagrody Nobla, który przestrzega przed coraz nowszymi komputerami, które umniejszą rolę człowieka jako najważniejszego czynnika produkcji, w taki sposób jak wprowadzenie traktorów spowodowało zmniejszenie roli konia, a potem je całkiem wyeliminowało. Uproszczenie takie prowadzi do konkluzji, że nowe technologie prowadzą w efekcie do pogorszenia się poziomu życia. Nie do końca jest to słuszne, bo jakkolwiek efektem poprawy technologii jest mniejszy popyt na pracę ludzką, to również jest poprawa warunków pracy. Myślenie takie prowadzi do postawienia antytezy, że niski poziom bezrobocia może być osiągnięty przez ograniczenie rozwoju technologicznego, co prowadzi do absurdu.

⁶ A. Rosner, *Bezrobocie na wsi*, s. 87 i n.

⁷ J. Rifkin, *Koniec pracy. Schyłek siły roboczej na świecie i początek ery postrykowej*, Wyd. Śląskie, Wrocław 2001, s. 20.

Działania zmierzające do poprawy zatrudnienia na wsi

Aktywne przeciwdziałanie bezrobociu na wsi ma na celu tworzenie nowych miejsc pracy. Wśród tych działań można wymienić:

- aktywizację zawodową bezrobotnych,
- szkolenia i przekwalifikowania,
- rozwój przedsiębiorczości wśród bezrobotnych,
- tworzenie małych i średnich przedsiębiorstw,
- tworzenie inkubatorów przedsiębiorczości na wsi,
- roboty publiczne,
- prace interwencyjne,
- rozwój turystyki wiejskiej,
- nowe rodzaje produkcji rolniczej,
- pożyczki i kredyty dla bezrobotnych w celu założenia własnej działalności gospodarczej,
- pożyczki i kredyty na tworzenie nowych miejsc pracy,
- pełny wymiar czasu pracy,
- pobudzenie mobilności regionalnej siły roboczej.

Rozwój gospodarczy na terenach wiejskich, a tym samym tworzenie nowych miejsc pracy, w większym stopniu niż w miastach uzależniony jest od aktywności społecznej i zawodowej mieszkańców. Umiejętność ich zaktywizowania przez samorząd lokalny jest podstawowym kluczem do zmniejszenia bezrobocia na tych terenach. W tworzeniu nowych miejsc pracy niezbędne są również organizacje pozarządowe i lokalne środowiska biznesowe. Od ich umiejętności pobudzania aktywności gospodarczej zależy późniejszy rozwój terenów wiejskich na terenie danej gminy, powiatu czy województwa. Współpraca tych podmiotów ze środowiskiem lokalnym powinna odbywać się w zakresie:

- samorealizacji zawodowej mieszkańców,
- doradztwa dla osób poszukujących pracy,
- doskonalenia zawodowego,
- pomocy w przekwalifikowaniu,
- tworzenia ośrodków rozwoju przedsiębiorczości⁸.

Efektem współpracy samorządu, partnerów społecznych i biznesowych, oprócz zaktywizowania ludności wiejskiej, musi być trwały rozwój danego regionu, a także wzrost inicjatyw społecznych. Przyczynić się do tego mogą w dużej mierze już istniejące nieformalne grupy, takie jak społeczne komitety, koła gospodyń, jak również organizacje społeczne o charakterze prawnym. Bez umiejętności, zasobów ludzkich i finansowych obu grup powodzenie tworzonych programów jest

⁸ K. Margol, *Rynek pracy – aktywna polityka przeciwdziałania bezrobociu*, PAOW, FRDL, Warszawa 2003, s. 8 i n

ograniczone. Działania te nie mogą mieć charakteru jednorazowego, a współpraca musi być oparta na długoterminowych celach skonstruowanych na podstawie badań lokalnych potrzeb i oczekiwań, a później monitorowaniu wprowadzanych projektów. Bez tych działań pieniądze kierowane na rozwiązywanie działań związanych z podnoszeniem poziomu życia i rozwoju gospodarczego nie będą przynosiły oczekiwanych efektów.

Aktywizowanie osób bezrobotnych musi być skorelowane z odpowiednimi programami szkoleniowymi, zarówno dotyczącymi kształcenia młodzieży, jak i przekwalifikowania osób dorosłych pozostających bez pracy. Wykwalifikowana ludność wiejska łatwiej może znaleźć miejsca pracy poza dotychczasowym miejscem zamieszkania, a także współtworzyć nowe miejsca pracy w środowisku lokalnym poprzez tworzenie małych i średnich przedsiębiorstw. Wybór kierunków kształcenia powinien być poprzedzony odpowiednimi badaniami dotyczącymi lokalnych potrzeb i regionalnych uwarunkowań. W związku z tym niezbędne jest przygotowanie odpowiedniej kadry doradczej oraz oświatowej, pomagającej w wyborze właściwej drogi kształcenia, zapewniającej w przyszłości pracę.

Według badań naukowców wykształcenie jest najważniejszym czynnikiem rozwoju danego terenu. Relatywnie wysoki stopień wykształcenia łączy się z większą akceptacją nowości i otwartością umysłu, a tym samym większą skłonnością wprowadzania nowych rozwiązań i pomysłów. Zrozumienie otaczającej rzeczywistości pozwala osiągnąć sukces życiowy i zmniejszyć ryzyko pozostawania bez pracy⁹.

Wyższe wykształcenie wiąże się z lepszymi kwalifikacjami zawodowymi, a tym samym większymi możliwościami zarobkowymi, a w efekcie z wyższymi dochodami. Poziom wykształcenia jest o tyle istotny w analizie poziomu życia, że z jednej strony rozwija potrzeby, z drugiej zaś umożliwia ich zaspakajanie. Hierarchia potrzeb rozwija się w miarę wzrostu świadomości i wiedzy, toteż osoby lepiej wykształcone w większym stopniu odczuwają potrzeby wyższego rzędu i dążą do ich zaspokojenia. Swoje opinie co do towarów kształtują na podstawie informacji rynkowych, które potrafią krytycznie analizować. Niższe wykształcenie, według naukowców, wiąże się z zaspakajaniem potrzeb podstawowych, bazując wyłącznie na informacjach uzyskanych ze źródeł nieformalnych oraz sugerując się informacją marketingową. Poziom wykształcenia warunkuje także z reguły możliwości ich zaspokojenia, gdyż wyższe wykształcenie wiąże się z zwiększonymi możliwościami zdobycia lepszych dochodów umożliwiających pełniejsze zaspokojenie potrzeb¹⁰. Na tej podstawie można wnioskować, że poprawa poziomu wykształcenia ma nie tylko istotny wpływ na możliwości znalezienia pracy, ale i na rozbudzanie popytu konsumpcyjnego i inwestycyjnego, co wpływa na dalsze możliwości tworzenia nowych miejsc pracy.

⁹ J. Hryniewicz, *Czynniki rozwoju lokalnego*, w: B. Jałowiecki (red.), *Oblicza polskich regionów*, UW, EIRiL, Warszawa 1999.

¹⁰ K. Żelazna, I. Kowalezyk, B. Mikuta, *Ekonomika konsumpcji — elementy teorii*, SGGW, Warszawa 2002, s. 100-101.

Spółeczeństwo wiejskie jest nadal gorzej wykształcone, a przez to biedniejsze, niż ludność zamieszkująca miasta. Pomimo systematycznego wzrostu procentowego osób z wykształceniem średnim i wyższym widoczne są dysproporcje w poziomie wykształcenia. Zwiększenie procentu osób wykształconych powinno być jednym z ważniejszych celów rządów, a nie będzie to możliwe bez wzrostu aspiracji edukacyjnych mieszkańców wsi. W związku z powyższym istotne jest, aby instytucje oświatowe wspomagały rodziny w kształtowaniu pozytywnych postaw wobec edukacji. Szkoły i nauczyciele powinni odgrywać rolę kompensacyjną w zakresie zachęty, informacji i wzrostu samooceny ucznia. Na wsi coraz mniej jest osób o przeświadczeniu, że wyższe wykształcenie nie ma wpływu na realizację kariery. Mimo to znacznie częściej szczytem aspiracji ich rodziców jest ukończenie przez dziecko szkoły zawodowej niż wyższej. Jest to o tyle wytłumaczalne, że według wielu mieszkańców wsi konkretne kwalifikacje mogą być bardziej pomocne w osiągnięciu stabilizacji życiowej. Wytłumaczeniem dla tej sytuacji może być również fakt wzrastania nakładów na kształcenie, w wyniku zwiększonej komercjalizacji usług edukacyjnych, czego efektem są większe obciążenia ekonomiczne rodziny, a tym samym mniejsze możliwości zaspokojenia tej grupy potrzeb. W związku z tym istotna jest pomoc uzdolnionej młodzieży w postaci stypendiów, dzięki którym młodzież będzie mogła kontynuować naukę, gdyż w wielu przypadkach nie stać jej na kontynuowanie nauki z powodów finansowych.

