

Współczesne Problemy Ekonomiczne nr 2/2018 (18)

(dawne: Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
Współczesne Problemy Ekonomiczne.
Globalizacja. Liberalizacja. Etyka)



Wydawnictwo Naukowe
Uniwersytetu Szczecińskiego

Szczecin 2018

Rada Naukowa

prof. dr hab. Tadeusz Dyr, Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny w Radomiu
prof. dr hab. Stanisław Flejterski, Wyższa Szkoła Bankowa w Szczecinie
dr hab. Joanna Kizielewicz, Akademia Morska w Gdyni
Associate professor, PhD, Jana Kubicova, University of Economics in Bratislava (Słowacja)
prof. dr hab. Elżbieta Mączyńska, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne
prof. dr hab. Danuta Miłaszewicz, Uniwersytet Szczeciński
Associate professor Leonid Nakov, University Ss Cyril and Methodius in Skopje (Macedonia)
prof. dr hab. Aleksander Panasiuk, Uniwersytet Jagielloński
dr hab. Ewa Pancer-Cybulska, prof. UE, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
prof. Irina Pilvere, Latvia University of Agriculture in Jelgava (Łotwa)
prof. dr hab. Marek Ratajczak, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
prof. dr hab. Kazimierz Rogoziński, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
prof. Knud Erik Skouby, Technical University of Denmark in Bellerup (Dania)
prof. Libor Svadlenka, University of Pardubice (Czechy)
Associate professor Ivona Vrdoljak Raguž, University of Dubrovnik (Chorwacja)
prof. Iwona Windekilde, Aalborg University (Dania)
prof. dr hab. Magdalena Ziolo, Uniwersytet Szczeciński

Lista recenzentów znajduje się na stronie/List of referees is available on the journal's website
www.wnus.edu.pl/wpe

Redaktor naczelny
dr Agnieszka Bretyn

Sekretarz redakcji
dr Agnieszka Bretyn

Redaktor statystyczny
dr hab. Rafał Klóska prof. US

Adres redakcji/Editorial office
WZIEU, 71-004 Szczecin, ul. Cukrowa 8
www.wnus.edu.pl/wpe, e-mail: agnieszka.bretyn@wzieu.pl

Redakcja językowa | Michał Warłyha
Skład komputerowy | Michał Dykas
Korekta językowa | Anna Ciciak
Projekt okładki | Paweł Koziół

Streszczenia opublikowanych artykułów są dostępne w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon;
http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Czasopismo jest indeksowane w bazach: Index Copernicus International (ICV 2014: 47.29), The Central and Eastern European Online Library (CEEOL) <http://www.ceeol.com>, BazHum

Wersja papierowa jest wersją pierwotną. Pełen tekst publikacji jest na stronach/Paper version of the journal is its original version.
Full text is available at: www.wzieu.pl (zakładka nauka/czasopisma naukowe/WPE) oraz www.wnus.edu.pl/wpe

© Copyright by Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2018

ISSN 2081-9579

Wydanie I

Nakład 59 egz.

Spis treści

Justyna Gerlach

Wpływ prasy, radia, telewizji i internetu na współczesne zachowania nabywcze 5

Justyna Gerlach, Mateusz Gil

Efektywność przedsiębiorstwa w teorii ekonomii –
która z definicji najlepiej oddaje istotę zagadnienia? 13

Monika Krezymon

Determinanty rozwoju przedsiębiorstw sektora MSP 23

Damian Łazarczyk

Rola rachunku kosztów stałych i zmiennych w zarządzaniu przedsiębiorstwem 33

Łukasz Maciej Mitek

Wpływ zagranicznych migracji zarobkowych na poziom oszczędności
i zadłużenia gospodarstw domowych w Polsce 43

Agnieszka Paluch-Dybek

Rola podatków w zasialniu budżetu państwa – analiza na przykładzie Polski 55

Artur Pomianowski

Turystyka wodna jako potencjał rozwojowy województwa zachodniopomorskiego
w kontekście Zachodniopomorskiego Szlaku Żeglarskiego 65

Ewa Puzio

Uwarunkowania fuzji i przejęć przedsiębiorstw 77

Małgorzata Smolska, Katarzyna Ziolo

Aspekty etyczne w zarządzaniu projektami 89

Krystian Stróżewski

Średnie tempo zmian liczby absolwentów z tytułem magistra w Polsce 99

Paulina Wardziak

Diagnoza sytuacji ekonomicznej polskiego szpitalnictwa przy zastosowaniu
analitycznych narzędzi finansowych 109

Marek Mozga

Kształtowanie się sprzedaży nowych samochodów osobowych w Polsce
z podziałem na województwa w 2017 roku 123

Justyna Gerlach*

Wpływ prasy, radia, telewizji i internetu na współczesne zachowania nabywcze

Słowa kluczowe: marketing, konsument, media, zachowania nabywcze

Keywords: marketing, consumer, buying, behavior

Wprowadzenie

Rozwój ogólnodostępnych mediów informacyjnych i rozrywkowych w znaczny sposób zmienił postrzeganie produktów i usług przez konsumentów. Dzięki rozwojowi i ewolucji mediów możliwe stało się powiększenie zasięgu rynku zbytu, a co za tym idzie możliwości nabywczych społeczeństwa, posiadającego dostęp do globalnej sieci medialnej.

Celem artykułu jest zaprezentowanie rozwoju mediów w układzie chronologicznym i wpływu jaki w tym czasie miały na konsumentów i ich nabywcze decyzje. Scharakteryzuję najbardziej wpływowe media i sposoby ich wykorzystania w celach marketingowych i reklamowych.

Prasa i reklama drukowana

Potrzeba przekazywania bieżących informacji była główną przyczyną rozwoju prasy, dzięki czemu stała się ona podstawowym elementem komunikacji społecznej. Czołowi piśmiennictwo rozwijało się błyskawicznie reagując na zachodzące zmiany społeczne, mentalne, odkrycia geograficzne, przyrodnicze czy medyczne. Prasa była pierwszym medium, które było w stanie wywrzeć wpływ na przemiany zachodzące na świecie. Dzięki odpowiednim artykułom można było wywołać zamieszki społeczne, wpływać

* mgr Justyna Gerlach, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, email: justyna.gerlach@wzieu.pl

na nominacje lub dymisje, a ludzie wpływowi ogłaszali swoje zaręczyny oraz sprostowania odnośnie do ujawnianych skandali. Ponadto prasa jako medium wpływa na kształtowanie obrazu społeczeństwa, jest pośrednikiem w wymianie informacji i opinii, stwarza możliwość polemiki, upowszechniania wiedzy na różne tematy (nauka, kultura, religia), wpływa na emocje odbiorców, ich światopogląd oraz sposób wypowiadania się. Ze względu na dostępność i popularność, czasopisma zostały wykorzystane nie tylko jako nośnik informacji, ale także reklam.

Reklamy umieszczane w czasopismach mogą mieć charakter werbalny i ikoniczny, choć najczęściej łączą te dwa aspekty, ponieważ muszą przyciągnąć uwagę czytelników i zostać zapamiętane. Analizując artykuły drukowane, człowiek wykorzystuje tylko jeden ze zmysłów, dlatego treść powinna być przekazana w sposób ciekawy oraz taki, aby zwróciła uwagę odbiorcy. Rodzaj czasopisma i sposób w jaki wpływa on na odbiorcę, zależy w dużej mierze od poziomu rzetelności, szczegółowości informacji, wiarygodności ich źródeł oraz od trwałości pisma, do którego czytelnik powinien mieć dostęp bez konieczności ponownej zapłaty. Współcześnie, prasa nie jest najpopularniejszym i najbardziej efektywnym medium, zarówno ze względu na wysoki koszt dotarcia do odbiorcy (w przeliczeniu na pojedynczego czytelnika), jak i dużą konkurencję ze strony innych, bardziej atrakcyjnych mediów. Prasa straciła swój monopol na dostarczanie bieżących informacji na początku lat 20. ubiegłego wieku, od tej pory szybsze i tańsze medium, jakim było radio, zaczęło wypierać prasę.

Wykorzystanie radia i elementów dźwiękowych

Zastosowanie fal elektromagnetycznych do przesyłania dźwięków na duże odległości okazało się niezwykle sprawnym i tanim sposobem przesyłania informacji. Zwrócono uwagę na to, że komunikaty radiowe szybciej i łatwiej trafiają do odbiorów niż informacje drukowane. Przekazy radiowe zapewniają komfort odbioru, ponieważ nie wymagają zaangażowania zmysłu wzroku, dlatego radia słuchać może zarówno kierowca „w trasie”, jak i np. pracownicy biurowi.

Ogromną zaletą radia jest jego dostępność, szybkość dostarczania wiarygodnych informacji oraz różnorodność. „Wady radia, jako nośnika komunikacji reklamowej, to brak strony wizualnej, nietrwałość przekazu, wysoka fragmentacja rynku, podatność na rozproszenia, wreszcie konieczność dużej ilości powtórzeń” (Strużycki, Heryszek, 2007, s. 77). Ze względu na to komunikaty radiowe powinny być powtarzane, aby słuchacz mógł utrwalić sobie dany przekaz. Nadaje to radiu cech linearności, ponieważ „informacje muszą być podawane w określonej sekwencji, ponieważ całość przekazu jest ukryta przed słuchaczem. Nie może on jak w gazecie wrócić do poszczególnych części reklamy (Budzyński, 2000, s. 139).

W przekazach radiowych, w odróżnieniu od prasy, nie umieszcza się szczegółowych treści czy danych reklamowanych produktów, a także adresów kontaktowych firm. Jednowymiarowy charakter radia, jako nośnika komunikacji, utrudnia wizualną identyfikację firmy, marki, produktu. Dlatego w reklamach radiowych stosuje się odpowiednie melodie, tzw. jingle, (które są odpowiednio skomponowane, w taki sposób aby szybko zostały zapamiętane przez słuchaczy i podśpiewywane, nawet gdy reklama znika z anteny), rymowanki, slogany, które odbiorca może łatwo zapamiętać i skojarzyć z daną marką. Ogromną zaletą radia jest jego elastyczność, co pozwala na dokonywanie zmian i modyfikacji emitowanych reklam, czy audycji. Jest to cecha przydatna, zwłaszcza przy obecnych dynamicznych zmianach na rynku i na świecie.

Nowa era ruchomych obrazów, czyli telewizja

Powstanie telewizji stało czymś wyjątkowym. Dzięki przesyłaniu ruchomych obrazów, nawet na duże odległości, do właściwych odbiorników, ludzie uzyskali możliwość oglądania miejsc i wydarzeń oddalonych o wiele kilometrów, bez konieczności opuszczania domostw. „Telewizja, oferująca połączenie obrazu z dźwiękiem, jest medium o największej sile oddziaływania” (Budzyński, 2000, s. 119), dzięki czemu stała się najważniejszym medium reklamowym na świecie. Przekaz telewizyjny, łącząc obraz i dźwięk, oddziałuje szybciej, bardziej intensywnie – wpływa na emocje odbiorców, którzy chętnie utożsamiają się z postaciami znanymi im z małego ekranu. Telewizja rozwinęła się wyjątkowo szybko. Stała się wiarygodnym i prestiżowym medium o dużej dostępności i zasięgu. Możliwość niezliczonych, oryginalnych, niezwykłych i ciekawych kreacji, wywołała powszechne zainteresowanie, czyniąc telewizję medium niezwykle perswazyjnym, wpływającym na modę, poczucie estetyki, ale także gospodarkę, władze państwowe, czy moralność.

Reklamy emitowane w telewizji mają największy wpływ na sprzedaż, ponieważ w nawet krótkich spotach można przedstawić zalety i właściwości produktu lub usługi, dane kontaktowe oraz dodatkowo, przekonujący obraz, dzięki np. scenie rodzajowej, upewniający odbiorców, że dany produkt jest im niezbędny. Wpływ, jaki na konsumentów ma telewizja jest bardzo duży, co wykorzystywane jest nie tylko w spotach, ale również w reklamach mających charakter sponsoringu czy lokowania produktu. Odbiorcy, chcąc się upodobnić do postaci z ulubionego serialu, także wybierają produkt danej marki, np. szamponu do włosów. Często wybory tego typu są podświadome, ponieważ konsumenci zapamiętują nazwy, dźwięki i sytuacje przedstawione w programach, reklamach telewizyjnych. „Ten typ reklam może zyskać na znaczeniu, kiedy do powszechnego użytku wejdzie telewizja interaktywna. Linki z danymi dołączone do ubrań, butów czy

napojów wykorzystywanych przez aktorów stanowić mogą główną formę reklamy w niedalekiej przyszłości” (Nowak, 2001, s. 18).

Od czasu gdy telewizja stała się głównym i najważniejszym źródłem informacji, podawane w czasie emisji komunikaty stały się natarczywe. „Zalew informacji a także powstające przy okazji szumy komunikacyjne powodują konieczność selekcji odbieranych wiadomości” (Nowak, 2001, s. 15). Brak nadmiernego wysiłku przy analizie i przyswajaniu enuncjacji, nadrabiany jest koniecznością wyselekcjonowania najważniejszych elementów. Odbiorcy usuwają część pojawiających się często w telewizji szumów, do których należą również reklamy. Dlatego mamy do czynienia z dużą intensywnością i natarczywą emisją reklam.

Odbiorca audycji radiowej, w odróżnieniu od telewidza, bardzo rzadko w przerwie programu zmienia stację. Jest to spowodowane nie tyle trudnością w znalezieniu innych rozgłośni radiowych, ale w specyfice danej stacji, która odpowiada konkretnym gustom odbiorców. Często spotykane zachowanie ludzi, polegające na „przerzucaniu” kanałów w trakcie trwania bloku reklamowego, przerywającego program telewizyjny, został określony mianem *zappingu*. Zjawisko to stało się bardzo powszechne, co z punktu widzenia reklamodawcy jest wysoce niekorzystne. Mnogość i natarczywość telewizyjnych reklam spowodowana jest głównie tym, że telewizja nadaje swoje programy i reklamy również wtedy, gdy niektóre sklepy są już zamknięte. Sprawia to, że część wiadomości, uzyskanych podczas prezentacji produktu, zostaje zapomniana przez konsumenta.

W odróżnieniu od reklam zewnętrznych, reklamy telewizyjne nie oddziałują bezpośrednio na konsumentów tuż przed dokonaniem zakupu. Aby uzyskać ten efekt w sklepach ustawiane są często materiały, narzędzia reklamowe, wspierające sprzedaż – POS (ang. *Point of Sale*), do których zaliczyć można m.in. stojaki na ulotki, naklejki, makiety, wobblery, plakaty. Rozwiązanie tego problemu okazało się proste dla wielu firm, które dają konsumentom możliwość nabycia towaru, za pomocą zamówienia składanego drogą telefoniczną lub elektroniczną – udostępniają link do oficjalnej strony oraz prosty numer produktu. Dzięki temu wyeliminowana została konieczność zapamiętywania lub notowania, często pochodzących z języka obcego, długich i trudnych nazw produktów. Konsumenti lepiej zapamiętują reklamy, które pobudzają ich do wyobrażenia sobie produktu w codziennym użytkowaniu. Stymulowanie odbiorców do myślenia o produkcie, obrazowania sobie jego właściwości i atutów jest bardzo ważne przy tworzeniu kampanii reklamowych, które „należy rozpocząć od dłuższych wersji reklam, późniejsze emisje skróconych wersji spotów powinny pełnić funkcje wzmacniającą, utrwalającą w pamięci” (B. Szymoniuk, 2006, s. 100).

Internet – medium o zasięgu globalnym

„Internet jest zbiorem gigantycznych sieci komputerowych, połączonych ze sobą zarówno w sensie fizycznym, jak i logicznym, polegającym na zdolności do kodowania i dekodowania wyspecjalizowanych protokołów komunikacyjnych” (Afuah, Tucci, 2002, s. 32). Jako eksperymentalna sieć łącząca pewne punkty, pozwalająca na bezpieczną komunikację, w założeniu pierwotnym, miał służyć celom wojskowym, a jej początki szacuje się na koniec lat 60. XX wieku. Sieć była udoskonalana i rozszerzana do końca lat 90., kiedy stała się masowo dostępna. Obsługa internetu w obecnie znanej formie nie byłaby możliwa, gdyby nie powstanie komputerów i innych urządzeń mobilnych, zdolnych odbierać, wysyłać i przetwarzać dane oraz rozległej sieci światłowodów. „Skonstruowanie i uruchomienie komputera zapoczątkowało rewolucję cyfrową, informatyka «wlała się» w życie ludzi, zmieniając je w wielu dziedzinach” (Muszyński, 2009, s. 152).

Internet jest najszybciej rozwijającym się medium. Jest także medium specyficznym, ponieważ łączy w sobie cechy pozostałych środków masowego przekazu, umożliwiając czytanie prasy i artykułów, słuchanie radia, oglądanie filmów, programów telewizyjnych, w dowolnym miejscu i czasie. Internet daje możliwość, dzięki wyszukiwarkom, odszukania wiadomości, informacji na niemal każdy temat. Globalny zasięg sprawił, że także prowadzenie działalności biznesowej za jego pośrednictwem stało się bardzo proste i opłacalne, to co na początku miało służyć do szybkiej wymiany informacji, przesyłania danych, rozrosło się do systemów rozległych portali społecznościowych, sklepów, usług itd.

W znaczący sposób na popularność internetu wpłynęła jego interaktywność, stając się źródłem nowych doznań; internet ma także bardziej pragmatyczny wymiar, ułatwiający codzienne funkcjonowanie człowieka. Rozwój technologii i sektora IT umożliwiło tworzenie bezpiecznych i szybkich rozwiązań usługowych. Korzystając z szybkich łącz, wiele firm umożliwiło nabycie swoich produktów online, drogą elektroniczną. Powstały aplikacje e-bankowości ułatwiające dokonywanie wielu operacji bankowych, np. przelewów; rozmaite e-usługi administracyjne, pozwalające na elektroniczne wypełnianie i przysyłanie wielu dokumentów, np. deklaracji, rozliczeń podatkowych; a także „zwyczajnych” usług typu rezerwacja i zakup biletów, książek, pokoi hotelowych itp. Przeglądanie ofert, indywidualna sprzedaż poszczególnych produktów za pośrednictwem portali handlowych, możliwość porównywania cen, ocenianie i opiniowanie przez użytkowników produktów i usług oraz przede wszystkim wygoda korzystania z internetu, sprawiła, że stał się on medium, w którym konsumenci poszukują potrzebnych informacji przed dokonaniem zakupu. Ze względu na nieograniczoną pojemność sieci, zamieszczanie nowych artykułów, wypowiedzi, filmików itp. jest możliwe przez całą dobę, bez względu na długość czy wielkość pliku. Sprawia to, że raz zamieszczone

w internecie dane nie znikają całkowicie i bezpowrotnie, dlatego internet nie jest uważany, jak radio czy telewizja, za medium ulotne, ponieważ w każdej chwili można np. dany artykuł odszukać i raz jeszcze przeczytać, co nie wymaga gromadzenia stosów pism czy publikacji, ponieważ wirtualne artykuły nie mają fizycznej formy.

Internet wywiera ogromny wpływ na społeczeństwo, głównie dlatego, że istnieje wiele stron, portali i forów, na których ludzie o podobnych zainteresowaniach i poglądach umieszczają i wymieniają opinie na interesujące ich tematy. „Uruchomiło to nową falę cywilizacyjną mającą ukształtować społeczeństwo informacyjne jako globalną wioskę z nową ekonomią, której głównym produktem stała się informacja” (Muszyński, 2009, s. 152). Swoje wypowiedzi może na takich portalach zamieścić każdy, kto ma dostęp do sieci. Występuje wielostronna wymiana poglądów, co jest trudne do osiągnięcia w programach telewizyjnych czy radiowych, ze względu na czas ich emisji. Artykuły zamieszczane w prasie są zwykle jednostronną prezentacją poglądów, której czytelnicy nie są w stanie, ocenić i udostępnić swojej oceny innym. W internecie, podobnie jak w prasie, istotne, dla osób zamieszczających reklamy, ogłoszenia czy informacje, jest przyciągnięcie uwagi użytkownika. Dlatego pojawiające się na stronach reklamy, zwykle są bardzo barwne, wesołe, animowane, gdyż ich celem jest wzbudzenie zainteresowania. Najczęściej spotykaną formą reklam internetowych są „wyskakujące” nowe okna lub bannery. Reklamy tego typu są uważane za najbardziej irytujące i agresywne, ponieważ zdarza się, że bardzo trudno je wyłączyć. Do innych rodzajów reklam zalicza się płatne ogłoszenia sponsorowane, które pojawiają się wśród najwyższych wyników wyszukiwanych haseł wyszukiwarek, w polach przerywających, wplecionych w treść artykułów, w tle przeglądanych stron, „*interstitial* (reklama emitowana na całej stronie okna przeglądarki w czasie ładowania się strony wybranego serwisu)” (Nowak, 2001, s. 65) lub otrzymywane za pomocą wiadomości e-mail. Bardzo modną i popularną formą reklamy internetowej jest opcja, która w odpowiednich okienkach, na różnych stronach, wyświetla produkt, który ostatnio był przez użytkownika oglądany. Skłania to konsumenta do ponownego rozpatrzenia możliwości zakupu oraz przypomina o firmie, w której dokonano zakupu.

Współcześnie przedsiębiorstwa nieposiadające swojej strony internetowej, są uważane za nieprofesjonalne, niepewne. „Punktem wyjścia dla prowadzenia działań w Internecie, w tym działań marketingowych, jest posiadanie własnej strony www” (Gracz,Ostrowska, 2014, s. 46). Wpływa to również na stopień zainteresowania firmą, ponieważ współczesny konsument korzysta przede wszystkim z wyszukiwarek dostępnych w sieci. Jeśli przedsiębiorstwo nie posiada strony oficjalnej, na której zamieszczone są m.in. dane kontaktowe, specyfika firmy, opinie innych konsumentów, nie zostaje ono uwzględnione przy wyborze.

Istnienie internetu i łatwy do niego dostęp z niemal każdego miejsca na Ziemi, w pewien sposób zmusił ludzi do statycznego, biernego życia. Zanim nastała epoka cyfrowa, konsument poszukiwał odpowiednich produktów i usług w stacjonarnych punktach handlowych, ograniczonych terytorialnie do najbliższego otoczenia, ponieważ przejazd do innego miasta w poszukiwaniu najtańszej oferty był nieopłacalny. Wtedy właśnie reklamy stanowiły największy atut przedsiębiorstw. Odpowiednio zaprezentowana oferta przyciągała klientów, którzy łatwo poddawali się sugestiom prezentowanym np. w ogłoszeniach prasowych. Współcześnie ludzie są bardziej odporni na wszechobecną natarczywość reklam, wpływa na to m.in. ogromna ilość bodźców, która „atakuję” nas każdego dnia.

Podsumowanie

Globalizacja i szybko rozwijająca się technologia w znacznym stopniu wpłynęły na rynek mediów. Sposób, w jaki media oddziałują na społeczeństwo uległ dużej zmianie. Ludzie stali się bardziej odporni na bodźce zewnętrzne, a rozwój psychologiczny, który doprowadził do zwiększenia potrzeby samorealizacji i poprawy samopoczucia człowieka, wytworzył potrzebę posiadania, wzmoczonej edukacji oraz przyspieszył tempo życia. Z biegiem czasu media ewoluowały, przystosowując się do zmian społecznych, gospodarczych, ekonomicznych i technologicznych. Media starają się dorównać szybkości życia współcześnie żyjących ludzi i codziennie „bombardują” ich ogromną ilością zarówno przydatnych, jak i zupełnie nieistotnych treści (mówi się wręcz o informacyjnym tsunami).

Współcześnie ludzie zaczęli traktować reklamy jako pewien „naturalny”, funkcjonujący w ich świecie element. Media (początkowo prasa i radio) zwiększyły stopień wpływu jaki na odbiorców (potencjalnych nabywców) miały firmy – reklamy miały kreować określone zachowania – skłonić, przekonać ludzi do zakupu produktu lub usługi. „W transmisji przekazu reklamowego do odbiorców media odgrywają szczególną rolę, są bowiem pomostem, przez który reklama dociera do wybranego audytorium, kształtuje świadomość istnienia marki, ukazuje braki i rodzi chęć ich zaspokojenia” (Wiktor, 2013, s. 152). Wpływ mediów na odbiorców jest coraz większy i bardziej widoczny. Telewizyjne spoty reklamowe stały się elementem często pomijanym, ignorowanym, dlatego bardzo popularny stał się sponsoring oraz lokowanie produktu „będące uzgodnionym, płatnym umieszczeniem konkretnej marki w filmie, a także w sztuce teatralnej, programie czy widowisku telewizyjnym, książce itp.” (Wiktor, 2013, s. 157). „W przypadku tej formy reklamy pojawienie się produktu na ekranie (w audycji radiowej, fotografiach w prasie, fragment dialogów bohaterów itp.) powinno być «ściśle związane z fabułą filmu lub programu, dzięki czemu obecność produktu wydaje się naturalna

i nie jest przez odbiorcę traktowana jako reklama» (Stasiuk, Maison, 2014, s. 89). Stosowanie tej techniki stało się sposobem wpływania na konsumentów w zakresie postrzegania przez nich niektórych marek, „ponieważ ilość produktów dostępnych na rynku w obecnych czasach jest tak duża, że tylko niektóre marki mają szansę zaistnieć w świadomości klientów” (Stasiuk, Maison, 2014, s. 88).

Literatura

- Afuah, A., Tucci, L.Ch. (2002). *Biznes internetowy – strategie i modele*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Budzyński, W. (2000). *Reklama: techniki skutecznej perswazji*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.
- Gracz, L., Ostrowska, I. (2014). *Młodzi nabywcy na e-zakupach*. Warszawa: Wydawnictwo Placet.
- Muszyński, J. (2009). *Cywilizacja informatyczna – świat bez ideologii?* Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Nowak, W. (2001). *Media planning*. Kraków: Wydawnictwo Proteus.
- Stasiuk, K., Maison D. (2014). *Psychologia konsumenta*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Strużycki, M., Heryszek, T. (2007). *Nowoczesna reklama na współczesnym rynku*. Warszawa: Difin.
- Szymoniuk, B. (2006). *Komunikacja marketingowa: instrumenty i metody*. Warszawa: PWE.
- Wiktor, J.W. (2013). *Komunikacja marketingowa*. Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN.

Abstrakt

Współcześnie wpływ mediów na wybory dokonywane przez konsumentów jest bardzo duży. Rodzaj tego wpływu ewoluował w czasie, wraz z rozwojem technologii i ogólnoświatowych zmian społecznych. W artykule zaprezentowano możliwości mediów, które w specyficzny dla swojej natury sposób, wpływają na decyzje konsumenckie oraz sposób postrzegania świata. Właściwe wykorzystanie możliwości mediów może w znaczny sposób wpłynąć na wielkość sprzedaży czy opinię o marce.

Influence of press, radio, television and Internet on contemporary purchasing behavior

Nowadays, the influence of the media on the consumers' choices is very large. The type of impact has evolved over time, along with the development of technology and global social change. The article presents the possibilities of available media that in a specific way of its nature influences consumer decisions and the perception of the world. Properly using of the media's capabilities can significantly affect on the sales' volume or opinion about the brand.

Justyna Gerlach*, Mateusz Gil**

Efektywność przedsiębiorstwa w teorii ekonomii – która z definicji najlepiej oddaje istotę zagadnienia?

Słowa kluczowe: efektywność, ekonomia, przedsiębiorstwo
Keywords: efficiency, economy, business

Wprowadzenie

Kategoria efektywności jest jedną z najbardziej znanych i często używanych, do opisu różnych teorii z zakresu ekonomii, zarządzania i gospodarki, jednak jej interpretacja nie jest prosta. Pojęcie efektywności, w funkcji przymiotnika, stosowane jest w wielu obszarach aktywności człowieka. Stanowi jedną z najpopularniejszych kategorii oceniających pewne działania. Celem tego artykułu jest zasygnalizowanie nowego spojrzenia na pojęcie efektywności przedsiębiorstwa, które można rozpatrywać w dwóch aspektach: organizacyjnym oraz ekonomicznym. Ponadto zaprezentowane zostaną różne definicje pojęcia „efektywność”, którego rozumienie bywa tematem wielu debat wśród specjalistów. Bardzo często pojęcie to występuje w odniesieniu do zyskowności, rentowności, wydajności, produktywności lub skuteczności, używanej w znaczeniu osiągnięcia celu, wykonania przyjętego planu. W literaturze można się spotkać również z poglądem wyznawanym przez niektórych autorów, w których skuteczność stanowi pewien warunek niezbędny do osiągnięcia efektywności (np. Gasparski, 2008; Dudycz, 2008; Samuelson, Nordhaus, 1999). W tym przypadku efektywność jest uważana za pojęcie o szerszym

* mgr Justyna Gerlach, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, email: justyna.gerlach@wzieu.pl

** mgr Mateusz Gil, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, e-mail: mateusz.gil@wzieu.pl

znaczeniu niż skuteczność. Natomiast inni autorzy twierdzą, że efektywność jest traktowana jako kryterium oceny skuteczności. Można także traktować efektywność i skuteczność jako niezależne kategorie, które się wzajemnie uzupełniają. Dla części badaczy efektywność jest tożsama z produktywnością albo odnosi się do optymalnego wykorzystania zasobów produkcyjnych. W tabeli 1 zaprezentowano wybrane objaśnienia terminu efektywność, dotyczące wymienionych powyżej podejść do zagadnienia.

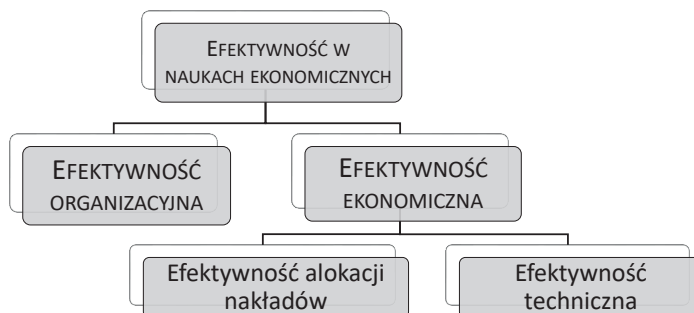
Tabela 1. Wybrane definicje efektywności

Skuteczność jako warunek/element osiągania efektywności	Działania gospodarcze powinny być wykonywane sprawnie, czyli efektywnie, tj. skutecznie oraz ekonomicznie (Gasparski, 2008)
	W wąskim znaczeniu utożsamia efektywność z prakseologiczną kategorią ekonomiczności, natomiast w znaczeniu szerokim komponentami efektywności są: skuteczność, korzystność i ekonomiczność (Dudycz, 2008)
	Efektywność jest to użytkowanie zasobów gospodarczych w sposób najbardziej skuteczny (Samuelson, Nordhaus, 1998)
Efektywność jako kryterium oceny skuteczności	Efektywność odnosi się do stopnia osiągnięcia założonych celów przy minimalnych kosztach lub maksymalizacji stopnia osiągnięcia celu przy założonych kosztach (Lubińska, 2009)
	Efektywność to miara sprawności i skuteczności, miara tego, w jakim stopniu osiąga się wyznaczone cele (Stoner, Freeman, Gilbert, 1997)
	Efektywność jest kwantyfikacją skuteczności (Jajuga, Pluta, 2002)
Skuteczność i efektywność jako kategorie niezależne	Przedsiębiorstwo może być: efektywne i skuteczne, efektywne i nieskuteczne, nieefektywne i skuteczne, nieefektywne i nieskuteczne (Marciniak, 1995)
	Efektywność to „robienie rzeczy właściwie” (<i>doing things right</i>), natomiast skuteczność to „robienie rzeczy właściwych” (<i>doing the right things</i>), działania skuteczne niekoniecznie muszą być efektywne i odwrotnie (Dudycz, 2008)
	Praca skuteczna może być nieefektywna, jak również praca wydajna nie musi być efektywna (Sidor-Rządkowska, 2005)
Efektywność= produktywność/ wydajność	Efektywność w sensie ekonomicznym jest relacją wartości uzyskanych efektów do nakładu czynników użytych do ich uzyskania (Dudycz, 2008)
	W ujęciu techniczno-ekonomicznym jest rozumiana jako wydajność (Hamrol, 2008)
	Najbliższym synonimem pojęcia efektywności jest produktywność, tzw. ogólna, rozumiana jako stosunek łącznych wyników działalności gospodarczej do ogółu zużytych zasobów (Dudycz, Tomaszewicz, 2007)
Efektywność rozumiana jako alokacja zasobów w sensie Pareto	Efektywność to maksymalizacja produkcji wynikająca z właściwej alokacji zasobów, przy danych ograniczeniach podaży (kosztów ponoszonych przez producentów) i popytu (preferencji konsumentów) (Kamerschen, McKenzie, Nardinelli, 1991)
	Efektywność to optymalna alokacja zasobów czynników produkcji, produktów i optymalnej dystrybucji dochodu (Czarny, Nojszewska, 2000)
	Efektywność oznacza, iż nie ma marnotrawstwa, gospodarka funkcjonuje efektywnie wtedy, kiedy nie może zwiększyć produkcji jednego dobra, nie zmniejszając produkcji drugiego (Samuelson, Nordhaus, 1999)

Źródło: opracowanie własne.

Efektywność w naukach ekonomicznych można rozpatrywać w dwóch aspektach: efektywność organizacyjna oraz efektywność ekonomiczna, co zostało zaprezentowane na rys. 1.

Rysunek 1. Kategorie efektywności w naukach ekonomicznych



Źródło: Ziębicki (2015), s. 20.

Efektywność organizacyjna – czym tak naprawdę jest?

Przez niektórych autorów kategoria ta jest traktowana jako najszersza znaczeniowo spośród takich pojęć, jak: sprawność, produktywność, ekonomiczność, racjonalność czy skuteczność (Skrzypek, 2000, s. 63). Efektywność ekonomiczna związana jest z badaniami nad tym zagadnieniem, odnoszącymi się do teorii ekonomii. Natomiast efektywność organizacyjna, w kontekście nauki o zarządzaniu, często nazywana jest efektywnością zarządzania. Efektywność zarządzania często rozumiana jest jako miara pewnej sprawności, umiejętności i skuteczności menadżerów lub w szerszym ujęciu organizacji i dotyczy tego w jakim stopniu wyznacza i osiąga założone cele. W teorii zarządzania dominuje pojęcie efektywności organizacyjnej (funkcjonowania systemu) określanej jako zdolność przedsiębiorstwa do bieżącego i strategicznego przystosowania się do zmian w otoczeniu, a także produktywnego wykorzystania posiadanych zasobów do realizacji przyjętej struktury celów (Szymańska, 2010, s. 152–164). Można spotkać się z trzema stanowiskami wobec efektywności, związanymi z naukami o zarządzaniu:

- podejście celowościowe, w którym ocena efektywności dotyczy przede wszystkim stopnia realizacji założonego celu, a dopiero w następnej kolejności poziomu wykorzystania dostępnych zasobów,
- podejście systemowe, według którego efektywność to umiejętność pokonywania przez organizację braku pewności płynącej z otoczenia oraz kształtowania przez nią otoczenia w kierunku dogodnym dla niej samej,

- podejście wielokryterialne, w którym idea efektywności opiera się na osiąganiu przez organizację wyznaczonych celów, spełnianiu określonych warunków i utrzymywaniu nałożonych na nią standardów (Pawłowski, 2004, s. 11–19).

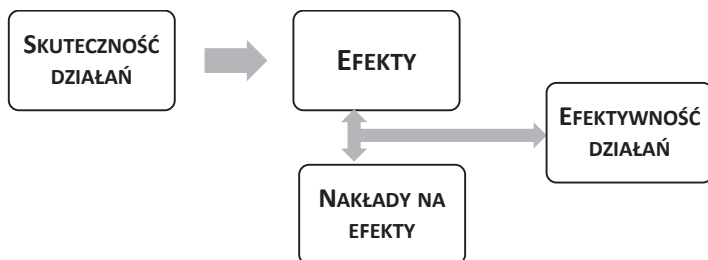
W kontekście efektywności organizacyjnej, równie popularne są pojęcia efektywności czasu oraz efektywności pracy, które często są łączone w jedną wartość. Odpowiednie, efektywne wykorzystanie posiadanego czasu wiąże się nie tylko z pracą, z którą zwykle jest kojarzony. Efektywność czasu odnosi się również do odpowiedniego wykorzystania możliwości rynkowych, wprowadzenia zmian oraz możliwości systemów i procesów istniejących w przedsiębiorstwach. Analiza może wykazać, które elementy procesu wymagają zmian, a przemodelowanie może w znacznym stopniu poprawić działanie systemów przedsiębiorstwa, a dzięki temu zwiększyć jego efektywność. Efektywność pracy natomiast odnosi się bezpośrednio do pracy ludzkiej. Wprowadzenie na przykład standaryzacji pewnych czynności, produktów, koncepcji Lean Management, narzędzia 5S, może wpłynąć na poprawę dynamiki pracy.

W teorii ekonomii efektywność najczęściej określana jest jako relacja uzyskanych efektów do podniesionych nakładów, przy uwzględnieniu pewnych zmiennych, dotyczących czynników produkcyjnych. W szerszym znaczeniu pojęcie to odnosi się do osiągania najlepszych rezultatów produkcji, dystrybucji produktów i usług przy jak najmniejszym nakładzie. Z efektywnością ekonomiczną wiąże się zasada racjonalnego gospodarowania, która polega na tym, że w działaniach gospodarczych należy postępować w taki sposób, aby przy danym nakładzie środków osiągnąć największy stopień realizacji celu lub przy danym stopniu realizacji celów użyć najmniej posiadanego nakładu środków. Można wyróżnić dwie możliwości, wynikające z zasady racjonalnego gospodarowania:

1. Zasada maksymalizacji uzyskanych efektów przy założonych, dostępnych dla danego podmiotu, nakładach, środkach.
2. Zasada minimalizacji ponoszonych kosztów i nakładów na zrealizowanie założonych zadań, celów.

Należy pamiętać o tym, że nie każde działanie skuteczne ma swoje odzwierciedlenie w działaniu efektywnym. Efektywność przedsiębiorstwa zależy również od wielkości nakładów (rys. 2). Można zwiększyć efektywność orientując się na nakłady (ich minimalizowanie) lub efekty (ich maksymalizowanie) (Bielawa, 2013, s. 23–36).

Rysunek 2. Zależność między skutecznością i efektywnością działań



Źródło: Wrzosek (2005), s. 18.

Efektywność organizacyjna a efektywność ekonomiczna

Na efektywność ekonomiczną w dużej mierze wpływa również zarządzanie przez jakość, które zakłada ciągłe doskonalenie i poprawę wszystkich aspektów funkcjonowania przedsiębiorstwa, czyli m.in. związanych z pracownikami, procesami, przepływem informacji (Bielawa, 2013, s. 23–36).

Można zauważyć, że efektywność w tym ujęciu odnosi się głównie do sprawności działania przedsiębiorstwa, rozumianej jako optymalizacja wykorzystania posiadanych zasobów oraz skuteczności funkcjonowania, którą można określić jako zdolność firmy do osiągania celów. Efektywność rozumiana jako wzajemne relacje między nakładami i efektami może być przedstawiana według trzech podstawowych formuł:

1. Efektywność jako różnica pomiędzy efektami a nakładami (korzystność): pożądany wynik powinien być większy od zera, co oznacza, że uzyskane efekty są większe od poniesionych nakładów.
2. Efektywność jako iloraz efektów do poniesionych nakładów (ekonomiczność): pożądany wynik powinien być większy od jedności, co oznacza, że poniesione nakłady są niższe od uzyskanych efektów;
3. Efektywność jako iloraz różnicy pomiędzy efektami a nakładami do poniesionych nakładów – formuła ta określana jest jako stopa zwrotu z inwestycji (*return on investment ROI*) i wyrażana jest w procentach (Rutkowska, 2013, s. 440).

