

ZESZYTY NAUKOWE
Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego
w Warszawie

SCIENTIFIC JOURNALS
Warsaw University of Life Sciences – SGGW

POLITYKI EUROPEJSKIE,
FINANSE i MARKETING
NR 18 (67) 2017

EUROPEAN POLICIES,
FINANCE AND MARKETING
NO 18 (67) 2017

Wydawnictwo SGGW
Warszawa 2017

Warsaw University of Life Sciences – SGGW Press
Warsaw 2017

RADA PROGRAMOWA

Bogdan Klepacki (SGGW) – prof. dr hab., Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
– Przewodniczący

Mieczysław Adamowicz – prof. dr hab. dr h.c., Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
– Wiceprzewodniczący

Marian Podstawka – prof. dr hab., Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Janusz Żmija – prof. dr hab. dr h.c., Uniwersytet Rolniczy w Krakowie

Andrzej P. Wiatrak – prof. dr hab., Uniwersytet Warszawski

Lubica Bartova – prof., Slovak Agricultural University in Nitra, Słowacja

Julian Briz – prof., Universidad Politecnica de Madrid, Hiszpania

Francesco Sotte – prof., Università Politecnica delle Marche Ancona, Włochy

Sandra Krtalic, Full Professor – Academic Unit for Finance, Department of Economics and Tourism,

Juraj Dobrali University of Pula, Chorwacja

KOMITET REDAKCYJNY

Marian Podstawka, prof. dr hab. – Redaktor Naczelny

Aleksandra Wicka, dr inż. – Redaktor Prowadzący

Janina Sawicka, prof. dr hab.

Agnieszka Biernat-Jarka, dr

Marzena Lemanowicz, dr

Halina Powęska, dr hab.

Eugeniusz Pudelkiewicz, prof. SGGW dr hab., redaktor tematyczny (marketing)

Aleksandra Wicka, dr inż. – redaktor tematyczny (ubezpieczenia)

Agnieszka Parlińska, dr inż. – redaktor tematyczny (finanse)

Agata Kropiwek, mgr – redaktor językowy, język polski

Christian Richter, dr – redaktor językowy, język angielski

Wiesław Szczesny – prof. SGGW dr hab., redaktor statystyczny

Tomasz Jaroszewski, mgr – sekretarz redakcji

PROJEKT OKŁADKI – Tomasz Tabor

REDAKCJA TECHNICZNA – Krystyna Piotrowska

ADRES KORESPONDENCYJNY

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Wydział Nauk Ekonomicznych

Katedra Polityki Europejskiej, Finansów Publicznych i Marketingu

ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa

tel./fax: 22 593 40 77; e-mail: aleksandra_wicka@sggw.pl

ISSN 2081-3430

Wydawnictwo SGGW

ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa

tel. (22) 593 55 20 (-22, -25 – sprzedaż), fax (22) 593 55 21

e-mail: wydawnictwo@sggw.pl, www.wydawnictwosggw.pl

Druk: ZAPOL Sp.J., al. Piastów 42, 71-062 Szczecin

SPIS TREŚCI

Lista recenzentów	(NR 17 i 18)
Mieczysław Adamowicz, Magdalena Zwolińska-Ligaj Lokalne czynniki innowacyjności – perspektywa władz lokalnych i przedsiębiorców LOCAL FACTORS OF INNOVATION – THE PERSPECTIVE OF LOCAL AUTHORITIES AND ENTREPRENEURS	7
Andrzej Buszko The threats of the shadow economy for public finance in Poland	22
Agnieszka Deresz, Marian Podstawka Zróżnicowanie obciążeń fiskalnych dochodów osób fizycznych w Polsce DIFFERENTIATION OF TAX BURDEN ON INDIVIDUAL TAXPAYERS IN POLEN	30
Sonia Kozub-Skalska Rola sługów i faktycznych organizatorów przestępstw karuzelowych oraz skala współpracy z biegłymi sądowymi w przestępczości gospodarczej THE ROLE OF SUBSTITUTED PERSONS AND REAL ORGANIZERS OF CAROUSEL CRIMES AND THE SCALE OF COOPERATION WITH COURT EXPERTS IN ECONOMIC CRIME	42
Karol Król Witryny i aplikacje mobilne w promocji gospodarstw agroturystycznych WEBSITES AND MOBILE APPLICATIONS IN PROMOTION OF AGROTOURISTIC FARMS	58
Elwira Laskowska Budżet partycypacyjny i jego rola na przykładzie miasta stołecznego Warszawy PARTICIPATORY BUDGET AND ITS ROLE ON THE EXAMPLE OF THE CAPITAL CITY OF WARSAW	73
Marzena Lemanowicz Rola promocji w kreowaniu wizerunku regionu – instrumenty, narzędzia, trendy. Przykład województwa świętokrzyskiego THE ROLE OF PROMOTION IN CREATING THE IMAGE OF A REGION – INSTRUMENTS, TOOLS, TRENDS. THE EXAMPLE OF THE ŚWIĘTOKRZYSKIE VOIVODESHIP	86
Agata Marcysiak, Adam Marcysiak Zakres różnicowania poziomu wsparcia gospodarstw środkami Wspólnej Polityki Rolnej UE RANGE OF DIFFERENTIATION OF THE SUPPORT LEVEL OF FARMS WITH MEANS OF THE COMMON AGRICULTURAL POLICY OF THE EU	102
Renata Marks-Bielska, Roman Kisiel, Emilia Bojkowska Obrót ziemią rolniczą w opiniach rolników z województwa warmińsko-mazurskiego AGRICULTURAL LAND TRADE AS SEEN BY FARMERS FROM THE PROVINCE OF WARMIA AND MAZURY	113
Anna Milewska, Olga Regulska Crowdfunding jako alternatywne źródło pozyskania kapitału – analiza przypadku CROWDFUNDING AS AN ALTERNATIVE SOURCE FUNDING OF ACTIVITIES – CASE STUDY	123

<i>Olga Podlińska</i>	
Przetwórstwo spożywcze w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej FOOD PROCESSING IN POLAND AGAINST THE EUROPEAN UNION COUNTRIES	137
<i>Małgorzata Raczkowska</i>	
Nierówności ekonomiczne a jakość życia w krajach Unii Europejskiej ECONOMIC INEQUALITY IN THE EUROPEAN UNION	146
<i>Hanna Sikacz, Przemysław Wołczek</i>	
Analiza ESG spółek z indeksu RESPECT na podstawie bazy ASSET4 ESG ESG ANALYSIS OF COMPANIES INCLUDED IN THE RESPECT INDEX BASED ON ASSET4 ESG DATABASE	158
<i>Hanna Sikacz, Przemysław Wołczek</i>	
Analiza ESG spółek z indeksu RESPECT – podsumowanie badań ESG ANALYSIS OF COMPANIES INCLUDED IN THE RESPECT INDEX – SUMMARY OF RESEARCH	170
<i>Aleksandra Snarska</i>	
Kapitał klienta a wartość rynkowa na przykładzie bankowości detalicznej CUSTOMER EQUITY AND MARKET VALUE IN RETAIL BANKING	181
<i>Anna Świrska, Lina Marcinkevičiūtė, Jan Žukovskis</i>	
MANAGEMENT OF NATURAL RESOURCES WITH AIM SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT: COMPARATIVE ANALYSIS OF THE CASE OF THE LITHUANIAN ELDERSHIP AND POLISH MUNICIPALITY	200
<i>Anna Wasilewska, Dominika Szwed</i>	
Formy zatrudnienia pracowników a koszty pracy FORMS OF EMPLOYMENT AND LABOUR COSTS	218
<i>Natalia Wasilewska, Nadiia Davydenko</i>	
ASSESSMENT OF THE CREDIT HISTORY OF ENTERPRISES	229
<i>Wioletta Wereda, Dariusz Prokopowicz</i>	
ECONOMIC AND FINANCIAL SITUATION OF HOUSEHOLDS IN POLAND – ANALYSIS AND DIAGNOSIS	240
<i>Ludwik Wicki</i>	
Poziom i zakres wsparcia upowszechniania postępu biologicznego w produkcji roślinnej w ramach działań Agencji Rynku Rolnego THE LEVEL AND SCOPE OF SUPPORT OF BIOLOGICAL PROGRESS DISSEMINATION IN CROP PRODUCTION IN POLAND WITHIN THE MEASURES OF AGRICULTURAL MARKET AGENCY	259
<i>Monika Zielińska-Sitkiewicz</i>	
THE IMPACT OF NORMALIZATION PROCEDURES ON THE CLASSIFICATION OF BUILDING MATERIALS COMPANIES LISTED ON THE WARSAW STOCK EXCHANGE	272

Lista Recenzentów (nr 17 i 18)

prof. Anda Gheorghiu
prof. dr hab. Roman Kisiel
dr hab. inż. Bartosz Mickiewicz, prof. nadzw.
dr hab. Janusz Toruński, prof. nadzw.
dr hab. Wiesława Lizińska
dr hab. inż. Tomasz Wojewodziec
dr Viktor Borshevskiy
dr Beata Domańska-Szaruga
dr inż. Jacek Dziwulski
dr Romana Głowicka-Wołoszyn
dr Małgorzata Kołodziejczyk
dr Vitaliy Krupin
dr Robert Mroczek
dr inż. Łukasz Satola
dr inż. Monika Szafrńska
dr Wioletta Wereda
dr Marzena Wójcik-Augustyniak
dr inż. Joanna Wyrwisz

Mieczysław Adamowicz
Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej
Magdalena Zwolińska-Ligaj
Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej

Lokalne czynniki innowacyjności – perspektywa władz lokalnych i przedsiębiorców

LOCAL FACTORS OF INNOVATION - THE PERSPECTIVE OF LOCAL AUTHORITIES AND ENTREPRENEURS

Celem pracy jest określenie kluczowych czynników wzmocnienia innowacyjności lokalnej gospodarki z perspektywy lokalnych uwarunkowań rozwojowych i na tej podstawie wskazanie wniosków w odniesieniu do lokalnej polityki proinnowacyjnej. Badania sondażowe z wykorzystaniem kwestionariusza wywiadu skierowanego do przedstawiciela władzy lokalnej oraz skierowanego do właścicieli (lub menedżerów) przedsiębiorstw zrealizowano na terenie dwóch powiatów województwa lubelskiego. Materiał badawczy stanowiło 14 wywiadów z reprezentantami gmin i 147 wywiadów z przedsiębiorcami. Pozytywnie zweryfikowano hipotezę o występujących różnicach w postrzeganiu lokalnych czynników innowacyjności z perspektywy lokalnych władz samorządowych i przedsiębiorców, a także różnicach w postrzeganiu roli lokalnych czynników innowacyjności występujących na obszarach o różnym stopniu zaawansowania procesów rozwojowych w skali lokalnej.

Słowa kluczowe: innowacyjność, rozwój lokalny, województwo lubelskie

Wstęp

Rozpatrywanie problemu innowacyjności na szczeblu lokalnym wymaga uwzględnienia dorobku z zakresu rozwoju regionalnego i lokalnego, w którym kluczowe jest pojęcie rozwoju. Rozwój lokalny zdefiniować można zatem jako „pozytywne przemiany o charakterze ilościowym i jakościowym w poziomie życia społeczności lokalnej oraz w warunkach funkcjonowania podmiotów gospodarczych, uwzględniające potrzeby, priorytety i preferencje oraz uznawane systemy wartości przez mieszkańców i przedsiębiorców”¹. W innym, podmiotowym ujęciu rozwój lokalny rozumiany być może jako „działania podejmowane z woli lokalnych samorządów, przedsiębiorców, stowarzyszeń i innych podmiotów na podstawie refleksji dotyczącej waloryzacji miejscowych zasobów, uwzględniającej specyfikę terytorialną i bazujące na zasobach endogenicznych”². Współczesne ujęcia rozwoju lokalnego, w porównaniu do tradycyjnych, akcentują znaczenie takich czynników rozwoju, jak m. in. jakość

¹ M. Ziółkowski, M. Goleń: Zarządzanie strategiczne rozwojem lokalnym, w: H. Sochacka-Krysiak (red.), Zarządzanie gospodarką i finansami gminy, SGH w Warszawie, Warszawa 2003, s. 45.

² A. Potoczek: Polityka regionalna i gospodarka przestrzenna, AGENCJA TNOiK i CENTRUM KSZTAŁCENIA i DOSKONALENIA KUJAWSCY, Toruń 2003, s. 149.

środowiska naturalnego, współpraca czy innowacyjność³. Ten ostatni zajmuje szczególne miejsce wśród czynników rozwoju i wzrostu społeczno-gospodarczego i uznawany jest za jeden z najbardziej progresywnych⁴.

W kontekście gospodarki innowacyjność „jest cechą oznaczającą zdolność do tworzenia i wdrażania innowacji, jak również ich przyswajania”⁵. W bardziej szczegółowym ujęciu innowacyjność tą rozumie się, jako „zdolność i chęć podmiotów tej gospodarki do ciągłego poszukiwania i wykorzystywania w praktyce gospodarczej wyników badań naukowych i prac badawczo-rozwojowych, nowych koncepcji, pomysłów, wynalazków, doskonalenia i rozwoju wykorzystywanych technologii produkcji materialnej i niematerialnej, wprowadzania nowych metod i technik w organizacji i zarządzaniu, doskonalenia i rozwijania infrastruktury oraz zasobów wiedzy”⁶.

W przypadku jednostek terytorialnych kategoria innowacyjności rozumiana jest jako zdolność do uczestniczenia w cyklu innowacyjnym i postrzegana jako ich cel rozwoju. Istotą nowego paradygmatu rozwoju lokalnego jest prowadzenie lokalnej, proinnowacyjnej polityki gospodarczej, społecznej i przestrzennej, wzmacniającej konkurencyjność gospodarki lokalnej. Polityka taka powinna stymulować poprawę zdolności podmiotów tej gospodarki do uczestnictwa w cyklu innowacyjnym, szczególnie na etapie absorpcji efektów dyfuzji innowacji. W tym ujęciu innowacyjność jest istotnym, egzogenicznym czynnikiem rozwoju lokalnego⁷. W szczególności kreowanie innowacyjności gospodarki lokalnej polega na takim, prowadzonym przez władze gminy, zarządzaniu, dzięki któremu wzrasta zdolność gospodarki lokalnej do absorpcji innowacji mających swoje źródło poza jej obszarem (pozyskiwanie innowacji jako egzogenicznych czynników rozwoju lokalnego) oraz generowania rodzimych innowacji m.in. na podstawie lokalnego, endogenicznego potencjału innowacyjnego, a także wdrażania praktycznego i dyfuzji innowacji w gospodarce lokalnej lub ponadlokalnej⁸.

Wśród wielu działań wspierających innowacyjność i przedsiębiorczość możliwych do podjęcia przez samorządy można wymienić m.in.⁹: prowadzenie

³ E. J. Blakely, N. Green Leigh: *Planning local economic development. Theory and practice*, SAGE, Los Angeles 2010, s. 94.

⁴ P. Niedzielski, I. Jaźwiński: *Polityka regionalna i innowacje w rozwoju społeczno-gospodarczym województwa zachodniopomorskiego*, III Konferencja naukowa z cyklu „Wiedza i Innowacje” pt. „Wiedza i innowacje w rozwoju gospodarki: siły motoryczne i bariery”, Kraków, 11 stycznia 2007, <http://www.institut.info/IIIkonf/referaty/1b/NiedzielskiJazwinski%20Polityka%20regionalna%20i%20innowacje.pdf>, (12.01.2017).

⁵ P. Niedzielski, J. Markiewicz, K. Rychlik, T. Rzewuski: *Innowacyjność w działalności przedsiębiorstw. Kompendium wiedzy*, UNIWERSYTET SZCZECIŃSKI, Szczecin 2007, s. 86.

⁶ P. Niedzielski: *Słownik Innowacji – Leksykon haseł*, hasło: innowacyjność, http://www.pi.gov.pl/parp/chapter_96055.asp?soid=FA1A433EA536472DB353B72F0F987EEB, (12.01.2017).

⁷ R. Broł: *Innowacyjność lokalnych jednostek terytorialnych*, w: *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu Nr 46, Wrocław 2009, s. 59-60.

⁸ R. Broł, A. Sztando: *Strategiczne kreowanie innowacyjności gospodarki lokalnej na przykładzie gminy Polkowice*, w: *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu Nr 179, Wrocław 2011, s. 211.

⁹ M. Huczek: *Rola samorządu terytorialnego w rozwoju innowacyjności lokalnej*, *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie*, Nr 1/2006, s. 31-32.

przemysłanej polityki względem inwestorów, udzielanie pożyczek, gwarancji kredytowych na sfinansowanie przedsięwzięć w sferze postępu technicznego, dzierżawienie lub tworzenie obiektów, tworzenie funduszy poręczeń, inkubatorów przedsiębiorczości, parków technologicznych, zakładanie placówek badawczo-rozwojowych, powoływanie instytucji pobudzających inicjatywy gospodarcze, rozbudowa urządzeń infrastruktury biznesu, tworzenie stref aktywności gospodarczej, dbałość o infrastrukturę techniczną, podejmowanie działań promocyjnych. Władze terytorialne powinny także współtworzyć klimat proinnowacyjnych zachowań, mobilizować społeczności od wdrażania nowych produktów, procesów zarządzania oraz tworzyć lokalną atmosferę przedsiębiorczości. Oddziaływanie na lokalny układ terytorialno-produkcyjny wymaga także nowoczesnego, innowacyjnego urzędu.

Wsparcie lokalnych procesów innowacji musi być osadzone w lokalnych czynnikach i otoczeniu społecznym i kulturalnym¹⁰, uznaje się bowiem, że kluczową, endogeniczną siłą sprawczą, kreującą innowacyjność lokalnej jednostki terytorialnej, są zasoby lokalnego kapitału ludzkiego oraz lokalnego kapitału społecznego. Skala, struktura i jakość tych zasobów określają zdolność gospodarki lokalnej do uczestnictwa w procesie innowacyjnym, szczególnie w fazie aplikowania efektów dyfuzji innowacji¹¹.

Poza czynnikami związanymi z kapitałem ludzkim i społecznym procesy innowacyjne w skali lokalnej warunkowane są wieloma innymi czynnikami, a koncepcje lokalnych uwarunkowań regionalnych zdolności innowacyjnych bazują na różnych podejściach do koncepcji przestrzeni¹², przy czym współczesne podejście do rozpatrywania procesów rozwojowych w układzie przestrzennym uwzględniać powinno interpretację pojęcia „terytorium” odwołującą się do ogółu zasobów danego obszaru, akcentującą zasoby niematerialne, w tym kapitał ludzki i społeczny. Przestrzeń we współczesnym ujęciu bowiem „wytwarza dynamikę gospodarczą i nadaje jej sobie tylko właściwe cechy, a terytorium określane jest przez pryzmat relacji i aktywności lokalnych aktorów oraz kapitału społecznego i instytucjonalnego”¹³. W tym kontekście, w przebiegu lokalnych procesów gospodarczych podkreśla się znaczenie zakorzenienia w lokalnych warunkach rozwojowych, bliskości i uczenia się jako czynników wzmacniających zaufanie i umożliwiających zmniejszenie ryzyka przedsiębiorczości.

¹⁰ M. Adamowicz: Lokalne strategie innowacji jako narzędzie zarządzania rozwojem powiatów stanowiących obszary potencjalnego wzrostu Lubelszczyzny, *Roczniki Naukowe SERiA*, T. 17, Z. 3/2015, s. 18.

¹¹ R. Broł: *Innowacyjność lokalnych jednostek...*, s. 57-58.

¹² R. Capello wyodrębnia trzy teorie innowacyjności i produktywności w regionalnych procesach wzrostu. Pierwsze z nich, sektorowe i funkcjonalne, przewiduje powstanie innowacji w wyniku obecności innowacyjnych sektorów lub funkcji, gdzie fizyczna bliskość między podmiotami ułatwia wymianę wiedzy ukrytej. Drugie podejście, strukturalne, interpretuje innowacje regionalne jako skutek obecności elementów w regionie, które tworzą obszar podatny na innowacje. Trzecie podejście – poznawcze – interpretuje innowacje jako wynik obecności procesów zbiorowego uczenia się i dostosowania do ryzyka innowacji podkreślając znaczenie geograficznej i społecznej bliskości oraz istnienia zasad, przepisów i norm zachowań, które ułatwiają współpracę między uczestnikami oraz stymulują rozwijanie form organizacyjnych, które wspierają procesy uczenia się. Podejście poznawcze wykracza poza przestrzeń rozumianą jako bliskość geograficzna. W tym podejściu przestrzeń staje się źródłem kreowania wiedzy dostarczając społeczno-ekonomicznych i geograficznych podstaw na których proces zbiorowego uczenia się może być inkorporowany, R. Capello: *Innovation and Productivity: Local Competitiveness and the Role of Space*, w: *Handbook of Regional Innovation and Growth*, red. P. Cooke, B. Asheim, R. Boschma, R. Martin, D. Schwartz, F. Todtling, EDWARD ELGAR PUBLISHING, 2011, s. 116.

¹³ A. Nowakowska: *Regionalny wymiar procesów innowacji*, WYDAWNICTWO UŁ, Łódź 2011, s. 17, 19.

Podkreślić można także, że zaangażowanie przedsiębiorców w lokalne struktury społeczne może przekształcić się w skuteczny mechanizm do lepszego wykorzystania lokalnych zasobów, możliwości rynkowych lub struktur instytucjonalnych. Rolą przedsiębiorców i innych podmiotów jest wykorzystać kontekst lokalny w celu zwiększenia efektywności procesów gospodarczych¹⁴.

Analizując zagadnienie innowacyjności z perspektywy przedsiębiorstw zauważyć należy, że innowacje zapewniają trwałe podstawy ich rozwoju, gdy układają się one w ciągły proces innowacyjny. Zależy on z kolei od wielu czynników wewnętrznych przedsiębiorstwa, w tym przede wszystkim od postaw ludzkich podatnych na stały proces uczenia się i adaptacji do zmieniających się warunków oraz od czynników zewnętrznych, tym bardziej im skala przedsiębiorstwa jest mniejsza. Efektywność zgromadzonych na danym obszarze przedsiębiorstw i instytucji z punktu widzenia generowania i wdrażania innowacji zależy od stopnia różnicowania gałęziowego i komplementarności działających tu przedsiębiorstw oraz od charakteru i określonej dynamiki lokalnego rynku pracy jako czynnika wpływającego na proces uczenia się w skali regionalnej. Stałe pobudzanie do innowacyjności oraz utrzymywanie motywacji do działania w tym kierunku dokonuje się w sposób bezpośredni w kontaktach jednostek gospodarczych pomiędzy sobą oraz w sposób pośredni głównie za sprawą lokalnych władz publicznych danej miejscowości lub regionu. Istotną rolę odgrywają również różnego rodzaju uwarunkowania i bariery instytucjonalne istniejące na danym obszarze, a odziedziczone z przeszłości¹⁵.

W innym układzie wśród czynników determinujących rozwój przedsiębiorstw wymienia się wewnętrzne, związane z funkcjonowaniem danego podmiotu gospodarczego i z osobą przedsiębiorcy oraz czynniki zewnętrzne w stosunku do przedsiębiorstwa, związane z otoczeniem konkurencyjnym, otoczeniem regionalnym oraz czynniki makrootoczenia¹⁶. W literaturze przedmiotu rozróżnia się także lokalne uwarunkowania przedsiębiorczości, które tworzą cztery kategorie czynników: związane z celami i realizacją polityki lokalnej, dotyczące warunków lokalizacyjnych, obejmujące społeczną mobilizację oraz związane z szeroko rozumianą edukacją¹⁷.

W związku ze zwiększającą się współcześnie rolą szczebla lokalnego w kreowaniu procesów rozwojowych w skali regionalnej i ponadregionalnej istotne staje się zwrócenie uwagi na lokalny wymiar uwarunkowań wzrostu innowacyjności gospodarek niższych szczebli samorządu terytorialnego – gmin i powiatów, w tym na rolę władz lokalnych w tych procesach. Potrzeba taka ujawnia się szczególnie w odniesieniu do obszarów peryferyjnych, o wybitnie trudnych warunkach rozwoju przedsiębiorczości a zarazem znacznej potrzebie jej stymulowania. Na terenie województwa lubelskiego reprezentującego ten typ obszarów wykazano, że samorządy gmin w ograniczonym zakresie podejmują działania na rzecz wspierania lokalnej

¹⁴ T. de Noronha Vaza, P. Nijkamp: Knowledge and innovation: The strings between global and local dimensions of sustainable growth, *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 21, No. 4, July 2009, s. 445-451.

¹⁵ B. Gruchman: Nowy paradygmat rozwoju regionalnego, *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, Rok LIV, Z. 2/1992, s. 19-20.

¹⁶ A. Skowronek-Mielczarek: Uwarunkowania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, OW SGH w Warszawie, Warszawa 2013, s. 23-28.

¹⁷ K. Safin za: J.T. Hryniewicz: Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – próba systematyzacji, w: K. Jaremczuk (red.), *Uwarunkowania przedsiębiorczości*, WYDAWNICTWO PWSZ, Tarnobrzeg 2004, s. 47.

innowacyjności wykraczające poza standardowe działania skierowane na rozwój lokalnej przedsiębiorczości. W zbyt małym stopniu samorządy zaangażowane są m.in. w budowanie lokalnego kapitału wiedzy różnych grup lokalnej społeczności stanowiącego podstawy wzmacniania lokalnych systemów innowacji¹⁸. Zasadnie zatem jest rozpoznanie rangi czynników rozwoju zakorzenionych w lokalnym środowisku społeczno-ekonomiczno-przyrodniczym w kształtowaniu innowacyjności gospodarek lokalnych, zarówno z perspektywy lokalnych władz samorządowych odpowiedzialnych za stymulowanie konkurencyjności gospodarek lokalnych, jak i przedsiębiorców bezpośrednio zaangażowanych w procesy innowacyjne.

Celem pracy jest zatem określenie kluczowych czynników wzmacniania innowacyjności lokalnej gospodarki z perspektywy lokalnych uwarunkowań rozwojowych i na tej podstawie wskazanie wniosków w odniesieniu do lokalnej polityki proinnowacyjnej. W pracy uwzględniona została zarówno perspektywa przedsiębiorców, jak i lokalnych władz samorządowych. Badaniu poddano wybrane aspekty lokalnych uwarunkowań innowacyjności, w tym warunki w zakresie położenia gminy i jej cech środowiska przyrodniczego, poziom rozwoju elementów infrastruktury komunalnej, wybrane cechy gospodarki lokalnej, dostępność instytucji otoczenia biznesu oraz cechy społeczności lokalnej odnoszące się do potencjału lokalnego w zakresie kapitału ludzkiego i społecznego. W pracy sformułowano hipotezę o występujących różnicach w postrzeganiu lokalnych czynników innowacyjności z perspektywy lokalnych władz samorządowych i przedsiębiorców, a także różnicach w postrzeganiu roli lokalnych czynników innowacyjności występujących na obszarach o różnym stopniu zaawansowania procesów rozwojowych w skali lokalnej. Różnice te wydają się być konsekwencją niedostatecznej współpracy lokalnych władz samorządowych z przedstawicielami lokalnej gospodarki oraz różnych potrzeb rozwojowych ujawniających się w zależności od lokalnych uwarunkowań.

Material i metody badań

Badania zrealizowano na terenie województwa lubelskiego – regionie o średnim poziomie rozwoju potencjału innowacyjnego, zakwalifikowanym do grupy województw pogłębiających opóźnienie i tracących dystans. Ten peryferyjnie położony region jest słabym dyfuzorem, o niewielkiej zdolności do generowania innowacji, jednak posiadającym zasoby umożliwiające rozwój o charakterze innowacyjnym¹⁹. Do badań wybrano dwa powiaty województwa lubelskiego – puławski, zaliczony do obszarów potencjalnego wzrostu oraz powiat bialski, reprezentujący obszary regionu zagrożone

¹⁸ M. Zwolińska-Ligaj, M. Adamowicz: The activity of local self-governments in the area of creating local innovation (based on the example of Lublin counties, Poland), Proceedings of the 2017 International Conference “ECONOMIC SCIENCE FOR RURAL DEVELOPMENT”, Jelgava, LLU ESAF, 27 28 April 2017.

¹⁹ Diagnoza lubelskiego rynku innowacji – synteza ekspertyz na potrzeby RSI 2020, Załącznik do Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Lubelskiego do 2020 roku, Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego w Lublinie, Departament Gospodarki i Innowacji, Lublin 2013, <http://www.rsi.lubelskie.pl/images/DIAGNOZA/Diagnoza%20do%20RSI.pdf> (3.11.2016), s. 13.

stagnacją²⁰. Zgodnie z zapisami lokalnych strategii innowacji wskazane jest aby powiat bialski specjalizował się w sektorach związanych z spedycją i logistyką, energią niskoemisyjną, produkcją żywności ekologicznej, turystyką i agroturystyką, innowacyjnymi usługami medycznymi i prozdrowotnymi, natomiast powiat puławski – w sektorach związanych z innowacyjnym przemysłem chemicznym i energetyczno-wydobywczym, produkcją i przetwórstwem żywności, turystyką, innowacyjnymi usługami medycznymi i prozdrowotnymi²¹. W każdym z powiatów do badań wytypowano siedem samorządów gmin, w tym jednostki miejskie, miejsko-wiejskie oraz wiejskie²². Doboru jednostek do badań dokonano z uwzględnieniem ich stopnia rozwoju oraz specyfiki, którą określają zróżnicowanie położenia na obszarze powiatu oraz charakter gospodarki.

W każdej z badanych czternastu jednostek przeprowadzono badanie sondażowe z wykorzystaniem kwestionariusza wywiadu skierowanego do przedstawiciela władzy lokalnej – wójta lub burmistrza. Ponadto w badanych gminach²³ na podstawie rejestru REGON wytypowano do badań od 10 do 15 przedsiębiorstw kierując się typem gminy, liczbą podmiotów gospodarczych w gminie ogółem, odzwierciedleniem w próbie struktury branżowej podmiotów gospodarczych w gminie oraz typując do badań podmioty o największym poziomie zatrudnienia. W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem kwestionariusza wywiadu skierowanego do właścicieli (lub menedżerów) przedsiębiorstw. Zrealizowano łącznie 147 wywiadów, w tym 80 w powiecie bialskim i 67 w powiecie puławskim. Badania przeprowadzono w okresie 1 lipca – 10 sierpnia 2015 roku.

W próbie dominowały mikroprzedsiębiorstwa (57,50% w powiecie bialskim i 67,16% w powiecie puławskim), funkcjonujące w formie indywidualnej działalności gospodarczej (w powiecie puławskim stanowiły 71,64%, a bialskim – 51,25%). Badane przedsiębiorstwa reprezentowały głównie sektor usług, handlu i budownictwa. W powiecie bialskim 50,00% podmiotów funkcjonowało w sektorze usług, w dziedzinie handlu hurtowego, detalicznego i napraw – 22,50%, a budownictwa – 16,25%. W powiecie puławskim natomiast odpowiednio – 56,72%, 13,43% oraz 14,93%.

Wyniki badań opracowano z wykorzystaniem pakietu statystycznego Statistica. Przedstawiono w nich wybrane elementy statystyki opisowej oraz wyniki testu nieparametrycznego istotności różnic Manna-Whitneya stosowanego do porównywania

²⁰ Klasyfikacja według: Projekt systemowy „Kapitał Intelektualny Lubelszczyzny 2010-2013” realizowany w ramach programu operacyjnego Kapitał Ludzki, priorytet VIII Regionalne kadry gospodarki, działanie 8.2. Transfer wiedzy, poddziałanie 8.2.2. Regionalne strategie innowacji, www.kil.lubelskie.pl.

²¹ Lokalna strategia innowacji dla powiatu bialskiego i miasta Biała Podlaska, Projekt systemowy „Kapitał intelektualny Lubelszczyzny 2010-2013”, Zacher, L. W., Leśniak-Moczuk, K., Betlej, A., Niećko, I., Błaszczak D., http://www.kil.lubelskie.pl/wp-content/uploads/2013/07/LSI_powiat_bialski.pdf. (15.01.2017) oraz Lokalna strategia innowacji dla powiatu puławskiego i miasta Puławy, Projekt systemowy „Kapitał intelektualny Lubelszczyzny 2010-2013”, Zacher, L. W., Leśniak-Moczuk, K., Betlej, A., Niećko, I., Błaszczak, D., http://www.kil.lubelskie.pl/wp-content/uploads/2013/07/LSI_powiat_pulawski.pdf. (15.01.2017).

²² W powiecie bialskim: miasta Międzyrzec Podlaski i Terespol oraz gminy wiejskie: Terespol, Wisznice, Tucznia, Drelów i Konstantynów (zbadano 36,8% jednostek terytorialnych); w powiecie puławskim: miasto Puławy, gminy wiejsko-miejskie: Kazimierz Dolny i Nałęczów oraz gminy wiejskie: Baranów, Janowiec, Wąwolnica, Kurów (zbadano 63,6% jednostek terytorialnych).

²³ W powiecie puławskim z badań przedsiębiorstw z uwagi na mniejszą liczbę gmin wykluczono gminę Wąwolnica.

dwóch grup niezależnych w sytuacji porządkowego charakteru zmiennych. Wyniki badań przedstawiono w formie opisowej oraz graficznej w postaci tabel.

Wyniki

Na tle innych gmin województwa poziom innowacyjności badanych gmin w świetle ocen przedsiębiorców należy uznać za niższy od przeciętnego, przy czym nieco wyższe oceny były formułowane przez przedsiębiorców z powiatu puławskiego (tabela 1).

Tabela 1. Średnie oceny* poziomu innowacyjności gminy na tle innych gmin województwa dokonane przez badanych przedsiębiorców i przedstawicieli lokalnych władz samorządowych według powiatów

Ocena przedsiębiorców				Ocena władz samorządowych			
powiat bialski		powiat puławski		powiat bialski		powiat puławski	
\bar{x}	S	\bar{x}	S	\bar{x}	S	\bar{x}	S
2,50	0,81	2,66	1,04	4,0	0,76	3,29	0,45

*oceny dokonano w skali 1-5, gdzie 1 oznaczało bardzo niski poziom innowacyjności a 5 – bardzo wysoki
Źródło: obliczenia własne na podstawie badań.

Wyniki testu nieparametrycznego istotności różnic Manna-Whitneya wskazały, że obserwowane różnice nie są jednak statystycznie istotne ($U=2461,00$, $p=0,55$). Uwagę zwracają pewne rozbieżności oceny stanu innowacyjności gmin sformułowane przez przedstawicieli sektorów lokalnej gospodarki i władz samorządowych, gdzie w przypadku tych ostatnich były one znacznie wyższe, wskazując na ponadprzeciętną innowacyjność gmin. Różnice w ocenach innowacyjności gmin sformułowanych przez władze samorządowe w zależności od reprezentowanego powiatu nie były statystycznie istotne ($U=12$, $p=0,13$).

Większość badanych przedstawicieli lokalnych samorządów dostrzegała ogólny wzrost poziomu innowacyjności gminy w okresie ostatnich pięciu lat od badania. W przypadku samorządów z powiatu bialskiego wzrost innowacyjności potwierdzono w przypadku 4 jednostek, a powiatu puławskiego – 5. Ten pozytywny proces nie był jednak powszechnie dostrzegany przez przedstawicieli lokalnych gospodarek. Jedynie 25,33% badanych przedsiębiorców z gmin powiatu bialskiego i 29,86% z powiatu puławskiego odnotowało pozytywne zmiany w badanym obszarze.

Do najczęściej postrzeganych przez władze samorządowe przejawów zwiększenia innowacyjności gmin należało rozwijanie nowoczesnej lokalnej infrastruktury oraz realizowanie miękkich projektów, ukierunkowanych na rozwój lokalnego kapitału społecznego i ludzkiego. Większy przejaw aktywności innowacyjnej odnotowano w przypadku gmin powiatu puławskiego. W szczególności w badanych lokalnych gospodarkach tego powiatu lokalne władze samorządowe wskazywały na takie efekty wykorzystania potencjału endogenicznego gminy, jak ogólny rozwój przedsiębiorczości, zdobywanie przez przedsiębiorstwa lokalne ponadlokalnych rynków, rozwój nowych branż lokalnej gospodarki oraz wykorzystanie dotychczas nie wykorzystywanych zasobów i/lub walorów środowiska przyrodniczego gminy. Takie działania dają podstawy stabilnego wzrostu lokalnych gospodarek (tabela 2).

Tabela 2. Przejawy wzrostu innowacyjności gminy dostrzegane przez przedstawicieli badanych jednostek samorządu terytorialnego według powiatów

Przejawy wzrostu innowacyjności gminy	Powiat	
	białski	puławski
Rozwijano nowoczesną infrastrukturę lokalną	6	6
Realizowano nowoczesne, miękkie projekty lokalne	4	5
Pozyskano inwestorów z zewnątrz	4	4
Odnotowany został przyrost przedsiębiorczości	3	5
Przedsiębiorstwa lokalne zdobywały ponadlokalne rynki	2	6
Rozwinęły się nowe branże lokalnej gospodarki	0	4
Rozpoczęto wykorzystanie dotychczas nie wykorzystywanych zasobów/walorów środowiska przyrodniczego gminy	0	3

Źródło: obliczenia własne na podstawie badań.

Badani przedstawiciele lokalnych środowisk dokonali oceny wpływu wybranych elementów potencjału gminy na jej innowacyjność i na innowacyjność przedsiębiorstwa. Wynika z nich, że badani przedsiębiorcy do najważniejszych elementów potencjału gminy wpływających na możliwości wzmocnienia innowacyjności przedsiębiorstwa zaliczyli warunki w zakresie położenia i walorów środowiska przyrodniczego, poziom rozwoju infrastruktury komunalnej oraz warunki w zakresie dostępności i możliwej do uzyskania pomocy ze strony instytucji tworzących otoczenie przedsiębiorczości (tabela 3).