Oprócz przedsięwzięć związanych z tworzeniem nowych miejsc pracy poza rolnictwem oraz poprawą jakości wykształcenia mieszkańców wsi, w celu zmniejszenia poziomu ubóstwa konieczne jest powiązanie planów rozwoju obszarów wiejskich z programami realizowanymi zarówno w okresie przed, jak i po wstąpieniu do UE. W tym celu niezbędne są zadania związane z poprawą organizacji rynków zbytu, inwestycjami, rozwojem infrastruktury technicznej, wsparciem gospodarstw ekologicznych, zalesianiem gruntów rolnych. Środki na realizację wdrażanych zadań można pozyskać zarówno z ARiMR oraz AWRSR, jak i programów PHARE, SAPARD oraz PAOW, w związku z tym konieczne jest zwiększenie wiedzy wśród rolników dotyczącej możliwości uzyskania wsparcia¹¹. Według SOP przeciwdziałać pogłębiającemu się dysparytetowi dochodowemu w rolnictwie i na obszarach wiejskich można poprzez stosowanie instrumentów poprawiających sytuację dochodową mieszkańców wsi w zakresie inwestycji w gospodarstwach rolnych, ułatwiania startu młodym rolnikom, poprawy przetwórstwa i marketingu produktów żywnościowych, różnicowania działalności rolniczej oraz scalania i wymiany gruntów.

Z punktu widzenia poprawy jakości życia społeczeństwa wiejskiego istotna jest pomoc państwa w tworzeniu inkubatorów przedsiębiorczości na wsi. Jest to szczególnie ważne w regionach i miejscach, gdzie konieczne są głębokie zmiany strukturalne i pobudzenie lokalnej przedsiębiorczości¹². Miejsca takie mają istotną rolę

¹¹ Plan Rozwoju Obszarów Wiejskich dla Polski na lata 2004-2006 (II projekt), Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2003.

¹² M. Kłodziński, *Aktywizacja gospodarcza...*, s. 62 i n.

— niesienia pomocy przy tworzeniu nowopowstałych podmiotów gospodarczych, zwłaszcza na początku ich istnienia. Pomoc ta może mieć różną postać: począwszy od tworzenia systemów obiegu i upowszechniania informacji oraz ogólnego i specjalistycznego doradztwa, na organizacji i usługach technicznych skończywszy. Istotne jest, aby oferowana pomoc była efektywna i sprowadzała się do zwiększenia szans funkcjonowania na rynku zarówno jednostkom dopiero na niego wstępującym, jak i już na nim działającym. Działanie inkubatorów związane jest głównie z terenami popegeerowskimi, a także z tymi, gdzie dotychczas funkcjonowały kopalnie, huty metali itp. Są to obszary najbardziej zagrożone bezrobociem. Na obszarach tych muszą być prowadzone działania wspierające małą i średnią przedsiębiorczość.

Zgodnie z Uchwałą Rady Europy z 30 czerwca 1988 r. polityka na rzecz małych i średnich przedsiębiorstw powinna opierać się na następujących zasadach:

- promocja MSP poprzez wzmocnienie ich pozycji rynkowej,
- minimalizacja kosztów związanych z przystosowaniem tego rodzaju przedsiębiorczości do wymogów prawnych UE,
- znoszenie zbędnych regulacji utrudniającej działanie MSP,
- ułatwienie dostępu do funduszy strukturalnych,
- rozwijanie współpracy z zagranicą¹³.

Aktywne przeciwdziałanie bezrobociu związane z tworzeniem małej i średniej przedsiębiorczości wiąże się z tańszym i szybszym procesem rejestrowania firm, poprawą dostępności usług elektronicznych, polepszeniem funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku jednolitym, ulepszeniem systemu podatkowego oraz poprawą w zakresie wykorzystania nowych technologii itp.

Wraz z koniecznością tworzenia inkubatorów przedsiębiorczości na terenach wiejskich ważne jest rozwijanie centrów rozwoju gospodarczego. Problemem polskich obszarów wiejskich jest niekorzystny stan sieci osiedleńczej. Prowadzi to do nieefektywnego wykorzystania zasobów technicznych i społecznych. Z punktu widzenia ekonomii rolę centrów gospodarczych mogłyby pełnić miejscowości, gdzie liczba zamieszkałej ludności przekracza 1500 osób, a wskaźnik wyposażenia infrastrukturalnego jest relatywnie wysoki. Rolę taką powinny pełnić ośrodki gminne i powiatowe, jednakże w wielu przypadkach nie są one wystarczająco wyposażone w środki ekonomiczne i instytucje obsługi produkcji, tak by móc w efektywny sposób wpływać na rozwój gospodarczy danej gminy. Brak odpowiedniej infrastruktury osłabia zainteresowanie inwestorów do lokowania kapitału na danym terenie.

Pobudzenie inwestycji na terenach wiejskich nie może się odbyć bez sprzyjającego klimatu dla inwestorów. Władze gminne i powiatowe, wspólnie ze wszystkimi siłami lokalnymi, powinny stworzyć odpowiednie mechanizmy przyciągające przedsiębiorców gotowych zainwestować swój kapitał. Pobudzenie inwestycji musi wiązać się z:

¹³ K. Margol, *Rynek pracy...*, s. 15.

- zapewnieniem inwestorom odpowiednich terenów,
- tworzeniem programów stymulowania, zakładania oddziałów i filii dużych przedsiębiorstw,
- podnoszeniem kwalifikacji ludności wiejskiej,
- wdrażaniem programów pomocy doradczej dla właścicieli firm,
- preferencyjnym traktowaniem inwestorów przez władze lokalne,
- inwentaryzacją i analizą przyczyn podupadania zakładów przemysłowych¹⁴.

Bez spełnienia wyżej wymienionych warunków gminy będą zdane wyłącznie na siebie i na wykorzystanie jedynie własnego potencjału.

Tworzenie nowych miejsc pracy na wsi wcale nie oznacza zmniejszenia liczby bezrobocia na tych obszarach o tę liczbę. Powstałe miejsca pracy mogą oddziaływać na rynek pracy poprzez powstawanie nowych miejsc pracy lub w sposób odwrotny. Ten paradoks można wytłumaczyć w następujący sposób. W pierwszym przypadku działa efekt mnożnikowy. Polega on na powiększaniu się siły nabywczej ludzi zyskujących pracę, a tym samym wzrost popytu w innych działach gospodarki, a przez to powoduje zwiększenie zatrudnienia. W drugim przypadku powstanie nowego przedsiębiorstwa prowadzi do upadku mniej efektywnego, o większych kosztach utrzymania. Działająca konkurencja prowadzi do upadku jednej z firm i w efekcie zmniejszenia zatrudnienia¹⁵.

Tworzenie nowych miejsc pracy na wsi może przyczynić się do poprawy warunków życia jej mieszkańców. Dodatkowym źródłem rozwoju obszarów wiejskich mogą być środki pomocowe. Polskie gospodarstwa rolne po przystąpieniu do UE otrzymają niemal połowę wszystkich środków pomocowych, które będą rosły w kolejnych latach (z upływem okresu przejściowego w dostępie do dopłat bezpośrednich). Oprócz wsparcia rolnictwa *sensu stricto* (w ramach pierwszego filara) WPR ma na uwadze promowanie zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich (drugi filar)¹⁶. Gospodarstwa położone na terenach o niekorzystnych warunkach gospodarowania otrzymają pomoc na sfinansowanie: rent strukturalnych dla rolników w wieku przedemerytalnym, inwestycji dostosowujących do standardów europejskich oraz programów rolno-środowiskowych. Dodatkowo każde gospodarstwo niskotowarowe otrzyma do 1250 euro rocznie bez konieczności współfinansowania. Polskie gospodarstwa rolne w ramach wsparcia strukturalnego otrzymają środki finansowe na tworzenie grup producentów oraz poprawę jakości pomocy technicznej. Poszerzono dla polskich gospodarstw rolnych zakres wsparcia z funduszy unijnych na inwestycje, poprawę marketingu artykułów rolnych oraz wsparcie służb doradztwa rolniczego¹⁷.

Według mieszkańców wsi istotnym elementem wzrostu wielkości zatrudnienia są prace interwencyjne i roboty publiczne. Jednakże w dużej mierze mają one cha-

¹⁴ M. Kłodziński, *Aktywizacja gospodarcza...*, s. 66 i n.

¹⁵ A. Rosner., *Bezrobocie na wsi*, s. 87 i n.

¹⁶ *Bilans korzyści i kosztów przystąpienia Polski do UE, UKIE*, Warszawa 2003.

¹⁷ Raport: *Rezultaty negocjacji o członkostwo Polski w Unii Europejskiej i wstępna ocena skutków gospodarczo-społecznych*, Rządowe Centrum Studiów Strategicznych, Warszawa 2003.

rakter tymczasowy, stanowią zatrudnienie na 6-12 miesięcy. Mimo ich krótkiego z reguły włączenia do pracy mogą one stanowić szansę ponownej aktywizacji zawodowej. Zorganizowanie i uruchomienie tego typu zatrudnienia wymaga od gmin wysokich nakładów. Pojawiają się również obawy wypychania zatrudnienia normalnego przez subsydiowane, a tym samym utratę pracy przez dotychczas zatrudnionych, na rzecz osób tracących pracę.

Jednym z czynników aktywizacji gospodarki wiejskiej, a tym samym poprawy zatrudnienia na wsi, jest rozwój turystyki wiejskiej. Ten rodzaj działalności mieszkańców wsi w dużej mierze różni się od turystyki tradycyjnej. W odróżnieniu od dużych przedsiębiorstw działających na rynku gospodarstwa agroturystyczne są z reguły prowadzone przez rodziny właścicieli, często przez rolników. Ten rodzaj turystyki powinien być uważany za jeden z ważniejszych elementów ożywienia rynku pracy na obszarach wiejskich¹⁸. Rozwój tej dziedziny nie jest możliwy w każdym regionie, może być bowiem prowadzony głównie na terenach z odpowiednią bazą agroturystyczną, gdzie usługi są wysokiej jakości. Gospodarstwa, które potrafią wykorzystać piękno przyrody, atrakcyjność krajobrazową czy zabytki architektoniczne, stanowią doskonały przykład umiejętności zdobycia środków pieniężnych i poprawy własnego poziomu życia.