W niniejszym artykule zaprezentowano podział efektywności ekonomicznej uwzględniając następujące aspekty: lokację zapasów, która jest najczęściej kojarzona z tym pojęciem oraz efektywność techniczną, która bardzo rzadko jest wyszczególniana. Techniczna efektywność, w węższym ujęciu, dotyczy poszczególnych środków i przedmiotów pracy: maszyn, urządzeń, linii produkcyjnych, narzędzi, materiałów, surowców. Jest określana danymi technicznymi, takimi jak: zużycie energii na jednostkę pracy, liczbę wykonanych operacji w jednostce czasu, jednostkową wartość

energetyczną surowca, emisję zanieczyszczeń na jednostkę pracy i szeregiem innych parametrów. Są to właściwości rzeczy wykorzystywanych w procesie wytwórczym, wskazujące na relacje uzyskiwanych korzyści (np. liczba wykonanych operacji) do nakładów (np. pobór energii, potrzebny czas). W ujęciu szerszym efektywność techniczna dotyczy całego procesu produkcyjnego (techniki, technologii, organizacji pracy) i wskazuje na relację ilości wytworzonego produktu do zaangażowanych czynników produkcji. Uzyskanie maksymalnej technicznej efektywności gospodarowania oznacza, że nie jest możliwe zwiększenie ilości wytwarzanych produktów bez zwiększenia zatrudnienia czynników produkcyjnych (Nojszewska, 2010, s. 179). Wiąże się z wykorzystaniem zasobów w technologicznie najbardziej wydajny sposób. Jest mierzona w jednostkach naturalnych i odgrywa istotną rolę w procesie gospodarowania, ponieważ w dużym stopniu określa efektywność ekonomiczną (Dąbrowski, 2013, s. 34). Każde urządzenie zużywa się z czasem, a niewykorzystanie w okresie przydatności pełnych możliwości przerobowych można uznać za marnotrawstwo. Efektywność techniczna jest warunkiem koniecznym do osiągnięcia efektywności ekonomicznej, ale nie oznacza to, że wszystkie rozwiązania technicznie efektywne są też efektywne ekonomicznie.

Alokacja zasobów

Alokacja zasobów polega na pełnym określeniu, jakie dobra, w jaki sposób oraz dla kogo są produkowane. Efektywność alokacji zasobów dotyczy nie tylko zasobów czysto produkcyjnych jak na przykład: surowce, półprodukty, materiały, ale również w kontekście zasobów – finansowych, informacyjnych, ludzkich czy rzeczowych. Aby odpowiednio rozdzielić zasoby finansowe, należy dokonać analizy kosztów bezpośrednich (na przykład przy pomocy rachunku kosztów działań (ang. *Activity Based Costing*), która pozwoli na dokładniejsze zlokalizowanie i przypisanie kosztów do odpowiednich działań. Ułatwi to znacznie możliwość przydzielania odpowiedniej ilości posiadanych funduszy do działów oraz identyfikację miejsc najbardziej kosztochłonnych. Komunikacja wewnętrzna, jak i przepływ informacji z zewnątrz są niezwykle istotne dla przedsiębiorstw. Najważniejszym zadaniem efektywnej alokacji informacji jest to, aby odpowiednie osoby, związane z danym zagadnieniem, otrzymały informacje najbardziej aktualne. Jeżeli komunikacja wewnętrzna w firmie działa prawidłowo, ludzie pracują wydajniej, a czas oraz inne zasoby są w mniejszym stopniu zużywane. Efektywność alokacji zasobów ludzkich polega nie tylko na właściwym dobraniu osób do stanowisk, zadbanie o to by w danych działach pracowała najbardziej optymalna liczba pracowników, ale również w takim kontekście, że nie można zwiększyć użyteczności pracy jednej osoby, nie obniżając jednocześnie użyteczności kogoś innego. Wszystkie te czynniki wpływają na efektywność przedsiębiorstwa.

Włoski ekonomista Vilfredo Pareto sformułował podstawy teorii efektywności ekonomicznej, wskazał, że efektywność występuje wtedy, gdy nie jest możliwe zorganizowanie produkcji w taki sposób, by każdy znalazł się w lepszej sytuacji bez pogarszania sytuacji kogokolwiek innego (Varian, 2005, s. 4). Mniej więcej oznacza to, że równowaga według Pareta osiągnięta jest wtedy, gdy koszt produkcji danego dobra jest równy końcowej korzyści związanej z konsumpcją tego dobra. Paretoowskie teorie związane z efektywnością związane są przede wszystkim z poszukiwaniem optymalnej alokacji na poziomie rynków. Współcześnie, efektywność rozpatruje się najczęściej na poziomie pojedynczych jednostek gospodarczych.

Wyszczególnione zostały dwa podejścia do efektywności w przedsiębiorstwach: statyczna oraz dynamiczna. Efektywność dynamiczna związana jest ze zdolnością do wzrostu i rozwoju w perspektywie długookresowej, natomiast efektywność statyczna koncentruje się na unikaniu marnotrawstwa posiadanych zasobów i ich jak najlepszej alokacji. O efektywności statycznej można powiedzieć, że oznacza optymalną produkcję i dystrybucję ograniczonych zasobów i jej celem jest prowadzenie systemu. Natomiast celem efektywności dynamicznej nie jest dążenie do osiągnięcia krzywej możliwości produkcyjnych, ale raczej ciągłe przesuwanie jej w prawo (Huerta de Soto, 2010).

Efektywność dynamiczna w teorii ekonomii odnosi się do działań związanych ze strategią główną przedsiębiorstwa, która wymaga określenia misji oraz ciągłej eksploatacji rynku. Przy efektywności strategicznej mamy do czynienia ze strategią operacyjną oraz, w szerszym rozumieniu, ze strategią taktyczną.

W teorii ekonomicznej i praktyce gospodarczej są stosowane różne miary efektywności ekonomicznej, zależnie od tego co się przyjmuje za efekt, a co definiuje jako nakład, uzyskiwane są różne relacje efektywnościowe.

Podsumowanie

Porównując przedstawione definicje można wyciągnąć następujące wnioski: określenie efektywności jest różne w zależności od kontekstu, w którym zostaje ono użyte. Dokonując analizy zawartych w pracy definicji efektywności można stwierdzić, że istnieje szereg określeń, które składają się na współczesne rozumienie treści i zakresu terminu „efektywności”, należą do nich:

- wydajność,
- kompetencyjność,
- sprawność,
- funkcjonalność,
- komunikatywność,
- skuteczność,

- celowość,
- racjonalność,
- ekonomiczność,
- produktywność.

Nie znając szerszego kontekstu, niezwykle trudno jest określać efektywność, ponieważ stworzenie jednolitej definicji, obowiązującej w każdej sytuacji i odnoszącej się do każdej dziedziny gospodarki, jest niemożliwe. Do opisanie i oceny, często bardzo rozległej i wielowymiarowej działalności przedsiębiorstw, potrzebne są różne kategorie, w tym również efektywność. Mimo to efektywność jest pojęciem bardzo ogólnym i różnie interpretowanym. Dlatego, aby w odpowiedni sposób używać tego stwierdzenia należy zaprezentować również kontekst badanych sfer, a także wziąć pod uwagę elementy, które uwzględniano podczas badań i analiz. Pomiar efektywności wskazuje, że ma ona zwykle charakter subiektywny i nie może być definiowana ani mierzona niezależnie od celów oraz wiedzy podejmującego decyzję. Pomiar efektywności podejmowanych przez podmioty gospodarcze działań jest standardową procedurą pozwalającą na racjonalną alokację dostępnych zasobów. Przedsiębiorstwo można uznać za efektywne, jeśli przy pełnym wykorzystaniu posiadanych zasobów wytwarza dobra, na które występuje zapotrzebowanie na rynku, bez zbędnego gromadzenia zapasów. Jednak analizując powyższe założenia można uznać, że efektywność w teorii ekonomii jest to działanie pozbawione marnotrawstwa oraz nastawione na osiągnięcie najlepszego rezultatu w ramach dostępnych zasobów i technologii. Wysoka efektywność działań jest bowiem uzasadnieniem do dalszej ich intensyfikacji, podczas gdy niska efektywność stanowi sygnał ostrzegawczy wskazujący na ich ograniczenie lub wręcz zaprzestanie. Takie podejście stosowane jest w przypadku zasobów materialnych, jak również coraz częściej odnosi się do obszaru zasobów niematerialnych (Rutkowska, 2013, s. 440).

Literatura

- Bielawa, A. (2013). Przegląd kryteriów i mierników efektywnościowych przedsiębiorstw nastawionych jakościowo. *Studia i Prace WNEiZ*, 1 (34), 23–36.
- Czarny, E., Nojszewska, E. (2000). *Mikroekonomia*. Warszawa: PWE.
- Dąbrowski, J. *Metodyczne aspekty pomiaru efektywności przedsiębiorstw portowych*. Pobrano z: <http://studiaimaterialy.pl/wp-content/uploads/2013/07/ZN-2012-ITiHM-JD%C4%85browski.pdf> (20.05.2018).
- Dudycz, T. (red.) (2008). *Efektywność funkcjonowania szkół wyższych* (13–41). Wrocław: Politechnika Wrocławska.
- Dudycz, T., Tomaszewski, Ł. (red.) (2007). *Efektywność – rozważania nad istotą i pomiarem*. *Prace Naukowe AE we Wrocławiu*, 1060, 13–41.
- Gasparski, W. (2008). Decyzje i etyka. Normy uczciwości. *Decydent & Decision Maker*, 74.

- Hamrol, A. (2008). *Zarządzanie jakością z przykładami*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Huerta de Soto, J. (2010). *Czterysta lat efektywności dynamicznej*. Pobrano z: <http://mises.pl/blog/2010/03/02/huerta-de-soto-czterysta-lat-efektywnosci-dynamicznej> (20.05.2018).
- Jajuga, T., Pluta, W. (red.) (2002). O efektywności w warunkach restrukturyzacji przedsiębiorstwa. *Prace Naukowe AE we Wrocławiu*, 965.
- Kamerschen, D.R., McKenzie, R.B., Nardinelli, C. (1991). *Ekonomia*. Gdańsk: Fundacja Gospodarcza NSZZ „Solidarność”.
- Lubińska, T. (red.) (2009). *Nowe zarządzanie publiczne – skuteczność i efektywność*. Warszawa: Difin.
- Marciniak, S. (red.) (1995). *Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Nojszewska, E. (2010). *Podstawy ekonomii*. Warszawa: WSiP.
- Pawłowski, J. (2004). *Metodyka oceny efektywności finansowej przedsięwzięć gospodarczych*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Rutkowska, A. (2013). *Teoretyczne aspekty efektywności – pojęcie i metody pomiaru*. Pobrano z: http://www.jmf.wzr.pl/pim/2013_1_4_29 (20.05.2018).
- Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D. (1999). *Ekonomia*. T. 1, 2. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sidor-Rządkowska, M. (2005). *Kształtowanie nowoczesnych systemów ocen pracowników*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Skrzypek, E. (2000). *Jakość i efektywność*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Stoner, A.F., Freeman, R.E., Gilbert, D.R. (1997). *Kierowanie*. Warszawa: PWE.
- Szymańska, E. (2010). Efektywność przedsiębiorstw – definiowanie i pomiar. *Roczniki Nauk Rolniczych*, 2 (97), 152–164.
- Varian, H.R.V. (2005). *Mikroekonomia. Kurs średni – ujęcie nowoczesne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Ziębicki, B. (2015). *Efektywność w naukach ekonomicznych*. Pobrano z: http://mowes.tozch.edu.pl/wp-content/uploads/2015/02/BES_nr_2.pdf (20.05.2018).

Abstrakt

W artykule zaprezentowano podejście do efektywności przedsiębiorstwa, które można rozpatrywać w dwóch aspektach: organizacyjnym oraz ekonomicznym. Efektywność organizacyjna jest określana jako zdolność przedsiębiorstwa do bieżącego i strategicznego dostosowania się do zmian w otoczeniu, a także jako produktywnie wykorzystanie posiadanych zasobów, służące do realizacji zamierzonych celów. Efektywność ekonomiczna, której punktem odniesienia jest sprawność funkcjonowania przedsiębiorstwa, sposoby zarządzania (zarządzanie przez jakość, ciągłe doskonalenie, sposób przepływu informacji), rozumiana jako dostosowanie się do wymagań oraz oczekiwań klientów. Kiedy przedsiębiorstwo można określić jako efektywne? Jeżeli przy pełnym wykorzystaniu posiadanych zasobów jest w stanie, bez angażowania nadmiernych zapasów, zaspokajać popyt na dobra na które występuje zapotrzebowanie na rynku.

Efficiency of the enterprise in the theory of economics – which definitely is the best of the issue?

The aim of the article is to signal a new look at the concept of effectiveness, which can be considered in two aspects: organizational and economic. Organizational efficiency defined as the company's ability to adapt to changes in the environment on a current and strategic basis, as well as to use the resources positively to achieve its goals. Economic efficiency, the point of reference is the efficiency of the company's operation, management methods (Total Quality management, continuous improvement, information flows) and adaptation to the requirements and expectations of customers. When can a company be described as effective? If, while making full use of its resources, it is able to satisfy the good for which there is market demand without excessive stocks.

Monika Krezymon*

Determinanty rozwoju przedsiębiorstw sektora MSP

Słowa kluczowe: rozwój, przedsiębiorstwo, determinanty

Keywords: development, business, determinants

Wprowadzenie

Rozwój jest długotrwałym procesem zachodzącym w gospodarce. W całym zakresie obejmuje zmiany ilościowe oraz jakościowe. Do zmian ilościowych można zaliczyć takie elementy jak wzrost produkcji, inwestycje, zatrudnienie, struktura zatrudnienia, dochody oraz rozmiar kapitału funkcjonującego, a także inne wielkości ekonomiczne w ilościowej sferze gospodarki. Równocześnie podczas procesu zmian ilościowych zachodzą zwykle zmiany o charakterze jakościowym, z których jedną z najważniejszych jest zmiana organizacji społeczeństwa.

Podstawowymi czynnikami rozwoju gospodarczego są kapitał ludzki, przedsiębiorczość, ziemia i surowce, postęp techniczny i inwestycje.

Rozwój jest kluczowym elementem funkcjonowania przedsiębiorstw. Dążenie do rozwoju szczególnie w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw (dalej MSP) jest istotnym elementem utrzymania się na rynku w dobie przedsiębiorstw w skali makro. W Polsce do sektora MSP zalicza się podmiot, który bez względu na jego formę prawną prowadzi regularną działalność gospodarczą. Sektor MSP tworzą przedsiębiorcy działający na rynku, najczęściej jako przedsiębiorstwa rodzinne, spółki lub konsorcja. Do sektora MSP zalicza się firmy zatrudniające najwyżej 250 osób. Obrót jednostek gospodarczych

* Monika Krezymon, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Metod Ilościowych, e-mail: mkrezymon1603@gmail.com

tego sektora nie przekracza 50 milionów euro rocznie, a dochód jest mniejszy niż 43 miliony euro.

Celem opracowania jest wyróżnienie czynników rozwoju przedsiębiorstw sektora MSP. Procesy zachodzące w mikro- i makrootoczeniu przedsiębiorstwa wpływają na decyzje gospodarcze zarządców, w tym na decyzje dotyczące rozwoju. Przedsiębiorstwa jako podmioty wykonawcze kreowanej przez państwo i samorządy polityki gospodarczej, nieustannie dostosowują własną strategię funkcjonowania do możliwości ciągłego rozwoju. Wraz z możliwościami rozwoju pojawiają się bariery. Samo przedsiębiorstwo również generuje determinanty i bariery wpływające na rozwój, dlatego istotne jest, by optymalnie wyznaczyć cele i strategię rozwoju jednostki gospodarczej.

Cel i strategia jako czynniki wpływające na rozwój przedsiębiorstw

Rozwój przedsiębiorstwa jest pojęciem trudnym do jednoznacznego zidentyfikowania i interpretacji, a kompleksowa definicja rozwoju niemożliwa do stworzenia, ponieważ dla każdej jednostki gospodarczej zajmującej się określoną formą działalności rozwój będzie odbywał się na innych płaszczyznach gospodarki lub dotyczył różnych celów. W literaturze przedmiotu pojęcie rozwoju definiuje się jako zmiany zachodzące w systemie przedsiębiorstwa oraz w jego mikro- i makrootoczeniu zapewniające zwiększenie i utrzymanie przewagi konkurencyjnej (Beliczyński, 2010, s. 60). Według Brajer-Marczak (2012, s. 197) „rozwój przedsiębiorstwa to zachodzący w czasie proces zmian, który może dotyczyć części przedsiębiorstwa lub jego całości oraz odnosić się do wszystkich lub jednego obszaru funkcjonowania. Rozwój przedsiębiorstwa można rozpatrywać jako likwidację rozbieżności rozwojowych, czyli tak zwanej luki rozwojowej lub jako proces doskonalenia miejsca, zajmowanego przez przedsiębiorstwo w otoczeniu”. Zdaniem Prokopowicz, Król, oraz Żmudy (2013) rozwój jest procesem opartym na wartościach, współpracy i nauce, prowadzącym do doskonalenia oraz wzmocnienia strategii przedsiębiorstwa poprzez jednoczesne wzmacnianie procesów, strategii, kultur oraz ludzi tworzących jedno przedsiębiorstwo co prowadzi do wzrostu efektywności jednostki gospodarczej. Jako elementy rozwoju można tu wyróżnić zmiany struktury systemów, usprawnienie istniejącego systemu lub jego elementów oraz wprowadzanie innowacyjnych zmian do istniejącego systemu.

Biorąc pod uwagę powyższe definicje pojęcie rozwoju można sformułować jako wszystkie możliwe zmiany zachodzące w przedsiębiorstwie i jego strukturze, aby mogło ono uzyskać przewagę konkurencyjną. Do tych zmian można zaliczyć między innymi likwidację rozbieżności rozwojowych, wprowadzenie innowacji, kształtowanie możliwości rozwoju kapitału ludzkiego, wzmocnienie strategii przedsiębiorstwa poprzez

wiedzę i umiejętności oraz poszanowanie dla kultury. Zmiany mogą odnosić się zarówno do wszystkich, jak i jednego obszaru funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Rozwój przedsiębiorstwa z sektora MSP warunkują cele jednostki. Zarówno cele krótko, jak i długoterminowe są przyczyną rozwoju, o ile przedsiębiorstwo aktywnie dąży do ich osiągnięcia. Każda jednostka gospodarcza posiada odmienne cele, do których powinno być odpowiednio dostosowane podejście rozwoju. Wyróżnić można trzy podstawowe cele przedsiębiorstwa (tab. 1).

Tabela 1. Główne cele przedsiębiorstw

Cel	Znaczenie
Strategiczny	Tworzy element strategii organizacyjnej i jest wyznaczany na najwyższym szczeblu organizacji
Taktyczny	Tworzony, by wprowadzać wyznaczone działania niezbędne do osiągnięcia celów strategicznych
Operacyjny	Wewnętrzny – dla osiągnięcia efektu synergicznego. Zewnętrzny – dla zaspokojenia potrzeb otoczenia

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Kisielnicki (2005).

Cele przedsiębiorstw można podzielić na trzy rodzaje – strategiczne, taktyczne oraz operacyjne. Cele strategiczne służą głównie tworzeniu organizacji jako systemu oraz wyznaczaniu hierarchii wdrażania konkretnych strategii. Cele taktyczne są istotne z punktu widzenia realizacji celów przedsiębiorstwa. Ważne jest by wszystkie działania wykazywane w ramach celów taktycznych były odpowiednio dostosowane do struktury organizacyjnej firmy, możliwości finansowych oraz kierunku rozwoju. Cele operacyjne wewnętrzne i zewnętrzne pozwalają zaspokoić potrzeby otoczenia, jak również są uszczegółowieniem celów taktycznych.

Aby przedsiębiorstwo miało możliwość osiągnięcia przedstawionych powyżej celów, istotne jest, by zostały one poprawnie przeanalizowane i dopasowane bezpośrednio do strategii rozwoju.

Jednym z istniejących podziałów strategii rozwoju przedsiębiorstw są modele macierzy Harry'ego Igora Ansoffa. Model ten zakłada możliwość skorzystania przez przedsiębiorstwo z czterech różnych strategii. Jej wybór uzależniony jest od tego, której zmiennej dotyczy – rynku czy produktu oraz tego, jak ta zmienna osadzona jest w czasie. Według zasad strategii penetracji rynku, przedsiębiorstwo dąży do powiększenia udziałów w rynku, bez zwiększania oferty usług lub produktów. Ciągłe dążenie do zwiększenia przychodów ze sprzedaży zmusza przedsiębiorstwo do pozyskania nowych klientów lub zachęcania stałych klientów do nabywania większej ilości produktów lub usług. Przedsiębiorstwo w tym celu stosuje promocje, efektywniejszą obsługę klienta oraz obniżki cen. Strategia ta jest stosowana głównie przez przedsiębiorstwa sektora

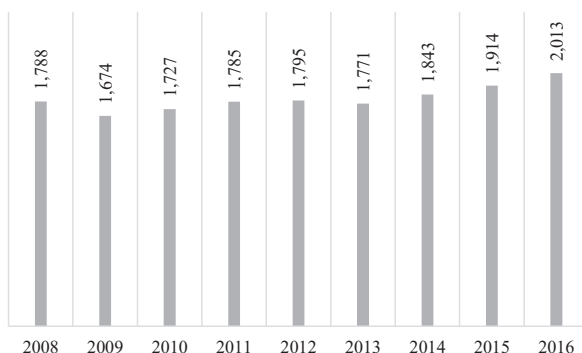
MSP – penetracja rynku nie wymaga wysokich nakładów pieniężnych, a na jej efektywność składają się udział w rynku, rodzaj i cykl życia produktów.

Z kolei celem strategii rozwoju rynku jest powiększenie zysków. Przedsiębiorstwo wówczas podejmuje decyzję o wejściu, z produktami którymi dysponuje, na nowe rynki zbytu. Wiąże się to z ekspansją geograficzną lub skierowaniem działalności do innych segmentów rynku. Strategia ta jest zazwyczaj stosowana przez małe przedsiębiorstwa. Strategia rozwoju produktu bazuje na wprowadzeniu nowych lub zastosowaniu innowacji do już istniejących produktów. Jest dość kosztowna ze względu na prace badawczo-rozwojowe. Strategia dywersyfikacji polega na wprowadzeniu nowych wyrobów, by w ten sposób zachęcić nowych klientów do ich nabycia. Przedsiębiorstwa sektora MSP rzadko stosują tę strategię ze względu na wysokie koszty finansowe, jakie generuje jej stosowanie.

Wybrane determinanty rozwoju i udział w rynku przedsiębiorstw sektora MSP

Na wstępie warto przedstawić udział przedsiębiorstw sektora MSP na polskim rynku w latach 2008–2016. W tym czasie można zaobserwować systematyczny wzrost liczby przedsiębiorstw sektora MSP, szczególnie wzrostową dynamiką wyróżnia się mikroprzedsiębiorczość. Obecnie przedsiębiorstwa sektora MSP stanowią większość przedsiębiorstw w Polsce (99,8%) – mikroprzedsiębiorstwa stanowią 96,2% (1,94 mln), małe przedsiębiorstwa 2,8% (57,2 tys.), a średnie 0,8% (15,4 tys.). Liczba przedsiębiorstw sektora MSP w Polsce w ostatnich latach została zaprezentowana na rysunku 1.

Rysunek 1. Liczba przedsiębiorstw sektora MSP w Polsce w latach 2008–2016 (w tys.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Łapiński (2018), s. 12.

W analizowanym okresie liczba przedsiębiorstw MSP wzrosła – w 2016 roku udział w rynku miało 2,013 mln przedsiębiorstw niefinansowanych. Ponadto w 2008 roku przedsiębiorstw sektora MSP było niespełna 1,788 mln, co oznacza wzrost o około 12,6% w ciągu 8 lat. Wysoką dynamikę wzrostu odnotowano w roku 2016 (5,2%). Finansowanie rozwoju przedsiębiorstw sektora MSP stanowiłoby wsparcie dla przedsiębiorców, umocniłoby ich udziału w rynku, umożliwiło wzrost zatrudnienia i redukcję bezrobocia, poszerzenie lub zmianę profilu działalności.

Ważnymi determinantami rozwoju są cel oraz strategia, jednak rozwój można również utożsamiać ze wzrostem (gospodarczym, społecznym, finansowym itp.), a jego głównym założeniem jest zwiększenie liczby transakcji oraz liczby klientów. Ponadto determinantą rozwoju jest kapitał ludzki oraz udział w rynku. Wynika to z faktu, że coraz większa liczba przedsiębiorstw przeznacza fundusze na lepsze wykształcenie kadry pracowniczej, która stanowi bazę dla dobrego funkcjonowania organizacji. Początkowo wiąże się to z poniesieniem kosztów, jednak odpowiedni poziom *know-how* pozwala na polepszenie wyników ekonomicznych na wielu płaszczyznach działania przedsiębiorstwa. Na zwiększenie udziału w rynku ma również ogromny wpływ wykwalifikowana kadra. Jest ona w stanie przeprowadzić badania dotyczące produktów obecnych na rynku i ich efektywnego wykorzystania, reagując stosownie na zmiany samego rynku lub zachowanie klientów. Dzięki wysokim kwalifikacjom i odpowiednim umiejętnościom pracowników łatwiejsze będzie wprowadzenie nowego produktu zgodnego z oczekiwaniami konsumentów. Rozwój coraz częściej definiowany jest jako jakość, która stanowi kolejny czynnik rozwoju przedsiębiorstwa. Klient obecnie posiada szeroki wybór takich samych bądź zbliżonych produkt czy usług oferowanych przez przedsiębiorstwa, dlatego ich jakość powinna spełniać określone standardy bądź być wyższa niż oczekiwania klientów. Jakość jest dobrem dzięki któremu przedsiębiorca ma możliwość zbudowania trwałych, opartych na wzajemnym zaufaniu, relacji z klientem i jest jednym z najważniejszych czynników rozwoju przedsiębiorstwa. Na rynku można znaleźć ogromną ilość tańszych i mniej trwałych zamienników, dlatego też poziom wykonania produktu powinien być jak najwyższy, aby klient mógł poczuć zaufanie do przedsiębiorstwa, które dostarcza mu produkt o odpowiedniej marce. Rozwój można również odnieść do chęci przetrwania na rynku, utrzymania wybranej skali produkcji oraz formy działalności. Wówczas jego determinantą staje się osoba lub osoby zarządzające jednostką gospodarczą i ich działania strategiczne, marketingowe i analityczne prowadzące do utrzymania stabilizacji rynkowej (Glinka, Pasieczny, 2015, s. 240–241).

Determinanty rozwoju przedsiębiorstw można podzielić na dwie podstawowe grupy – czynniki wpływające na przedsiębiorstwa z zewnętrznego otoczenia oraz wewnętrzne determinanty tworzone zazwyczaj przez samo przedsiębiorstwo. Do czynników zewnętrznych można zaliczyć:

- globalizację gospodarki,
- koniunkturę gospodarczą,
- sytuację na rynku zagranicznym i krajowym,
- innowacje,
- politykę fiskalną państwa oraz regulacje prawne,
- poziom wzrostu gospodarczego,
- swobodny przepływ towarów i usług (Mitek, Micuła, 2012, s. 60).

Wyżej wymienione czynniki zewnętrzne, takie jak globalizacja, silnie oddziałują na rozwój przedsiębiorstwa. Swobodny dostęp do rynków zagranicznych zmusza do wprowadzania zmian, najczęściej innowacji, których wdrażanie niesie ze sobą wysokie koszty. Jednakże dostęp do różnego rodzaju dofinansowań, takich jak na przykład kredyty, leasing, subwencje, pozwala na pokrycie zobowiązań związanych z wydatkami na rzecz rozwoju. Siłą ekonomiczną przedsiębiorstwa jest jego gospodarka finansowa. Posiadanie kapitału własnego i obcego na wysokim poziomie zapewnia firmie możliwość rozwoju. Innowacyjność przedsiębiorstw w Polsce wzrasta z roku na rok dzięki programom organizowanym w ramach funduszy europejskich. Działają one na zasadzie konkursu kierowanego głównie do mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, którego przedmiotem są środki finansowe przeznaczane na budowę, rozbudowę, zakup wyposażenia niezbędnego do prowadzenia prac badawczo-rozwojowych w celu rozwoju działalności innowacyjnej.

Potencjał rozwoju przedsiębiorstwa zależy również od czynników wewnętrznych takich jak:

- a) procesy zachodzące w przedsiębiorstwie,
- b) posiadane zasoby materialne,
- c) efektywność zarządzania,
- d) partnerstwa biznesowe:
 - cel i strategia,
 - kapitał ludzki,
 - jakość,
 - konkurencyjność produktów i usług (Mitek, Micuła, 2012, s. 60).

Wszystkie wymienione czynniki wewnętrzne oraz zewnętrzne sprowadzić można do konkurencyjności rynkowej przedsiębiorstwa. Rozwój, innowacje, posiadany kapitał, zasoby materialne i niematerialne, zarządzanie, poziom cen produktów i usług oraz inne można określić jako przewagę konkurencyjną. Rywalizacja jest stałą cechą gospodarki rynkowej. Analiza rynku pozwala na określenie czynników wpływających na konkurencyjność przedsiębiorstwa. Na atrakcyjność firmy wpływa konkurencyjność sektorów, w których prowadzi działalność oraz konkurencyjność gospodarki jako zbiór sektorów. Zdywersyfikowane przedsiębiorstwo może dysponować produktami

konkurencyjnymi oraz niekonkurencyjnymi. Do tej oferty można zaliczyć produkty zdobywające rynek lub z niego wycofane. Warto założyć, że produkt konkurencyjny na rynku A może nie być konkurencyjny na rynku B. Dlatego ważne jest, by określać konkurencyjność produktu pod względem dostępności na danym rynku czy sezonowości. Na konkurencyjność przedsiębiorstw wpływa ocena odbiorców produktu czy usługi, polegająca na wyborze oferty najbardziej wartościowej i korzystnej finansowo. Zarząd przedsiębiorstwa prowadzi okresową ocenę konkurencyjności realnej i potencjalnej na tle sektora oraz tendencję jej zmian (Lachniewicz, Matejun, 2009, s. 11). Prowadzi to do opracowania skutecznej strategii konkurencyjności oraz strategii rozwoju. Następstwem analizy konkurencyjności jest prowadzenie polityki branżowej dostosowanej do rozwoju poszczególnych sektorów oraz prowadzenie działalności inwestycyjnej.

Bariery rozwoju przedsiębiorstw

Sektor MSP jest częścią gospodarki, który rozwija się dynamicznie. Zdolność do szybkiego dostosowania się do zmian na rynku jest atutem firm sektora MSP, co wyróżnia je na tle wielkich podmiotów gospodarczych cechujących się mniejszą elastycznością. Rozwój małych i średnich przedsiębiorstw w ekonomicznych niszach sprowadza się do podniesienia sprawności całej gospodarki. W Polsce przedsiębiorstwa MSP często napotykają bariery skutecznie hamujące ich rozwój, wśród których można wyróżnić:

- brak środków finansowych,
- bariery związane z popytem na rynku lokalnym lub regionalnym,
- wysokie podatki,
- uwarunkowania organizacyjno-prawne,
- utrudniony dostęp do innowacji i technologii,
- ograniczony przepływ informacji gospodarczej,
- konkurencję ze strony przedsiębiorstw szarej strefy lub jednostek gospodarczych korzystających ze zwolnień ze świadczeń podatkowych,
- skomplikowane i nieelastyczne prawo pracy, procedury podatkowe i administracyjne,
- brak wykwalifikowanej kadry na rynku pracy (MSP-24 Portal Polskich Przedsiębiorców, 2012).

Od lat głównym problemem dla przedsiębiorstw rozpoczynających działalność gospodarczą pozostaje możliwość pozyskania środków finansowych. Pomimo szerokiej oferty kredytów, pożyczek, poręczeń, banki niechętnie udzielają pomocy firmom, które nie mają dostatecznie długiego stażu na rynku. Nowe technologie i ich wdrażanie niosą ze sobą koszty, których pokrycie ze środków własnych, a jedynie takimi najczęściej dysponuje przedsiębiorstwo wchodzące na rynek, nie jest możliwe. Prawo podatkowe

jest istotną barierą rozwoju. Jest ono niejasne, przede wszystkim brak przejrzystości i jednoznaczności w rozliczaniu z VAT, PIT i CIT skutkuje zwiększeniem kosztów związanych z księgowością w postaci outsourcingu. Konkurencja ze strony szarej strefy przyczynia się do uszczuplenia dochodu firmy, ponieważ przedsiębiorstwa niepłacące podatku mogą wykonać tę samą usługę za mniejsze kwoty, z czego korzystają odbiorcy usługi. Wiele z wymienionych barier może utrudniać przedsiębiorstwom wejście na rynek oraz funkcjonowanie w określonym obszarze gospodarki przedsiębiorstwom już istniejącym.

Podsumowanie

Przedsiębiorstwa sektora MSP są istotną częścią gospodarki, a ich działalność i rozwój wpływa na procesy ekonomiczne, polityczne i społeczne. Przedsiębiorstwa sektora MSP sprawnie przystosowują się do zmiennych warunków rynkowych oraz otoczenia. Ich zdolność do szybkiej zmiany profilu działalności gospodarczej oraz mobilność i elastyczność sprawiają, że stanowią one silny fundament gospodarki rynkowej. Inwestowanie w przedsiębiorstwa MSP oraz zróżnicowany i niekiedy unikatowy asortyment, którym dysponują, pomaga w zaspokojeniu oczekiwań konsumentów, a także obniżeniu stopy bezrobocia poprzez tworzenie nowych miejsc pracy. Skutkiem wspierania rozwoju MSP jest tworzenie klasy średniej, charakteryzującej się społeczno-zawodową samodzielnością, do której należą przedsiębiorcy oraz pracownicy umysłowi. Społeczeństwo, w którym dominuje przewaga klasy średniej osiąga wyższy poziom rozwoju cywilizacyjnego oraz gospodarczego. MSP jest sektorem gospodarki, który jest jej stymulatorem, a wzrost liczby przedsiębiorstw operujących na rynku jest stałym źródłem wzrostu gospodarczego.

Literatura

- Bariery rozwoju MSP w Polsce.* Pobrano z: <http://msp-24.pl/Bariery-rozwoju-MSP-w-Polsce,41,78.html> (05.05.2018).
- Belczyński, J. (red.) (2010). *Koncepcje zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem*. Kraków: Wydawnictwo Mfiles.pl.
- Brajer-Marczak, R. (2012). Modele dojrzałości procesowej w rozwoju organizacji. W: A. Stabryła, S. Wawak (red.), *Metody badania i modele rozwoju organizacji* (s. 197–207). Kraków: Wydawnictwo Mfiles.pl.
- Glinka, B., Pasieczny, J. (2015). *Tworzenie przedsiębiorstwa. Szanse, realizacja, rozwój*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Kisielnicki, J. (2005). *Cele i misja organizacji*. Pobrano z: <http://edu.pjwstk.edu.pl/wyklady/poz/scb/index21.html> (27.05.2018).

- Lachniewicz, S., Matejun, M. (red.) (2009). *Konkurencyjność jako determinanta rozwoju przedsiębiorstwa*. Łódź: Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej.
- Łapiński, J. (2018). Obraz statystyczny przedsiębiorstw w Polsce. W: A. Skowrońska, A. Tarna-wa (red.), *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce* (s. 12–35). Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Mitek, A., Micuła, I. (2012). Współczesne determinanty rozwoju przedsiębiorstw prywatnych. *Współczesne wyzwania gospodarowania i zarządzania*, 28, 60.
- Prokopowicz, P., Król, M., Żmuda, G. (red.) (2013). *Współczesne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw*. Kraków: Wydawnictwo Mfiles.pl.

Abstrakt

MSP jest dynamicznie rozwijającym się sektorem gospodarki w Polsce. Rozwój tego sektora determinuje przede wszystkim cel i strategia dostosowane do wizji rozwoju firmy, lecz równie ważne są konkurencyjność i innowacje. Sektor MSP napotyka wiele barier rozwoju, które niekiedy mogą być przyczyną zakończenia działalności gospodarczej. Nie zmienia to faktu, że przedsiębiorstwa sektora MSP wpływają korzystnie na gospodarkę rynkową i pomoc w utrzymaniu się na rynku ze strony państwa oraz organizacji prowadzących programy dofinansowań niesie ze sobą wartość dodaną w postaci obniżenia stopy bezrobocia i wzrostu gospodarczego.

Progress development of enterprises in SME sector

The SME is a dynamically developing sector of the economy in Poland. The development of this sector is determined primarily by the goal and strategy adjusted to the company's development vision, but competitiveness and innovation are equally important. The SME sector faces many barriers to development, which can sometimes lead to the closure of economic activity. It does not change the fact that SMEs have a positive influence on the market economy and help in maintaining the market on the part of the state and organizations running subsidy programs brings added value in the form of lowering the unemployment rate and economic growth.

Damian Łazarczyk*

Rola rachunku kosztów stałych i zmiennych w zarządzaniu przedsiębiorstwem

Słowa kluczowe: koszty stałe, koszty zmienne, rachunek kosztów, zarządzanie

Keywords: fixed costs, variable costs, cost accounting, management

Wprowadzenie

Ekonomia jest nauką o tym, jak ludzie radzą sobie z rzadkością (czyli brakiem nieograniczonej dostępności dóbr) oraz jak rozwiązują dotkliwe problemy alokacji zasobów. To „jak” oznacza system i metody zarządzania. Generalnie, zarządzanie jest określane przez pryzmat klasycznych funkcji, jakie spełnia, czyli: planowanie, organizowanie, motywowanie i kontrola. Zarządzanie przedsiębiorstwem jest procesem dynamicznym, w którym kluczową rolę odgrywa szybkość pozyskania informacji i podjęcie na ich podstawie optymalnej decyzji. Informacja o sytuacji majątkowej i finansowej oraz rezultacie działalności jest wspólnie, prawdopodobnie, najważniejszym elementem warunkującym sukces na rynku. Potrzeba uzyskania wieloprzekrojowych informacji o kosztach determinuje procesy decyzyjne w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Koszty są powszechne i dotyczą każdego elementu zarządzania, w tym produkcji i sprzedaży. Koszty są pewne, a przychody – prawdopodobne.

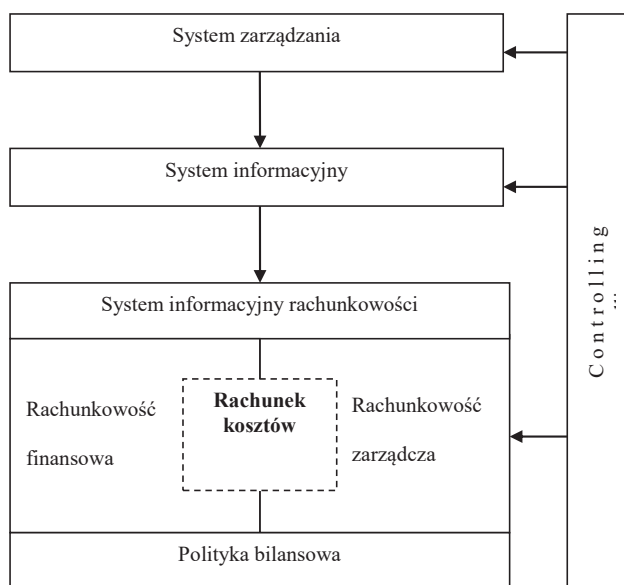
Podstawowym systemem informacyjnym w każdej jednostce gospodarczej jest system informacyjny rachunkowości. Celem rachunkowości jest opracowanie i dostarczenie informacji o przebiegu działalności gospodarczej i jej wynikach, w tym także o kosztach. Informacje o kosztach kształtują czynniki endogeniczne (wewnątrz

* mgr Damian Łazarczyk, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Rachunkowości i Controllingu, e-mail: damian.lazarczyk@wzieu.pl

przedsiębiorstwa) oraz czynniki egzogeniczne (zewnętrzne, np. administracyjno-polityczne decyzje o cłach). Miejsce rachunku kosztów w systemie zarządzania i relacje zachodzące między elementami systemu przedstawiono na rysunku 1.