Tabela 3. Ocena** wpływu wybranych elementów potencjału gminy na jej innowacyjność i na innowacyjność przedsiębiorstwa dokonana przez odpowiednio – władze samorządowe i przedsiębiorców według powiatów

Elementy oceny	Ocena przedsiębiorców				Ocena władz samorządowych			
	powiat białski		powiat puławski		powiat białski		powiat puławski	
	\bar{x}	S	\bar{x}	S	\bar{x}	S	\bar{x}	S
Położenie i środowisko przyrodnicze								
Położenie gminy względem głównych szlaków komunikacyjnych	3,26	1,46	2,85	1,09	2,83	0,69	3,14	1,25
Odległość od dużych ośrodków miejskich	3,23	1,40	2,85	1,14	2,67	0,94	3,29	1,03
Powierzchnia i wyposażenie terenów inwestycyjnych	3,10*	1,46	2,50	1,12	2,83	0,69	3,14	0,64
Lokalna baza surowcowa	2,98*	1,36	2,48	1,27	2,33	0,75	3,00	0,53
Istnienie obszarów prawnie chronionych	2,85	1,30	2,98	1,01	1,83*	1,21	4,00	0,82
Cechy i stan środowiska przyrodniczego	2,75	1,32	3,02	1,20	2,50*	0,76	4,14	0,83
Bogactwo kulturowe, historia gminy	2,61	1,31	2,68	1,08	2,17*	0,90	3,86	0,99
Infrastruktura komunalna								
Poziom wyposażenia w sieć kanalizacyjną	3,09	3,57	2,42	0,80	2,33	1,37	3,43	0,49
Infrastruktura drogowa	3,03*	1,15	3,61	0,85	2,50	1,12	3,43	0,49
Infrastruktura teleinformatyczna	2,83*	1,19	3,39	0,80	2,17	1,67	4,00	0,76
Infrastruktura turystyczna	2,81	1,24	3,09	1,20	1,67*	0,94	3,43	0,73
Dostępność wysypisk, możliwość unieszkodliwiania odpadów	2,80	1,38	2,36	0,77	2,50	1,12	3,71	0,45
Poziom wyposażenia w sieć wodociagową	2,78	1,29	2,41	0,80	2,33	1,37	4,00	0,76
Zaopatrzenie w energię elektryczną	2,78	1,27	2,45	0,80	2,50*	1,26	4,14	0,35
Możliwość oczyszczania ścieków komunalnych	2,76	1,38	2,38	0,79	2,67	1,37	3,86	0,83
Infrastruktura alternatywnych źródeł energii	2,66*	1,20	2,02	0,99	2,67	0,94	3,29	0,70
Cechy gospodarki lokalnej								

Stan rozwoju przemysłu i budownictwa	2,86	1,18	2,61	1,14	2,33*	0,94	4,00	0,76
Rozwój sektora alternatywnych źródeł energii	2,80*	1,35	2,09	1,00	2,17*	0,90	4,00	0,76
Poziom rozwoju usług społecznych	2,76	1,33	2,46	0,93	2,50	1,12	3,43	0,73
Nowoczesność rolnictwa	2,71*	1,30	2,08	0,97	2,17	1,34	3,71	0,70
Rozwój sektora spedycyjno-logistycznego	2,6	1,25	3,05	0,80	2,00*	0,58	4,29	0,70
Stopień rozwoju działalności pozarolniczej	2,68	1,27	2,71	1,10	2,33*	1,11	4,29	0,45
Stan rozwoju turystyki	2,61*	1,24	3,16	1,14	1,83*	0,90	3,86	0,64
Rozwój rolnictwa ekologicznego w gminie	2,55*	1,14	2,15	0,98	2,17*	0,90	3,57	0,49
Otoczenie biznesu								
Aktywność władz gminy we wspieraniu przedsiębiorstw	3,00*	1,37	4,36	0,64	2,50*	1,12	4,14	0,35
Dostępność i oferta instytucji wspierających przedsiębiorczość	2,90*	1,39	4,18	0,57	2,50*	1,12	4,00	0,76
Dostępność i oferta instytucji finansowych, ubezpieczeniowych itp.	2,86*	1,26	3,95	0,59	2,00*	0,82	3,43	0,49
Możliwość współpracy z podmiotami sektora B+R	2,81	1,57	2,98	1,22	2,50	1,50	4,29	0,70
Kapitał ludzki i społeczny								
Poziom wykształcenia ludności	2,73	1,23	2,41	1,01	2,67*	1,11	4,29	0,45
Sytuacja demograficzna gminy	2,71	1,24	2,33	0,96	2,33	1,25	3,43	0,49
Kwalifikacje zawodowe ludności	2,71	1,22	2,53	1,02	2,33*	1,25	4,14	0,64
Zaangażowanie społeczności w sprawy gminy	2,66*	1,31	2,12	0,79	1,83*	1,21	4,00	0,76
Dostępność urzędów i instytucji infrastruktury społecznej	2,63	1,29	2,62	0,83	1,83*	1,21	3,71	0,70
Poziom aktywności zawodowej społeczności	2,60	1,27	2,41	0,89	2,00	1,41	3,86	0,83

*różnice ocen przedsiębiorców i przedstawicieli władz samorządowych pomiędzy powiatami statystycznie istotne

**oceny dokonano w skali 1-5, gdzie 1 oznaczało bardzo mały wpływ na innowacyjność a 5 – bardzo duży

Źródło: obliczenia własne na podstawie badań.

O raczej niskim zintegrowaniu badanych przedsiębiorców z pozostałymi podmiotami gospodarczymi tworzącymi gospodarkę gminy świadczą niskie, poniżej przeciętnej, oceny znaczenia dla innowacyjności dla przedsiębiorstwa pewnych cech charakteryzujących lokalną gospodarkę. Poziom jej rozwoju i specyficzna struktura wydają się istotne dla kształtowania powiązań o charakterze kooperacyjnym, kluczowych dla wzmacniania poziomu ich innowacyjności. Badani przedsiębiorcy nie dostrzegali także większego znaczenia lokalnego potencjału kapitału ludzkiego i społecznego dla innowacyjności przedsiębiorstwa. Ten obszar należał do ocenionych najniższej przez przedsiębiorców. Takie oceny wynikać mogą z niedużego potencjału ekonomicznego badanych przedsiębiorstw i przez to słabszego powiązania z lokalnymi rynkami pracy oraz wskazywać na niewielkie wymagania odnośnie kwalifikacji potencjalnych pracowników.

Porównanie ocen czynników istotnych dla rozwijania innowacyjności przedsiębiorstwa w grupie przedsiębiorców z powiatu bialskiego i puławskiego wskazuje na występujące wyraźne różnice. Przedsiębiorcy z powiatu bialskiego jako wyraźnie ważniejsze dla działalności przedsiębiorstwa wskazywali czynniki związane z położeniem i warunkami przestrzennymi gminy, w tym położeniem gminy względem głównych szlaków komunikacyjnych, odległościami od dużych ośrodków miejskich, powierzchnią i wyposażeniem terenów inwestycyjnych oraz warunkami w zakresie

lokalnej bazy surowcowej (w przypadku dwóch ostatnich czynników różnice są statystycznie istotne). W grupie przedsiębiorców prowadzących działalność na terenie powiatu puławskiego dużo większe znaczenie miały natomiast wybrane elementy infrastruktury komunalnej gminy, w tym infrastruktura drogowa, infrastruktura teleinformatyczna (różnice w ocenie czynników statystycznie istotne) oraz infrastruktura turystyczna. Dość duże znaczenie tego ostatniego czynnika wiąże się z istnieniem na terenie powiatu puławskiego obszarów przyrodniczo cennych i możliwości tkwiących w ich wykorzystaniu na potrzeby rozwoju turystyki. Zauważyć bowiem należy, że przedsiębiorcy wskazywali na istotność w kontekście możliwości zwiększania innowacyjności przedsiębiorstwa takich czynników, jak cechy i stan środowiska przyrodniczego gminy oraz stan rozwoju turystyki (różnice statystycznie istotne). Elementem o dużym znaczeniu dla wzmacniania innowacyjności przedsiębiorstw z powiatu puławskiego była także jakość instytucji tworzących lokalne otoczenie biznesu. Przedsiębiorcy akcentowali przede wszystkim znaczenie aktywności władz gminy we wspieraniu przedsiębiorstw, a także inne kwestie, w tym dostępność i ofertę instytucji wspierających przedsiębiorczość, instytucji finansowych i ubezpieczeniowych itp. (różnice w ocenie czynników statystycznie istotne).

Przechodząc do kluczowych czynników innowacyjności lokalnych gospodarek postrzeganych z perspektywy władz samorządowych zauważyć należy ogólnie, że w przypadku powiatu puławskiego wszystkie badane czynniki lokalnej innowacyjności zostały ocenione wyżej lub znacząco wyżej niż w odniesieniu do powiatu bialskiego. W grupie czynników związanych z położeniem gminy i jej środowiskiem przyrodniczym jako ważne respondenci wskazywali istnienie obszarów prawnie chronionych oraz cechy i stan środowiska przyrodniczego (różnice w ocenie czynników statystycznie istotne). W zakresie infrastruktury komunalnej podkreślano natomiast znaczenie infrastruktury teleinformatycznej, poziomu wyposażenia w sieć wodociagową oraz funkcjonowania systemu zaopatrzenia w energię elektryczną (różnice w ocenie ostatniego czynnika statystycznie istotne). Badani przedstawiciele władz samorządowych do cech lokalnej gospodarki w sposób znaczący wpływających na jej zdolności innowacyjne zaliczali: stan rozwoju przemysłu i budownictwa, rozwój sektora alternatywnych źródeł energii, rozwój sektora spedycyjno-logistycznego oraz stopień rozwoju działalności pozarolniczej (różnice w ocenie czynników statystycznie istotne). Wysokie oceny przyznano także roli takich czynników, jak rozwój rolnictwa ekologicznego i stan rozwoju turystyki (różnice w ocenie czynników statystycznie istotne). Warto odnotowania jest, że w grupie czynników związanych z istnieniem sprzyjających innowacyjności lokalnej warunków instytucji otoczenia biznesu władze samorządowe za czynnik szczególnie ważny uznały możliwość współpracy z podmiotami sektora naukowo-badawczego. Do innych, uznanych za ważne należały – aktywność władz gminy we wspieraniu przedsiębiorstw oraz dostępność i oferta instytucji wspierających przedsiębiorczość (różnice w ocenie czynników statystycznie istotne), a także warunki w zakresie kapitału ludzkiego i społecznego, w tym w szczególności: poziom wykształcenia i kwalifikacje zawodowe ludności, zaangażowanie społeczności w sprawy gminy oraz dostępność urzędów i instytucji infrastruktury społecznej (różnice w ocenie czynników statystycznie istotne).

Biorąc pod uwagę łącznie perspektywę ocen władz samorządowych i przedsiębiorców zwracają uwagę kolejne rozbieżności. W przypadku władz

samorządowych z powiatu bialskiego niemal wszystkie czynniki zostały ocenione niżej lub znacząco niżej niż w przypadku przedsiębiorców. Odwrotna sytuacja dotyczyła powiatu puławskiego, gdzie zdecydowaną większość badanych elementów składających się na lokalne warunki innowacyjności władze samorządowe uznawały za ważniejsze niż przedsiębiorcy.

Uwzględniając kluczową rolę lokalnych władz samorządowych w procesie pobudzania innowacyjności gminy w badaniu dokonano także oceny wybranych działań jakie w tym kierunku mogą być podejmowane przez samorządy terytorialne. Oceny takiej dokonano biorąc pod uwagę perspektywę przedsiębiorców oraz władz samorządowych. Z wypowiedzi przedsiębiorców wynika, że najważniejszym działaniem na rzecz pobudzenia innowacyjności lokalnej jest pomoc przez samorząd gminy w rozwoju istniejących przedsiębiorstw oraz skuteczne wykorzystanie funduszy zewnętrznych, w tym Unii Europejskiej w podejmowaniu lokalnych inicjatyw. Zauważyć jednak należy, że przedsiębiorcy z powiatu puławskiego w większym stopniu podkreślali rolę samorządów lokalnych i innych działań ukierunkowanych na szersze wykorzystanie lokalnego potencjału endogenicznego, w tym aktywności przedsiębiorców oraz rozwijania lokalnych sieci współpracy, w porównaniu do przedsiębiorców prowadzących działalność na terenie badanych gmin powiatu bialskiego (tabela 4).

Tabela 4. Determinanty zwiększania innowacyjności gmin wskazywane przez badanych przedsiębiorców i przez przedstawicieli badanych jednostek samorządu terytorialnego według powiatów (% wskazań)

Działania	Ocena przedsiębiorców		Ocena władz samorządowych	
	powiat bialski	powiat puławski	powiat bialski	powiat puławski
Wykorzystanie funduszy UE i innych	40,80	23,08	25,00	23,81
Pomoc przez samorząd gminy w rozwoju istniejących przedsiębiorstw	15,52	27,69	-	9,52
Rozwijanie lokalnych sieci innowacji, klastrów	10,34	12,31	15,00	4,76
Rozbudowa infrastruktury technicznej	9,20	4,62	10,00	4,76
Wspieranie rozwoju instytucji otoczenia biznesu	7,47	7,18	-	4,76
Aktywność przedsiębiorców	4,60	12,82	10,00	28,57
Rozwój partnerstwa publiczno-prywatnego	4,02	1,03	-	-
Sprowadzenie inwestora zewnętrznego	3,45	0,00	20,00	4,76
Pobudzanie powstawania nowych przedsiębiorstw	2,87	2,05	15,00	4,76
Wykorzystanie zasobów i walorów środowiska przyrodniczego gminy	1,15	2,56	5,00	9,52
Inwestycje prośrodowiskowe	0,57	3,08	-	-
Pomoc instytucji	0,00	0,51	-	-

Źródło: obliczenia własne na podstawie badań.

Przedstawiciele lokalnych władz samorządowych w porównaniu do przedsiębiorców inaczej akcentowali rolę badanych działań w rozwijaniu lokalnej innowacyjności. Oprócz istotnych szans dla gminy wynikających z wykorzystania funduszy zewnętrznych dostrzegali znaczenie, w przypadku badanych z powiatu bialskiego, sprowadzenia inwestora zewnętrznego, rozwijania lokalnych sieci współpracy, pobudzania powstawania nowych przedsiębiorstw, a w przypadku badanych reprezentujących powiat puławski – aktywności przedsiębiorców oraz wykorzystania

zasobów i walorów środowiska przyrodniczego gminy. Dostrzegane różnice wynikać mogą z różnych warunków rozwojowych charakterystycznych dla porównywanych powiatów i wskazywać na niedobory w zakresie czynników istotnych dla zwiększania innowacyjności lokalnej.

Na potencjalne, niewykorzystane możliwości zwiększania innowacyjności lokalnych gospodarek zwracają uwagę wskazania przedstawicieli władz samorządowych, którzy w katalogu kluczowych działań na rzecz pobudzania innowacyjności lokalnej pomijają takie, jak rozwój partnerstwa publiczno-prywatnego, podejmowanie inwestycji prośrodowiskowych oraz pomoc innych instytucji. Przedstawiciele władz samorządowych z powiatu białskiego ponadto nie dostrzegali znaczenia pomocy, jaką może zaoferować samorząd gminy w rozwoju istniejących przedsiębiorstw oraz wspierania rozwoju lokalnych instytucji otoczenia biznesu.

Na badanych terenach, w dużej mierze przyrodniczo cennych, dostrzegać należy możliwości tkwiące w rozwoju sektora biogospodarki jako kierunku rozwoju gospodarczego, umożliwiającego innowacyjne i zrównoważone wykorzystanie lokalnych zasobów. Jak wynika jednak z wcześniejszych badań realizowanych na terenie województwa lubelskiego, z uwagi na występowanie wielu ograniczeń rozwojowych przedsiębiorczości, istnieje potrzeba wsparcia przedsiębiorstw wykorzystujących potencjał przyrodniczy tych obszarów zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju²⁴.

Wnioski

Przeprowadzone badania, wymagające jednak rozszerzenia ich skali, upoważniają do pozytywnego zweryfikowania hipotezy o występujących różnicach w badanej grupie podmiotów w postrzeganiu lokalnych czynników innowacyjności z perspektywy lokalnych władz samorządowych i przedsiębiorców oraz sformułowania następujących, wstępnych wniosków dotyczących kształtowania sprzyjających innowacyjności warunków lokalnych:

1. Przedstawiciele władz samorządowych i reprezentantów lokalnego sektora gospodarczego formułowali zróżnicowane oceny dotyczące stanu innowacyjności lokalnych gospodarek i postępu w zakresie zwiększania ich innowacyjności w ciągu ostatnich lat. Znacznie niższe oceny formułowane przez przedsiębiorców wynikać mogą z dostrzegania przez tą grupę nadal wielu barier rozwojowych, których nie udało się dostatecznie zniwelować na skutek dotychczasowej polityki rozwoju realizowanej przez władze samorządowe.
2. Zróżnicowane opinie władz samorządowych i przedsiębiorców dotyczyły także ocen ważności badanych czynników dla zwieszania innowacyjności lokalnych

²⁴ Por. M. Zwolińska-Ligaj: Przedsiębiorczość na obszarach przyrodniczo cennych województwa lubelskiego, Roczniki Naukowe SERIA, T. XV, Zeszyt 4, Warszawa – Poznań – Rzeszów 2013, M. Zwolińska-Ligaj: Bioeconomy as a direction of the development of natural valuable areas in Lublin voivodeship (Poland), Proceedings of the 2016 International Conference "ECONOMIC SCIENCE FOR RURAL DEVELOPMENT" No 41, Jelgava, LLU ESAF, 21-22 April 2016, s. 291, D. Guzal-Dec, M. Zwolińska-Ligaj M.: Propozycja modelu instytucjonalno-organizacyjnego wsparcia wykorzystania zasobów i walorów środowiska przyrodniczego w procesach stymulowania rozwoju obszarów przyrodniczo cennych, w: D. Guzal-Dec, A. Siedlecka, M. Zwolińska-Ligaj: Ekologiczne uwarunkowania i czynniki rozwoju funkcji gospodarczych na obszarach przyrodniczo cennych województwa lubelskiego, Monografie i rozprawy 7, Wydawnictwo PSW JPIL, Biała Podlaska 2015.

gospodarek wykazując zróżnicowanie według powiatów. W przypadku władz samorządowych z powiatu bialskiego niemal wszystkie czynniki zostały ocenione niżej lub znacząco niżej niż w przypadku przedsiębiorców. Odwrotna sytuacja dotyczyła powiatu puławskiego, gdzie zdecydowaną większość badanych elementów składających się na lokalne warunki innowacyjności władze samorządowe uznawały za ważniejsze niż przedsiębiorcy. W przypadku powiatu bialskiego sytuacja ta wynikać może z występującego dużego zapotrzebowania przedsiębiorców na szersze wsparcie ich działalności ze strony samorządów terytorialnych.

3. Kluczowe znaczenie dla zwiększania innowacyjności przedsiębiorstw mają tradycyjne, twarde czynniki lokalizacji, a z miękkich głównie warunki w zakresie dostępności i działalności instytucji otoczenia przedsiębiorczości. Przedsiębiorcy nie dostrzegają w szerszym zakresie znaczenia stanu i struktury lokalnej gospodarki, w tym rozwoju wybranych jej sektorów (np. biogospodarki), a także roli lokalnego kapitału ludzkiego i społecznego w procesach innowacyjnych w skali mikroekonomicznej. Wynikać to może z niedostatecznego stanu zintegrowania przedsiębiorców z lokalnym środowiskiem gospodarczym i społecznym i ograniczać jednocześnie zdolność do szeroko rozumianych innowacji.
4. Z ocen przedsiębiorców wynika, że samorządy gminy pełnią podstawową rolę w zakresie tworzenia proinnowacyjnych warunków lokalnych gospodarek. Dostrzec jednak można pewne niewykorzystane możliwości zwiększania innowacyjności lokalnych gospodarek wynikające m.in. z działań realizowanych w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego, podejmowania inwestycji prośrodowiskowych oraz korzystania z pomocy innych instytucji ważnych we wspieraniu lokalnych procesów rozwojowych.
5. Z ocen władz samorządowych wynika, że występują wyraźne różnice w zakresie postrzegania lokalnych czynników innowacyjności w skali powiatów. W przypadku powiatu puławskiego wszystkie badane czynniki lokalnej innowacyjności zostały ocenione wyżej lub znacząco wyżej niż w odniesieniu do powiatu bialskiego. Władze jednostek terytorialnych zlokalizowanych na terenie tego powiatu dostrzegały więc szersze spektrum możliwych do podejmowania działań i większą świadomość znaczenia bardziej intensywnych działań na rzecz innowacyjności, w tym takich jak współpraca z podmiotami sektora naukowo-badawczego czy też znaczenie działań na rzecz poprawy lokalnych warunków w zakresie stanu kapitału ludzkiego i społecznego.
6. Przedsiębiorcy z powiatu puławskiego, podobnie jak władze samorządowe badanych gmin tego powiatu, w większym stopniu podkreślali rolę takich czynników wspierających ich działalność innowacyjną, jak aktywność samorządów lokalnych i innych działań ukierunkowanych na szersze wykorzystanie lokalnego potencjału endogenicznego, w tym aktywności przedsiębiorców oraz rozwijania lokalnych sieci współpracy, w porównaniu do przedsiębiorców prowadzących działalność na terenie badanych gmin powiatu bialskiego.
7. W przypadku władz samorządowych z powiatu bialskiego ważne jest rozpatrzenie i poszerzenie zakresu podejmowanych działań proinnowacyjnych

oraz ściślejsza ich współpraca i komunikacja z przedstawicielami lokalnej gospodarki w związku z wybranymi kierunkami i możliwymi do wykorzystania narzędziami zwiększenia lokalnej innowacyjności.

Literatura

- Adamowicz M.: Lokalne strategie innowacji jako narzędzie zarządzania rozwojem powiatów stanowiących obszary potencjalnego wzrostu Lubelszczyzny, *Roczniki Naukowe SERiA*, Tom 17, Zeszyt 3, 2015
- Blakely E., J., Green Leigh N.: *Planning local economic development. Theory and practice*, SAGE, Los Angeles 2010
- Brol R., Sztando, A.: Strategiczne kreowanie innowacyjności gospodarki lokalnej na przykładzie gminy Polkowice, *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce*, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* Nr. 179, Wrocław 2011
- Brol R.: Innowacyjność lokalnych jednostek terytorialnych, *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce*, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* Nr. 46, Wrocław 2009
- Capello R.: *Innovation and Productivity: Local Competitiveness and the Role of Space*, w: *Handbook of Regional Innovation and Growth*, P. Cooke, B. Asheim, R. Boschma, R. Martin, D. Schwartz, F. Todtling (red.), EDWARD ELGAR PUBLISHING, 2011
- Diagnoza lubelskiego rynku innowacji –synteza ekspertyz na potrzeby RSI 2020, Załącznik do Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Lubelskiego do 2020 roku, Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego w Lublinie, Departament Gospodarki i Innowacji, Lublin 2013 <http://www.rsi.lubelskie.pl/images/DIAGNOZA/Diagnoza%20do%20RSI.pdf> (3.11.2016)
- Gruchman B.: Nowy paradygmat rozwoju regionalnego, *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, Rok LIV, Zeszyt 2, 1992
- Guzal-Dec D., Zwolińska-Ligaj M.: Propozycja modelu instytucjonalno-organizacyjnego wsparcia wykorzystania zasobów i walorów środowiska przyrodniczego w procesach stymulowania rozwoju obszarów przyrodniczo cennych, w: D. Guzal-Dec, A. Siedlecka, M. Zwolińska-Ligaj: *Ekologiczne uwarunkowania i czynniki rozwoju funkcji gospodarczych na obszarach przyrodniczo cennych województwa lubelskiego*, *Monografie i rozprawy 7*, WYDAWNICTWO PSW JPII, Biała Podlaska 2015
- Hryniewicz J. T.: Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – próba systematyzacji, w: K. Jaremczuk (red.), *Uwarunkowania przedsiębiorczości*, WYDAWNICTWO PWSZ, Tarnobrzeg 2004
- Huczek M.: Rola samorządu terytorialnego w rozwoju innowacyjności lokalnej, *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie*, Nr. 1, 2006
- Lokalna strategia innowacji dla powiatu bialskiego i miasta Biała Podlaska, Projekt systemowy „Kapitał intelektualny Lubelszczyzny 2010-2013”, Zacher, L. W., Leśniak-Moczuk, K., Betlej, A., Niećko, I., Błaszczak D., http://www.kil.lubelskie.pl/wp-content/uploads/2013/07/LSI_powiat_bialski.pdf. (15.01.2017)
- Lokalna strategia innowacji dla powiatu puławskiego i miasta Puławy, Projekt systemowy „Kapitał intelektualny Lubelszczyzny 2010-2013”, Zacher, L. W., Leśniak-Moczuk, K., Betlej, A., Niećko, I., Błaszczak, D., http://www.kil.lubelskie.pl/wp-content/uploads/2013/07/LSI_powiat_pulawski.pdf. (15.01.2017)
- Niedzielski P., Jaźwiński I.: Polityka regionalna i innowacje w rozwoju społeczno-gospodarczym województwa zachodniopomorskiego, III Konferencja naukowa z cyklu „Wiedza i Innowacje” pt. „Wiedza i innowacje w rozwoju gospodarki: siły motoryczne i bariery”, Kraków, 11 stycznia 2007, dostęp: <http://www.instytut.info/IIIkonf/referaty/1b/NiedzielskiJazwinski%20Polityka%20regionalna%20i%20innowacje.pdf> (12.01.2017)
- Niedzielski P., Markiewicz J., Rychlik K., Rzewuski T.: *Innowacyjność w działalności przedsiębiorstw. Kompendium wiedzy*, UNIWERSYTET SZCZECIŃSKI, Szczecin 2007
- Niedzielski P.: Słownik Innowacji - Leksykon haseł, hasło: innowacyjność, dostęp: http://www.pi.gov.pl/parp/chapter_96055.asp?soid=FA1A433EA536472DB353B72F0F987EEB (15.01.2017)
- Noronha Vaza de T., Nijkamp P.: Knowledge and innovation: The strings between global and local dimensions of sustainable growth, *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 21, No. 4, July 2009
- Nowakowska A.: Regionalny wymiar procesów innowacji, WYDAWNICTWO UŁ, Łódź 2011
- Potoczek A.: Polityka regionalna i gospodarka przestrzenna, AGENCJA TNOiK i CENTRUM KSZTAŁCENIA I DOSKONALENIA KUJAWSCY, Toruń 2003
- Skowronek-Mielczarek A.: Uwarunkowania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, OW SGH w Warszawie, Warszawa 2013

Ziółkowski M., Goleń M.: Zarządzanie strategiczne rozwojem lokalnym, w: H. Sochacka-Krysiak (red.), Zarządzanie gospodarką i finansami gminy, SGH w Warszawie, Warszawa 2003
Zwolińska-Ligaj M., Adamowicz M.: The activity of local self-governments in the area of creating local innovation (based on the example of Lublin counties, Poland), Proceedings of the 2017 International Scientific Conference "Economic Science for Rural Development", No 44, Jelgava 2017
Zwolińska-Ligaj M.: Bioeconomy as a direction of the development of natural valuable areas in Lublin voivodeship (Poland), Proceedings of the 2016 International Conference "Economic Science for Rural Development", No 41, Jelgava 2016
Zwolińska-Ligaj M.: Przedsiębiorczość na obszarach przyrodniczo cennych województwa lubelskiego, Roczniki Naukowe SERiA, T. XV, Zeszyt 4, Warszawa – Poznań – Rzeszów 2013

Abstract

The aim of the study is to indicate the main factors strengthening the innovativeness of the local economy from the perspective of local development conditions. On this basis, the article indicates the conclusions in relation to the local innovation policy. The paper presents the results of surveys using interview questionnaire addressed to the representatives of the local authorities as well as the owners (or managers) of enterprises. The research was carried out in two districts of the Lublin voivodeship. The material consists of 14 interviews with representatives of municipalities and 147 interviews with entrepreneurs. The study positively verifies the hypothesis of the existing differences in the perception of local factors of innovation from the perspective of local authorities and entrepreneurs, as well as differences in the perception of the role of local factors of innovation from the point of view of the differences in the progress of the development processes at the local scale.

Key words: innovativeness, local development, Lublin Voivodeship

Informacja o Autorach:

prof. dr hab. Mieczysław Adamowicz

Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej
ul. Sidorska 95/97
21-500 Biała Podlaska

e-mail: adamowicz.mieczyslaw@gmail.com

dr inż. Magdalena Zwolińska-Ligaj

Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej
ul. Sidorska 95/97
21-500 Biała Podlaska

e-mail: m.zwolinska-ligaj@dydaktyka.pswbp.pl

*Andrzej Buszko*¹
University of Warmia and Mazury in Olsztyn

The threats of the shadow economy for public finance in Poland

The article is devoted to the treats of the shadow economy for public finance. The close attention was paid to the taxation gap and factors fostering shadow economy. The Pearson coefficient index was used in order to identify the strength of the correlation among chosen variables influencing the taxation gap. Based upon the results it should be stated that factors fostering taxation gap ought to be reduced and more complex action towards reduction of the shadow economy is required to be taken.

Key words: shadow economy, taxation gap, public finance, threats

Introduction

The shadow economy is regarded to be a distinctiveness of the modern economy. This is due to the main two facts. First shadow economy exists in any country and just varies from the level of it and the category. Secondly the shadow economy affects the legal activity. Almost all societies try to control the level of shadow economy, but it is quite difficult, practically impossible. Despite of many different efforts shadow economy exists and performs moderately vibrant. Schneider estimates the size of the shadow economy between 7.9% of official Gross Domestic Product (GDP) in the United States and 66.4% in Georgia. On average, shadow economic activities amount to 15% of official GDP in Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) countries, while the average size in other parts of the world is around 35% (Schneider, 2010).

From public finance point of view eroding effects on the tax base and social security systems is often emphasized (Torgler, Schneider, Schaltegger, 2010). The shadow economy modifies the set of pledge able fiscal policy contractions. The underlying mechanism associated with this theory is as follows: in an economy characterized with a large informal production, fiscal policy contractions associated with a tax rise can lead to an expansion in the size of the shadow economy and hence limit the amount of government surplus that can be generated resulting from a tax rise (Ceyhun, Burak, 2013).

The roots of the shadow economy are mainly the same. They are connected with:

- 1) The high level of taxation (Krstić, Schneider, 2015),
- 2) The complicated and contradicted law system (Ainsworth, 2011),
- 3) The high level of corruption(Choi, Thum, 2003),
- 4) The level of organized crime (Dabla-Norris, Feltenstein, 2003),
- 5) The culture determinates (Buszko, 2017, Alm, Torgler, 2006),

¹ dr h.c. Head of Finance and Banking Department

6) The quality of institutional structure (Laruelle, 2008).

As long as taxes exist, some people will choose to hide their actions and refuse to pay their taxes. Addressing this issue demands a profound knowledge of the size of the shadow economy, the extent of tax evasion and the reasons why some people choose illegal unofficial work over a regular job (Reimers, 2014). According to the standard (Allingham–Sandmo) model of tax evasion, the size of the tax burden, along with the probability of detection of tax evasion and the possible sanctions, is a fundamental determinant of tax evasion, as well as of the shadow economy as a basis for tax evasion (Krstić, Schneider, 2015). It could be assumed that the higher level of taxes the higher level of shadow economy appears. This statement supposed to be obviously accepted but under one minor condition. It depends upon the sum of money still kept after taxation by taxpayer and business culture. If the business culture does not accept shadow economy activity the taxpayers are more willingly to fulfill their obligations (Harvey, 1997). Public policy may be influenced toward reducing tax rates if concerns about the underground economy loom large. However, if this is the case, it is also reasonable to consider whether there is a greater benefit to improved enforcement as opposed to reduced taxation (Spiro, 2005). More than forty years have passed since M. Allingham and A. Sandmober in 1972 published the first more solidly documented theory of tax evasion, where the taxpayer as part of self-assessment selects or declares true income, or perhaps declares a lesser income than the one earned in reality. The taxpayer's choice was dictated by the taxpayer's own perception of probability of tax control and possible fine for under declaring income versus the profit gained by maximizing the amount withheld (Schneider, Raczkowski, Mróz, 2015).

The complicated and contradicted law system supports shadow economy in a very effective way. This is because of the problem of legal performing in such business environment and time as well as cost consuming issue with professional activity. Entrepreneurs face the difficulty with well interpreting law regulations and revenue officers could easily identify not proper functioning of the company. There are many loops in the law so companies try to utilize them as much as they can. But such situation push them to be active in the shadow economy, especially in a long run.

The quality of institutional structure is very important factor fostering shadow economy bustle. One general remark to the mechanism must be underlined. Whenever the institutional structure is weak, the shadow economy appears. This is not only connected with the poor government performance. Market demand is generally fulfilled by two channels. Commonly, one is legal and the second stream is from the shadow economy. Whenever the government cannot make legal activity proper one, efficient and able to meet market demand in empty places, the shadow economy appears. Secondly corrupted government is quite often associated with autocratic regime supports shadow economy substantially and decreasing legal activity (Brubaker, 1996).

Today organised crime and shadow economy are inextricably linked. Organised crime benefits from global criminal networks, solutions developing shadow economy performance. The perpetrators move effortlessly across national borders in these networks, proving they are highly mobile. Poland is particularly important for the participants of organised crime in Europe not only because of its central position and links between West and East, but introducing market oriented economy so such country is very attractive for organized crime and shadow economy committers. Such situation is

seen in other countries like Germany. The Situation Report on Organised Crime of the Federal Criminal Police Office (BKA) for 2010 recorded 606 cases with 9,632 suspects, more than 60% of which were of non-German origin. The non-German suspects come from 113 different countries overall. The activities were mainly in the area of drug trafficking and smuggling, followed by economic crime and property crime. The damage in 2009 in Germany was worth around 1.65 billion euros, with the most damage caused by economic crime as well as tax and customs offences. Almost 85% of the cases had international links (Töttel, Büchler, 2011).

Generally the shadow economy affects legal economy in a depraved way. Such an opinion is widely spread in spite of that there are some academics, researchers, even politics state that shadow economy sometimes supports lawful motion. These situations might happen during the slowdown of economy. The surplus of labor force is absorbed by shadow economy. The shadow economy is just the pillow for higher unemployment rate. Secondly people from shadow economy spend at least some money in legal way, so the support budget revenue for example by VAT tax. Schneider based upon his research states that 66% of earnings in the shadow economy is quickly spent in formal sector. Thirdly the government is not so obliged to assure for such category of people higher social support. But more researches are agree that shadow economy cause the problems for economy, According to the Fraser Institute studies, a growing shadow economy is the sign that the democracy works bad, citizens condemning governments policies through an economic behavior, protesting to the law and regulations, and additionally influenced the usual consumption spending, and mainly those for long term purpose (Florea, Schiop, 2008). More dangerous results of the shadow economy are pointed out by Mara. The shadow economy has a strong social impact and because it is closely linked to a number of phenomena such as corruption, crimes of various types, drugs, mafia type organizations, labor exploitation through a stock black money laundering, human rights violations environmental pollution, etc. Politically, the shadow economy is seen as having negative effects because it emits false signals and induces decision makers as inadequate macroeconomic strategy. As a consequence, any macroeconomic policy on the tax system, unemployment, inflation, savings, social security, productivity and competitiveness is weak (Mara, 2012). Furthermore the shadow economy reduces the quality of life, increases the budget deficit, public debt, domestic and foreign investment, deregulating financial market. For a long run shadow economy may lead to economic chaos and devastate the legal market activity (Katrechka, 2014, Schneider, F., Hametner B., 2007, Misati, 2010, Hindriks J., Keen M., Muthoo A., 1999).

The data and estimation methodology

The goal of this study is to identify correlation between the level of taxation gap in Poland and factors fostering the shadow economy. The Pearson coefficient index was used. The Pearson correlation coefficient index takes a range of values from +1 to -1. A value of 0 indicates that there is no association between the variables. A value greater than 0 indicates a positive association; that is, as the value of one variable increases, so does the value of the other variable. A value less than 0 indicates a negative association; that is, as the value of one variable increases, the value of the other variable decreases. The essence test was applied in order to recognize relevance of the results

(<https://statistics.laerd.com/> data of access 2017/09/23). The *Statistica* software was used to calculate the results. It was assumed that taxation gap is the key feature of the shadow economy from public finance point of view. The higher level of taxation gap the more dangerous situations appears for public finance. The Government can not only handle its statutory duties but capabilities of development actions will be reduced (Ramey G., Ramey V. 1994). Chosen variables are considered informative statistical significance of at least 5%. The period of investigation 1993-2016.

Following factors fostering shadow economy were accepted:

- Corruption Perception Index (Corr.index),
- The level of fiscal burden – it was calculated by the number of working days sufficient to pay taxes by individual taxpayer (Fiscal burden),
- Index of Economic Freedom. The rule of law, regulatory efficiency, government size and open markets are taken into consideration for calculation (Index EF),
- Unemployment rate. It was assumed that higher rate of employment promotes activity in the shadow economy frames (Un.rate),
- Fiscal efficiency. Calculated as the sum of spending on fiscal administration as the percentage of the total budget tax revenues (Fiscal eff.).

Table 1. The level of taxation gap and factors fostering shadow economy in Poland 1993-2016

Years	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16
Taxation gap 25billion PLN	28	29	30	31	32	33	35	34	37	40	41	40	41	38	34	36	39	42	43	44	43	44	45	47
Corr.index	44	45	46	45	47	48	47	48	49	51	53	53	54	54	55	56	57	57	58	58	60	61	62	62
Fiscal burden	172	173	171	170	168	167	164	162	165	164	163	162	159	158	156	158	160	163	166	174	172	167	166	161
Index EF	45	46	46	47	50	53	55	56	56	58	59	60	61	64	67	67	68	68	68	69	70	70	69	68
Un.rate	14	15	16	15	13	10	11	13	15	18	20	21	20	18	15	11	10	12	13	13	14	13	11	10
Fiscal eff.	1,2	1,3	1,4	1,4	1,5	1,3	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,4	1,4	1,5	1,5	1,4	1,5	1,6	1,5	1,6	1,7	1,7

Source: PwC. Luka podatkowa w VAT – jak to zwalczać? Warszawa. Styczeń 2014, Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej. GUS. Warszawa. 2017, Doing Business. World Bank. Washington. 2017, Centrum im. Adama Smitha. Gdańsk. Dzień Wolności Podatkowej w Polsce. Warszawa. 2017

The chosen factors from the theoretical point of view are related to the shadow economy and taxation gap. The corruption perception index showing the level of corruption, and the result of it is very important for development and functioning the shadow economy. The higher level of corruption the better situation for shadow economy development. Fiscal burden and fiscal efficiency are closely associated with the first cause of the shadow economy – the higher level of taxation. This issue should be deliberated from the taxpayer point of view. If the taxpayer should work more just to pay the taxes, the more willingly he/she is to start operations in the shadow economy. Unemployment rate is an important factor boosts shadow economy. This is because people without constant paid occupation looking for any job, even in the shadow economy frames. The legal social support is often not sufficient, or even in some countries there is no any care. Index of economic freedom is calculated based upon four main pillars:

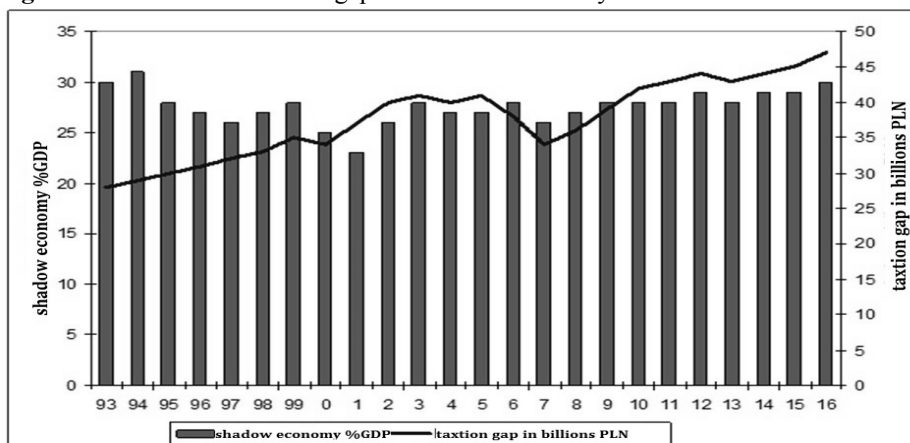
Rule of Law (property rights, government integrity, judicial effectiveness),
 Government Size (government spending, tax burden, fiscal health),
 Regulatory Efficiency (business freedom, labor freedom, monetary freedom),
 Open Markets (trade freedom, investment freedom, financial freedom).

Each of the freedoms variables within these categories are graded on a scale of 0 to 100 (<http://www.heritage.org/index/about> date of access 2017/09/24). The higher scoring it means more economic freedom and less space for the shadow economy activity.