Szansą dla polskiego agrobiznesu jest stale wzrastające zainteresowanie odmiennymi sposobami spędzania wakacji. Bezpośrednie obcowanie z przyrodą oraz zwierzętami, praca na wsi, przyglądanie się codziennemu życiu rolników dla wielu jest ciekawym doświadczeniem i przyczynia się do zwiększania zatrudnienia wśród osób, które dotychczas zajmowały się rolnictwem. Rozwój turystyki wiejskiej jest niemożliwy bez tworzenia punktów informacji agroturystycznej, które udzielałyby informacji rolnikom, jak zorganizować działalność, jak wprowadzać udogodnienia, a także zaznajamiały z przepisami prawnymi. Punkt ten powinien się również zajmować pomocą turystom zainteresowanych odpoczynkiem w tego typu gospodarstwach. Punkty te powinny ściśle współpracować z lokalnymi stowarzyszeniami świadczącymi usługi turystyczne w celu wspólnego propagowania turystyki w danym regionie.

Gminy i społeczności lokalne powinny dążyć do zwiększenia dochodów z turystyki, a tym samym poprawy struktury zatrudnienia, poprzez zachęcanie jak największej ilości turystów do odwiedzenia danej miejscowości. Należy dążyć do wydłużenia okresu pobytu turysty poprzez nowe atrakcje i odpowiednie zagospodarowanie terenu. Dzięki temu zostaną stworzone miejsca nie tylko dla osób bezpośrednio prowadzących działalność, ale także przedsiębiorstw zajmujących się handlem i usługami związanymi z obsługą turystów.

Tworzenie nowych miejsc pracy jest bardzo istotne, dlatego nie należy lekceważyć żadnych inicjatyw zmierzających do poprawy struktury zatrudnienia. W związku z powyższym na terenach, gdzie ze względu na brak atrakcji turystycznych możliwości działań związanych z rozwojem agroturystyki są ograniczone, mieszkańcy wsi powinni dążyć do prowadzenia alternatywnych rodzajów produkcji. Do tych

¹⁸ M. Kłodziński, *Aktywizacja gospodarcza...*, s. 67.

działań można zaliczyć produkcję ekologiczną, zalesianie gruntów rolnych, rzemiosło artystyczne, rękodzieło. Alternatywne miejsca pracy stanowią jedynie uzupełniającą formę poprawy zatrudnienia, niemniej jednak mogą stanowić istotny element wzrostu poziomu życia mieszkańców wsi. Wymienione działania, zgodnie z aktami prawnymi dotyczącymi polityki zatrudnienia¹⁹, mogą liczyć na pomoc finansową z Unii Europejskiej. Oprócz zachęcania mieszkańców wsi do większej aktywności mają przygotowywać gminy do funkcjonowania w ramach zjednoczonej Europy.

Rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej wymaga posiadanie znacznych środków pieniężnych. W wielu przypadkach ich brak lub zbyt mała informacja o możliwości pozyskania funduszy decyduje o małej aktywności bezrobotnych w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej. W związku z powyższym dla wielu mieszkańców wsi jedynym rozwiązaniem są kredyty. Żeby jednak mogły one spełniać swoją rolę, ich oprocentowanie musi być niskie, a okres karencji na tyle długi, by spłaty nie prowadziły do zachwiania płynności finansowej przedsiębiorstwa.

Nie należy również zapominać o odpowiednim przygotowaniu samorządów lokalnych i instytucji działających na wsi do korzystania z programów pomocowych i rozwijania współpracy oraz wymiany doświadczeń między krajami UE. Oznacza to konieczność tworzenia i wzmacniania instytucji wspierania lokalnego rozwoju. Tworzenie organizacji pozarządowych, ośrodków wspierania przedsiębiorczości, doskonalenia pracy, doradczych i szkoleniowych jest najlepszym sposobem przygotowania się instytucjonalnego do akcesji z UE²⁰. Wraz z przystąpieniem do UE funduszami prowadzącymi politykę wyrównywania poziomu życia w krajach członkowskich będą Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego, Europejski Fundusz Socjalny i Europejski Fundusz Orientacji i Gwarancji Rolnej.

Jedną z przyczyn wysokiego bezrobocia jest brak mobilności mieszkańców obszarów wiejskich. Mieszkańcy polskiej wsi nie są przyzwyczajeni do zmian miejsca pracy, poszukiwania jej w miejscach oddalonych od dotychczasowego miejsca zamieszkania. Nie popularyzują się również nowe trendy w rozwoju lokalnych rynków pracy polegające na pracy na odległość z wykorzystaniem sprzętu komputerowego i dostępu do Internetu.

¹⁹ Rozporządzenie Rady nr 1257/99 z 17 maja 1999 r. w sprawie wsparcia rozwoju wsi przez Europejski Fundusz Orientacji i Gwarancji Rolnej (EAGGF); rozporządzenie Komisji nr 1750/99 z 23 lipca 1999 r. w sprawie ustalania szczegółowych przepisów wykonawczych do ww. rozporządzenia; rozporządzenie Rady WE/1268/99/WE z 21 czerwca 1999 r. dotyczące pomocy Wspólnoty dla działań przedakcesyjnych na rzecz rolnictwa oraz rozwoju obszarów wiejskich w państwach kandydujących z Europy Środkowo-Wschodniej w okresie przedakcesyjnym.

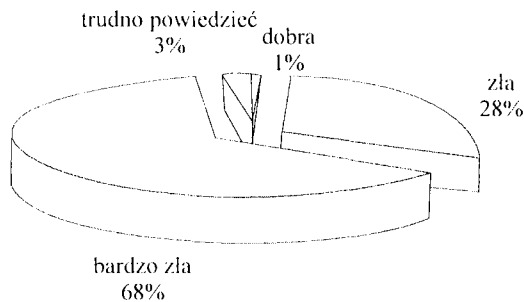
²⁰ K. Margol, *Rynek pracy...*, s. 14 i n.

Odczucia mieszkańców wsi odnośnie do sytuacji na wiejskim rynku pracy

Badania prowadzone przez GUS i CBOS wskazują, że 96% ludności wiejskiej uważa, że sytuacja na rynku pracy w Polsce jest zła, z czego 68%, że ta sytuacja jest bardzo zła. Zaledwie 1% mieszkańców wsi uważa, że sytuacja na rynku pracy jest dobra. Wśród respondentów nie znalazła się żadna osoba, która uważałaby, że sytuacja jest bardzo dobra (wykres 2)

Wykres 2

Sytuacja na rynku pracy w Polsce według mieszkańców wsi



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych CBOS. Warszawa.

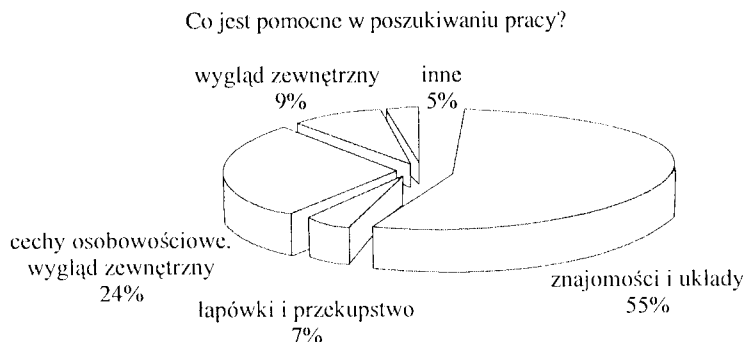
Mimo złej oceny sytuacji na rynku pracy mieszkańcy obszarów wiejskich postrzegają, że problemy wsi są słabiej związane z bezrobociem niż problemy miast²¹.

Jednocześnie ze względu na złą sytuację panującą na rynku pracy wielu mieszkańców wsi nie prowadzi żadnych działań zmierzających do zdobycia pracy. Ponad $\frac{3}{4}$ badanych mieszkańców wsi nie poszukuje pracy, a zaledwie 22% czynnie zajmuje się jej poszukiwaniem. Sytuacja ta może świadczyć o zniechęceniu i ogólnym rozgoryczeniu osób znajdujących się bez pracy. Brak wiary w znalezienie pracy jest motywowane odczuciem, że można ją zdobyć jedynie, posiadając znajomości i powiązania. 55% ankietowanych, za pomocne w zdobyciu pracy uznało układy, a jedynie 24% cechy osobowościowe. Wśród osób uważających, że cechy osobowościowe wpływają na możliwość zdobycia pracy, za najważniejsze cechy uznano zaradność, kreatywność i przedsiębiorczość. Zaledwie 7% mieszkańców wsi za najważniejsze przy zdobyciu pracy uznało łapówkę i przekupstwo. Znacznie częściej łapówkę jako formę pomocy w uzyskaniu pracy wskazują osoby z najniższym wykształceniem, niewykwalifikowani oraz rolnicy. Równie ważny w zdobyciu pracy według mieszkańców wsi jest wygląd zewnętrzny (wykres 3).

²¹ A. Rosner, *Bezrobocie na wsi*, s. 87 i n.

Istotnym problemem jest to, że mieszkańcy wsi nie wierzą, że sytuacja na rynku pracy może się zmienić na lepsze, blisko 45% uważa, że nie zmieni się ani na gorsze, ani na lepsze, 4 na 10 ankietowanych uważa, że sytuacja się pogorszy (z tego co 10. jest przekonany, że sytuacja pogorszy się diametralnie). Zaledwie co 20. Polak zamieszkujący obszary wiejskie uważa, że w najbliższych latach sytuacja może się poprawić. Braku wiary w poprawę na rynku pracy nie zmienia fakt wstąpienia do Unii Europejskiej i otwarcie się zachodnich rynków pracy na ludność polską.