Współczesne aspekty ekonomiczne nie mogą pomijać, szczególnie przy braku nieograniczonej dostępności dóbr, kategorii rentowności, czyli opłacalności działalności gospodarczej oraz racjonalności wykorzystania aktywów. Dotarcie do przyczyn ponoszenia kosztów powinno przyświecać zarządzającym przedsiębiorstwem (menedżerom) w podejmowaniu decyzji ekonomicznych.

Rysunek 1. Relacje między rachunkiem kosztów, systemem rachunkowości i controllingiem



Źródło: opracowanie własne.

Celem artykułu jest odpowiedź na następujące pytania:

1. Jaki wpływ na zarządzanie przedsiębiorstwem ma system rachunku kosztów stałych i zmiennych?
2. Czy kryterium zmienności kosztów ma znaczenie w procesie podejmowania decyzji?

Na wstępie artykułu omówiono model rachunku kosztów stałych i zmiennych, a następnie scharakteryzowano proces decyzyjny oraz skupiono się na przydatności informacji o kosztach stałych i zmiennych pochodzących z rachunku kosztów w krótkookresowym zarządzaniu przedsiębiorstwem.

Model rachunku kosztów stałych i zmiennych

Rachunek kosztów jest to ogół działań w systemie informacyjnym rachunkowości związanych z:

- pomiarem (ilościowym i wartościowym),
- wyceną (ustalenie wartości w zł),
- dokumentacją (dowody księgowe),
- ewidencją (księgowanie),
- rozliczaniem (podział na różne układy kosztów),
- kalkulacją (ustalenie kosztu jednostkowego np. zł/szt.),
- sprawozdawczością (sprawozdania finansowe, w tym rachunek zysków i strat),
- analizą (badanie i ocena),
- kontrolą (weryfikacja prawidłowości procesów w rachunku kosztów),
- planowaniem (proces budżetowania), kosztów działalności gospodarczej przedsiębiorstwa (Nowak, 1999, s. 15–16; Sawicki, 2000, s. 87–89).

Celem rachunku kosztów jest opracowanie i dostarczenie wieloprzekrojowych informacji o kosztach działalności gospodarczej w przedsiębiorstwie.

Natomiast **rachunek kosztów stałych i zmiennych** jest to narzędzie krótkookresowego (z reguły do 12 miesięcy) zarządzania kosztami w przedsiębiorstwie wykorzystującym podział kosztów na stałe i zmienne (Świdarska, 2004, s. 110). Rachunek ten nazywany jest w literaturze „rachunkiem kosztów zmiennych”, „rachunkiem kosztów częściowych” lub „rachunkiem kosztów stałych i zmiennych”. W niniejszym tekście zastosowano pojęcie: „rachunek kosztów stałych i zmiennych” w celu zwrócenia uwagi na koszty stałe.

Koszty stałe to wyrażone w złotych zużycie aktywów trwałych i obrotowych, które jest niezależne od wielkości produkcji lub sprzedaży. Koszty stałe występują w krótkim terminie. Przyjmuje się, że koszty długookresowe są zmienne.

Koszty zmienne to wyrażone w złotych zużycie aktywów trwałych i obrotowych, reagujące na wzrost lub spadek, czyli zmianę rozmiarów produkcji (sprzedaży).

Przykłady kosztów stałych i zmiennych przedstawiono w tabeli 1.

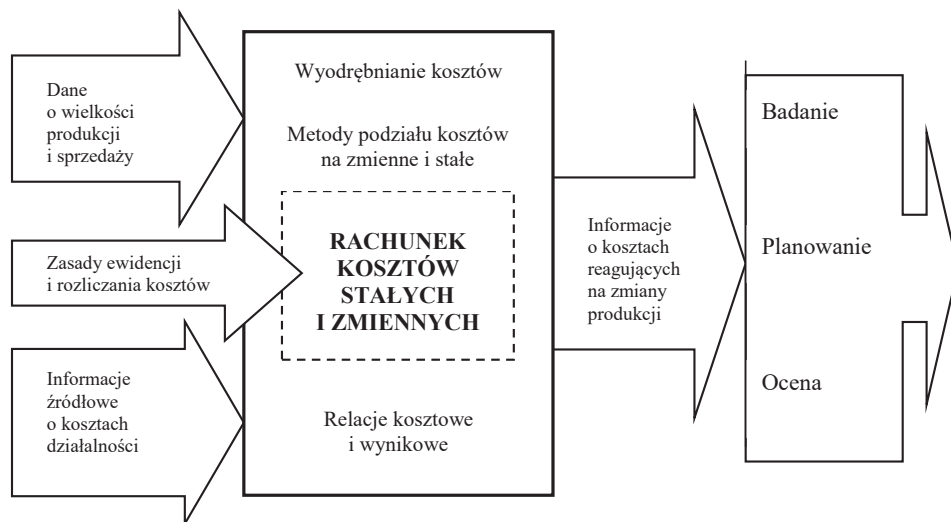
Tabela 1. Przykłady kosztów stałych i kosztów zmiennych

Koszty stałe	Koszty zmienne
Odpisy amortyzacyjne środków trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych	Koszty zużycia materiałów bezpośrednich w produkcji
Usługi prowadzenia rachunku bankowego przedsiębiorstwa	Koszty zużycia opakowań bezzwrotnych w przedsiębiorstwie przetwórczym
Koszty czynszu za wynajem biura	Koszty zużycia benzyny w samochodach firmowych
Wynagrodzenia brutto pracowników zatrudnionych w systemie czasowym	Koszty usługi wymiany ogumienia w samochodzie firmowym
Koszty pracy w postaci składek ZUS przedsiębiorcy prowadzącego jednoosobową działalność gospodarczą	Wynagrodzenia pracowników zatrudnionych w systemie akordowym
Koszty ubezpieczeń OC i AC	Koszty opłat za przejazd autostradą w przedsiębiorstwie transportowym
Koszty zarządu (ogólnozakładowe i administracyjne)	Koszty zakupu partii materiałów i surowców

Źródło: opracowanie własne.

Model (system) rachunku kosztów stałych i zmiennych w ujęciu ogólnym przedstawiono na rysunku 2.

Rysunek 2. Model rachunku kosztów stałych i zmiennych



Źródło: opracowanie własne.

Koszty są jednym z parametrów oceny działalności operacyjnej i finansowej firmy. W analizie porównawczej zestawia się informacje o kosztach z przychodami. Stąd istotne znaczenie w modelu rachunku kosztów stałych i zmiennych ma rezultat działalności

operacyjnej przedsiębiorstwa, czyli wynik operacyjny uwzględniający także wyniki sprzedaży oraz wynik finansowy, co przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Założenia modelu rachunku kosztów stałych i zmiennych

Założenia	Rachunek kosztów stałych i zmiennych	
Cel prowadzenia	Cel zarządczy – krótkookresowy (krótkoterminowy, do 12 miesięcy)	
Podział kosztów	Koszty zasadniczej działalności operacyjnej (np. koszty działalności produkcyjnej) są dzielone na koszty zmienne i koszty stałe	
Wycena produktów pracy	Produkty gotowe i produkcja niezakończona wyceniane są na poziomie zmiennych kosztów produkcji	
Sposób ujęcia kosztów okresu	Koszty stałe traktowane są jako koszty okresu i przenoszone w całości na wynik finansowy w okresie ich poniesienia	
Struktura ustalania wyniku operacyjnego i finansowego	1.	Przychody ze sprzedaży produktów (cena x ilość sprzedaży)
	2.	Koszty zmienne produktów sprzedanych (jednostkowy koszt zmienny x ilość sprzedaży)
	3.	Marża brutto (marża na pokrycie) (poz. 1–2)
	4.	Koszty stałe (wartość bezwzględna w zł)
	5.	Wynik operacyjny (wynik uzyskany ze sprzedaży) (poz. 3–4)

Źródło: opracowanie własne na podstawie Szczypa (2017), s. 76–77.

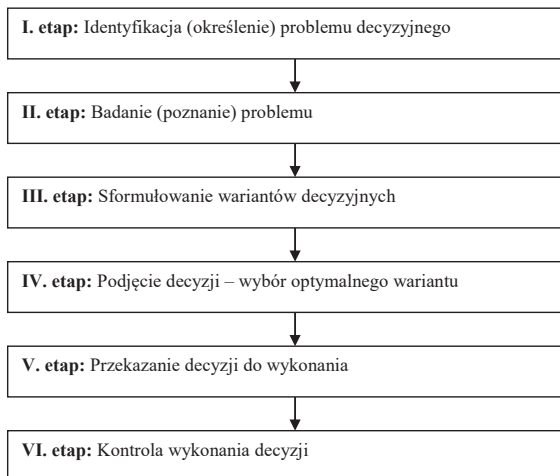
Rachunek kosztów stałych i zmiennych jest systemem rachunku kosztów nieodpowiadającym regulacjom prawa bilansowego. Dlatego też rachunek kosztów stałych i zmiennych jest stosowany w przedsiębiorstwach fakultatywnie, w zależności od potrzeb zarządczych (Nowak, Piechota, Wierziński, 2004, s. 50). Aczkolwiek, w art. 28. ust. 3. ustawy o rachunkowości (Ustawa, 1994), definiującym koszt wytworzenia, wymienia się zmienne koszty pośrednie produkcji oraz część kosztów stałych pośrednich, które odpowiadają poziomowi tych kosztów przy normalnym wykorzystaniu zdolności produkcyjnych. Zatem rachunek kosztów stałych i zmiennych znajduje zastosowanie głównie w zarządzaniu przedsiębiorstwem, w tym: w procesie decyzyjnym.

Wykorzystanie informacji o kosztach stałych i zmiennych w procesie decyzyjnym

Zarządzanie przedsiębiorstwem jest silnie skorelowane z procesem podejmowania decyzji. Pojęcie „proces decyzyjny” oznacza wszelkie działania, w wyniku których następuje podjęcie decyzji mające na celu rozwiązanie określonego problemu. Proces decyzyjny obejmuje opracowanie i analizę zbioru wariantów rozwiązań, tj. wariantów decyzji oraz wyboru spośród nich najlepszego (Sawicki, 1998, s. 69).

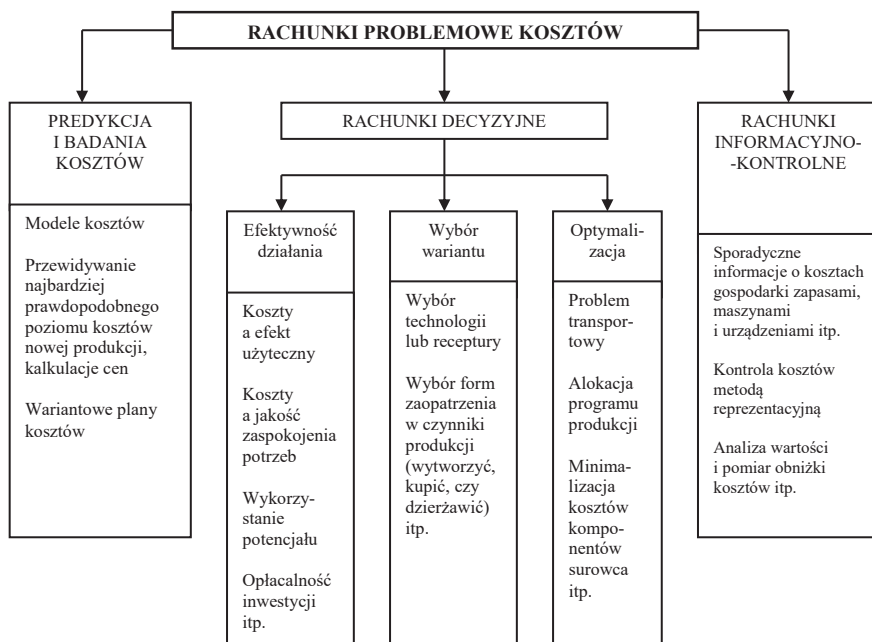
Na proces decyzyjny składa się sześć podstawowych etapów (rys. 3.)

Rysunek 3. Etapy procesu decyzyjnego



Źródło: opracowanie własne na podstawie Kiziukiewicz (2002), s. 26.

Rysunek 4. Problemowe rachunki kosztów



Źródło: Jarugowa, Malc, Sawicki (1983), s. 46.

Rachunek kosztów stałych i zmiennych wspomaga rozwiązywanie rachunków problemowych kosztów i wyników. W rachunkach problemowych korzysta się z różnych metod matematycznych i ekonometrycznych, dobieranych w zależności od zadania, które dany rachunek ma rozwiązać. Można zatem stosować analizę progu rentowności, metody sieciowe, metody symulacyjne, programowanie matematyczne, metodę reprezentacyjną, analizę wartości, taksonomię itp. Rachunki problemowe kosztów przedstawiono na rysunku 4.

Rachunek kosztów stałych i zmiennych wykorzystuje się w procesie decyzyjnym do:

1. Ustalania cen produktów pracy (np. wyroby gotowe, usługi, produkcja niezakończona) – cena powinna pokryć koszty zmienne i stałe oraz umożliwić osiągnięcie marży. Cena to główny (obok ilości sprzedaży) element przychodów ze sprzedaży. Ponadto, istotnym kryterium decyzyjnym jest tzw. dolna granica ceny, czyli najniższy poziom ceny, dla którego opłaca się produkować i sprzedawać dany produkt pracy. Do wyznaczenia dolnych granic cen niezbędny jest podział na koszty stałe i koszty zmienne.
2. Analizy „koszty – wielkość sprzedaży – zysk”, która jest metodą badania zależności (relacji) między zmianami wielkości sprzedaży, a zmianami kosztów i zysku. Podstawowym elementami tego badania są:
 - a) analiza progu rentowności, która bada i ocenia: ile należy sprzedać albo jakie muszą być przychody, aby pokryć wszystkie koszty (stałe i zmienne);
 - b) analiza wrażliwości, która bada i ocenia reakcję progu rentowności na zmiany cen i kosztów. Podstawą tej analizy jest wyznaczenie tzw. marży bezpieczeństwa (strefy bezpieczeństwa), która informuje: o ile mogą spaść przychody (w zł, w %), aby przedsiębiorstwo nie poniosło strat.
3. Rozwiązywanie krótkookresowych rachunków problemowych (decyzyjnych) kosztów (Kiziukiewicz, 2003, s. 327–340), w tym:
 - a) podjęcie decyzji „wytworzyć czy kupić”, np. podzespoły;
 - b) wybór asortymentu – kluczowa jest jednostkowa marża brutto, czyli różnica między ceną sprzedaży a jednostkowymi kosztami zmiennymi;
 - c) jaki wariant technologiczny wybrać? – przy podjęciu decyzji można kierować się kryterium zmienności kosztów, marży brutto albo zysku operacyjnego;
 - d) czy przyjąć dodatkowe zamówienie?; czy jest to opłacalne?
4. Badania i oceny ośrodków odpowiedzialności za koszty – jest to odmiana tzw. wielostopniowego i wieloblokowego rachunku kosztów stałych i zmiennych. Na podstawie informacji z tego rachunku kosztów ustala się kolejne stopnie marży brutto i identyfikuje się bloki kosztów stałych. Ma to na celu optymalizację zarządzania centrami kosztów w przedsiębiorstwie złożonym (np. wielowydziałowym),

na poziomach: asortymentów i ich grup, obszarów i rodzajów działalności, oddziałów, działów, całości przedsiębiorstwa.

5. Budżetowania kosztów w krótkim okresie – ustalenie budżetu kosztów stałych na dany rok obrotowy oraz preliminowanych kosztów zmiennych. Z kosztami może się wiązać wydatek (rozchód środków pieniężnych). Zatem, informacja o poziomie kosztów stałych i kosztów zmiennych umożliwia zarządzanie środkami pieniężnymi, w tym ustalanie preliminarzy wydatków na dany kwartał czy rok.
6. Kontroli kosztów, czyli czynności związanych z porównaniem założeń ekonomicznych z rzeczywistym wykonaniem. Koszty stałe to często koszty niekontrolowane, np. amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych metodą liniową. Natomiast koszty zmienne mogą podlegać kontroli, np. zużycie paliwa w środkach transportu przedsiębiorstwa.

Rachunek kosztów stałych i zmiennych posiada zarówno zalety, jak i wady. Najistotniejsze z nich ujęto w tabeli 3.

Tabela 3. Podstawowe zalety i wady rachunku kosztów stałych i zmiennych

Model (system) rachunku kosztów stałych i zmiennych	Zalety modelu	Wady modelu
	Generowanie informacji użytecznych w podejmowaniu decyzji, zwłaszcza w krótkim okresie	Niedostosowanie do zasady współmierności kosztów i przychodów wymaganej w rachunkowości finansowej, w tym zewnętrznej sprawozdawczości finansowej
	Wyeliminowanie wpływu poziomu zapasów na wynik operacyjny jednostki	Praktyczne problemy z właściwym podziałem kosztów na zmienne i stałe
	Ułatwienie oceny optymalizacji wyników osiąganych przez różne jednostki wewnętrzne z punktu widzenia zysku i marży brutto	Ograniczone możliwości zastosowania w procesie podejmowania decyzji długookresowych
	Odzwierciedlenie wpływu zmian stopnia wykorzystania zdolności produkcyjnych na poziom kosztów	Skupienie uwagi na marży brutto, co może powodować mniejsze zainteresowanie kosztami stałymi, których udział w kosztach całkowitych wykazuje tendencję wzrostową
	Dostarczenie informacji kosztowo-wynikowych dla potrzeb analizy prognozy rentowności	
	Eliminacja aktywowania kosztów stałych w zapasach produkcji niesprzedanej	
	Ułatwienie podejmowania decyzji pozwalających na dostosowanie się przedsiębiorstwa do zmian na rynku	
	Efektywniejsza kreacja cen	-

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Nowak (1999), s. 41–42.

Podsumowanie

Rachunek kosztów stałych i zmiennych pełni istotną rolę w zarządzaniu krótkookresowym przedsiębiorstwa, wspomaga skuteczne zarządzanie, głównie w aspekcie podejmowanych decyzji ekonomicznych. Zmienność kosztów i pewien ich stały poziom, w danym przedziale czasowym, dostarcza informacji do podejmowania decyzji *ex ante*. Koszty mogą być skutkiem podjętych decyzji, dlatego sprawne zarządzanie kosztami, drogą ich optymalizacji, było i zdaje się nadal pozostanie, we współczesnej ekonomii, jednym z priorytetów.

Informacje o kosztach stałych i zmiennych wykorzystuje się przede wszystkim do ustalania cen, rozwiązywania rachunków decyzyjnych kosztów i wyników, analizy „koszty – wielkość sprzedaży – zysk”, budżetowania kosztów działalności przedsiębiorstwa i kontroli kosztów. Wiedza na temat kształtowania się kosztów stałych i zmiennych na pewno przydaje się do zarządzania przedsiębiorstwem, szczególnie w krótkim okresie.

Jak zarządzać kosztami w przedsiębiorstwie? Odpowiedź brzmi – mądrze.

Literatura

- Jarugowa, A., Malc, W., Sawicki, K. (1983). *Rachunek kosztów*. Warszawa: Wydawnictwo PWE.
- Kiziukiewicz, T. (red.) (2002). *Rachunkowość zarządcza*. Wrocław: Wydawnictwo Ekspert.
- Kiziukiewicz, T. (red.) (2003). *Zarządcze aspekty rachunkowości*. Warszawa: Wydawnictwo PWE.
- Nowak, E. (1999). *Rachunek kosztów*. Wrocław: Wydawnictwo Ekspert.
- Nowak, E., Piechota, R., Wierzbński, M. (2004). *Rachunek kosztów w zarządzaniu przedsiębiorstwem*. Warszawa: Wydawnictwo PWE.
- Sawicki, K. (2000). *Analiza kosztów firmy*. Warszawa: Wydawnictwo PWE.
- Sawicki, K. (red.) (1998). *Polityka bilansowa i sprawozdawczość finansowa w zarządzaniu firmą*. Wrocław: Wydawnictwo Ekspert.
- Szczypa, P. (2017). *Rachunkowość zarządcza – klucz do sukcesu*. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
- Świdarska, G.K. (red.) (2004). *Rachunek kosztów i rachunkowość zarządcza. Definicje, podstawowe problemy, pytania testowe i zagadnienia sytuacyjne z rozwiązaniami*. Warszawa: Wydawnictwo Stowarzyszenie Księgowych w Polsce.
- Ustawa z dnia 29.09.1994 r. o rachunkowości. Dz.U. 2017, poz. 2342 ze zm.

Abstract

Cel: Celem badawczym artykułu jest przedstawienie wpływu rachunku kosztów stałych i zmiennych na zarządzanie przedsiębiorstwa, w tym proces podejmowania decyzji.

Metodologia: Badanie i ocena literatury z zakresu rachunkowości zarządczej i rachunku kosztów.

Rezultat: Rachunek kosztów stałych i zmiennych pełni istotną rolę w zarządzaniu krótkookresowym przedsiębiorstwa.

Informacje o kosztach stałych i zmiennych wykorzystuje się przede wszystkim do: ustalania cen, rozwiązywania rachunków decyzyjnych kosztów i wyników, analizy „koszty – wielkość sprzedaży – zysk”, budżetowania kosztów działalności przedsiębiorstwa i kontroli kosztów.

The role of fixed and variable cost accounting in the context of managing an enterprise

Purpose: This article's research aim is to explain the influence of fixed and variable cost accounting on managing an enterprise, including the decision making process.

Methodology: Reviewing and evaluating literature on both managerial and cost accounting.

Result: Fixed and variable cost accounting have a significant impact on short-term enterprise management. The information about fixed and variable cost is primarily used for: regulating the prices, closing the decisional cost and result accounts, providing "cost-sales volume-profit" analyses, as well as budgeting the operational and control costs.

Łukasz Maciej Mitek*

Wpływ zagranicznych migracji zarobkowych na poziom oszczędności i zadłużenia gospodarstw domowych w Polsce

Słowa kluczowe: gospodarstwa domowe, oszczędności, zadłużenie, migracja

Keywords: households, saving, debt, migration

Wprowadzenie

Proces globalizacji oraz tworzenie ponadnarodowych struktur politycznych i gospodarczych zapoczątkowały szereg przemian społeczno-gospodarczych, których konsekwencje były analizowane w perspektywie ekonomicznej, kulturowej, politycznej i społecznej (Okólski, 2006). Intensywna emigracja zarobkowa nasiliła się w momencie wstąpienia Polski do struktur Unii Europejskiej i spowodowała rosnące zainteresowanie samym zjawiskiem migracji, które ma coraz większe znaczenie zarówno dla gospodarstw domowych, jak i gospodarek narodowych, gdyż skutkuje wzrostem konkurencyjności zasobów pracy w różnych regionach świata. Celem artykułu jest analiza wpływu zagranicznych migracji zarobkowych na poziom oszczędności i zadłużenia gospodarstw domowych w Polsce. Przyjęta hipoteza zakłada niewielki wpływ transferu środków pieniężnych do Polski z tytułu pracy Polaków za granicą, na poziom oszczędności i zobowiązań gospodarstw domowych.

* mgr Łukasz Maciej Mitek, Uniwersytetu Szczecińskiego, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Bankowości i Finansów Porównawczych, doktorant, e-mail: lmitek@o2.pl

Gospodarstwo domowe – podstawowe definicje i pojęcia pokrewne (oszczędności, zadłużenie)

W tradycyjnej teorii ekonomii gospodarstwo domowe często jest utożsamiane z takimi terminami jak: rodzina lub gospodarstwo rodzinne, w związku z tym określenie oraz sprecyzowanie tego terminu wymaga znalezienia odpowiedniego kryterium, które pozwoliłoby na wyodrębnienie go z pokrewnych pojęć. Zdaniem Światowy (2012) jest to nie tylko najstarszy, ale i najważniejszy podmiot gospodarujący, ponieważ został stworzony prawami natury, inspirował ewolucję kolejnych systemów gospodarczych i politycznych. Ponadto jak zauważa Bywalec (2012) nauka o gospodarstwie domowym i prawach rządzących domem (rodziną), stanowi genezę takiej dyscypliny jak ekonomia.

Tabela 1. Definicje gospodarstwa domowego – różnorodne aspekty

Autor	Literatura zagraniczna
G.S. Becker	Gospodarstwo domowe to wieloosobowa jednostka produkcyjna, maksymalizująca funkcje produkcji, w przypadku której nakładami są dobra rynkowe, a także czas, kwalifikacje i wiedza poszczególnych jej członków
Z. Bodie, R.C. Merton	Większość gospodarstw domowych stanowią rodziny, które mogą przybierać różną formę i wielkość. Gospodarstwo domowe to pojedyncza osoba lub rodzina rozszerzona, składająca się z wielu generacji i osób mieszkających pod jednym dachem i korzystającą ze wspólnych zasobów ekonomicznych
P.A. Samuelson W.D. Nordhaus	Utożsamia pojęcie gospodarstwa domowego z pojęciem rodziny. Gospodarstwo domowe to podstawowy podmiot gospodarczy, którego najważniejszą funkcją jest zgłaszanie popytu na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych i spożycie
Autor	Literatura polska
A. Hodoly	Gospodarstwo domowe jest bazą ekonomiczną jednostki lub grupy osób powiązanych ze sobą więzami rodzinnymi lub więzami innego rodzaju. Członkowie gospodarstwa domowego zamieszkują razem [...], łączą swoje przychody (pieniężne i naturalne), zasoby dóbr materialnych oraz reprezentowaną przez siebie siłę roboczą w celu zaspokojenia potrzeb gospodarstwa jako całości i poszczególnych jego członków
J. Szczepański	Gospodarstwo domowe tworzą członkowie rodziny żyjący zazwyczaj pod jednym dachem, a zakres gospodarstwa domowego wyznacza zakres funkcji ekonomicznych spełnianych przez rodzinę w szerszych zbiorowościach
B. Świecka	Gospodarstwo domowe jest specyficznym podmiotem gospodarującym. Gospodarowanie w tym wydaniu jest sposobem podejmowania decyzji ekonomicznych, ich realizacji, zarządzania, kierowania gospodarstwem jako całością

Źródło: opracowanie własne na podstawie Becker (1976); Bodie, Merton (2003), s. 26; Samuelson, Nordhaus (2004), s. 564–565; Hodoly (1971), s. 20; Szczepański (1977), s. 300; Świecka (2009), s. 21.

Migracje zarobkowe w teorii ekonomii

Zdaniem Freemana (2007) migracje zarobkowe są traktowane przez badaczy jako zjawisko wpływające na sytuację demograficzną danego kraju. Ruchy migracyjne mają wpływ nie tylko na wielkość populacji w danym regionie, ale również na jej strukturę pod względem wieku, płci i wykształcenia. Procesy migracyjne nabrały szczególnego

znaczenia w dobie globalizacji, gdyż znoszenie barier w swobodnym przepływie kapitału finansowego i dóbr prowadzi do swobodnego przepływu osób. Wśród najpopularniejszych teorii ekonomicznych opisujących migracje, można wymienić następujące koncepcje (tab. 2).

Tabela 2. Ekonomiczne teorie migracji ludności

Nazwa	Charakterystyka
Teoria neoklasyczna (<i>neoclassical economic theory</i>)	migracja jest wynikiem różnic wielkości popytu i podaży pracy na różnych obszarach, co skutkuje zróżnicowaniem wysokości płac, a migracja jest procesem kompensującym te różnice
Nowa ekonomia migracji (<i>new economics of migration</i>)	ujmuje procesy migracji w kontekście różnych rynków, nie tylko rynku pracy, migracja to nie jest proces indywidualny, lecz obejmuje całe kręgi ludzi: rodzinne, sąsiedzkie, rówieśnicze, towarzyskie
Dualna teoria rynku pracy (<i>dual labour market theory</i>)	imigracja do krajów rozwiniętych jest odpowiedzią na potrzeby tkwiące w strukturze nowoczesnej gospodarki, migracje na rynku są napędzane nie tylko przez stronę podażową, ale także przez stronę popytową, gdyż miejscowi nie podejmują pewnych prac

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Harris, Todaro (1970); Fei, Ranis (1961), s. 533–565; Stark, Bloom (1985), s. 173–178; Katz, Stark (1986), s. 134–149; Piore (1979); Arango (2000), s. 283–296.

Zgodnie z klasyczną teorią ekonomii podstawą rozwoju gospodarstw domowych są decyzje dotyczące wyboru poziomu i kierunku kształcenia, wyboru miejsca pracy oraz miejsca zamieszkania, a także sposobu wydatkowania zarobionych pieniędzy. Każde gospodarstwo domowe dąży do takiego wydatkowania swoich dochodów, aby zgodnie z własnymi upodobaniami osiągnąć możliwie największą użyteczność z nabywanych dóbr i usług, a w podejmowaniu decyzji kieruje się czynnikami subiektywnymi, takimi jak normy prawa, tradycje i nawyki oraz obiektywnymi, czyli wysokością dochodów i poziomem cen. Następstwem decyzji podejmowanych przez gospodarstwa domowe jest z jednej strony określona wielkość popytu na dobra i usługi, z drugiej zaś strony rozmiary i struktura podaży.

Według Blauga (1995) klasyczna teoria ekonomii traktowała gospodarstwo domowe jako podmiot maksymalizujący funkcję użyteczności, natomiast nowa ekonomia rodziny traktuje je jako wieloosobową jednostkę maksymalizującą funkcję produkcji, w przypadku której nakładami są dobra rynkowe, czas, kwalifikacje i wiedza członków gospodarstwa domowego. W związku z powyższym w procesie analizy otoczenia ekonomicznego, wpływającego na decyzje członków gospodarstwa domowego, należy brać pod uwagę następujące elementy: dochody członków gospodarstwa domowego, zasoby majątkowe, poziom cen dóbr konsumpcyjnych i innych, popyt oraz podaż dóbr i usług, poziom inflacji, a także sytuację na rynku pracy.

Zagraniczne migracje zarobkowe gospodarstw domowych z Polski

Progres międzynarodowej mobilności pracowników spełnia coraz ważniejszą rolę dla długoterminowych perspektyw gospodarczych praktycznie każdego kraju. Beneficjentami otwarcia rynku pracy po 2004 roku są w pierwszej kolejności polscy migranci, którzy znaleźli możliwość legalnej pracy i zarobku za granicą. Jak zauważa Chmielewska (2015), dynamiczny wzrost emigracji zarobkowej sprawił, że wielkość transferów płynących do kraju z tytułu pracy emigrantów zaczęła mieć istotne znaczenie dla polskiej gospodarki. Skalę zagranicznych migracji zarobkowych z Polski przedstawiono w poniższej tabeli.

Zgodnie z wynikami opracowanego szacunku, w końcu 2016 roku poza granicami Polski przebywało czasowo około 2515 tys. mieszkańców naszego kraju, tj. o 118 tys. (4,7%) więcej niż w 2015 roku. Najpopularniejszymi kierunkami wyjazdów w analizowanym okresie były: Wielka Brytania (788 tys.), Niemcy (687 tys.), Holandia (116 tys.) oraz Irlandia (112 tys.). Migracje zagraniczne to zjawisko społeczno-ekonomiczne, które na trwałe wpisało się we współczesną historię Polski. Raport Migracje Zarobkowe Polaków przygotowany przez Work Service (2017) wskazuje, że wyjazdy umotywowane są przede wszystkim finansowo (wyższe zarobki niż w Polsce i wyższy standard życia). Zatem celem migracji jest poprawa sytuacji materialnej gospodarstwa domowego, co z kolei przekłada się na poprawę statusu społecznego i podniesienie standardu życia.

Tabela 3. Szacunek emigracji z Polski na pobyt czasowy w latach 2004–2016

Kraj pobytu	Liczba emigrantów w tys.								
	2004	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ogółem	1 000	1 450	2 000	2 060	2 130	2 196	2 320	2 397	2 515
W tym Europa	770	1 200	1 685	1 754	1816	1 891	2013	2098	2 214
Unia Europejska (28 krajów) w tym:	750	1 170	1 607	1 670	1 720	1 789	1 901	1 983	2 096
Austria	15	25	29	25	28	31	34	36	39
Belgia	13	21	45	47	48	49	49	52	54
Cypr	.	.	3	3	2	1	1	1	1
Czechy	.	.	7	7	8	8	9	9	9
Dania	.	.	19	21	23	25	28	30	32
Finlandia	0,4	0,7	3	2	2	3	3	3	3
Francja	30	44	60	62	63	63	63	64	64
Grecja	13	17	16	15	14	12	9	8	8
Hiszpania	26	37	48	40	37	34	32	30	29
Holandia	23	43	92	95	97	103	109	112	116
Irlandia	15	76	133	120	118	115	113	111	112
Niemcy	385	430	440	470	500	560	614	655	687
Portugalia	0,5	0,6	1	1	1	1	1	1	1
Szwecja	11	17	33	36	38	40	43	46	49

Kraj pobytu	Liczba emigrantów w tys.								
	2004	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Wielka Brytania	150	340	580	625	637	642	685	720	788
Włochy	59	70	92	94	97	96	96	94	93
Kraje spoza Unii Europejskiej w tym:	20	30	78	84	96	102	112	115	118
Norwegia	.	.	50	56	65	71	79	84	85

Źródło: GUS (2017).

Niewątpliwie swoboda przepływu osób w ramach jednolitego rynku Unii Europejskiej wpłynęła na polską gospodarkę w sposób niejednoznaczny. Z szacunków GUS wynika, że około 2,5 mln Polaków przebywa za granicą, z czego ok. 2,1 mln w krajach UE (GUS, 2017), co oznacza utratę znacznej części osób w wieku produkcyjnym. Zdaniem Dreli (2009) może to wywołać efekt zmiany struktury populacji, co w konsekwencji przyspieszy proces starzenia się społeczeństwa i zaburzy obowiązujący w danym kraju system ubezpieczeń społecznych.

Rysunek 1. Powody skłaniające Polaków do emigracji (w %)



Źródło: Work Service (2017).

Wielkość transferów pieniężnych do Polski z tytułu pracy Polaków za granicą

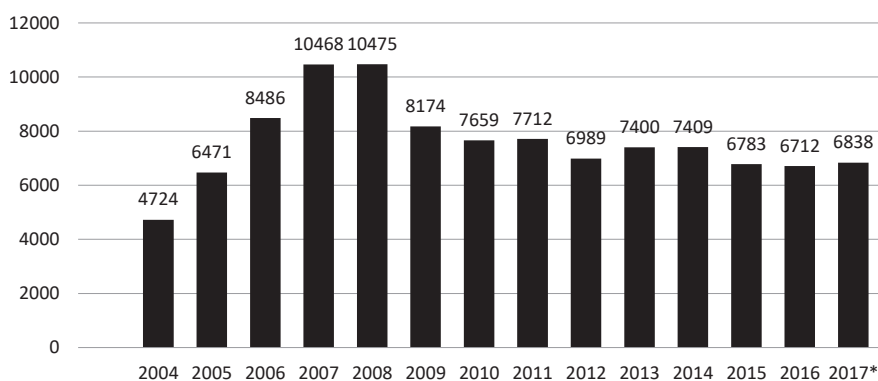
Według Surdeja (2012) podstawowym źródłem informacji o transferach od emigrantów zarobkowych (ang. *remittances*) są informacje i bazy danych tworzone przez Bank Światowy i ujmowane w statystykach jako łączny napływ następujących strumieni finansowych: przekazów zarobków (ang. *workers' remittances*) od emigrantów przebywających poza granicami kraju powyżej roku, wynagrodzenia pracowników (ang. *compensation of employees*) od emigrantów przebywających za granicą przez okres do 12 miesięcy

oraz transfery migrantów (ang. *migrant transfers*), czyli środki finansowe przewiezione podczas podróży powrotnych do kraju pochodzenia.

Jak zauważają analitycy Centrum im. Adama Smitha, począwszy od lat dziewięćdziesiątych XX wieku, napływ transferów do krajów o niskim i średnim poziomie dochodów rósł w tempie szybszym od napływu pomocy rozwojowej oraz od bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ), stając się istotną pozycją w bilansie płatniczym danego kraju. Punktem wyjścia oceny roli środków z migracji w życiu migrantów i ich społeczności jest oszacowanie skali transferu środków do krajów pochodzenia migrantów. Według szacunków Banku Światowego w latach 2004–2017 do Polski, z tytułu pracy Polaków poza granicami kraju napłynęło 106,3 mld USD. Dla porównania transfery finansowe, które napłynęły do Polski w tym samym czasie w ramach funduszy unijnych, niepomniejszone o składki członkowskie i zwroty środków do budżetu UE, wyniosły 143,7 mld EUR.

Jak zauważyły Chmielewska i Dobroczek (2016) od 2008 roku zwiększa się udział emigrantów długookresowych i umacniają się związki społeczno-ekonomiczne polskich emigrantów z nowym krajem, co pośrednio wpływa na spadek odsetka osób transferujących środki do kraju oraz częstotliwości i wielkości przekazywanych środków.

Rysunek 2. Transfer środków pieniężnych do Polski z tytułu pracy Polaków za granicą w latach 2004–2017 (w mld USD)



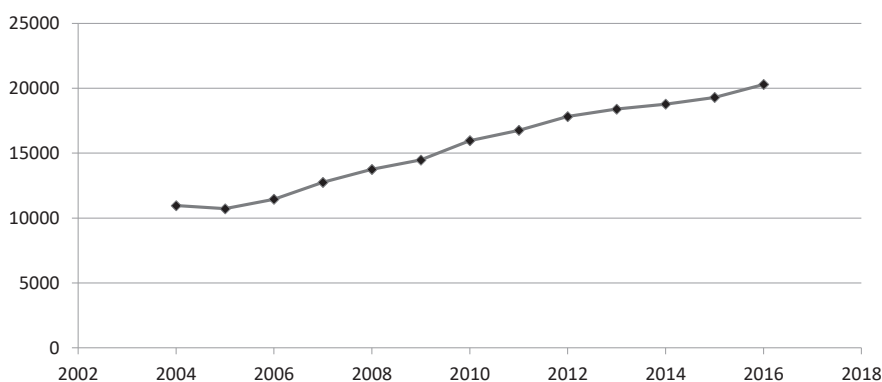
Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu Banku Światowego (2017).

Frączek (2012) uważa, że w gospodarstwach domowych istnieją ścisłe relacje pomiędzy dochodem, konsumpcją i oszczędnościami, gdyż te ostatnie są finansowane z przychodów. Zatem zdaniem autorki to właśnie dochód jest głównym czynnikiem wpływającym zarówno na poziom wydatków konsumpcyjnych, jak i na poziom oszczędności. Zdaniem Rytelewskiej (2008) wyznacznikiem popytu konsumpcyjnego, zgłaszanego

przez gospodarstwa domowe, jest dochód rozporządzalny. Gospodarstwa domowe przeznaczają dochód rozporządzalny na wydatki oraz oszczędności.

Badania sondażowe przeprowadzone na temat „nowej fali emigracji” (po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej) wśród polskich emigrantów, wskazują, że ponad 60% środków transferowanych z zagranicy przeznaczono na bieżące wydatki konsumpcyjne, zaś pozostałe cele, tj. remont lub kupno mieszkania, zwiększenie poziomu oszczędności oraz spłata długów były finansowane w równym stopniu. Ponadto warto zwrócić uwagę na znikomą ilość rozdysponowania środków w kraju na edukację oraz finansowanie własnej działalności gospodarczej, co z uwagi na oczekiwania płacowe migrantów, może wpłynąć na decyzję o pozostaniu za granicą.