Empirical findings and explains

Since 1993 it can be noticed that taxation gap has been gradually growing up. Just during 2003-2007 the slightly decrease was observed. The shadow economy constitutes ca.30% of GDP. One should take into account one important issue. Year by year (during investigation period) GDP grew up, and this means that shadow economy raised in real terms as well. Such situation requires reflection and adequate actions.

Figure 1. The level of taxation gap and shadow economy in Poland 1993-2016



Source: The level of shadow economy was calculated on MIMIC approach, Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej GUS. Warszawa. 2017

Referring to the methodological approach in table 2 the coefficient between taxation gap and chosen variables was presented.

Table 2. The correlation between taxation gap and factors fostering shadow economy

Zmienna	Korelacje (dane 25-09-2017)							
	Oznaczone wsp. korelacji są istotne z $p < ,05000$ N=24 (Braki danych usuwano przypadkami)							
	Średn.	Odch.	Taxation gap bil	Corr.inde	Fiscal bu	Index	Un.rate	Fiscal
Taxation gap billion	37,74	5,495	1,000	0,906	-0,263	0,859	-0,045	0,806
Corr.index	52,9	5,792	0,906	1,000	-0,322	0,957	-0,217	0,746
Fiscal burden	164,9	5,149	-0,263	-0,322	1,000	-0,446	-0,105	-0,208
Index EF	60,0	8,672	0,859	0,957	-0,446	1,000	-0,218	0,661
Un.rate	14,2	3,256	-0,045	-0,217	-0,105	-0,218	1,000	-0,132
Fiscal eff.	1,47	0,116	0,806	0,746	-0,208	0,661	-0,132	1,000

Source: calculation was done based upon the data presented in table 1

The results are awesome. There is a very strong correlation (coefficient index 0,9062) between taxation gap and corruption perception index. There is a strong correlation between taxation gap and the index of economic freedom (0,8593), as well as between taxation gap and fiscal efficiency (0,8064). The other achieved results are not important from statistical point of view.

The closer attention supposed to be put on corruption perception index in Poland. Generally the situation with corruption in Poland has been improving. The level of it has been going down. Even though the structure of corruption was changed, Poland is seen as relatively clean country (Transparency International, 2016). However such situation may come to the assumption that taxation gap in Poland is not influenced by corruption. Similar situation is connected with the index of economic freedom. Economic freedom commonly has been getting better. The introduced market oriented reforms made relatively not bad business environment. From the other hand the structure of the index of economic freedom is based on the wide scope of different features. In Polish situation justice system and law regulations supposed to be separately taken into account as the factors fostering taxation gap and parallel shadow economy. This is mainly because of the already highlighted problem of VAT frauds. Value added tax (VAT) generates significant public revenue (more than one fifth of world total tax revenue, including social contributions) and has been introduced in about 140 countries. In Poland it is the main source of revenue and plays an important role in ensuring public finance stability (Gut, 2015). It is estimated that the budget losses of VAT frauds (starting from 1990) amounted to 250 billion PLN (Gazeta Prawna. 21.09.2017). Such spectacles are very devastating for public finance stability. Just very clear situation is connected with fiscal efficiency. It is on a low level, comparing it to west European countries. In Poland it is on the level increasing 1,5% but in Norway 0,55% (Wojciechowski, 2015). The higher level of taxation gap is strictly connected with fiscal efficiency in Poland. The puzzling thing is that there is no association with taxation gap and unemployment rate. Such situation may be explained by a good economic situation and decreasing rate of unemployment. And additionally to that Schneider results of his research may be applied. Workers from shadow economy spend their money in legal economy, so they support budget revenue.

Conclusions

The study shows there is the problem in Poland with taxation gap and the shadow economy. Both economic categories have been influencing the public finance and reducing capabilities of government development actions. For a longer run the financial gap in the frames of the shadow economy can even jeopardize the financial security. The results of the study display that the more studies in this field are required. Especially more studies should be taken on the structure of the shadow economy and the roots of the taxation gap. In this circumstance it would be necessary to pay more attention to financial frauds for example VAT. VAT frauds should be explored from relatively low level of fiscal administration efficiency and in spite of relatively good scoring - economic freedom.

References

- Alm J., Torgler B. Culture differences and tax morale in the United States and in Europe. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 27 No. 2, 2006
- Ainsworth R.T. VAT fraud as a policy stimulus – is the US watching? VAT withholding vat and the Mittler Model, BU Law Working Paper 11-08, February, 2011
- Brubaker R. *Nationalism Reframed: Nationhood and the National Question in the New Europe*. Cambridge University Press, Cambridge. 1996
- Buszko A. Cultural Implications for the Shadow Economy. *Engineering Economics*. 2017 (*under printing process*)
- Centrum im. Adama Smitha. Gdańsk. Dzień Wolności Podatkowej w Polsce. Warszawa. 2017
- Ceyhun R., Burak R.U. Public debt, sovereign default risk and shadow economy. *Journal of Financial Stability* No 9, 2013
- Choi P.J., Thum M. The dynamics of corruption with the ratchet effect”, *Journal of Public Economics*, Vol. 87 Nos 3/4, 2003
- Dabla-Norris E., Feltenstein A. An analysis of the underground economy and its economic consequences. Working Paper 23/03, Washington, DC, International Monetary Fund. 2003
- Doing Business. World Bank. Washington. 2017
- Florea A., Schiop C. Are there any positive consequences of underground economy? *Fascicle of Management and Technological Engineering*, Volume VII (XVII). 2008
- Gazeta Prawna. 21.09.2017
- Gut, P. Experimental Evaluation of the Efficiency of the Third Party Joint and Several Liability in the Polish VAT System. *European Journal of Economic Studies*, Vol.(12), Is. 2 2015
- Harvey F. National cultural differences in theory and practice Evaluating Hofstede’s national cultural framework. *Information Technology & People*, Vol. 10 No. 2, 1997
- Hindriks J., Keen M., Muthoo A. Corruption, extortion and evasion. *Journal of Public Economics*, 74(3), 1999
- Katrehka, A. The effect of the shadow economy on social development. A comparative study on advanced and least developed countries. University of Gothenburg. 2014
- Krstić G., Schneider F. *Formalizing the Shadow Economy in Serbia. Policy Measures and Growth Effects*. Springer Cham Heidelberg New York Dordrecht London. 2015
- Laruelle M. The concept of ethnogenesis in Central Asia: political context and institutional mediators (1940–50). *Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History* 9 (1), 2008
- Mara E.R. Causes and Consequences of Underground Economy. MPRA Paper No. 36438, 2012
- Misati R. N. The role of the informal sector in investment in Sub-Saharan Africa. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2) 2010
- PwC. *Luka podatkowa w VAT – jak to zwalczać?* Warszawa. Styczeń, 2014
- Ramey G., Ramey V. Cross-country evidence on the link between volatility and growth”, Working Paper 4959, Cambridge, MA, NBER. 1994
- Reimers, O. CESifo DICE Report 4/2014 (December)
- Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej. GUS. Warszawa. 2017

Schneider F. The influence of public institutions on the shadow economy: an empirical investigation for OECD countries, *Review of Law and Economics* 6, 2010

Schneider, F., Hametner B. The shadow economy in Colombia: size and effects on economic growth (No. 0703). Working Paper, Department of Economics, Johannes Kepler University of Linz, 2007

Schneider F., Raczkowski K., Mróz B. Shadow economy and tax evasion in the EU. *Journal of Money Laundering Control*, Vol. 18 Iss 1, 2015

Spiro, P.S. Tax Policy and the Underground Economy [in:] Schneider F., Bajada, Ch. *Size, Causes and Consequences of the Underground Economy*. Ashgate Publishing, Aldershot, England 2005

Torgler B., Schneider F., Schaltegger C. Local autonomy, tax morale, and the shadow economy, *Public Choice* 144, 2010

Töttel U., Büchler H. *Research Conferences on Organised Crime at the Bundeskriminalamt in Germany 2008 – 2010*. Wolters Kluwer Deutschland GmbH, Köln. 2011

Transparency International. *Corruption Perception Index 2015*. London. 2016

Wojciechowski, T. Podatki w Polsce, jesteśmy europejskim liderem w kosztach ścigalności danin. *Gazeta Prawna*. 5 marzec, 2015

<https://statistics.laerd.com/> data of access 2017/09/23

<http://www.heritage.org/index/about> date of access 2017/09/24

Informacje o autorze:

dr hab. Andrzej Buszko, prof. UWM

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Wydział Nauk Ekonomicznych, Katedra Finansów i Bankowości

ul. M. Oczapowskiego 4

e-mail: buszko@uwm.edu.pl

Marian Podstawka
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Agnieszka Deresz

Zróżnicowanie obciążeń fiskalnych dochodów osób fizycznych w Polsce

DIFFERENTIATION OF TAX BURDEN ON INDIVIDUAL TAXPAYERS IN POLEN

Opodatkowanie to złożone zjawisko społeczne, gospodarcze, a także polityczno-ustrojowe i prawne. Podatki były i są przede wszystkim narzędziem służącym do gromadzenia przez państwo środków niezbędnych do realizacji jego zadań. Ponadto podatki są związane z regulowaniem procesów gospodarczych i społecznych, co oznacza, że podatki pełnią funkcje: redystrybucyjną, stymulacyjną i alokacyjną. Znaczenie gospodarczo społeczne podatków polega na tym, że skutkiem ich nakładania jest zmiana sytuacji dochodowej i majątkowej podatników, co wpływa na podejmowane ich decyzje: gospodarcze, konsumpcyjne, o oszczędzaniu, itp. Zmiany systemu podatkowego w latach 2008-2015, miały wpływ na kształtowanie się nominalnych i efektywnych stawek podatkowych. Wysokości obciążeń podatkowych i innych obciążeń fiskalnych nakładanych na poszczególne grupy podatników spowodowały zmiany w obciążeniu ich dochodów. Celem artykułu jest ocena rozkładu obciążeń fiskalnych w Polsce w latach 2008-2015. W opracowaniu, na podstawie przedmiotowej oceny, podjęto próbę weryfikacji hipotezy, że obciążenia fiskalne nakładane na osoby fizyczne prowadzące pozarolniczą działalność gospodarczą są niższe w porównaniu z opodatkowaniem wynagrodzeń z innych źródeł przychodów.

Słowa kluczowe: pozarolnicza działalność gospodarcza, wynagrodzenia z innych źródeł przychodów, składki na ubezpieczenia społeczne, składka na ubezpieczenie zdrowotne, podatek należny

Wstęp

System podatkowy podlega nieustannie ewolucji. Zmienne w czasie są też funkcje podatków. Początkowo podatki były podporządkowane realizacji jedynie funkcji fiskalnej. Doktryna liberalna traktowała je jako narzędzie neutralne, nie powodujące zmian realnych wielkości gospodarczych. Niemiecki ekonomista Adolph Wagner pierwszy położył nacisk na to, że opodatkowanie powinno służyć zmniejszaniu nierówności dochodów. Mimo, że postulat ten początkowo budził wiele kontrowersji, z czasem zaczął być coraz częściej stosowany w praktyce. W wieku XX głównie pod wpływem teorii Johna Maynarda Keynesa, potrzeba wykorzystywania podatków w celach pozafiskalnych stała się sprawą bezsporną. Obecnie oprócz tradycyjnej roli fiskalnej, podatki spełniają różnorodne funkcje o charakterze społecznym i gospodarczym. Podatek dochodowy od osób fizycznych ma zapewnić państwu dochody,

które umożliwiają realizację jego funkcji, a jednocześnie ma wpływać na gospodarcze i społeczne zachowania podatników.

Funkcja fiskalna podatku dochodowego od osób fizycznych wynika z konieczności zagwarantowania budżetowi państwa i budżetom lokalnym odpowiednich dochodów niezbędnych na realizację zaplanowanych zadań. Polega ona na przejmowaniu od podatników środków pieniężnych na rzecz państwa bądź innego związku publicznoprawnego. Wynika to z samej istoty podatków, które są zasadniczymi źródłami dochodów budżetowych, stąd też to z samej istoty podatków funkcja fiskalna przedstawia się jako podstawowa. Definicja podatku zawarta w ustawie Ordynacja podatkowa¹ oznacza, że podstawowym celem podatku jest konieczność zapewnienia środków finansowych na pokrycie wydatków publicznych.

Do pozafiskalnych funkcji podatków, należą przede wszystkim funkcja redystrybucyjna, stymulacyjna i alokacyjna. Funkcja redystrybucyjna wynika z konieczności kształtowania przez państwo majątku i dochodów będących w posiadaniu podatników. Właściwie jest przejawem korygowania dochodów uznanych za wysokie u jednych podatników i za niskie u drugich podatników. Państwo próbuje „poprawić” proporcje podziału dochodu narodowego pomiędzy różne grupy społeczne, dokonanego przez rynek. Funkcja stabilizacyjna polega na wykorzystaniu podatków w celu oddziaływania na koniunkturę gospodarczą. Podatki stają się tu elementem polityki dostosowawczej państwa, której celem jest zapewnienie zrównoważonego wzrostu gospodarczego, pełnego zatrudnienia oraz równowagi bilansu płatniczego. Funkcja alokacyjna podatków związana jest z występowaniem efektów zewnętrznych. Państwo próbuje „poprawić” alokację zasobów dokonaną przez rynek. W podatku dochodowym od osób fizycznych pozafiskalne funkcje podatków znalazły odzwierciedlenie w progresji podatkowej, kwocie wolnej od podatków, ulgach, preferencjach oraz zwolnieniach podatkowych, jak również w zróżnicowanych stawkach podatku od towarów i usług i w akcyzie.

Za pomocą polityki społecznej podejmowane są decyzje o tym, co kto otrzymuje w społeczeństwie. Za sprawą polityki podatkowej decyzje te określają, kto płaci podatki i w jakiej wysokości, kto może korzystać z ulg i preferencji podatkowych. Powstaje zatem pytanie, czy dokonany podział dóbr i obciążeń podatkowych jest sprawiedliwy. Zharmonizowany system podatkowy zmniejsza stopień wyłudzenia podatków, czego efektem jest bardziej skuteczna możliwość zmniejszania deficytu budżetowego, dostateczne spożytkowanie korzyści płynących ze wzrostu gospodarczego, jak również wzrost środków finansowych na realizację polityki społecznej. Urynkowanie polskiej gospodarki, obok wielu zjawisk pozytywnych spowodowało także zjawiska negatywne, jak np. bezrobocie, ubożenie niektórych grup społecznych, wzrost kosztów utrzymania gospodarstw domowych.

Celem opracowania jest przedstawienie w latach 2008-2015 obciążeń fiskalnych dochodów osób fizycznych prowadzących pozarolniczą działalność gospodarczą w porównaniu z obciążeniami fiskalnymi dochodów osób fizycznych uzyskujących przychody z pozostałych źródeł z wykorzystaniem danych zawartych w Informacjach

¹ Zgodnie z art. 6 ustawy z 29 sierpnia 1997r. Ordynacja podatkowa (tekst jednolity Dz.U. z 2017r. poz. 201 ze zm.) podatkiem jest publicznoprawne, nieodpłatne, przymusowe oraz bezzwrotne świadczenie pieniężne na rzecz Skarbu Państwa, województwa, powiatu lub gminy, wynikające z ustawy podatkowej.

Ministerstwa Finansów dotyczących rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych oraz ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych. Badania dotyczą okresu gdy: w 2008 roku obowiązywała progresywna skala podatkowa z trzema stawkami podatkowymi w wysokości: 19%, 30% i 40%, w 2009 roku wprowadzono dwustawkową skalę podatkową: 18% i 32%, oraz okres 2010-2015 w którym progi podatkowe pozostały na niezmienionej wysokości.

Hipoteza: Obciążenia fiskalne nakładane na osoby fizyczne prowadzące pozarolniczą działalność gospodarczą są niższe w porównaniu z osobami osiągającymi dochody z innych źródeł.

Preferencje podatkowe dla przedsiębiorców

W polskiej opinii publicznej dominuje przekonanie, że przedsiębiorcy są zbyt mocno obciążeni podatkami, co ogranicza ich możliwości rozwojowe oraz osłabia pozycję konkurencyjną na rynkach światowych. Osoby fizyczne prowadzące pozarolniczą działalność gospodarczą, w odróżnieniu od osób fizycznych uzyskujących przychody z innych źródeł, np. wynagrodzenia ze stosunku pracy, umowy zlecenia czy praw autorskich posiadają legalne sposoby na płacenie niższych podatków.

Po pierwsze: osoby fizyczne prowadzące pozarolniczą działalność gospodarczą, czy też rozpoczynające jej prowadzenie mają prawo do wyboru form opodatkowania podatkiem dochodowym spośród czterech możliwych:

- Opodatkowania na zasadach ogólnych:
 - według progresywnej skali podatkowej – z możliwością korzystania z ulg podatkowych i preferencyjnych sposobów opodatkowania,
 - według stawki liniowej 19% – niezależnie od wysokości dochodów, ale bez możliwości korzystania z ulg podatkowych i preferencyjnych sposobów opodatkowania,

Opodatkowania w formach zryczałtowanych:

- według ryczałtu ewidencjonowanego – ze stawkami 3%, 5,5%, 8,5%, 10%, 17% i 20% w zależności od rodzaju prowadzonej działalności gospodarczej,
- według karty podatkowej – ze stałą kwotą podatku niezależnie od wartości faktycznie uzyskiwanych przychodów.

W zależności od rodzaju prowadzonej działalności gospodarczej, jej rozmiaru oraz poziomu ponoszonych kosztów uzyskania przychodu, przedsiębiorca może wybrać formę opodatkowania najbardziej optymalną. Następstwem wyboru optymalnej formy opodatkowania są znaczne oszczędności finansowe, co niewątpliwie zwiększa opłacalność prowadzenia pozarolniczej działalności gospodarczej.

Po drugie: osoby fizyczne prowadzące pozarolniczą działalność gospodarczą mają prawo do płacenia zaliczki na podatek dochodowy w trakcie roku w formie uproszczonej, co pozwala na przesunięcie największego obciążenia podatkowego na koniec kwietnia następnego roku. Pieniądze, które pozostają w dyspozycji przedsiębiorcy mogą zostać wykorzystane na różnego rodzaju inwestycje oraz zwiększenie kapitału obrotowego przedsiębiorstwa.

Po trzecie: Zarówno w przypadku podatku dochodowego, jak i podatku od towarów i usług przedsiębiorca ma możliwość płacenia w okresach miesięcznych i

kwartalnych. Rozliczanie kwartalne powoduje, że przedsiębiorca ma do dyspozycji gotówkę, którą przy rozliczaniu miesięcznym musiałby wpłacić na konto organu podatkowego, a możliwości jej wykorzystania jest przecież wiele. Ponadto, wybierając za okresy rozliczeniowe kwartały zamiast miesięcy, przedsiębiorca łatwiej może utrzymać płynność finansową swojej firmy. Jest to również doskonałe rozwiązanie dla firm, w których koszty i przychody rozkładają się nierównomiernie w poszczególnych miesiącach. Dzięki opłacaniu podatków co kwartał przedsiębiorca ma więcej czasu na zgromadzenie faktur kosztowych, dzięki czemu łatwiej mu utrzymać równowagę finansową.

Po czwarte: osoby fizyczne rozpoczynające pozarolniczą działalność gospodarczą mają prawo do skorzystania z ulg dla nowo powstałych przedsiębiorstw. Pierwsza z nich to możliwość skorzystania z jednorazowej amortyzacji w ramach pomocy de minimis, druga to opłacanie składek ubezpieczeniowych na preferencyjnych warunkach. Dzięki tym możliwościom zwiększa się płynność finansowa przedsiębiorstwa. Jednorazowa amortyzacja to również zmniejszenie podstawy opodatkowania, a przez to także niższy podatek dochodowy. Płacenie preferencyjnych składek ZUS to również duża oszczędność. Dzięki tym rozwiązaniom do dyspozycji przedsiębiorcy pozostają dodatkowe środki, które może on wykorzystać na wiele różnych sposobów.

Po piąte: Przy opłacaniu podatku dochodowego na zasadach ogólnych, wysokość zaliczek obliczana jest jako procent podstawy opodatkowania. Im jest ona niższa, tym niższy jest podatek. Podstawa opodatkowania obliczana jest natomiast między innymi jako różnica między osiągniętym przychodem a poniesionymi kosztami jego uzyskania. Mądre planowanie wydatków firmowych oraz wiedza na temat tego, co i jak można zaewidencjonować jako koszt uzyskania przychodu, może poprzez obniżenie podstawy opodatkowania, znacząco wpłynąć na wysokość płaconych podatków.

Obciążenia podatkowe przedsiębiorców oraz podatników uzyskujących wynagrodzenia z innych źródeł przychodów

Porównanie obciążeń podatkowych podatników o dochodach powyżej 85.528, 00 zł, tj. z III przedziału progresywnej skali podatkowej obowiązującej w 2008 roku i II przedziału progresywnej skali podatkowej obowiązującej w latach 2009-2015, z przedsiębiorcami opodatkowanymi na zasadach ogólnych według stawki liniowej 19% i według ryczałtu ewidencjonowanego przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Rozkład obciążeń podatkowych w latach 2008-2015.

		III przedział podatkowy	Podatek liniowy 19%	Ryczałt ewidencjonowany
2008 rok				
Liczba podatników		342.230	463.115	713.585
Przeciętny dochód (w zł)		155.617,84	170.354,83	51.226,00
Łączne	Przeciętne	52.343,58	34.283,59	4.428,75

obciążenie dochodu *	(w zł)			
	(w %)	33,63	20,13	8,65
2009 rok				
Liczba podatników		387.295	391.784	732.760
Przeciętny dochód (w zł)		162.951,40	180.428,00	44.976,38
Łączne obciążenie dochodu	przeciętne (w zł)	45.039,29	36.358,84	4.210,00
	(w %)	27,64	20,16	9,36
2010 rok				
Liczba podatników		463.567	395.039	791.089
Przeciętny dochód (w zł)		150.337,86	188.986,66	45.435,12
Łączne obciążenie dochodu	przeciętne (w zł)	41.138,37	37.884,19	4.041,85
	(w %)	27,36	20,05	8,89
2011 rok				
Liczba podatników		521.600	410.813	835.514
Przeciętny dochód (w zł)		149.633,55	199.854,19	47.554,64
Łączne obciążenie dochodu	przeciętne (w zł)	41.192,74	40.069,70	4.239,40
	(w %)	27,53	20,05	8,92
2012 rok				
Liczba podatników		554.382	429.096	877.371
Przeciętny dochód (w zł)		160.178,11	187.152,60	45.204,68
Łączne obciążenie dochodu	przeciętne (w zł)	44.413,17	37.938,78	4.193,77
	(w %)	27,73	20,28	9,27
2013 rok				
Liczba podatników		601.621	446.485	921.838
Przeciętny dochód (w zł)		149.842,82	193.643,34	43.052,38
Łączne obciążenie dochodu	przeciętne (w zł)	41.796,88	39.326,14	4.067,87
	(w %)	14,59	20,31	9,45

2014 rok				
Liczba podatników		657.764	473.954	960.847
Przeciętny dochód (w zł)		150.401,32	205.335,30	44.724,14
Łączne obciążenie dochodu	przeciętne (w zł)	41.751,38	41.531,54	4.182,92
	(w %)	27,76	20,23	9,36
2015 rok				
Liczba podatników		710.471	502.648	1.003.987
Przeciętny dochód (w zł)		150.771,99	220.024,00	45.789,19
Łączne obciążenie dochodu	przeciętne (w zł)	41.896,61	44.480,36	4.315,57
	(w %)	27,80	20,22	9,44

* obciążenie dochodu podatnika z tytułu składek na ubezpieczenia społeczne, ubezpieczenie zdrowotne oraz podatku należnego

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Informacji Ministerstwa Finansów dotyczących rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych za lata 2008-2015 oraz Informacji dotyczących ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych za lata 2008-2015, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych

Przedstawione w powyższej tabeli porównanie obciążeń dochodów podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej oraz przedsiębiorców wybierających opodatkowanie dochodów podatkiem liniowym w wysokości 19% lub opodatkowanie przychodów ryczałtem ewidencjonowanym wyraźnie pokazuje uprzywilejowaną pozycję przedsiębiorców na tle dochodów uzyskiwanych z innych źródeł przychodów, np. z wynagrodzenia ze stosunku pracy, umowy zlecenie czy praw autorskich. Z analizy danych z tabeli 1 wynika, że najwyższe łączne obciążenie dochodu dotyczy grupy podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej. Na drugim miejscu pod tym względem znaleźli się przedsiębiorcy opodatkowani podatkiem liniowym w wysokości 19%, natomiast najniższe łączne obciążenie dochodu dotyczy przedsiębiorców opodatkowanych ryczałtem ewidencjonowany.

W 2008 roku łączne fiskalne obciążenie dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej wyniosło 52.343,58 zł, co stanowi 33,63% przeciętnego dochodu tej grupy podatników stanowiącego kwotę 155.617,84 zł, natomiast przedsiębiorców opodatkowanych podatkiem liniowym w wysokości 19% - 34.283,59 zł, co stanowi 20,13% przeciętnego ich dochodu w wysokości 170.354,83 zł, a przedsiębiorców opodatkowanych ryczałtem ewidencjonowanym tylko 4.428,75 zł, co stanowi 8,65% przeciętnego przychody – 51.226,00 zł. Obniżenie łącznego fiskalnego obciążenia dochodu zarówno podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej, jak i przedsiębiorców opodatkowanych podatkiem liniowym oraz ryczałtem ewidencjonowanym nastąpiło w 2009 roku, kształtując się odpowiednio na poziomie 45.039,29 zł, 36.358,84 zł i 4.210,00 zł, co stanowi odpowiednio 27,64% przeciętnego

dochodu w wysokości 162.951,40 zł, 20,16% przeciętnego dochodu w wysokości 180.428,00 zł i 9,36% przeciętnego przychodu w wysokości 44.976,38 zł. W 2010 roku łączne fiskalne obciążenie dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej wyniosło 41.138,37 zł, w 2011 roku 41.192,74 zł, w 2012 roku 44.413,17 zł, w 2013 roku 41.796,88 zł, w 2014 roku 41.751,38 zł i w 2015 roku 41.896,61 zł, przedsiębiorców opodatkowanych podatkiem liniowym kształtowało się na niższym poziomie wynosząc w 2010 roku 37.884,19 zł, w 2011 roku 40.069,70 zł, w 2012 roku 37.938,78 zł, w 2013 roku 39.326,14 zł, w 2014 roku 41.531,54 zł i w 2015 roku 44.480,36 zł, natomiast przedsiębiorców opodatkowanych ryczałtem ewidencjonowanym na poziomie: w 2010 roku 4.041,85 zł, w 2011 roku 4.239,40 zł, w 2012 roku 4.193,77 zł, w 2013 roku 4.067,87 zł, w 2014 roku 4.182,92 zł i w 2015 roku 4.315,57 zł. Udział łącznego fiskalnego obciążenia dochodu w przeciętnym dochodzie podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej w latach 2010-2015 kształtował się na zbliżonym poziomie wynosząc powyżej 27%. Na znacznie niższy poziomie kształtował się udział łącznego fiskalnego obciążenia dochodu w przeciętnym dochodzie przedsiębiorców opodatkowanych podatkiem liniowym. W latach 2010-2015 wyniósł on niewiele powyżej 20%. W najniższym stopniu obciążone były przychody przedsiębiorców opodatkowanych ryczałtem ewidencjonowanym, bo w latach 2010-2015 na poziomie około 9%.

W tabeli 2 zaprezentowano różnice między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych według stawki liniowej w wysokości 19% i ryczałtu ewidencjonowanego. Przedmiotowe różnice przedstawiono w ujęciu kwotowym, jak i procentowym.

Tabela 2. Różnice w łącznych obciążeniach fiskalnych dochodu w ujęciu kwotowych i procentowym.

	Przeciętne łączne obciążenie fiskalne dochodu (w zł)	Udział łącznego obciążenia fiskalnego w przeciętnym dochodzie (w %)
2008 rok		
III przedział	52.343,58	33,63
Podatek liniowy 19%	34.283,59	20,13
Ryczałt ewidencjonowany	4.428,75	8,65
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych podatkiem liniowym	18.059,99	13,50
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych ryczałtem ewidencjonowanym	47.914,83	24,98

2009 rok		
II przedział	45.039,29	27,64
Podatek liniowy 19%	36.358,84	20,16
Ryczałt ewidencjonowany	4.210,00	9,36
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych podatkiem liniowym	8.680,45	7,48
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych ryczałtem ewidencjonowanym	40.829,29	18,28
2010 rok		
II przedział	41.138,37	27,36
Podatek liniowy 19%	37.884,19	20,05
Ryczałt ewidencjonowany	4.041,85	8,89
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych podatkiem liniowym	3.254,18	7,31
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych ryczałtem ewidencjonowanym	37.096,52	18,47
2011 rok		
II przedział	41.192,74	27,53
Podatek liniowy 19%	40.069,70	20,05
Ryczałt ewidencjonowany	4.239,40	8,92
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych podatkiem liniowym	36.953,34	7,48
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych ryczałtem ewidencjonowanym	36.953,34	18,61
2012 rok		
II przedział	44.413,17	27,73
Podatek liniowy 19%	37.938,78	20,28
Ryczałt ewidencjonowany	4.193,77	9,27
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców	6.474,39	7,45

opodatkowanych podatkiem liniowym		
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych ryczałtem ewidencjonowanym	40.219,40	18,46
2013 rok		
II przedział	41.796,88	27,89
Podatek liniowy 19%	39.326,14	20,31
Ryczałt ewidencjonowany	4.067,87	9,45
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych podatkiem liniowym	2.470,74	7,58
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych ryczałtem ewidencjonowanym	37.729,01	18,44
2014 rok		
II przedział	41.751,38	27,76
Podatek liniowy 19%	41.531,54	20,23
Ryczałt ewidencjonowany	4.182,92	9,36
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych podatkiem liniowym	219,84	7,53
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych ryczałtem ewidencjonowanym	37.568,46	18,40
2015 rok		
II przedział	41.896,61	27,80
Podatek liniowy 19%	44.480,36	20,22
Ryczałt ewidencjonowany	4.315,57	9,44
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych podatkiem liniowym	-	7,58
Różnica między łącznym obciążeniem fiskalnym dochodu podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej a przedsiębiorców opodatkowanych ryczałtem ewidencjonowanym	37.581,04	18,36

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z tabeli 1

Z analizy danych zawartych w tabeli 1 i tabeli 2 wynika, że w latach 2008-2009 przy zbliżonych przeciętnych dochodach podatników opodatkowanych według progresywnej skali podatkowej według najwyższej stawki podatkowej wynoszącej w 2008 roku - 40% a w latach 2009-2015 – 32% i przedsiębiorców opodatkowanych według stawki liniowej w wysokości 19% różnice zarówno w kwocie łącznego obciążenia dochodów, jak i w ujęciu procentowym są duże. Należy jednak zauważyć, że w 2008 roku różnica w kwocie obciążenia dochodu była ponad dwukrotnie wyższa niż w 2009 roku (w 2008 roku stanowiła kwotę 18.059,99 zł, w 2009 roku – kwotę 8.680,45 zł), natomiast różnica w ujęciu procentowym była blisko dwukrotnie wyższa (w 2008 roku wynosiła 13,50%, w 2009 roku – 7,48%). Wskazuje to na wzmocnienie w 2009 roku dystrybucyjnego znaczenia podatku dochodowego w stosunku do osób fizycznych prowadzących pozarolniczą działalność gospodarczą. Oznacza to, że wprowadzenie dwustawkowej skali podatkowej miało wpływ na zmniejszenie zakresu nierówności dochodów tych podatników. W kolejnych latach 2010-2015, kiedy znacznie wzrosły różnice pomiędzy przeciętnymi dochodami podatników opodatkowanych stawką 32% i przedsiębiorców opodatkowanych według stawki liniowej 19%, zmniejszyły się różnice w kwotach obciążenia dochodu tych podmiotów, natomiast różnice w ujęciu procentowym kształtowały się w granicach od 7,31% do 7,59%. Oznacza to, że w latach 2009-2015 podatek dochodowy w porównywalnym stopniu pełnił funkcje redystrybucyjną dochodów dla osób fizycznych prowadzących pozarolniczą działalność gospodarczą i realizujących dochody z innych źródeł. Należy również zauważyć, że w największym stopniu na przedmiotowe różnice w każdym z analizowanych lat wpływały dużo niższe stawki składek na ubezpieczenia społeczne i na ubezpieczenie zdrowotne płacone przez przedsiębiorców.

Analizując obciążenia przychodów przedsiębiorców opodatkowanych według ryczałtu ewidencjonowanego, bezdyskusyjnym jest że były one znacznie niższe niż przedsiębiorców opodatkowanych na zasadach ogólnych, i kształtowały się na poziomie od 8,65% w 2008 roku do 9,45% w 2013 roku (w 2015 roku wносиły 9,44%).

Podsumowanie

Przeprowadzone w opracowaniu rozważania pozwalają zweryfikować hipotezę, że obciążenie dochodów jakie jest nakładane na osoby fizyczne prowadzące pozarolniczą działalność gospodarczą są niższe w porównaniu z obciążeniami fiskalnymi wynagrodzeń z innych źródeł. Podatek dochodowy wyraźnie preferuje przedsiębiorców, a ciężar obciążeń podatkowych w większym stopniu spada na dochody z pracy.

Nie prawdziwą jest powszechna opinia, że podatnik może kształtować swoje sprawy tak, aby wynikające z nich obciążenia fiskalne były jak najmniejsze. Występujące w polskim prawie podatkowym rozwiązania pozwalają na niepłacenie podatków przez przedsiębiorców. Polski system podatków dochodowych pozwala przedsiębiorcom omijać obowiązki podatkowe. Ten sposób działania nie dotyczy podatników uzyskujących dochody z innych źródeł, np. wynagrodzenia ze stosunku pracy czy umowy zlecenia.

Literatura

Ustawa z 29 sierpnia 1997r. Ordynacja podatkowa (tekst jednolity Dz. U. z 2017r. poz. 201 ze zm.)

Informacja dotycząca rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych za 2008 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, sierpień 2009r.

Informacja dotycząca rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych za 2009 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, sierpień 2010r.

Informacja dotycząca rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych za 2010 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, sierpień 2011r.

Informacja dotycząca rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych za 2011 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, sierpień 2012r.

Informacja dotycząca rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych za 2012 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, wrzesień 2013r.

Informacja dotycząca rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych za 2013 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, wrzesień 2014r.

Informacja dotycząca rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych za 2014 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, październik 2015r.

Informacja dotycząca rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych za 2015 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa 2016r.

Informacja dotycząca ryczału od przychodów ewidencjonowanych za 2008 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, maj 2009r.

Informacja dotycząca ryczału od przychodów ewidencjonowanych za 2009 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, maj 2010r.

Informacja dotycząca ryczału od przychodów ewidencjonowanych za 2010 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, maj 2011r.

Informacja dotycząca ryczału od przychodów ewidencjonowanych za 2011 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, maj 2012r.

Informacja dotycząca ryczału od przychodów ewidencjonowanych za 2012 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, czerwiec 2013r.

Informacja dotycząca ryczału od przychodów ewidencjonowanych za 2013 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, lipiec 2014r.

Informacja dotycząca ryczału od przychodów ewidencjonowanych za 2014 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, sierpień 2015r.

Informacja dotycząca ryczału od przychodów ewidencjonowanych za 2015 rok, Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, Warszawa, lipiec 2016r.

Gomułowicz A., Malecka J., 2013, Podatki i prawo podatkowe, Wydawnictwo Prawnicze LexisNexis, Warszawa

Majchrzycka-Guzowska A., 2011, Finanse i prawo finansowe, Wydawnictwo Prawnicze LexisNexis, Warszawa

Abstract

Taxation has been a complex social, economic, political and legal issue. Taxes have always been and will primarily remain as a tool for the state to gather essential means to perform its functions. Furthermore, taxes have been linked with regulation of economic and social processes, which means, that taxes fulfill following functions: redistributive, stimulus and allocative. Socio-economic meaning of taxes is reflected in the fact that as a result of imposing taxes the financial and profitable situation of taxpayers changes which influences their decisions: economic, consumption, or about saving etc. Changes in the tax system in 2008-2015 have affected the shape of nominative and effective tax rates. The amount of tax burdens and other fiscal impositions on certain groups of taxpayers caused changes in charging their income. The aim of this article is to evaluate tax burdens in Poland in 2008-2015. Based on this evaluation, an attempt of verifying hypotheses has been made on assumption that tax burdens imposed on individuals involved in non-agricultural activities are lower in comparison with taxation of income from other sources.

Key words: *non-agricultural activities, income from other sources, social security contribution, health insurance contribution, tax due*

Informacja o Autorach:

Prof. dr hab. Marian Podstawka

Katedra Finansów

Wydział Nauk Ekonomicznych

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

ul. Nowoursynowska 166

02-787 Warszawa

e-mail: marian_podstawka@sggw.pl

dr Agnieszka Deresz

Sonia Kozub - Skalska
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Rola słupów i faktycznych organizatorów przestępstw karuzelowych oraz skala współpracy z biegłymi sądowymi w przestępczości gospodarczej

THE ROLE OF SUBSTITUTED PERSONS AND REAL ORGANIZERS OF CAROUSEL CRIMES AND THE SCALE OF COOPERATION WITH COURT EXPERTS IN ECONOMIC CRIME

Jednym z mechanizmów, który znacząco przyczynia się do istnienia luki w VAT są oszustwa podatkowe realizowane w ramach tzw. karuzeli podatkowej. Niestety skala tego zjawiska pokazuje, iż zarówno organy skarbowe, jak i organy ścigania nie radzą sobie z ograniczaniem tej skali. Dzieje się tak dlatego, że w prowadzonych postępowaniach często nie dochodzi do wykrycia faktycznego organizatora karuzeli VAT, co w konsekwencji powoduje, iż szuka on nowych słupów i niemal natychmiast tworzy kolejną karuzelę. Zdaniem autora za taki stan rzeczy odpowiada między innymi organ podatkowy wydający decyzje podatkowe na słupów nie korzystając przy tym z możliwości wynikających wprost z art. 55 kodeksu karnego skarbowego (firmanctwo). Nie można bowiem zapominać, iż faktycznymi beneficjentami korzyści finansowych pochodzących z oszustw podatkowych są organizatorzy, nie zaś osoby podstawione (słupy), które w efekcie swojej roli są bardzo nisko opłacani. Wydanie decyzji podatkowej na faktycznego organizatora umożliwia realne odzyskanie start jakie poniósł budżet państwa. Ponadto wyspecjalizowane komórki zajmujące się odzyskaniem mienia, które podlegają pod Wydział ds. Odzyskiwania Mienia w Komendzie Głównej Policji miałby realną szansę na zabezpieczenie majątku organizatora, pochodzącego z przestępstwa. Wydaje się, iż bez zmiany podejścia organów podatkowych i współpracy organów ścigania faktyczni organizatorzy pozostaną nadal bezkarni, a odzyskanie mienia niemal niemożliwe – mimo sprzyjających możliwości ustawodawczych. Do ustalania faktycznych organizatorów konieczna jest szeroka analiza schematu przestępczego procederu, a tym samym jak pokazuje praktyka bliższa współpraca wymiaru sprawiedliwości z biegłymi sądowymi, która w efekcie przyczyni się do efektywności ustalania faktycznych organizatorów zorganizowanych grup przestępczych działających w obszarach przestępstw karuzelowych.