Wykres 3

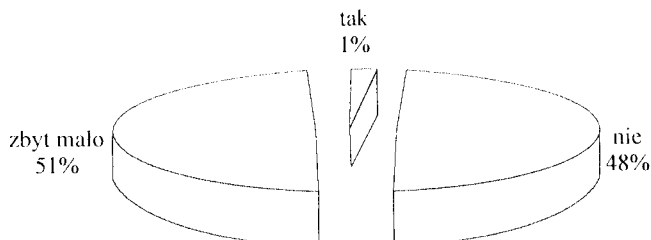


Źródło: opracowanie własne na podstawie CBOS, Warszawa.

Identyczne zniechęcenie można zauważyć, pytając o sytuację bezrobotnych w miejscowości ankietowanych. Ponad połowa uważa, że nie ma żadnej szansy znalezienia pracy w pobliżu miejsca zamieszkania. Zaledwie co 10. ankietowany uważa, że można w okolicy znaleźć pracę, ale jest to z reguły praca niesatysfakcjonująca. Jednocześnie blisko połowa mieszkańców wsi jest przekonana, że ani rząd, ani samorządy lokalne nie robią nic, żeby skutecznie przeciwdziałać bezrobociu, a druga połowa, że ich działania są niewystarczające. Tylko co 100. ankietowany uważał, że rząd w wystarczającym stopniu zajmuje się problemami bezrobocia (wykres 4).

Wykres 4

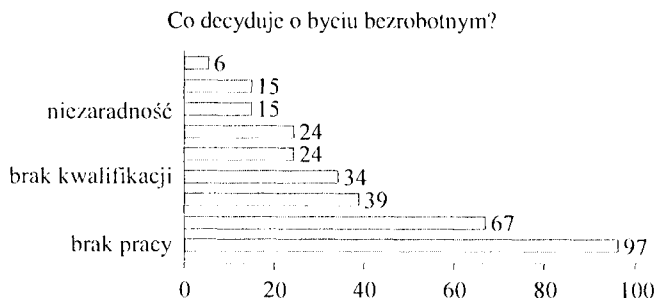
Czy rząd robi wystarczająco dużo, by rozwiązać problem bezrobocia?



Źródło: opracowanie własne na podstawie CBOS, Warszawa.

Bycie bezrobotnym, według wielu badanych, nie jest wynikiem braku umiejętności czy kwalifikacji, ale braku pracy na lokalnym rynku. 97 na 100 badanych uważało, że jest to najważniejszy problem wpływającym na bycie bezrobotnym. Tylko 6% mieszkańców wsi uważało, że radzi sobie na tyle dobrze, że nie musi podejmować żadnej pracy, a blisko 40% uważało się bezrobocie spowodowane jest pracą na czarno (wykres 5).

Wykres 5



Źródło: opracowanie własne na podstawie CBOS, Warszawa.

Podsumowanie

Bezrobocie, które dotknęło miliony Polaków, jest najbardziej traumatycznym społecznym doświadczeniem ostatniego piętnastolecia. Szacuje się, że jego skutkiem jest ubóstwo, które obejmuje w Polsce ok. 5,5 mln Polaków, z czego 2/3 mieszkańców wsi.

Uważa się, że ubóstwo w rodzinach wiejskich jest mniej groźne w sensie egzystencjalnym, gdyż nie brakuje przestrzeni życiowej i nie doskwiera głód, a bardziej doskwiera w sensie kulturowym. Biedna ludność wiejska ma mniej gotówki i jest mniej mobilna, a ich dzieci mają mniejsze szanse uczęszczania do dobrych szkół w pobliskim mieście. Każde wyjście z takich gospodarstw jest wyjściem z kręgu ubóstwa²².

Jednym z istotniejszych czynników skazujących ludność wiejską na biedę jest wysokie bezrobocie. Dotyka ono wieś w dwojaki sposób. Po pierwsze, wysokie i narastające bezrobocie pozbawiło dochodów z zajęć pozarolniczych, które dotychczas stanowiły znaczną część dochodów rodzin chłopskich. Po drugie, wieś ponosi wysokie koszty utrzymania bezrobotnych, nie posiadając dla nich ofert zatrudnienia. Stan ten rodzi nie tylko skutki społeczne, ale i ekonomiczne²³.

Istotną drogą zwiększającą zatrudnienie mieszkańców wsi jest uruchomienie nowych i zdynamizowanie dotychczasowych kierunków działalności pozarolniczej.

²² S. Golinowska, *Polska bieda II. Kryteria. Ocena. Przeciwdziałanie*, IPiSS, Warszawa 1997.

²³ A. Woś, *Analiza produkcyjno-ekonomicznej sytuacji rolnictwa i gospodarki żywnościowej w 2001 roku*, IFiRGŻ, Warszawa 2002, s. 25.

czej. Wymaga to od mieszkańców wsi zaktywizowania ich działalności, rozwoju przedsiębiorczości oraz przyspieszenie wielofunkcyjnego rozwoju wsi. Wraz z tymi działaniami niezbędne są programy racjonalizujące programy kształcenia i aktywność zawodową mieszkańców.

Po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej w zasadniczy sposób zmienia się uwarunkowania prowadzenia działalności gospodarczej. Otworzą się nowe rynki pracy i zwiększą się szanse zdobycia pracy. Należy jednak przystąpić do działań, które przyczynią się do poprawy szans mieszkańców wsi, m.in. doskonań zawodowych, zwiększania aktywności, podnoszenia kwalifikacji czy zdobywania umiejętności pozwalających na wzrost konkurencyjności polskich pracowników. Brak odpowiednich działań może prowadzić do zwiększenia ubóstwa na wsi.

Poważnym zagrożeniem są spostrzeżenia, że zaledwie 20% ludności wystarczy, aby utrzymać gospodarkę światową na dotychczasowym poziomie. Powstaje zatem pytanie, co stanie się z pozostałymi 80% ludności świata. Należy prowadzić takie działania, aby nie spełniły się słowa Malthusa, który stwierdził, że człowiek urodził się w świecie już zawłaszczonym, i jeśli nie może uzyskać środków na swoje utrzymanie od rodziny, a społeczeństwo nie potrzebuje jego pracy, to nie ma prawa do żadnych roszczeń prawnych do nawet najmniejszej części pożywienia, wówczas nie ma co robić na świecie. Jeśli zabraknie dla człowieka nakrycia na wielkim stole zastawionym przez naturę, wtedy przyroda każe mu odejść i sprawnie wykona swe rozkazy, o ile nie uda mu się wzbudzić politowania innych siedzących przy tym stole²⁴.

Literatura

- Aktualne problemy i wydarzenia*, CBOS, Warszawa 2003, s. 153.
- Antonides G., Fred van Raaij W., *Zachowanie konsumenta*, PWN, Warszawa 2003, s. 530.
- Bilans korzyści i kosztów przystąpienia Polski do Unii Europejskiej*, UKiE, Warszawa 2003.
- Duczkowska-Małysz K., *Rolnictwo – wieś – państwo*, Warszawa 1998, s. 154.
- Golinowska S., *Polska bieda II. Kryteria. Ocena. Przeciwdziałanie*, IPiSS, Warszawa 1997.
- Hryniewicz J., *Czynniki rozwoju lokalnego*, w: B. Jałowiecki (red.), *Oblicza polskich regionów*, UW, EIRiL, Warszawa 1996.
- Kłodziński M., *Aktywizacja gospodarcza obszarów wiejskich*, PAN, IRWiR, Warszawa 1999, s. 42, 62, 66, 67.
- Malthus, *Rozprawa o prawie ludności*, Warszawa-Kraków 1925, s. 145.
- Margol K., *Rynek pracy – aktywna polityka przeciwdziałania bezrobociu*, PAOW, FRDL, Warszawa 2003, s. 8, 14, 15.
- Michna W., *Bezrobocie na wsi i możliwości jego ograniczenia*, IERiGŻ, Warszawa 1999, s. 11, 50.
- Plan Rozwoju Obszarów Wiejskich dla Polski na lata 2004-2006 (II projekt), Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2003.

²⁴ Malthus, *Rozprawa o prawie ludności*, Warszawa-Kraków 1999, s. 145.

- Raport: *Rezultaty negocjacji o członkostwo Polski w Unii Europejskiej i wstępna ocena ich skutków gospodarczo-społecznych*, Rządowe Centrum Studiów Strategicznych, Warszawa 2003.
- Rifkin J., *Koniec pracy. Schyłek siły roboczej na świecie i początek ery postrykowej*. Wyd. Dolnośląskie, Wrocław 2001, s. 20.
- Rosner A., *Bezrobocie na wsi*, w: *Chłop, rolnik, farmer. Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej — nadzieje i obawy polskiej wsi*, ISP, Warszawa 2000, s. 87-90.
- Warunki życia ludności w 2001 roku*, GUS, Warszawa 2002.
- Woś A., *Analiza produkcyjno-ekonomicznej sytuacji rolnictwa i gospodarki żywnościowej w 2001 roku*, IERiGŻ, Warszawa 2002, s. 25.
- Żelazna K., Kowalczyk I., Mikuta B., *Ekonomika konsumpcji — elementy teorii*, SGGW, Warszawa 2002, s. 100-101.