Rysunek 3. Dochód rozporządzalny w Polsce w latach 2004–2016

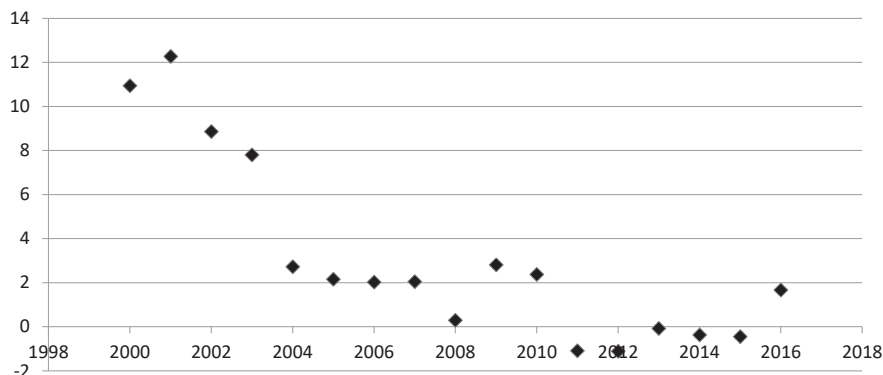


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych OECD.

Sytuację gospodarstw domowych zarówno z uwagi na wielkość dochodu rozporządzalnego, jak i poziom oszczędności oraz zaciągniętych zobowiązań należy rozpatrywać w ujęciu rocznym. Warto zwrócić uwagę, że pomimo systematycznego wzrostu dochodu rozporządzalnego poziom oszczędności gospodarstw domowych systematycznie zmniejsza się i utrzymuje się na niskim poziomie. Poniżej zaprezentowano procentowy udział oszczędności gospodarstw domowych w ich dochodzie rozporządzalnym.

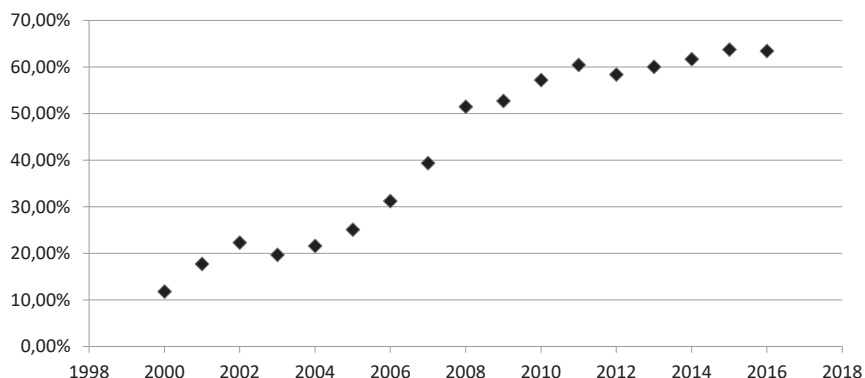
Podobną zależność można zaobserwować analizując wielkość dochodu rozporządzalnego oraz wysokość zobowiązań gospodarstw domowych. Pomimo systematycznego wzrostu dochodu rozporządzalnego poziom zobowiązań gospodarstw domowych systematycznie zwiększa się i utrzymuje się na wysokim poziomie. Poniżej zaprezentowano procentowy udział zobowiązań gospodarstw domowych w ich dochodzie rozporządzalnym.

Rysunek 4. Oszczędności¹ gospodarstw domowych w Polsce w latach 2000–2016 wyrażone procentowym udziałem w dochodzie rozporządzalnym



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych OECD.

Rysunek 5. Zobowiązania² gospodarstw domowych w Polsce w latach 2000–2016 wyrażone procentowym udziałem w dochodzie rozporządzalnym



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych OECD.

W analizowanym okresie poziom dochodu rozporządzalnego stopniowo zwiększał się (rys. 3), najniższy odnotowano w 2005 roku, i wyniósł on 10.719,00 USD, zaś najwyższy odnotowano w 2016 roku, w wysokości 20.295,00 USD³. Dochód rozporządzalny to

1 OECD definiuje oszczędności gospodarstw domowych jako różnicę między dochodami, a wydatkami konsumpcyjnymi. Wskaźnik ten określony jest jako procent dochodów do dyspozycji gospodarstw domowych.

2 OECD definiuje zobowiązania jako zbiór wszystkich zobowiązań, które wymagają zapłaty, odsetek lub kwoty głównej, ponoszone przez gospodarstwa domowe wobec wierzycieli.

3 Wartość nabywca polskiego złotego w badanym okresie utrzymywała się na zbliżonym poziomie, tj. wartość 1 USD wynosiła 1,831058 PLN w 2004 roku, i 1,787590 PLN w 2016 roku.

dochód pozostający do dyspozycji gospodarstw domowych, może on zostać przeznaczony na konsumpcję bieżącą lub przyszłą oraz na pokrycie bieżących zobowiązań.

Niewątpliwie oszczędności gospodarstw domowych mają zdecydowanie mniejszy udział w dochodzie rozporządzalnym niż ich zobowiązania. Średni procentowy udział zobowiązań w dochodzie rozporządzalnym gospodarstw domowych systematycznie wzrastał (od 11,80% w 2000 roku do 63,48% w 2016 roku). Z kolei w tym samym okresie średni procentowy udział oszczędności w dochodzie rozporządzalnym gospodarstw domowych systematycznie zmniejszał się (od 10,94% w 2000 roku do 1,67% w 2016 roku). Ponadto na uwagę zasługuje fakt, że w niektórych latach udział procentowy oszczędności w dochodzie rozporządzalnym gospodarstw domowych przyjmował wartość ujemną.

Podsumowanie

Od momentu przystąpienia Polski do Unii Europejskiej poszczególne kraje członkowskie otwierały rynek pracy dla obywateli naszego kraju i tym samym umożliwiły Polakom emigrację zarobkową. Większość dostępnych danych na temat współczesnych migracji z Polski w jednoznaczny sposób wskazuje na złożoność tych procesów, które w ostatnich latach podlegają istotnym zmianom strukturalnym. W efekcie coraz częściej mówimy o migracji długookresowej lub na pobyt stały i jej wpływie na gospodarkę danego kraju w skali makro, natomiast brakuje badań i danych statystycznych w skali mikro. Stąd też, transfery pieniężne emigrantów do rodzin w kraju to zjawisko, które ze względu na swoją specyfikę jest niezwykle trudne do zmierzenia.

Nieliczne badania przeprowadzone wśród rodzin migrantów wskazują na wybrane obszary redystrybucji transferowanych środków. Jeżeli struktura tych wydatków nie ulegnie zmianie, to pomimo wielkości transferowanych środków nie wpłyną one znacząco na rozwój gospodarczy naszego kraju oraz poziom oszczędności i zobowiązań gospodarstw domowych, gdyż zostaną wydatkowane na bieżącą konsumpcję i krótkookresowo zwiększą popyt konsumpcyjny. W efekcie gospodarstwa domowe w dalszym ciągu będą charakteryzowały się niskim poziomem dochodu rozporządzalnego, znikomym udziałem oszczędności w dochodzie gospodarstwa domowego oraz wzrastającym poziomem zobowiązań, które w wielu krajach Unii Europejskiej przewyższają ich dochody.

Literatura

- Arango, J. (2000). *Explaining migration: a critical view*. Blackwell Publishers, UNESCO.
- Becker, G.S. (1976). *The economic approach to human behavior*. Chicago: University of Chicago Press.
- Blaug, M. (1995). *Metodologia ekonomii*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bodie, Z., Merton, R.C. (2003). *Finanse*. Warszawa: Wydawnictwa Ekonomiczne.
- Bywalec, C. (2012). *Ekonomika i finanse gospodarstw domowych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Chmielewska, I. (2015). *Transfery z tytułu pracy Polaków za granicą w świetle badań Narodowego Banku Polskiego*. Warszawa: NBP.
- Chmielewska, I., Dobroczycki, G. (2016). *Nowa fala emigracji po wstąpieniu do Unii Europejskiej*. Warszawa: NBP.
- Frączek, B. (2012). Analiza czynników wpływających na oszczędzanie i inwestowanie gospodarstw domowych. *Studia Ekonomiczne. Międzynarodowe stosunki gospodarcze – wybrane podmioty i procesy gospodarki światowej*, 122, 87–98.
- Freeman, R.B. (2007). Migracje w procesie globalizacji. *Gospodarka Narodowa*, 1–2, 99–129.
- GUS (2017). *Informacja o rozmiarach i kierunkach czasowej emigracji z Polski w latach 2004–2016*. Warszawa.
- Harris, J.R., Todaro, M.P. (1970). Migration, unemployment, and development. A two-sector analysis. *American Economic Review*, 60 (1), 126–142.
- Hodoly, A. (1971). *Gospodarstwo domowe i jego rola społeczno-ekonomiczna*. Warszawa: KiW.
- Katz, E., Stark, O. (1986). Labor Migration and Risk Aversion in Less Developed Countries. *Journal of Labor Economics*, 1 (4), 134–149.
- MF. Zestawienie transferów finansowych środków unijnych od początku członkostwa Polski w UE. Pobrano z: https://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/unia-europejska/transfery-finansowe-polska-ue/-/asset_publisher/XBm1/content/transfery-finansowe-polska-unia-europejska/pop_up?_101_INSTANCE_XBm1_viewMode=print (27.04.2018).
- OECD. Pobrano z: <https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=MIG> (27.04.2018).
- Okólski, M. (2006). *Costs and benefits of migration for Central European countries*. CMR Working Papers No. 7/65.
- Piore, M. (1979). *The Birds of Passage*. Cambridge: Migrant Labor and Industrial Societies.
- Ranis, G., Fei, J.C. (1961). A Theory of Economic Development. *American Economic Review*, 51, 533–565.
- Rytlewska, G. (2008). Gospodarstwa domowe. W: B. Pietrzak, Z. Polański, B. Woźniak (red.), *System finansowy w Polsce 2*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D. (2004). *Ekonomia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Stalker, P. (2000). *Workers Without Frontiers. The Impact Of Globalisation On International Migration*. Genewa: International Labour Office.
- Stark, O., Bloom, D.E. (1985). The New Economics of Labor Migration. *American Economic Review*, 2 (75), 173–178.
- Surdeja, A. (red.) (2012). *Transfery pieniężne emigrantów a rozwój gospodarczy Polski*. Raport Centrum im. Adama Smitha. Pobrano z: http://smith.pl/sites/default/files/zalaczniki_201802/r12-transfery-o.pdf (27.04.2018).

- Szczepański, J. (1997). *Elementarne pojęcia socjologii*. Warszawa: PWE.
- Światowy, G. (2012). Gospodarstwo domowe jako kreator przemian społecznych i gospodarczych. *Konsumpcja i Rozwój*, 2, 56–66.
- Świecka, B. (2009). *Niewypłacalność gospodarstw domowych. Przyczyny – skutki – przeciwdziałanie*. Warszawa: Difin.
- Wiśniewska, A. (2017). Wybrane problemy zarządzania finansami gospodarstw domowych w krajach europejskich. *Finanse i Prawo Finansowe*, 15 (3), 95–105.
- Work Service. *Raport. Migracje Zarobkowe Polaków VI – maj 2017*. Pobrano z: <http://www.workservice.com/pl/Centrum-prasowe/Raporty/Raport-Migracyjny> (27.04.2018).
- World Bank (2017). *Migration and Remittances Data*. Pobrano z: <http://www.worldbank.org/en/topic/migrationremittancesdiasporaissues/brief/migration-remittances-data> (27.04.2018).

Abstrakt

W artykule przedstawiono pojęcie gospodarstwa domowego oraz zjawiska migracji, a także podjęto próbę analizy wpływu zagranicznych transferów pieniężnych do Polski (z tytułu pracy emigrantów zarobkowych za granicą) na poziom oszczędności i zobowiązań gospodarstw domowych. Ponadto wskazano na problemy wynikające ze sposobu rozdysponowania otrzymanych środków przez rodziny emigrantów zarobkowych.

The impact of foreign migration on savings and debts of households in Poland

In the article there are described definitions of a household and of migration and attempts to analyse the impact of foreign money transfers to Poland from remittances who work abroad on the level of household savings and liabilities and problems resulting from the method of distribution of funds received by remittances' families.

Agnieszka Paluch-Dybek*

Rola podatków w zasilaniu budżetu państwa – analiza na przykładzie Polski

Słowa kluczowe: podatki, system podatkowy, budżet
Keywords: taxes, tax system, budget

Wprowadzenie

Kiedy pracujemy, prowadzimy własną działalność gospodarczą, codziennie nabywamy towary czy też usługi, powinniśmy mieć świadomość, iż płacimy podatki. Proces ten zachodzi samoczynnie, nawet wówczas, jeśli nie zdajemy sobie z tego sprawy. O powyższej nieuchronności mówił już w XVIII wieku Benjamin Franklin, kto z nas nie spotkał się ze słynnym cytatem jednego z ojców założycieli Stanów Zjednoczonych, uczonego, amerykańskiego polityka.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie, na podstawie dostępnej literatury, definicji oraz roli podatków i ich wpływu na budżet państwa. Tekst ma trójdzielą budowę, stanowiącą spójną całość.

W części pierwszej przedstawiono definicję oraz pojęcia, z którymi bezpośrednio identyfikowane są podatki. W części drugiej autorka dokonała krytycznej oceny roli podatków oraz ich wpływu na strukturę budżetu państwa. Całość rozważań zamyka próba sformułowania wniosków, mających przede wszystkim charakter poznawczy, niemniej wskazano również aspekt praktyczny.

Kategoria danin publicznych, która pojawiła się w Konstytucji RP (w art. 217: „Nałożenie podatków i innych danin publicznych [...]”) nie została określona w ustawie. Daniną publiczną można by więc określić dochody publiczne o charakterze obowiązkowo-

* mgr Agnieszka Paluch-Dybek, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Rachunkowości i Controllingu, e-mail: agnieszka.paluch-dybek@wzieu.pl

wym, uiszczane na rzecz jednostek sektora finansów publicznych (Chojna-Duch, 2007, s. 49).

Są nimi podatki, składki, opłaty oraz inne świadczenia pieniężne, których obowiązek ponoszenia na rzecz podmiotów publicznych (państwa, jednostek samorządu terytorialnego i innych podmiotów sektora finansów publicznych) wynika z odrębnych ustaw (np. są to cła lub wpłaty gmin).

Gromadzenie dochodów jest podstawą gospodarki finansowej państwa i obowiązkiem władz publicznych (Chojna-Duch, 2007, s. 52; Sadowska 2011, s. 79–82). Dlatego tak istotne jest prawidłowe zaplanowanie dochodów budżetowych jako punktu wyjścia. Wskazać również należy, iż przedmiotowy plan stanowi podstawę konstrukcji budżetu.

Podstawowymi źródłami dochodów budżetu państwa, według ustawy o finansach publicznych, są podatki i opłaty, które na mocy odrębnych ustaw nie stanowią dochodów jednostek samorządu terytorialnego, funduszy celowych oraz innych podmiotów sektora finansów publicznych (Ustawa, 2009).

Pojęcie i klasyfikacja podatków bezpośrednich i pośrednich

W pierwszej części artykułu zaprezentowane zostaną podstawy teoretyczne (omówienie ekonomicznej i formalno-prawnej istoty podatku w kontekście dochodów publicznych).

W literaturze z zakresu finansów publicznych i prawa finansowego podatek definiowany jest jako pobranie dokonane w drodze przymusu przez władzę publiczną, przy czym zasadniczym celem tego poboru jest pokrycie obciążeń publicznych i ich rozdzielanie według zdolności podatkowej obywateli (Gaudemet, Molinier, 2000, s. 407). Przedstawiona definicja, klasyczna dla obszaru finansów publicznych, ukazuje zasadnicze cechy podatku, tj. przymusowość poboru, cel pobrania – zasilenie kas publicznych, oraz miara pobrania, czyli zdolności podatkowe obywateli.

Artykuł 6 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa – zawiera ustawową definicję podatku jako publicznoprawnego, nieodpłatnego, przymusowego oraz bezzwrotnego świadczenia pieniężnego na rzecz skarbu państwa lub gminy, wynikającego z ustawy podatkowej.

Zdefiniowanie podatku w ordynacji podatkowej skutkuje tym, że także w literaturze dominuje duch definicji prawnej. Tym samym podatek definiowany jest jako nieodpłatne, przymusowe, bezzwrotne i pieniężne świadczenie o charakterze ogólnym, które jest nakładane jednostronnie przez związek publicznoprawny, którym jest przede wszystkim państwo (Głuchowski, Patyk, 2009, s. 9).

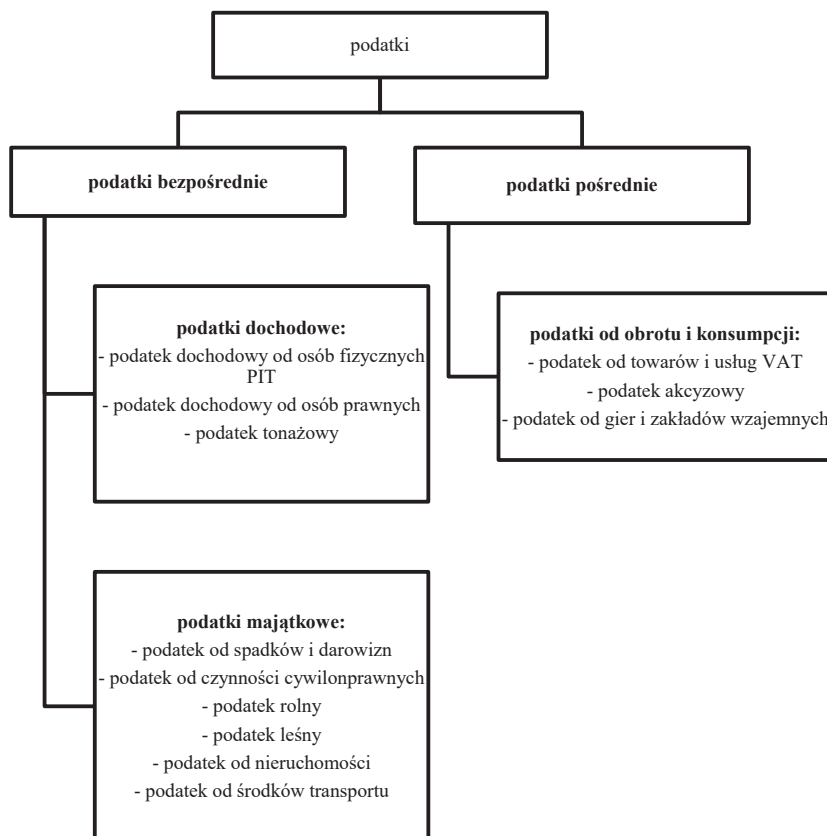
Z przedstawionych definicji wynika, że podstawowym celem podatku jest cel fiskalny, czyli zapewnienie dochodów budżetom związków publicznoprawnych. W powiązaniu z tym podatek nie powinien mieć żadnego wpływu na gospodarkę, nie powi-

nien pełnić funkcji gospodarczych i społecznych (Gaudemet, Molinier, 2000, s. 422). Cel ten wynika z zasady powszechności opodatkowania zawartej w definicji zasadniczej podatku.

Biorąc pod uwagę możliwość przeniesienia ciężaru płacenia podatku na inny podmiot opodatkowania, podatki dzielimy na:

- podatki bezpośrednie – są obliczane i pobierane od dochodu lub posiadanego majątku podatnika,
- podatki pośrednie – ciężar ich płacenia można przerzucać na inny podmiot, podatnik płaci je w chwili dokonywania zakupów, są zawarte w cenie towaru lub usługi (rys. 1).

Rysunek 1. Klasyfikacja podatków w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie Denek, Sobiech, Wolniak (2001).

Pomimo odmiennych właściwości oraz znaczenia podziału (podatki bezpośrednie i pośrednie), nie ma jednego, satysfakcjonującego kryterium ich rozróżnienia. Najczęściej wykorzystuje się trzy kryteria:

- stosunek przedmiotu opodatkowania do źródła podatku,
- moment i związany z tym sposób opodatkowania,
- możliwość przerzucenia ciężaru opodatkowania.

Dwa pierwsze kryteria związane są z techniką nałożenia podatku, którą również uznaje się za podstawę rozróżnienia pomiędzy podatkiem bezpośrednim a pośrednim (Gaudemet, Molinier, 2000, s. 500 i n.). W technice bezpośredniej zdolność podatkową podatnika określa się w powiązaniu z jego sytuacją dochodową i majątkową. Natomiast w technice podatku pośredniego zdolność podatkowa określona jest przez działania i operacje podatnika, które często mają charakter przejściowy, sporadyczny.

Podatek, jako danina publiczna pełniąca od zawsze źródło finansowania wydatków publicznych, stanowi elastyczne narzędzie w rękach władzy służące do realizowania określonych zadań. Funkcje podatkowe definiują cele jakie władza państwowa zamierza osiągnąć stosując, modyfikując podatki – a tym samym, wywołując określone skutki społeczne i gospodarcze (Ofiarski, 2010, s. 30).

Analizując strukturę systemu podatkowego należy wskazać na proporcje między opodatkowaniem bezpośrednim a opodatkowaniem pośrednim. Swoistą cechą systemu podatkowego naszego kraju jest szeroki zakres opodatkowania pośredniego, wyrażony w stosunkowo dużym znaczeniu podatków obrotowych. Natomiast podatki pośrednie, szczególnie podatki dochodowe, również mają duży wpływ na kształt i rozmiary budżetu państwa. W ostatnich latach obserwujemy wyraźną tendencję do nadawania coraz większego znaczenia podatkom pośrednim – szczególnie dyskusyjny w Polsce problem wyboru między opodatkowaniem konsumpcji a opodatkowaniem dochodu, zarówno jego części konsumowanej, jak i oszczędnej (Denek, Sobiech, Wolniak, 2001, s. 142).

System podatkowy a budżet państwa

Polski system podatkowy został ukształtowany w procesie historycznym, podlegał ciągłemu doskonaleniu w Polsce Ludowej, a przyspieszenie ewolucyjnych przemian nastąpiło w latach osiemdziesiątych (Denek, Sobiech, Wolniak, 2001, s. 138).

Od 1989 roku system podatkowy wielokrotnie był zmieniany, po to, by jak najlepiej realizować przede wszystkim funkcje fiskalne oraz funkcje społeczne związane z redystrybucją uzyskanych dochodów podatkowych. Wskazać należy, iż polityka podatkowa ma ogromny wpływ na podział i redystrybucję dochodu narodowego, a co za tym idzie na przebieg procesów w obrębie gospodarki.

Podatki obowiązujące w danym państwie tworzą system fiskalny. Racjonalny system podatkowy, według osiemnastowiecznego klasyka finansów Adama Smitha (1954, s. 584), powinien charakteryzować się: pewnością podatku, dogodnością, równością obciążenia podatkami oraz taniością. Wiele reform prawa podatkowego zmierza do realizacji tych zasad, w praktyce jednak w większości państw nie udaje się ustawodawcom zrealizować tych zamiarów.

Polski system podatkowy regulowany jest za pomocą ustaw dotyczących poszczególnych podatków lub grup podatków oraz dla ogółu podatków – regulujących zagadnienia zobowiązań podatkowych i postępowania podatkowego oraz egzekucyjnego – we wspólnej regulacji ustawowej, określonej mianem ordynacji podatkowej (Ustawa, 1997).

Spośród różnych form dochodów publicznych na szczególną uwagę zasługują właśnie podatki. Stanowią one podstawowe źródło dochodów zarówno samego państwa, jak i organów samorządu terytorialnego. W państwowych budżetach to właśnie podatki odgrywają najważniejszą rolę (Wójtowicz, 2003, s. 65).

Kondycja finansów publicznych oraz należycie prowadzona gospodarka finansowa państwa opiera się na gospodarce budżetowej. Samo pojęcie budżetu ma długą, historyczną tradycję, sięga bowiem jeszcze starożytności – jest różnie definiowane w doktrynie (Brzeziński, Matuszewski, Morawski, Olesińska, 2012, s. 65–70; Wójtowicz, 2003, s. 65) z wyraźnym odróżnieniem ujęcia ekonomicznego i prawnego.

Budżet jest podstawowym planem finansowym państwa, jednostek samorządu terytorialnego, mającym charakter dyrektywny, uchwalony na z góry określony okres, w specjalnym trybie. Zawiera z jednej strony wielkości i tytuły bezzwrotnych, z zasady, dochodów państwa, jednostek samorządu terytorialnego, które są przewidziane na objęty planem okres budżetowy, a z drugiej – wielkości i tytuły także bezzwrotnych wydatków na cele publiczne realizowane przez państwo, czy jednostki samorządu terytorialnego (Wójtowicz, 2003, s. 65; Sadowska 2014, s. 63).

Dochody państwa pochodzą przede wszystkim z podatków, które stanowią około 80% całości wpływów budżetowych. Analizując strukturę dochodów podatkowych stwierdzić należy, że dominują w niej wpływy pochodzące z podatków pośrednich.

Nakładając podatki bezpośrednie, sięga się do dochodu w momencie jego uzyskiwania. Ciężar podatku ponosi bezpośrednio podmiot, na który podatek jest nakładany i który najczęściej nie ma możliwości przerzucenia jego ciężaru.

Podział na podatki bezpośrednie i pośrednie jest istotny w procesie harmonizacji podatków w Unii Europejskiej, gdyż podkreśla się bardzo wysoki stopień ich zestrojenia w przypadku podatków pośrednich i argumenty związane z barierami harmonizacji podatków bezpośrednich. Szczególnie chodzi tu o podatek PIT, uważany za istotny instrument polityki społecznej krajów członkowskich (Owsiak, 2008, s. 150).

Rola podatków w budżecie

Podatki należą do najważniejszych instrumentów ekonomicznych za pomocą których finanse publiczne realizują swoje funkcje w gospodarce (Denek, Sobiech, Wolniak, 2001, s. 34–37). Przez funkcje podatków należy rozumieć cele, jakie zostaną dzięki nim zrealizowane w ramach funkcji finansów publicznych (Sokołowski, 1995, s. 23). Należy więc wskazać, iż funkcje podatków zawarte są w funkcjach finansów publicznych, tym samym nie powinny być rozpatrywane w oderwaniu od nich.

We współczesnej literaturze przedmiotu podatkom przypisuje się wiele funkcji. Dzieli się je z reguły na funkcję fiskalną oraz funkcję pozafiskalną. Obok podstawowej funkcji fiskalnej, jaką jest pokrycie zapotrzebowania państwa na dochód publiczny (Głuchowski, 1996, s. 12 i n.), coraz większą rolę odgrywają funkcje pozafiskalne – gospodarcze i społeczne. Zasadnicze znaczenie ma jedna funkcja fiskalna, sprowadzająca się do tego, że za pośrednictwem podatków państwo oraz samorządy gromadzą zdecydowaną większość wszystkich dochodów budżetowych.

Do podstawowych funkcji o charakterze fiskalnym należy zaliczyć funkcję redystrybucyjną, polegającą na podziale przychodu lub dochodu opodatkowanych podmiotów w sposób pośredni lub bezpośredni i przekazaniu go na rzecz budżetu. Ważne jest, aby przyjęte w danym systemie konstrukcje podatkowe były tworzone z myślą o możliwościach długotrwałego pokrywania potrzeb budżetowych. Jednak jego konstrukcja powinna zmierzać do swego rodzaju kompromisu pomiędzy celami fiskalnymi, gospodarczymi i społecznymi opodatkowania.

Podatki powodują określone następstwa o charakterze społecznym i gospodarczym, które określa się mianem następstw nefiskalnych (Gomułowicz, Małecki, 1998, s. 151). Za pomocą podatków państwo może dążyć do ochrony i utrzymania oraz zmiany i przekształcania stanu zjawisk społeczno-gospodarczych.

Od wielu lat władze publiczne poszukują dochodów na sfinansowanie rosnących wydatków poprzez szersze wykorzystanie podatków nakładanych na swych obywateli. Akcentuje się tradycyjne zalety niskich podatków dochodowych (zalety te w sytuacji istnienia wielu innych czynników ważnych dla rozpoczęcia i rozwijania działalności gospodarczej są bardzo dyskusyjne i często nie przynoszą w praktyce zakładanych efektów).

Ograniczenie wpływów z podatków bezpośrednich jest konsekwencją realizowanych obniżek stawek podatkowych, w szczególności dotyczy to osób prawnych. Takie działania mają na celu poprawę kondycji gospodarki oraz wspieranie kolejnych inwestycji. Szersze oparcie dochodów publicznych na wpływach z podatków konsumpcyjnych sprzyja inwestowaniu, wzrostowi gospodarczemu, efektywności ekonomicznej, a tym samym prowadzi do wzrostu konkurencyjności i tworzenia nowych miejsc pracy. W po-

lityce fiskalnej rozważyć należy wszystkie zalety i wady podatków bezpośrednich. Są one szeroko omawiane w literaturze przedmiotu i koncentrują się wokół takich kwestii, jak:

- wydajność fiskalna,
- sprawiedliwość podatkowa,
- koszty aparatu skarbowego,
- reakcje podatników na opodatkowanie oraz różna wrażliwość na koniunkturę gospodarczą (Gaudemet, Molinier, 2000, s. 508; Denek, Sobiech, Wolniak, 2001, s. 130–134).

Brak wyraźnych tendencji w polityce fiskalnej jest wyrazem poszukiwania rozwiązań optymalnych w danym miejscu i czasie. Kraje członkowskie uwzględniają bowiem strukturę konkretnego systemu dochodów publicznych oraz ujawniające się również w tym konkretnym systemie wady i zalety opodatkowania bezpośredniego oraz pośredniego. Do wad opodatkowania bezpośredniego zalicza się: powolność i ostentacyjność poboru, niesprawiedliwość pobrania i coraz większą złożoność konstrukcji podatków dochodowych.

Cechą charakterystyczną polskiego systemu podatkowego jest bardzo małe znaczenie fiskalne podatków bezpośrednich w dochodach budżetu państwa. Częściowo wynika to z faktu, że podatek PIT i CIT stanowią obecnie kategorię podatków wspólnych i udziały w nich zasilają budżety jednostek samorządu terytorialnego.

Polska gospodarka swój system podatkowy powinna porównywać do krajów, z którymi konkuruje w pozyskiwaniu inwestycji, czyli np. Węgier, Słowacji, Czech, a nawet Ukrainy, Rumunii i Bułgarii. Kraje, które chcą zachęcić inwestorów, winne być zainteresowane tym, by stawki CIT były jak najniższe, jednakże Unia Europejska monitoruje opodatkowanie przedsiębiorstw, ponieważ ulgi podatkowe stosowane w danym kraju mogą przyciągać firmy działające w innych państwach. Dlatego też państwa członkowskie są zobowiązane do przestrzegania kodeksu postępowania w tym zakresie (Oręziak, 2007, s. 99).

Jeśli chodzi o podatki bezpośrednie (PIT, CIT) i pośrednie (VAT, akcyza) to wymagają one pewnej interwencji ze strony UE, ze względu na zasadnicze znaczenie dla właściwego funkcjonowania jednolitego rynku oraz uczciwej konkurencji w całej Wspólnocie. Zatem odpowiednie struktury unijne dbają również o niezaburzoną konkurencję podatkową.

Z przeprowadzonej analizy przedmiotu wynika, iż stawki podatkowe podatku dochodowego od osób fizycznych w ostatnich latach uległy spłaszczeniu (Przychocka, 2007, s. 15). Z trzech obowiązujących od 1992 roku stawek podatkowych, na dwie, tj. 18% i 32 % i nadal pojawiają się tendencje do dalszego ich obniżania tak, by docelowo powstała jedna stawka liniowa. Obecna progresja powoduje, że większe dochody podlegają większemu podatkowi, co u osób je osiągających może powodować niechęć wobec

konieczności płacenia podatku, aż do zakończenia lub prowadzenia niezarejestrowanej działalności włącznie. Skuteczniejszym sposobem zdaje się być opodatkowanie według stawki liniowej, która jak pokazuje praktyka niektórych państw, bardziej efektywnie zwiększa wpływy do budżetu, niż obowiązujące wcześniej stawki progresywne.

Podsumowanie

Należy uznać, że funkcja fiskalna, polegająca na gromadzeniu dochodów oraz zapewnieniu odpowiednio wysokich wpływów do budżetu, umożliwia dostarczanie im wystarczających środków niezbędnych na realizację ustawowych zadań podmiotów publicznych (Chojna-Duch, 2007, s. 11).

Prawidłowe funkcjonowanie każdego organizmu państwowego zależy od wielu czynników, tak politycznych, jak i gospodarczych, wewnętrznych i zewnętrznych, materialnych i pozamaterialnych. Wśród tych czynników istotną rolę odgrywa możliwość dysponowania przez państwo odpowiednimi środkami finansowymi (pieniężnymi), z których można pokrywać wydatki publiczne. Środki te muszą wzrastać w miarę zwiększania zakresu zadań finansowanych przez państwo lub samorząd terytorialny, a niepozostających w gestii podmiotów prywatnych. Dlatego też istotnego znaczenia wśród czynników decydujących o prawidłowym funkcjonowaniu państwa nabiera zapewnienie stałych i wydajnych źródeł dochodów. Dochody uzyskiwane przez państwo i jednostki samorządu terytorialnego – czyli dochody publiczne, są podstawą funkcjonowania tych podmiotów. Służą także realizacji celów im przypisanych w podstawowych aktach prawnych i zaspokajaniu – przynajmniej w niezbędnym zakresie – potrzeb publicznych.

Literatura

- Brzeziński, B., Matuszewski, W., Morawski, W., Olesińska, A. (2012). *Prawo finansów publicznych*. Toruń: Dom Organizatora TNOiK.
- Chojna-Duch, E. (2007). *Polskie prawo finansowe. Finanse publiczne*. Warszawa: Wydawnictwo LN Stare.
- Denek, E., Sobiech J., Wolniak, J. (2001). *Finanse publiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gaudemet, M., Molinier, J. (2000). *Finanse publiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Głuchowski, J., Patyk, J. (2009). *Zarys polskiego prawa podatkowego*. Warszawa: Wydawnictwo LexisNexis.
- Kulicki, J., Sokół, P. (1996). *Podatki i prawo podatkowe*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

- Ofiarski, Z. (2010). *Ogólne prawo podatkowe. Zagadnienia materialnoprawne i proceduralne*. Warszawa: Wydawnictwo Prawnicze Lexis Nexis.
- Oręziak, L. (2007). *Konkurencja podatkowa i harmonizacja podatków w ramach Unii Europejskiej. Implikacje dla Polski*. Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlu i Prawa.
- Owsiak, S. (2008). Harmonizacja podatków bezpośrednich warunkiem integracji gospodarczej Unii Europejskiej. W: U. Płowiec (red.), *Polityka gospodarcza a rozwój kraju*. (s. 130–160). Warszawa: PTE.
- Przychocka, I. (2007). *Opodatkowanie małych i średnich przedsiębiorstw prowadzonych przez osoby fizyczne*. Warszawa: Wydawnictwo Agencja TNOIK.
- Sadowska, B. (2014). Znaczenie i warunki stosowania zintegrowanych systemów informatycznych w sferze budżetowej. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 132 (76), 61–73.
- Sadowska, B. (2011). Struktura dochodów gmin i możliwości jej kształtowania. W: M. Stefański, H. Stępień (red.), *Gospodarka i finanse gmin w Polsce. Wybrane zagadnienia* (s. 79–82). Wrocław: Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna.
- Smith, A. (1954). *Badania nad naturą i przyczyną bogactwa narodów*. T. II. Warszawa: PWN.
- Sokołowski, J. (1995). *Zarządzanie przez podatki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Ordynacja podatkowa. Tj. Dz.U. 2018, poz. 800.
- Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, art. 5. Dz.U. 2016. poz. 1454, art. 5.
- Wójtowicz, W. (red.) (2003). *Zarys finansów publicznych i prawa finansowego*. Warszawa: Dom Wydawniczy ABC.

Abstrakt

Szczególne znaczenie dla gospodarki każdego kraju mają podatki. Stanowią one podstawowy instrument finansów publicznych.

Należy stwierdzić, iż główną rolą podatków jest zasilanie budżetu państwa. Każda osoba fizyczna jest zobowiązana do płacenia podatków, są one pobierane bezzwrotnie, nieodpłatnie, wynikają z ustaw i nieodpłatnych świadczeń pieniężnych.

Tax Impact on the State Budget – the example of Poland analysis

Taxes are the essential part of state budget. State budget is the main tool of fiscal policy in every country. It is the most important part of the government, whose primary function is to finance public goods. Every natural person is obliged to pay taxes, they are collected non-refundable, free of charge, as a result of laws and free cash benefits.

Artur Pomianowski*

Turystyka wodna jako potencjał rozwojowy województwa zachodniopomorskiego w kontekście Zachodniopomorskiego Szlaku Żeglarskiego

Słowa kluczowe: rozwój regionalny, turystyka wodna, infrastruktura turystyczna

Keywords: regional development, water tourism, tourist infrastructure

Wprowadzenie

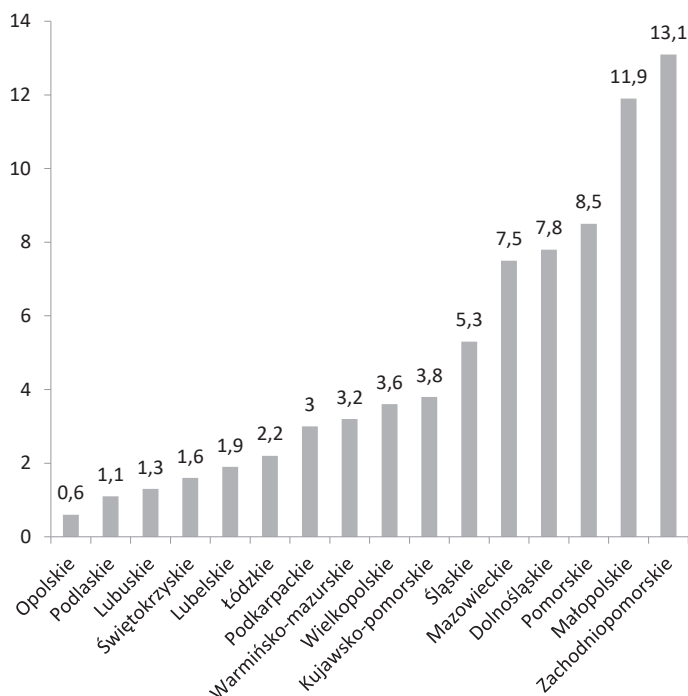
Województwo zachodniopomorskie jest regionem o bardzo dużym potencjale turystycznym, stanowi o tym wiele czynników – jednym z nich jest przygraniczne położenie, które przyciąga turystów z Niemiec, ale zaletą jest także bliskość Danii, czy Szwecji. Decydujące wydają się jednak uwarunkowania przyrodnicze, takie jak dostęp do morza, w tym poprzez żeglowne rzeki, liczne jeziora, czy w znacznej mierze dobrze zachowane środowisko naturalne, a także stosunkowo ciepły i łagodny jak na Polskę klimat. Czynniki te powodują, że region powinien być miejscem często odwiedzanym, a także wybieranym do uprawiania sportów i turystyki wodnej. Celem artykułu jest ustalenie wielkości ruchu turystycznego w regionie i stopnia w jakim region wykorzystuje potencjał turystyki wodnej.

* dr Artur Pomianowski, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Ekonomiki Przedsiębiorstw, e-mail: artur.pomianowski@wzieu.pl

Znaczenie turystyki w regionie

Jednym z często wykorzystywanych sposobów weryfikacji popularności danego miejsca jest sprawdzanie liczby udzielonych noclegów. W województwie zachodniopomorskim w 2016 roku udzielono najwięcej noclegów spośród wszystkich polskich regionów, a ich suma według badań statystycznych, *Turystyka w 2016 roku*, wynosiła 13,1 mln (GUS, 2017 s. 44), co przedstawiono na rys. 1. Popularność turystyczną regionu można porównać do Cypru, gdzie według opracowania *Turystyka w Unii Europejskiej* liczba udzielonych noclegów w 2015 roku wyniosła 13,3 mln (GUS, 2017, s. 2). Liczba turystów na Pomorzu Zachodnim jest wyższa również w zestawieniu z innymi państwami kojarzonymi z turystyką, jak np. Słowacja – 12,18 mln udzielonych noclegów, Słowenia – 10,22 mln, Malta – 8,9 mln, a także Litwa – 6,58 mln, Estonia – 5,78 mln, Łotwa – 4,11 mln, czy Luksemburg – 2,98 mln (GUS, 2017, s. 2).