Artykuł stanowi kontynuację badań podjętych przez autora w publikacji pt. Mechanizm przestępstw karuzelowych i metody ich ograniczenia¹.

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na konieczność zmiany podejścia do prowadzonego postępowania, co może realnie ograniczyć skalę przestępstw karuzelowych. Jednocześnie autor wskazuje na konieczność wykorzystania istniejącego stanu prawnego oraz współpracy z biegłymi sądowymi w celu poprawy efektywności prowadzonych postępowań (czas

¹ Zobacz. Mechanizm przestępstw karuzelowych i metody ich ograniczenia, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Polityki Europejskie, Finanse i Marketing NR 17 (66) 2017, Warszawa, s. 145-160.

trwania postępowania, ustalanie faktycznych organizatorów). Wartością dodaną opracowania jest to, iż metody poruszone w artykule nie wymagają zmian legislacyjnych, a więc mogą zostać natychmiast zastosowane w praktyce. W celu przedstawienia zamierzonych celów zastosowano metody badań literaturowych oraz danych publicznych udostępnianych przez Ministerstwo Finansów, obowiązujących aktów prawnych. Ponadto przeprowadzono badania własne obejmujące skalę współpracy między wymiarem sprawiedliwości, a biegłymi sądowymi, co pozwala zweryfikować hipotezę, iż zakres tej współpracy w zakresie przestępczości gospodarczej jest niewystarczający. Zawarte w artykule rozważania mają charakter zarówno teoretyczny, jak i praktyczny.

Słowa kluczowe: firmanctwo, karuzele vat, organizatorzy przestępstw karuzelowych, opinie biegłych sądowych.

Wstęp

Podatek VAT stanowi przeważającą część luki w podatkach. Stanowi to realny i duży problem nie tylko dla budżetu państwa, ale również dla legalnie działających przedsiębiorstw, ponieważ zakłóca to rynkową konkurencję. Towar pochodzący z przestępstwa jest wprowadzany na rynek „bez obciążeń podatkowych”, co powoduje, iż jest oferowany taniej często nawet o 42 % (suma podatku dochodowego 19% oraz VAT 23 %) Ustawodawca od 1 stycznia 2017 r., wprowadził szereg przepisów mających na celu ograniczenie tego zjawiska. Jednak poza zmianami ustawowymi konieczna jest również zmiana współpracy między organami podatkowymi i organami ścigania. W prowadzonych postępowaniach już na początkowym etapie należy zmierzać do ustalenia faktycznych organizatorów karuzeli VAT, nie zaś prowadzić latami postępowanie zmierzające do wydania decyzji na „słupy”. Należy zaznaczyć, iż określenie słup nie posiada definicji legalnej. W *Wielkim Słowniku Języka Polskiego*² jest natomiast zawarta następująca definicja: *słup (człowiek) -pot. osoba, która firmuje swoim nazwiskiem jakieś działanie, w celu ukrycia faktycznego inspiratora lub uczestnika*. W literaturze (m.in. u Brunona Hołysta) w odniesieniu do firm słupów posługiwano się określeniem firmy firmanckie³. Taką również definicję przyjęto na potrzeby niniejszego artykułu.

Działanie takie pomoże podnieść efektywność prowadzonych postępowań skracając ich trwanie z 6 lat do 1 roku. Ponadto ustalanie faktycznych organizatorów od początku postępowania pozwoli na zabezpieczenie mienia beneficjentów korzyści finansowych pochodzących z przestępstwa, a tym samym odzyskanie strat, które poniósł budżet państwa. Zaniechanie ustalania faktycznych organizatorów powoduje, iż prowadzone latami postępowania karne w gruncie rzeczy są nieefektywne, ponieważ słup nie posiada majątku, a więc budżet państwa nie odzyskuje wyludzonego podatku, a faktyczny organizator pozostaje bezkarny i często tworzy kolejne karuzele. Praktyka pokazuje również, iż biegły sądowy jest rzadko lub zbyt późno powoływany do opiniowania w zakresie schematu i skali konkretnego przestępstwa karuzelowego, co w efekcie prowadzi do braku odzyskania należności publicznoprawnych z uwagi na ich przedawnienie, a w konsekwencji postępowania są prowadzone tylko pod kątem przestępstw wynikających z art. 258 i 299 kodeksu karnego⁴ (udział w zorganizowanej

² Dz.U.UE L 331/13 z 5XI 2004.

³B. Hołyst, *Kryminalistyka*, Warszawa 2007, LexisNexis, s. 296-303.

⁴ Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny. (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 1137 z późn. zm.).

grupie przestępczej, pranie pieniędzy). Należy również wspomnieć, iż mimo możliwości płynących z art. 44 a oraz art. 45 kodeksu karnego⁵ wyspecjalizowane komórki ds. Odzyskania Mienia działające przy Wydziale ds. Odzyskania Mienia w Komendzie Głównej Policji pozostają bezradne, ponieważ sposób prowadzenia przestępstw karuzelowych determinuje ich do poszukiwania majątku „słupów” nie zaś faktycznych organizatorów. Wprowadzenie procedur zbierania i zabezpieczania materiału dowodowego oraz prowadzenie analiz kryminalnych do postępowań dotyczących przestępstw karuzelowych⁶ oraz ustalanie od początku postępowania faktycznych organizatorów zgodnie z art. 55 kodeksu karnego skarbowego⁷ w sposób rzeczywisty ograniczy skalę zjawiska tego rodzaju przestępczości gospodarczej. Praktyka pokazuje również, iż rola biegłych sądowych w postępowaniach dotyczących przestępstw gospodarczych jest wciąż niewystarczająca, a ich udział włączany jest zbyt późno. W artykule zaprezentowano skalę współpracy biegłych sądowych z wymiarem sprawiedliwości w kontekście przestępstw opisanych w rozdziale XXXVI kodeksu karnego. Dobrana próba badawcza skupiająca się na konkretnym rozdziale kodeksu karnego uzasadniona jest tym, iż zawiera on katalog przestępstw najczęściej występujących w zorganizowanych grupach przestępczych dokonujących oszustw podatkowych. W Polsce nie istnieje jednolity system rejestracji prowadzonych postępowań i dochodzeń, co determinowało dobór próby badawczej w ten sposób, aby wszystkie jednostki objęte badaniem dysponowały danymi statystycznymi niezbędnymi do udzielenia odpowiedzi w trybie informacji publicznej.

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na konieczność zmiany podejścia do prowadzonego postępowania, co może realnie ograniczyć skalę przestępstw karuzelowych. Jednocześnie autor wskazuje na konieczność wykorzystania istniejącego stanu prawnego oraz współpracy z biegłymi sądowymi w celu poprawy efektywności prowadzonych postępowań (czas trwania postępowania, ustalanie faktycznych organizatorów). Wartością dodaną opracowania jest to, iż metody poruszone w artykule nie wymagają zmian legislacyjnych, a więc mogą zostać natychmiast zastosowane w praktyce. W celu przedstawienia zamierzonych celów zastosowano metody badań literaturowych oraz danych publicznych udostępnianych przez Ministerstwo Finansów, obowiązujących aktów prawnych. Ponadto przeprowadzono badania własne obejmujące skalę współpracy między wymiarem sprawiedliwości, a biegłymi sądowymi, co pozwala zweryfikować hipotezę, iż zakres tej współpracy w zakresie przestępczości gospodarczej jest niewystarczający. Zawarte w artykule rozważania mają charakter zarówno teoretyczny, jak i praktyczny.

Charakterystyka przestępstw karuzelowych

W literaturze, wyrażenie "karuzela" odnosi się do sposobu, w jaki sprzedawane towary krążą między poszczególnymi podmiotami zaangażowanymi (świadomie bądź nie) w przestępczy łańcuch dostaw. W szczególności z karuzelą podatkową mamy do

⁵ Ibidem

⁶ szerzej. S. Kozub- Skalska: *Mechanizm przestępstw karuzelowych i metody ich ograniczenia*, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Polityki Europejskie, Finanse i Marketing nr 17 (66) 2017, Warszawa, s. 145-160.

⁷ Ustawa z dnia 10 września 1999 r. Kodeks karny skarbowy. (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 2137 z późn. zm.).

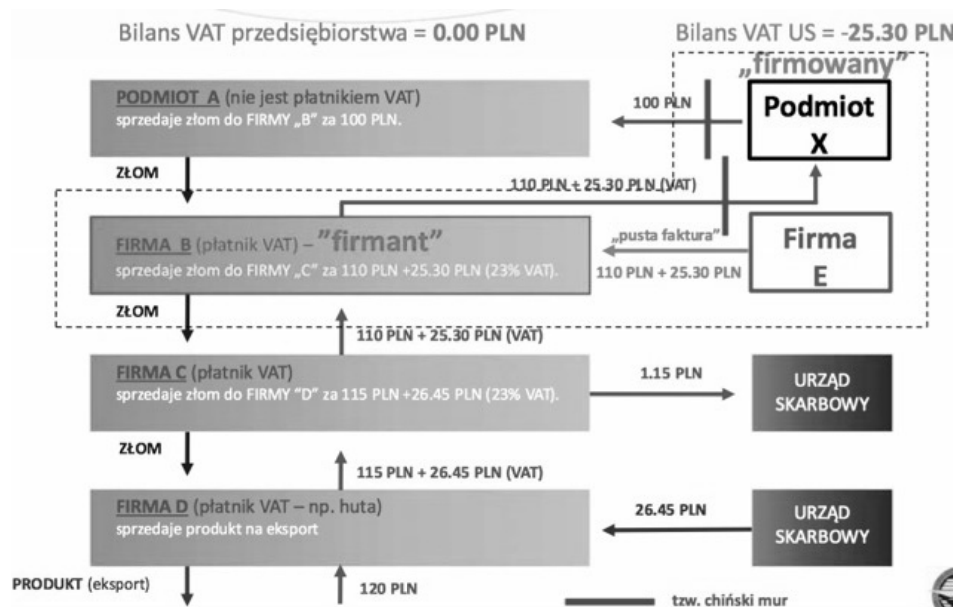
czynienia wtedy, gdy w wyniku szeregu transakcji sprzedażowych produkty "wracają" do pierwszego ogniwa w łańcuchu. Zaznacza się, jednakże, że element ten w żadnym razie nie stanowi warunku koniecznego dla popełnienia zorganizowanego oszustwa podatkowego. Z tego względu, dla celów ujęcia całości zjawiska można też posługiwać się zbiorczym pojęciem "zorganizowanego oszustwa VAT" rozumianego jako "oszustwo popełniane za pomocą różnorodnych metod, nakierowane na uzyskanie nienależnej korzyści związanej z rozliczeniami z zakresu VAT, z użyciem powiązań pomiędzy podmiotami działającymi w skali międzynarodowej"⁸. Oszustwo karuzelowe bazuje na takim przepływie towarów pomiędzy państwami członkowskimi, który skutkuje powrotem towarów do państwa ich pierwotnego pochodzenia i ma na celu uchylene się od opodatkowania, legalizację towarów nabytych nielegalnie czy sprzedaż towarów po cenach niższych niż ceny rynkowe⁹. Podkreślenia wymaga, że nieodłącznym elementem oszustwa typu karuzelowego jest występowanie tzw. znikającego podatnika, czyli podmiotu, który dokonuje rejestracji na potrzeby VAT "fikcyjnego" przedsiębiorstwa, w celu uniknięcia zapłaty podatku od towarów i usług należnego (wskutek niedopełnienia obowiązku zadeklarowania części lub całości obrotu dokonywanego przez dany podmiot), albo wyłudzenia podatku od towarów i usług naliczonego wynikającego z upozorowania transakcji krajowych lub wewnątrzspółnotowych.

Jak pokazuje praktyka, podmioty - dokonujące rejestracji na potrzeby podatku od towarów i usług tylko w celu dokonania oszustwa podatkowego - często posługują się danymi niezgodnymi ze stanem faktycznym, poprzez np. wskazywanie fałszywego adresu. Rejestracji dokonuje najczęściej osoba, która w rzeczywistości nie kieruje działalnością podmiotu, nie posiada wiedzy na temat planowanych transakcji czy też informacji o osobach faktycznie kierujących działalnością podmiotu, nie posiada dostępu do rachunku bankowego firmowanego przez siebie podmiotu. Stąd też często dla określenia takich podmiotów używana jest nazwa "spółki-wydmuszki", "spółki-słupa", które po wyeksploatowaniu zastępowane są kolejnymi. Znikający podatnik jest więc kluczowym elementem w znanych obecnie konstrukcjach karuzelowych jako podmiot (teoretycznie jedyny), który nie wypełnia swoich zobowiązań w zakresie podatku od towarów i usług. Nadana mu przez doktrynę zachodnioeuropejską nazwa odnosi się do charakterystycznej dla *modus operandi* przestępstw karuzelowych przerwy w łańcuchu dostaw opodatkowanych podatkiem od wartości dodanej, powstałej za sprawą jednego z zaangażowanych węń podatników, który znika pozostawiając po sobie nieuregulowane kwoty podatku należnego, który jest następnie zgodnie z prawem odliczany przez kolejnego handlowca w łańcuchu. W praktyce znikający podatnik korzysta z możliwości sprowadzania towarów "wolnych od VAT" z innych krajów członkowskich UE. Co oczywiste, nie wykazuje on podatku w państwie przeznaczenia, niemniej jednak dokonuje dalszej dostawy produktów w obrębie jego terytorium na rzecz podatników prowadzących tam swoją działalność. Dostawy te dokumentowane są fakturami VAT, lecz wykazane w nich kwoty podatku należnego nigdy nie są

⁸ T. Pabiański, W. Śliż: Zorganizowane działania przestępcze wykorzystujące mechanizmy konstrukcyjne podatku VAT, *Przegląd Podatkowy*, 1/2007.

⁹ M. Keen, S. Smith: VAT Fraud and Evasion: What Do We Know, and What Can be Done?, IMF Working Paper 2007, s. 13, za: R. Lipniewicz: Docelowy system VAT w Unii Europejskiej. Harmonizacja opodatkowania transakcji wewnątrzspółnotowych, Oficyna 2010, lex/El.

regulowane¹⁰. Typowy łańcuch transakcji w przestępstwach karuzelowych przedstawia rysunek 1.



Rysunek 1. Schemat karuzeli VAT z uwzględnieniem firmantwa.

Źródło. Mechanizm „firmantwa” w obrocie gospodarczym w polskim systemie podatkowym przedstawiony przez Izbę Gospodarczą Metali Nieżelaznych i Recyklingu Komisji Ustawodawczej Senatu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 15 listopad 2012 r.

Konkludując powyższe rozważania należy zwrócić szczególną uwagę na konieczność przypisywania konkretnych ról poszczególnym uczestnikom przestępstw karuzelowych, ponieważ tylko takie działanie pozwoli otworzyć schemat karuzeli zawarty w rysunku 1. Rysunek ten w czytelny sposób pokazuje rolę „firmanta” oraz „firmowanego”, co w efekcie pozwala faktycznemu organizatorowi na czerpanie korzyści finansowych z zorganizowanej przestępczości gospodarczej. Konsekwencje nieustalania „firmanta” dla budżetu państwa są ogromne, ponieważ powszechnie wiadomo, iż słupek nie ma żadnego majątku natomiast bez wykorzystania art. 55 kodeksu karnego skarbowego Wydziały ds. Odzyskiwania Mienia działające w każdej Komendzie Wojewódzkiej Policji nie mają podstaw prawnych do zabezpieczenia majątku faktycznego organizatora, czyli głównego beneficjenta uzyskującego korzyści finansowych z oszustw podatkowych. Ponieważ artykuł stanowi kontynuację badań podjętych przez autora w publikacji pt. Mechanizm przestępstw karuzelowych i metody

¹⁰ Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 3 lutego 2017 r. III SA/Wa 3363/15 Znikający podatnik, bufor i broker w karuzeli podatkowej.

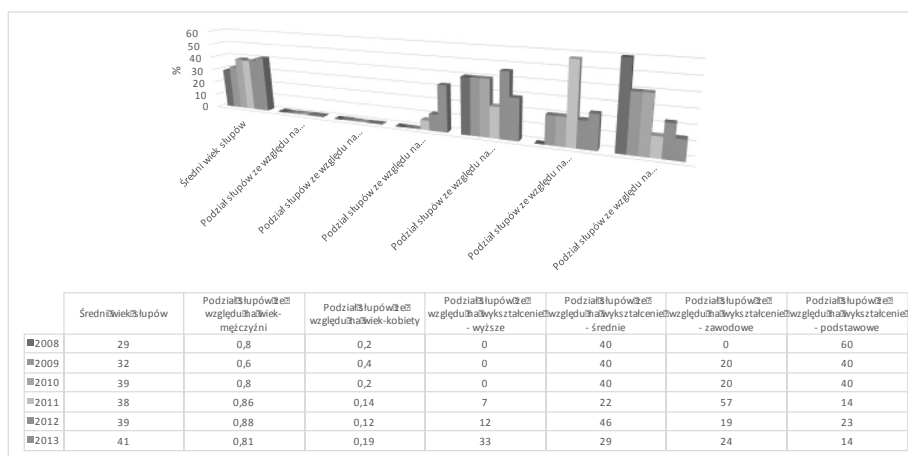
ich ograniczenia¹¹ w niniejszej pracy skupiono się tylko na roli słupa oraz faktycznego organizatora. Rozważania dotyczące pozostałych ról zostały opisane w przywołanym artykule.

Charakterystyka słupów

Analizując postępowania dotyczące zorganizowanych grup przestępczych dopuszczających się oszustw podatkowych można wyodrębnić cechy charakterystyczne dla „słupów”. Wśród najczęściej spotykanych rodzajów słupów można wymienić:

- Osoba fizyczna będąca jednocześnie udziałowcem i prezesem spółki z ograniczoną odpowiedzialnością,
- Osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą w swoim imieniu.

Co charakterystyczne osoby te nigdy nie podejmują decyzji samodzielnie w zakresie prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej, a jedynie wykonują polecenia innych osób¹². Ciekawe badanie w zakresie cech charakterystycznych dla słupów przeprowadził Kamil Nowak na podstawie analizy postępowań przygotowawczych prowadzonych przez Delegaturę ABW w Katowicach – dotyczących zorganizowanych grup przestępczych zajmujących się oszustwami podatkowymi w latach 2008-2013. Wykres 1 przedstawia zestawienie wszystkich cech charakterystycznych dla słupów w latach 2008-2013. Udział procentowy odnosi się do całego badanego okresu.



Wykres 1. Cechy charakterystyczne słupów w latach 2008-2013.

¹¹ Zobacz. Mechanizm przestępstw karuzelowych i metody ich ograniczenia, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Polityki Europejskie, Finanse i Marketing NR 17 (66) 2017, Warszawa, s. 145-160.

¹² K. Nowak: Wybrane zagadnienia dotyczące działalności tzw. słupów w ramach zorganizowanych grup przestępczych dopuszczających się oszustw podatkowych w związku z obrotem wyrobami stalowymi. Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego nr 6, Warszawa 2014, s. 172.

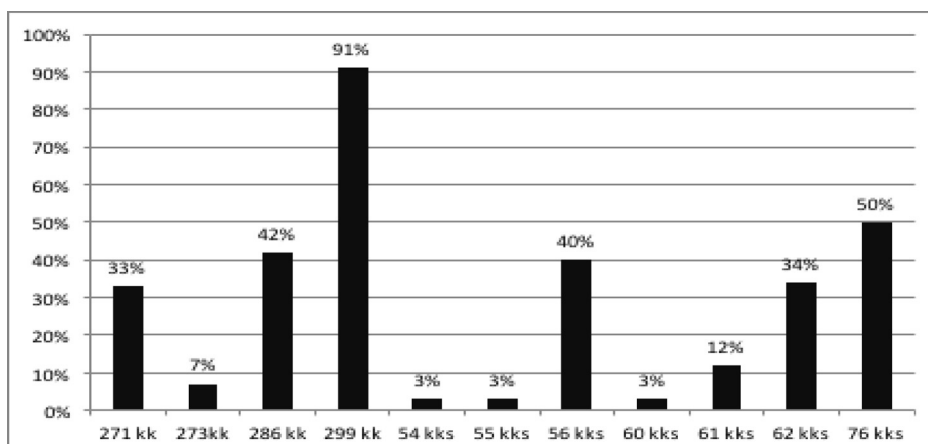
Źródło. Opracowanie własne na podstawie K. Nowak: Wybrane zagadnienia dotyczące działalności tzw. słupów w ramach zorganizowanych grup przestępczych dopuszczających się oszustw podatkowych w związku z obrotem wyrobami stalowymi. Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego nr 6, Warszawa 2014, s. 177-178.

Z analizy wykresu 1 można wywnioskować, iż słup to najczęściej osoba w średnim wieku, przeważnie mężczyzna, najczęściej z wykształceniem podstawowym lub zawodowym. Ponadto z całą pewnością to osoba, która nie prowadzi faktycznej działalności gospodarczej w swoim imieniu, a jedynie wykonuje polecenia innych osób (organizatorów przestępstwa). Należy więc stwierdzić, iż słup w rzeczywistości pełni rolę „firmującego”.

Słupom przedstawiano najczęściej zarzuty popełnienia przestępstw z art. 258 kk (udział w grupie przestępczej) - 99 proc., z art. 299 kk (pranie pieniędzy) - 91 proc., z art. 76 kks (narażenie na bezpodstawny zwrot podatku) - 50 proc., z art. 286 kk (oszustwo) - 42 proc., rzadziej z innych artykułów Kodeksu karnego lub Kodeksu karnego skarbowego. Zdecydowanej większości słupów przedstawiono zarzuty popełnienia przestępstw z kilku artykułów Kodeksu karnego i Kodeksu karnego skarbowego¹³. Prawie w ogóle nie postawiono zarzutów z tytułu art. 55 kodeksu karnego skarbowego¹⁴, czyli firmactwa, a więc nie dążono do postawienia zarzutów faktycznemu organizatorowi. Wnioski te potwierdza analiza postawionych zarzutów w Delagatorze ABW w Katowicach w latach 2008-2013 przedstawiona na wykresie 2. Podobne wnioski można wysunąć dokonując analizy postawionych zarzutów w Komendzie Wojewódzkiej Policji w Krakowie w latach 2014-2016 przedstawiona na wykresie 3. Z uwagi na fakt, iż badane jednostki nie gromadzą w sposób jednolity danych statystycznych dotyczących przestępstw gospodarczych autor poglądowo przedstawia dane jednostki, z której otrzymał w ramach informacji publicznej szczegółowy wykaz z jakiego artykułu zostały postawione zarzuty. W połączeniu jednak z badaniem przeprowadzonym przez K. Nowak dane te pozwalają na wyciągnięcie z ich analizy wniosków. Dane zawarte w wykresie 1 i 2 zawierają udział % w całym badanym okresie.

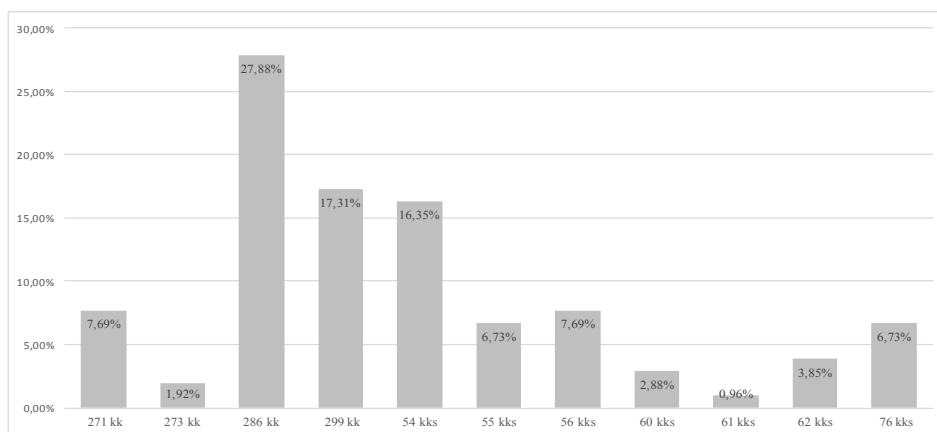
¹³ K. Nowak: Wybrane zagadnienia dotyczące działalności tzw. słupów w ramach zorganizowanych grup przestępczych dopuszczających się oszustw podatkowych w związku z obrotem wyrobami stalowymi. Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego nr 6, Warszawa 2014, s. 180.

¹⁴ Ustawa z dnia 10 września 1999 r. Kodeks karny skarbowy. (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 2137 z późn. zm.).



Wykres 2. Podział pod kątem przedstawionych słupom zarzutów (w proc.) lata 2008-2013.

Źródło. K. Nowak: Wybrane zagadnienia dotyczące działalności tzw. słupów w ramach zorganizowanych grup przestępczych dopuszczających się oszustw podatkowych w związku z obrotem wyrobami stalowymi. Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego nr 6, Warszawa 2014, s. 180.



Wykres 3. Podział pod kątem przedstawionych zarzutów (w proc.) lata 2014-2016.

Źródło. Opracowanie własne na podstawie danych otrzymanych w ramach dostępu do informacji publicznej z Komendy Wojewódzkiej Policji w Krakowie.

Analizując wykres 2 z łatwością można zobaczyć, iż mimo faktu, że słup nie prowadzi faktycznej działalności gospodarczej we własnym imieniu oraz wykonuje polecenia innych osób to w latach 2008-2013 tylko 3% zarzutów dotyczyło art. 55 kodeksu karnego skarbowego (firmanctwa). Natomiast analiza wykresu 3 pokazuje, iż w latach 2014-2016 tylko 6,73% dotyczyło art. 55 kodeksu karnego skarbowego (firmanctwa). Zważywszy na specyfikę przestępstw karuzelowych nie jest to wynik wystarczający. Do ustalania faktycznych organizatorów konieczna jest współpraca z

biegłymi sądowymi na początkowym etapie postępowania. Praktyka pokazuje, iż skala tej współpracy jest niewystarczająca.

Firmanctwo

W przepisie art. 55 kodeksu karnego skarbowego¹⁵ uregulowana jest odpowiedzialność karna skarbową za tzw. firmanctwo. Jest to zachowanie podatnika, który w celu zatajenia prowadzenia działalności gospodarczej na własny rachunek lub rzeczywistych rozmiarów tej działalności posługuje się imieniem i nazwiskiem, nazwą lub firmą innego podmiotu i przez to naraża podatek na uszczuplenie¹⁶. Czyny takie nazywane są firmanctwem podatkowym¹⁷. Zachowanie firmanta zawsze musi polegać na działaniu, ze względu na użycie w przepisie art. 55 kodeksu karnego skarbowego znamienia czasownikowego „posługuje się”¹⁸. Powstaje jednak kwestia ewentualnej odpowiedzialności „firmującego” to znaczy podmiotu, którego imieniem i nazwiskiem, nazwą lub firmą posłużył się firmant. Przepis art. 55 kodeksu karnego skarbowego jest odpowiednikiem dawnego art. 93 uks, na podstawie którego, tej samej karze, jak firmant podlegał także „firmujący”, to znaczy ten, kto dopuszczał do posługiwania się jego nazwiskiem lub firmą, albo pełniąc funkcję w instytucji dopuszczał do posługiwania się nazwą tej instytucji przez firmanta. To pominięcie odpowiedzialności firmującego nie oznacza i nie przesądza automatycznie, że firmujący odpowiedzialności żadnej nie ponosi. Firmanctwo niesie za sobą również konsekwencje podatkowe, przewidziane w art. 113 ordynacji podatkowej¹⁹, który stanowi, że jeżeli podatek, za zgodą innej osoby, w celu zatajenia prowadzenia działalności gospodarczej lub rzeczywistych rozmiarów tej działalności, posługuje się lub posługiwał się imieniem i nazwiskiem, nazwą lub firmą tej osoby, osoba ta ponosi solidarną odpowiedzialność z podatnikiem całym swoim majątkiem za zaległości podatkowe powstałe podczas prowadzenia tej działalności²⁰. Odpowiedzialność podatkowa osób trzecich związana z firmanctwem ma w pewnym stopniu charakter sankcji skierowanej przeciwko osobie, zezwalającej na posługiwanie się imieniem i nazwiskiem, nazwą lub firmą (osoba firmująca) innej osoby (osoba firmowana) w celu obejścia prawa podatkowego²¹. Wobec organów podatkowych podatnikiem jest ten, kto rzeczywiście prowadzi działalność gospodarczą (firmowany), a

¹⁵ Ustawa z dnia 10 września 1999 r. Kodeks karny skarbowy. (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 2137 z późn. zm.).

¹⁶ L. Wilk: Firmanctwo – art. 55 kodeksu karnego skarbowego, Prok. i Pr. 2001 nr 6.

¹⁷ S. Baniak: Prawo karne skarbowe, Warszawa 2006, s. 223.

¹⁸ L. Wilk: Przepisy i wykroczenia skarbowe [w:] Prawo gospodarcze i handlowe. Tom. 10. Prawo karne gospodarcze, pod redakcją O. Górniok, Warszawa 2003, s. 569.

¹⁹ Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. - Ordynacja podatkowa. (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 201 z późn. zm.).

²⁰ Zob. szerzej m.in. D. Zalewski, *Odpowiedzialność za firmanctwo*, Monitor Podatkowy 2009 nr 4, s. 25-30; R. Mastalski [w:] B. Adamiak, J. Borkowski, R. Mastalski, J. Zubrzycki, *Ordynacja podatkowa. Komentarz 2004*, Wrocław 2004, s. 422-423; S. Babiarz [w:] S. Babiarz, B. Dauter, B. Gruszczyński, R. Hauser, A. Kabat, M. Niezgodka-Medek, *Ordynacja podatkowa. Komentarz*, Warszawa 2004, s. 393; A. Olesińska [w:] B. Brzeziński, M. Kalinowski, M. Masternak, A. Olesińska, *Ordynacja podatkowa. Komentarz*, Toruń 2002, s. 403; w literaturze podatkowej dotyczącej firmanctwa dla osoby, która rzeczywiście prowadzi działalność gospodarczą używa się określenia „firmowany” lub „osoba firmowana”. Określenie to jest odpowiednikiem pojęcia „fir- manta” używanego w literaturze karnoskarbowej.

²¹ R. Mastalski [w:] B. Adamiak, J. Borkowski, R. Mastalski, J. Zubrzycki: *Ordynacja podatkowa. Komentarz 2004*, Wrocław 2004, s. 422.

osobą trzecią jest firmujący, na którym jednak nie ciąży obowiązek podatkowy²². W przypadku, gdy podatnik, za zgodą innej osoby, w celu zatajenia działalności gospodarczej lub rzeczywistych jej rozmiarów, posługuje się lub posługiwał imieniem i nazwiskiem, nazwą lub firmą tej osoby, osoba ta ponosi solidarną odpowiedzialność z podatnikiem całym swoim majątkiem za zaległości podatkowe powstałe podczas prowadzenia tej działalności²³. W przeciwieństwie do zachowania firmanta zachowanie firmującego może polegać zarówno na działaniu (np. dostarczenie dokumentów, pieczętek swojej firmy firmantowi), jak i na zaniechaniu (gdy firmujący wiedząc, że firmant posługuje się jego nazwiskiem lub firmą dopuszcza do tego i nic nie czyni, aby przerwać ten stan niezgodny z prawem)²⁴. Zjawiskowa forma pomocnictwa znana w prawie karnym powszechnym (art. 18 § 3 kk) jest przyjęta w prawie karnym skarbowym tylko w zakresie przestępstw skarbowych (art. 20 § 2 kks), nie występuje zaś w przypadku wykroczeń skarbowych, natomiast firmanctwo z art. 55 kodeksu karnego skarbowego, jest tzw. „przepełowionym typem” czynu zabronionego, tzn. takim, w którym wysokość kwoty podatku narażonego na uszczuplenie decyduje o rozgraniczeniu przestępstwa od wykroczenia²⁵. Zatem, gdyby firmującego uznać za pomocnika, to oznaczałoby, że ponosiłby odpowiedzialność za pomoc firmantowi pod warunkiem, że kwota podatku narażonego na uszczuplenie przekracza tzw. ustawowy próg, czyli pięciokrotną wysokość najniższego miesięcznego wynagrodzenia w czasie popełnienia czynu zabronionego (art. 53 § 3 i 6 kks)²⁶. W zorganizowanej działalności przestępczej dotyczącej oszustw podatkowych kwoty te zawsze znacznie przekraczają pięciokrotną wysokość najniższego miesięcznego wynagrodzenia w czasie popełnienia czynu zabronionego, a więc dochodzi do ustalenia faktycznych konsekwencji zarówno dla słupa, który się godził i miał świadomość w jakim celu jest używana jego firma, jak również konsekwencji dla faktycznego organizatora, który czerpał największe korzyści finansowe z popełnionego oszustwa podatkowego. Do realizacji celu jakim jest ustalenie faktycznego organizatora przestępstwa karuzelowego niezbędna jest współpraca wymiaru sprawiedliwości i organów podatkowych z biegłymi sądowymi na początkowym etapie prowadzonych postępowań. Pozwoli to na realne odzyskanie należności publicznoprawnych od faktycznych beneficjentów korzyści podatkowych, a nie prowadzenie nieefektywnych postępowań tylko w oparciu o art. 258 oraz 299 kodeksu karnego (zorganizowane grupy przestępcze, pranie pieniędzy). Należy również zaznaczyć, iż prowadzenie postępowania w kontekście art. 299 kodeksu karnego jest wygodne z punktu widzenia wymiaru sprawiedliwości, ponieważ przestępstwa te nie ulegają przedawnieniu. Z punktu widzenia Budżetu Państwa są one zaś zupełnie nieefektywne, ponieważ dochodzi do przedawnienia należności publicznoprawnych a

²² S. Babiarz, B. Dauter, B. Gruszczyński, R. Hauser, A. Kabat, M. Niezgódka-Medek: Ordynacja podatkowa. Komentarz, Warszawa 2004, s. 393.

²³ R. Mastalski [w:] B. Adamiak, J. Borkowski, R. Mastalski, J. Zubrzycki: Ordynacja podatkowa. Komentarz 2003, Wrocław 2003, s. 422-423.

²⁴ L. Wilk: Przestępstwa i wykroczenia skarbowe [w:] Prawo gospodarcze i handlowe. Tom. 10. Prawo karne gospodarcze, pod redakcją O. Górniok, Warszawa 2003, s. 569-570.

²⁵ L. Wilk: Firmanctwo – art. 55 kodeksu karnego skarbowego, Prok. i Pr. 2001 nr 6, s. 62-63.

²⁶ L. Wilk: Firmanctwo – art. 55 kodeksu karnego skarbowego, Prok. i Pr. 2001 nr 6, s. 63.

ponadto do pozostawienia majątku pochodzącego z przestępstwa u faktycznego organizatora, co prowadzi do całkowitej bezkarności i pogłębienia strat dla finansów publicznych państwa.

Współpraca biegłych sądowych z wymiarem sprawiedliwości w postępowaniach dotyczących przestępstw gospodarczych

Praktyka pokazuje, iż zarówno wymiar sprawiedliwości, jak i organy podatkowe zbyt późno i w zbyt małym zakresie sięgają po pomoc biegłego sądowego w sprawach dotyczących zorganizowanych grup przestępczych w tym dokonujących przestępstw karuzelowych. Tymczasem należy zauważyć, iż biegły sądowy z natury rzeczy jest organem pomocniczym wymiaru sprawiedliwości i stanowi instytucję sądowego prawa procesowego. Z uwagi na swą rolę oceniającą i rozstrzygającą biegły zbliża się do funkcji sędziego. Podobnie jak sędzia, musi rozstrzygać przedstawione mu kwestie na podstawie wiedzy specjalnej i zgodnie z jej zasadami podobnie jak sędzia, musi on również w zasadzie przeprowadzić w tym celu odpowiednie badanie, połączone niejednokrotnie z dokonaniem własnych ustaleń na podstawie prowadzonych czasem przez biegłych *sui generis* postępowań dowodowych. Stąd też jego świadectwo ma podobną strukturę logiczną jak orzeczenie sądowe (stwierdzenie faktów). Biegły musi także ten materiał skonfrontować z właściwymi zasadami naukowymi oraz wyciągnąć stąd odpowiednie wnioski, będące rozstrzygnięciem kwestii specjalnej stanowiącej przedmiot postępowania. Ponadto opinia biegłego na równi z innymi środkami dowodowymi podlega swobodnej ocenie organów procesowych oraz kontrydiktoryjnej kontroli stron w postępowaniu dowodowym²⁷. Jest więc oczywistym, iż wymiar sprawiedliwości prowadząc postępowania dotyczące przestępczości gospodarczej (ekonomicznej) ma możliwość korzystania z opinii biegłych sądowych i na podstawie tych opinii ocenić, czy możliwym jest zakończenie postępowania (umorzenie lub postawienie zarzutów). Wydaje się to ważne szczególnie w zorganizowanych grupach przestępczych dokonujących oszustw podatkowych, gdzie na podstawie zebranego i zabezpieczonego materiału dowodowego biegły jako swoisty łącznik wiedzy między organem podatkowym specjalizującym się w prawie podatkowym, a organami ścigania specjalizującymi się w zorganizowanej przestępczości przeprowadzi analizę ekonomiczno-kryminalną powiązań kapitałowo osobowych (uczestników grupy i ich ról), wskaże faktycznych organizatorów, jak również wyliczy kwotę na jaką dokonano przestępstwa. Biegły jest osobowym źródłem dowodowym posiadającym wiadomości specjalne. Jego opinia stanowi szczególny samoistny środek dowodowy²⁸. Posiada wiadomości specjalne tj. wiedza ekonomiczna poparta doświadczeniem uczestnictwa w postępowaniach karnych dotyczących przestępstw gospodarczych, czego organy podatkowe w swojej codzienności mają znacznie mniej, a więc biegły stanowi uzupełnienie wiedzy podatkowej i karnej przestępstwach gospodarczych zorganizowanych grup przestępczych.

W celu oceny skali współpracy biegłych sądowych z wymiarem sprawiedliwości przeprowadzono badanie wysyłając w ramach ustawy z dnia 6 września

²⁷ J. Turek: Biegły sądowy i jego czynności, Monitor Prawniczy 24/2007. Warszawa 2007.

²⁸ T. Tomaszewski: Dowód z opinii biegłego w procesie karnym, Kraków 1998, s. 9.

2001 r., o dostępie do informacji publicznej²⁹ wnioski do wszystkich Prokuratur Okręgowych oraz do wszystkich Komend Wojewódzkich Policji działających na terenie kraju. Wniosek dotyczył pytania, ile w danej jednostce w latach 2014-2016 wszczętych było postępowań dotyczących przestępstw gospodarczych opisanych w rozdziale XXXVI kodeksu karnego³⁰ oraz w ilu sprawach powołano biegłego sądowego. Próba badawcza została tak dobrana, ponieważ systemy wymiaru sprawiedliwości nie pozwalają na wyodrębnienie danych dotyczących tylko karuzeli VAT natomiast rozdział XXXVI kodeksu karnego zawiera art. 299 pranie pieniędzy, który zawsze towarzyszy przestępstwom karuzelowym, jak również wszelkim zorganizowanym przestępstwom gospodarczym. W badaniu nie zostały ujęte te jednostki, które w odpowiedzi na wniosek o udzielenie informacji publicznej przekazały, że nie prowadzą statystyk dla biegłych sądowych. Ponadto w zakresie Komend Wojewódzkich przekazane dane dotyczą również jednostek podległych (Komend Miejskich) z wyjątkiem Komendy Wojewódzkiej Policji w Katowicach, Komendy Wojewódzkiej Policji w Radomiu, Komendy Wojewódzkiej Policji w Gdańsku, Komendy Wojewódzkiej Policji we Włocławku. Natomiast dane Komendy Wojewódzkiej Policji w Kielcach dotyczą okresu od stycznia 2016 do października 2017. Komenda Wojewódzka w Łodzi udostępniła dane dotyczące wszczętych postępowań również w jednostkach podległych jednak dane dotyczące biegłych sądowych dotyczą tylko Komendy Wojewódzkiej. Źródłem otrzymanych danych statystycznych są wskazane w badaniu jednostki. Dane te pochodzą z systemów poszczególnych jednostek i zostały udzielone za okres 2014-2016. Badane jednostki zostały opisane w tabeli 1.