Bezrobocie na wsi — sposoby przeciwdziałania

Streszczenie

Bezrobocie po 1989 r. w szczególnie dużym stopniu dotknęła mieszkańców wsi. Brak dostosowania siły roboczej do lokalnego rynku pracy powoduje istotne pogorszenie się ich warunków życia. W związku z powyższym konieczne są działania zmierzające do zwiększenia aktywności mieszkańców wsi. Tworzenie miejsc pracy możliwe jest poprzez rozwój przedsiębiorczości wśród bezrobotnych, tworzenie małych i średnich przedsiębiorstw, roboty publiczne, rozwój turystyki wiejskiej, pożyczki i kredyty dla bezrobotnych w celu założenia własnej działalności. Od umiejętności pobudzenia aktywności gospodarczej mieszkańców wsi uzależniony jest rozwój zamieszkanych przez nich terenów, a także poprawa jakości ich życia.

The unemployment in rural areas — the ways of counteracting

Summary

After 1989 the employment particularly touched country population. Lack of adjustment to the local labour market among the man-power causes crucial decreasing of living conditions. According to above it is vital to increase the activity of villagers. Creating new jobs is possible due to public works, growth of tourism, loans and credits for the employed to help them to organize their own business. The development of the rural areas mainly depends on stimulating economic activity of their inhabitants. This is also an essential factor for improving their life quality.

IWONA OLEJNIK

Rynek otwartych funduszy emerytalnych w Polsce i perspektywy jego rozwoju

Wprowadzenie

Od wieków człowiek dążył do odkrycia sposobu na możliwość zaspokajania potrzeb i godne życie w okresie starości, czyli w sytuacji kiedy zmniejszają się jego zdolności i aktywność zawodowa. Wielopokoleniowa rodzina, składkowe kasy brackie, oszczędności i ich indywidualne lokowanie, a nawet eliminacja jednostki ze społeczności to tylko niektóre ze sposobów — często wątpliwej jednak jakości — zmniejszania niepewności i braku ochrony w okresie starości.

Dopiero początek XIX wieku przyniósł powstanie tzw. systemów emerytalnych, czyli systemów ubezpieczeniowych, których zadaniem jest zapewnienie świadczeń po zakończeniu pracy zawodowej przez ludzi, którzy osiągnęli wiek emerytalny. Tworzenie systemów emerytalnych spoczywało wówczas na pracodawcach i stanowiło integralną część ich misji rozwojowej. Takie działania miały na celu pozyskanie oddanej, stabilnej załogi oraz pozyskanie środków na rozwój przedsiębiorstwa. Funkcjonujące wtedy fundusze miały różne formy, jednak z biegiem czasu wykształcił się jednolity, prawnie uregulowany system, wspierany i nadzorowany przez państwo¹.

Do lat 90. XX wieku problematyka emerytur pozostawała na marginesie ekonomii (również nauk o zarządzaniu), zaś interesowano się nią jedynie w obrębie polityki społecznej i prawa. W ostatnich latach obserwuje się jednak wzrost zainteresowania problematyką zabezpieczenia starości, zaś niewydolność systemów emerytalnych jawi się coraz częściej jako problem globalny². Skuteczne i efektywne konstrukcje systemów emerytalnych, zapobiegające skutkom wzrastającego ryzyka starości, stały się zatem istotnym celem polityki społecznej w wielu krajach nie tylko Unii Europejskiej, ale i w Polsce³. Do najważniejszych przyczyn

¹ Szerzej na temat systemów emerytalnych i ich ekonomicznych podstaw teoretycznych zob. M. Góra, *System emerytalny*, PWE, Warszawa 2003; M. Żukowski, *Wielostopniowe systemy zabezpieczenia emerytalnego w Unii Europejskiej i w Polsce*, AE, Poznań 1997; S. Golinowska (red.), *Bazowe systemy emerytalno-rentowe w świecie*, t. I, IPiSS, Warszawa 1993.

² M. Góra, *System emerytalny*, s. 16.

³ J. Monkiewicz (red.), *Ubezpieczenia w Unii Europejskiej*, Poltext, Warszawa 2002, s. 350-351.

wzrostu zainteresowania systemami emerytalnymi oraz przeprowadzania ich reform w Europie i na świecie zalicza się m.in.: wzrost wydatków na emerytury i związany z tym wzrost obciążeń budżetowych, zmiany socjoekonomiczne i demograficzne (np. zmiany w strukturach społecznych, rodzinnych, wzrost liczby kobiet pracujących, wzrost poziomu emerytur, wzrost bezrobocia, wydłużania się lat życia ludności, niską stopę urodzeń w wielu krajach, coraz późniejsze rozpoczynanie pracy zawodowej wynikające ze wzrostu okresu kształcenia) oraz integrację europejską, zwiększającą wewnętrzne i zewnętrzne migracje ludności pracującej⁴.

Dotychczas niewiele krajów Unii Europejskiej podjęło próbę kompletnego reformowania swoich systemów emerytalnych. Łatwiej bowiem jest subsydiować systemy emerytalne niż je gruntownie reformować⁵. Jednak niektóre kraje reorganizują swoje systemy emerytalne, zaś szczególnie zauważyć można tendencje w kierunku „rozbierania na części” schematu państwowych emerytur oraz rozwoju zawodowych świadczeń o charakterze funduszy uzupełniających państwowe świadczenia. Niemal wszystkie kraje dążą także w kierunku podniesienia wieku emerytalnego (do 65-67 lat) oraz zrównania go dla kobiet i mężczyzn. Ponadto poszczególne kraje Unii Europejskiej planują zmiany w zakresie prawa emerytalnego i podstaw szacowania świadczeń w celu obniżenia obciążeń budżetu⁶.

Transformacja polskiej gospodarki oraz pogłębiający się kryzys ubezpieczeń społecznych spowodowały wprowadzenie w 1999 r. nowych zasad funkcjonowania systemu emerytalnego. Efektem reformy emerytalnej jest tzw. system trzyfilarowy. W ramach II filaru rozpoczęły działalność podmioty o nie istniejącym wcześniej profilu działalności, tzw. otwarte fundusze emerytalne (OFE) i zarządzające nimi powszechne towarzystwa emerytalne (PTE). Otwarte fundusze emerytalne w przyszłości (wraz z I filarem — świadczeniami z ZUS-u) stanowić będą emeryturę podstawową. Jednocześnie przewiduje się, iż w perspektywie kilkunastu lat fundusze te mogą wywrzeć istotny wpływ na polski rynek finansowy.

Zaprezentowane w tym opracowaniu rozważania dotyczące rozwoju otwartych funduszy emerytalnych w Polsce mają z natury rzeczy charakter nie w pełni wyczerpujący. W pierwszej części artykułu zaprezentowano zatem determinanty powstania, istotę oraz miejsce OFE w Polsce. Natomiast celem rozważań w drugiej części jest próba wskazania na najważniejsze kierunki rozwoju tego relatywnie najmłodszego z istniejących sektorów rynku finansowego w Polsce.

⁴ R. Holzmann, M. Orenstein, M. Rutkowski, *Pension Reform in Europe: Process and Progress*, The World Bank, Washington D. C., s. 2 i n.

⁵ Przykładowo, nie będący w stanie pokryć swoich wydatków niemiecki system emerytalny subsydiowany jest w 20%, za: M. Góra, *System emerytalny*, s. 10.

⁶ *Pensions in Europe*, Comité Européen des Assurances, 1997, s. 61 i n.

Otwarte fundusze emerytalne w Polsce — diagnoza stanu rynku

Otwarte fundusze emerytalne i zarządzające nimi powszechne towarzystwa emerytalne stanowią integralną część systemu emerytalnego w Polsce. Istotę funduszu emerytalnego stanowi prowadzenie działalności polegającej na gromadzeniu i lokowaniu środków pieniężnych wpłacanych przez członków, akumulowanie ich z przeznaczeniem na wypłatę dla członków w momencie ich przejścia na emeryturę. Fundusz emerytalny jest nową kategorią osoby prawnej w polskim prawie i jest tworzony, zarządzany oraz reprezentowany w stosunkach z osobami trzecimi przez odrębny podmiot prawny — powszechne towarzystwo emerytalne, będące organem funduszu⁷.

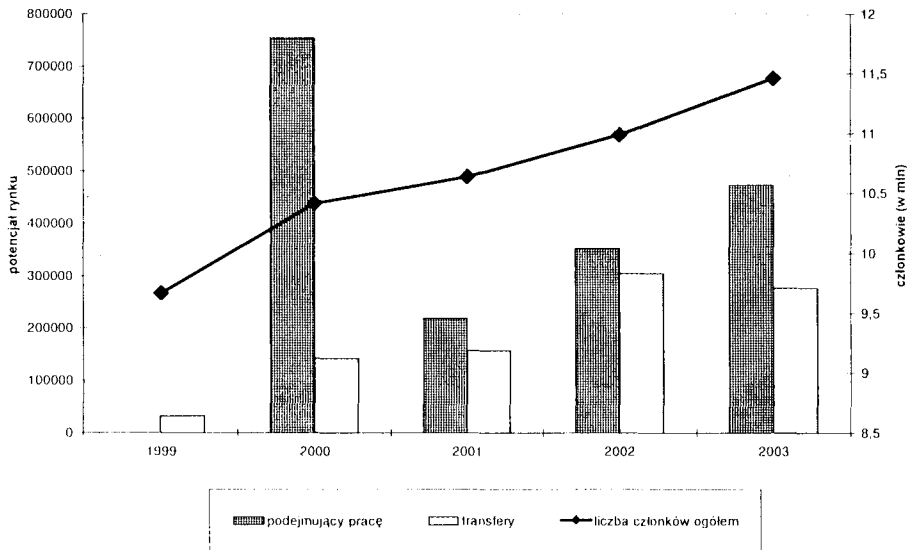
Generalnie wyróżnić można dwa podstawowe etapy rozwoju rynku otwartych funduszy emerytalnych: pierwszy — obejmujący 1999 r., w którym podstawowym celem funduszy było objęcie maksymalnego udziału w rynku, oraz kolejny, w którym następują konsolidacje, a przedmiotem akwizycji jest przede wszystkim samo towarzystwo emerytalne.