Rysunek 1. Liczba noclegów udzielonych turystom (w mln) w roku 2016



Źródło: informacje i opracowania statystyczne, GUS (2017), s. 44–45.

Z publicznie prezentowanych przez przedstawicieli samorządu województwa danych wynika, że turyści zostawiają w regionie ponad 1 mld zł. Jest to znacząca suma

zważywszy, że dochody województwa zachodniopomorskiego za 2017 rok wyniosły 805 529 204 zł, z czego 199 931 071 zł stanowiły udziały w PIT i CIT (Sprawozdanie, s. 6). Jeden z najchętniej odwiedzanych powiatów – gryficki – odnotował w 2016 roku dochód z PIT i CIT w wysokości 9 326 587 zł, co stanowiło 12,74% całości dochodów samorządu, tj. 73 191 215 zł (Informacja, s. 6, 10). W przypadku gminy Kołobrzeg wpływy z PIT i CIT wynosiły 10 810 039 zł, co stanowiło 22,48% całości dochodów gminy, tj. 48 089 031 zł (Budżet, 2017). Udział poszczególnych stopni administracji w podatkach stanowiących dochód budżetu państwa przedstawiono w tabeli 1. Taka redystrybucja środków pozyskanych przez władze centralne powinna dodatkowo motywować władze niższego stopnia do wspierania rozwoju przedsiębiorczości i powstawania dobrze płatnych miejsc pracy. Zatem zasadne wydaje się wspieranie branż, w których te regiony dysponują przewagą konkurencyjną.

Tabela 1. Udział poszczególnych rodzajów samorządu w dochodach z podatków PIT i CIT

Rodzaj podatku	Rodzaj samorządu		
	Samorząd gminny (%)	Samorząd powiatowy (%)	Samorząd wojewódzki (%)
Udział w PIT	37,98	10,25	1,60
Udział w CIT	6,71	1,40	14,75

Źródło: Ustawa (2003), nr 203, poz. 1966.

Władze województwa zachodniopomorskiego wydają się być świadome znaczenia turystyki dla rozwoju gospodarczego regionu. Świadczy o tym m.in. wskazanie „turystyki i zdrowia” jako jednej z regionalnych specjalizacji. Połączenie jej ze zdrowiem wynika m.in. z dużego nacisku na rozwój bogatej infrastruktury uzdrowiskowo-leczniczej oraz wellness&spa. Jednak, co istotne, we wspomnianej strategii wymieniono również literalnie „turystykę aktywną i wodną” (UMWZ, 2016, s. 10). Na znaczenie turystyki wodnej wskazują także badania ruchu turystycznego, przeprowadzone w 2015 roku przez Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, wynika z nich, że aż 25,23% respondentów wskazało „turystykę aktywną”, a do tej kategorii zalicza się turystyka wodna, jako cel przyjazdu na Pomorze Zachodnie (Raport, s. 9).

Dowodem świadomości znaczenia turystyki wodnej dla rozwoju i promocji turystyki wodnej w regionie jest również zaangażowanie Zachodniopomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej (ZROT) w projekt „Zachodniopomorski Szlak Żeglarski – sieć portów turystycznych Pomorza Zachodniego”. Znaczący jest również wkład samorządu wojewódzkiego w projekty związane z wodą, jak „Marriage – lepsze zarządzanie mariną, konsolidacja sieci portów oraz marketing turystyki wodnej”, czy też Działanie 5.7 „Budowa, rozbudowa lub modernizacja ogólnodostępnej infrastruktury szlaków żeglownych, utrzymanie dróg wodnych prowadzących do portów, monitoring dróg

wodnych, w tym związanych z systemami zarządzania ruchem w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego”.

Na niższych stopniach samorządu terytorialnego w województwie działają 24 Lokalne Organizacje Turystyczne – jest to największa liczba w Polsce. Kolejne jest województwo pomorskie, w którym jest 21 LOT-ów, mazowieckie z 10, w pozostałych liczba ta nie przekracza 10. Są to organizacje, których zadania, zgodnie z zapisami ustawy o Polskiej Organizacji Turystycznej (Ustawa o POT) polegają na:

- integracji społeczności lokalnej, głównie jednostek samorządu lokalnego i branży turystycznej,
- kreowanie produktu turystycznego (tworzenie, rozwój i promocja) wokół lokalnych atrakcji turystycznych,
- gromadzenie i aktualizacja informacji o atrakcjach i produktach turystycznych,
- utrzymanie i prowadzenie lokalnych punktów informacji turystycznej.

Zważywszy na temat artykułu, szczególnie istotna wydaje się działalność Lokalnej Organizacji Turystycznej Zachodniopomorskiego Szlaku Żeglarskiego – Związek Portów i Przystani Jachtowych. Stowarzyszenie to wśród swoich licznych celów zakłada działania polegające m.in. na:

- inicjowaniu, wspieraniu i współudziale w działaniach zmierzających do postępu technologicznego i rozwoju portów jachtowych,
- kreowaniu wspólnej działalności gospodarczej wykorzystującej nadmorskie położenie,
- promocji portów i przystani morskich w zakresie m.in. turystyki żeglarskiej i rekreacji morskiej,
- wspieraniu i reprezentowaniu interesów portów i przystani morskich województwa zachodniopomorskiego na forum wojewódzkim, krajowym i międzynarodowym.

Stowarzyszenie realizuje swoje cele, podobnie jak Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna, przez takie działania jak np.: udział w targach, szczególnie branżowych typu „Boot und Fun” w Berlinie, czy polskich – „Wiatr i Woda”, a także wydając publikacje i prowadząc portal internetowy.

Wszystkie te działania mają na celu popularyzację turystyki wodnej, szczególnie zaś żeglarstwa i motorowodniactwa, a także zwiększenie świadomości istnienia infrastruktury turystycznej, dedykowanej tym aktywnościom u potencjalnych odbiorców.

Infrastruktura turystyki żeglarskiej w województwie zachodniopomorskim

W przypadku infrastruktury turystyki wodnej można zastosować typowy podział na liniową i punktową. Do liniowej zaliczymy rzeki, jeziora i inne akweny, na których możliwe jest uprawianie turystyki wodnej. Do punktowej zalicza się w tym przypadku

przede wszystkim porty i przystanie jachtowe. Ich podstawowymi elementami wyposażenia są nabrzeża, pirsy, pomosty pływające, trapy, wysięgniki i knagi cumownicze. Jak zauważa Tołkacz (2010, s. 75–76) „poza akwatoriami uzbrojonymi w urządzenia cumowniczo-komunikacyjne przystanie jachtowe powinny dysponować także zapleczem technicznym i bytowo-rekreacyjnym”. Jego najważniejsze elementy to:

- urządzenia spustowo-podnośne służące przemieszczaniu jachtów ląd–woda–ląd,
- warsztaty,
- place i hale służące do przechowywania jachtów w porze zimowej,
- przyłącza wody i energii elektrycznej.

Infrastruktura liniowa w województwie zachodniopomorskim, w dużej mierze dzięki naturalnym warunkom geograficznym jak i pracom wykonanym przed 1945 rokiem, jest w pełni wystarczająca do uprawiania żeglugi turystycznej i sportów motorowodnych.

Region ma transgraniczne położenie, które umożliwia portom i przystaniom jachtowym stać się przystankiem na trasie od Eberswalde poprzez Schwedt, Gryfino, Szczecin i Trzebież na Zalew Szczeciński do Ueckermünde i dalej kilkoma możliwymi drogami:

- przez Wolgast na Rugię: Stralsund lub Sassnitz do Szwecji,
- przez Świnoujście do Szwecji,
- przez Wolin, Kamień Pomorski i Dziwnów do Szwecji (Gruszczyński, 2015, s. 128).

Ponadto, niektóre jednostki zdolne są do żeglugi śródlądziem po Polsce w górę Odry, czy na wschód m.in. drogami wodnymi Wielkopolski, Kujaw, aż do Pomorza i Gdańska, a także w górę Wisły.

Oczywiście w przypadku akwenów połączonych z morzem należy uznać każdy inny turystyczny port morski świata za możliwy cel wyprawy, a jedynymi formalnymi ograniczeniami są uprawnienia i certyfikaty, tak dowódcy jednostki, jak i samego statku.

Zapewne te czynniki zdeterminowały decydentów do podjęcia działań, w efekcie których powstał Zachodniopomorski Szlak Żeglarski. To sieciowy produkt turystyczny liczący obecnie 41 nowoczesnych portów i przystani, które znajdują się na rzece Odrze, jez. Dąbie, Zalewie Szczecińskim, a także na wybrzeżu Bałtyku. Najważniejsze z nich przedstawiono na rys. 2.

Całkowity koszt powstania tej infrastruktury punktowej nie jest znany, natomiast szacuje się, że łączne inwestycje w porty i przystanie w latach 2007–2017 kształtują się na poziomie 270 mln zł. Jego główną oś stanowią porty i przystanie, które zostały zmodernizowane i wybudowane w ramach projektu „Zachodniopomorski Szlak Żeglarski – sieć portów turystycznych Pomorza Zachodniego”.

Rysunek 2. Poglądowa mapa rozmieszczenia portów i przystani jachtowych w województwie zachodniopomorskim



Źródło: <http://marinas.pl/mariny/> (3.05.2018).

Efekt inwestycji w infrastrukturę punktową turystyki wodnej i potencjał rozwoju

Znane są dane z lat 2016 i 2017, uzyskane z większości marin, dotyczące realizacji projektu „Zachodniopomorski Szlak Żeglarski – sieć portów turystycznych Pomorza Zachodniego”. Wskazują one, że do 10 lokalizacji, których dane udostępniono, zawinęło w 2016 roku 9 972 jednostki, a w roku 2017 – 10 862. Oznacza to wzrost r/r o 8,93%. Na pokładach łodzi znajdowało się odpowiednio 12 564 osób w 2016 i 13 753 osób w 2017 roku. Pozwala to zaobserwować wzrost o 9,46%, czyli nieomal analogiczny do wzrostu liczby jednostek. Jednocześnie łodzie sumarycznie spędziły w portach i przystaniach, łączenie z okresem zimowania, 184 498 dni w roku 2016 i 213 657 dni w roku 2017 (ZROT).

Podmioty przyjmujące łodzie nie publikują pełnych wyników finansowych, ani tym bardziej szczegółowych raportów, w których uwzględnione byłyby miejsca powstawania kosztów i przychód generowany przez poszczególne działania. Jednak pewną skalę oddziaływania projektu można poznać ekstrapolując dane z 7 marin, dysponujących około 1000 miejsc postojowych dla łodzi¹. W modelowym wariantcie przyjęto połowę obłożenia jednostkami długości 6 m oraz połowę jednostkami o długości 12 m. Obłożenie określono na podstawie danych liczbowych łodziadni. Przykładowe ceny za miesięczne cumowanie przedstawiono w tabeli 2.

¹ Liczba miejsc jest pojęciem względnym, ponieważ zależy od parametrów cumujących jednostek, sposobu cumowania.

Tabela 2. Koszt najmu miejsca postojowego na miesiąc dla jednostki o długości 6 i 12 m

Przystań	Jednostka 6 m (w zł)	Jednostka 12 m (w zł)
JK AZS	250	600
Marina Wolin	120	250
Marina Solna Kołobrzeg	240	540
Marina Wapnica	350	840
SEJK Pogoń	400	550
Darłowo	250	600
Marina Kamień Pomorski	364	551
średni koszt	282	562

Źródło: opracowanie własne na podstawie: <http://jkazs.szn.pl/content/cennik>; <http://www.marinakolobrzeg.pl/cennik.php>; https://www.marina.wapnica.miedzyzdroje.pl/strona/menu/4_cennik; https://osirwolin.com.pl/strona/menu/27_cennika_uslug; <http://www.marinakamienpomorski.pl/cennik-2/>; <http://marinapogon.pl/marina/postoj/>; http://www.port.darlowo.pl/pl/?-div=dla_zeglarzy (30.04.2018).

W takim przypadku wymienione obiekty, będące podstawą funkcjonowania szlaku, generowałyby łączny przychód z samego wynajmu przestrzeni do cumowania w wielkości odpowiednio: w 2016 roku – 2 552 726 zł, a w 2017 roku – 2 963 947 zł.

Wymienione obiekty dysponują około połową miejsc dostępnych na szlaku. Zatem można założyć, że przychód z tej działalności dla wszystkich obiektów na szlaku kształtuje się na poziomie 5–6 mln rocznie. Jeżeli przyjmiemy dotychczasową dynamikę wzrostu w kolejnych latach, można założyć wzrost przychodów o około 0,5 mln zł.

Należy zaznaczyć jednak większą złożoność struktury przychodów tego typu obiektów. Typowe usługi i źródła przychodu portów i przystani jachtowych to:

- dostęp do prądu, wody pitnej, łazienek, kuchni, pralni i suszarni,
- wypożyczanie sprzętu transportowego lub czyszczącego,
- wynajem powierzchni dla przedsiębiorstw skutniczych, do działalności szkoleniowej lub gastronomicznej,
- świadczenie usług skutniczych i żaglowniczych,
- usługi dźwigowe wodowanie / wyciąganie,
- wywóz śmieci,
- prowadzenie lub wynajem powierzchni pod stacje paliw,
- zimowanie jednostek na placach i w hangarach,
- organizacja regat,
- płatny parking,
- czarter łodzi.

Z informacji od podmiotów tworzących Zachodniopomorski Szlak Żeglarski wynika, iż w większości z nich są prowadzone dalsze inwestycje, z wykorzystaniem własnych środków oraz funduszy europejskich. Inwestycje dotyczą najczęściej zwiększenia

liczby miejsc postojowych, a także polepszenia jakości infrastruktury, tej nawodnej, jak i lądowej np. budynków klubowych, czy sanitariatów. Należy zaznaczyć, że większość tych obiektów, która powstała wcześniej (do pierwszej dekady XX wieku) ulegała stopniowej dekapitalizacji. Wynikało to zarówno z przyczyn gospodarczych, jak i organizacyjnych. Powoduje to konieczność ciągłego ponoszenia nakładów na remonty i rozwój. Oznacza to, że obecnie nie można planować korzyści dla regionu z podatku od dochodu podmiotów zarządzających marinami. Jednak znaczny ruch łodzi w marinach bez wątpienia wymaga obsługi, tak bosmańskiej, gastronomicznej jak i fachowej związanej ze sprzętem wodnym, w ten sposób rozwój infrastruktury przyczynia się do zwiększenia zatrudnienia w tych sektorach, co powinno być widoczne w dochodach JST, związanych z udziałem w PIT.

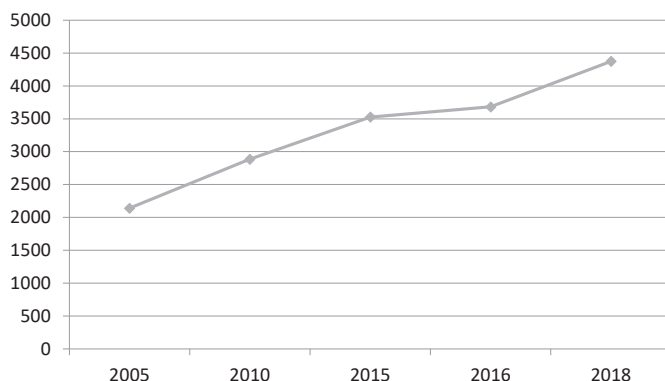
Jednocześnie chęć dokonywania inwestycji, głównie w środki trwałe, oznacza, że zarządzający tymi obiektami planują długoterminowo, spodziewając się popytu na świadczone usługi. Założenia te wydają się być słuszne, zważywszy, że większość obiektów ma obecnie problem z zaspokojeniem wysokiego popytu na miejsca postojowe, a także biorąc pod uwagę trendy makroekonomiczne, jak wzrost dochodów społeczeństwa przedstawiony na rys. 3. oraz rosnące zainteresowanie społeczne aktywnymi formami spędzania wolnego czasu. Kolejną korzyścią jest położenie transgraniczne obiektów na szlaku w pobliżu granicy z Niemcami, ale też na granicznych akwenach. Nie bez znaczenia jest także dostęp do Bałtyku i bliskość państw o bogatych tradycjach marynistycznych, a także charakteryzujących się najwyższymi wskaźnikami zamożności na świecie, jak Szwecja czy Dania. Skandynawowie zazwyczaj wybierają obiekty na szlaku w celach czysto turystycznych, Niemcy zaś niejednokrotnie traktują je jako porty macierzyste swoich jednostek, stając się ich rezydentami. Przyczyną jest konkurencyjność kosztowa usług związanych z serwisowaniem łodzi, jak też, przede wszystkim, cena za miejsce do cumowania. Przykładowo miesięczny koszt cumowania łodzi o długości 6 m w przygranicznym Ueckermünde (Marina-Lagunenstadt Ueckermünde) wynosi około 130 euro, czyli równowartość około 549 zł². W Berlinie należy zapłacić odpowiednio ponad 1100 zł w przypadku łodzi 6 metrowej i 452 euro (1907 zł) miesięcznie w przypadku 12 m (Marina Lanke Berlin). Dla porównania ceny w województwie zachodniopomorskim wynoszą średnio – 282 zł dla łodzi 6 m i 562 zł dla łodzi 12 m.

Podwojenie wysokości przeciętnego wynagrodzenia w regionie w ostatnich 13 latach niewątpliwie przyczynia się do potencjalnego zwiększenia zainteresowania tą formą rozrywki, wypoczynku, czy turystyki. Nie bez znaczenia pozostaje także liberalizacja przepisów dotycząca wymaganych uprawnień. Przepisy dopuszczają pływanie bez

2 Do obliczeń przyjęto średni kurs NBP, euro–złoty z dnia 30.04.2018 r. Tabela nr 084/A/NBP/2018 z dnia 30.04.2018.

posiadania patentu jachtem o długości kadłuba nieprzekraczającym 7,5 m. W przypadku jednostek motorowych, dodatkowym ograniczeniem jest moc silnika, która nie może przekraczać 10 kW.

Rysunek 3. Przeciętna wysokość wynagrodzeń (w zł) w wybranych latach w województwie zachodniopomorskim



Źródło: GUS (2018), s.158 oraz <https://szczecin.stat.gov.pl/wojewodztwo> (5.05.2018).

Trzeba zaznaczyć, że wiele z akwenów Zachodniopomorskiego Szlaku Żeglarskiego to formalnie wody morskie, co dla osób bez patentu oznacza wymuszoną przepisami konieczność płynięcia wzdłuż linii brzegowej.

Podsumowanie

Przytoczone argumenty potwierdzają, że w województwie zachodniopomorskim władze wszystkich stopni, to jest od regionalnego do lokalnego, zdają sobie sprawę z potencjału turystycznego, jakim dysponują. Inwestycja w Zachodniopomorski Szlak Żeglarski, mimo iż była inicjatywą oddolną, zdobyła wsparcie oraz zaangażowanie administracji poziomu centralnego, regionalnego jak i lokalnego. Pozwoliło to pozyskać fundusze z wielu źródeł zewnętrznych na realizację i promocję inwestycji. Produkt nadal się rozwija, zarówno pod względem wielkości, jakości infrastruktury, jak też rozpoznawalności. Pomaga to w kreowaniu wizerunku regionu, jako turystycznego, z możliwościami uprawiania sportów i rekreacji na wodzie. Wskazane w artykule czynniki makroekonomiczne, geograficzne i społeczne wskazują na nadal duży potencjał rozwojowy, szczególnie w zakresie pozyskiwania nowych rezydentów portów jachtowych. W przyszłości, gdy porty i przystanie wyjdą z fazy znacznych inwestycji, powinno to umożliwić

generowanie znacznych dochodów, co pozytywnie wpłynie również na budżety jednostek samorządu terytorialnego.

Literatura

- Gruszczyński, F. (2015). Wzrost atrakcyjności turystyki wodnej województwa zachodniopomorskiego przy wykorzystaniu środków Unii Europejskiej. *Współczesne Problemy Ekonomiczne*, 11 (858), 128.
- Tołkacz, L. (2010). *Infrastruktura transportu śródlądowego. Tom 1. Infrastruktura transportu wodnego*. Pobrano z: <http://zbc.ksiaznica.szczecin.pl/Content/19461/Tolkacz%20L.-Infrastruktura.pdf> (20.05.2018).

Akty prawa, raporty, analizy oraz inne materiały źródłowe

- Budżet Gminy Kołobrzeg na rok 2017, UG Kołobrzeg. Pobrano z: <http://bip.gmina.kolobrzeg.pl/index.php?id=191702> (21.04.2018).
- Ustawa o Polskiej Organizacji Turystycznej. Dz.U. 2016, poz. 156.
- Ustawa z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej. Dz.U. 1999, nr 62, poz. 689.
- Informacja z wykonania budżetu Powiatu Gryfickiego za 2016 r. Pobrano z: http://spow.gryfice.ibip.pl/public/get_file.php?id=295602 (21.04.2018).
- GUS (2018). *Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego – 2017*. Szczecin. Pobrano z: <http://szczecin.stat.gov.pl/publikacje-i-foldery/roczniki-statystyczne/rocznik-statystyczny-wojewodztwa-zachodniopomorskiego-2017,6,17.html> (12.06.2018).
- GUS (2017). *Turystyka w 2016 r. Informacje i opracowania statystyczne*. Warszawa. Pobrano z: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2017-roku,1,15.html> (17.06.2018).
- GUS (2017). *Turystyka w Unii Europejskiej. Opracowanie sygnałne*. Warszawa. Pobrano z: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-unii-europejskiej,11,3.html?pdf=1> (4.12.2018).
- Raport z badania ankietowego. Badanie ruchu turystycznego w województwie zachodniopomorskim 2015. Pobrano z: http://www.turystyka.wzp.pl/sites/default/files/raport-badanie-ruchu-turystycznego-w-wojewodztwie-zachodniopomorskim-2015_0.pdf (22.08.2018).
- Raporty roczne osiągniętych efektów realizacji projektu Zachodniopomorski Szlak Żeglarski – sieć portów turystycznych Pomorza Zachodniego, za lata 2016 i 2017. Archiwum ZROT
- UMWZ (2016). *Regionalna Strategia Rozwoju Inteligentnych Specjalizacji Województwa Zachodniopomorskiego 2020+ RIS3 WZ*. Szczecin. Pobrano z: http://smart.wzp.pl/sites/default/files/ris3_wzp_20160928.pdf (17.10.2018).
- Sprawozdanie z wykonania budżetu województwa zachodniopomorskiego za 2017 r. Pobrano z: http://bip.rbip.wzp.pl/sites/bip.wzp.pl/files/articles/sprawozdanie2017_0.pdf (19.10.2018).

Strony internetowe

<http://jkazs.szn.pl>.
<http://marinapogon.pl>.
<http://marinas.pl>.
<http://marina-ueckermuende.de>.
<http://www.marinakamienpomorski.pl>.
<http://www.marinakolobrzeg.pl>.
<http://www.marina-lanke.de>.
<http://www.port.darlowo.pl>.
<https://osirwolin.com.pl>.

Abstrakt

Artykuł prezentuje tendencje rozwoju i rolę turystyki wodnej na Pomorzu Zachodnim. W tekście przedstawiono możliwe relacje pomiędzy gospodarką lokalną i regionalną, a inwestycjami w infrastrukturę turystyki wodnej. Głównym podmiotem zainteresowania autora jest Zachodniopomorski Szlak Żeglarski, jako największy sieciowy produkt turystyczny związany z turystyką wodną w Polsce.

Water tourism as a development potential of the West Pomeranian Voivodeship in the context of the West Pomeranian Sailing Route

The paper Water tourism as a development potential of the West Pomeranian Voivodeship, in the context of the West Pomeranian Sailing Route, presents the trends and role of a water tourism in West Pomerania Region. It is focused on possible relation between regional and local economy and investments in water tourist infrastructure. Main issue is an Westpomeranian Sailing Route as a largest network water tourism product in Poland.

Ewa Puzio*

Uwarunkowania fuzji i przejęć przedsiębiorstw

Słowa kluczowe: fuzja, przejęcie, przedsiębiorstwo

Keywords: merger, takeover, bank

Wprowadzenie

Pierwsze transakcje fuzji i przejęć sięgają końca XIX wieku. Wtedy właśnie w Stanach Zjednoczonych odnotowano wzmożoną liczbę przejęć lub połączeń z podmiotami o podobnym zakresie działania. Procesy konsolidacji mają głównie na celu podniesienie bazy kapitałowej, a także obniżenie kosztów funkcjonowania na rynku.

Podmioty gospodarcze dążą do poprawy swojej pozycji konkurencyjnej, wykorzystując strategię wzrostu wewnętrznego lub zewnętrznego. Artykuł prezentuje rodzaje zawieranych związków integracyjnych w celu osiągnięcia przez przedsiębiorstwo wzrostu zewnętrznego – podstawowymi rodzajami są fuzje i przejęcia, które tworzone są po to, by działać efektywniej oraz na większą skalę. Jednocześnie dąży się do maksymalizacji obustronnych korzyści. Współczesna praktyka gospodarcza dowodzi, że przedsiębiorstwa coraz częściej współpracują ze sobą niż konkurują.

Przegląd literatury

Przedsiębiorstwa rozwijają się głównie poprzez ekspansję wewnętrzną, która charakteryzuje się nakładami inwestycyjnymi na budowę nowych obiektów, zakup maszyn i urządzeń lub ich unowocześnianie. Mogą również rozwijać się i prowadzić do wzrostu

* mgr Ewa Puzio, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Logistyki, e-mail: ewa.puzio@wzieu.pl

swojej wartości poprzez scalanie się z innymi firmami lub przejmowanie nad nimi kontroli. Wyróżniamy kilka form łączenia przedsiębiorstw (Czekaj, Dresler, 2005): fuzje, konsolidacje oraz przejęcia.

Literatura na temat fuzji i przejęć dostępna jest głównie w języku angielskim, gdyż gospodarka amerykańska jako pierwsza kształtowała wskazane zjawiska gospodarcze w skali świata. Fuzje i przejęcia definiowane są zamiennie jako *Mergers & Acquisitions* (M&A), *takeover*, *consolidation* oraz *buyout*. Pojęcie *merger*, czyli fuzja, występuje natomiast w literaturze anglo-amerykańskiej. Jest to najbardziej rozpowszechniony termin stosowany w opisie i analizie tych procesów (Frąckowiak, 2009). Jak sugerują Bannock, Baxter i Rees (1984) do fuzji dochodzi, gdy co najmniej dwa autonomiczne przedsiębiorstwa łączą się ze sobą na podstawie umowy w celu stworzenia nowego przedsiębiorstwa. Skutkiem tego połączenia jest utrata przez obie instytucje odrębności i osobowości. Szczególną cechą fuzji jest dobrowolne działanie partnerów, przedsiębiorstw o podobnej wielkości, akcjonariusze pierwotnych firm otrzymują udziały nowo utworzonego konsorcjum.

Definicja przejęcia różni się w pewnym stopniu od fuzji, charakteryzuje się zdobyciem kontroli nad innym przedsiębiorstwem poprzez nabycie jego akcji. Liczba akcji powinna być wystarczająca, by samodzielnie kontrolować i zarządzać firmą. Akcjonariusze pierwotnej instytucji tracą niezależność i zostają objęci kontrolą kapitałową przez przedsiębiorstwo nabywające. Niekiedy następuje również utrata osobowości prawnej i przyłączenie do przedsiębiorstwa nabywcy (Bannock, Baxter, Davis, 1992). Przejęcie może wystąpić w postaci:

- zakupu istniejących akcji,
- zakupu majątku przedsiębiorstwa,
- uczestnictwa w podniesionym kapitale własnym przedsiębiorstwa,
- wystąpienia wspólnika ze spółki przez umorzenie kapitału,
- zakupu zobowiązań przedsiębiorstwa,
- uzyskania pełnomocnictwa,
- prywatyzacji,
- dzierżawy,
- wspólnego przedsięwzięcia.

W powyższych przypadkach, z pominięciem zakupu majątku firmy, zachodzi transfer kontroli, która jest rozumiana jako kontrola nad działalnością gospodarczą przedsiębiorstwa lub kontrola nad samym przedsiębiorstwem. Transfer ten przejawia się objęciem własności pierwotnych udziałowców, dzięki czemu jednostka nabywająca posiada pozycję większościową, umożliwiającą kontrolowanie sposobu wykorzystania aktywów oraz samej własności. Biorąc pod uwagę wyjątek, jakim jest zakup majątku, przedsiębiorstwo nabywające może kontrolować jedynie działalność gospodarczą w stopniu

równym liczbie nabytych aktywów. W przypadku tym nie występuje kontrola nad własnością samego przedsiębiorstwa sprzedawcy majątku. Spowodowane jest to faktem transformacji sprzedawanej własności w płynne aktywa w postaci gotówki, która może zostać wykorzystana przez dotychczasowych udziałowców na inne cele inwestycyjne (Frąckowiak, 2009).

W literaturze wyróżnić można dwa rodzaje przejęcia kontroli. Pierwszym z nich jest przejęcie przyjazne, drugim zaś – przejęcie wrogie. Przejęcie wrogie, nazywane inaczej dzikim lub finansowym polega na tym, że cała operacja przejęcia odbywa się wbrew woli zarządu oraz akcjonariuszy, którzy odgrywają znaczącą rolę w spółce. Oferta nabycia kierowana jest do akcjonariuszy przejmowanej spółki często bez uprzedniego powiadomienia organów zarządzających daną jednostką o planowanej transakcji. Przejęcie przyjazne natomiast charakteryzuje się tym, że cała operacja odbywa się za porozumieniem z kierownictwem spółki-celu. W przypadku, gdy oferta nabycia zostanie zaakceptowana przez władze spółki, przejęcie wrogie może przekształcić się w przejęcie przyjazne (Frąckowiak, 2009). W niektórych przypadkach połączenie dwóch przedsiębiorstw początkowo ma charakter przejęcia, jednak ostatecznie dochodzi do fuzji. Inne podejście określa fuzję jako sytuację, w której co najmniej dwa przedsiębiorstwa łączą się w jedno. Przedsiębiorstwo nabywające zachowuje swoją tożsamość oraz osobowość prawną (Zajac, 2009).

Fuzja to połączenie się przedsiębiorstw uregulowane przepisami Kodeksu Spółek Handlowych, czyli konsolidacja lub inkorporacja. W pierwszym przypadku dwie spółki (lub więcej) łączą się poprzez zawiązanie nowej, a same są wykreślane z rejestru spółek. W drugim przypadku zaś spółka nabywca przejmuje majątek spółki-celu, która zostaje wykreślona z rejestru. Przejęcie to natomiast nabycie kontrolnego pakietu udziałów (Okorowska, 2008).

W najnowszych opracowaniach częściej występuje jednak przejęcie kontroli nad przedsiębiorstwem, które przechodzi w inne ręce. Jest to podstawowy rodzaj działań występujący na rynku, dlatego fuzję określa się jako szczególny rodzaj przejęcia (Reed, Reed, 1995).

Klasyfikacja fuzji i przejęć

Klasyfikacja fuzji i przejęć nie ma ścisłego charakteru. Z ekonomicznego punktu widzenia fuzje i przejęcia można podzielić na:

- poziome, pionowe, koncentryczne i konglomeratowe,
- obronne i agresywne,
- strategiczne i okazyjne,
- krajowe i międzynarodowe.

Występują przypadki, w których trudno jest jednoznacznie sklasyfikować daną transakcję lub można zaliczyć ją do kilku grup. Sytuacje takie mają miejsce, ponieważ występuje duża różnorodność przeprowadzanych transakcji oraz udział przedsiębiorstw biorących w nich udział również jest zróżnicowany. Fuzje i przejęcia mogą przyjmować następujące formy (Lorange, Kotlarchuk, Singh, 1994):

1. Pozioma (o charakterze horyzontalnym), w której uczestniczą przedsiębiorstwa z tego samego sektora, wytwarzające takie same produkty. Najczęściej są to firmy konkurujące ze sobą, a celem ich połączenia są korzyści skali oraz zmniejszenie konkurencji mogące doprowadzić do powstania monopolu.
2. Pionowa (o charakterze wertykalnym), w której biorą udział podmioty, będące ogniwami łańcucha wartości dodanej. Łączą przedsiębiorstwa należące do tej samej gałęzi, charakteryzujące jednak różne fazy produkcji. W fuzji tej do celów zaliczane są korzyści z synergii oraz zdominowanie w całości procesu technologicznego.
3. Koncentryczna – to łączenie przedsiębiorstw prowadzących powiązaną ze sobą działalność w zakresie geograficznym, technicznym, rynkowym oraz działalność niezależną. Do korzyści zalicza się dywersyfikację działalności, która ogranicza ryzyko oraz rozwój zewnętrzny przedsiębiorstwa.
4. Konglomeratowa, która charakteryzuje się znaczną samodzielnością nabytych podmiotów oraz autonomią w podejmowanych przez nich decyzjach. Forma ta prowadzi do powstania konglomeratów finansowych i zarządczych.

Podział na fuzje i przejęcia obronne (defensywne) i agresywne (ofensywne) występuje, gdy brane pod uwagę są strategiczne cele, które należy osiągnąć w wyniku nabycia. Fuzji obronnych dokonuje się, żeby utrudnić nabycie powiększonego poprzez fuzję przedsiębiorstwa przez innego potencjalnego nabywcę. Jako fuzję obronną traktowana jest również fuzja, w wyniku której słabsze przedsiębiorstwo łączy się z silniejszym partnerem, aby utrzymać swoją pozycję na rynku (Ambukita, 2014).

Według kryterium motywu wyróżnia się nabycie strategiczne i okazyjne. Pierwsze z nich jest etapem realizacji opracowanej wcześniej strategii. Ma na celu poprawę pozycji konkurencyjnej firmy w dłuższym czasie przy wykorzystaniu efektów synergii. Nabycie okazyjne natomiast występuje w wyniku nadarzającej się okazji, która polega na nabyciu niedoszacowanych aktywów. Działanie to sprawia, że w krótkim okresie występuje nadwyżka finansowa lub restrukturyzacja nabytego przedsiębiorstwa (Lorange, Kotlarchuk, Singh, 1994).

Przyjmując kryterium obszaru wyróżnia się fuzje i przejęcia krajowe i międzynarodowe. Transakcje międzynarodowe są znacznie bardziej skomplikowane niż transakcje krajowe, co wynika m.in. z problemów kulturowych, odmiennych systemów prawnych czy walutowych.

Motywy nabywcy i sprzedawcy

Fuzje i przejęcia są zewnętrznym instrumentem, który powinien prowadzić do wzrostu wartości łączących się przedsiębiorstw. Motywy podejmowania działań przez nabywców zmierzających do fuzji i przejęć podzielić można na następujące grupy (Butrym, Odlanicka-Poczobutt, 2002):

1. Techniczne i operacyjne, które dążą do wzrostu operacyjnej efektywności przedsiębiorstwa. Do innych motywów zaliczyć można chęć pozyskania bardziej efektywnego kierownictwa, technologii czy know-how.
2. Rynkowe i marketingowe – sposób na szybkie zwiększenie siły rynkowej, rozszerzenie zakresu i zasięgu oferowanych przez przedsiębiorstwa produktów. Może to być także chęć osiągnięcia dominującej pozycji na rynku poprzez – w skrajnych przypadkach – wyeliminowanie konkurencji i przejęcie kontroli nad rynkiem.
3. Finansowe – osiągnięcie korzyści finansowych, które mogą wystąpić przy braku innych korzyści. Korzyści te wiążą się z polepszeniem sytuacji finansowej przedsiębiorstw a także z wyższą oceną wartości tych przedsiębiorstw na rynku przez inwestorów. W praktyce gospodarczej występują sytuacje, kiedy motywy finansowe są jedynym impulsem dokonania transakcji, dlatego korzyści finansowe uznać można za jeden z najważniejszych motywów przejęcia.
4. Menedżerskie – związane z zainteresowaniem przez kadrę kierowniczą sukcesem przedsiębiorstwa oraz swoim własnym. Osobiste powody, jakimi się kierują to przede wszystkim wysokie premie oraz dodatkowe wynagrodzenia za przeprowadzone fuzje.

Do występujących efektów fuzji można zaliczyć także rozproszenie akcjonariatu, które wiąże się z uzyskaniem większej niezależności przez zarząd. W tabeli 1 przedstawiono podział na cztery główne grupy motywów oraz szczegółową charakterystykę każdej z grup.

Tabela 1 Motywy nabywców w procesach fuzji i przejęć

Grupy motywów	Motywy szczegółowe
Motywy techniczne i organizacyjne	1. Zwiększenie efektywności zarządzania 2. Pozyskanie bardziej efektywnego kierownictwa – usunięcie nieefektywnego kierownictwa 3. Synergia operacyjna – korzyści skali, – komplementarność zasobów i umiejętności, – ograniczenie kosztów transakcyjnych, – korzyści integracji technicznej

Grupy motywów	Motywy szczegółowe
Motywy rynkowe i marketingowe	1. Zwiększenie udziału w rynku 2. Zwiększenie wartości dodanej 3. Wyeliminowanie konkurencji 4. Komplementarność produktów i/lub rynków 5. Dywersyfikacja ryzyka 6. Wejście w nowe obszary działalności
Motywy finansowe	1. Wykorzystanie funduszy nadwyżkowych 2. Zwiększenie zdolności zadłużenia 3. Przejęcie gotówki 4. Obniżenie kosztu kapitału 5. Korzyści podatkowe 6. Niedoszacowanie wartości nabywanej firmy – niedoszacowanie przez rynek kapitałowy – doskonała wycena przez nabywcę
Motywy menedżerskie	1. Wzrost wynagrodzeń kierownictwa 2. Wzrost prestiżu i władzy 3. Zmniejszenie ryzyka zarządzania 4. Zwiększenie swobody działania

Źródło: Frąckowiak (2009).

Powyżej przedstawiono motywy nabywców, którymi kierują się dokonując fuzji i przejęć – głównie wiążą się z korzyściami przeprowadzania tych operacji. Należy jednak pamiętać, że transakcje fuzji i przejęć charakteryzują się również znacznym ryzykiem oraz dodatkowymi kosztami, związanymi np. ze zmianą kultury organizacji, zmianą zarządzania czy zwolnieniem części pracowników.

Dezinwestycje, czyli wyzbycie się przedsiębiorstwa, często traktowane są jako oznaka niepowodzenia. W niektórych jednak przypadkach, gdy przeprowadza się je w przemyślany sposób, firma sprzedająca może odnieść istotne korzyści, stanie się to bowiem elementem restrukturyzacji jej działalności. Poprzez wyzbycie się pewnej części aktywów przedsiębiorstwo może skupić się na zarządzaniu działalnością podstawową, dzięki czemu może również podnosić wartość rynkową zrestrukturyzowanego przedsiębiorstwa.

Motywy, jakimi kierują się zarówno nabywcy, jak i sprzedawcy w transakcjach fuzji i przejęć powinny prowadzić przede wszystkim do wzrostu wartości akcji. Sukces osiągają jednak te przedsiębiorstwa, które realizują koncepcję 4F oznaczającą (Szczepankowski, 2000):

- Focus – skupienie działania obu przedsiębiorstw na jednym lub kilku wybranych sektorach,
- First – bycie pierwszym w przypadku pojawiających się zmian, bycie pierwszym w odpowiedziach na pojawiające się wyzwania stawiane przez otoczenie,
- Fast – szybkie dostosowanie struktur, procedur, ludzi oraz relacji z otoczeniem do współdziałania między jednostkami,
- Flexibility – elastyczność połączonych jednostek.