Na podstawie zgromadzonych danych statystycznych za pomocą tabeli 1 wykazano skalę współpracy między wymiarem sprawiedliwości, a biegłymi sądowymi. W wielu otrzymanych odpowiedziach na wniosek o udzielenie informacji publicznej jednostki podlegające badaniu wyszczególniało biegłych z dziedziny informatyki i księgowości. Z uwagi na charakter przestępstw opisanych w rozdziale XXXVI kodeksu karnego jest to zrozumiałe.

Tabela 1. Skala współpracy biegłych sądowych z wymiarem sprawiedliwości w postępowaniach dotyczących przestępczości gospodarczej.

Badana jednostka	Ilość przestępstw gospodarczych	Ilość powołanych biegłych sądowych
KWP w Kielcach	2538	697
KWP w Radomiu	107	25
KWP w Łodzi	18278	42
KWP w Gdańsku	94	30
KWP w Szczecinie	10689	1593
KWP w Rzeszowie	12538	24
KWP w Katowicach	184	12

²⁹ Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej. (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 1764).

³⁰ Rozdział XXXVI Przesłępstwa przeciwko obrotowi gospodarczemu, Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny. (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 1137 z późn. zm.).

KWP w Opolu	6298	267
KWP w Lublinie	15606	46
KWP w Krakowie	20720	100
Prokuratura Okręgowa w Lublinie	406	171
Prokuratura Okręgowa w Bielsku Białej	112	53
Prokuratura Okręgowa w Opolu	1216	179
Prokuratura Okręgowa we Włocławku	7	22
Prokuratura Okręgowa w Warszawie	1441	190
Prokuratura Okręgowa w Płocku	61	6
Prokuratura Okręgowa w Częstochowie	286	108
Prokuratura Okręgowa w Elblągu	70	36
Prokuratura Okręgowa w Rzeszowie	821	127
Prokuratura Okręgowa w Białymstoku	893	128

Źródło. Opracowanie własne na podstawie danych otrzymanych w ramach dostępu do informacji publicznej z jednostek wskazanych w tabeli 1.

Analiza danych zawartych w tabeli 1 pozwala jednoznacznie stwierdzić, iż mimo, że przestępstwa gospodarcze charakteryzują się dużym stopniem skomplikowania współpraca biegłych sądowych z wymiarem sprawiedliwości w prowadzonych postępowaniach jest niewystarczająca. Stanowi ona zaledwie 4,17 % w skali prowadzonych postępowań i dochodzeń karnych. Zważywszy na czas trwania postępowań podatkowych i karnych wydaje się, iż zmiana tego trendu mogłaby znacząco wpłynąć na skrócenie czasu prowadzonego postępowania. Ponadto współpraca z biegłym sądowym zwiększyłaby efektywność w zakresie ustalania faktycznych organizatorów przestępstwa, co w sposób znaczący wpływałoby na odzyskanie przez Budżet Państwa należności publicznoprawnych, a wymiarowi sprawiedliwości umożliwiło realne odzyskanie mienia pochodzącego z przestępstwa. Z punktu widzenia finansów publicznych ustalanie faktycznych organizatorów jest niezbędne.

Podsumowanie

Konkludując rozważania zawarte w artykule kluczową rolę w ograniczaniu zjawiska przestępstw karuzelowych odgrywa odpowiednie zbieranie i zabezpieczanie materiału dowodowego, ale już na początku postępowania podatkowego zbieranie materiału dowodowego pod kątem ustalania faktycznych organizatorów przestępstwa karuzelowego. Należy również zwiększyć korzystanie ze specjalistycznych analiz kryminalnych przepływów finansowych zorganizowanych grup przestępczych. Analizy takie są sporządzane przy współpracy biegłych z dziedziny informatyki dysponujących specjalistycznym oprogramowaniem IBM i2 Analyst's Notebook oraz biegłych z dziedziny ekonomii specjalizujących się w analizie zorganizowanych grup przestępczych w zakresie przestępczości gospodarczej o czym szerzej autor pisał w

publikacji pt. Mechanizm przestępstw karuzelowych i metody ich ograniczenia³¹ niniejsza publikacja stanowi rozszerzenie badań zawartych w przywołanym artykule.

Praktyka niestety pokazuje, iż organy ścigania dopiero po trzech do sześciu lat od momentu wszczęcia postępowania zwracają się do biegłego sądowego o analizę zebranego materiału i wskazanie faktycznych sprawców przestępstw podatkowych co z uwagi na upływ czasu prowadzi często do tego, że zebranie materiału dowodowego jest niemożliwe, ponieważ dokumentacja albo uległa przedawnieniu albo została zniszczona. Organy podatkowe przez zabezpieczenie dokumentacji w znikomym zakresie korzystają z biegłych z dziedziny informatyki razem z biegłych z dziedziny księgowości, którzy w praktyce używając programów komputerowych księgowych są w stanie na miejscu w podmiocie wyodrębnić dane i zabezpieczyć materiał niezbędny do zweryfikowania czy doszło do popełnienia przestępstwa.

Wyniki przeprowadzonych rozważań wskazują, iż koniecznym jest rekomendowanie stworzenia procedur, które już na samym początku postępowania będą zmierzać do ustalania faktycznych sprawców przestępstwa karuzelowych, co pozwoli na szybkie zakończenie postępowań bez zbędnego oczekiwania na uprawomocnienie się decyzji podatkowych. Z drugiej strony organy podatkowe już wydając decyzje pierwszej instancji powinny zmierzać do wydania decyzji w oparciu o art. 55 kodeksu karnego skarbowego, co pozwoli na wyciągnięcie konsekwencji karnych i podatkowych w stosunku do faktycznego organizatora. Działanie takie pozwoli zastosować konfiskatę rozszerzoną w stosunku do faktycznego organizatora, który jest beneficjentem korzyści finansowych pochodzących z przestępstwa. W rezultacie budżet państwa zyska realną możliwość odzyskania wyłudzonego podatku.

Literatura

- Babiarz S. [w:] Babiarz S., Dauter B., Gruszczyński B., Hauser R., Kabat A., Niezgódka-Medek M., Ordynacja podatkowa. Komentarz, Warszawa 2004.
- Babiarz S., Dauter B., Gruszczyński B., Hauser R., Kabat A., Niezgódka-Medek M.: Ordynacja podatkowa. Komentarz, Warszawa 2004
- Baniak S.: Prawo karne skarbowe. Wolters Kluwer, Warszawa 2006
- Hołyst B., Kryminalistyka, LexisNexis, Warszawa 2007.
- Keen M., Smith S.: VAT Fraud and Evasion: What Do We Know, and What Can be Done? IMF Working Paper 2007 za: Lipniewicz R., Docelowy system VAT w Unii Europejskiej. Harmonizacja opodatkowania transakcji wewnątrzspółnotowych, Oficyna 2010, lex/El.
- Kozub- Skalska S.: Mechanizm przestępstw karuzelowych i metody ich ograniczenia, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Polityki Europejskie, Finanse i Marketing nr 17 (66) 2017.
- Mastalski R., [w:] Adamiak B., Borkowski J., Mastalski R., Zubrzycki J.: Ordynacja podatkowa. Komentarz 2003, Wrocław 2003
- Mastalski R., [w:] Adamiak B., Borkowski J., Mastalski R., Zubrzycki J., Ordynacja podatkowa. Komentarz 2004, Wrocław 2004.

³¹ Zobacz. Mechanizm przestępstw karuzelowych i metody ich ograniczenia, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Polityki Europejskie, Finanse i Marketing NR 17 (66) 2017, Warszawa, s. 145-160.

Nowak K.: Wybrane zagadnienia dotyczące działalności tzw. słuźów w ramach zorganizowanych grup przestępczych dopuszczających się oszustw podatkowych w związku z obrotem wyrobami stalowymi. Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego nr 10 (6) 2014

Nowak K.: Wybrane zagadnienia dotyczące działalności tzw. słuźów w ramach zorganizowanych grup przestępczych dopuszczających się oszustw podatkowych w związku z obrotem wyrobami stalowymi. Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego nr 10 (6) 2014

Olesińska A. [w:] Brzeziński B., Kalinowski M., Masternak M., Olesińska A., Ordynacja podatkowa. Komentarz, Toruń 2002.

Pabiański T., Śliź W.: Zorganizowane działania przestępcze wykorzystujące mechanizmy konstrukcyjne podatku VAT, Przegląd Podatkowy, 1/2007.

Tomaszewski T.: Dowód z opinii biegłego w procesie karnym, Kraków 1998

Turek J.: Biegły sądowy i jego czynności, Monitor Prawniczy 24/2007.

Ustawa z dnia 10 września 1999 r. Kodeks karny skarbowy. (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 2137 z późn. zm.).

Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. - Ordynacja podatkowa. (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 201 z późn. zm.).

Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny. (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 1137 z późn. zm.).

Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej. (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 1764).

Wilk L.: Firmanctwo – art. 55 kodeksu karnego skarbowego, Prok. i Pr. 2001 nr 6.

Wilk L.: Firmanctwo – art. 55 kodeksu karnego skarbowego, Prok. i Pr. 2001 nr 6

Wilk L.: Przestępstwa i wykroczenia skarbowe [w:] Prawo gospodarcze i handlowe. Tom. 10. Prawo karne gospodarcze, pod redakcją Górniok O., Warszawa 2003

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 3 lutego 2017 r. III SA/Wa 3363/15 Znikający podatnik, bufor i broker w karuzeli podatkowej.

Zalewski D.: Odpowiedzialność za firmanctwo, Monitor Podatkowy 2009 nr 4, Mastalski R. [w:] Adamiak B., Borkowski J., Mastalski R., Zubrzycki J., Ordynacja podatkowa. Komentarz 2004, Wrocław 2004.

Abstract

One of the mechanisms that significantly contributes to the existence of the VAT gap are tax frauds implemented within the so-called carousel tax. Unfortunately, the scale of this occurrence shows that both tax authorities and law enforcement agencies do not cope with limiting this scale. This is because in the conducted proceedings, the real organizer of the VAT carousel is often not detected, which in turn means that he is looking for new substituted persons and almost immediately creates a new carousel. According to the author, such a state of affairs corresponds, inter alia, to the tax authority issuing tax decisions on substituted persons, without making use of the possibilities resulting directly from art. 55 of the penal fiscal code (endorsing). It can not be forgotten that the actual beneficiaries of financial benefits from tax frauds are the organizers, not the substitute persons, which as a result of their role are very low paid. Issuing a tax decision on the real organizer makes it possible to regain the actual losses taken by the state budget. In addition, specialized units dealing with the recovery of property, which are subject to the Department of Recovery of Property at the Police Headquarters would have a real chance to secure the property of an organizer from a crime. It seems that without changing the tax authorities' approach and law enforcement cooperation, the real organizers will remain unpunished, and the recovery of assets almost impossible - despite the favorable legislative possibilities. A broad analysis of the criminal procedure pattern is necessary to determine the real organizers, and thus, as the practice shows, closer judicial cooperation with court experts, which in turn will contribute to the effectiveness of identifying the real organizers of organized criminal groups operating in the areas of carousel crimes.

The article is a continuation of the research undertaken by the author in the publication Mechanism of carousel crimes and methods of their limitation.

The aim of the article is to draw attention to the need to change the approach to the conducted proceedings, which can realistically reduce the scale of carousel crimes. At the same time, the author indicates the necessity to use the existing legal status and to cooperate with court experts in order to improve the efficiency of proceedings (duration of proceedings, determination of real

organizers). The added value of the study is that the methods mentioned in the article do not require legislative changes, so they can be applied immediately in practice. In order to present the intended objectives, there were applied methods of literature research and public data made available by the Ministry of Finance, applicable legal acts. In addition, own research was carried out, including the scale of cooperation between the judiciary and court experts, which allows us to verify the hypothesis that the scope of this cooperation in the field of economic crime is insufficient. The considerations in the article are both theoretical and practical.

Key words: endorising, VAT carousels, carousel organizers, opinions of court experts.

Informacja o autorze:

mgr Sonia Kozub - Skalska

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Wydział Finansów i Ubezpieczeń

Katedra Finansów Przedsiębiorstw i Ubezpieczeń Gospodarczych

e-mail: sonia.kozub.skalska@edu.uekat.pl

Karol Król
Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kollątaja w Krakowie

Witryny i aplikacje mobilne w promocji gospodarstw agroturystycznych

WEBSITES AND MOBILE APPLICATIONS IN PROMOTION OF AGROTOURISTIC FARMS

Celem pracy była ocena możliwości oraz stopnia wykorzystania przez gospodarstwa agroturystyczne witryn i aplikacji mobilnych w prezentacji i promocji świadczonych usług. Badania przeprowadzono w trzech płaszczyznach: responsywności przekazu, projektowej oraz ekonomicznej. Badaniom responsywności poddano 287 witryn internetowych gospodarstw agroturystycznych. W trakcie testów projektowych utworzono aplikacje mobilne dla modelowego gospodarstwa agroturystycznego. Ekonomiczne uwarunkowania utworzenia aplikacji mobilnych zbadano rozsyłając zapytanie ofertowe.

W zbiorze badanych witryn nie odnotowano ani jednej witryny mobilnej. Żadne z gospodarstw nie udostępniło też aplikacji mobilnej. Gospodarstwa agroturystyczne z badanego zbioru posługiwały się przeważnie witrynami responsywnymi. Pracownicy ankietowanych podmiotów unikali w swoich odpowiedziach tematu kosztów wykonania aplikacji mobilnej. Większość z nich zasugerowała, że z uwagi na kwestie praktyczne (efektywność) i ekonomiczne, korzystniej jest promować gospodarstwo przy pomocy witryny internetowej dostosowanej do urządzeń przenośnych. W konkluzji wykazano, że powszechność wykorzystania aplikacji mobilnych w promocji gospodarstw agroturystycznych jest ograniczana barierami: przydatności, kosztów, a także wiedzy i umiejętności.

Słowa kluczowe: promocja agroturystyki, technologie mobilne, witryny mobilne, responsywność przekazu, urządzenia mobilne

Wstęp

Urządzenia przenośne, na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat, przeszły drogę od narzędzi umożliwiających komunikację głosową do mobilnych systemów informacyjnych wykorzystujących technologie wirtualnej rzeczywistości¹. Rewolucja informacyjna doprowadziła do powstania społeczeństwa informacyjnego oraz gospodarki informacyjnej. Postęp technologiczny stał się katalizatorem rozwoju technologii mobilnych², które zapoczątkowały erę komunikacji mobilnej, „konwergującej dotychczasowe paradygmaty komunikacji i opartej na skonwertowanych urządzeniach, infrastrukturach i zawartości”³.

¹ J. Brzostek-Pawłowska: *Między Web 2.0 i 3.0: Mobilne systemy informacyjne z rozszerzoną rzeczywistością*, „Elektronika: konstrukcje, technologie, zastosowania”, 2010, nr 51(11), s. 79-88.

² Ł. Lysik, P. Machura: *Rola i znaczenie technologii mobilnych w codziennym życiu człowieka XXI wieku*, „Media i Społeczeństwo”, 2014, nr 4, s. 15-26.

³ K. Kopecka-Piech: *Mobilne media miejskie*, „Studia Medioznawcze”, 2012, nr 3 (50), s. 111.

Mobilność współczesnego społeczeństwa stała się przejawem nowoczesności⁴. Dynamicznie rośnie liczba urządzeń przenośnych, dla których zasadniczym oprogramowaniem są dedykowane aplikacje⁵. Znajdują one coraz to nowe zastosowania, dostarczając zarówno użytkowych, jak i czysto ludycznych narzędzi budowania relacji z innymi użytkownikami⁶.

Technologie informacyjno-komunikacyjne (ICT) determinują sposób, w jaki konsumenci zdobywają wiedzę, zawierają transakcje handlowe i kształtują nowe zachowania nabywcze⁷. Do zasadniczych cech komunikacji za pośrednictwem aplikacji mobilnych należą: sytuacyjność, personalizacja i innowacyjność, a o jej wyjątkowości decydują przede wszystkim: kontekstowość (sytuacyjność), rozumiana jako docieranie do odbiorcy w „momentach podatności na komunikację” (*moments of receptivity*), osobista i emocjonalna relacja użytkowników z urządzeniem przenośnym, relatywnie niewielkie rozmiary samych urządzeń, prostota ich obsługi, przydatność oraz skuteczność i efektywność komunikacji za ich pośrednictwem^{8,9}. Wydaje się zatem zasadne, aby w obliczu złożoności zjawiska komunikowania mobilnego podejmować badania interdyscyplinarne, które ukazały jego społeczno-kulturowy, medialny, ekonomiczny i technologiczny wymiar¹⁰.

Celem pracy była ocena możliwości oraz stopnia wykorzystania przez gospodarstwa agroturystyczne witryn i aplikacji mobilnych w prezentacji i promocji świadczonych usług. W pracy postawiono pytanie badawcze: czy właściciele gospodarstw agroturystycznych posiadają witryny internetowe dostosowane do urządzeń mobilnych i czy wykorzystują aplikacje mobilne do promocji świadczonych usług?

Aplikacje mobilne i marketing mobilny

Zasadniczo istnieją trzy typy aplikacji tworzonych z myślą o urządzeniach mobilnych: witryny responsywne (RWD, AWD) lub mobilne (*mobile web*), aplikacje hybrydowe oraz aplikacje natywne (*native apps*). RWD (*Responsive Web Design*) to nowatorskie podejście do projektowania, które stawia na pierwszym miejscu potrzeby użytkownika oraz komfort przeglądania witryny (*user centred design*). Technologia RWD zakłada płynne skalowanie witryny z zachowaniem jakości obrazu oraz prostoty nawigacji^{11, 12}.

⁴ J.B. Papińska-Kacperek: *Miejskie aplikacje mobilne w turystyce kulturowej w Polsce*, „Turystyka Kulturowa”, 2016, nr 2, s. 67.

⁵ A. Sznajder: *Wpływ mobilnej technologii informacyjnej na działalność marketingową przedsiębiorstw*, „Gospodarka Narodowa”, 2013, nr 7, s. 37-61.

⁶ K. Kopecka-Piech: *Mobilne media miejskie...*, *op. cit.*, s. 111-126.

⁷ E. Badzińska: *Mobilność, interaktywność i zaangażowanie użytkowników jako wyzwania współczesnej komunikacji w biznesie*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, 2015, nr 41(1), s. 25.

⁸ J. Kall: *Branding na smartfonie. Komunikacja mobilna marki*, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Warszawa 2015.

⁹ J. Kall: *Planowanie komunikacji mobilnej marki*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy”, 2016, nr 45, s. 274-281.

¹⁰ K. Kopecka-Piech: *Aplikacje mobilne: innowacyjność, sytuacyjność i personalizacja komunikacji marketingowej i wizerunkowej*, „Nowe Media. Studia i Rozprawy”, 2013, nr 4, s. 11-30.

¹¹ K. Król, D. Bedla: *Ocena wykorzystania technologii responsywności w projektach witryn internetowych gospodarstw agroturystycznych*, „Problemy Drobnych Gospodarstw Rolnych – Problems of Small Agricultural Holdings”, 2015, nr 3, s. 53-65.

Witryny adaptatywne (*Adaptive Web Design*, AWD) również dostosowują się do urządzeń mobilnych, jednak odbywa się to w momencie, gdy przekroczony zostanie tzw. punkt adaptacyjny. W praktyce oznacza to, że wyświetlany jest projekt witryny zgodny z rozdzielczością wyświetlacza. Z kolei mobilne strony internetowe są tworzone wyłącznie dla urządzeń przenośnych. W tym miejscu warto wspomnieć, że rozwijana jest, wspierana przez Google, technologia przyspieszonych witryn mobilnych (*Accelerated Mobile Pages*, AMP), inicjatywa mająca na celu zwiększenie ich wydajności. Aplikacje natywne umożliwiają wykorzystanie technicznych komponentów urządzeń mobilnych np. geolokalizacji lub aparatu fotograficznego.

Aplikacje mobilne (*mobile software, mobile application*) to oprogramowanie obsługiwane przy pomocy odpowiednio zaprojektowanego interfejsu¹³, zwiększające funkcjonalność urządzeń mobilnych i wykorzystujące ich potencjał techniczny¹⁴. Tworzone są na konkretne platformy (systemy operacyjne), przy czym w Polsce najpopularniejsze są urządzenia z systemami Google Android, Apple iOS oraz Microsoft Windows Phone¹⁵. Można je podzielić na: osobiste (*personal*), informacyjne (*perishable*), transakcyjne (*transaction oriented*), lokalizacyjne (*location specific*), biznesowe (*corporate*) i rozrywkowe (*entertainment*)¹⁶, a także na: samodzielne, które działają bez dostępu do internetu, klienckie – dedykowane, tworzone na zamówienie, internetowe oraz gry mobilne¹⁷. Wyróżnić można też aplikacje preinstalowane na urządzeniach przenośnych oraz te, które są pobierane przez samych użytkowników¹⁸.

Aplikacje mobilne zmieniają współczesną konsumpcję, rewolucjonizują tworzenie i prezentację internetowej zawartości, stwarzają szansę unikalnej interakcji z klientem^{19, 20, 21}. Podnoszą prestiż firmy i zmieniają jej postrzeganie²². Popularność

¹² K. Król, J. Halva: *Measuring efficiency of websites of agrotouristic farms from Poland and Slovakia/Pomiar efektywności witryn internetowych gospodarstw agroturystycznych z Polski i Słowacji*, „Economic and Regional Studies”, 2017, nr 10(2), s. 50-59.

¹³ M. Borys, M. Plechawska-Wójcik: *Badanie użyteczności oraz dostępności interfejsu w aplikacjach mobilnych*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy”, 2013, nr 35, s. 63-78.

¹⁴ J. Kall: *Witryny i aplikacje mobilne w komunikacji marek odzieżowych*, „Handel Wewnętrzny”, 2017, nr 2(367), s. 145-155.

¹⁵ Udział w światowym rynku mobile należy obecnie do systemów operacyjnych: Google Android, który posiada 81.7% rynku oraz Apple iOS (17,9% rynku). Liczba użytkowników posługujących się urządzeniami z systemem Windows Mobile spada. Urządzenia te stanowią obecnie 0,3% rynku (Gartner: *Market Share: Final PCs, Ultramobiles and Mobile Phones, All Countries, 4Q16*, za: <https://goo.gl/19sJ8c>, data dostępu: 24.09.2017).

¹⁶ A.K. Talukder, R.R. Yavagal: *Mobile Computing: Technology Applications and Service Creation*, McGraw-Hill Companies, New York 2007.

¹⁷ R. Rasińska, W. Siwiński: *Aplikacje mobilne jako innowacyjne źródła informacji turystycznej dla studentów*, „Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu”, 2015, nr 50, s. 74-80.

¹⁸ A. Jasiulewicz: *Aplikacje mobilne jako innowacyjne narzędzie marketingu mobilnego na rynku żywności*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu”, 2015, nr 41, T. 1, s. 315-326.

¹⁹ E. Sadowska: *Marketing mobilny a komunikacja marketingowa*, „Studia Ekonomiczne”, 2013, nr 140, s. 122-132.

²⁰ C. Watson, J. McCarthy, J. Rowley: *Consumer attitudes towards mobile marketing in the smart phone era*, „International Journal of Information Management”, 2013, nr 33(5), s. 840-849.

²¹ V. Shankar, M. Kleijnen, S. Ramanathan, R. Rizley, S. Holland, S. Morrissey: *Mobile Shopper Marketing: Key Issues, Current Insights, and Future Research Avenues*, „Journal of Interactive Marketing”, 2016, nr 34, s. 37-48.

aplikacji mobilnych oraz innych usług dostępnych za pośrednictwem urządzeń przenośnych wywołała rozwój nowych form marketingu, w tym marketingu mobilnego²³. Własne aplikacje sprzedażowe marek to innowacja w marketingu wielokanałowym, która spełnia funkcję sprzedażową i informacyjną^{24, 25}. Pomimo rosnącej liczby aplikacji mobilnych, dynamika rozwoju ich rynku ograniczana jest przez relatywnie niski poziom wiedzy użytkowników na temat posiadanych urządzeń i ich możliwości²⁶.

Rola gospodarcza technologii mobilnych rośnie równie szybko jak ich znaczenie społeczne²⁷. W 2015 roku za pośrednictwem kanałów mobilnych Polacy dokonali zakupów za kwotę 2,5 miliarda złotych i przesłali 559 milionów gigabajtów danych, o 114% więcej niż rok wcześniej²⁸. Z kolei rok 2016 przeszedł do historii jako ten, w którym po raz pierwszy liczba odsłon witryn internetowych dokonana z urządzeń mobilnych przewyższyła te dokonane przy pomocy komputerów²⁹. Mobilnymi „konsumentami jutra” są przede wszystkim młodzi ludzie, pomiędzy 18 a 24 rokiem życia, z tzw. Generacji M, reprezentujący „pokolenie mobilne”, którzy dorastali lub dorastają w czasach internetu³⁰. Aż 80% z nich korzysta z urządzeń przenośnych bez przerwy³¹. Kluczowy wpływ na wzrost „rynku mobilnego” ma przydatność urządzeń przenośnych, które znajdują coraz to nowe zastosowania³².

Aplikacje mobilne w turystyce

Powszechność internetu oraz popularność i dostępność technologii mobilnych wpływa na wiele dziedzin życia, w tym także na sposób uprawiania turystyki³³. Współczesny turysta istotną część swoich potrzeb, zwłaszcza tych skierowanych na transfer i przetwarzanie informacji, zaspokaja w przestrzeni stworzonej przez systemy

²² A. Jasiulewicz, M. Wiaderny: *Aplikacje mobilne jako innowacyjne narzędzia promocji marki w opinii konsumentów*, „Logistyka”, 2015, nr 2, s. 1229-1236.

²³ V. Shankar, S. Balasubramanian: *Mobile marketing: A synthesis and prognosis*, „Journal of Interactive Marketing”, 2009, nr 23 (2), s. 118-129.

²⁴ A. Jasiulewicz: *Aplikacje mobilne jako innowacja marketingowa*, „Marketing i Rynek”, 2015, nr 8, s. 224-232.

²⁵ A. Jasiulewicz: *Aplikacje mobilne jako innowacyjne narzędzie...* op. cit., s. 315-326.

²⁶ K. Piekarczyk: *Trendy rozwojowe – potencjał i bariery*, w: „Raport IAB Polska: Perspektywy rozwojowe mobile online w Polsce 2015”, 2015, s. 14-16, za: <https://goo.gl/NmSwsq>, data dostępu: 10.09.2017.

²⁷ Ł. Lysik, P. Machura: op. cit., s. 15-26.

²⁸ PwC: *Technologie mobilne w nowoczesnej Polsce – odpowiedzialny rozwój i równe szanse*, Polska Izba Informatyki i Telekomunikacji, 2016, za: <https://goo.gl/QRHfSd>, data dostępu: 10.09.2017.

²⁹ B. Chabior: *Rynek marketingu mobilnego*, „Raport Interaktywnie.com: Marketing Mobilny”, 2016, 6-13, za: <https://goo.gl/s1ouo7>, data dostępu: 05.09.2017.

³⁰ A.J. Rohm A.J., T. Gao, F. Sultan, M. Pagani: *Brand in hand: a cross-market investigation of consumer acceptance of mobile marketing*, „Business Horizons”, 2012, nr 55 (5), s. 485-493.

³¹ B. Chochołowski: *Za każdą wersją systemu stoją potencjalni klienci. Bliska śmierć Windows Phone'a nie uprości rynku*, „Raport Interaktywnie.com: Marketing Mobilny”, 2016, s. 21-28, za: <https://goo.gl/s1ouo7>, data dostępu: 05.09.2017.

³² H. Kennedy-Eden, U. Gretzel: *A taxonomy of mobile applications in tourism*, „e-Review of Tourism Research”, 2012, nr 10 (2), s. 47-50.

³³ U. Kęprowska: *Zastosowanie marketingu mobilnego w branży turystycznej*, „Handel Wewnętrzny”, 2014, nr 6 (353), s. 207-220.

teleinformatyczne, portale, aplikacje i procesy internetowe³⁴. Wykorzystanie technologii telekomunikacyjnych, w szczególności mobilnych, stworzyło bowiem nowe możliwości w zakresie komunikacji marketingowej^{35, 36}. Analitycy prognozują, że aplikacje mobilne mogą być jednym z głównych czynników rozwoju branży turystycznej³⁷. Wykorzystanie aplikacji mobilnych może spowodować wzrost popytu turystycznego, rozwoju regionalnego, a także bezpieczeństwa i komfortu wypoczynku³⁸.

Do głównych form mobilnej komunikacji marketingowej stosowanych przez podmioty świadczące usługi turystyczne zaliczyć można: infolinie, SMS i MMS, serwisy internetowe i aplikacje mobilne³⁹. Aplikacje mobilne w turystyce to przejaw zastosowania w tej dziedzinie technik informacyjnych i komunikacyjnych, czyli domena e-turystyki⁴⁰. E-turystyka jest postrzegana przede wszystkim przez pryzmat programów, aplikacji i urządzeń, które w sposób znaczący ułatwiają uprawianie turystyki⁴¹.

Dynamicznie rozwijający się rynek urządzeń mobilnych stworzył techniczną możliwość przygotowania mobilnych, multimedialnych katalogów i przewodników⁴². Aplikacje mobilne biur podróży stają się coraz bardziej popularne. Umożliwiają one przeglądanie ofert i usprawniają rezerwację usług⁴³. Jedne z pierwszych na polskim rynku turystycznym aplikacji mobilnych, które nadały nowy wymiar prezentacji oferty turystycznej, udostępniły największe na rynku biura podróży. Aplikacje te swą atrakcyjność oparły na przydatności (funkcjonalności) i użyteczności, a także walorach wirtualnej, rozszerzonej rzeczywistości (*Augmented Reality*, AR)⁴⁴. Technologię tą wykorzystano także w aplikacji „Google Goggles”, która dostarcza informacji między innymi o danym miejscu lub obiekcie w oparciu o fotografie wykonane w czasie rzeczywistym⁴⁵. Multimedialne i interaktywne panoramy sferyczne stanowią komponent wielu witryn internetowych i aplikacji mobilnych. Przykładem może być aplikacja udostępniana przez Kopalnię Soli Wieliczka^{46, 47}. Z myślą o urządzeniach mobilnych

³⁴ D.E. Jaremen, I. Michalska-Dudek, A. Rapacz: *Wirtualizacja zachowań konsumentów na rynku turystycznym jako źródło wiedzy w podejmowaniu decyzji marketingowych*, „Studia i Prace WNEiZ US”, 2016, nr 43(2), s. 87.

³⁵ N. Piechota: *Lokalizacyjna aplikacja mobilna jako narzędzie badań ruchu turystycznego w miastach*, „Studia Oeconomica Posnaniensia”, 2014, nr 2(1), s. 115-133.

³⁶ J.J. Hew, V.H. Lee, L.Y. Leong, T.S. Hew, K.B. Ooi: *The dawning of mobile tourism: what contributes to its system success?* „International Journal of Mobile Communications”, 2016, nr 14(2), s. 170-201.

³⁷ M. Rudnicki: *Wykorzystanie aplikacji mobilnej jako innowacyjnego kanału komunikacji przedsiębiorstw rynku turystycznego z konsumentami na przykładzie Kopalni Soli Wieliczka*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Gospodarka turystyczna w regionie: wybrane problemy funkcjonowania regionów, gmin i przedsiębiorstw turystycznych”, 2013, nr 303, s. 235-246.

³⁸ R. Rasińska, W. Siwiński: *op. cit.*, s. 74-80.

³⁹ M. Kieźel, J. Wiechoczek: *Kierunki rozwoju mobilnej komunikacji marketingowej w usługach na przykładach usług bankowych i turystycznych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu”, 2013, nr 32, s. 339-355.

⁴⁰ A. Pawlicz: *E-turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 18.

⁴¹ J. Kalecińska: *Nowe technologie w branży turystycznej*, AWF, Warszawa 2013, za: <https://goo.gl/9f2URF>, data dostępu: 14.05.2017.

⁴² R. Pelc-Mieczkowska: *Koncepcja pozyskania danych na potrzeby multimedialnego przewodnika mobilnego po szlakach turystycznych*, „Roczniki Geomatyki – Annals of Geomatics”, 2015, nr 13(1 (67)), s. 47-56.

⁴³ J. Olechnik, K. Pasek: *Innowacyjność w turystyce i jej oddziaływanie promocyjne*, „Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu”, 2014, nr 46, s. 91-102.

⁴⁴ E. Badzińska: *op. cit.*, s. 25-37.

⁴⁵ J. Kalecińska: *op. cit.*

⁴⁶ M. Rudnicki: *op. cit.*, s. 235-246.

przygotowano także aplikację „Agroturystyka. Wieś polska zaprasza”, która udostępnia bazę ponad tysiąca obiektów agroturystycznych rekomendowanych przez Polską Federację Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”. Aplikacja pełni też rolę multimedialnego przewodnika. Dostępne są również aplikacje: „Małopolska Wieś dla Dzieci”, a także „Małopolska Wieś w Siodle” oraz „Małopolska Wieś dla Seniorów”. Projekty te zrealizowano przy wsparciu finansowym Województwa Małopolskiego w ramach konkursu ofert z turystyki pn. „Małopolska Gościnna”. W sklepie Google Play można ponadto pobrać aplikacje „Agriturismo On Line” lub „Italia – Agriturismo”, które mogą okazać się pomocne dla urlopowiczów zainteresowanych agroturystyką we Włoszech, aplikację „Falusi turizmus szálláskereső” dla turystów zainteresowanych turystyką wiejską na Węgrzech lub aplikację „Turismo Rural Murcia” promującą turystyką na obszarach wiejskich Hiszpanii.

Materialy i metody

Badania przeprowadzono w trzech płaszczyznach: „responsywności przekazu”, projektowej (inżynierskiej) oraz ekonomicznej. Badania responsywności przekazu oparto o analizę stopnia dostosowania witryn internetowych gospodarstw agroturystycznych do urządzeń mobilnych. Witryny przeglądano metodą inspekcyjną (manualnie), co pozwoliło zidentyfikować rozwiązania odpowiadające za ich responsywność (założenia i techniki projektowe: RWD, AWD, *mobile web*) oraz narzędzia zastosowane do osiągnięcia efektu responsywności. Tak pozyskane wyniki weryfikowano na dwa sposoby (walidacja krzyżowa): przy pomocy aplikacji internetowej *Complex SEO Audit*, która wspomogła identyfikację systemu zarządzania treścią CMS (*Content Management System*), a także komponentów rozszerzających funkcjonalność i interaktywność witryny, oraz przy pomocy emulatora urządzeń mobilnych na komputerach stacjonarnych⁴⁸ – aplikacji *Opera Mobile Classic Emulator*, która umożliwia przeglądanie witryn internetowych w oknie wybranego urządzenia mobilnego w przeglądarce *Opera Mini*⁴⁹.

Badaniom responsywności poddano 287 witryn internetowych gospodarstw agroturystycznych, których adresy pozyskano z jednego z ogólnopolskich katalogów witryn. Do badań zakwalifikowano tylko takie witryny, które zostały opublikowane w domenie krajowej najwyższego poziomu (domena ‘.pl’, *ccTLD country code top-level domain*). Przyjęto bowiem założenie, że właściciele domen abonamentowych przykładają większą wagę do techniki wykonania witryn i jakości publikowanych treści. Ponadto do badań zakwalifikowano witryny obiektów, które zadeklarowały działalność agroturystyczną (w nagłówku witryny lub w opublikowanych treściach). Witryny internetowe innych podmiotów z rynku turystycznego, choć umieszczone w katalogu w kategorii „agroturystyka”, nie zostały wzięte pod uwagę.

⁴⁷ M. Kieźel, J. Wiechoczek: *op. cit.*, s. 339-355.

⁴⁸ Na rynku dostępnych jest wiele typów i modeli urządzeń przenośnych o różnej konfiguracji sprzętowej oraz oprogramowaniu. W praktyce możliwe jest przetestowanie użyteczności witryn i aplikacji jedynie na wybranych, będących w posiadaniu programisty. W takich przypadkach pomocne bywają programy emulujące działanie określonej gamy urządzeń. Emulacja to symulowanie działania określonego programu lub platformy sprzętowej przez inny system lub na sprzęcie innego typu.

⁴⁹ Opera Mini jest jedną z najpopularniejszych w świecie przeglądarek mobilnych.

W drugiej płaszczyźnie ujęto kwestie utworzenia i wykorzystania aplikacji mobilnej w promocji indywidualnego gospodarstwa agroturystycznego. Testom funkcjonalności poddano trzy popularne serwisy internetowe: Mobincube, Marvel i Proto, umożliwiające samodzielne zaprojektowanie aplikacji mobilnej. Aplikację wykonano dla modelowego gospodarstwa agroturystycznego „Ostoja”.

Ekonomiczne uwarunkowania utworzenia aplikacji mobilnych zbadano przy pomocy metody z rodzaju „tajemniczy klient” (*mystery shopper*). Metoda ta jest często stosowana w badaniach marketingowych, w szczególności w handlu i usługach. Pozwala ocenić zaangażowanie pracowników w kontakt z klientem oraz pozyskać informacje o charakterze świadczonej usługi⁵⁰. W metodzie tej stosuje się obserwację, która jest: niejawna (ukryta) – podmiot nie jest informowany, że bierze udział w badaniu, a także kontrolowana i standaryzowana – audytor postępuje według ustalonego wcześniej scenariusza, a wyniki obserwacji ujmuje w raporcie końcowym⁵¹.

Do pozyskania informacji wykorzystano zapytanie ofertowe zredagowane w imieniu właściciela gospodarstwa agroturystycznego „Ostoja”. Zawarto w nim pytania o możliwość zastosowania aplikacji mobilnej w promowaniu gospodarstwa i kosztach związanych z jej wykonaniem. Zapytanie wysłano e-mailem do 15 firm wyspecjalizowanych w tworzeniu aplikacji mobilnych. Adresy firm pozyskano z wyników organicznych wyszukiwarki Google, uzyskanych po wpisaniu frazy „wykonujemy aplikacje mobilne”.