Analizując pierwszy etap rozwoju tego nowego sektora, warto zauważyć, iż wśród 21 towarzystw emerytalnych, które rozpoczęły działalność na polskim rynku w 1999 r., znalazły się podmioty zróżnicowane względem różnorodnych kryteriów. W tworzenie powszechnych towarzystw emerytalnych zaangażowało się bowiem ponad 50 przedsiębiorstw, zarówno już działających w sektorze finansowym (banki, zakłady ubezpieczeniowe, fundusze inwestycyjne), jak i spoza tego sektora (przedsiębiorstwa produkcyjne, telewizja, kościół), a ponadto firmy mające swoją siedzibę w Polsce, jak również za granicą. W tym okresie wskutek intensywnych działań towarzystw emerytalnych w ramach strategii promocji i akwizycji do funduszy emerytalnych przystąpiło 9,6 mln osób, z czego aż 45% to osoby, które nie były obligatoryjnie zmuszone przystąpić do OFE. W kolejnych latach potencjalnymi klientami funduszy emerytalnych są osoby podejmujące po raz pierwszy pracę (popyt pierwotny) oraz członkowie zmieniający fundusze w ramach tzw. transferów (popyt wtórny). Rysunek 1 prezentuje zmiany w zakresie liczby członków funduszy emerytalnych ogółem oraz zachodzące transfery. Warto zauważyć, iż na koniec 2003 r. do funduszy należało 11,46 mln Polaków, przy czym analizując potencjał rynku, interesującym wydaje się być utrzymujący się na dość wysokim poziomie odsetek liczby członków zmieniających fundusze w stosunku do osób wybierających OFE po raz pierwszy (np. w 2001 r. wynosił on 72%, w 2002 — 87%, a w 2003 — 58%).

⁷ Zasady działania nowego systemu ubezpieczeń społecznych określa ustawa z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych, Dz. U. Nr 137, poz. 887 z późn. zm., zaś podstawę do funkcjonowania otwartych funduszy emerytalnych stanowi ustawa z dnia 28 sierpnia 1997 r. o organizacji i funkcjonowania funduszy emerytalnych, Dz. U. Nr 139, poz. 934 z późn. zm.

Rysunek 1

Członkowie otwartych funduszy emerytalnych w Polsce
(wg stanu na koniec grudnia każdego roku)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych (Biuletyny kwartalne z lat 1999-2003).

Analizując pozycję poszczególnych funduszy na rynku, warto zauważyć, iż w fazie wprowadzenia nieco ponad połowę udziałów w rynku objęły trzy fundusze: CU OFE BPH CU WBK (ponad 2,2 mln członków), OFE PZU Złota Jesień (ponad 1,7 mln członków) oraz OFE Nationale Nederlanden Polska (blisko 1,5 mln członków). Generalnie fundusze te w kolejnych latach utrzymują swoją pozycję na rynku, zaś osoby podejmujące po raz pierwszy pracę oraz zachodzące transfery zasadniczo nie zmieniają struktury liczby członków poszczególnych OFE (aczkolwiek największe przyrosty notują te fundusze, które prowadzą aktywne działania w ramach strategii akwizycji).

W toku rozwoju sektora, w stosunku do 1999 r., zmniejszyła się liczba otwartych funduszy emerytalnych. Wynika to zarówno z łączenia się PTE, jak również z przejmowania (konsolidacji) zarządzania funduszem przez inne towarzystwo⁸.

⁸ Połączenia przedsiębiorstw są podstawowymi metodami ich wzrostu i rozwoju konkurencji wobec innych podmiotów. Integracja pozwala na szybki i skuteczny wzrost firmy i jest sposobem na realizację strategii rozwoju rynku. Połączenia dotyczą często konkurentów, obniżają konkurencję na danym rynku i wzmacniają podmioty dokonujące konsolidacji. Równocześnie są podstawą do konkurencji w zakresie przywództwa kosztowego. Podstawową korzyścią konsolidacji w przypadku funduszy jest

Rozpoczęte w 2001 r. procesy konsolidacyjne (połączenia mniejszych i słabszych podmiotów) wynikały m.in. z przesłanek prawnych oraz realnych potrzeb rynkowej konkurencji⁹.

Jak wcześniej wspomniano, przedmiotem działalności funduszy jest *gromadzenie środków pieniężnych i ich lokowanie, z przeznaczeniem na wypłatę członkom funduszu po osiągnięciu przez nich wieku emerytalnego*¹⁰. Jednak w początkowym okresie wystąpiły istotne problemy w zakresie tej działalności, związane z opóźnieniami ZUSu w zakresie przekazywania funduszom należnych im składek. Na koniec 1999 r. wysokość aktywów netto wynosiła bowiem tylko 2,9 mld zł, ale na koniec 2003 r. już 44,8 mld zł (rysunek 2). Generalnie fundusze o największej liczbie członków dysponują największymi aktywami (współczynnik korelacji liczby członków i wartości aktywów wynosi prawie 98%), jednak udział w ogólnej liczbie członków nie pokrywa się dokładnie z udziałem w wartości aktywów netto ogółem. Warto dodać, iż w pierwszym roku funkcjonowania tego nowego sektora średnia wartość aktywów netto na jednego członka wynosiła niecałe 300 zł, a na koniec 2003 r. — średnio blisko 4 tys. zł¹¹.

Aktywa pozyskane przez otwarte fundusze emerytalne ze składek członków są następnie przez nie inwestowane na rynku kapitałowym. Przyrost wartości aktywów danego funduszu odnotowywany jest w zmianie tzw. wartości jednostki rozrachunkowej¹² i w długim czasie umożliwia ocenę efektywności inwestycyjnej funduszu (średnia ważona wartość jednostek rozrachunkowych OFE zaprezentowana została na rysunku 2). Warto podkreślić także, iż w całym analizowanym okresie występuje relatywnie duże zróżnicowanie w osiągniętych wynikach (wyrażonych przez stopę zwrotu) między poszczególnymi podmiotami, co jest wynikiem strategii inwestycyjnej towarzystw emerytalnych¹³. Generalnie fundusze emerytalne starają się dostosować strukturę swojego portfela inwestycyjnego do sytuacji na rynku finansowym, czego efektem jest dość wysoki udział skarbowych instrumentów dłużnych w portfelach inwestycyjnych OFE (na poziomie ok. 70%). Zarządzający portfelami prowadzą również dość aktywną politykę w zakresie aloka-

zatem to, że większy fundusz może mieć duży przepływ środków, co może obniżyć opłaty ponoszone przez PTE. Efektem marketingowym obniżenia opłat może być natomiast napływ nowych członków z innych funduszy; zob. Z. Pierścioneck, *Strategie rozwoju firmy*, PWN, Warszawa 1998, s. 301.

⁹ Proces łączenia lub przejmowania funduszy objął dotychczas następujące podmioty: 1) OFE Epoka został przejęty przez Pekao PTE S.A.; 2) połączenie OFE Pocztylion i Arka Invesco OFE 3) zarządzanie Pioneer OFE przejęło Pekao PTE S.A.; 4) zarządzanie OFE Rodzina przejęło Pekao PTE S.A.; 5) połączenie PTE Skarbiec-Emerytura i PTE BIG Banku Gdańskiego S.A.

¹⁰ Ustawa z dnia 28 sierpnia 1997 r. o organizacji..., art. 2 pkt 2.

¹¹ Jednocześnie w poszczególnych funduszach emerytalnych utrzymuje się znaczne zróżnicowanie średniej wysokości składek na 1 członka (np. współczynnik zmienności tej wielkości w 1999 r. wynosił 53%, a na koniec 2003 r. 29%). Najwyższe aktywa netto przypadające na jednego członka posiadają OFE Nationale Nederlanden Polska oraz Commercial Union OFE BPH CU WBK, zaś najniższe OFE Polsat i OFE Kredyt Banku.

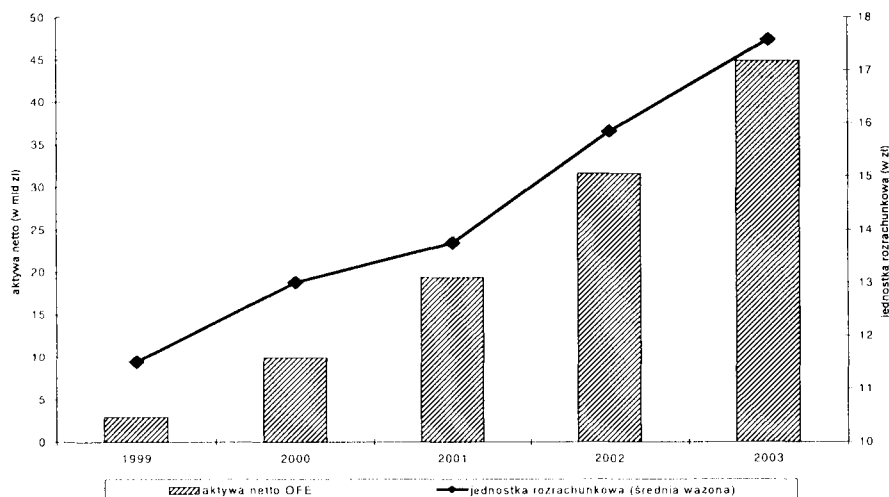
¹² Jednostka rozrachunkowa stanowi relację wielkości aktywów do ilości jednostek rozrachunkowych. Wyjściowy poziom jednostki rozrachunkowej określony został w ustawie na poziomie 10 zł.