Z punktu widzenia sprzedawcy występuje kilka grup motywów, jakimi kierują się w procesach fuzji i przejęć. Motywy sprzedawcy to przede wszystkim (Frąckowiak, 2009):

1. Motywy finansowe – najczęstszy motyw sprzedaży. Szczegółowe powody, to m.in. nieosiągnięcie założonych celów, wysokie zadłużenie wymuszające sprzedaż części aktywów oraz znaczne potrzeby kapitałowe przedsiębiorstwa poszukującego środków płynnych.
2. Motywy strategiczne – dezinwestycja może być elementem szerszej strategii przedsiębiorstwa. Do motywów strategicznych zaliczamy np. pozbycie się niepotrzebnych lub niedopasowanych aktywów, pozyskanie pożądanego partnera biznesowego lub obronę przed wrogim przejęciem.
3. Motywy administracyjne – są to motywy, które nie wypływają z wnętrza przedsiębiorstwa. Wymuszane są przez organy administracji państwowej.
4. Motywy menedżerskie – poprzez niektóre działania tworzone są nowe stanowiska kierownicze. Nowopowstała spółka posiada znaczny zakres niezależności. Wpływa to na znaczne dążenie kierownictwa do usamodzielnienia się, dzięki czemu stanowi dodatkowy bodziec do dezinwestycji. Należy pamiętać, że menedżerowie mają największą wiedzę o wartości sprzedawanego majątku. W sytuacji, gdy przejmują majątek poniżej jego rzeczywistej wartości, działania przez nich prowadzone szkodzą spółce i jej właścicielom.

Wyszczególnione grupy motywów sprzedawcy w procesach fuzji i przejęć przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2 Motywy sprzedawcy w procesach fuzji i przejęć

Grupy motywów	Motywy szczegółowe
Motywy finansowe	1. Straty finansowe przedmiotu dezinwestycji 2. Reorganizacja portfela inwestycyjnego 3. Dywersyfikacja portfela inwestycyjnego 4. Zamiana na gotówkę 5. Wyjście z inwestycji po zrealizowaniu celów 6. Korzystniejsze warunki działania dla mniejszych firm 7. Uzyskanie wyższej ceny za aktywa niż ich wartość dla obecnych właścicieli 8. Likwidacja 9. Oferta odkupu z premią lub odsprzedaży na korzystnych warunkach 10. Wzrost wartości akcji na rynku kapitałowym
Motywy strategiczne	1. Pozbycie się niepotrzebnych lub niedopasowanych aktywów 2. Pozyskanie pożądanego partnera biznesowego 3. Obrona przed wrogim przejęciem 4. Ograniczone możliwości samodzielnego rozwoju 5. Poprawa pozycji konkurencyjnej
Motywy administracyjne	1. Nakaz sprzedaży wydany przez organy państwa, np. antymonopolowe
Motywy menedżerskie	1. Nowe stanowiska kierownicze 2. Większa swoboda działania

Źródło: Frąckowiak (2009).

Sprzedawcy przedsiębiorstw kierują się głównie motywami finansowymi, które stanowią największą grupę bodźców. Transakcja fuzji lub przejęcia wiąże się jednak z występowaniem motywów z każdej powyższej grupy.

Proces nabycia przedsiębiorstwa

Jak sugeruje Kopaliński (1996) proces jest to „przebieg następujących po sobie, powiązanych przyczynowo określonych zmian, stanowiących kolejne stadia, fazy, etapy rozwoju czegoś”. W odniesieniu do fuzji i przejęć procesy te przedstawiane są w sposób bardzo szczegółowy bądź nakreślający jedynie ramy tych procesów. Sudarsanam (1998) wyodrębnił trzy podstawowe etapy procesu nabycia przedsiębiorstwa:

1. Etap przygotowawczy, w czasie którego:
 - a) rozwija się strategię przejęcia, zasady tworzenia wartości a także kryteria, według których dokonuje się transakcji;
 - b) wyszukuje się i identyfikuje jednostki organizacyjne, które przyjmuje się jako cel przejęcia;
 - c) spółka kandydata do przejęcia zostaje poddana strategicznej ocenie oraz uzasadnia się transakcję.
2. Etap negocjacyjny, który polega na:
 - a) rozwijaniu strategii ofertowej;
 - b) ocenie finansowej oraz wycenie firmy wybranej jako cel procesu przejęcia;
 - c) negocjacjach, finansowaniu oraz zawarciu transakcji.
3. Etap integracyjny, podczas którego:
 - a) poddaje się ocenie połączone przedsiębiorstwa pod względem dopasowania kulturowego i organizacyjnego;
 - b) rozwija się metody integracji;
 - c) dla przedsiębiorstwa przejmującego i przejmowanego dobiera się strategię, organizację i kulturę;
 - d) analizuje się otrzymane wyniki po dokonaniu transakcji przejęcia.

Podobnie jak Sudarsanam, Frąckowiak (2009) również dzieli proces nabycia przedsiębiorstwa na trzy fazy, jednak przedstawiony przez niego ogólny schemat obrazuje kolejne działania, pozwalające uściślić odpowiedzi na kilka pytań, na które potencjalny nabywca powinien mieć pogląd przed wejściem na rynek kontroli:

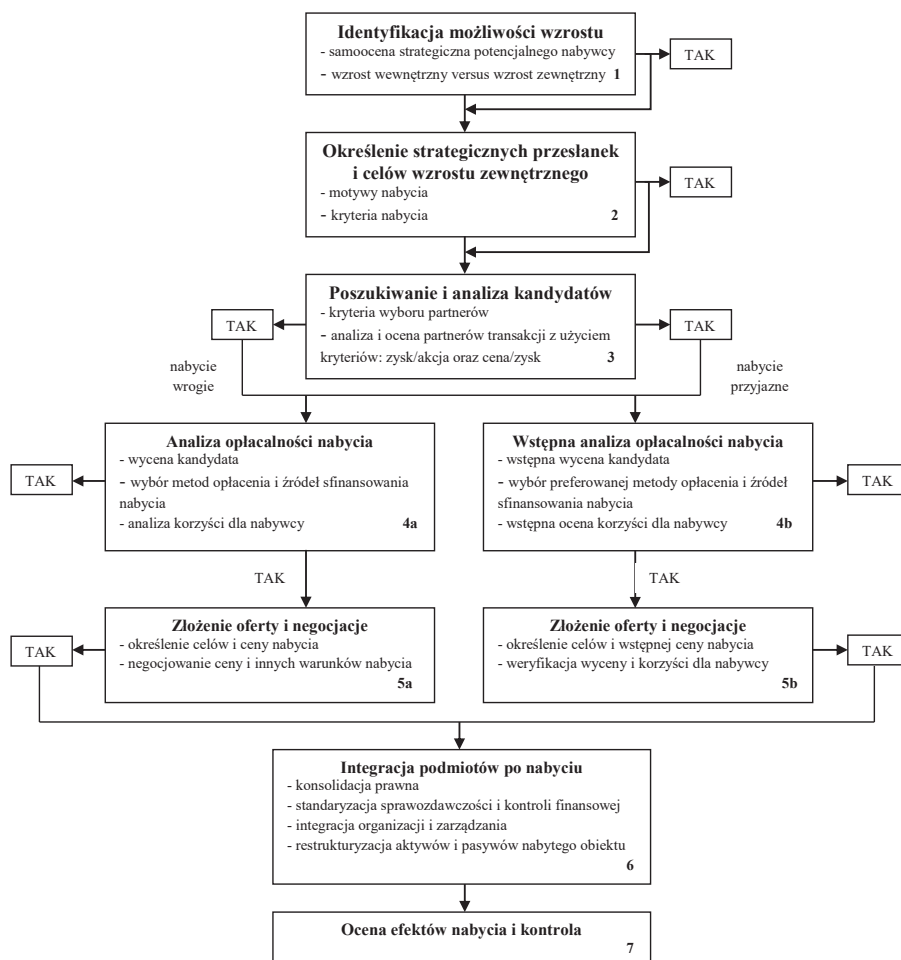
1. Kiedy należy uruchomić proces fuzji i przejęć i dlaczego?
2. W jaki sposób należy przeprowadzić proces nabycia przedsiębiorstwa?
3. Jak powołać odpowiedni zespół, który powinien zostać włączony do procesu?
4. Co należy wiedzieć przed przystąpieniem do realizacji transakcji?
5. Z jakich źródeł należy finansować proces?

6. Jak dopasować interesy obu podmiotów?

7. W jaki sposób można podnieść wartość rynkową podmiotu po nabyciu?

Na rysunek 1 przedstawiono etapy nabycia przedsiębiorstwa wraz ze wskazówkami, które pomogą nabywcy podjąć optymalną decyzję w sprawie dalszych kierunków rozwoju strategicznego przez wzrost zewnętrzny.

Rysunek 1 Etapy nabycia przedsiębiorstwa



Źródło: opracowanie własne na podstawie Frąckowiak (2009).

Etap przygotowawczy (1, 2, 3) i etap integracyjny (6, 7) niezależnie od przyjętej przyjaznej lub wrogiej formy nabycia nie różnią się swoim zakresem, jednak sam przebieg może mieć odmienny charakter. W przypadku nabycia wrogiego wystąpią nie tylko

trudności w zakresie integracji organizacyjnej i kulturowej obu podmiotów, lecz także opór kierownictwa pozyskanego przedsiębiorstwa, które może bać się utraty swojej dotychczasowej pozycji. W wyniku istniejącego zagrożenia mogą tworzyć się różnego rodzaju bariery.

Etap negocjacyjny jest zróżnicowany w obu formach – wariant nabycia wrogiego zakłada zmuszenie potencjalnego nabywcy do określenia opłacalności nabycia przy wykorzystaniu ograniczonych źródeł informacji i danych, co utrudnia weryfikację podjętych ustaleń. W wariantcie tym pozycja negocjacyjna kierownictwa przedsiębiorstwa, które jest kandydatem do nabycia jest słabsza. Wynika to z dominacji akcjonariuszy posiadających znaczne pakiety akcji. W formie przyjaznej nabycia przedsiębiorstwa kandydat jest informowany przez potencjalnego nabywcę o swoich zamiarach, co umożliwia nawiązanie przyjaznych kontaktów partnerskich w ramach współpracy oraz bezproblemowym przygotowaniem negocjacji i integracji.

Podsumowanie

Przedsiębiorstwa powinny dążyć do ciągłego rozwoju. Jednym ze skutecznych sposobów wzrostu jest przeprowadzanie procesów konsolidacyjnych. Transakcje te powinny być dokonywane zgodnie ze zdobytą wiedzą oraz doświadczeniem. Wzrost zewnętrzny poprzez fuzję lub przejęcie wiąże się z pozyskaniem nowych rynków zbytu oraz obniżeniem kosztów, co spowodowane jest efektem synergii. Do potencjalnych korzyści zaliczyć można również wyeliminowanie konkurencji. Do przyczyn powstawania fuzji i przejęć zaliczyć można m.in.: zmianę strategii konkurencji, zmianę potrzeb i oczekiwań klientów, brak środków finansowych na nowe inwestycje lub zdobycie lepszej pozycji konkurencyjnej.

Literatura

- Ambukita, E. (2014). Fuzje i przejęcia jako strategia rozwoju przedsiębiorstwa – aspekty teoretyczne. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 804 (67), 715–723.
- Bannock, G., Baxter, R., Davis, E. (1992). *The Penguin Dictionary of Economics*. London: Penguin Books.
- Bannock, G., Baxter, R., Rees, R. (1984). *The Penguin Dictionary of Economics*. London: Penguin Books.
- Burtym, K., Odlanicka-Poczobutt, M. (2002). Motywy sprzedawców i nabywców w transakcjach fuzji i przejęć. W: J. Pyka (red.), *Nowoczesność przemysłu i usług* (s. 118–128). Katowice: Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa.
- Czekaj, J., Dresler, Z. (2005). *Zarządzanie finansami przedsiębiorstw. Podstawy teorii*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Frąckowiak, W. (2009). *Fuzje i przejęcia*. Warszawa: PWE.
- Kopaliński, W. (1996). *Podręczny słownik wyrazów obcych*. Warszawa: WP.
- Lorange, P., Kotlarchuk, E., Singh, E. (1994). Corporate Acquisitions: A Strategic Perspective. W: M.L. Rock, R.H. Rock, M. Sikora (red.), *The Mergers and Acquisitions Handbook* (s. 3–15). New York: McGraw-Hill.
- Okorowska, B. (2008). *Fuzje, inkorporacje, przejęcia*. Pobrano z: <https://prawo.money.pl/aktualnosci/okiem-eksperta/artukul/fuzje;inkorporacje;przejecia,100,0,370788.html> (30.04.2018).
- Reed, S.F., Reed, L.A. (1995). *The Art of M&A. Merger and Acquisition Buyout Guide*. New York: Irwin.
- Sudarsanam, S. (1998). *Fuzje i przejęcia*. Warszawa: Wig-Press.
- Szczepankowski, P.J. (2000). *Fuzje i przejęcia. Techniki oceny opłacalności i sposoby finansowania*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Zając, Cz. (2009). Przejęcia i fuzje jako procesy zmian w przedsiębiorstwie. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 52, 144–152.

Abstrakt

Niniejszy artykuł porusza istotny temat, jakim są fuzje i przejęcia przedsiębiorstw. Podjęcie tej problematyki jest wyzwaniem z uwagi na dynamikę zmian zachodzących w gospodarce. Celem artykułu jest omówienie procesów konsolidacji, ze szczególnym uwzględnieniem fuzji i przejęć. Przedstawiono motywy nabywców i sprzedawców, jakimi kierują się przy podejmowaniu decyzji o dokonaniu transakcji. Określono kolejne etapy procesu nabycia przedsiębiorstwa.

Conditions of mergers and acquisitions of commercial banks

This article deals with the important topic of mergers and acquisitions of commercial banks. Undertaking this problem is a challenge due to the dynamics of changes taking place in the banking sector. In addition, this is a topic for every person who is or will be a customer of the bank. The article is a discussion of consolidation processes, with particular focus on mergers and acquisitions. The article presents the motives of buyers and sellers, which they make during making decisions about transactions. The article identifies the next stages of the company acquisition process.

Małgorzata Smolska*, Katarzyna Ziolo**

Aspekty etyczne w zarządzaniu projektami

Słowa kluczowe: etyka, kodeks etyczny, kierownik projektu, zarządzanie projektami, standardy zarządzania projektami

Keywords: ethics, code of ethics, project manager, project management, project management standards

Wprowadzenie

Etyka w zarządzaniu jest kluczowym czynnikiem wpływającym na słuszność podejmowanych decyzji i rozwiązywanie problemów. Zastosowanie etyki w zarządzaniu projektami tworzy podstawowe normy zachowania menedżerów projektów, na bazie których wyznaczają cele, strategie, zasady działania, a także realizują projekty.

Obszar zarządzania projektami jest obecnie jedną z najszybciej rozwijających się dziedzin, co skutkuje powstawaniem wielu standardów związanych z tego typu działaniami.

Celem artykułu jest omówienie reguł z zakresu zarządzania projektami, które w sposób skrócony porządkują szeroką wiedzę związaną z tą tematyką; a także podkreślenie roli kodeksu etycznego jako podstawy do skutecznego i rzetelnego zarządzania projektami. Podstawową metodą badawczą jest analiza literatury przedmiotu.

Etyka w zarządzaniu projektami

Etyka w zarządzaniu projektami, rozumiana jako zespół norm akceptowanych w świecie biznesu, powinna odgrywać znaczącą rolę. Jednak zachowania biznesowe często

* Małgorzata Smolska, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, asystentka w Katedrze Organizacji i Zarządzania, e-mail: malgorzata.smolska@wzieu.pl

** Katarzyna Ziolo, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, asystentka w Katedrze Organizacji i Zarządzania, e-mail: katarzyna.ziolo@wzieu.pl

odbiegają od tych wzorcowych i nie każdy kierownik projektu poświęca tematowi etyki należyta uwagę, mając na względzie tworzenie i wdrażanie procedur projektowania.

Etyka zarządzania projektami, w tym etyka biznesu „jest formą filozoficznej refleksji nad etosem, czyli zespołem cnót wyznaczających zakres działalności ludzi tworzących świat biznesu” (Gasparski, 1978). Etyka zarządzania projektami zajmuje się normami moralnymi, które kierują zachowaniami organizacji, przy czym zachowania organizacji rozumiemy metaforycznie jako wynik zachowań różnych osób przynależnych do danej organizacji (Griffin, 2006). Jednym z najbardziej istotnych sposobów mierzenia wartości etyki zarządzania dla działań gospodarczych (w tym przypadku realizacji projektów) jest szkoda, jaką może wyrządzić brak rzetelnych procedur zarządzania projektami (Sternberg, 1998). Przy czym jest znaczące nie tylko, żeby tworzyć etyczne zasady postępowania (np. kodeksy etyczne), ale przede wszystkim dążyć do ich przestrzegania, gdyż jak podkreśla J. Szaban (2003), większość kodeksów etycznych jest traktowanych jako tzw. pustosłowie, zupełnie nieprzemawiające do pracowników (w większości przypadków pracownicy nie są czynnie zaangażowani w tworzenie kodeksu, a jedynie zobowiązani do zapoznania się z nim i złożenia podpisu pod przygotowanym dokumentem).

T.M. Garrett i R.J. Klonowski (1986) wymieniają trzy dziedziny, cieszące się szczególnym zainteresowaniem etyki zarządzania projektami: stosunek pracownika do organizacji, relacje między organizacją a pracownikiem oraz stosunek organizacji do innych podmiotów gospodarczych, a szczególnie do klientów i organizacji, z którymi współpracują w celu realizacji projektów.

Wybrane standardy zarządzania projektami

Jednym z najbardziej znanych standardów zarządzania projektami jest PRINCE2 (*Projects In Controlled Environment* – projekty w środowiskach sterowalnych), metodyka, która opiera się na procesowym podejściu w kierowaniu projektem. Źródłem PRINCE2 była metodyka PROMPT II (*Project Resource Organisation Management and Planning Techniques*) opracowana przez brytyjską firmę Simpect Systems Ltd. w 1975 roku.

Uproszczony schemat standardu PRINCE2 prezentuje się następująco (Prywata, 2010):

1. Prynypia, czyli podstawowe zasady metodyki, w tym: ciągła zasadność biznesowa, korzystanie z doświadczeń, zdefiniowane role i obowiązki, zarządzanie etapowe, zarządzanie z wykorzystaniem tolerancji, koncentracja na produktach, dostosowanie do warunków projektu.
2. Procesy, odnoszące się do kolejności działań podejmowanych w projekcie: przygotowanie projektu, inicjowanie projektu, zarządzanie strategiczne projektem:

sterowanie etapem, zarządzanie końcem etapu, zamykanie projektu, zarządzanie dostarczaniem produktów.

3. Tematy opisujące, jak i przy pomocy jakich narzędzi należy realizować działania: uzasadnienie biznesowe, organizacja, jakość, plany, ryzyko, zmiana postępy.

Standard PRINCE2 określa skład i przeznaczenie produktów zarządczych, a także strukturę organizacyjną projektu. Decyzje dotyczące kierunku projektu i rozdziału odpowiedzialności podejmowane są przez Komitet Sterujący, natomiast jednoosobową odpowiedzialność za stan projektu ponosi Przewodniczący (Sernik-Żbikowska i in., 2009). Najważniejszym elementem, który jest głównym źródłem podjęcia decyzji o realizacji projektu jest uzasadnienie biznesowe, które wskazuje określone korzyści. W uzasadnieniu biznesowym powinno znaleźć się podejście produktowe, objaśnienie organizacji prac projektowych oraz związek pomiędzy strukturą projektową, a strukturami zewnętrznymi. PRINCE2 koncentruje się na planach dotyczących produktów, a także określa wytyczne dotyczące dostosowywania metodyki do różnych rodzajów projektów (komercyjnych, niekomercyjnych).

Stosując PRINCE2 dokładnie wiadomo, co trzeba zrobić, żeby rozpocząć projekt, kiedy projekt może zostać przedwcześnie przerwany i jakie powinny być do tego przesłanki. (Gasik, 2010). W metodyce PRINCE2 sukces projektu spoczywa na sponsorze, nie na kierowniku projektu. Ponadto w PRINCE2 pozostawia się dużą swobodę działania członkom zespołu projektowego.

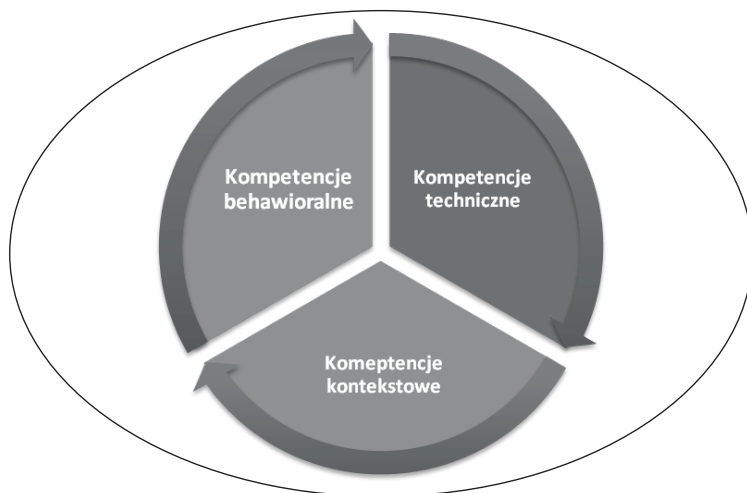
Innym standardem jest ICB, który dostarcza informacji na temat tego, jak oceniać kompetencje posiadane przez kierownika projektu (Dałkowski, Staśto, Zalewski, 2009). ICB powstało w wyniku prac zespołu International Project Management Association (IPMA). Dokument IPMA ICB zawiera standardy kompetencji dla kierowników projektów, a także kierowników programów i portfeli. Obejmuje informacje dotyczące procesu certyfikacji i osób certyfikowanych.

Kompetencje kierowników projektów w IPMA ICB są dzielone na trzy grupy: kontekstowe, behawioralne i techniczne (rys. 1). Wiedza o zarządzaniu projektami zawiera się głównie w ogólnym opisie elementów kompetencji oraz opisie związanych z nimi procesów (Gasik, 2010).

Kompetencje techniczne odnoszą się do podstawowych działań w zakresie zarządzania projektami. ICB wyróżnia 20 obszarów kompetencji technicznych. Niektóre z nich dotyczą poszczególnych faz – np. **rozpoczęcie projektu i zamknięcie projektu**. Przy definiowaniu projektu należy uwzględnić obszary takie jak: **sukces projektu, interesariusze oraz wymagania**. W innych dokumentach często spotyka się standardowe obszary – **zakres i produkty, zarządzanie kosztami i finansami** (dodano obszar **finansowania projektu**), **zarządzanie ryzykiem i okazjami, jakość, czas i fazy projektu, zaopatrzenie i kontrakty** (Gasik, 2010). Kompetencje behawioralne odnoszą się do

obszaru relacji pomiędzy członkami zespołu projektowego. Wyróżniono tutaj 15 obszarów składowych, w tym **przywództwo, zaangażowanie i motywacja, samokontrola i asertywność, otwartość, skuteczność, czy kreatywność**. Są to wybrane umiejętności, jakimi powinien charakteryzować się kierownik projektu według IPMA.

Rysunek 1. „Oko” kompetencji IPMA



Źródło: Dalkowski, Staśto, Zalewski (2009).

Ostatni element to kompetencje kontekstowe, które dotyczą sposobu oddziaływania zespołu projektu i środowiska organizacyjnego. Wyznaczono tutaj 11 obszarów. Zgodnie z nimi kierownik: powinien być kompetentny w zakresie wytwarzania produktu projektu, współpracować z organizacją realizującą zadanie, a także powinien mieć wiedzę związaną ze zdrowiem i bezpieczeństwem w projekcie. Istotna jest także znajomość określonych regulacji prawnych.

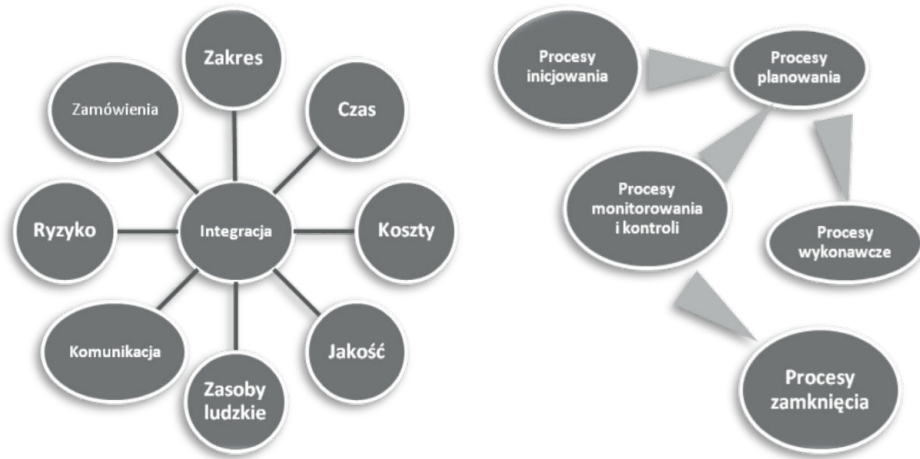
IPMA w swoim dokumencie opisuje zarówno informacje związane z zarządzaniem projektami, jak i procesem certyfikacji. Dokument ten wskazuje szeroki zestaw tematów dotyczących zarządzania projektami, jednak jest to w zasadzie przewodnik w dość ogólny sposób opisujący niektóre zagadnienia, np. z zakresu możliwych procesów realizacji projektu. IPMA ICB dużo uwagi poświęca tematyce związanej z cechami osobowościowymi koniecznymi do kierowania projektami. Podkreśla, że kierownik jest tutaj kluczową postacią i nawet słabszy zespół będzie mógł osiągnąć pozytywny rezultat z dobrym koordynatorem.

Kolejnym ze znanych standardów stosowanym w zakresie zarządzania projektami jest PMBoK Guide (*Project Management Body of Knowledge*), stworzony przez Project

Management Institute (PMI). Pierwsza wersja powstała w 1996 roku, natomiast obecnie stosowaną jest wersja czwarta, wydana w Polsce w roku 2009.

Na poniższej grafice zaprezentowano obszary i procesy zawarte w PMBoK.

Rysunek 2. Schemat PMBoK – obszary wiedzy i procesy



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Prywata (2010).

W ramach tego standardu kierownik odpowiedzialny za projekt powinien mieć wiedzę dotyczącą zasad i metod działania odnoszących się do całego cyklu życia projektu. Występują tu 42 procesy pogrupowane w pięciu kategoriach (rys. 2). Każdy z procesów jest określony poprzez (PMBOK, wersja polska, 2009): wejścia, wyjścia, oraz narzędzia i techniki wykorzystywane w działaniach.

Obszary wiedzy są połączone z procesami, których realizacja umożliwia skuteczne zarządzanie projektem. Standard ten może być zastosowany zarówno w odniesieniu do małych, jak i dużych projektów, gdyż daje się skalować. Ponadto umożliwia swobodny wybór, jeśli chodzi o zastosowanie procesów w projekcie.

PMBOK® Guide jest najbardziej popularnym standardem zarządzania projektami. Jest to pierwszy globalny standard z zakresu zarządzania projektami stosowany przez wielu kierowników projektów. Z przewodnikiem tym powiązany jest także najbardziej prestiżowy i najbardziej znany certyfikat z zarządzania projektami PMP®. PMBOK® Guide jest elastyczną i wzorcową metodyką zarządzania przedsięwzięciami, na bazie której mogą powstawać inne, dostosowane do potrzeb konkretnych organizacji. Wskazuje ona na wiele technik koniecznych do zarządzania projektami i pozwala na tworzenie wyspecjalizowanych procesów oraz aplikacji w obszarze koncepcyjnym.

Wybranie standardu zarządzania projektami dla konkretnej organizacji nie jest proste. Przede wszystkim wśród dostępnych metodyk często trudno wybrać tę, która będzie dostosowana do specyfiki i warunków funkcjonowania organizacji. Niektóre ze standardów koncentrują się na aspekcie procesowym zarządzania projektami, inne odwołują się do kompetencji wymaganych od kierownika projektu, jeszcze inne mogą okazać się zbyt konserwatywne. Jeżeli organizacji zależy na podniesieniu kompetencji kierownika i zespołu projektowego to może skorzystać z IPMA ICB. Jeśli natomiast organizacja dąży do wypracowania własnego standardu zarządzania projektami, może bazować na PM-BOK® Guide. Gdy w grę wchodzi kryteria biznesowe i dbałość o klienta, przydatna może okazać się metodyka Prince 2®. W zależności od tego, na jakiego typu działania ukierunkowana jest organizacja, może wykorzystać różne techniki odnoszące się do zarządzania projektami. Dzięki dokładnej analizie warunków organizacji można wdrożyć jak najlepsze techniki zarządzania projektami. Natomiast wiedza na temat odmiennych metodyk może przygotować kierownika projektu na różne sytuacje, nauczyć go rozpoznawać ryzyko i zapewnić skuteczną realizację projektu.

Kodeks etyczny jako podstawa skutecznego i etycznego zarządzania projektami

Omówione w części drugiej standardy z zakresu zarządzania projektami kładą duży nacisk na etyczne zachowanie kierownika projektu oraz zespołu projektowego.

W odniesieniu do metodyki PMBoK Guide, etyczne zarządzanie projektem jest rozwinięte w dokumencie Kodeks Etyki i Profesjonalnego Postępowania. Celem tego Kodeksu jest budowanie zaufania do środowiska skupionego wokół zarządzania projektami, a także udzielanie wsparcia i wskazówek dla Project Managerów i zespołów projektowych oraz standardów postępowania, które będą mogły być przez nich wykorzystywane.

Dokument ten za podstawę bierze następujące wartości (PMI, *Kodeks Etyki i Profesjonalnego Postępowania*, 2016):

- a) odpowiedzialność – przyjęcie na siebie ciężaru odpowiadania za wszelkie decyzje i działania, zarówno podjęte jak i zaniechane oraz konsekwencje z nich wynikające;
- b) szacunek – obowiązek okazywania poważania nam samym, innym oraz powierzonym nam zasobom; powierzone nam zasoby to m.in. ludzie, ich bezpieczeństwo, reputacja, pieniądze oraz bogactwa naturalne i środowisko;
- c) sprawiedliwość – obowiązek, by podejmować decyzje i zachowywać się w sposób bezstronny i obiektywny; zachowanie bezinteresowności, uprzedzeń i faworyzowania;

d) uczciwość – obowiązek zrozumienia prawdy i działania zgodnie z nią, zarówno w komunikacji, jak i w postępowaniu.

W ramach każdej wartości wyszczególnione zostały określone powinności (tab. 1) i zasady postępowania. Powinności są rozumiane jako normy postępowania, które powinny być stosowane przez praktyków zarządzania projektami. Obowiązki natomiast są bezwzględными wymaganiami ograniczającymi lub zakazującymi określone praktyki.

Tabela 1. Powinności wchodzące w skład poszczególnych wartości w Kodeksie Etyki i Profesjonalnego Działania PMI

	Odpowiedzialność	Szacunek	Sprawiedliwość	Uczciwość
Powinności	Decyzje i działania podejmuje się biorąc pod uwagę jak najlepiej pojęty interes społeczności, bezpieczeństwo publiczne i ochronę środowiska.	Poznajemy normy i zwyczaje uznawane przez innych i unikamy zachowań, które mogą być odebrane jako pozbawione szacunku.	Jawne podejmowanie decyzji. Nieustanne analizowanie naszej bezstronności i obiektywności, kiedy zajdzie potrzeba korygujemy nasze zachowania.	Gorliwe podążanie za prawdą. Prawdopodobność, postępowanie w sposób uczciwy.
	Akceptujemy te zadania, które odpowiadają naszym: wykształceniu, doświadczeniu, umiejętnościom i kwalifikacjom.			Dostarczanie rzetelnych informacji w odpowiednim momencie.
	Wypełniamy podjęte przez siebie zobowiązania.	Bezpośrednio zwracamy się do osób, które mają odmienne opinie lub pozostajemy w konflikcie.	Dbamy o jednakowy dostęp do informacji przez wszystkie osoby, które są do tego uprawnione.	Zobowiązania i obietnice, zarówno wyrażone wprost, jak i niewypowiedziane składamy w dobrej wierze.
	W przypadku zaniechań lub błędów, bierzemy za nie odpowiedzialność i natychmiast wprowadzamy korekty.			
	Gdy dostrzeżemy błędy lub zaniechania innych osób, niezwłocznie komunikujemy je właściwemu organowi.	Dbamy o zachowanie się w sposób profesjonalny, nawet jeżeli druga strona nie przestrzega tych samych reguł zachowania	Stwarzamy równe szanse dla wykwalifikowanych kandydatów	Stwarzamy warunki dające poczucie bezpieczeństwa i takie, które sprzyjają mówieniu prawdy
	Chronimy powierzone nam zastrzeżone i poufne informacje.			
	Przestrzegamy kodeksu i wzajemnie pociągamy się do odpowiedzialności za zamieszczone w nim zapisy			

Źródło: opracowanie własne na podstawie: (PMI, Kodeks Etyki i Profesjonalnego Postępowania), 2016.

Omówiony Kodeks Etyki i Profesjonalnego Zachowania ma szerokie zastosowanie w środowisku Project Managerów i globalnej społeczności zarządzania projektami. Jest wyrazem pewnych ideałów, a także praktyk postępowania dla wszystkich osób działających w obszarze zarządzania projektami.

Duży nacisk na postępowanie zgodne z zasadami etyki kładzie się również w metodyce IPMA. Zgodnie z Kodeksem Etycznym kierownika projektu IPMA, działanie Project Managera zgodne z zasadami etyki pozwala na zdobycie i budowanie zaufania

członków zespołu projektowego, a także innych podmiotów/osób z nim współpracujących: klientów, społeczeństwa, współpracowników, itd.

Według IPMA osoby działające w obszarze zarządzania projektami powinny postępować zgodnie z najwyższymi zawodowymi i osobistymi normami etycznymi, a także (Kodeks etyczny kierownika projektu IPMA):

- brać na siebie odpowiedzialność za swe działania,
- podejmować się przedsięwzięć tylko wtedy, kiedy posiada się kwalifikacje wynikające z wykształcenia lub doświadczenia,
- podnosić swe umiejętności zawodowe zgodnie z aktualnym stanem wiedzy i mieć świadomość konieczności doksztalcenia się i ciągłego rozwoju osobistego,
- podnosić prestiż zawodu poprzez wykonywanie go w sposób godny i przykładowy,
- przestrzegać kodeksu i zachęcać kolegów i współpracowników do postępowania zgodnego z nim,
- wspierać środowisko zawodowe poprzez swoje aktywne uczestnictwo oraz zachęcać do takiego uczestnictwa kolegów i współpracowników,
- przestrzegać prawa kraju, w którym wykonywana jest praca.

Zgodnie z IPMA osoby działające w środowisku projektowym zobowiązane są do promowania efektywności w zespole i minimalizacji kosztów, a także do stosowania przy tym najnowocześniejszych technik i narzędzi z zakresu Project Management. Dzięki temu projekt może zostać wykonany w sposób jak najbardziej rzetelny, tj. z zachowaniem założeń planu projektu. Ponadto kierownik projektu odpowiada za sprawiedliwe traktowanie wszystkich osób zaangażowanych w projekt, bez względu na odczucia osobiste i uprzedzenia. Od niego również zależy: zapewnienie właściwych warunków pracy, atmosfery w zespole, udzielanie wsparcia zespołowi, ocena podwładnych (powinna być maksymalnie obiektywna i bezstronna).

W kontaktach z pracodawcami i klientami osoby zajmujące się zarządzaniem projektami zobowiązane są (Kodeks etyczny kierownika projektu IPMA):

- działać jako lojalni przedstawiciele swych pracodawców i klientów w zakresie powierzonych im spraw zawodowych i handlowych,
- zachowywać poufność informacji na temat spraw handlowych lub procesów technicznych pracodawcy lub klienta w trakcie zatrudnienia, a także po ustaniu zatrudnienia, do czasu gdy informacje takie zostają udostępnione,
- informować swych pracodawców, klientów, organizacje zawodowe lub instytucje publiczne o jakichkolwiek okolicznościach, które mogłyby prowadzić do sprzeczności interesów,
- wystrzegać się działalności, która mogłaby być uznana lub stwarzać choćby tylko wrażenie korupcji, i otwarcie wyrażać swój sprzeciw wobec takich działań,
- rzetelnie i realistycznie przedstawiać jakość, koszt i czas projektu.

Zgodnie z metodyką IPMA kierownicy projektu mają także swoje powinności w stosunku do społeczeństwa. Związane są one głównie z zabieraniem głosu w dyskusjach dotyczących naruszania ważnych dla społeczeństwa wartości, dbaniem o zdrowie, bezpieczeństwo i dobro obywateli. To także obowiązek wymiany doświadczeń i upowszechniania wiedzy z zakresu zarządzania projektami, tak by obszar ten mógł być cały czas doskonalony, a praca kierownika projektu była należycie doceniana.

Podsumowanie

Omawiane standardy zarządzania projektami nie mogłyby być skuteczne, gdyby nie zasady etyki w zarządzaniu projektami. Ponadto widać zbieżność w formułowaniu norm i wartości wymienianych zarówno w PRINCE2, PMBoK Guide (PMI) jak i ICB (IPMA). Zatem bez względu na to, który standard wybierze Project Manager, bardziej istotne jest jak wypracuje wzajemne zasady współpracy i czy stworzony przez niego kodeks etyczny będzie stosowany w praktyce.

Literatura

- CMMISM for Development* (2010). Version 1.3. CMU/SEI-2010-TR-033 ESCTR-2010-033. Pittsburgh, Pa. Software Engineering Institute (SEI): Carnegie Mellon University.
- Dałkowski, B., Staśto, L., Zalewski, M. (2010). *NCB Polskie Wytyczne Kompetencji IPMA* wersja 3.0 (Polish IPMA Competence Guidelines version 3.0: Stowarzyszenie Project Management Polska, 2009.
- Garrett, T.M., Klonowski, R.J. (1986). *Business Ethics*. New Jersey: Prentice Hall.
- Gasik, S. (2010). *Model zarządzania wiedzą o projektach*. Rozprawa doktorska (Model of knowledge management about projects. Dissertation). Warszawa: University of Warsaw, Faculty of Management.
- Gasparski, W. (1978). *Projektowanie, koncepcyjne przygotowanie zadań*. Warszawa: PWN.
- Griffin, R. (2006). *Podstawy zarządzania organizacjami*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kisielnicki, J. (2011). *Zarządzanie projektami. Ludzie – procedury – wyniki*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Kodeks etyczny kierownika projektu IPMA*. Pobrano z: https://www.ipma.pl/ipma-polska/kodeks_etyczny_PM (27.04.2018).
- Kodeks Etyki i Profesjonalnego Postępowania* (2016). Project Management Institute. Pobrano z: https://pmi.org.pl/wp-content/uploads/2016/11/PMI_PC_Kodeks_Etyki_i_Profesjonalnego_Post%C4%99powania_PMI_9.2016.pdf (27.04.2018).
- Project Management Body of Knowledge*. (2009). Warszawa: Management Training and Development Center (wyd. 4).
- Prywata, M. (2010). *Zastosowanie metodyk zarządzania projektami w tworzeniu aplikacji internetowych*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP).

- Sernik-Żbikowska, I., Górny, P., Golik, A., Malus, K., (2009). *PRINCE2 – Skuteczne zarządzanie projektami*. Studio Tobox.
- Sternberg, E. (1998). *Czysty biznes. Etyka biznesu w działaniu*. Warszawa: PWN.
- Szaban, J. (2003). *Miękkie zarządzanie. Ze współczesnych problemów zarządzania ludźmi*. Warszawa: WSPiZ.

Abstrakt

Artykuł ma charakter teoretycznych rozważań nad rolą etyki w zarządzaniu projektami. Część pierwsza artykułu określa standardy z zakresu zarządzania projektami. W drugiej części pracy wskazano na rolę kodeksu etycznego, jako podstawy do skutecznego i etycznego zarządzania projektami.

The ethical aspects in the field of project management

The article is a theoretical consideration of the role of ethics in project management. The first part of the article outlines the most important standards in the field of project management. The second part of the article indicates the role of the code of ethics as the basis for effective and ethical project management.