Wyniki i wnioski

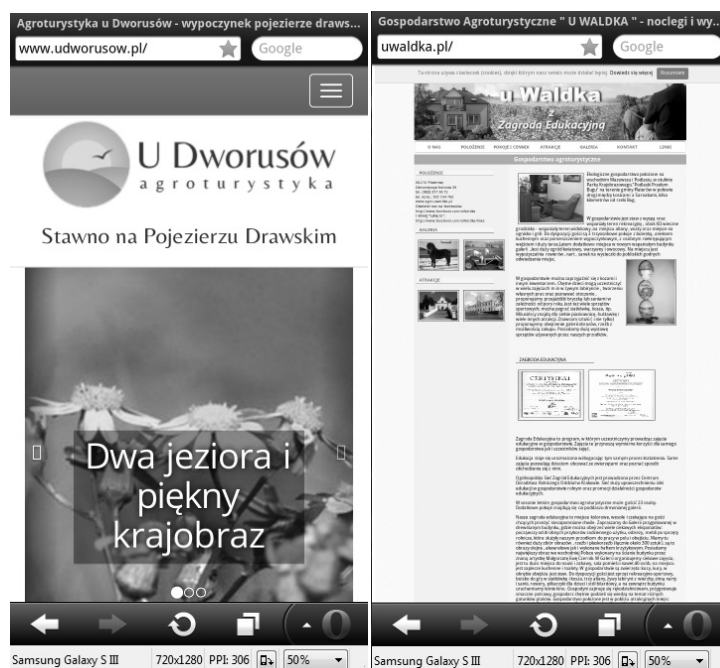
W zbiorze badanych witryn nie odnotowano ani jednej witryny mobilnej. Żadne z gospodarstw nie udostępniło też aplikacji mobilnej. Gospodarstwa agroturystyczne z badanego zbioru posługiwały się przeważnie witrynami responsywnymi. Odnotowano 130 takich witryn (45%). Emulacja prezentacji witryn (ryc. 1) wykonana przy pomocy aplikacji *Opera Mobile Classic Emulator* na telefonie Samsung Galaxy SIII pokazała, że 126 (97%) spośród nich charakteryzuje użyteczność na platformie Android w rozdzielczości ekranu HD Portrait 720x1280px. W pozostałych przypadkach przeglądanie witryn utrudniały zbyt małe elementy nawigacji oraz niewielkich rozmiarów tekst. Potwierdza to zasadność testów krzyżowych, tj. wykonywanych różnymi technikami, przy użyciu co najmniej dwóch narzędzi testujących.

W 18 przypadkach responsywność witryny realizowana była za pośrednictwem narzędzia *Bootstrap*⁵². W 111 przypadkach responsywność wynikała z zastosowania systemu CMS dostosowanego do urządzeń przenośnych. W zbiorze badanych witryn najpopularniejsze były: WordPress (74 witryny) oraz Joomla! (22 witryny).

⁵⁰ K. Król: *Kalkulacja kosztów wykonania oraz promocji strony internetowej gospodarstwa agroturystycznego*, „Acta Sci. Pol. Formatio Circumiectus”, 2015, nr 14(4), s. 41-48.

⁵¹ M. MękarSKI: *Mystery shopping oraz shadowing jako metody badania kultury*, „Roczniki Kulturoznawcze”, 2017, nr 5(1), s. 53-71.

⁵² Framework, zestaw narzędzi ułatwiających tworzenie interfejsu graficznego stron oraz aplikacji internetowych.



Rycina 1. Witryna internetowa responsywna (udworusow.pl) oraz witryna „klasyczna” (Waldka.pl)
 Źródło: opracowanie własne przy pomocy *Opera Mobile Classic Emulator*

Wyniki testów projektowych

W trakcie testów projektowych utworzono aplikacje mobilne o podstawowych funkcjonalnościach, adekwatnych do tych udostępnianych na stronie internetowej responsywnej lub mobilnej. Aplikacja mobilna, która udostępnia funkcjonalności oraz treści zbliżone lub identyczne do swojego internetowego odpowiednika (witryny responsywnej lub mobilnej) może rozczarować użytkownika. Jej instalacja wymaga dodatkowych czynności, podczas gdy witryna dostępna jest bezpośrednio w oknie przeglądarki. Inwestycja w aplikację mobilną jest więc zasadna, gdy przynosi realne korzyści, umożliwia lub ułatwia czynności sprzedażowe.

Samodzielne utworzenie, opublikowanie i uruchomienie aplikacji mobilnej pozwala lepiej zrozumieć tę formę komunikacji marketingowej. Testowane serwisy różnią się oprawą graficzną interfejsu, jednak zasada ich działania jest w każdym z przypadków oparta o założenia WYSIWYG (ang. *What You See is What You Get*, produkt końcowy jest identyczny lub zbliżony do efektów uzyskanych w kreatorze). Proces kreacji odbywa się w oknie przeglądarki internetowej przy pomocy graficznego interfejsu (ang. *graphical user interface*, GUI). Efekty pracy można przeglądać w symulowanym oknie urządzenia przenośnego (ryc. 2). Jest kwestią względną (subiektywną), które z narzędzi jest bardziej funkcjonalne i użyteczne, choć mają one wspólne cechy. W przypadku aplikacji ‘Mobincube’ możliwe jest skorzystanie z bezpłatnych funkcjonalności pakietu startowego, co jest jednak związane z

„wbudowaniem” w aplikację treści reklamowych narzucanych przez usługodawcę. Bezpłatny pakiet startowy (o limitowanych parametrach) dostępny jest także w ramach serwisu ‘Marvel’. Z funkcjonalności serwisu ‘Proto’ korzystać można podczas okresu próbnego (licencja trial).



Rycina 2. Prezentacja aplikacji mobilnej „Agroturystyka Ostoja”, na wyświetlaczu urządzenia mobilnego, utworzonej przy pomocy (od lewej): Mobincube, Marvel i Proto
Źródło: opracowanie własne przy pomocy Mobincube, Marvel i Proto

Wyniki badań ankietowych

Na zapytanie ofertowe odpowiedziało osiem podmiotów. Analizując formę i styl pozyskanych wypowiedzi zwrócono uwagę, że większość z nich sprawiała wrażenie redagowanych w pośpiechu, bez specjalnego zaangażowania, choć zawierały one kurtuazyjne zwroty, takie jak podziękowanie za zainteresowanie ofertą (pięć przypadków). Ponadto odpowiedzi, choć zasadniczo poprawne, były krótkie (często zdawkowe) i niedopracowane w detalach (np. literówki, skrót, kolokwializmy). W jednym przypadku firma zredagowała odpowiedź do kobiety, podczas gdy zapytanie podpisane było przez mężczyznę. W pięciu przypadkach odpowiedź przyjęła krótką formę zaproszenia do współpracy i kontaktu telefonicznego.

Ankietowane podmioty niechętnie dzieliły się informacjami o kosztach wykonania przedmiotowej aplikacji. Jedynie dwa z nich oszacowały koszty jej utworzenia. Informacja ta może być niechętnie udzielana z uwagi na jej „strategiczną wartość” (w kontekście konkurencyjności), a także z uwagi na trudności w oszacowaniu kosztów realizacji danego zlecenia bez ustalenia szczegółów (bez konkretnej specyfikacji projektowej). Wykonanie aplikacji mobilnej prezentującej ofertę, umożliwiającej złożenie rezerwacji i wykonanie płatności wyceniono, w jednym

przypadku na 4700 zł netto, a w drugim na 3000 zł netto. Co ważne była to wycena wykonania aplikacji jedynie na jedną platformę.

Ankietowani w swoich odpowiedziach nie wdawali się w polemikę, czy utworzenie aplikacji mobilnej jest zasadne czy też nie, choć większość z nich sugerowała, że z uwagi na kwestie praktyczne (efektywność, przydatność) i ekonomiczne jest najkorzystniej utworzyć witrynę internetową dostosowaną do urządzeń przenośnych. Realia wykorzystania aplikacji mobilnych w promocji indywidualnego gospodarstwa agroturystycznego zdradzają fragmenty wypowiedzi udzielonych na zapytanie ofertowe:

„Aplikacje mobilne są droższe w wykonaniu i utrzymaniu od responsywnej strony internetowej. Wynika to głównie z faktu, że w przypadku aplikacji mobilnej wykonuje się niejako do trzech odrębnych projektów tzn. na system iOS, Android i Windows. Strona internetowa będzie jedna i technologicznie prostsza do zaadaptowania” – JCommerce SA, outsourcingu usług IT, oprogramowanie dedykowane, Business Intelligence, aplikacje webowe, mobilne i desktopowe.

„Jeżeli chodzi o wybór między responsywną stroną internetową a aplikacją, to myślę że w tym przypadku ewidentnie bardziej praktycznym wydaje się wybór responsywnej strony, gdyż można używać jej także na zwykłych komputerach, a na telefonach jest praktycznie równie funkcjonalna co aplikacja” – ALLSET, witryny internetowe, pozycjonowanie, marketing internetowy, hosting.

„Strona responsywna będzie tańsza i będzie łatwiej ją „wypozycjonować” w Google. Natomiast aplikacja daje całkiem inne możliwości dodatkowe w porównaniu ze stroną. Mimo wszystko dla tego typu działalności (agroturystycznej, red.) skłaniałbym się do stworzenia profesjonalnej strony z kalendarzem i płatnościami online w wersji RWD, czyli dostosowanej do urządzeń mobilnych” – Agencja Reklamowa Jarocin, kompleksowe usługi reklamowe.

„Dla Pana zastosowania (w promocji gospodarstwa agroturystycznego, red.) uważamy, że aplikacja nie będzie dobrym wyborem (aplikacja wymaga pobrania, a tutaj nie przynosi dla użytkownika potencjalnych korzyści, które uzasadniałyby instalację czegoś na telefonie)” – GSWtech, dedykowane systemy informatyczne, serwisy internetowe, aplikacje mobilne.

Przeprowadzona analiza pozwala wnioskować, że witryny i aplikacje mobilne, z uwagi na swój charakter (tab. 1), to narzędzia, które mogą być i są obecnie częściej wykorzystywane przez organizacje, jednostki administracji i samorządu terytorialnego, a także duże podmioty prowadzące działalność skomercjalizowaną, czy wręcz korporacyjną.

Tabela 1. Porównanie wybranych atrybutów witryn responsywnych, mobilnych stron internetowych i aplikacji mobilnych

Atrybuty	Witryna mobilna	Witryna responsywna	Aplikacja mobilna
Nakłady pracy i kosztochłonność (utworzenie oraz utrzymanie)	++	+	+++
Uniwersalność	++	+++	+
Integracja z funkcjami mobilnego urządzenia i systemu operacyjnego	częściowa, niedoskonała	częściowa, niedoskonała	pełna
Stopień wykorzystania narzędzi wbudowanych w urządzenia mobilne	++	+	+++
Wymóg instalacji	—	—	+
Widoczność w wynikach wyszukiwania (Google friendly)	+	+	—
Wrażliwość na aktualizacje systemu operacyjnego (środowiska pracy, oprogramowania serwera)	++	+	+++
Konieczność aktualizacji oprogramowania przez użytkownika	—	—	+
Rozbudowane funkcjonalności w trybie offline	—	—	+
Początkowy stopień trudności obsługi	+	+	+++

Zródło: opracowanie własne

Podsumowanie

Aplikacje mobilne znajdują obecnie zastosowanie w promowaniu miast i regionów. Są często wykorzystywane przez touroperatorów, organizacje turystyczne i większe podmioty z sektora turystyki skomercjalizowanej, w tym z branży hotelarskiej.

Utworzone aplikacje pełnią przede wszystkim funkcję informacyjną i promocyjną (marketingową). Nie wnoszą żadnej wartości dodanej ponad funkcjonalności możliwe do zaprojektowania na stronie internetowej. Inwestycja w utworzenie i promocję aplikacji mobilnej o tak ograniczonych funkcjonalnościach jest obecnie nieuzasadniona ekonomicznie.

Badania pokazują, że innowacyjne rozwiązania projektowe oraz marketingowe są przez gospodarstwa agroturystyczne zauważane i wykorzystywane z pewnym opóźnieniem, zwłaszcza w stosunku do touroperatorów lub podmiotów z branży hotelarskiej⁵³. Powodów tego zjawiska jest wiele. Nie bez znaczenia jest skala i charakter działalności agroturystycznej. W gospodarstwach agroturystycznych tzw. klasycznych, gospodarze nierzadko nie są zainteresowani maksymalizacją obłożenia kwater, pogonią za rentownością i zyskiem, a sama agroturystyka często stanowi dodatkowe źródło dochodów. Podobnie traktowana jest komunikacja marketingowa.

Zainteresowanie nowymi technologiami i marketingiem internetowym wśród podmiotów świadczących usługi agroturystyczne skomercjalizowane bywa nieco większe. Znajduje to potwierdzenie w jakości witryn internetowych, które posiadają. Niepublikowane wyniki badań przeprowadzonych przez autora pokazały, że gospodarstwa agroturystyczne znajdują się obecnie na etapie „wymiany” dotychczas posiadanych witryn na wersje responsywne, przy czym proces ten został zapoczątkowany w 2012 roku i nabrał dynamiki w 2015 roku.

⁵³ K. Król: *Globalne zmiany technologiczne i ich wpływ na promocję agroturystyki w internecie*, „Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich”, 2016, nr 103(3), s. 84-100.

Aplikacje mobilne nie są obecnie wykorzystywane w promowaniu indywidualnych gospodarstw agroturystycznych przede wszystkim z uwagi na koszty ich utworzenia (zwykle dla dwóch lub trzech platform), utrzymania (aktualizacji), rozwijania i promocji. Ponadto osiągnięcie dynamicznego wzrostu pobrań aplikacji wymaga nie tylko dostępu do urządzeń przenośnych, usług (internetu mobilnego), ale także kompetencji w ich użytkowaniu. Branża mobile jest stosunkowo młoda, a wiedza użytkowników o możliwościach wykorzystania aplikacji mobilnych i korzyściach z tego płynących jest relatywnie niewielka. Jeszcze mniejsza jest świadomość zagrożeń jakie są związane i ich użytkowaniem. Do pokonania pozostaje więc bariera wiedzy i umiejętności, bowiem aplikacje mobilne wciąż są produktem dla określonej grupy (zaawansowanych) użytkowników. Należy poruszyć także kwestie realnej przydatności aplikacji mobilnych w promocji indywidualnych gospodarstw agroturystycznych. O ile w przypadku portali ogólnopolskich, tworzonych przez różnorakie podmioty związane z agroturystyką i serwisów branżowych, grupujących oferty noclegów, wykorzystanie aplikacji mobilnych może być uzasadnione ekonomicznie, o tyle w przypadku gospodarstw agroturystycznych już nieco mniej, lub wręcz w ogóle. Pojawia się bowiem pytanie jaką funkcjonalność będzie miała aplikacja, której nie mogłaby mieć witryna responsywna lub mobilna? Co zachęciłoby użytkownika do jej pobrania? Wreszcie, czy nakłady poniesione na jej utworzenie mają szansę się zwrócić? Wszystko to skłania do wniosku, że aplikacje mobilne mogą obecnie znaleźć zastosowanie w promocji obiektów, które świadczą usługi agroturystyki skomercjalizowanej. Warunkiem jest duża skala działalności i specjalizacja. Obiekty te mogą dysponować środkami na inwestycję w aplikacje mobilne, których główną funkcjonalnością powinna być możliwość rezerwacji i płatności za usługę w czasie rzeczywistym.

Kluczem do powodzenia aplikacji jest jej przydatność. Rynek usług agroturystycznych stanowi więc wyzwanie dla twórców aplikacji mobilnych, zwłaszcza w kontekście wdrożenia ich w indywidualnych obiektach, a jednym z największych może być przekonanie użytkownika, że wykorzystanie aplikacji mobilnej przyniesie mu w tym konkretnym przypadku określone korzyści. Jest to swoista „bariera przydatności”, która jest ściśle związana z barierą „częstości użycia”. Brak faktycznej przydatności przełoży się bowiem na znikome zainteresowanie aplikacją. Istnieje jeszcze jedna bariera, zwykle pomijana, którą można określić „barierą zaangażowania”. Otóż aplikacja mobilna może odnieść sukces jedynie przy dużym zaangażowaniu w jej promocję. Jest to związane m.in. z działaniami z zakresu optymalizacji prezentacji (w tym opisu) aplikacji w sklepie z aplikacjami (*app store optimization*, ASO), wykorzystaniem innych kanałów promocji np. Google, YouTube lub mediów społecznościowych. Wymaga to czasu, pracy, cierpliwości, chęci, wiedzy i umiejętności. Wszystko to może zniechęcić właścicieli gospodarstw agroturystycznych do korzystania z tej formy promocji (prezentacji) świadczonych usług.

Aplikacje mobilne nie są obecnie w stanie wypracować dla indywidualnego gospodarstwa agroturystycznego wartości dodanej, która pokryłaby koszty związane z ich utworzeniem i utrzymaniem. Gospodarstwa agroturystyczne powinny więc zwrócić szczególną uwagę na technikę wykonania witryn, które posiadają, aby umożliwiała ich komfortowe przeglądanie na urządzeniach mobilnych. Aplikacje mobilne będą wykorzystywane w promocji (rezerwacji, sprzedaży) gospodarstw agroturystycznych, gdy staną się tak powszechne jak witryny internetowe, co jeszcze w nie tak odległej

przeszłości wydawało się skądinąd odległą perspektywą. W przyszłości zaś mogą być swoistym wyróżnikiem gospodarstwa, świadczącym o jego nowoczesności. Przydatność oraz spadek kosztów utworzenia i utrzymania aplikacji mobilnych będą warunkować dalszy wzrost ich powszechności. Pomimo, że popularność aplikacji mobilnych rośnie, wciąż jeszcze jest niewystarczająca aby znalazły one powszechne zastosowanie w promocji gospodarstw agroturystycznych.

Literatura

- Badzińska E.: *Mobilność, interaktywność i zaangażowanie użytkowników jako wyzwania współczesnej komunikacji w biznesie*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, 41(1)/2015. doi: 10.18276/pzfm.2015.41/1-02.
- Borys M., Plechawska-Wójcik M.: *Badanie użyteczności oraz dostępności interfejsu w aplikacjach mobilnych*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy”, 35/2013.
- Brzostek-Pawlowska J.: *Między Web 2.0 i 3.0: Mobilne systemy informacyjne z rozszerzoną rzeczywistością*, „Elektronika: konstrukcje, technologie, zastosowania”, 51(11)/2010.
- Chabior B.: *Rynek marketingu mobilnego*, „Raport Interaktywnie.com: Marketing Mobilny”, 2016, za: <https://goo.gl/s1ouo7>, data dostępu: 05.09.2017.
- Chochołowski B.: *Za każdą wersją systemu stoją potencjalni klienci. Bliska śmierć Windows Phone'a nie uprości rynku*, „Raport Interaktywnie.com: Marketing Mobilny”, 2016, za: <https://goo.gl/s1ouo7>, data dostępu: 05.09.2017.
- Gartner: *Market Share: Final PCs, Ultramobiles and Mobile Phones, All Countries, 4Q16*, za: <https://goo.gl/19sJ8c>, data dostępu: 24.09.2017.
- Hew J.J., Lee V.H., Leong L.Y., Hew T.S., Ooi K.B.: *The dawning of mobile tourism: what contributes to its system success?* „International Journal of Mobile Communications”, 14(2)/2016. doi: 10.1504/IJMC.2016.075023.
- Jaremen D.E., Michalska-Dudek I., Rapacz, A.: *Wirtualizacja zachowań konsumentów na rynku turystycznym jako źródło wiedzy w podejmowaniu decyzji marketingowych*, „Studia i Prace WNEiZ US”, 43(2)/2016. doi: 10.18276/sip.2016.43/2-08.
- Jasiulewicz A.: *Aplikacje mobilne jako innowacja marketingowa*, „Marketing i Rynek”, 8/2015.
- Jasiulewicz A.: *Aplikacje mobilne jako innowacyjne narzędzie marketingu mobilnego na rynku żywności*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu, Rola podmiotów rynkowych w kształtowaniu wizerunku organizacji i postrzeganiu wartości marki”, 41/2015.
- Jasiulewicz A., Wiaderny M.: *Aplikacje mobilne jako innowacyjne narzędzia promocji marki w opinii konsumentów*, „Logistyka”, 2/2015.
- Kalecińska J.: *Nowe technologie w branży turystycznej*, AWF, Warszawa 2013, za: <https://goo.gl/9f2URF> data dostępu: 14.05.2017.
- Kall J.: *Branding na smartfonie. Komunikacja mobilna marki*, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Warszawa 2015.
- Kall J.: *Planowanie komunikacji mobilnej marki*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy”, 45/2016. doi: 10.15584/nsawg.2016.1.28.
- Kall J.: *Witryny i aplikacje mobilne w komunikacji marek odzieżowych*, „Handel Wewnętrzny”, 2(367)/2017.
- Kennedy-Eden H., Gretzel U.: *A taxonomy of mobile applications in tourism*, „e-Review of Tourism Research”, 10(2)/2012.
- Kępcowska U.: *Zastosowanie marketingu mobilnego w branży turystycznej*, „Handel Wewnętrzny”, 6(353)/2014.
- Kieźel M., Wiechoczek J.: *Kierunki rozwoju mobilnej komunikacji marketingowej w usługach na przykładach usług bankowych i turystycznych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu”, 32/2013.
- Kopecka-Piech K.: *Mobilne media miejskie*, „Studia Medioznawcze”, 3(50)/2012.
- Kopecka-Piech K.: *Aplikacje mobilne: innowacyjność, sytuacyjność i personalizacja komunikacji marketingowej i wizerunkowej*, „Nowe Media. Studia i Rozprawy”, 4/2013. doi: 10.12775/NM.2013.001.
- Król K.: *Kalkulacja kosztów wykonania oraz promocji strony internetowej gospodarstwa agroturystycznego*, „Acta Sci. Pol. Formatio Circumietus”, 14(4)/2015. doi: 10.15576/ASP.FC/2015.14.4.41.

- Król K.: *Globalne zmiany technologiczne i ich wpływ na promocję agroturystyki w internecie*, „Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich”, 103(3)/2016.
- Król K., Bedla D.: *Ocena wykorzystania technologii responsywności w projektach witryn internetowych gospodarstw agroturystycznych*, „Problemy Drobnych Gospodarstw Rolnych – Problems of Small Agricultural Holdings”, 3/2015.
- Król K., Halva J.: *Measuring efficiency of websites of agrotouristic farms from Poland and Slovakia/Pomiar efektywności witryn internetowych gospodarstw agroturystycznych z Polski i Słowacji*, „Economic and Regional Studies”, 10(2)/2017.
- Lysik Ł., Machura P.: *Rola i znaczenie technologii mobilnych w codziennym życiu człowieka XXI wieku*, „Media i Społeczeństwo”, 4/2014.
- Mękarski M.: *Mystery shopping oraz shadowing jako metody badania kultury*, „Roczniki Kulturoznawcze”, 5(1)/2017.
- Olearnik J., Pasek K.: *Innowacyjność w turystyce i jej oddziaływanie promocyjne*, „Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu”, 46/2014.
- Papińska-Kacperek J.B.: *Miejskie aplikacje mobilne w turystyce kulturowej w Polsce*, „Turystyka Kulturowa”, 2/2016.
- Pawlicz A.: *E-turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- Pelc-Mieczkowska R.: *Koncepcja pozyskania danych na potrzeby multimedialnego przewodnika mobilnego po szlakach turystycznych*, „Roczniki Geomatyki – Annals of Geomatics”, 13(1(67)/2015.
- Piechota N.: *Lokalizacyjna aplikacja mobilna jako narzędzie badań ruchu turystycznego w miastach*, „Studia Oeconomica Posnaniensia”, 2(1)/2014.
- Piekarz K.: *Trendy rozwojowe – potencjał i bariery*, w: *Raport IAB Polska: Perspektywy rozwojowe mobile online w Polsce 2015*, 2015, za: <https://goo.gl/NmSwsq> data pobrania: 10.09.2017.
- PwC: *Technologie mobilne w nowoczesnej Polsce – odpowiedzialny rozwój i równe szanse*, Polska Izba Informatyki i Telekomunikacji, 2016, za: <https://goo.gl/QRHfSd>, data pobrania: 10.09.2017.
- Rasińska R., Siwiński W.: *Aplikacje mobilne jako innowacyjne źródła informacji turystycznej dla studentów*, „Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu”, 50/2015.
- Rohm A.J., Gao T., Sultan F., Pagani M.: *Brand in hand: a cross-market investigation of consumer acceptance of mobile marketing*, „Business Horizons”, 55(5)/2012. doi: 10.1016/j.bushor.2012.05.004.
- Rudnicki M.: *Wykorzystanie aplikacji mobilnej jako innowacyjnego kanału komunikacji przedsiębiorstw rynku turystycznego z konsumentami na przykładzie Kopalni Soli Wieliczka*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Gospodarka turystyczna w regionie: wybrane problemy funkcjonowania regionów, gmin i przedsiębiorstw turystycznych”, 303/2013.
- Sadowska E.: *Marketing mobilny a komunikacja marketingowa*, „Studia Ekonomiczne”, 140/2013.
- Shankar V., Balasubramanian S.: *Mobile marketing: A synthesis and prognosis*, „Journal of Interactive Marketing”, 23(2)/2009. doi: 10.1016/j.intmar.2009.02.002.
- Shankar V., Kleijnen M., Ramanathan S., Rizley R., Holland S., Morrissey S.: *Mobile Shopper Marketing: Key Issues, Current Insights, and Future Research Avenues*, „Journal of Interactive Marketing”, 34/2016. doi: 10.1016/j.intmar.2016.03.002.
- Sznajder A.: *Wpływ mobilnej technologii informacyjnej na działalność marketingową przedsiębiorstw*, „Gospodarka Narodowa”, 7/2013.
- Talukder A.K., Yavagal R.R.: *Mobile Computing: Technology Applications and Service Creation*, McGraw-Hill Companies, New York 2007.
- Watson C., McCarthy J., Rowley J.: *Consumer attitudes towards mobile marketing in the smart phone era*, „International Journal of Information Management”, 33(5)/2013. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2013.06.004.

Abstract

The aim of the paper was to evaluate opportunities and the rate of using websites and mobile applications by agrotouristic farms in presentation and promotion of provided services. The surveys were performed in three fields: responsiveness of the message as well as project and economic ones. 287 websites of agrotouristic farms were tested. The mobile applications for a model agrotouristic farm were created during the tests. Economic conditions of creating the mobile applications were tested by sending the requests for the proposal.

Not a single mobile website was noted in the set of surveyed websites. Also, none of the farms was providing a mobile application. The agrotouristic farms from the tested set were usually

using the responsive websites. The workers of responded entities avoided in their answers the topic of performing a mobile application. Most of them suggested that due to practical (efficiency) and economic issues it would be more beneficial to promote a farm by means of the website adapted to mobile devices. In conclusion, it was proved that the prevalence of using mobile applications in promotion of agrotouristic farms is limited by the following barriers: usefulness, costs and also knowledge and skills.

Keywords: promotion of agrotourism, mobile technologies, mobile websites, responsiveness of the message, mobile devices

Informacje o autorze:

dr inż. Karol Król

Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie
Wydział Inżynierii Środowiska i Geodezji
Katedra Gospodarki Przestrzennej i Architektury Krajobrazu
Al. Mickiewicza 24/28, 30-059 Kraków
e-mail: k.krol@onet.com.pl

Elwira Laskowska
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Budżet partycypacyjny i jego rola na przykładzie miasta stołecznego Warszawy

PARTICIPATORY BUDGET AND ITS ROLE ON THE EXAMPLE OF THE CAPITAL CITY OF WARSAW

Celem artykułu jest prezentacja istoty i celów budżetu partycypacyjnego oraz próba wskazania jego roli na przykładzie miasta stołecznego Warszawy. Badaniu poddano wysokość kwot budżetu partycypacyjnego, ich udział w budżecie ogółem poszczególnych dzielnic oraz w przeliczeniu na 1 mieszkańca. Jako mierniki aktywności społeczności lokalnej w zakresie współdecydowania o przeznaczeniu środków budżetowych wykorzystano liczbę zgłaszanych projektów i udział osób biorących udział w głosowaniu na projekty przeznaczone do realizacji w ramach badanego budżetu w odniesieniu do ogółu mieszkańców. Wyniki analiz pozwoliły też na wskazanie problemów związanych z wdrażaniem budżetu partycypacyjnego w Warszawie.

Słowa kluczowe: budżet partycypacyjny, demokracja partycypacyjna, samorząd terytorialny

Wstęp

Budżet jednostek samorządu terytorialnego jest podstawowym narzędziem polityki społeczno-gospodarczej. Wyznacza sposób kształtowania dochodów i zarządzania wydatkami publicznymi z uwzględnieniem celów społecznych oraz efektów ekonomicznych. Jest to instrument, który daje możliwość kierowania działaniami jednostek publicznych w zakresie planowania, wykonywania oraz kontrolowania, a także realizacji poszczególnych celów¹. Głównym źródłem prawa budżetowego jednostek samorządu terytorialnego oraz państwa jest ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, w której pojęcie budżetu jednostki samorządu terytorialnego zdefiniowane zostało jako roczny plan dochodów oraz wydatków, a także przychodów i rozchodów danej jednostki. Uchwalony roczny plan jednostki samorządu terytorialnego traktuje się w danym roku budżetowym za podstawę gospodarki finansowej². Innym aktem prawnym obejmującym swą treścią prawo budżetowe jednostek publicznych jest ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym³. Przepisami o charakterze wykonawczym z zakresu prawa budżetowego są rozporządzenia Rady Ministrów i Ministra Finansów oraz akty prawa miejscowego, które regulują samorządową gospodarkę finansową⁴.

¹ L. Jędrzejewski: Polityka finansowa jednostek samorządu terytorialnego, Wyd. ODDK, Gdańsk 2004, s. 83.

² Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, Dz.U. 2009 nr 157 poz. 1240 ze zmianami.

³ Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym, Dz.U. 1990 nr 16 poz. 95 ze zmianami.

⁴ C. Kosikowski, E. Ruśkowski: Finanse publiczne i prawo finansowe, Wyd. Wolter Kluwer Polska, Warszawa 2008, s. 352.

W świetle wyżej powołanych przepisów prawa, do obowiązków jednostki samorządu terytorialnego należy realizacja zadań o znaczeniu lokalnym przy jednoczesnym zaspokajaniu potrzeb społeczeństwa, co niewątpliwie stanowi wyzwanie dla organów rządzących i tym samym wymaga nawiązania „dialogu” z mieszkańcami danej jednostki samorządu terytorialnego oraz stworzenia im możliwości wyrażania własnych opinii w zakresie rozporządzania środkami budżetowymi. Należy przy tym zauważyć, że dialog z mieszkańcami może stymulować wzrost poziomu zadowolenia z życia, jak również może wpływać na zwiększenie poczucia przynależności i odpowiedzialności obywateli w aspekcie podejmowanych decyzji w danej jednostce samorządu terytorialnego. Jednym z instrumentów umożliwiających taki dialog jest tzw. budżet partycypacyjny, który wpływa na komunikację między władzami i obywatelami poprzez możliwość uczestniczenia mieszkańców w decydowaniu o przeznaczeniu środków budżetowych pochodzących m.in. z podatków przez nich płaconych.

Celem podjętych w niniejszym opracowaniu analiz jest prezentacja istoty i celów budżetu partycypacyjnego oraz próba wskazania jego roli na przykładzie miasta stołecznego Warszawy. Badaniu poddano wysokość kwot budżetu partycypacyjnego, ich udział w budżecie ogółem poszczególnych dzielnic oraz w przeliczeniu na 1 mieszkańca. Jako mierniki aktywności społeczności lokalnej w zakresie współdecydowania o przeznaczeniu środków budżetowych wykorzystano liczbę zgłaszanych projektów i udział osób biorących udział w głosowaniu na projekty przeznaczone do realizacji w ramach badanego budżetu w odniesieniu do ogółu mieszkańców. Podjęto również próbę wskazania problemów związanych z wdrażaniem przedmiotowego budżetu. Zakresem czasowym badań objęto okres realizacji budżetu partycypacyjnego w Warszawie tj. lata 2015 do 2017.

Geneza oraz istota budżetu partycypacyjnego

Koncepcja, aby obywatele byli zaangażowani w decydowanie o celu, na jaki przeznaczone będą środki finansowe z budżetu publicznego zrodziła się jeszcze w epoce średniowiecza, dokładnie w XV wieku w Szwajcarii, w czasie gdy organizowane tam były referenda. Następne głośnie wystąpienia mieszkańców w formie zebrań miejskich miały miejsce w XVII wieku w Nowej Anglii⁵. Nowoczesna forma współuczestnictwa obywateli w podejmowaniu decyzji o wydatkach finansowych ukształtowała się na podstawie doświadczeń w Porto Alegre w Brazylii. Ruch społeczny działający na terenie tego miasta zasugerował, jednocześnie wpływając na decyzję nowo wybranego burmistrza, by decyzyjność nad budżetem miasta została przejęta przez zgromadzenia miejskie. Od tamtej pory odpowiedzialność za wybór planowanych inwestycji i przeznaczonych na ich realizację środków z budżetu spoczywała na obywatelach. Podczas trwających zgromadzeń miejskich obywatele zajmowali się przygotowaniem listy potencjalnych inwestycji do realizacji na terenie miasta, która w ostatecznej wersji przekazywana była do organów władzy. W następnej kolejności, mieszkańcy kontrolowali etapy trwających realizacji, które finansowane były z miejskiego budżetu⁶.

⁵ A. Rytel-Warzocho, Partycypacja społeczna w sprawach budżetowych. Model Porto Alegre jako pierwowzór rozwiązań europejskich, Przegląd Prawa Konstytucyjnego 1/2010, s. 93–94.

⁶ R. Górski: Bez państwa. Demokracja uczestnicząca w działaniu, Wyd. Korporacja Ha!Art, Kraków 2007, s. 43.

Sytuacja, do której doszło w brazylijskim Porto Alegre, była pierwszym przykładem dwuwładzy nie biorąc pod uwagę okresów rewolucyjnych w dziejach instytucji samorządowych. Poza radą miasta, która była głównym organem władającym, zostało powołane zgromadzenie mieszkańców, będące instytucją o charakterze demokracji bezpośredniej. Oczekiwania obywateli zostały spełnione przy jednoczesnym prawidłowym funkcjonowaniu pracy administracji. Ponadto, w 1996 roku na konferencji ONZ odbytej w Stambule uznano tę formę demokracji za najbardziej odpowiednią dla samorządów o zasięgu lokalnym⁷.

Można rozróżnić dwa typy demokracji – pośrednią oraz bezpośrednią. Pierwsza z nich – demokracja pośrednia określana jest jako system polityczny, w którym obywatele mają prawo do wyboru swoich przedstawicieli, którzy to stają się organami decyzyjnymi w kwestiach związanych z władzą na obszarze danej jednostki. W takim typie demokracji społeczność nie jest angażowana we wszystkie sprawy. Drugi typ to demokracja bezpośrednia, w której społeczność lokalna ma możliwość decydowania o sprawach danej jednostki terytorialnej dzięki głosowaniom, bez występowania przedstawicieli w organach sprawujących władzę⁸.

Jednym z odłamów demokracji jest również demokracja partycypacyjna, zwana także uczestniczącą. Jest ona połączeniem cech charakterystycznych dla demokracji bezpośredniej oraz demokracji parlamentarnej. Taki rodzaj ustroju politycznego opiera się na wybraniu przez obywateli danej jednostki terytorialnej swojego przedstawiciela. Wytypowany reprezentant po przeprowadzeniu wolnych wyborów ma za zadanie realizować oczekiwania oraz potrzeby lokalnej społeczności. Koncepcja demokracji partycypacyjnej może sprawdzić się na szczeblach lokalnych, a także pracowniczych, co czy wynika z faktu, iż obywatel, tudzież pracownik ma realny wpływ na decyzje podejmowane w związku, np. z wydatkami budżetowymi. Dyskusje na temat planów i sporów przeprowadzane są na otwartym forum w formie spotkań dla lokalnej społeczności lub za pośrednictwem elektronicznej, często bardziej przystępnej formy komunikacji, czyli np. przez Internet⁹.

Przejawem przedstawionej formy demokracji partycypacyjnej może być budżet partycypacyjny (wymienne nazywany jako budżet obywatelski), który określany jest jako innowacyjny twór zarządzania budżetem, opierający się na demokratycznym decydowaniu o przeznaczeniu części wydatków budżetowych. Osobami uprawnionymi do decydowania o wydatkach są obywatele, najczęściej mieszkańcy danego obszaru objętego działaniem budżetu partycypacyjnego¹⁰. Opisany typ budżetu to zatem rozbudowany proces decyzyjny, w którym współtwórcami budżetu danej jednostki terytorialnej staje się lokalna społeczność, dzięki decydowaniu o przeznaczeniu określonych publicznych środków finansowych na wskazane wydatki z budżetu¹¹.

Warto zwrócić uwagę, że w ustawodawstwie obowiązującym na terenie Rzeczypospolitej Polskiej brak jest określenia „budżetu partycypacyjnego”. Również

⁷ Ibidem.

⁸ M. Winiarski (red.): *Gospodarka: innowacje i rozwój*, Wyd. Instytut Nauk Ekonomicznych Wydziału Prawa, Administracji i Ekonomii, Wrocław 2011, s. 53.

⁹ Ibidem.

¹⁰ Ibidem, s. 54.

¹¹ W. Kęblowski: *Budżet partycypacyjny – krótka instrukcja obsługi*, Wyd. Instytut Obywatelski, Warszawa 2013, s. 8.

w żadnych standardach, czy procedurach o znaczeniu państwowym na próżno jest szukać kryteriów, bądź wymogów prawnych, które miałyby spełniać budżet partycypacyjny. Przepisy prawne, na podstawie których możliwe jest utworzenie budżetu obywatelskiego zawarte są w ustawie o samorządzie gminnym, który stanowi „W wypadkach przewidzianych ustawą oraz w innych sprawach ważnych dla gminy mogą być przeprowadzane na jej terytorium konsultacje z mieszkańcami gminy”¹². Władze wykonawcze danej jednostki samorządu terytorialnego odpowiadają za skonstruowanie projektu budżetu, który następnie jest zatwierdzany przez władze uchwałodawcze. W takich okolicznościach, prawne funkcjonowanie budżetu partycypacyjnego regulowane jest tzw. umową społeczną lub ustnym porozumieniem dżentelmeńskim, który zawierane jest między przedstawicielami danej jednostki publicznej a jej społecznością¹³.

Pierwszym miastem w Polsce, które zaadaptowało w swojej polityce budżet partycypacyjny był Sopot. W 2011 roku przystąpiono do realizacji idei, której celem było wprowadzenie tego typu funkcjonowania budżetu. Mimo, że projekt był wprowadzany w eksperymentalnej formie, bez doświadczeń i wytycznych w tym obszarze, został odebrany pozytywnie, co zaowocowało wprowadzeniem go przez inne miasta, dzielnice miast i inne instytucje¹⁴.

Cele budżetu partycypacyjnego

Cele wprowadzania budżetu partycypacyjnego Rytel-Warzocha dzieli na trzy kategorie o różnym charakterze¹⁵:

- administracyjnym, co sprowadza się do funkcjonowania administracji samorządowej w porozumieniu z obywatelami, uznając ich jako współuczestników gospodarowania budżetem,
- politycznym, co odzwierciedla dążenie do demokratyzacji procesu gospodarowania budżetem jednostki terytorialnej, przejawiające się wprowadzeniem elementów demokracji partycypacyjnej,
- społecznym, czyli objawiające się nakłonieniem mieszkańców do uczestnictwa w publicznej dyskusji, a także dążeniem do zwiększenia świadomości i aktywności społeczeństwa dzięki wsparciu ruchów o charakterze społecznym, jak również umożliwieniem obywatelom uczestnictwa w życiu publicznym jednostki terytorialnej.

Według Kłębowskiego cele budżetu partycypacyjnego odzwierciedlają możliwe korzyści wynikające z jego wprowadzenia, a wśród nich¹⁶:

- zwiększenie efektywności realizacji dotychczasowej, odgórnie ustalonej polityki samorządowej,

¹² Ustawa o samorządzie gminnym..., op. cit., art. 5a.