¹³ Zob. *Rynek otwartych funduszy emerytalnych 2003*, Urząd Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych, Departament Komunikacji i Integracji Europejskiej, Warszawa 2004, s. 4 i n

cji środków w subportfelach akcyjnych (udział akcji w portfelu inwestycyjnym oscyluje wokół poziomu 25%). Analizując wymagane stopy zwrotu OFE, od początku zdecydowanie najlepszym funduszem jest OFE Nationale Nederlanden Polska oraz Bankowy OFE (aczkolwiek korzystny wynik tego ostatniego w dużej części jest efektem dopłat dokonanych przez towarzystwo emerytalne w okresie od lipca 2001 do kwietnia 2002 r.). Natomiast najniższe stopy zwrotu w całym okresie uzyskuje OFE Kredyt Banku.

Rysunek 2

Aktywa netto i średnia wartość jednostki rozrachunkowej otwartych funduszy emerytalnych w Polsce (wg stanu na koniec grudnia każdego roku)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych (Biuletyny kwartalne z lat 1999-2003)

Przewiduje się, iż w kolejnych latach funkcjonowania rynku będzie miała miejsce progresywna dynamika przyrostu aktywów netto OFE, zaś w najbliższych okresach przyrost aktywów netto wynikać będzie szczególnie z uregulowania dużej części zaległości ZUS wobec funduszy emerytalnych.

Otwarte fundusze emerytalne na rynku finansowym-perspektywy

Rosnąca konkurencja, zmiany popytu, napływ kapitału zagranicznego oraz proces unifikacji Europy wymaga również nowych koncepcji działania instytucji finansowych. Powstanie i rozwój OFE, wzrost konkurencji na rynku bankowym czy ubezpieczeniowym, a jednocześnie stosowanie nowych technologii w różny sposób wpływa na rozwój rynku finansowego, a tym samym rozwój OFE w Polsce. Fundusze emerytalne odgrywają bowiem coraz bardziej istotną rolę w rozwoju rynku finansowego, zaś w perspektywie kilkudziesięciu lat sektor ten stanie

się jednym z ważniejszych segmentów tego rynku¹⁴. Należy zatem zauważyć do-
syć ścisłą współzależność i powiązania otwartych funduszy emerytalnych z in-
nymi instytucjami rynku finansowego. Rozwój wszystkich omawianych sektorów
uzależniony jest bowiem w istotnym stopniu m.in. od:

- sytuacji gospodarczo-politycznej kraju (inflacja, bezrobocie, niepewność
związana z ciągłymi przemianami systemowymi),
- kondycji finansowej usługobiorców (zarówno gospodarstw domowych, jak
i przedsiębiorstw),
- zachowań klientów, ich nawyków, przyzwyczajeń, zaufania do instytucji te-
go sektora (np. niska skłonność Polaków do długoterminowego oszczędzania, sta-
nowiąca barierę rozwoju funduszy inwestycyjnych, może ulec obniżeniu w kon-
tekście korzystnych wyników inwestycyjnych otwartych funduszy emerytalnych,
szczególnie biorąc pod uwagę ich obowiązkowość i długoterminowość).

Czynnikami umożliwiającymi współpracę między poszczególnymi segmenta-
mi oraz wpływającymi na dalszy dynamiczny rozwój sektora może być również
liberalizacja przepisów dotyczących swobody przepływu kapitałów w kontekście
Unii Europejskiej, a także wprowadzanie nowych form dystrybucji obniżających
koszty, edukacja społeczeństwa prowadząca do wzrostu jego zaufania oraz two-
rzenie tzw. grup (konglomeratów) finansowych¹⁵.

Z racji tego, iż rynek funduszy emerytalnych jest najmłodszym wśród wszyst-
kich składowych rynku finansowego w Polsce, trudno jest dokładnie określić przy-
szłe tendencje rozwojowe, jak i możliwe zmiany strukturalne¹⁶. Jednak biorąc pod
uwagę dotychczasowy rozwój rynku funduszy emerytalnych w Polsce, jak rów-
nież w innych krajach, można oczekiwać m.in., że:

1. Na rynku dojdzie do dalszych konsolidacji, gdyż:

a) uważa się, że największa opłacalność w tym sektorze pojawia się przy 4-8
dużych funduszach;

b) *per analogia*, w państwach, na wzór których Polska dokonała reformy sys-
temu emerytalnego, również dochodziło do konsolidacji.

2. Nastąpi coraz większy wzrost zasobów rynku pieniężnego, głównie zaś pie-
niądza długookresowego. Efektem może być pojawienie się na rynku nowych in-
strumentów finansowych oraz wzrost zainteresowania istniejącymi papierami war-
tościowymi. Prognozuje się bowiem, iż w 2006 r. aktywa OFE osiągną poziom

¹⁴ J. Garczarezyk, R. Matusiewicz, M. Moeck, *Koniunktura na rynku bankowym i ubezpieczenio-
wym w Polsce*, AE, Poznań 2001, s. 133; M. Rutkowski, *Dwa oblicza reformy*, Biuletyn IGTE, 2/2000.

¹⁵ W grupie finansowej oprócz banku komercyjnego znaleźć się może biuro maklerskie, towarzy-
stwo funduszy inwestycyjnych, zakład ubezpieczeniowy, firmy leasingowe, faktoringowe czy w końcu
otwarty fundusz emerytalny. Takie konglomeraty są odpowiedzią na zjawisko tzw. synergii popytowej,
tj. sytuacji, w której popyt na jeden typ usługi finansowej rodzi chęć i potrzebę nabycia innych, często
komplementarnych produktów czy usług, jak np. ubezpieczenie mieszkania związane z zaciąganiem
kredytu hipotecznego, zaś wybór OFE może — przy odpowiedniej świadomości konsumenta — wpły-
nąć na zakup polisy emerytalno-inwestycyjnej w ramach tzw. III filaru.

¹⁶ J. Garczarezyk (red.), *Rynek usług finansowych w Polsce w latach 1990-2001. Diagnozowanie
i prognozowanie koniunktury*, „Zeszyty Naukowe” nr 37, AE, Poznań 2001, s. 34-35.

100 mld zł (12,5% prognozowanego PKB), na koniec 2010 r. prawie 170 mld zł, a w 2019 — 500 mld zł¹⁷. Jednocześnie fundusze powinny być bardziej zdywersyfikowane pod względem celów inwestycyjnych, co lepiej odpowiadałoby strukturze wiekowej ich członków (osoby młode łatwiej akceptują ryzyko). Ponadto oczekuje się wzrostu swobody inwestowania na rynkach zagranicznych.

3. Następstwem reformy będzie również rozwój instytucji (w tym powstanie zakładów emerytalnych) i usług związanych z funduszami, np. w zakresie zarządzania aktywami, doradztwa inwestycyjnego czy emerytalnego, ale także podmiotów wspomagających zarządzanie towarzystw emerytalnych (agencje reklamowe, call centra itp.). Szczególne znaczenie może mieć zawód (instytucja) doradcy finansowego w zakresie m.in. wyboru/zmiany OFE, optymalnego momentu przejścia na emeryturę, wyborów w zakresie opcji emerytury czy wreszcie zakładu emerytalnego¹⁸.

4. Nastąpić mogą i powinny dalsze zmiany w uregulowaniach prawnych dotyczące np.:

a) wprowadzenia tylko jednej opłaty, takiej samej dla wszystkich członków danego funduszu, co ułatwiłoby większą przejrzystość opłat i porównywanie rzeczywistych kosztów ponoszonych przez uczestników różnych OFE, a jednocześnie nastąpiłby wzrost konkurencji między funduszami i zwiększenie efektywności towarzystw;

b) wprowadzenia obowiązku jednolitej i wiarygodnej prezentacji wyników inwestycyjnych funduszy;

c) zmiany w przepisach dotyczących akwizycji (np. wprowadzenie obowiązkowych egzaminów dla akwizytorów, co wyeliminowałoby z zawodu osoby nieprzygotowane i przypadkowe);

d) możliwości wzrostu przychodów z działalności operacyjnej PTE z pozyskiwania dodatkowych środków finansowych (np. poprzez dodatkowe, dobrowolne wpłaty członków OFE lub pracodawcę¹⁹), w tym przypadku rozwiązaniem dodat-

¹⁷ *Perspektywy rozwoju otwartych funduszy emerytalnych na rynku finansowym do roku 2010*, Urząd Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych, Warszawa 2003, s. 18.

¹⁸ *Przewiduje się, że największa dynamika wzrostu liczby zatrudnionych występować będzie w pośrednictwie finansowym, co wynika m.in. z wprowadzonej reformy emerytalnej, w tym rozwoju rynku OFE*, za: A. Fazlagić, *Zatrudnienie w usługach*, w: K. Rogoziński (red.), *Transformacja w usługach. Sektor usług w Polsce w latach 1990-1999*, „Zeszyt Naukowy” nr 9, AE, Poznań 2001, s. 100.