Krystian Stróżewski*

Średnie tempo zmian liczby absolwentów z tytułem magistra w Polsce

Słowa kluczowe: metody statystyczne, przyrost, szkolnictwo wyższe

Keywords: statistical methods, growing, higher education

Wprowadzenie

Celem opracowania jest ukazanie dynamiki zmian liczby absolwentów studiów drugiego stopnia w Polsce. Do badania wykorzystano informacje statystyczne zaczerpnięte z Głównego Urzędu Statystycznego uwzględniające podział na województwa. Poddano analizie preferencje, dotyczące kariery zawodowej, osób z grupy wiekowej między 20 a 39 rokiem życia. W opracowaniu został przyjęty 5 letni okres badawczy obejmujący lata 2012–2016. Na podstawie wyników analizy dokonano oceny tempa zmian oraz czynników wpływających na badaną dynamikę.

Uczelnią wyższą powszechnie nazywa się szkołę uprawnioną do prowadzenia studiów wyższych, a te z kolei należy przyjąć za końcowy etap edukacji. W Polsce etapy kształcenia wyższego zgodne są z systemem bolońskim (Deklaracja Bolońska została podpisana 19.06.1999 roku przez 29 ministrów odpowiedzialnych za szkolnictwo wyższe), którego celem było podniesienie standardów kształcenia na uczelniach europejskich, tak by mogły konkurować z jednostkami amerykańskimi oraz utworzenie zwanego systemu kształcenia europejskiego. W myśl postulatów procesu bolońskiego studia odbywają się z podziałem na trzy stopnie. Wyróżnia się studia pierwszego stopnia, trwające co najmniej 3 lata, absolwent otrzymuje wówczas tytuł licencjata lub inżyniera.

* mgr Krystian Stróżewski, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Metod Ilościowych, doktorant, e-mail: kstrozewski@gmail.com

Dwuletnie studia drugiego stopnia, które po obronie pracy dyplomowej wieńczy tytuł magistra, magistra inżyniera lub tytuł równoznaczny. Studia doktoranckie – 3 stopnia – trwają 4 lata i kończą się uzyskaniem tytułu doktora (Deklaracja Bolońska, 1999, s. 2).

Istnieje wiele czynników wpływających na decyzję o wyborze czy podjęciu studiów. Jak powszechnie wiadomo, uczelnie wyższe zabiegają o studentów, oferując między innymi programy kształcenia w ramach wymiany międzynarodowej, dodatkowe kursy, studia podyplomowe. Obecnie studenci mają do wyboru wiele kierunków dostosowanych do możliwości intelektualnych kandydata. Wyróżnić można programy stypendialne będące wsparciem dla studentów pochodzących z ubogich rodzin lub wyróżniających się uzyskaną w toku studiów średnią ocen i osiągnięciami naukowymi.

Szkolnictwo wyższe, a w szczególności oferta studiów, rozwija się dynamicznie, jednak z roku na rok można zaobserwować spadek liczby absolwentów z tytułem magistra. Aby odpowiedzieć na pytanie, dlaczego utrzymuje się tendencja spadkowa, należy rozważyć wiele kwestii natury socjologicznej, psychologicznej i ekonomicznej.

Struktura liczby absolwentów z tytułem magistra w Polsce

Tendencja spadkowa liczby absolwentów z tytułem magistra, utrzymująca się od roku 2012, jest problemem ekonomicznym wartym rozważenia. Poszukiwanie odpowiedzi na pytanie, dlaczego z roku na rok maleje liczba studentów jest dość trudne. Niewątpliwie zmiany demograficzne odgrywają tu znaczącą rolę. Masowe migracje ludności, które swój początek miały na początku XXI wieku, wpłynęły na liczbę studentów w obecnych czasach, trzeba bowiem uwzględnić to, że wielu Polaków nie zamierza powracać do kraju.

Sedno problemu stanowią ponadto problemy socjologiczne oraz psychologiczne. Młodzi ludzie często zadają sobie pytania natury egzystencjalnej. Coraz więcej informacji zaczerpniętych z internetu, publikowanych na licznych forach i serwisach społecznościowych, dzięki którym studenci mogą dzielić się opiniami na temat uczelni, skutecznie hamują decyzje młodych ludzi o podjęciu studiów. Trzeba powiedzieć wprost, że część wypowiedzi na temat uczelni opublikowanych na forach jest negatywna oraz niezachęcająca. Wielu młodych Polaków decyduje się również na podjęcie pracy po ukończeniu szkoły średniej, odkładając przy tym plany dotyczące podjęcia studiów na później lub zastępując studia szkołami policealnymi, oferującymi podobne kierunki kształcenia. Wymienione czynniki wpływają na zmniejszenie liczby absolwentów uczelni wyższych, w szczególności z tytułem magistra (tab. 1).

Tabela 1. Liczba absolwentów uczelni wyższych z tytułem magistra w Polsce (2012–2016)

Województwo	2012	2013	2014	2015	2016
Dolnośląskie	18 503	18 621	16 964	15 891	15 761
Kujawsko-pomorskie	9 701	9 199	8 545	7 690	7 201
Lubelskie	12 681	12 321	11 906	10 557	9 462
Lubuskie	2 268	1 974	2 007	1 810	1 670
Łódzkie	13 911	11 785	11 107	9 995	9 301
Małopolskie	24 514	23 927	23 739	23 308	22 769
Mazowieckie	39 561	36 723	36 568	33 570	32 055
Opolskie	4 834	4 623	4 261	3 775	3 262
Podkarpackie	7 611	8 284	7 513	8 035	7 928
Podlaskie	6 475	6 069	5 218	4 876	4 086
Pomorskie	12 209	11 607	11 227	10 908	10 426
Śląskie	20 393	18 630	18 274	16 633	15 357
Świętokrzyskie	5 813	5 022	4 068	3 818	3 389
Warmińsko-mazurskie	6 342	5 104	4 678	4 088	3 788
Wielkopolskie	18 953	18 344	17 744	17 454	15 248
Zachodniopomorskie	7 501	6 723	5 983	5 504	4 968

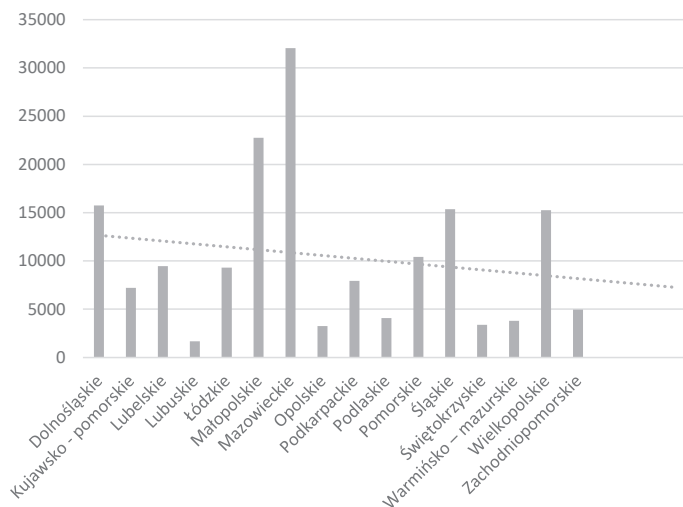
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Z przedstawionych w tabeli 1 danych wynika, że największą liczbę absolwentów zanotowano w województwie mazowieckim w roku 2012 – 39561 osób, najniższą zaś w województwie lubuskim – 2268 osób. Porównując dane z obu województw z ostatnich pięciu lat, w każdym zauważyć można spadkową tendencję liczby absolwentów. Można stwierdzić, że pomimo malejącego popytu na studia, liczba studentów jest wyższa dla województw mazowieckiego, małopolskiego, śląskiego, dolnośląskiego oraz wielkopolskiego. Wynika to z tego, że stolicy wyżej wymienionych województw są najbardziej zaludnionymi miastami w kraju. Przekłada się to na liczbę studentów, którzy chętniej wybiorą miasto oferujące atrakcyjniejsze życie, możliwości rozwoju, oferty pracy oraz rozrywkę. Najmniejsza liczba studentów wybiera uczelnie znajdujące się na terenie województw lubuskiego, opolskiego, warmińsko-mazurskiego i świętokrzyskiego, ponieważ są one niekorzystnie położone względem województw, w których znajdują się bardziej renomowane ośrodki naukowe. Ponadto w województwach warmińsko-mazurskim i świętokrzyskim z roku na rok odnotowuje się jedną z największych stóp bezrobocia w Polsce. Na przykładzie pozostałych województw również zaobserwować można zmniejszenie liczby absolwentów studiów II stopnia. Średnia liczba studentów, którzy ukończyli studia z tytułem naukowym magistra, magistra inżyniera oraz odchylenie standardowe obrazujące zmienność średniej, przedstawione w nawiasie, obrazuje zmiany, jakie wykazano na podstawie tabeli 1. W roku 2012 wynosiła 13204 (9486,5) osób, w roku 2013 było to 12435 (8998,8) studentów, na rok 2014 przypadło 11863 (9055,5) absolwentów, w roku 2015 średnia ilość magistrów spadła do 11120 (8495,7), a w 2016

liczba absolwentów studiów II stopnia to wyłącznie 10417 (8191,8) osób. Z roku na rok można zaobserwować spadek średniej liczby absolwentów z tytułem magistra z odchyleniem od średniej wynoszącym średnio 8846 studentów. Wartość mediany w badanym okresie wynosiła kolejno: w 2012 roku 10955 osób, w 2013 roku 10403 osoby, w 2014 roku 9826 absolwentów, w 2015 roku 9015 studentów oraz w 2016 roku 8614 absolwentów. Dalsze badania wykazały, że średnie tempo zmian jako uśrednienie indeksów indywidualnych z okresu 2012 do 2016 wyniosło – 6%, co wskazuje, że średnia liczba absolwentów z tytułem magistra w latach 2012–2016 malała o 6% z roku na rok.

Uwzględniając średnie tempo zmian, które ukazuje tendencję spadkową, wyznaczono prognozę popytu na usługi edukacyjne w Polsce. Prognozę wyznaczono używając linii trendu liniowego na okres kolejnych trzech lat, co zostało przedstawione na rysunku 1.

Rysunek 1. Prognoza popytu na usługi edukacyjne w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Zaprezentowana prognoza obejmuje okres trzech lat, kryterium wyjściowym był rok 2016. Do roku 2019 utrzymywać się będzie spadkowa tendencja popytu na usługi edukacyjne w Polsce – młodzi ludzie często decydują się na rozpoczęcie kariery zawodowej od razu po ukończeniu szkoły średniej, ze względu na konieczność pozyskiwania funduszy na życie. Koszty studiów zaocznych są relatywnie wysokie, natomiast na studiach dziennych wymagana jest obecność na zajęciach, co nie pozwala na pracę w pełnym wymiarze godzin. Praca na część etatu przynosi zyski i dotyczy ona studentów studiów dziennych, jednak zarobki są niższe co obniża standard życia. Przyczyną malejącego popytu

na usługi edukacyjne jest również brak możliwości rozwoju po ukończeniu edukacji, ponieważ, w większości przypadków, pracodawcy wymagają doświadczenia, którego nie mogą mieć absolwenci studiów, poszukujący pierwszej pracy. Decyzja o rozpoczęciu studiów jest często zależna od wieku studenta oraz statusu społeczno-ekonomicznego.

Wyniki badań statystycznych można odnieść do ogólnej liczby ludności z podziałem na wybrane grupy wiekowe co zaprezentowano w tabelach 2, 3, 4, 5.

Tabela 2. Liczba ludności według grupy wiekowej 20–24 lata w Polsce (2012–2016)

Województwo	2012	2013	2014	2015	2016
Dolnośląskie	193 053	185 268	178 428	169 645	161 473
Kujawsko-pomorskie	149 329	145 563	141 853	136 140	130 803
Lubelskie	160 562	155 564	150 768	144 279	138 032
Lubuskie	70 722	68 227	66 251	63 670	61 263
Łódzkie	164 778	160 477	156 302	150 797	144 414
Małopolskie	249 706	241 843	233 634	222 702	211 757
Mazowieckie	346 055	334 224	323 957	310 165	297 056
Opolskie	71 707	68 257	64 773	61 144	57 672
Podkarpackie	165 655	161 556	156 542	149 787	143 033
Podlaskie	90 204	87 982	85 210	81 702	77 999
Pomorskie	163 508	158 068	152 224	145 097	138 172
Śląskie	306 707	293 216	279 949	266 003	252 636
Świętokrzyskie	89 472	87 831	85 519	82 386	78 708
Warmińsko-mazurskie	108 450	105 687	102 035	97 778	93 644
Wielkopolskie	250 055	242 428	233 454	222 451	211 669
Zachodniopomorskie	117 042	114 251	111 409	107 537	103 670

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W tabeli powyżej przedstawiona została ogólna liczba ludności w Polsce w przedziale wieku 20–24 lata. Najniższe zaludnienie od 2012 do 2016 roku odnotowane zostało w województwie lubuskim, natomiast najwyższe w mazowieckim. Średnia liczba ludności w roku bazowym, 2012, wynosiła 168562,8 osób, natomiast w roku 2016 była równa 143875,1. Średnie tempo zmian liczby ludności w okresie od 2012 do 2016, w badanej grupie wiekowej, malało z roku na rok średnio o 4%. W badanej grupie wiekowej można odnotować niż demograficzny, którego skutkiem jest spadek liczby absolwentów studiów.

W tabeli 3 przedstawiona została liczba ludności w Polsce, z podziałem na województwa, obejmująca grupę wiekową 25–29 lat.

Tabela 3. Liczba ludności w poszczególnych województwach dla grupy wiekowej 25–29 lat (2012–2016)

Województwo	2012	2013	2014	2015	2016
Dolnośląskie	243 166	231 782	220 708	210 747	202 916
Kujawsko-pomorskie	171 548	164 614	158 304	153 445	150 064
Lubelskie	176 656	170 625	165 135	160 874	157 932
Lubuskie	85 437	81 560	77 705	74 519	71 983
Łódzkie	193 414	184 312	176 843	170 774	167 037
Małopolskie	282 310	274 733	267 239	260 405	256 227
Mazowieckie	426 147	410 872	394 758	379 930	367 602
Opolskie	82 705	79 820	77 294	74 831	72 647
Podkarpackie	178 519	174 352	170 805	168 014	166 374
Podlaskie	99 842	97 142	94 382	92 133	90 370
Pomorskie	192 225	186 457	179 869	174 677	171 136
Śląskie	371 117	355 930	341 787	327 671	315 479
Świętokrzyskie	100 452	96 518	92 864	90 093	89 017
Warmińsko-mazurskie	121 712	116 784	112 540	109 114	106 612
Wielkopolskie	292 732	282 908	272 428	263 922	257 112
Zachodniopomorskie	139 208	132 909	126 408	121 314	117 840

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Badana grupa wiekowa, jak wskazano powyżej, to osoby w wieku od 25 do 29 lat. Podobnie jak w tabeli 2, najniższą liczbę ludności odnotowano w województwie lubuskim, a w województwie mazowieckim najwyższą. Liczba ludności dla grupy wiekowej 25–29 lat w roku 2012 wynosiła średnio 197324,4 osób, natomiast w roku 2016 było to 172521,8 osób. Średnie tempo zmian liczby ludności w grupie wiekowej 25–29 lat, w badanym okresie, malało z roku na rok średnio o 3%. Utrzymujący się niż demograficzny znacząco wpływa na zmianę liczby studentów, dodatkowo w grupie wiekowej 25–29 lat, w analizowanym okresie, warto rozważyć czynniki społeczne, takie jak założenie rodziny, czy podjęcie pracy w pełnym wymiarze czasu, jako ograniczenie dla ukończenia studiów drugiego stopnia.

Tabela 4. Liczba ludności według grupy wiekowej 30–34 lata, z podziałem na województwa (2012–2016)

Województwo	2012	2013	2014	2015	2016
Dolnośląskie	250 524	255 764	257 913	257 189	253 501
Kujawsko-pomorskie	169 409	172 655	173 878	173 767	172 115
Lubelskie	171 182	173 865	174 289	174 157	172 418
Lubuskie	87 278	88 554	88 604	87 847	86 684
Łódzkie	200 108	201 838	201 356	199 140	195 859
Małopolskie	277 336	283 083	287 454	289 359	289 508
Mazowieckie	453 949	461 166	462 715	461 364	457 680
Opolskie	80 451	81 806	82 091	81 991	81 589
Podkarpackie	172 394	175 247	177 005	177 250	176 771
Podlaskie	92 881	95 136	96 309	97 284	97 520

Województwo	2012	2013	2014	2015	2016
Pomorskie	190 486	194 861	197 406	198 704	198 240
Śląskie	378 610	383 158	382 686	379 497	374 535
Świętokrzyskie	100 096	101 198	101 510	100 886	99 487
Warmińsko-mazurskie	118 966	121 452	121 941	121 620	120 395
Wielkopolskie	293 250	299 234	301 212	301 058	299 623
Zachodniopomorskie	144 046	146 181	146 039	144 361	141 426

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Ogólna liczba ludności w roku 2012 wynosiła średnio 198810,4 osób, a w roku 2016 201084,4 osób. Średnie tempo zmian liczby ludności w grupie wiekowej 30–34, w badanym okresie, wzrastało z roku na rok średnio o 0,3%. Warto zauważyć, że w tej grupie wiekowej nastąpił wzrost liczby ludności. Grupa wiekowa 30–34 lata to ludzie aktywni zawodowo oraz planujący założenie lub już posiadający rodzinę.

Ostatnią badaną grupę wiekową stanowili 35–39 latkowie.

Tabela 5. Liczba ludności według grupy wiekowej 35–39 lat, z podziałem na województwa (2012–2016)

Województwo	2012	2013	2014	2015	2016
Dolnośląskie	227 150	233 243	238 948	243 340	246 034
Kujawsko-pomorskie	158 539	160 545	162 956	164 380	164 110
Lubelskie	156 773	158 888	160 714	162 656	163 550
Lubuskie	79 214	81 308	83 205	84 368	84 223
Łódzkie	189 370	192 759	195 186	196 533	195 541
Małopolskie	254 932	261 466	266 250	270 986	273 263
Mazowieckie	427 187	439 525	450 407	457 126	457 531
Opolskie	75 038	75 920	77 075	77 613	77 923
Podkarpackie	159 396	162 178	164 799	166 800	167 570
Podlaskie	85 461	86 375	87 784	88 617	88 932
Pomorskie	178 264	181 793	185 322	187 598	188 240
Śląskie	347 319	354 337	361 076	366 449	368 067
Świętokrzyskie	92 571	94 319	95 622	96 536	96 669
Warmińsko-mazurskie	108 186	110 125	111 983	113 597	113 855
Wielkopolskie	269 827	275 233	282 120	286 749	287 770
Zachodniopomorskie	133 316	136 259	138 616	139 498	139 934

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Ogólna liczba ludności w roku 2012 wynosiła średnio 183908,9 osób, a w roku 2016 194575,8 osób. Średnie tempo zmian liczby ludności w grupie wiekowej 35–39, w badanym okresie, wzrastało z roku na rok średnio o 1%.

Badania statystyczne dowodzą, że spadek liczby ludności następował z roku na rok średnio o 5%, co bezpośrednio przyczyniło się do spadku liczby osób wykształconych w Polsce. Odnotowany przy pomocy podstawowych miar analizy struktury i dynamiki

niż demograficzny oraz wspomniane migracje ludności do krajów Europy Zachodniej skutkują wzrostem ubóstwa intelektualnego w Polsce. Warto również podkreślić, że młodzi Polacy często decydują się na kształcenie wyższe poza granicami kraju. Niekiedy, wybór ten jest uwarunkowany chęcią poznania innej kultury lub prestiżem wybranych uczelni zagranicznych oraz innymi czynnikami, takimi jak na przykład możliwy pobyt z rodziną mieszkającą w konkretnym państwie.

Na potrzebę porównania łącznej liczby osób ze wszystkich badanych grup wiekowych z liczbą absolwentów studiów, w badanym okresie, dokonano estymacji wskaźnika struktury na poziomie istotności 5%.

Łączną liczbę osób w badanych grupach wiekowych z podziałem na województwa w Polsce przedstawiono w tabeli 6.

Tabela 6. Łączna liczba osób w badanych grupach wiekowych w Polsce (2012–2016)

Województwo	2012	2013	2014	2015	2016
Dolnośląskie	913 893	906 057	895 997	880 921	863 924
Kujawsko-pomorskie	648 825	643 377	636 991	627 732	617 092
Lubelskie	665 173	658 942	650 906	641 966	631 932
Lubuskie	322 651	319 649	315 765	310 404	304 153
Łódzkie	747 670	739 386	729 687	717 244	702 851
Małopolskie	1 064 284	1 061 125	1 054 577	1 043 452	1 030 755
Mazowieckie	1 653 338	1 645 787	1 631 837	1 608 585	1 579 869
Opolskie	309 901	305 803	301 233	295 579	289 831
Podkarpackie	675 964	673 333	669 151	661 851	653 748
Podlaskie	368 388	366 635	363 685	359 736	354 821
Pomorskie	724 483	721 179	714 821	706 076	695 788
Śląskie	1 403 753	1 386 641	1 365 498	1 339 620	1 310 717
Świętokrzyskie	382 591	379 866	375 515	369 901	363 881
Warmińsko-mazurskie	457 314	454 048	448 499	442 109	434 506
Wielkopolskie	1 105 864	1 099 803	1 089 214	1 074 180	1 056 174
Zachodniopomorskie	533 612	529 600	522 472	512 710	502 870

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Z analizy danych empirycznych zawartych w tabelach 1 i 6 wynika, że odsetek absolwentów do ogólnej liczby ludności w badanych grupach wiekowych w roku 2012 wynosił 1,8%, natomiast w roku 2016 nastąpił spadek studentów, którym nadano stopień magistra do 1,5%. Można zatem stwierdzić, że z roku na rok odsetek osób, które ukończyły studia drugiego stopnia malał, co obecnie przekłada się na zmniejszenie zasobu ludzi nauki w Polsce.

Podsumowanie

Szkolnictwo wyższe odgrywa ważną rolę w życiu społecznym. Wykształceni magistrowie, inżynierowie wzbogacają szeroko pojętą ekonomię o swą wiedzę, kompetencje zawodowe, kulturę osobistą nabytą na studiach, umiejętności interpersonalne. Poszerzają horyzonty o nowe doświadczenia – w ramach praktyk zawodowych czy programów wymiany międzynarodowej. Człowiek wykształcony jest dla gospodarki dobrem, które niesie z sobą wiele korzyści dzięki wykonywanej przez niego pracy oraz piastowanego stanowiska. Wiedza jest niewyczerpanym zasobem przekazywanym i doskonalonym przez wiele pokoleń, dzięki czemu możliwy jest postęp i rozwój we wszystkich dziedzinach nauki. Spadek liczby osób wykształconych jest niepokojący, stąd też istotne jest zachęcanie ludzi młodych do podjęcia studiów oraz zapewnienie im możliwości rozwoju i samodoskonalenia w ich trakcie. Atutem uczelni jest niewątpliwie szeroka oferta dydaktyczna, możliwość odbycia stażu w ramach wymiany międzynarodowej oraz liczne zajęcia praktyczne. Sytuacja taka jest szansą na podniesienie jakości kształcenia.

Literatura

- Bąk, I., Markowicz, I., Mojsiewicz, M., Wawrzyniak, K. (2008). *Wzory i tablice statystyczne*. Szczecin: Katedra Ekonometrii i Statystyki Uniwersytetu Szczecińskiego. Stowarzyszenie Pomoc i Rozwój.
- Grotkowska, G., Sztanderska, U. (red.) (2015). *Spoleczne i ekonomiczne uwarunkowania wyborów osób w wieku 19–30 lat dotyczące studiowania*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- GUS. Pobrano z: <https://bdl.stat.gov.pl> (29.04.2018).
- Sobczyk, M. (1991). *Statystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sobczyk, M. (2010). *Statystyka opisowa*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck. Pobrano z: http://www.us.edu.pl/files/wiadomosci/pliki/pl_deklaracja_bolonska1999.pdf (24.09.2018).

Abstrakt

Celem opracowania było ukazanie w jaki sposób, średnio, z roku na rok, zmienia się liczba absolwentów studiów wyższych z tytułem magistra w latach 2012–2016, w wybranych grupach wiekowych oraz analiza tempa tych zmian. Wykazane w pracy miary pomogą odpowiedzieć na pytanie, jak kształtuje się liczba studentów obecnie oraz jak przedstawia się ona na tle ogółu ludności w Polsce.

Average rate of change number of graduates with master of science degree in Poland

The aim of the study was to show how, on average, the number of graduates with a master's degree varies from 2012 to 2016, in selected age groups and the analysis of the pace of these changes. Measures demonstrated in the work will help answer the question of how the number of students is currently shaped and how it is presented against the background of the total population in Poland.

Paulina Wardziak*

Diagnoza sytuacji ekonomicznej polskiego szpitalnictwa przy zastosowaniu analitycznych narzędzi finansowych

Słowa kluczowe: system ochrony zdrowia, szpital, wskaźniki finansowe

Keywords: healthcare system, hospital, financial indicators

Wprowadzenie

Trudna sytuacja finansowa szpitali, przejawiająca się głównie w postępujących, ujemnych wynikach finansowych oraz systematycznym zadłużaniu się placówek stanowi sztandarowy problem polskiego systemu ochrony zdrowia. Pomimo organizowanych przez władze publiczne licznych działań oddłużeniowych, nie udało się w wystarczający sposób ograniczyć skali oraz tempa zadłużania się jednostek leczniczych. Powodów tak trudnej sytuacji finansowej dopatrywać należy się zarówno w braku efektywności funkcjonowania systemu ochrony zdrowia jak i w niewłaściwym zarządzaniu szpitalami przez ich właścicieli.

Celem artykułu jest zdiagnozowanie sytuacji ekonomicznej polskich szpitali samorządowych w poszczególnych województwach Polski poprzez ocenę podstawowych wskaźników finansowych. Za dane źródłowe posłużyły publikacje Ministerstwa Zdrowia uwzględniające informacje na temat finansów szpitali za rok 2016.

* mgr Paulina Wardziak, pracownik Zakładu Usług Konsultingowych Know How Sp. z o.o., e-mail: paulina.wardziak@wp.pl

Charakterystyka aspektów ekonomicznych polskiego systemu ochrony zdrowia

Transformacja ustrojowa z 1989 roku spowodowała istotne zmiany w systemie politycznym Polski. Wraz z przeobrażeniami politycznymi stopniowym przekształceniom ulegały również uwarunkowania systemu ochrony zdrowia. Modyfikacje dotyczyły przede wszystkim sposobu finansowania zadań realizowanych przez sektor medyczny. Zmiany modelu finansowania oraz zachodzące równocześnie reformy samorządowe przyczyniły się do zdecentralizowania polskiej polityki zdrowotnej.

System ochrony zdrowia łączy ze sobą wszelkie aspekty opieki zdrowotnej. Stanowi on scalony zespół regulacji, którego celem jest zaspokajanie potrzeb zdrowotnych społeczeństwa. Głównie zadanie dokonywane jest dzięki współpracy podmiotów funkcjonujących w systemie ochrony zdrowia (Kolwitz, 2016). Hellich i Wierzowiecka (2017) zaliczają do nich:

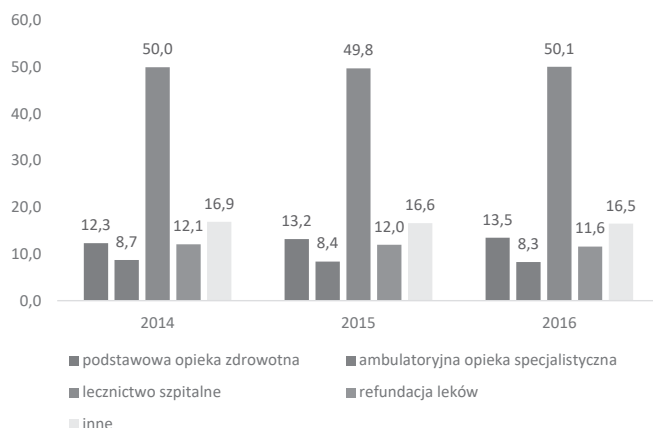
- świadczeniodawców,
- publicznego płatnika świadczeń opieki zdrowotnej, główną rolę odgrywa Narodowy Fundusz Zdrowia,
- właścicieli publicznych i niepublicznych zakładów opieki zdrowotnej,
- regulatory systemu ochrony zdrowia ustalające zasady jego funkcjonowania,
- świadczeniobiorców.

Efektywność funkcjonowania systemu ochrony zdrowia determinowana głównie przez jakość oferowanej opieki medycznej oraz stopień możliwości zaspokojenia potrzeb zdrowotnych zależna jest od wielu czynników. Jednym z najważniejszych jest model finansowania służby zdrowia oraz powiązany z nim poziom środków pieniężnych przeznaczanych na obsługę sektora medycznego. Obecny system finansowania polskiej służby zdrowia określić można jako ubezpieczeniowo-budżetowy (Gorzałczyńska-Koczkodaj, 2017). NFZ występujący w roli centralnego płatnika określa wysokość stawek oraz liczbę realizowanych świadczeń, decydując jednocześnie o rodzaju bezpłatnych usług. Świadczenia finansowane są głównie ze składek zdrowotnych. Do pozostałych publicznych źródeł finansowania ochrony zdrowia zaliczyć można budżet państwa, budżety regionów oraz lokalne. Niewielka część wydatków finansowana jest za pośrednictwem funduszy prywatnych (Jańczyk, 2010).

Dane prezentowane przez Główny Urząd Statystyczny (2017) wskazują, iż obsługa polskiego sektora ochrony zdrowia w około 70% finansowana jest ze środków publicznych. Pozostała część nakładów pochodzi ze środków prywatnych. Największy udział wśród publicznych środków przeznaczanych na służbę zdrowia mają składki na ubezpieczenia społeczne gromadzone w NFZ. W roku 2016 stanowiły one 86% wydatków publicznych na ochronę zdrowia. Pozostałe koszty świadczeń medycznych sfinansowane zostały w 10% przez budżet państwa, a w 4% przez jednostki samorządu

terytorialnego. Poniższy wykres przedstawia strukturę wydatków poniesionych przez NFZ, uwzględniając podział na poszczególne zakresy działalności medycznej w latach 2014–2016.

Wykres 1. Struktura wydatków NFZ według zakresów działalności medycznej w latach 2014–2016 (%)



Źródło: GUS (2017).

Największa część środków przeznaczana jest niezmiennie na finansowanie świadczeń realizowanych w ramach lecnictwa szpitalnego.

Poziom oraz struktura nakładów przeznaczanych na ochronę zdrowia zależne są od wielu czynników. Do głównych z nich zaliczyć można trendy demograficzne, oczekiwania obywateli czy też poziom zaawansowania technologii medycznych. Analizując dane prezentowane przez Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (<https://stats.oecd.org>) udział całkowitych wydatków przeznaczanych na ochronę zdrowia w PKB Polski w roku 2016 kształtował się na poziomie 6,4%. Biorąc pod uwagę publiczne bieżące wydatki przeznaczane na ochronę zdrowia na tle państw OECD, Polska plasuje się na 31 miejscu spośród 35 państw członkowskich.

Postępujące starzenie się społeczeństwa oraz stały wzrost kosztów usług zdrowotnych powodują znaczne problemy w finansowaniu systemu ochrony zdrowia. Niedobór środków publicznych na realizację zadań polityki zdrowotnej w znacznej mierze jest wypadkową poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego kraju (Bem, Prędkiewicz, Ucieklak-Jeż, 2014). Niski poziom finansowania polskiej służby zdrowia wynikać może z braku umiejętności odpowiedniego gospodarowania środkami oraz niewystarczających kontroli wydatków. Przytoczone aspekty w sposób bezpośredni przyczyniają się do nieefektywnej działalności całego systemu ochrony zdrowia, w tym również do

problemów finansowych szpitali, stanowiących główny filar działalności podmiotów leczniczych.

Wykres 2. Udział publicznych bieżących wydatków na ochronę zdrowia w PKB państw OECD w 2016 roku (%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych OECD.

Rola finansowych narzędzi analitycznych w ocenie sytuacji ekonomicznej szpitali

Zgodnie z ustawą o działalności leczniczej (Ustawa, 2011, art. 2.1, pkt. 9) szpital definiowany jest jako „zakład leczniczy, w którym podmiot leczniczy wykonuje działalność leczniczą w rodzaju świadczenia szpitalne”. Szpital stanowi więc wyodrębnioną jednostkę wyposażoną w określone zasoby majątkowe, dzięki którym możliwe jest prowadzenie działalności polegającej na świadczeniu całodobowych, kompleksowych świadczeń zdrowotnych.

Efektywność działania szpitali uzależniona jest od otoczenia w jakim funkcjonują, między innymi od uwarunkowań ekonomicznych, prawnych i organizacyjnych. Trudność prowadzenia tego rodzaju jednostek wynika bezpośrednio z konieczności realizacji usług medycznych przy jednoczesnym ograniczeniu zasobów systemowych. Podejmowanie właściwych decyzji ekonomicznych wymaga od kierowników przeprowadzania podstawowych procesów zarządczych: planowania, organizowania, koordynowania, motywowania oraz kontroli (Chluska, 2016). Dla efektywnej realizacji każdego z nich konieczne jest odpowiednie uporządkowanie oraz usystematyzowanie danych ekonomicznych znajdujących się w sprawozdaniach finansowych szpitali.

Prawidłowa ocena działalności jednostki wymaga zastosowania wysokojakościowych oraz adekwatnych do rodzaju spełnianych funkcji narzędzi. Niezwykle istotne

w tym względzie są wskaźniki finansowe, za pomocą których możliwe jest wychwytnie w stosunkowo szybkim czasie podstawowych relacji zachodzących pomiędzy określonymi, ekonomicznymi danymi (Jerzemowska, 2013). Ustosunkowując istotę wskaźników do obszarów działalności, na temat których dostarczają informacji Micherda (2006) wyodrębnił:

- wskaźniki płynności,
- wskaźniki zyskowności,
- wskaźniki wykorzystania kapitałów,
- wskaźniki wykorzystania majątku.

Poniżej zaprezentowane zostały najczęściej stosowane w praktyce wskaźniki finansowe wchodzące skład poszczególnych grup głównych.

Wskaźniki płynności

$$\text{wsk. płynności bieżącej} = \frac{\text{aktywa obrotowe}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$$

$$\text{wsk. płynności szybki} = \frac{\text{aktywa obrotowe} - \text{zapasy} - \text{krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$$

$$\text{wsk. płynności gotówkowej} = \frac{\text{inwestycje krótkoterminowe}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$$

Wskaźniki płynności dostarczają informacji na temat możliwości spłaty przez jednostki posiadanych, bieżących zobowiązań. Pierwszy ze wskaźników definiowany jako wskaźnik płynności bieżącej przyjmować powinien wartości z przedziału 1,5–2,0. Wskazuje on na możliwość pokrycia zobowiązań przez aktywa obrotowe podmiotu. Wskaźnik płynności szybkiej strukturą obliczeniową przypomina wskaźnik płynności bieżącej, przy czym z wartości aktywów wyłączane są wartości zapasów oraz krótkoterminowych rozliczeń międzyokresowych. Jego wartość powinna zamykać się w przedziale 1–1,2. Ostatni wskaźnik płynności gotówkowej informuje o stopniu możliwości spłaty bieżących zobowiązań poprzez zaangażowanie jedynie dostępnych środków pieniężnych. Jego optymalna wartość mieści się w przedziale 0,1–0,2 (Gabrusewicz, 2014).

Wskaźniki zyskowności

$$\text{wsk. rentowności majątku} = \frac{\text{zysk netto}}{\text{aktywa ogółem (majątek)}}$$

$$\text{wsk. rentowności kapitału własnego} = \frac{\text{zysk netto}}{\text{kapitał własny}}$$

$$\text{wsk. rentowności sprzedaży} = \frac{\text{wynik finansowy}}{\text{przychody}}$$

Wskaźniki zyskowności informują o stopniu rentowności poszczególnych kategorii ekonomicznych występujących w działalności podmiotów. Prezentują atrakcyjność prowadzonej działalności oraz wskazują na możliwość wzrostu majątku. Im wyższe wartości wskaźników w tym korzystniejszej sytuacji znajduje się jednostka (Rutkowski, 2016).

Wskaźniki wykorzystania majątku

$$\text{wsk. obrotowości zapasów} = \frac{\text{sprzedaż} \times 365}{\text{zapasy}}$$

$$\text{wsk. obrotowości należności} = \frac{\text{sprzedaż} \times 365}{\text{należności krótkoterminowe}}$$

Wskaźniki wykorzystania kapitałów

$$\text{wsk. zadłużenia ogólnego} = \frac{\text{zobowiązania ogółem}}{\text{aktywa ogółem}}$$

$$\text{wsk. zadłużenia długoterminowego} = \frac{\text{zobowiązania długoterminowe}}{\text{kapitały własne}}$$

$$\text{wsk. obrotowości zobowiązań} = \frac{\text{zobowiązania krótkoterminowe} \times 365}{\text{koszty działalności operacyjnej}}$$

Wskaźniki wykorzystania majątku oraz kapitałów dostarczają informacji na temat poziomu efektywności wykorzystywanych w działalności aktywów oraz pasywów. Wskaźniki wykorzystania majątku wskazują na poziom zdolności posiadanych przez jednostkę składników majątkowych do generowania odpowiednich wielkości osiągniętych przychodów. Definiowane są jako wskaźniki obrotowości bądź rotacji. Dostarczają informacji po jakim czasie jednostka zmuszona jest do odnowienia zapasów bądź wyegzekwowania należności od kontrahentów w celu osiągnięcia danego poziomu przychodów ze sprzedaży. Ich optymalna wartość zależy od rodzaju branży, w której działa dany podmiot (Nowak, 2014). Wskaźniki wykorzystania kapitałów umożliwiają ocenę stopnia zadłużenia jednostki oraz jej zdolności do obsługi zaciągniętych zobowiązań. Wskaźniki zadłużenia prezentują relację pomiędzy zobowiązaniami a określonymi składnikami majątku bądź kapitałów. Ich optymalna wartość nie powinna przekraczać 50%. Wskaźniki obrotowości (rotacji) zobowiązań wskazują na przeciętny okres spłaty

zadłużenia od momentu jego powstania. Ich wartość dostosowana być powinna do możliwości finansowych jednostki (Wielicka-Gańczarczyk, 2015).

Ocena działalności szpitali samorządowych za pomocą wskaźników finansowych

Podstawę oceny stanowiły sprawozdania zbiorcze szpitali samorządowych¹ przyporządkowanych do poszczególnych województw Polski. Dane pochodzą z Biuletynu Statystycznego Ministerstwa Zdrowia (Ministerstwo Zdrowia, 2017). W analizach uwzględnione zostały najbardziej aktualne informacje, to jest zbiorcze sprawozdania finansowe jednostek z roku 2016.

Celem badania jest wykorzystanie określonych założeń teoretycznych dotyczących analizy wskaźnikowej do zobrazowania stanu sytuacji ekonomicznej polskiego szpitalnictwa. Na badanie składa się określenie wartości poszczególnych wskaźników finansowych w zakresie szpitalnictwa dla 16 województw Polski oraz interpretacja uzyskanych wyników. W poniższych tabelach przedstawione zostały dane finansowe, który posłużyły do wyliczenia wartości poszczególnych wskaźników.