¹³ B. Martela: Budżet partycypacyjny w Polsce – wdrożenie i perspektywy, Władza Sądzenia 2/2013, Katedra Socjologii Polityki i Moralności, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki, Łódź 2013, s. 25.

¹⁴ A. Kuriata: Budżet partycypacyjny jako przejaw demokracji uczestniczącej w samorządzie lokalnym [w:] Województwo – region – regionalizacja 15 lat po reformie terytorialnej i administracyjnej. Praca zbiorowa pod red. J. Korczaka, Wyd. Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa, Wrocław 2013, s. 44.

¹⁵ A. Rytel-Warzocha: Partycypacja społeczna... op.cit., ss. 94- 95.

¹⁶ W. Kęłowski: Budżet partycypacyjny... op. cit., s. 14.

- promowanie innowacyjności i przedsiębiorczości;
- uzyskanie od mieszkańców szeregu informacji dotyczących funkcjonowania miasta;
- wspieranie procesu decentralizacji władzy;
- zmniejszenie dystansu pomiędzy rządzącymi i mieszkańcami poprzez budowanie zaufania mieszkańców do samorządu i jego przedstawicieli;
- potencjalnie zwiększenie popularności polityków zaangażowanych w realizację projektu.

Autor ponadto zaznacza, że powyższe cele budżetu obywatelskiego pomagają zobrazować istotę jego funkcjonowania. Budżet partycypacyjny jest odpowiednim narzędziem, by służyć jako projekt, mający na celu nie kontynuację, lecz zmianę niektórych aspektów polityki miejskiej.

Etapy wdrażania budżetu partycypacyjnego

Procedura regulująca etapy wdrożenia projektu w większości miast Polski jest niemal identyczna i wzoruje się na rozwiązaniu zastosowanym przez miasto Sopot. Działania te są rozwijane i wdrażane z uwzględnieniem ich lokalnych uwarunkowań. Niemniej w każdym schemacie procedury związanej z wdrażaniem budżetu partycypacyjnego wyszczególnia się następujące etapy¹⁷:

- przygotowanie procesu „faza zero” (dyskusja nad możliwościami i zasadnością wprowadzenia budżetu partycypacyjnego),
- opracowanie zasad przebiegu wdrożenia budżetu partycypacyjnego,
- zgłaszanie propozycji projektów przez społeczność lokalną danej jednostki terytorialnej,
- przeprowadzenie analizy możliwości realizacji projektów,
- zorganizowanie i przeprowadzenie dyskusji na temat zaproponowanych projektów,
- dokonanie wyboru projektów do realizacji,
- realizacja zadań projektowych wraz z monitoringiem,
- ewaluacji procesu.

Ponadto, przez cały proces wdrażania budżetu partycypacyjnego, równoległe z kolejnymi jego etapami, powinny być prowadzone działania informacyjno-edukacyjne, stąd niewątpliwie jedną z najistotniejszych kwestii jest skuteczne poinformowanie obywateli o przyszłych działaniach, uświadomienie im istoty i ważności realizowanego przedsięwzięcia, ale też zachęcenie mieszkańców przez władze do zaangażowania się w sam proces. Z uwagi na to władze samorządowe otwierają portale internetowe poświęcone wyłącznie tematyce budżetu partycypacyjnego, gdzie zamieszczają protokoły z przebiegu posiedzeń. Innym działaniem o charakterze promocyjnym jest wywieszanie specjalnych plakatów zachęcających społeczeństwo do uczestnictwa w projekcie, a także zostawianie przygotowanych ulotek, czy też broszur w miejscach, gdzie przebywa najwięcej osób¹⁸.

¹⁷ E. Serzysko (red.): Standardy procesów budżetu partycypacyjnego w Polsce, Wyd. Fundacja Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia”, Warszawa 2014, s. 9.

¹⁸ D. Kraszewski, K. Mojkowski: Budżet obywatelski w Polsce, Wyd. Fundacja im. Stefana Batorego, Warszawa 2014, s. 10.

Schemat wdrażania oraz funkcjonowania budżetu partycypacyjnego w miastach Polski jest podobny, biorąc pod uwagę ogólne założenia. Niemniej jednak zauważyć można również różnice w szczegółach wytycznych, m.in. w zakresie¹⁹:

- *uczestnictwa lokalnego społeczeństwa w formułowaniu procedury*. W niektórych jednostkach publicznych mieszkańcy mieli możliwość wstąpienia do specjalnie utworzonych zespołów, które zajmowały się opracowywaniem zasad, a także umożliwiało przedstawienie swojej opinii na temat tworzonych dokumentów;
- *odmiennej liczby osób, które posiadają prawo do uczestniczenia w procesach przedsięwzięcia*. W niektórych jednostkach terytorialnych uprawnione do głosowania oraz składania projektów są osoby pełnoletnie, posiadające prawo wyborcze, w innych osoby powyżej 16 roku życia, a w pozostałych wszyscy bez względu na wiek;
- *możliwości głosowania ograniczonej przynależnością do jednostki samorządu terytorialnego*. W niektórych miastach wymagane było zameldowanie potencjalnego wyborcy na terenie działania budżetu partycypacyjnego, z kolei w innych ważne było stałe zamieszkanie na danym obszarze;
- *dysponowania środkami publicznymi*. Podczas głosowania na poszczególne inwestycje w ramach konkursu w budżecie partycypacyjnym może mieć miejsce wyodrębnienie tylko środków na zadania o zasięgu lokalnym, bądź tylko na zadania o zasięgu ogólnomiejskim lub zarówno na jedną jak i na drugą grupę zadań;
- *jawności i transparentności etapów budżetu partycypacyjnego*. Proces weryfikacji projektów zgłaszanych przez mieszkańców nie we wszystkich jednostkach terytorialnych jest ogólnodostępny np. poprzez możliwość uczestniczenia mieszkańców w organizowanych posiedzeniach komisji rady miejskiej, na których decydowano o zaakceptowaniu, bądź odrzuceniu danego projektu przed etapem głosowania.

Budżet partycypacyjny w Warszawie

Budżet partycypacyjny w Warszawie jest realizowany od 2015 roku na podstawie zarządzenia nr 5409/2014 Prezydenta m.st. Warszawy z dnia 13 stycznia 2014 roku w sprawie konsultacji społecznych z mieszkańcami Miasta Stołecznego Warszawy w zakresie budżetu partycypacyjnego na rok 2015²⁰. Załącznik do zarządzenia stanowi regulamin przeprowadzenia budżetu partycypacyjnego.

Z uwagi na specyficzny ustrój Warszawy, która jest podzielona na 18 jednostek pomocniczych, czyli dzielnic, zdecydowano o wprowadzeniu budżetu partycypacyjnego w każdej z nich. Pojawił się przy tym dylemat, czy każda dzielnica ma wypracować swoje własne zasady, czy powinno dążyć się do ich ujednoczenia. Ostatecznie Centrum Komunikacji Społecznej m.st. Warszawy po zebraniu uwag od

¹⁹ B. Martela: Budżet partycypacyjny... op cit., ss. 26-27.

²⁰ Realizacji budżetów partycypacyjnych w kolejnych latach dotyczą zarządzenia Prezydenta M.St. Warszawy: nr 6699/2014 z 16 października 2014 r., nr 1400/2015 z 8 października 2015 r., 1500/2016 z 5 października 2016 r. i 1660/2016 z 18 października 2017 r.

dzielnic – gdzie zdania były podzielone – przychyliło się do drugiego wariantu, czyli do znacznego ujednoczenia zasad w skali miasta²¹.

Zgodnie z regulaminem przeprowadzenia budżetu partycypacyjnego, do zasad obowiązujących we wszystkich dzielnicach należą:

- w każdej dzielnicy powoływany jest uchwałą zarządu dzielnicy zespół ds. budżetu partycypacyjnego, czyli grupa osób zajmująca się monitorowaniem i wspieraniem jego przebiegu. W skład zespołu wchodzi mieszkańcy, organizacje pozarządowe, radni rady dzielnicy i osiedli oraz urzędnicy;
- w każdej dzielnicy obowiązują jednakowe zasady uczestnictwa. W budżecie partycypacyjnym mogą brać udział wszyscy mieszkańcy Warszawy (również obcokrajowcy) bez ograniczeń wiekowych;
- weryfikacja projektów dotyczy aspektów formalno – finansowych;
- głosować można tylko w jednej wybranej dzielnicy. To głosujący decyduje, z którą dzielnicą czuje się najbardziej związany i gdzie chce wybierać projekty. Jednak może to zrobić tylko w jednym miejscu.

Do decyzji poszczególnych dzielnic należą kwestie związane z:

- kwotą przeznaczoną na budżet partycypacyjny (od 0,5% do 2% budżetu danej dzielnicy),
- podziałem dzielnicy na mniejsze obszary, w ramach których można zgłaszać projekty i głosować,
- podziałem dzielnicy na poziomy: lokalny i ogólnodzielnicowy,
- wyznaczeniem i wielkością limitu, którego nie może przekroczyć koszt jednego projektu,
- możliwością zgłaszania projektów inwestycyjnych zlokalizowanych na terenie niebędącym własnością m.st. Warszawy.

Analizując kolejne edycje projektu zauważyć można zróżnicowanie w poszczególnych dzielnicach w odniesieniu do kwoty dedykowanej na realizację projektów w ramach budżetu partycypacyjnego (tab. 1) W 2015 roku udział tych środków w budżecie dzielnicy ogółem w przypadku piętnastu dzielnic wynosił 0,5%, zaś w pozostałych trzech dzielnicach 1%. W kolejnych latach udział ten wzrósł do średniego poziomu 0,9 i 0,8%. W przeliczeniu na 1 mieszkańca kwota ta również kształtowała się na zmiennym poziomie, przykładowo w 2016 roku oscylowała od 19,40 zł (na Bemowie) do 50,90 zł (w Śródmieściu). Niemniej wielkość kwoty ujętej w budżecie partycypacyjnym po pierwszym roku, traktowanym pilotażowo, wzrosła istotnie zarówno w poszczególnych dzielnicach, jak i łącznie (prawie dwukrotnie). Utrzymująca się tendencja wzrostowa środków przeznaczanych do rozdysponowania w ramach budżetu partycypacyjnego potwierdza zainteresowanie władz lokalnych taką formą dialogu z mieszkańcami.

²¹ M. Szaranowicz-Kusz: Budżet partycypacyjny. Jak mieszkańcy mogą współdecydować o budżecie miasta?, Wyd. Fundacja Pole Dialogu, Warszawa czerwiec 2014, s. 13.

Tabela 1. Środki finansowe w ramach budżetu partycypacyjnego w m. st. Warszawie według dzielnic w latach 2015-2017

Lp.	Dzielnica	Środki finansowe przeznaczone na realizację projektów w poszczególnych latach					
		2015		2016		2017	
		kwota w tys. zł	udział w budżecie ogółem w %	tys. zł	udział w budżecie ogółem w %	tys. zł	udział w budżecie ogółem w %
1	Bemowo	2 000 000	1	2 117 247	0,8	2 700 000	0,8
2	Białołęka	1 500 000	0,5	3 000 000	0,8	3 000 000	0,6
3	Bielany	1 548 421	0,5	3 389 365	0,8	7 527 000	1,6
4	Mokotów	2 500 000	0,5	5 406 320	0,9	5 600 000	0,8
5	Ochota	2 100 000	1	2 330 000	0,9	2 505 000	0,8
6	Praga-Południe	2 100 000	0,5	4 171 462	0,9	4 468 294	0,8
7	Praga-Północ	1 200 000	0,5	2 755 884	1	2 743 000	0,8
8	Rembertów	271 315	0,5	648 000	0,9	648 000	0,7
9	Śródmieście	2 643 000	0,5	6 200 000	1	6 200 000	1
10	Targówek	1 360 000	0,5	2 860 000	0,8	3 126 600	0,8
11	Ursus	640 906	0,5	1 524 253	0,8	1 527 000	0,6
12	Ursynów	3 000 000	1	6 100 000	1,6	6 200 000	1,3
13	Wawer	842 000	0,5	2 000 000	0,9	2 000 000	0,7
14	Wesoła	300 000	0,5	600 000	0,8	653 000	0,7
15	Wilanów	500 000	0,5	800 000	0,4	1 200 000	0,6
16	Włochy	546 626	0,5	1 216 520	0,8	1 345 000	0,8
17	Wola	2 500 000	0,5	4 551 000	0,9	5 200 000	0,9
18	Żoliborz	685 000	0,5	1 545 500	0,9	1 900 000	0,9
Razem/ średnio		26 237 268	0,6	51 215 551	0,9	58 542 894	0,8

Źródło: Opracowanie na podstawie Raportów z konsultacji społecznych z mieszkańcami m.st. Warszawy w zakresie budżetu partycypacyjnego na lata 2015, 2016 i 2017, www.twojbudzet.um.warszawa.pl [dostęp 20.10.2017 r.].

Natomiast miernikami aktywności społeczności lokalnej w zakresie współdecydowania o przeznaczeniu środków budżetowych mogą być liczba zgłaszanych projektów i udział w głosowaniach (tab. 2 i 3). Dane przedstawione w tabeli 2 wskazują na wzrost liczby zgłaszanych przez mieszkańców projektów inwestycyjnych, a co za tym idzie przeznaczonych do realizacji w kolejnych edycjach budżetu partycypacyjnego, zarówno w większości dzielnic, jak również łącznie w Warszawie. Na uwagę zasługuje sytuacja zaistniała w dzielnicy Ursynów w 2015 r. Z liczby 123 zgłoszonych projektów i 50 zakwalifikowanych po weryfikacji, tylko jeden został wyłoniony w wyniku głosowania do realizacji. Inwestycja, która uzyskała najwyższą liczbę głosów: „Utworzenie ośrodka wsparcia jako pierwszego modułu integracyjnego centrum aktywności”, wiązała się z kosztem równym kwocie przeznaczonej na realizację budżetu partycypacyjnego (3 mln zł). Stąd, w regulaminach kolejnych edycji tego budżetu umożliwiono dzielnicom określenie maksymalnej kwoty przypadającej na jeden projekt.

Tabela 2. Liczba projektów zgłoszonych przez mieszkańców dzielnic Warszawy do realizacji w ramach budżetu partycypacyjnego oraz zakwalifikowanych do głosowania i zwycięskich w latach 2015-2017

Lp.	Dzielnica	Liczba projektów w budżecie partycypacyjnym w poszczególnych latach*)								
		2015			2016			2017		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3
1	Bemowo	76	50	11	57	29	20	131	72	27
2	Białołęka	118	61	24	149	99	45	180	133	49
3	Bielany	106	46	9	186	137	48	192	135	70
4	Mokotów	333	265	57	323	224	81	316	221	82
5	Ochota	165	122	32	115	72	38	128	94	47
6	Praga-Południe	199	151	42	162	113	64	218	158	75
7	Praga-Północ	97	50	9	81	47	14	94	63	37
8	Rembertów	60	28	10	64	39	14	58	44	13
9	Śródmieście	155	50	13	171	52	25	159	101	38
10	Targówek	112	73	14	123	69	32	186	108	43
11	Ursus	59	36	5	59	36	21	59	33	13
12	Ursynów	123	50	1	126	85	46	195	97	43
13	Wawer	142	120	33	234	155	80	190	141	65
14	Wesoła	42	20	6	46	29	13	80	59	26
15	Wilanów	53	19	7	39	21	13	65	43	20
16	Włochy	121	89	23	99	50	14	97	59	38
17	Wola	193	118	32	210	143	56	216	132	51
18	Zoliborz	82	42	8	88	64	20	85	57	33
Razem		2 236	1 390	336	2 333	1 464	644	2649	1750	770

*) 1- zgłoszonych przez mieszkańców; 2 – zakwalifikowanych do głosowania; 3 – zwycięskich.

Źródło: Opracowanie na podstawie Raportów z konsultacji społecznych z mieszkańcami m.st. Warszawy w zakresie budżetu partycypacyjnego na lata 2015, 2016 i 2017, www.twojbudzet.um.warszawa.pl [dostęp 20.10.2017 r.].

W głosowaniu nad wyborem projektów do realizacji w ramach budżetu partycypacyjnego w 2017 r. zanotowano spadek liczby osób, które oddały głos o 25% w stosunku do roku poprzedniego. Zjawisko to było konsekwencją zmiany zasad, na jakich można było głosować na kartach papierowych, która polegała na tym, że głosując mieszkaniec winien przekazać „osobiście” kartę przedstawicielowi urzędu. W uzasadnieniu wprowadzenia tego wymogu wskazywano, że „zmiany te były odpowiedzią na zgłoszenia mieszkańców dotyczące zbiorowego przynoszenia głosów” i „uszczerbienia systemu”. Niemniej, konieczność stawienia się w urzędzie lub mobilnym punkcie głosowania okazało się utrudnieniem, zwłaszcza dla osób starszych.

Dla potrzeb realizacji działań informacyjno-edukacyjnych przeprowadzane są od 2014 roku z ramienia Urzędu m. st. Warszawy „Badania Budżetu Partycypacyjnego w opinii warszawiaków”. Wyniki badań z 2016 r. pokazują m.in., że mieszkańcy Warszawy czują się dobrze poinformowani o zasadach działania budżetu partycypacyjnego w ich mieście (69% ankietowanych). Z drugiej strony w badanym okresie istotnie wzrósł odsetek osób, które nie wiedziały, że mogą zgłaszać własne propozycje projektów finansowych z części budżetu dzielnicy (z 14% w 2014 r. do 40% w 2016 r.) Ponadto, w badaniu przeprowadzonym w 2016 r. na pytanie kto może

głosować w budżecie partycypacyjnym, prawidłowej odpowiedzi w brzmieniu „każdy mieszkaniec, nawet dziecko” udzieliło jedynie 13% respondentów²².

Tabela 3. Frekwencja mieszkańców dzielnic m.st. Warszawy w głosowaniu na projekty przeznaczone do realizacji w ramach budżetu partycypacyjnego w latach 2015-2017

Lp.	Dzielnica	Udział osób głosujących w liczbie mieszkańców dzielnicy		
		2015	2016	2017
1	Bemowo	8%	5%	5%
2	Białołęka	6%	10%	9%
3	Bielany	5%	11%	8%
4	Mokotów	13%	14%	9%
5	Ochota	10%	7%	5%
6	Praga-Południe	9%	8%	6%
7	Praga-Północ	9%	9%	4%
8	Rembertów	8%	10%	8%
9	Śródmieście	8%	8%	6%
10	Targówek	7%	12%	6%
11	Ursus	11%	9%	6%
12	Ursynów	16%	8%	7%
13	Wawer	12%	10%	8%
14	Wesoła	9%	17%	8%
15	Wilanów	10%	6%	9%
16	Włochy	11%	10%	8%
17	Wola	8%	13%	8%
18	Zoliborz	11%	13%	10%
Średni udział w głosowaniu		9%	10%	7%
Łączna liczba osób głosujących		166 893	172 395	128 406
w tym w formie:				
- kart papierowych		28%	41%	5%
- elektronicznej		72%	59%	95%

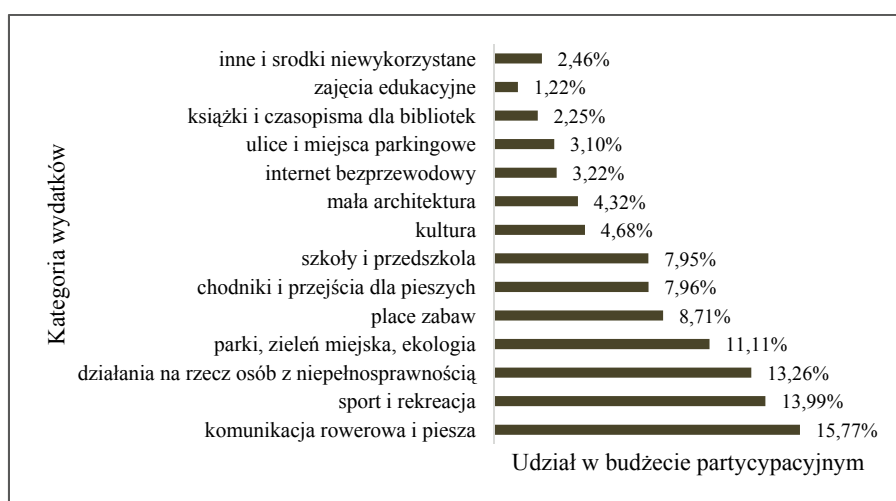
Źródło: Opracowanie na podstawie Raportów z konsultacji społecznych z mieszkańcami m.st. Warszawy w zakresie budżetu partycypacyjnego na lata 2015, 2016 i 2017, www.twojbudzet.um.warszawa.pl [dostęp 20.10.2017 r.]

Opisane wyżej sytuacje są przykładem problemów, jakie mogą zaistnieć w ustalaniu procedur i potwierdza konieczność przeprowadzania etapu ewaluacji w procesie wdrażania budżetu partycypacyjnego, który winien skutkować formułowaniem rekomendacji dla kolejnej jego edycji.

Struktura przeznaczenia środków z budżetu partycypacyjnego według poszczególnych celów wskazuje na potrzeby i oczekiwania mieszkańców. Analizując udział wydatków według kategorii w kwocie budżetu partycypacyjnego na rok 2015 w Warszawie (wykres 1) można zauważyć, że prawie 27% środków zostało przeznaczonych na realizację projektów związanych z infrastrukturą drogową

²² Ewaluacja budżetu partycypacyjnego w Warszawie na rok 2017. Raport końcowy. Warszawa, wrzesień 2016, www.twojbudzet.um.warszawa.pl [dostęp 20.10.2017 r.], s. 29-30.

(komunikacja rowerowa i piesza, chodniki i przejścia dla pieszych, miejsca parkingowe). Dla porównania udział wydatków miasta w wydatkach majątkowych na zadanie „Transport i komunikacja”, obejmujące m.in. wyżej wskazane cele, kształtował się w danym roku na poziomie 38%²³, czyli podobnie wysokim. W zakresie celów związanych np. ze sportem i rekreacją, zielenią miejską czy edukacją, udział wydatków w budżecie partycypacyjnym był znacznie wyższy od udziału tych kategorii w strukturze wydatków majątkowych miasta²⁴. Powyższe może potwierdzać istotną rolę informacyjną budżetu partycypacyjnego dla władz miasta w zakresie potrzeb lokalnej społeczności i następnie uwzględniania tych potrzeb w planach budżetowych.



Wykres 1. Udział wydatków wg kategorii w kwocie budżetu partycypacyjnego przeznaczanego do realizacji w roku 2015 w Warszawie

Źródło: Opracowanie na podstawie: Wyniki głosowania w I warszawskim budżecie partycypacyjnym. 1 edycja (na rok 2015), www.twojbudzet.um.warszawa.pl [dostęp 20.10.2017 r.]

Podsumowanie

Budżet partycypacyjny w Warszawie jest stosunkowo niedawno wprowadzonym narzędziem polityki lokalnej. Zrealizowano trzy jego edycje obejmujące lata 2014-2016, kolejne dwie są na poszczególnych etapach wdrażania. Trudno jest więc w sposób jednoznaczny dokonać oceny jego roli jako elementu demokracji partycypacyjnej. Ponadto specyfiką miasta jest jego podział na 18 dzielnic, które różnią się pod względem zurbanizowania oraz infrastruktury technicznej i społeczno-gospodarczej. Tym samym odmienne mogą być potrzeby i oczekiwania lokalnej społeczności w zakresie wydatkowana środków budżetowych. Stąd też, władze miasta zdecydowały o

²³ Sprawozdanie z wykonania budżetu m. st. Warszawy za 2015 r., <https://bip.warszawa.pl> [dostęp 21.10.2017 r.], s. 24.

²⁴ Np. udział wydatków w strukturze wydatków majątkowych miasta na realizację poszczególnych zadań wyniósł w 2015 roku: „Rekreacja, sport i turystyka” – 1,11%, „Gospodarka komunalna i ochrona środowiska” (obejmująca m.in. tereny zieleni, plac zabaw) – 2,33%, „Edukacja” – 0,34%. Źródło jak wyżej.

wprowadzeniu budżetów partycypacyjnych równolegle w każdej z dzielnic. Ustalono jednolite zasady w zakresie organizacji procedury i harmonogramu wdrażania budżetu, zasad uczestnictwa i głosowania mieszkańców oraz weryfikacji zgłoszonych projektów inwestycyjnych. Do decyzji dzielnic pozostawiono m.in. ustalenie kwoty przeznaczonej do realizacji w ramach budżetu partycypacyjnego, stąd udział tych środków w budżecie ogółem danej dzielnicy kształtuje się na zróżnicowanym poziomie tj. od 0,4 do 1,6%, co z kolei może wskazywać na pewne zachowawcze postawy samorządów wobec idei współzrządzenia z mieszkańcami w niektórych dzielnicach. Również w ujęciu wartościowym w przeliczeniu na 1 mieszkańca budżety w poszczególnych dzielnicach wykazują znaczne zróżnicowanie (od 19,40 do 50,90 zł), niemniej takie zjawisko może wynikać z różnego poziomu wpływów budżetowych np. z tytułu podatków. Natomiast kwoty budżetów partycypacyjnych w badanym okresie charakteryzują się tendencją wzrostową zarówno w poszczególnych dzielnicach, jak i łącznie, co jednak może potwierdzać zainteresowanie władz lokalnych włączaniem mieszkańców w procesy decyzyjne. Ponadto struktura przeznaczenia środków z budżetu partycypacyjnego według poszczególnych celów wskazuje na potrzeby mieszkańców i winna stanowić informację dla władz lokalnych w zakresie planów inwestycyjnych.

Proces realizacji projektów zgłoszonych do budżetu partycypacyjnego powoduje zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej w sprawy danej jednostki terytorialnej, czego potwierdzeniem jest wzrost liczby projektów zgłaszanych przez mieszkańców większości warszawskich dzielnic w badanym okresie. Z drugiej strony wyniki analiz wskazały na problemy związane z ustalonymi zasadami głosowania oraz działaniami promocyjno-edukacyjnymi, co wskazuje na konieczność zastosowanie skuteczniejszych metod monitoringu i ewaluacji procesu wdrażania budżetu partycypacyjnego w Warszawie.

Literatura

- Ewaluacja procesu budżetu partycypacyjnego w Warszawie na rok 2017. Raport końcowy, www.twojbudzet.um.warszawa.pl [dostęp 20.10.2017 r.]
- Górski R.: Bez państwa. Demokracja uczestnicząca w działaniu, Wyd. Korporacja Ha!Art, Kraków 2007, s. 43.
- Jędrzejewski L.: Polityka finansowa jednostek samorządu terytorialnego, Wyd. ODDK, Gdańsk 2004.
- Kęłowski W.: Budżet partycypacyjny – krótka instrukcja obsługi, Wyd. Instytut Obywatelski, Warszawa 2013.
- Kosikowski C., Ruśkowski E.: Finanse publiczne i prawo finansowe, Wyd. Wolter Kluwer Polska, Warszawa 2008.
- Kraszewski D., Mojkowski K.: Budżet obywatelski w Polsce, Wyd. Fundacja im. Stefana Batorego, Warszawa 2014.
- Kuriata A.: Budżet partycypacyjny jako przejaw demokracji uczestniczącej w samorządzie lokalnym [w:] Województwo – region – regionalizacja 15 lat po reformie terytorialnej i administracyjnej. Praca zbiorowa pod red. J. Korczaka, Wyd. Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa, Wrocław 2013.
- Martela B.: Budżet partycypacyjny w Polsce – wdrożenie i perspektywy, Władza Sądzenia 2/2013, Katedra Socjologii Polityki i Moralności, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki, Łódź 2013.
- Raporty z konsultacji społecznych z mieszkańcami m.st. Warszawy w zakresie budżetu partycypacyjnego na lata 2015, 2016 i 2017, www.twojbudzet.um.warszawa.pl [dostęp 20.10.2017 r.].
- Rytel-Warzocho A.: Partycypacja społeczna w sprawach budżetowych, Przegląd Prawa Konstytucyjnego 1/2010, Toruń 2010.
- Serzysko E. (red.): Standardy procesów budżetu partycypacyjnego w Polsce, Wyd. Fundacja Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia”, Warszawa 2014.
- Sprawozdanie z wykonania budżetu m. st. Warszawy za 2015 r., <https://bip.warszawa.pl> [dostęp 21.10.2017 r.]

Szaranowicz-Kusz M.: Budżet partycypacyjny. Jak mieszkańcy mogą współdecydować o budżecie miasta?, Wyd. Fundacja Pole Dialogu, Warszawa czerwiec 2014.

Winiarski M. (red.): Gospodarka: innowacje i rozwój, Wyd. Instytut Nauk Ekonomicznych Wydziału Prawa, Administracji i Ekonomii, Wrocław 2011.

Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, Dz.U. 2009 nr 157 poz. 1240 ze zmianami.

Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym, Dz.U. 1990 nr 16 poz. 95 ze zmianami.

Zarządzenie nr 5409/2014 Prezydenta m.st. Warszawy z dnia 13 stycznia 2014 roku w sprawie konsultacji społecznych z mieszkańcami Miasta Stołecznego Warszawy w zakresie budżetu partycypacyjnego na rok 2015.

Summary

The aim of the article is to present the essence and objectives of the participatory budget and to try to indicate its role on the example of the capital city of Warsaw. Conducted analyses covered the measurement of the amount of participation budget, its share in the total budget of each district and the amount of participation budget per capita. The number of projects submitted and the share of people participating in voting for projects to be implemented within the budget survey in the population were used as the measures of local community participation in co-decision on budget allocation. The results of the analyses also indicated the problems connected with the implementation of the participatory budget in Warsaw.

Keywords: participatory budgeting, participatory democracy, local government

Informacje o autorce:

Dr inż. Elwira Laskowska

Katedra Ekonomiki Rolnictwa i Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych

Wydział Nauk Ekonomicznych

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

e-mail: elwira_laskowska@sggw.pl

Marzena Lemanowicz
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Rola promocji w kreowaniu wizerunku regionu – instrumenty, narzędzia, trendy. Przykład województwa świętokrzyskiego

THE ROLE OF PROMOTION IN CREATING THE IMAGE OF A REGION – INSTRUMENTS, TOOLS, TRENDS. THE EXAMPLE OF THE ŚWIĘTOKRZYSKIE VOIVODESHIP

W artykule zaprezentowano teoretyczne aspekty związane z marketingiem terytorialnym, koncentrując się w szczególności na instrumencie jakim jest promocja. Współcześnie pojęcie promocji jest bardzo szerokie i w ramach jej mamy możliwość wykorzystania różnych narzędzi, zarówno tych tradycyjnych jak i niestandardowych. Popularność tych ostatnich wynika w dużej mierze ze zmian w zachowaniach konsumentów spowodowanych chociażby rozwojem Internetu, a w tym portali społecznościowych, blogów itp. Pojęcie promocji, marki, wizerunku jest dzisiaj używane w odniesieniu nie tylko do towarów, firm, ale również miejsc, a więc regionów, miast, województw czy gmin.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie szerokiego spectrum działań promocyjnych jakie zostały zrealizowane w województwie świętokrzyskim, określenie rezultatów tych działań w aspekcie ilościowym a także wizerunkowym. Ponadto zbadano poziom rozpoznawalności kampanii promocyjnych i ich związek analizowanym regionem. Aby zrealizować powyższe cele przeprowadzono badanie przy użyciu internetowego kwestionariusza ankiety. Grupę badawczą stanowiło 238 respondentów pochodzących z całej Polski, którzy dobrowolnie wypełnili kwestionariusz. Wyniki badań potwierdzają potrzebę prowadzenia działań promocyjnych w regionach, gdyż działania te przyczyniają się do kreowania wizerunku regionu, zwiększenia liczby osób odwiedzających dany region, a pomimo dużego „szumu informacyjnego” działania te są zapamiętywane przez odbiorców.

Słowa kluczowe: marketing terytorialny, promocja turystyczna, wizerunek miejsca, marka miejsca, województwo świętokrzyskie

Wstęp

Pojęcie marki, wizerunku przez wiele lat kojarzone było głównie z produktem (towarem lub usługą) lub przedsiębiorstwem. Dopiero powstanie marketingu terytorialnego zwróciło uwagę naukowców, przedsiębiorców, osób zarządzających jednostkami samorządu terytorialnego na pojęcie marki w odniesieniu do obszaru. Proces kreowania marki czy to w odniesieniu do produktów czy miejsc jest procesem długotrwałym i wymagającym ponoszenia wysokich nakładów finansowych. Aby z powodzeniem wdrażać koncepcję marketingu terytorialnego, promocja nie może być postrzegana jako zbędny wydatek z budżetu. Negatywne nastawienie społeczeństwa czy też brak świadomości o potrzebie promocji, w wielu przypadkach doprowadza do tego, że władze

samorządowe nie podejmują działań promocyjnych lub ograniczają się do podstawowych (wręcz standardowych) kampanii promocyjnych. Na promocji niestety nie można „oszczędzać”, gdyż najlepsze efekty przyniosą wyłącznie odpowiednio zaplanowane działania promocyjne, które potraktuje się jako inwestycję w rozwój regionu. Pojawia się zatem pytanie, w jaki sposób przeprowadzać działania marketingowe mające na celu zbudowanie wizerunku regionu, jeśli problemy pojawiają się już na szczeblu lokalnym. Tym bardziej, że pojedyncza kampania nie zmieni sposobu odbierania regionu w oczach potencjalnych turystów, mieszkańców, czy też inwestorów. Aby pomóc w przełamaniu tego niekorzystnego podejścia trzeba ustalić, jaką rolę pełni promocja turystyczna w tworzeniu wizerunku regionu. Jeśli rola ta okaże się znacząca, możliwe będzie rozpowszechnienie koncepcji marketingu terytorialnego jako współczesnego narzędzia zarządzania regionem, które może przynieść pozytywne skutki zarówno dla mieszkańców, jak i władz samorządowych oraz potencjalnych turystów, mieszkańców i inwestorów.

Promocja jako element marketingu terytorialnego

Koncepcja marketingu terytorialnego powstała stosunkowo niedawno i obecnie jest w Polsce w fazie dynamicznego rozwoju. Pojęcie to poruszało dotychczas wielu autorów podkreślając, że jest to nowa nauka, koncepcja klasycznego marketingu przeniesiona na nowe obszary, dla której punktem wyjścia jest przestrzeń. Panasiuk¹ podaje, że zjawisko to pojawiło się w końcu lat 80. XX wieku, co spowodowane było rosnącą konkurencją nie tylko ze strony produktów i przedsiębiorstw, ale całych obszarów (np. gmin). Marketing terytorialny, nazywany również marketingiem miejsca lub przestrzeni, to nowa koncepcja zarządzania rozwojem przestrzennym², jest to całokształt działań marketingowych z użyciem zintegrowanego zespołu instrumentów, mający na celu podniesienie konkurencyjności danego miejsca oraz zaspokojenie potrzeb i pragnień mieszkańców³. Szromnik podkreśla jeszcze, że marketing terytorialny zmierza do wymiany wartości i wzajemnego oddziaływania wszelkich zaangażowanych podmiotów, a także opiera się na racjonalnym wykorzystywaniu istniejących zasobów.

W uproszczeniu, istota marketingu terytorialnego opiera się na tych samych elementach co klasyczny marketing. Skoro więc u podstaw marketingu terytorialnego leżą te same idee co w tradycyjnym marketingu można powiedzieć, że gmina funkcjonuje podobnie jak przedsiębiorstwo⁴: władze regionu (odpowiednik przedsiębiorcy), chcą przyciągnąć turystów, inwestorów, nowych mieszkańców (klientów) do swojego regionu (który stanowi odpowiednik produktu).

Marketing terytorialny dysponuje wieloma narzędziami (marketing mix). Jednostki samorządu terytorialnego mogą stosować narzędzia wchodzące w skład

¹ A. Panasiuk: *Marketing usług turystycznych*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 70-73

² P. Rumpel, T. Siwek: *Marketing terytorialny a kreowanie regionów: przykład czeski*. „Przegląd Geograficzny”. Wyd. PAN IGiPZ, 2006, t. 78, z. 2, s. 2

³ A. Szromnik: *Marketing terytorialny jako atrybut rynkowej orientacji miast oraz regionów*. [w:] A. Grzegorzczak (red.), A. Kochaniec (red.): *Kreowanie wizerunku miast*. Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2011, s. 19

⁴ A. Brelik: *Marketing terytorialny a kreowanie regionów*. Zeszyty Naukowe Polityki Europejskie, Finanse i Marketing. Wyd. SGGW, 2010 nr 3 (52), s. 323

koncepcji 4P (produkt, cena, dystrybucja i promocja), ale w przypadku marketingu terytorialnego istnieją pewne ograniczenia, ponieważ nie wszystkie elementy klasycznej koncepcji marketingu-mix mają w nim zastosowanie. Koncepcja 4P wiąże się z odpowiednią konfiguracją cech produktu, ustaleniem polityki cenowej, właściwym doбором miejsca, sposobu i czasu oferowania produktu oraz z dopasowaniem form i środków promocji. Należy jednak podkreślić, że ta koncepcja skierowana jest przede wszystkim do przedsiębiorstw oferujących dobra i usługi oraz zorientowanych na osiąganie zysków. Ponadto w przypadku Jednostek Samorządu Terytorialnego (JST) formuła 4P będzie stwarzać ograniczenia, między innymi dlatego, że opiera się na punkcie widzenia oferenta (a nie klienta), jako podstawę oferty zakłada jednakowy typ produktu i jednostronne stosunki informacyjno-promocyjne z rynkiem⁵.

W związku z tym, że działania samorządów terytorialnych przybierają najczęściej formę niematerialną i różnorodną, przez co zbliżone są do usług, postanowiono poszerzyć koncepcję 4P o dodatkowe elementy, takie jak: pracownicy/ludzie (people), cechy fizyczne (physical environment) i procesy (processes)⁶. Działalność samorządów terytorialnych sprowadza się również do tworzenia korzystnych warunków do współpracy, nawiązywania trwałych więzi z klientem i prowadzenia marketingu partnerskiego. Zasadnym wydaje się więc uwzględnienie w marketingu terytorialnym również koncepcji 4D, na którą składa się: efektywne zarządzanie bazą danych o klientach (database management), ukierunkowany marketing bezpośredni (dedicated direct marketing), projektowanie strategiczne (strategic design) i zróżnicowanie (differentiation)⁷.

W warunkach rosnącej konkurencji między jednostkami terytorialnymi coraz trudniejsze staje się przyciągnięcie turystów, inwestorów czy mieszkańców, w związku z czym czynności podejmowane przez JST w celu osiągnięcia przewagi konkurencyjnej przybierają na większym znaczeniu. Muszą one spotęgować działania dotyczące zaspokajania potrzeb i pragnień klientów, a żeby tego dokonać niezbędne jest zbudowanie właściwego systemu informacji o ofercie i korzyściach związanych z jej nabyciem⁸. Oznacza to konieczność komunikacji między danym obszarem a jego otoczeniem (wewnątrz i na zewnątrz danej jednostki administracyjnej), co stanowi jeden z podstawowych elementów promocji.