¹⁹ Możliwości rozwoju II filaru w zakresie produktu związane mogą być z funkcjonowaniem i możliwościami III filaru. Biorąc pod uwagę fakt, że III filar ma charakter dobrowolny zarówno co do wdrożenia, jak i przystępowania do pracowniczych programów emerytalnych, może okazać się, iż część pracujących nie będzie miała możliwości skorzystania z tej formy dodatkowego gromadzenia oszczędności, pojawia się więc możliwość systemowego zaangażowania podmiotów zarządzających środkami w ramach II filaru: PTE poprzez wnoszenie przez pracodawcę składek pracowników do otwartych funduszy emerytalnych. Dodatkowe oszczędzanie w OFE byłoby formą uproszczoną i mogłoby być możliwe na takie sposoby, jak: zawarcie przez pracodawcę umowy emerytalnej z reprezentacją załogi i wpłacanie przez niego składki do wybranych przez pracowników otwartych funduszy emerytalnych czy też finansowanie przez pracownika samodzielnie dodatkowych wpłat do otwartego funduszu emerytalnego, gdy w przedsiębiorstwie nie utworzono Pracowniczego Programu Emerytalnego.

kowym może być wprowadzenie ulg podatkowych dla osób dodatkowo oszczędzających w OFE.

5. W kontekście przystąpienia Polski do struktur unijnych modyfikacji podlegać będą również rozwiązania prawne i organizacyjne dostosowujące fundusze emerytalne do rosnącej mobilności siły roboczej (zwiększenie kompatybilności systemów emerytalnych w różnych krajach, w tym szczególnie uregulowania w zakresie transferów składek pomiędzy krajami). Przewiduje się również powołanie ogólnoeuropejskiego funduszu emerytalnego²⁰.

6. Nastąpi ostateczne z informatyzowanie ZUS-u, który na bieżąco będzie przekazywał składki do funduszy emerytalnych, uporządkuje rachunki każdego członka OFE itp.

7. Stworzone zostać powinny szerokie programy edukacyjne dla konsumentów, zaś towarzystwa powinny sprzyjać wzrostowi aspiracji edukacyjnych swoich klientów. Luka informacyjna, czyli sytuacja, w której sprzedawca usługi wie więcej na temat jej specyfiki i wartości niż klient, powoduje bowiem, że ten ostatni płaci za nią więcej, aniżeli jest ona tego warta²¹. Pełny, cykliczny dostęp do informacji zrozumiałej dla klienta, to jego wyższa jakość życia na emeryturze. Podejmowane przez konsumentów decyzje (szczególnie te, które dotyczą transferów) powinny bowiem opierać się na długofalowych obserwacjach finansowych (np. wartości jednostki rozrachunkowej), a nie na podstawie reklam czy nie zawsze uczciwie działających akwizytorów.

Reasumując, warto dodać, iż w sytuacji, kiedy na rynku powstaje i rozwija się nowy sektor, w sposób naturalny pojawia się również szereg trudności związanych z jego funkcjonowaniem²². Jednocześnie przeobrażenia zachodzące na rynku otwartych funduszy emerytalnych, a szczególnie procesy konsolidacji, ewoluujące zachowania konsumentów i wciąż niedostateczny poziom ich wiedzy, wpływają na konieczność podejmowania działań zmierzających do kształcenia obecnych i przyszłych klientów funduszy w zakresie zrozumienia usługi, zaś z racji zadań, jakie ciążą na funduszach, firmy zarządzające OFE nieustannie i bezwzględnie muszą znajdować się na najwyższym poziomie tzw. „moralnej ewolucji”²³.

²⁰ Biuletyn Izby Gospodarczej Towarzystw Emerytalnych, 2/2001

²¹ K. P. Ambachtsheer, D. Don Ezra, *Fundusze emerytalne. Jak efektywnie pomnażać majątek ich członków*, Oficyna Ekonomiczna – Dom Wydawniczy ABC, Kraków 2001, s. 232.

²² Jak wynika z przeprowadzonych badań wśród menedżerów towarzystw emerytalnych w 2003 r., najpoważniejszymi problemami na analizowanym rynku są niewłaściwie funkcjonujący Zakład Ubezpieczeń Społecznych oraz niekorzystne uregulowania prawne dotyczące inwestowania składek. Badania przeprowadzone zostały przez Katedrę Badań Marketingowych Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.

²³ J.-J. Lambin, *Strategiczne zarządzanie marketingowe*, PWN, Warszawa 2001, s. 77.

Literatura

- Ambachtsheer K. P., Don Ezra D., *Fundusze emerytalne. Jak efektywnie pomnażać majątek ich członków*, Oficyna Ekonomiczna – Dom Wydawniczy ABC, Kraków 2001.
- Biuletyny kwartalne Urzędu Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych (z lat 1999-2003).
- Garczarczyk J. (red.), *Rynek usług finansowych w Polsce w latach 1990-2001. Diagnozowanie i prognozowanie koniunktury*, „Zeszyty Naukowe” nr 37, AE, Poznań 2001.
- Garczarczyk J., Matusiewicz R., Mocek M., *Koniunktura na rynku bankowym i ubezpieczeniowym w Polsce*, AE, Poznań 2001.
- Golinowska S. (red.), *Bazowe systemy emerytalno-rentowe w świecie*, t. I, IPiSS, Warszawa 1993.
- Góra M., *System emerytalny*, PWE, Warszawa 2003.
- Holzmann R., Orenstein M., Rutkowski M., *Pension Reform in Europe: Process and Progress*, The World Bank, Washington D. C.
- Lambin J.-J., *Strategiczne zarządzanie marketingowe*, PWN, Warszawa 2001.
- Monkiewicz J. (red.), *Ubezpieczenia w Unii Europejskiej*, Poltext, Warszawa 2002.
- Pensions in Europe*, Comité Européen des Assurances, 1997.
- Perspektywy rozwoju otwartych funduszy emerytalnych na rynku finansowym do roku 2010*, Urząd Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych, Warszawa 2003.
- Pierścionek Z., *Strategie rozwoju firmy*, PWN, Warszawa 1998.
- Rogoziński K. (red.), *Transformacja w usługach. Sektor usług w Polsce w latach 1990-1999*, „Zeszyt Naukowy” nr 9, AE, Poznań 2001.
- Rynek otwartych funduszy emerytalnych 2003*, Urząd Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych, Departament Komunikacji i Integracji Europejskiej, Warszawa 2004.
- Żukowski M., *Wielostopniowe systemy zabezpieczenia emerytalnego w Unii Europejskiej i w Polsce*, AE, Poznań 1997.
- Ustawa z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych, Dz. U. Nr 137, poz. 887 z późn. zm.
- Ustawa z dnia 28 sierpnia 1997 r. o organizacji i funkcjonowaniu funduszy emerytalnych, Dz. U. Nr 139, poz. 934 z późn. zm.
- Rutkowski M., *Dwa oblicza reformy*, Biuletyn IGTE, 2/2000.
- Biuletyn Izby Gospodarczej Towarzystw Emerytalnych, nr 2/2001.

Rynek otwartych funduszy emerytalnych w Polsce i perspektywy jego rozwoju

Streszczenie

Artykuł prezentuje niektóre uwarunkowania i zjawiska związane z rozwojem rynku otwartych funduszy emerytalnych, funkcjonujących w ramach II filaru systemu emerytalnego. Otwarte fundusze emerytalne istnieją na polskim rynku od 1999 r. i wraz ze świadczeniami z ZUS-u stanowią będą w przyszłości emeryturę podstawową. Natomiast dalsze konsolidacje, rozwój instytucji i usług wspierających funkcjonowanie funduszy, zmiany w uregulowaniach prawnych, wzrost kompatybilności systemów emerytalnych w różnych krajach oraz stworzenie programów w zakresie szerokiej edukacji konsumentów to tylko niektóre z obszarów, w ramach których w najbliższych latach nastąpią lub powinny nastąpić niebagatelne zmiany.

The open pension funds market in Poland and perspectives of its development

Summary

The paper presents some situations and conditions determining the development of the open pension funds market. The open pension funds have been in the polish market since 1999 and together with profits from ZUS will form in the future so called a basic part of a pension. Further consolidations, developing of institutions and services supporting the functioning of funds, changes in the legal regulations, an increase of compatibility of pensions systems from different countries and implementation of broad educational consumer's programs — these are only some of the sections, in that will face in the next years significant changes.

Z żałobnej karty

Wspomnienie o śp. Profesorze Zbigniewie Romanowie

W dniu 9 września 2004 r. zmarł Profesor Zbigniew Romanow, członek Rady Programowej „Zeszytów Naukowych” Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu. Nasza Uczelnia straciła w osobie śp. Profesora serdecznego przyjaciela i życzliwego doradcę.

Zainteresowania naukowe Pana Profesora obejmowały szeroki wachlarz problemów. Interesował się szczególnie teorią wartości i cen oraz ekonomią dobrobytu, co znalazło wyraz w licznych monografiach i artykułach naukowych.

Wielką wagę przywiązywał do jakości przygotowywanych dla studentów materiałów dydaktycznych. Był autorem ogólnopolskiego podręcznika historii myśli ekonomicznej. Poza aktywną działalnością naukową i dydaktyczną Profesor Romanow z wielkim zaangażowaniem uczestniczył nie tylko w życiu swej Uczelni, pełniąc ważne funkcje organizacyjne i społeczne, lecz także działał w środowisku naukowym i gospodarczym Wielkopolski.

Za swą działalność Pan Profesor był wielokrotnie wyróżniany nagrodami Ministra Edukacji Narodowej i Rektora Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Wyrazem uznania władz dla całokształtu działalności i osiągnięć Pana Profesora były przyznane Mu odznaczenia państwowe: m.in. Krzyż Oficerski Orderu Odrodzenia Polski, Krzyż Kawalerski Odrodzenia Polski, Złoty i Brązowy Krzyż Zasługi, Medal Komisji Edukacji Narodowej oraz Honorowa Odznaka Miasta Poznania.

Postać Profesora Zbigniewa Romanowa pozostanie na zawsze w naszej pamięci, jako człowieka pełnego pogody ducha i życzliwości.

Kamila Wileczyńska

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.