Tabela 1 Zbiorowe dane finansowe szpitali samorządowych (mln zł)

Wyszczególnienie	A	AO	Z	ŚP	KRM	KW	KO	ZO	ZD	ZK	P	KO	ZN
Dolnośląskie	2 063,22	610,62	45,55	276,74	8,67	883,38	1 179,84	590,61	180,83	409,77	2 192,01	409,77	-42,39
Kujawsko-pomorskie	1 821,83	532,99	40,89	165,52	14,71	593,89	1 227,94	709,88	265,72	444,15	1 682,46	444,15	31,95
Lubelskie	1 675,29	474,89	27,98	162,09	10,24	-17,63	1 692,92	874,76	370,62	504,14	1 792,13	504,14	-22,10
Lubuskie	304,93	99,94	8,32	51,78	0,52	156,47	148,46	65,09	25,83	39,26	318,39	39,26	4,96
Łódzkie	1 253,84	362,92	31,58	95,33	8,44	163,05	1 090,80	521,78	152,49	369,29	1 855,99	369,29	7,12
Małopolskie	2 346,58	616,21	47,88	254,55	15,44	710,71	1 635,87	509,02	123,51	385,51	2 610,42	385,51	11,80
Mazowieckie	3 683,82	814,04	62,38	342,40	13,54	819,71	2 864,11	878,33	245,40	632,93	3 437,62	632,93	-68,04
Opolskie	685,62	221,81	15,48	89,43	2,73	311,67	373,95	153,79	25,11	128,68	840,17	128,68	-3,43
Podkarpackie	1 793,62	437,41	40,47	97,96	10,93	135,07	1 658,55	819,18	193,91	625,26	2 225,70	625,26	-116,71
Podlaskie	1 032,00	249,43	16,41	121,44	2,05	125,44	906,57	307,50	134,54	172,96	966,39	172,96	18,57
Pomorskie	395,30	128,48	5,33	76,64	1,08	189,53	205,77	82,03	25,91	56,12	440,63	56,12	0,05
Śląskie	3 304,55	765,68	67,05	267,62	17,87	657,07	2 647,48	1 204,15	337,16	866,99	3 068,01	866,99	-83,66
Świętokrzyskie	1 374,24	373,54	26,87	133,69	8,13	211,90	1 162,35	406,03	121,74	284,29	1 499,84	284,29	-5,23
Warmińsko-mazurskie	919,55	254,06	24,13	90,73	8,70	272,01	647,54	229,65	65,75	163,90	1 124,62	163,90	-13,54
Wielkopolskie	2 212,99	465,63	52,05	163,45	9,44	848,23	1 364,76	472,80	105,89	366,93	2 386,22	366,93	-13,03
Zachodniopomorskie	1 420,22	341,64	32,13	141,59	5,67	517,28	902,95	341,62	100,90	240,74	1 219,16	240,74	-24,58

Oznaczenia użyte w tabelach definiują: A – aktywa ogółem, AO – aktywa obrotowe, Z – zapasy, SP – środki pieniężne i inne aktywa pieniężne, KRM – krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe, KW – kapitał własny, KO – kapitał obcy, ZO – zobowiązania ogółem, ZD – zobowiązania długoterminowe, ZK – zobowiązania krótkoterminowe, P – przychody netto ze sprzedaży, KO – koszty działalności operacyjnej, ZN – zysk netto.

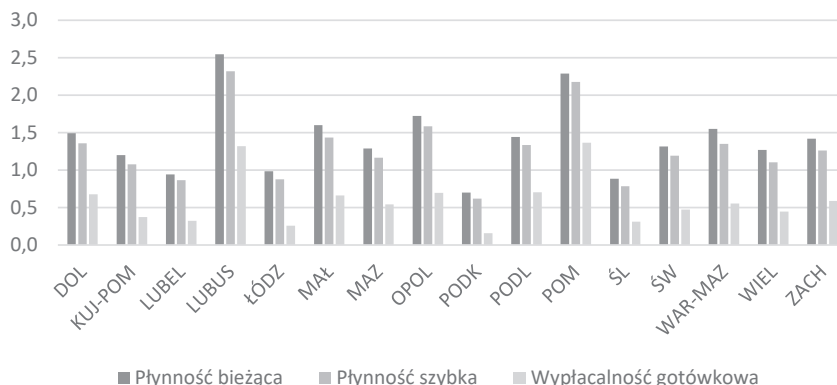
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Biuletynu Statystycznego Ministerstwa Zdrowia (2017).

¹ Szpitale, których podmiotem tworzącym są wojewódzka, powiatowa lub gminna jednostka samorządu terytorialnego, gmina na prawach powiatu.

Analiza płynności finansowej

Oceny płynności finansowej szpitalnictwa w poszczególnych województwach dokonano, biorąc za podstawę trzy podstawowe wskaźniki: płynności bieżącej, płynności szybkiej oraz płynności gotówkowej. Wyniki przedstawia poniższy wykres.

Wykres 3. Wartości wskaźników płynności polskich szpitali samorządowych w poszczególnych województwach



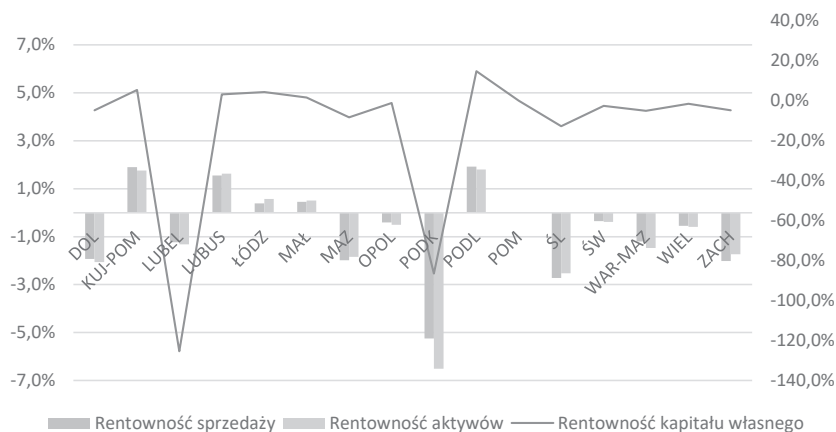
Źródło: opracowanie własne.

Ustosunkowując się do płynności bieżącej podmiotów, wskaźniki poniżej wartości progowych przyjmują szpitale w prawie połowie województw Polski. Najniższe wartości odnotowują jednostki znajdujące się na terenie województwa podkarpackiego. Analizując wartości wskaźników płynności szybkiej można dojść do wniosku, że sytuacja wygląda nieco lepiej. Brak płynności szybkiej wykazują jedynie jednostki w województwach: podkarpackim, śląskim, łódzkim oraz lubelskim. W przypadku większości województw wskaźniki kształtują się powyżej wartości progowych. Dla płynności gotówkowej graniczny poziom wskaźnika wykazuje jedynie województwo podkarpackie. Biorąc pod uwagę zestaw wszystkich trzech wskaźników w najgorszej sytuacji znajdują się szpitale umiejscowione w województwach: podkarpackim, śląskim, lubelskim oraz łódzkim.

Analiza rentowności

Oceny dokonano bazując na wskaźnikach zyskowności sprzedaży, aktywów oraz kapitałów własnych. Wyniki zaprezentowane zostały na poniższym wykresie.

Wykres 4. Wartości wskaźników rentowności polskich szpitali samorządowych w poszczególnych województwach



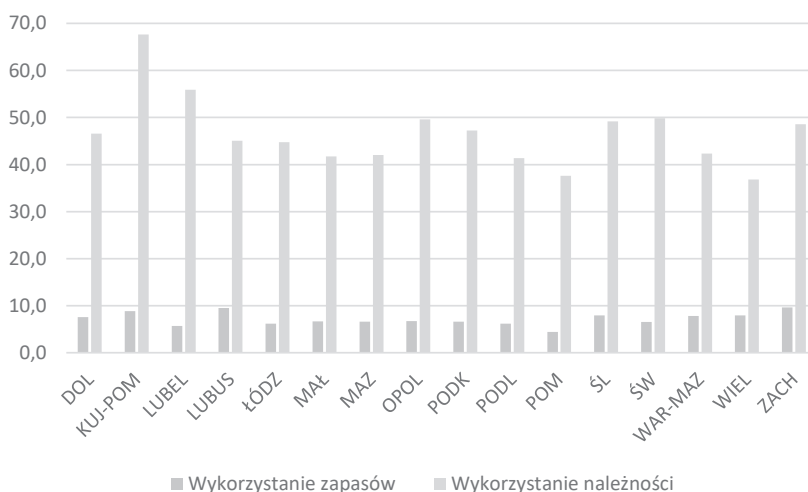
Źródło: opracowanie własne.

Podobne tendencje widoczne są dla wszystkich rodzajów wskaźników. Dodatni poziom rentowności na wszystkich analizowanych płaszczyznach odnotowują jedynie województwa: kujawsko-pomorskie, podlaskie, lubuskie, małopolskie oraz łódzkie. W najlepszej sytuacji znajdują się szpitale umiejscowione na terenie województwa podlaskiego (ROS – 1,9%, ROE – 1,8%, ROA – 14,8%). W najgorszej natomiast są placówki województwa podkarpackiego oraz lubelskiego. Wskaźniki rentowności kapitałów własnych w województwie podkarpackim zbliżają się do –90%, natomiast w województwie lubelskim przekraczają –120%. Wpływ na tę sytuację mają wysokie ujemne wyniki finansowe oraz ujemny poziom kapitału własnego, który zanotowany został w województwie lubelskim.

Analiza wykorzystania majątku

Do oceny zastosowano dwa wskaźniki: rotacji zapasów w dniach i rotacji należności w dniach”. Wyniki zaprezentowane zostały na poniższym wykresie.

Wykres 5. Wartości wskaźników rentowności polskich szpitali samorządowych w poszczególnych województwach



Źródło: opracowanie własne.

Najszybszy poziom uzyskiwania określonego poziomu przychodów osiągają placówki znajdujące się w województwie pomorskim (wskaźnik rotacji zapasów – 4,4, wskaźnik rotacji należności 37,6). W przypadku wskaźników obrotowości zapasów najwyższy ich poziom zauważalny jest w województwie zachodniopomorskim (9,6) oraz lubuskim (9,5). Najdłuższy okres w procesie uzyskiwania przychodów z egzekucji należności od kontrahentów posiadają jednostki zlokalizowane w województwie kujawsko-pomorskim (67,6).

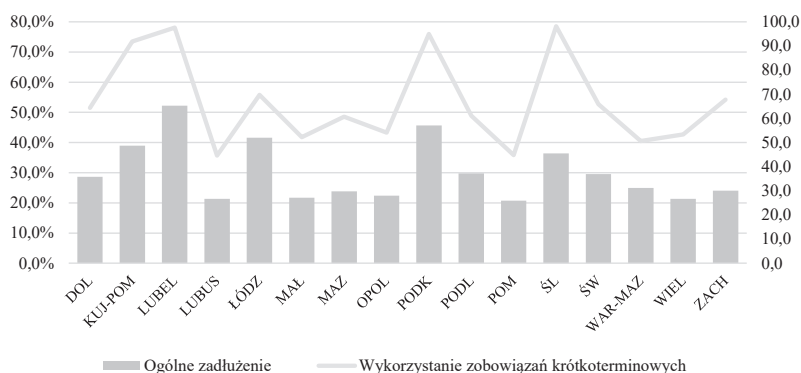
Analiza wykorzystania kapitałów

Analiza dokonana została za pomocą wskaźników: zadłużenia ogólnego, zadłużenia długoterminowego oraz wykorzystania zobowiązań krótkoterminowych. Wyniki zaprezentowano na wykresie 6.

Najwyższy poziom zadłużenia odnotowano w placówkach zlokalizowanych w województwach podkarpackim, lubelskim, podlaskim oraz łódzkim. Zadłużenie

długoterminowe na Podkarpaciu oraz Podlasiu przekracza 100%. Wysoki poziom zadłużenia ogólnego występuje w województwie lubelskim (ponad 50%). Ustosunkowując się do szybkości spłaty przez placówki zobowiązań bieżących, najniższy poziom wskaźnika występuje w województwach pomorskim oraz lubuskim (około 45 dni). Najdłużej z zapłatą za zobowiązania bieżące zalegają szpitale województw śląskiego, podkarpackiego oraz kujawsko-pomorskiego (ponad 90 dni).

Wykres 6. Wartości wskaźników wykorzystania kapitałów polskich szpitali samorządowych w poszczególnych województwach



Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

Specyfika działalności oraz wpływ kondycji finansowej szpitali na efektywność funkcjonowania całego systemu ochrony sprawiają, iż podmioty te odgrywają bardzo ważną rolę w procesie stabilizowania krajowej gospodarki. Szczególnego znaczenia w tym względzie nabiera rzetelna ocena działalności szpitali, umożliwiająca właściwie zdefiniowanie oraz usystematyzowanie czynników mających wpływ na najważniejsze obszary aktywności jednostek. Wyniki analiz ekonomicznych, w których znaczącą rolę odgrywają wskaźniki finansowe pozwalają na dobranie odpowiednich działań naprawczych, kluczowych w procesie poprawy sytuacji finansowej.

Przeprowadzone badanie, uwzględniające wartości poszczególnych grup wskaźników finansowych dla zbiorowych danych szpitali przyporządkowanych do określonych województw wykazało, iż w najgorszej sytuacji ekonomicznej znajdują się jednostki zlokalizowane na terenie województwa podkarpackiego. W ich przypadku widoczny jest wyraźny brak płynności finansowej, ujemna rentowność działalności oraz wysokie zadłużenie. W niekorzystnej sytuacji finansowej znajdują się także szpitale województw:

lubelskiego (wysokie, przekraczające 50% zadłużenie), śląskiego (wysokie zadłużenie oraz wydłużony czas spłaty zobowiązań związany z brakiem wolnych środków finansowych) oraz łódzkiego (poziom zadłużenia długoterminowego przekraczający 90%). Stosunkowo stabilną sytuacją finansową charakteryzują się szpitale województwa podlaskiego (najkorzystniejsze wskaźniki rentowności), pomorskiego, opolskiego i wielkopolskiego (najniższy poziom zadłużenia).

Główne problemy w funkcjonowaniu polskich szpitali samorządowych to brak płynności finansowej, ujemna rentowność oraz wysoki poziom zadłużenia. Tendencje te nie są jednak charakterystyczne dla wszystkich jednostek. Dla zachowania stabilności systemu oraz zapewnienia odpowiedniego poziomu jakości świadczonych usług konieczna jest stała analiza działalności tego rodzaju podmiotów.

Literatura

- Bem, A., Prędkiewicz, P., Ucieklak-Jeż P. (2014). Systemy finansowania opieki zdrowotnej w wybranych krajach. W: P. Ucieklak-Jeż, A. Bem (red.), *System ochrony zdrowia. Finansowanie, efektywność, restrukturyzacja* (s. 35–40). Częstochowa: Akademia im. Jana Długosza.
- Chluska, J. (2016). Nowe wyzwania zarządzania strategicznego w podmiotach leczniczych – szpitalach. *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie*, 2 (23), 69–78. DOI: 10.17512/znpcz.2016.3.2.07.
- Gabrusewicz, W. (2014). *Analiza finansowa przedsiębiorstwa*. Warszawa: PWE.
- Gorzałczyńska-Koczkodaj, M. (2017). Finansowanie służby zdrowia w Polsce na przykładzie samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 485, 178–189.
- GUS (2017). *Zdrowie i ochrona zdrowia w 2016 r.* Pobrano z: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/zdrowie/zdrowie/zdrowie-i-ochrona-zdrowia-w-2016-r-,1,7.html> (11.06.2018).
- Hellich, E., Wierzowiecka, A. (2017). Nowy model finansowania szpitali w Polsce – szanse i zagrożenia. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 333, 77–89. <https://stats.oecd.org/>.
- Jańczyk, P. (2010). Struktura systemów oraz finansowanie opieki zdrowotnej w Polsce i na świecie. *Master of Business Administration*, 2 (103), 120.
- Jerzemska, M. (2013). Podstawy teoretyczno-metodyczne analizy ekonomicznej. W: M. Jerzemska (red.), *Analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie* (s. 117). Warszawa: PWE.
- Kolwitz, M. (2016). Polityka zdrowotna w sektorze świadczeniodawców na szczeblu lokalnym. *Acta Politica Polonica*, 3 (37), 91–101. DOI: 10.18276/ap.2016.37-07.
- Micherda, B. (2006). *Problemy wiarygodności sprawozdania finansowego*. Warszawa: Difin.
- MZ. (2017). *Biuletyn Statystyczny Ministerstwa Zdrowia 2017*. Pobrano z: <https://www.csioz.gov.pl/statystyka/biuletyn-statystyczny> (11.06.2018).
- Nowak, E. (2014). *Analiza sprawozdań finansowych*. Warszawa: PWE.

Rutkowski, A. (2016). *Zarządzanie finansami*. Warszawa: PWE.

Ustawa z dnia 15.04. 2011 r. o działalności leczniczej. Dz.U. 2018, poz. 160, 138, 650.

Wielicka-Gańczarczyk, K. (2015). *Problematyka stosowania wskaźników ekonomicznych w ocenie kondycji finansowej podmiotów leczniczych*. Pobrano z: <http://organizacjaizarzadzanie.blogspot.com> (08.06.2018).

Abstrakt

Podmioty lecznicze, wśród których znaczącą rolę odgrywają szpitale, zmuszone są do działania w warunkach ograniczenia systemowych zasobów oraz obowiązku realizacji usług polegających na ratowaniu ludzkiego życia. Specyfika działalności tychże jednostek oraz niestandardowy sposób finansowania stwarzają konieczność szczegółowego przyjrzenia się efektywności ich działalności. Ma ona bowiem wpływ na poziom zdrowia całego społeczeństwa. Celem artykułu jest ocena sytuacji ekonomicznej polskiego szpitalnictwa, z naciskiem na szpitale samorządowe. Do analiz zastosowane zostały podstawowe narzędzia analityczne w postaci wskaźników finansowych.

Diagnosis of economic situation of Polish hospitals using analytical financial instruments

Healthcare entities, of which hospitals play a significant role, are forced to function and save human life with limited financial resources. The activities of hospitals have an indisputable impact of the general health status of the population. The specificity character of these entities activities and specific funding make it necessary to look at their effectiveness in detail. This article aims to provide evaluation of the activities of Polish hospitals with focus on municipal hospitals. Basic analytical tools, such as financial indicators were used for the analysis.

Marek Mozga*

Kształtowanie się sprzedaży nowych samochodów osobowych w Polsce z podziałem na województwa w 2017 roku

Słowa kluczowe: ekonomia, sprzedaż, kształtowanie się, gospodarka, motoryzacja

Keywords: economy, sale, shaping, economy, automotive

Wprowadzenie

Celem artykułu jest zbadanie, jak kształtowała się sprzedaż nowych samochodów osobowych w Polsce w 2017 roku, z podziałem na regiony. W 2016 roku w fabrykach znajdujących się na terenie Polski wyprodukowano ok. 555 000 samochodów osobowych. Wartość łączna szeroko rozumianej produkcji przemysłu motoryzacyjnego wynosiła ponad 150 mld złotych. Cała branża motoryzacyjna odpowiada obecnie za 3,8% całej wartości dodanej brutto wytwarzanej w polskiej gospodarce. Dynamicznie rośnie zarówno improt, jak i eksport produktów przemysłu motoryzacyjnego (Michna, 2017).

Sprzedaż nowych samochodów osobowych w Polsce od wielu lat wzrasta. Dla każdego przedsiębiorcy oraz osoby zajmującej się stanem i kierunkami rozwoju gospodarki oraz dla każdego ekonomisty, ważne jest, by obserwować, jak kształtują się poszczególne gałęzie gospodarki.

Poniższy tekst składa się z kilku części. W pierwszej części artykułu opisane zostały dane potrzebne do badania oraz metodyka zastosowanych obliczeń. W drugiej części zawarte zostały wyniki empiryczne wraz z dokładnym opisem metod pracy oraz analiza

* mgr inż. Marek Mozga, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, doktorant, e-mail: marek.mozga512@gmail.com

uzyskanych wyników. Ostatnim elementem artykułu jest podsumowanie i wnioski ogólne z przebiegu badań.

Opis pozyskanych danych i metod pracy

W badaniach zostały zastosowane dane pozyskane z publikacji Centralnej Ewidencji Pojazdów i Kierowców (GUS). Znaleźć tam można między innymi dane dotyczące liczby zarejestrowanych pojazdów w Polsce i regionie, liczbę ludności w Polsce z uwzględnieniem osób, które ukończyły 18. rok życia, a tym samym były uprawnione do posiadania prawa jazdy oraz samochodu osobowego. Zawarte zostały tam także oficjalne wyniki sprzedaży, prezentowane przez samych producentów oraz media motoryzacyjne. Dane dotyczą ilości rejestracji pojazdów pozyskanych z publikacji Centralnej Ewidencji Pojazdów i Kierowców na rok 2017 (GUS, 2018). Obejmują pierwsze 8 miesięcy danego roku. Z tego też powodu wszystkie pozostałe dane, które dotyczą całego roku 2017, zostały w prostej kalkulacji matematycznej pomniejszone o $\frac{1}{4}$, by móc je zestawiać ze sobą i wyciągać na ich podstawie wnioski. W badaniach nie zostały zastosowane żadne specjalistyczne metody obliczeń, jedynie proste matematyczne rozwiązania – obliczanie średnich, procentów oraz umiejętne zestawienia jednych wyników z drugimi w celu formułowania odpowiednich wniosków. Nowe pojazdy samochodowe należy dzielić na różne kategorie. Najpowszechniejszą z nich są pojazdy samochodowe których masa całkowita nie przekracza 3,5 tony. Te z kolei należy podzielić na auta osobowe i dostawcze. W artykule skupiono się na pojazdach osobowych. Przedstawiono także dane dotyczące wysokości środków finansowych, jakie jest w stanie przeznaczyć przeciętny Polak na kupno samochodu osobowego. Dane te są potrzebne, żeby zrozumieć dlaczego rynek motoryzacyjny jest kreowany w taki a nie inny sposób, gdyż to właśnie zarobki wskazują na jaką skalę wydatków pozwala domowy budżet Polaków.

Wyniki empiryczne

Tabela 1. Sprzedaż wszystkich nowych aut osobowych w Polsce w latach 2007–2017

Lata	Sprzedaż wszystkich nowych aut osobowych w Polsce
2007	292 400
2008	320 007
2009	320 010
2010	333 552
2011	320 120
2012	312 078
2013	331 655

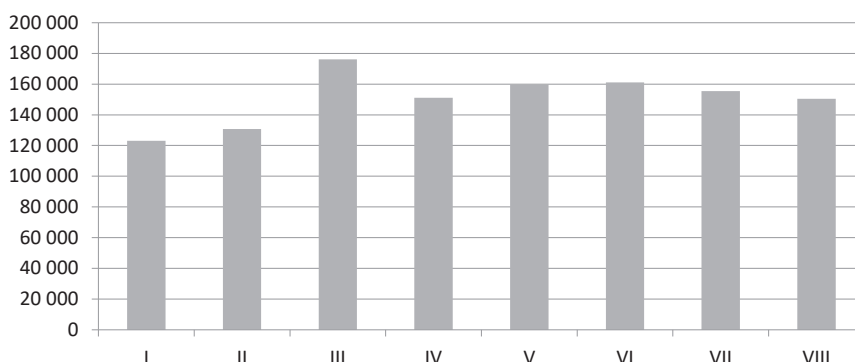
Lata	Sprzedaż wszystkich nowych aut osobowych w Polsce
2014	372 367
2015	408 257
2016	475 935
2017	542 600

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Hańczka (2014), Hańczka (2017), Frelichowski (2010), Michna (2017), moto.wp (2013).

Tabela nr 1 zawiera oficjalne wyniki sprzedaży nowych samochodów osobowych podawane przez samych producentów oraz media motoryzacyjne. W latach 2007–2017 (z pominięciem 2011 i 2012, kiedy nastąpił spadek), obserwuje się stałą tendencję wzrostową sprzedaży nowych pojazdów osobowych. Sprzedaż tych aut w 2017 roku wzrosła o 185,6% w stosunku do roku 2007, więc niemal dwukrotnie.

Tabela 2. Raport dotyczący pojazdów zarejestrowanych w trzech pierwszych kwartałach 2017 roku

I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
123 077	130 683	176 063	151 183	159 897	161 115	155 418	150 517				



Źródło: opracowanie własne na podstawie cepik.gov.pl.

W tabeli nr 2 przedstawiono liczbę rejestracji pojazdów w 3 kwartałach 2017 roku. Wynika z niej, że średnio rejestrowano 156 619 pojazdów każdego miesiąca, przy czym należy pamiętać, że dane obejmują nie tylko samochody, ale także np. motory, traktory, ciągniki rolne.

Tabela 3. Raport dotyczący rejestrowanych pojazdów – z wyszczególnieniem samochodów osobowych – w trzech kwartałach 2017 roku w każdym z województw

Województwo	I, II, III kwartał 2017 roku (w sztukach)	Udział samochodów osobowych we wszystkich zarejestrowanych pojazdach (w %)	Nowo zarejestrowane samochody osobowe (w sztukach)
Dolnośląskie	87 890	7,014	63 233
Kujawsko-pomorskie	55 435	4,424	39 884
Lubelskie	58 018	4,630	41 741
Lubuskie	79 167	6,318	56 959
Łódzkie	70 033	5,589	50 387
Małopolskie	102 850	8,208	73 998
Mazowieckie	228 269	18,218	164 241
Opolskie	25 728	2,053	18 508
Podkarpackie	61 781	4,930	44 446
Podlaskie	31 085	2,480	22 358
Pomorskie	67 928	5,421	48 872
Śląskie	127 772	10,197	91 929
Świętokrzyskie	36 110	2,881	25 973
Warmińsko-mazurskie	34 318	2,738	24 684
Wielkopolskie	143 265	11,434	103 081
Zachodniopomorskie	43 310	3,456	31 157
Razem	1 252 959	100	901 451

Źródło: opracowanie własne na podstawie cepik.gov.pl.

W tabeli nr 3 przedstawiono liczbę rejestracji pojazdów w każdym z regionów Polski. Obok przedstawiono udział procentowy każdego z regionów w ogólnej sumie zarejestrowanych pojazdów. Z publikacji Centralnej Ewidencji Pojazdów i Kierowców wynika, że z 1 252 959 zarejestrowanych pojazdów, 901 451 to samochody osobowe. Na tej podstawie oraz liczbie rejestracji w każdym regionie obliczono prawdopodobne liczby rejestracji samochodów osobowych przypadających na każde województwo. Pogrubioną czcionką zaznaczono województwo mazowieckie, w którym to odnotowano najwięcej rejestracji, z kolei pogrubioną czcionką z podkreśleniem zaznaczono region opolski, w którym to odnotowano najniższy poziom rejestracji.

Tabela 4. Zestawienie ilości nowych aut przypadających na region (kupione do celów prywatnych i służbowych) w 2017 roku

Województwo	Udział samochodów osobowych we wszystkich zarejestrowanych pojazdach (w %)	Nowe auta kupione do celów prywatnych (korekta –33,3%)	Nowe auta kupione prywatnie do celów służbowych (korekta –33,3%)
Dolnośląskie	7,014	8 250	17 135
Kujawsko-pomorskie	4,424	5 203	10 807
Lubelskie	4,630	5 446	11 310
Lubuskie	6,318	7 431	15 434
Łódzkie	5,589	6 574	13 653

Województwo	Udział samochodów osobowych we wszystkich zarejestrowanych pojazdach (w %)	Nowe auta kupione do celów prywatnych (korekta –33,3%)	Nowe auta kupione prywatnie do celów służbowych (korekta –33,3%)
Małopolskie	8,208	9 654	20 051
Mazowieckie	18,218	21 428	44 505
Opolskie	2,053	2 356	1 190
Podkarpackie	4,930	5 799	12 044
Podlaskie	2,480	2 917	6 058
Pomorskie	5,421	6 376	13 243
Śląskie	10,197	11 994	24 910
Świętokrzyskie	2,881	3 389	7 038
Warmińsko-mazurskie	2,738	3 220	6 681
Wielkopolskie	11,434	13 449	27 932
Zachodniopomorskie	3,456	4 065	8 443
Razem	100	117 622	244 292

Źródło: opracowanie własne na podstawie cepik.gov.pl.

W tabeli nr 4, w pierwszej kolejności, przedstawiono procentowy udział nowych samochodów we wszystkich zarejestrowanych pojazdach w Polsce w pierwszych trzech kwartałach roku 2017. Z wcześniej uzyskanych danych wynikało, że w 2017 roku sprzedano 542 600 samochodów osobowych. Wyniki rejestracji dotyczą jedynie pierwszych ośmiu miesięcy 2017 roku (8 miesięcy to 66,7 % całego roku), by uzyskać bardziej wiarygodne wyniki i móc zestawiać je ze sobą w puli sprzedanych samochodów odjęto 33,3%. Z tego obliczenia wynika, że sprzedaż aut w trzech kwartałach 2017 roku wyniosła 361 914 sztuk.

W 2013 roku jedynie 42% klientów salonów samochodowych stanowili klienci indywidualni. Wynika z tego, iż większość nowych aut jest kupowana na potrzeby przedsiębiorstw. Analitycy wskazują, że klienci wybierają nowe auta do firm, jednak prywatnie decydują się na kupno auta kilkuletniego, głównie z powodu ceny. Związane jest to z drastycznie spadającą wartością aut używanych. Jednym z najbardziej gwałtownych spadków cen wśród modeli samochodowych może się pochwalić marka VW z modelem Phateon. Otóż model ten jest, a raczej był (gdyż już nie jest produkowany) autem luksusowym. Nie cieszył się jednak swoją popularnością i poniósł sprzedażową porażkę.

Model Phateon w salonie kosztował około 500 000 złotych. Po 12 latach można kupić rynku wtórnym ten samochód za 15–30 tysięcy złotych, co daje nam spadek miesięczny wartości auta (od daty produkcji do teraz) o ok. 3500 zł. Jest to tylko jeden z przypadków drastycznego spadku ceny auta na rynku wtórnym. Większość samochodów co prawda nie notuje aż tak wielkiego spadku, jednak uważa się, iż auto tuż po opuszczeniu z salonu traci parę procent swojej pierwotnej ceny i spada ona co każdy czwarty miesiąc eksploatacji (moto.wp, 2013). Spadek sprzedaży pojazdów do celów prywatnych cały czas się pogłębia. W 2016 roku aż 67,5% nowych aut kupionych zostało

przez przedsiębiorstwa. Jedynie 32,5% stanowili klienci indywidualni (Hańczka, 2014) (Hańczka, 2017). Z danych przedstawionych w powyższej tabeli wynika, że sprzedaż nowych samochodów osobowych do celów prywatnych w roku 2017 wyniosła 117 622 sztuk. Z kolei do przedsiębiorstw kupiono 244 292 sztuki aut osobowych. Te wyniki, zestawiając je z procentowym udziałem wszystkich zarejestrowanych pojazdów, pozwalają wskazać, ile w danym regionie mogło być kupionych nowych samochodów osobowych do celów prywatnych i służbowych.

Tabela 5. Zestawienie ogólne

Sprzedaż nowych aut osobowych w 2017 roku	542 600
Zakup nowych aut osobowych w 2017 roku dla celów prywatnych (nie na firmę)	176 345
Korekta –33,3 % od sumy nowych, kupionych samochodów osobowych prywatnych, by zrównać dane z liczbą rejestracji aut osobowych w pierwszych 8 miesiącach roku 2017	117 622
Korekta –33,3% od sumy nowych samochodów osobowych ogółem w roku 2017, by zrównać dane z liczbą rejestracji aut osobowych w pierwszych 8 miesiącach tego roku	361 914
Liczba nowych samochodów osobowych kupionych „na firmę” w 2017 roku po korekcie –33,3%	244 292
Liczba wszystkich zarejestrowanych samochodów osobowych w 2017 roku	901 451
Liczba osób uprawnionych do posiadania prawa jazdy oraz zakupu samochodu osobowego w 2017 roku	31 513 000
Co który Polak zakupił nowy samochód osobowy do celów prywatnych w roku 2017	Co 268 osoba (31 513 000 / 117 622)
Osoby, które kupiły samochód osobowy do celów prywatnych (w %)	0,37 % (117 622 * 100 / 31 513 000)
Co który Polak zakupił nowy samochód osobowy „na firmę”	Co 129 osoba (31 513 000/ 244 292)
Liczba osób w Polsce, które kupiły samochód osobowy „na firmę” (w %)	0,77 % (244 292 * 100 / 31 513 000)

Źródło: opracowanie własne na podstawie cepik.gov.pl, GUS (2018), Hańczka (2014), Hańczka (2017), Frelichowski (2010), Michna (2017), moto.wp (2013).

W tabeli nr 5 zestawiono wyniki ogólne już wcześniej prezentowane oraz przedstawiono co która osoba w Polsce średnio decyduje się na zakup nowego pojazdu do celów prywatnych i służbowych w postaci wyniku procentowego. Główny Urząd Statystyczny podaje, że w roku 2017 liczba ludności w Polsce wyniosła 38 433 600 osób. Z kolei liczba osób powyżej 18 roku życia, czyli takich które mogą posiadać prawo jazdy i zostać właścicielami samochodu osobowego wyniosła 31 513 000 (GUS, 2018). Za pomocą tych danych z tabeli nr 5 obliczono, że co 268 osoba powyżej 18. roku życia w Polsce zdecydowała się kupić nowy samochód osobowy do celów prywatnych. Daje to jedynie 0,37 % pełnoletnich obywateli Polski.

Lepszy wynik osiągnięto w zakresie zakupu aut osobowych do celów służbowych. Co 129 osoba powyżej 18. roku życia w Polsce zdecydowała się nabyć nowy samochód

osobowy „na firmę”. Jest to 0,77% pełnoletnich obywateli Polski. Widoczna jest olbrzymi dysproporcja między tym, ile aut osobowych jest kupowanych do celów prywatnych a ile do celów służbowych. W 2010 roku internetowa platforma chcekupicauto.pl przeprowadziła badania na temat tego jakimi samochodami są zainteresowani Polacy (preferencje) oraz jaką kwotę są w stanie na ten cel przeznaczyć. Z tych badań wynikało między innymi, że w 2010 roku, przy średnim wynagrodzeniu 3300 zł, przeciętny Polak był w stanie przeznaczyć na pojazd samochodowy 26 tysięcy złotych, biorąc pod uwagę, że w roku 2017, przy średnim wynagrodzeniu 4200 zł, przeciętny Polak jest w stanie przeznaczyć 33 tysiące złotych. Oznacza to, iż w dalszym ciągu przeciętnego Polaka nie stać na nowy samochód (Frelichowski, 2017).

Podsumowanie

Branża motoryzacyjna w Polsce cały czas się rozwija. Dane sprzedażowe samochodów osobowych w ostatnich dziesięciu lat pokazują tendencję wzrostową. Poprzez odpowiednie zestawienie i obliczenie wszystkich danych udało się osiągnąć zamierzony cel, jakim było zbadanie, jak kształtuje się sprzedaż nowych samochodów osobowych w Polsce w roku 2017, z podziałem na regiony. Z badań wynikało że w pierwszych III kwartałach jedynie 0,37% pełnoletniego społeczeństwa kupiło samochód osobowy do celów prywatnych, a 0,77% do celów służbowych. Najwięcej aut, bo łącznie aż 65 933 zostało kupionych w Mazowieckiem a najmniej, bo jedynie 3 546 sztuk, trafiło do województwa opolskiego. Tłumaczyć to można tym, że Polacy niechętnie kupują nowe samochody osobowe do celów prywatnych z powodu niskich zarobków. Średnie wynagrodzenie w 2017 roku wyniosło 4 200 zł brutto. Obecnie Polak o takich zarobkach jest w stanie przeznaczyć na zakup samochodu osobowego średnio 33 tysiące złotych. Mimo szerokiej gamy pojazdów jakie oferują salony samochodowe, jest to za mała kwota, by móc pozwolić sobie na auto z salonu.

Literatura

- Frelichowski, W. (2010). *Polacy chcą auta na 2–3 lata. Przeciętnie na samochód wydajemy 26 tysięcy zł*. Pobrano z: <https://gs24.pl/polacy-chca-auta-na-23-lata-przecietnie-na-samochod-wydajemy-26-tysiecy-zl/ar/5393204> (13.02.2018).
- Frelichowski, W. (2010). *Zobacz, ile na auta wydaje przeciętny Polak*. Pobrano z: <http://www.wspolczesna.pl/auto/art/5714896,zobacz-ile-na-auto-wydaje-przecietny-polak,id,t.html> (13.02.2018).
- Hańczka, W. (2014). *Sprzedaż nowych samochodów w Polsce w 2013 roku*. Pobrano z: <https://motofocus.pl/informacje/wiadomosci-rynkowe/11354/sprzedaz-nowych-samochodow-w-polsce-w-2013-r> (6.02.2018).

- Hańczka, W. (2017). *Sprzedaż nowych samochodów w Polsce w 2016 r. – nowy rekord*. Pobrano z: <https://motofocus.pl/informacje/nawosci/44703/sprzedaz-nowych-samochodow-w-polsce-w-2016-r-nowy-rekord> (6.02.2018).
- Wirtualna Polska. *Sprzedaż samochodów w roku 2012*. Pobrano z: <https://moto.wp.pl/sprzedaz-samochodow-w-roku-2012-6068777638720129a> (6.02.2018).
- GUS (2018). *Ludność, stan i struktura oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2017 r. Stan w dniu 31 XII*. Pobrano z: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/ludnosc/ludnosc-stan-i-struktura-oraz-ruch-naturalny-w-przekroju-terytorialnym-w-2017-r-stan-w-dniu-31-xii,6,23.html?pdf=1> (20.08.2018).
- Michna, J. (2017). *Raport: Stan branży motoryzacyjnej oraz jej rola w polskiej gospodarce*. Pobrano z: <https://home.kpmg.com/pl/pl/home/insights/2017/09/raport-stan-branzy-motoryzacyjnej-oraz-jej-rola-w-polskiej-gospodarce.html> (20.08.2018).
- GUS. Pobrano z: <http://stat.gov.pl> (20.08.2018).
- Mozga, M. (2018). *Wpływ koniunktury gospodarczej na działalność firmy rodzinnej na przykładzie ASO MAREK MOZGA w latach 2007–2017*. Praca magisterska. Uniwersytet Szczeciński.
- Raport pojazdów zarejestrowanych w trzech pierwszych kwartałach 2017 roku*. Pobrano z: cepik.gov.pl, 20.08.2018.

Abstrakt

Celem artykułu było zbadanie, jak kształtowała się sprzedaż nowych samochodów osobowych w Polsce w roku 2017, z uwzględnieniem podziału na regiony. Branża motoryzacyjna zarówno w Polsce, jak i na świecie, jest potężną i wszechobecną częścią każdej gospodarki. Należy zatem śledzić kształtowanie się rynku zbytu nowych pojazdów, żeby wiedzieć, w jakim kierunku dany kraj/region dąży. Dane potrzebne do artykułu zostały uzyskane z publikacji Centralnej Ewidencji Pojazdów i Kierowców, Głównego Urzędu Statystycznego oraz oficjalnych wyników sprzedażowych przedstawianych przez samych producentów oraz media motoryzacyjne. Po zestawieniu i obliczeniu wszystkich danych sformułowano wnioski, że w pierwszych III kwartałach 2017 roku jedynie 0,37% pełnoletniego społeczeństwa Polski zakupiło samochód osobowy do celów prywatnych, a 0,77% do celów służbowych. Najwięcej aut, bo łącznie aż 65 933 zostało kupionych w Mazowieckiem a najmniej, bo jedynie 3 546 sztuk, trafiło do regionu opolskiego.

Making sale of new cars in Poland divided into regions in 2017

The purpose of the article is to examine how the sales of new passenger cars in Poland are shaped, divided into regions in 2017. The automotive industry in Poland and on the luminaire is a powerful and ubiquitous part of every economy. Therefore, it is necessary to follow the development of the market for new vehicles to know in which direction a given country / region aims. The data needed for the articles were obtained from the publication of the Central Register of Vehicles and Drivers, the Central Statistical Office and official sales results presented by the producers themselves and automotive media. After compiling and calculating all data, it resulted that in the first quarter of 2017, only 0.37% of the Polish adult population purchased a private car for priced purposes and 0.77% for business purposes. Most cars because all together 65 933 were bought in the Mazowieckie region, and the least because only 3,546 items went to the Opolskie region.