Promocja jest jednym z elementów klasycznej koncepcji marketingowej, a jej podłoże stanowi potrzeba informacji, zarówno ze strony podaży jak i popytu. Polega ona na pozyskiwaniu klientów poprzez stosowanie zróżnicowanych środków promocji. Promocja jest także odpowiedzią na pytanie „jak sprawić, by ludzie byli świadomi istnienia danego produktu i zdecydowali się na jego zakup⁹”. Kołomycew¹⁰ podkreśla,

⁵ Furman W.: *Public relations - skuteczny instrument budowy wizerunku jednostki terytorialnej*, w: K. Kaszuba (red.) *Marketing w zarządzaniu rozwojem lokalnym*, Białystok: Fundacja Kształcenia Kadr, 2010. s. 60

⁶ K. Łazorco (red.), A. Niedzielska (red.): *Kreowanie wizerunku miejsca w koncepcji marketingu terytorialnego*. Seria Monografie nr 207. Wyd. Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2011, s. 14

⁷ W. Furman, op.cit... s.63

⁸ G. Sobczyk, A. Celoch: *Marketing współczesnej organizacji*. [w:] D. Filar (red.): *Współczesny marketing. Skuteczna komunikacja i promocja*. Wyd. UMCS, Lublin 2012, s. 152

⁹ M. Chrzęścik: *Teoretyczne ujęcie promocji w aspekcie koncepcji marketingu terytorialnego*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach. Seria „Administracja i Zarządzanie”. Wyd. Uniwersytetu Przyrodniczo - Humanistycznego w Siedlcach, 2012 Nr 94, s. 6-7

że promocja jest pojęciem węższym niż komunikacja marketingowa (do której zalicza również produkt, cenę i dystrybucję) i nie powinna być z nią utożsamiana. Instrumenty promocji to współcześnie nie tylko reklama, sprzedaż osobista, promocja sprzedaży, public relations czy marketing bezpośredni. Lena Malacka¹¹ przedstawiła kompozycję narzędzi promocji (a w zasadzie komunikacji marketingowej) w podziale na tzw. nowe i stare narzędzia, przy czym do nowych zaliczyła: event marketing, marketing interaktywny, wystawy i targi, online marketing, WOM marketing. Klasyczne narzędzia promocji zostały dogłębnie opisane w literaturze związanej z przedmiotem badań dlatego też nie będą opisywane w niniejszym artykule. Poniżej kilka słów o wybranych nowoczesnych narzędziach mających zastosowanie w budowaniu marki miejsca.

City placement i event marketing. City placement to udostępnienie różnego rodzaju jednostek samorządu terytorialnego w celu przeprowadzenia na ich terenie komercyjnych przedsięwzięć artystycznych (szczególnie filmowych) w powtarzalnej i utrwalonej postaci w zamian za ich promowanie w sposób bezpośredni lub pośredni. Ten środek promocyjny stanowi innowację marketingową w zakresie komunikacji rynkowej jednostek terytorialnych¹². Jednym z kierunków rozwoju city placement jest angażowanie miasta w organizowanie tzw. eventów. Zazwyczaj są to prestiżowe wydarzenia o charakterze masowym, przez co ich lokalizacja może przynieść znaczące korzyści finansowe i marketingowe dla danego miejsca¹³. Co więcej, takie wydarzenie przekształca się w wizytówkę danego regionu. Przykład może stanowić Sabat Czarownic organizowany w Kielcach od 2010 do 2015 roku. Było to widowisko inscenizacyjno-muzyczne organizowane i transmitowane w TVP, którego fabuła, klimat oraz scenografia nawiązywały do legendarnych sabatów na Łysej Górze w Górach Świętokrzyskich. Na scenie podczas Sabatu Czarownic występowało wielu piosenkarzy i zespołów muzycznych.

Kotler umiejscawia event marketing wśród narzędzi promocji sprzedaży¹⁴, natomiast Florek uznaje event marketing za osobliwą formę public relations zawierającą liczne elementy sponsoringu¹⁵. Event marketing ma za zadanie oddziaływać na odbiorców poprzez autentyczne i bezpośrednie doświadczenia powstające podczas organizowanych w danym miejscu wydarzeń o charakterze masowym. Ta forma promocji ma na celu kreowanie i wzmacnianie wizerunku marki miejsca.

Targi. Jedną z największych korzyści, jakie przynoszą targi, jest bezpośrednia możliwość kształtowania pozytywnego wizerunku danej jednostki oraz popularyzacja miasta, regionu, kraju. Kolejne korzyści to: możliwość zaprezentowania oferty,

¹⁰ A. Kołomycew: *Promotion in the agenda of public administration (the case of the communes in the Tarnobrzeg district)*. „Polityka i Społeczeństwo”. Wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2010 nr 7, s. 2

¹¹ L. Malacka: *Current trends in marketing communication and their application to Tourism*. https://www.researchgate.net/publication/277304941_CURRENT_TRENDS_IN_MARKETING_COMMUNICATION_AND_THEIR_APPLICATION_TO_TOURISM (dostęp: 15.09.2017)

¹² A. Szromnik: *Strategia city placement w systemie innowacji marketingowych – cz. I*. „Marketing i Rynek”. Wyd. PWE, 2015 nr 8, s. 6

¹³ K. Peszko: *Event marketing jako efektywne narzędzie komunikacji marketingowej*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, 2010 nr 136, s. 164-172

¹⁴ Ph. Kotler: *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control*. Wyd. Prentice Hall, Englewood Cliffs, Nowy Jork 1994 s. 614

¹⁵ M. Florek: *Podstawy marketingu terytorialnego*. Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2006, s.156

prowadzenia rozmów i negocjacji z potencjalnymi kontrahentami oraz możliwość otrzymania i zebrania informacji (np. w formie folderów i katalogów). Zmierzenie wszystkich korzyści związanych z udziałem w targach jest bardzo skomplikowane. Wynika to z ich kompleksowego charakteru, często niewymiernego i efektów, które nie zawsze pojawiają się od razu, tylko z pewnym opóźnieniem (po targach)¹⁶.

Internet jako narzędzie komunikacji marketingowej. Zwiększająca się odporność konsumentów na tradycyjne bodźce i przekazy, spowodowała, że powstało wiele nowych form komunikacji marketingowej. Nowe technologie pojawiające się w marketingu zmuszają przedsiębiorstwa (a także JST) do kreatywnego podejścia i wymyślania jak najskuteczniejszych sposobów na dotarcie do klientów. Wśród najnowszych form i narzędzi komunikacji marketingowej wymienić można guerilla marketing, mobile marketing, viral marketing, WOM czy też buzz marketing. Poza tym na znaczeniu zyskały także media społecznościowe, takie jak Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, czaty, blogi itp.¹⁷.

WOM (ang. *word-of-mouth*), czyli marketing szeptany jest sposobem przekazywania informacji i rekomendacji o ofercie przez konsumentów, którzy już ją wypróbowali, innym potencjalnym konsumentom. Nie jest to nowa forma komunikacji w marketingu, ale odżyła i nabrała znaczenia w środowisku internetowym, przekształcając się w eWOM (ang. *electronic word-of-mouth*). Często zdarza się, że wywołuje znacznie lepsze efekty niż planowane działania marketingowe. Wynika to z tego, że WOM oraz rekomendacje od znajomych i rodziny uważane są za najbardziej wiarygodne źródło informacji przez 92% konsumentów na całym świecie¹⁸. Sprawdza się to również w turystyce, gdyż osobiste doświadczenia i opinie są dla potencjalnych turystów ważniejsze niż ogólne informacje zdobyte w Internecie. Oczywiście marketing szeptany może rozprzestrzeniać też negatywne opinie, przez co może okazać się bardzo niekorzystny dla danego przedsiębiorstwa czy JST.

Guerilla marketing, inaczej marketing partyzancki, opiera się głównie na wykorzystaniu niekonwencjonalnych i nietradycyjnych praktyk, umożliwiających osiągnięcie wysokiej skuteczności przekazu przy niskich kosztach w porównaniu do klasycznych narzędzi komunikacji marketingowej. W Internecie przekaz guerilla marketing można z łatwością rozpowszechniać poprzez social media (tj. blogi i media społecznościowe).

Marketing wirusowy (ang. *viral marketing*) wywołuje podobne efekty jak wykorzystanie przekazu ustnego w WOM czy buzz marketing. W tym przypadku jednak przekaz jest rozpowszechniany w Internecie, przez co jest bardziej dynamiczny. Ta forma promocji funkcjonuje dzięki nieformalnemu, samodzielnemu przepływowi informacji pomiędzy internautami¹⁹. Kluczowym działaniem jest analiza przebiegu

¹⁶ A. Szromnik: *Targi w rozwoju miast i regionów*. [w:] H. Mruk (red.): *Znaczenie targów dla rozwoju gospodarczego kraju*. Wyd. PIPT, Poznań 2011, s. 37-57

¹⁷ C. Castronovo, L. Huang: *Social media in an alternative marketing communication model*. „Journal of Marketing Development and Competitiveness”. Wyd. North American Business Press, 2012, Vol. 6, No. 1, s. 6

¹⁸ S. Santos: *2012 & 2013 social media and tourism industry statistics*. www.stikkymedia.com/blog/2012-2013-social-media-and-tourismindustry-statistics (dostęp 15.09.2017)

¹⁹ M. Gębarowski: *Nowoczesne formy promocji*. Wyd. Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2007, s. 103

kampanii z użyciem tego narzędzia – należy kontrolować, kiedy konsumenci uzyskują dostęp do strony kampanii wirusowej, czy też śledzić liczbę odniesień i udostępnień przekazu przez konsumenta swoim przyjaciołom²⁰.

Mobile marketing jest jedną z najnowszych form komunikacji marketingowej, która zaczyna zyskiwać na popularności. Umożliwia rozszerzenie zasięgu poza tradycyjne media i bezpośrednie oraz szybsze dotarcie do określonych odbiorców oraz zachęcenie konsumentów do podjęcia natychmiastowych działań po obejrzeniu reklam. Kampanie mobilne pomagają w budowaniu bazy klientów i lepszym zrozumieniu ich potrzeb, co z kolei przekłada się na możliwość opracowania wysoce ukierunkowanych kampanii²¹. Mobile marketing może przybrać formę powiadomień SMS lub MMS, WAP (ang. Wireless Application Protocol), infolinii IVR (ang. Interactive Voice Response), kodów 2D (np. QR code), kuponów i loterii, videostreamingu czy advergamingu. Marketing mobilny zapewnia możliwość wykorzystania sieci społecznościowych w celu zwiększenia zainteresowania. Według Truong i Simmons, konsumenci są bardziej skłonni do korzystania z urządzeń mobilnych, w celu uzyskania dostępu do portali społecznościowych. Narzędzie to może okazać się wysoce skuteczne w branży turystycznej, jeśli wziąć pod uwagę, że przykładowo 23% dorosłych Amerykanów wykorzystuje smartfony do nawigacji lub do wyszukiwania interesujących miejsc i atrakcji względem ich aktualnej pozycji²². Podobnie 30% Kanadyjczyków pozostaje online w czasie wakacji, a 64% z nich używa smartfonów, aby uzyskać dostęp do informacji w Internecie. W związku z tym, połączenie mobilnego dostępu z mediami społecznościowymi może być używane do bezpośredniej komunikacji i targetowania określonych segmentów konsumentów²³.

Trendy w marketingu zmieniają się nieustannie. Spośród tych najnowszych wymienić można wirtualną rzeczywistość czy real-time marketing, ale istnieją również kierunki rozwoju marketingu, funkcjonujące już od kilku lat, do których możemy zaliczyć²⁴:

- przekształcenie marketingu masowego w zindywidualizowany,
- ekspansja działań rynkowych na cyberprzestrzeń,
- skupienie się na zatrzymaniu klientów, a nie ich jednorazowym przyciągnięciu,
- przejście od komunikacji jednostronnej, do dialogu z klientami,
- modyfikacja nastawienia na produkcję i sprzedaż w nastawienie na klienta i jego emocje,

²⁰ C. Castronovo, L. Huang: *Social media in an alternative marketing communication model*. „Journal of Marketing Development and Competitiveness”. Wyd. North American Business Press, 2012, Vol. 6, No. 1, s. 6

²¹ M. Ferris: *Insights on mobile advertising, promotion, and research*. „Journal of Advertising Research”, 2007, Vol. 47, No. 1, s. 28-37

²² K. Zickuhr, A. Smith: *28% of american adults use mobile and social location-based services*. www.pewinternet.org/2011/09/06/28-of-american-adults-use-mobile-and-social-location-based-services/ (dostęp 15.09.2017)

²³ Y. Truong, G. Simmons: *Perceived intrusiveness in digital advertising: Strategic marketing implications*. „Journal of Strategic Marketing”. Wyd. Taylor & Francis, 2011, Vol. 18, No. 3, s. 9

²⁴ Ph. Kotler, *Philip Kotler odpowiada na pytania na temat marketingu*, Dom Wyd. Rebis, Poznań 2004, s.33-34

- dostrzeżenie znaczenia marki i jej wizerunku w świadomości konsumentów.

W przypadku trendów dotyczących bezpośrednio marketingu terytorialnego, zaobserwować można, że wzrosło zainteresowanie monitorowaniem działalności marketingowej prowadzonej przez JST. Na znaczeniu zyskuje partnerstwo publiczno-prywatne i co-branding, czyli współpraca JST z przedsiębiorstwami prywatnymi i łączenie się ich marek, co możliwe jest tylko poprzez koordynację działań marketingowych wielu podmiotów. Ponadto samorządy coraz częściej korzystają z usług agencji marketingowych przy tworzeniu strategii promocji i wspieraniu niektórych zadań. Coraz częściej wykorzystywane są nowoczesne narzędzia promocji takie jak: *advergaming* – czyli połączenie reklamy z grą, geolokalizacja, która pozwala na prowadzenie działań marketingowych z użyciem gier lokalizacyjnych i reklamy na urządzeniach mobilnych, czy *brand storytelling* czyli mapowanie marki.

Kreowanie marki miejsca – tożsamość i wizerunek miejsca

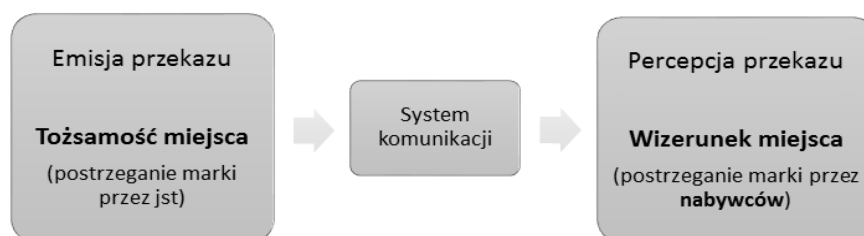
Szeroki wachlarz możliwych do zastosowania narzędzi marketingowych jest wykorzystywany zazwyczaj w konkretnym celu. Z punktu widzenia JST tym celem może być wykreowanie marki danego obszaru i zbudowanie pozytywnego wizerunku danego obszaru. Wiadomym jest, że realizacja tych celów przyniesie efekty w postaci wzrostu liczby turystów odwiedzających region, napływu inwestorów, a także wzrost zadowolenia mieszkańców z zamieszkiwania na danym obszarze. Klasyczne definicje marki można odnieść również do marki terytorialnej, gdyż omawianym produktem czy też ofertą, w tym wypadku byłoby całe miasto czy dany region. Marka terytorialna stanowi kombinację elementów materialnych, takich jak infrastruktura techniczna, zagospodarowanie turystyczne, architektura i zabytki, oraz niematerialnych, takich jak wartości czy skojarzenia. Wszystko to składa się na autentyczność danego miejsca, jego tożsamość i kreowany na podstawie jej odbioru wizerunek²⁵. W większości przypadków wizerunek miejsc stanowią stereotypy i uproszczenia rzeczywistości, często nieprawdziwe. Dlatego tak ważne jest odpowiednie budowanie tożsamości i kreowanie wizerunku miejsca.

Zacząto dostrzegać, że silna marka terytorialna niesie ze sobą wiele korzyści, chociażby takich jak budowanie więzi i lojalności wobec miejsca. Ponadto wzmacnia ona pozycję miejsca na rynku usług turystycznych oraz zwiększa stopień jego znajomości i rozpoznawalności, a także atrakcyjności. To wszystko przekłada się na wzrost obłożenia bazy noclegowej i gastronomicznej oraz zmniejszenie sezonowości. Stworzenie marki rozpoznawalnej, odnoszącej sukcesy i posiadającej korzystny wizerunek jest jednak długotrwałe i niełatwe.

Z pojęciem marki nierozzerwalnie wiąże się pojęcie tożsamości (ang. *brand identity*, *corporate identity*) i wizerunku (ang. *brand image*). Pojęcia te często są utożsamiane, co jest błędem. Tożsamość miejsca i jego wizerunek to główne składowe marki miejsca i nie należy ich ze sobą mylić. Podstawową różnicę stanowi relacja

²⁵ S. Dudek-Mańkowska, A. Balkiewicz-Zerek: *Sila marki miejsca*. „Marketing i Rynek”. Wyd. PWE, 2015 nr 6, s. 14-23

zachodząca między nimi, ponieważ odbiór tożsamości kreuje określony wizerunek. Relację tę przedstawiono na rysunku nr 1.



Rysunek 1. Relacja pomiędzy tożsamością a wizerunkiem
Źródło: Opracowanie własne

Władze JST mogą w zaplanowany sposób zbudować tożsamość, tak aby odzwierciedlała pożądaną formę postrzegania miejsca. Jest to element dynamiczny, przez co można go aktywnie kształtować, wywołując w efekcie oczekiwaną reakcję ze strony odbiorców i osiągnięcie zamierzonych celów (np. przekonanie turysty do odwiedzenia danego miejsca)²⁶. Tożsamość jest więc sposobem postrzegania marki przez władze JST (podmioty odpowiedzialne za jej tworzenie), zaś wizerunek miejsca to sposób postrzegania marki przez odbiorców (np. turystów, mieszkańców, inwestorów, organizacje). W marketingu terytorialnym może się zdarzyć, że pomiędzy tożsamością a wizerunkiem pojawią się rozbieżności. Może to wynikać z istniejących wcześniej stereotypów oraz doświadczeń odbiorców z przeszłości. Mają na to wpływ także niewystarczające działania związane z komunikowaniem tożsamości ze strony władz oraz tworzenie się doświadczeń i opinii nieadekwatnych do kreowanej tożsamości. Kreowanie tożsamości miejsca opiera się na trzech filarach²⁷:

- zachowaniach, na które składają się zachowania i działania podejmowane przez różne podmioty działające w określonym miejscu (mieszkańcy, władze miejskie, instytucje),
- identyfikacji wizualnej rozumianej jako kreowanie systemu prezentacji i identyfikacji za pomocą systemu symboli i oznaczeń,
- komunikacji z otoczeniem rozumianej jako system komunikacji miejsca z otoczeniem, przekazujący informacje na temat jego walorów, atrakcji, produktów.

Fundamenty wizerunku stanowi wyraźna tożsamość, ale poza tym wpływa na niego wiele czynników. Przede wszystkim, jako że wizerunek jest przefiltrowanym mentalnym odpowiednikiem rzeczywistości, głównym elementem kształtującym go jest sam człowiek. Baloglu i McCleary²⁸, w oparciu o przegląd dotychczasowej literatury,

²⁶ A. Aleksander, A. Sworowska: *Kształtowanie tożsamości jako element działań marketingowych regionu*. [w:] J. Koszałka (red.): *Marketing. Ujęcie terytorialne*. Wyd. Katedra Marketingu, Wydział Zarządzania i Ekonomii, Politechnika Gdańska, Gdańsk 2010, s. 62

²⁷ S. Dudek-Mańkowska, A. Balkiewicz-Żerek, op. cit..., za E.Glińska, M.Florek i A.Kowalewska: *Wizerunek miasta: od koncepcji do wdrożenia*, Wolters Kluwer, Warszawa 2009

²⁸ S. Baloglu, K.W. McCleary, *A model of destination image formation*, "Annals of Tourism Research" 1999, nr 26(4), s. 868-897.

opracowali model powstawania wizerunku miejsca. Autorzy wyróżnili dwie grupy czynników, wpływających na powstawanie wizerunku miejsc: indywidualne cechy jednostek (*personal factors*) oraz czynniki zewnętrzne (*external stimulus factors*).

Do pierwszej grupy czynników zaliczyli oni cechy społeczno-demograficzne (np. wiek, poziom wykształcenia, status materialny) i psychologiczne (wartości, motywacje oraz osobowość jednostki). Za czynniki zewnętrzne uznano doświadczenia osoby związane z danym miejscem oraz źródła informacji, z których jednostka czerpie wiedzę o danym miejscu.

Koncepcja programu promocji i budowy marki regionu świętokrzyskiego

W *Strategii Rozwoju Turystyki Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020*²⁹, jednym z kluczowych obszarów jest „Zintegrowany marketing regionu i efektywna komunikacja marketingowa”. Celem realizowanym w tym obszarze jest prowadzenie efektywnych działań marketingowych dla marki i produktów turystycznych województwa oraz osiągnięcie efektywnego poziomu współpracy i integracji w zakresie komunikacji marketingowej pomiędzy partnerami rynku turystycznego. W ramach tego obszaru wyznaczono 4 cele operacyjne:

1. Kontynuację budowy rozpoznawalnej i silnej marki województwa o wyróżniającym się wizerunku
2. Efektywne wsparcie promocyjne produktów turystycznych
3. Uruchomienie specjalnych projektów promocyjnych
4. Budowę i wdrożenie marketingowej Platformy Współpracy pomiędzy partnerami rynku

Działania z zakresu promocji i budowy marki regionu podjęto znacznie wcześniej. W perspektywie finansowej 2007-2013 Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego” przewidziana została możliwość dofinansowania pierwszej spójnej kampanii promocyjnej dla całego regionu. W ramach osi priorytetowej 2. *Wsparcie innowacyjności, budowa społeczeństwa informacyjnego oraz wzrost potencjału inwestycyjnego regionu*, działania 2.3 *Promocja gospodarcza i turystyczna regionu* zrealizowane zostały cztery komplementarne merytorycznie projekty promocyjne: „Kampania promocyjna województwa świętokrzyskiego”, „Wykreowanie i promocja markowych produktów turystycznych Województwa Świętokrzyskiego oraz ich kompleksowe oznakowanie”, „Turystyczna promocja Regionu Świętokrzyskiego poprzez produkcje audiowizualne, PR, reklamę oraz inne nowoczesne instrumenty i narzędzia” oraz „Poprawa wizerunku turystycznego regionu poprzez promocję walorów wczesnobarokowego zamku Krzyżtopór w Ujeździe” Beneficjentem pierwszych trzech projektów była Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego – organizacja odpowiedzialna za promocję regionu. Kampania promocyjna województwa świętokrzyskiego realizowana była zgodnie z założeniami „*Strategii rozwoju turystyki w województwie świętokrzyskim na lata 2006-2014*”. Wypracowano materialne przedstawienie marki – logo oraz uzupełniające go hasło. Proponowanymi motywami

²⁹ *Strategia rozwoju turystyki w województwie świętokrzyskim na lata 2014-2020*, <http://www.rot.swietokrzyskie.travel> (dostęp: 25.09.2017)

wiodącymi dla Świętokrzyskiego stały się: „Świętokrzyska czarownica” i „Moc”, które sięgają do zasobów kulturowych regionu, lokalizują produkt w przestrzeni oraz prezentują główne korzyści, jakie oferowane są odbiorcom. Województwo jest kreowane na region magiczny i tajemniczy, co w przekazie składa się na hasło promocyjne „Świętokrzyskie czaruje – poleć na weekend!” oraz logo województwa świętokrzyskiego – charakterystyczną literę „Ś” odzwierciedlającą czarownicę. Zarówno w kampanii promocyjnej, jak i komplementarnych wobec niej działaniach po jej zakończeniu, motywem przewodnim, spójnym dla wszystkich działań, stał się motyw świętokrzyskiej czarownicy. Na rysunku 1 przedstawiono logo województwa świętokrzyskiego.



Rysunek 2. Logo województwa świętokrzyskiego

Źródło: <http://www.rot.swietokrzyskie.travel> (25.09.2017)

Najważniejsze działania promocyjne, które udało się zrealizować w województwie to:

1. Stworzenie pierwszego w regionie Zintegrowanego Systemu Informacji Turystycznej w warstwie analogowej (sieć centrów i punktów informacji turystycznej).
2. Stworzenie pierwszego w regionie Cyfrowego Systemu Informacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego. System składa się z głównego portalu regionalnego dostępnego w różnych wersjach językowych (www.swietokrzyskie.travel) i dziesięciu portali lokalnych, prezentujących dane z subregionów (odpowiadających swoim zasięgiem powiatom).
3. Uczestnictwo w krajowych i zagranicznych targach turystycznych (m.in. w Londynie, Kijowie, Budapeszcie, Berlinie, Moskwie, Bratysławie czy Utrechcie). Od 2012 r. promocję regionu na targach wzbogaca rewolucyjny projekt, mianowicie mobilne stoisko o ciekawej i funkcjonalnej formie – „Czarująca Kapsuła”, zaś od 2013 r. drugi pojazd - „Odlotowa Kapsuła 5D”. „Czarująca Kapsuła” to mniejszy pojazd stanowiący przestrzeń do spotkań, rozmów i prezentacji materiałów promocyjnych, takich jak filmy reklamowe i prezentacje audiowizualne. „Odlotowa Kapsuła 5D” to kino 5D, dzięki któremu uczestnicy targów mogą „przenieść” się do województwa świętokrzyskiego. Pojazd umożliwia prezentację walorów regionu w nietypowy sposób i przyciąga duże zainteresowanie zarówno ze strony turystów, jak i mediów.

4. Organizacja imprez promocyjnych (m.in. cykl imprez pod wspólną nazwą „Świętokrzyski Festiwal Mocy”).
5. Organizacja wizyt studyjnych dla dziennikarzy z Polski i zza granicy, przedstawicieli biur podróży oraz inwestorów z branży turystycznej.
6. Przeprowadzanie kampanii reklamowych w telewizji, prasie, radiu i Internecie. Promocję w telewizji rozpoczęto już w 2008 roku i kontynuowano w następnych latach. Spoty reklamujące region pojawiły się w wielu stacjach telewizyjnych (TVN, TVN Turbo, TVI Style, TVP2, Polsat), często w tzw. *prime time*. Kampania w Internecie była realizowana na portalu Onet.pl oraz w mediach społecznościowych. Efektem pierwszego etapu kampanii było około 1500 wejść dziennie na portal regionu.
7. Przygotowanie wydawnictw promocyjnych
8. Umiejscowienie regionu w różnych produkcjach filmowych (Ojciec Mateusz, Świętokrzyskie Sztetle, Gabriel)

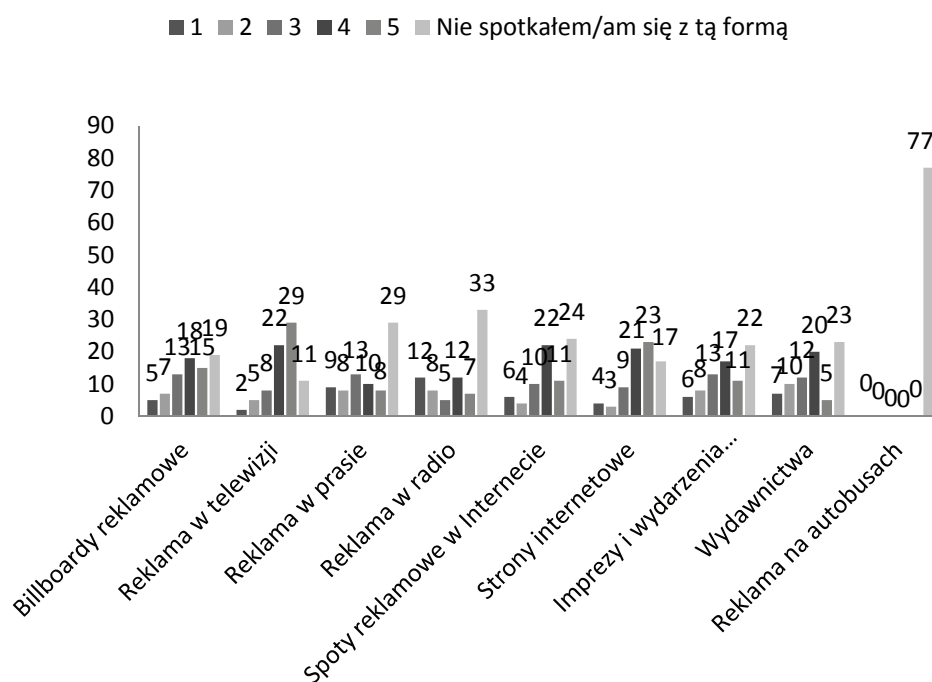
Jednakże nie wszystko zostało zrealizowane według założeń. Wg oceny eksperckiej oraz prac warsztatowych w subregionach zdiagnozowano główne problemy związane z podjętymi działaniami promocyjnymi. Pierwszy problem to brak skomercjalizowanej oferty turystycznej regionu w postaci sprzedażowych pakietów dostępnych u touroperatorów w regionie i poza regionem. Problem drugi to słaba dostępność regionu i jego atrakcji turystycznych, w tym zrealizowanych z funduszy UE inwestycji oraz brak wystarczającej ilości flagowych atrakcji w istniejących centrach turystycznych. Kolejny problem to niewystarczający poziom profesjonalizacji kadr i powiązany z tym niski prestiż „zawodów turystycznych”, a także niewystarczająca spójność w działaniach marketingowych – brak nawiązywania „parasola marki” w działaniach podejmowanych przez część interesariuszy na różnych poziomach. Zaistniałe problemy uwzględniono w strategii rozwoju województwa do 2020 roku. Dlatego też nadrzędnym celem tej Strategii jest *pełne wykorzystanie zrealizowanych projektów turystycznych i okołoturystycznych dla uzyskania efektów gospodarczych i społecznych wynikających z rozwoju turystyki w województwie świętokrzyskim*³⁰.

Wyniki badań

Badania na temat rozpoznawalności i oceny działań promocyjnych województwa świętokrzyskiego przeprowadzono w trzecim kwartale 2016 roku. Badanie przeprowadzono za pośrednictwem Internetu i było skierowane do osób pochodzących z całej Polski. W badaniu udział wzięło 238 osób (153 kobiety i 85 mężczyzn). Największą grupę badanych stanowiły osoby w wieku 21-31 lat (66%). Celem badań była m.in. ocena działań promujących region, a także identyfikacja skojarzeń z regionem i ocena wizerunku regionu. Wszystkie te elementy składają się na markę miejsca. Spośród badanych respondentów, 77 (32%) osób pamiętało, że spotkało się z działaniami promującymi region świętokrzyski. Co prawda 27% było niepewnych co do tego czy działania, które kojarzą są związane z promocją tego regionu. Formy promocji, które najbardziej zostały zapamiętane przez respondentów to nie tylko reklama w telewizji uwzględniająca typowe spoty reklamowe, ale też programy telewizyjne na

³⁰ *Strategia...*, op.cit. s.253, <http://www.rot.swietokrzyskie.travel> (dostęp 25.09.2017)

temat regionu (75%). Ponadto respondenci zapamiętali również billboardy reklamowe (43%) oraz reklamę w Internecie (31%). Jeśli chodzi o ocenę tych działań to najwyższą ocenę w skali 1-5, mając na uwadze zachęcenie do przyjazdu do regionu otrzymała reklama w telewizji (ocenę 4 i 5 przyznało łącznie 51 osób). Najwięcej niskich ocen przypisano reklamie w radiu oraz w prasie, co jednoznacznie świadczy, iż te formy nie były skuteczne w kreowaniu popytu turystycznego i zachęcenia do odwiedzenia regionu. Nikt z osób, które zetknęły się z działaniami promocyjnymi regionu nie kojarzył reklam na autobusach. Otrzymane odpowiedzi zaprezentowano na wykresie 1.



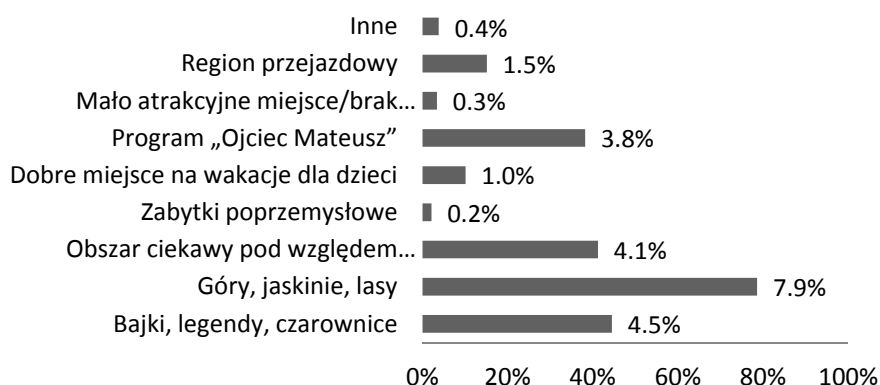
Wykres 1. Ocena poszczególnych form promocji, z którymi zetknęli się respondenci n=77

Źródło: opracowanie na podstawie przeprowadzonego badania.

Średnie oceny jakie uzyskały działania promocyjne w poszczególnych mediach kształtują się następująco: reklama w telewizji – 4,1, reklama w Internecie – 3,5, reklama zewnętrzna – 3,5, reklama w prasie – 3,0, a w radiu – 2,9. Jeśli chodzi o imprezy promujące region takie jak: Sabat Czarownic, Dymarki Świętokrzyskie, czy Kabaretowe Wakacje z Duchami, otrzymały one średnią ocenę 3,3. Chcąc zbadać rozpoznawalność kampanii promujących region, przedstawiono respondentom zdjęcia 4 billboardów reklamowych, wykorzystanych w kampaniach promocyjnych różnych regionów, w tym województwa lubelskiego, warmińsko-mazurskiego, świętokrzyskiego i śląskiego. Poproszono respondentów o wskazanie rysunku, który jednoznacznie

kojarzy im się z województwem świętokrzyskim. Połowa respondentów prawidłowo wskazała na billboard województwa świętokrzyskiego, 20% wskazało na rysunek z kampanii województwa śląskiego, a 15% wskazało billboard promujący województwo warmińsko-mazurskie jako ten, który jednoznacznie kojarzy im się z badanym regionem. Podobnie uczyniono z logiem regionu, prezentując je wśród logotypów innych regionów. W tym przypadku 70% respondentów prawidłowo wskazało logo województwa świętokrzyskiego.

Kolejnym elementem badania było zidentyfikowanie skojarzeń z badanym regionem. Otrzymane odpowiedzi zaprezentowano na wykresie 2.



Wykres 2. Skojarzenia dotyczące województwa świętokrzyskiego w opinii badanych
Źródło: opracowanie na podstawie przeprowadzonego badania.

Województwo świętokrzyskie najsilniej kojarzy się badanym z górami, jaskiniami i lasami, a więc ze środowiskiem naturalnym (79% badanych wybrało tę odpowiedź). W następnej kolejności region kojarzony jest z bajkami, legendami i czarownicami (45%), a także z ciekawą geologią regionu (41%). Równie często respondenci kojarzyli region z serialem „Ojciec Mateusz” (38%). Skojarzenia negatywne wybierano stosunkowo rzadko. Jedynie 3,4% badanych postrzega świętokrzyskie jako mało atrakcyjne miejsce lub region o małej liczbie atrakcji. Więcej badanych (15%) postrzega województwo jedynie za region przejazdowy, czyli taki, przez który trzeba przejechać, aby dotrzeć do innych atrakcyjnych miejsc (np. do Krakowa, w Bieszczady).

Jeśli chodzi o subiektywną ocenę respondentów dotyczącą wizerunku województwa świętokrzyskiego w aspekcie jego zmiany w ciągu ostatnich lat, warto podkreślić, że blisko 60% respondentów uważa, że wizerunek regionu poprawił się, przy czym 41% udzieliło odpowiedzi, że wizerunek zdecydowanie poprawił się, a blisko 18% stwierdziło, że raczej poprawił się. Jedna trzecia respondentów nie miała w tej kwestii własnego zdania, udzielając odpowiedzi „nie mam zdania”, a pozostałe 8% stwierdziło, że poprawa wizerunku nie wystąpiła. Respondenci zostali poproszeni również o odpowiedź na pytanie: Czy uważa Pan/Pani, że przeprowadzenie kampanii promocyjnej regionu przyczyni się do wzrostu liczby osób odwiedzających region? Niestety połowa respondentów nie miała zdania na ten temat, 12% odpowiedziało, że raczej tak, 28%, że zdecydowanie tak.

Formalnie kampania promocyjna zakończyła się w 2013 roku, można więc na podstawie danych statystycznych ocenić czy faktycznie nastąpił wzrost liczby turystów odwiedzających region. Jako kluczowy należy w tym względzie uznać rok 2008 czyli początek kampanii promocyjnej regionu, rok 2013 jako czas zakończenia kampanii oraz kolejne lata aby móc ocenić czy wystąpił długotrwały efekt kampanii, objawiający się wzrostem liczby przyjazdów turystycznych do regionu. Według danych Instytutu Turystyki, przyjazdy turystów krajowych do województwa wyniosły w 2008 roku 1,1mln, w tym 0,4 mln stanowiły przyjazdy długookresowe, a 0,7 mln przyjazdy krótkookresowe³¹. W 2013 roku liczba przyjazdów turystów krajowych wyniosła 1,7 mln czyli nastąpił ponad 50% wzrost liczby przyjazdów w stosunku do roku bazowego (0,6 mln przyjazdy długookresowe i 1,1 mln przyjazdy krótkookresowe). Według danych GUS w 2015 r. krajowy ruch turystyczny w województwie świętokrzyskim wyniósł 0,94 mln podróży. Podróże krótkookresowe stanowiły prawie 0,57 mln, zaś długookresowe 0,37 mln³². Na podstawie powyższych danych można jednoznacznie stwierdzić, że przeprowadzona kampania promocyjna przyczyniła się do wzrostu popularności regionu świętokrzyskiego, gdyż w roku 2013 mamy wysoki wzrost liczby przyjazdów turystów w stosunku dla roku 2008, kiedy to rozpoczynano kampanię promocyjną. Jednakże, jak widzimy na podstawie danych, efekt ten nie utrzymał się zbyt długo i w 2015 roku liczba przyjazdów turystycznych wyraźnie spadła. Z tego faktu wypływa wniosek dla wszystkich podmiotów odpowiedzialnych za promocję regionów, że działania te aby przynosiły efekty muszą być prowadzone niemalże w sposób ciągły, gdyż w przeciwnym razie turyści szybko o danym regionie zapominają i na miejsce swoich wyjazdów wybierają inne, lepiej rozpoznawalne miejsca.

Podsumowanie

Marketing terytorialny to współczesna koncepcja zarządzania miastami, regionami, a nawet całym państwem. W Polsce jego zastosowanie dopiero się rozwija, a najszerzej wykorzystywanym jego narzędziem jest promocja. To właśnie głównie dzięki działaniom promocyjnym możliwe jest wykreowanie marki danego miejsca. Przykładem regionu, który prowadzi taką aktywność jest z pewnością województwo świętokrzyskie. Województwo świętokrzyskie ma duży potencjał turystyczny, który z powodzeniem może wykorzystać w przyszłych kampaniach promocyjnych. Co więcej, przy realizacji kolejnych działań promocyjnych region może wykorzystać szeroki wachlarz najnowszych narzędzi i form promocji. Przeprowadzona kampania promocyjna województwa świętokrzyskiego to świetny przykład kreatywnej i skutecznej promocji regionu. Jest to wzór, na którym mogą się opierać inne regiony. Jest to szczególnie interesujące studium przypadku pokazujące, jak duże znaczenie dla kreowania marki regionu ma odpowiednia promocja turystyczna. Działania te muszą być jednak długotrwałe, gdyż zbudowanie wizerunku i marki miejsca wymaga wielu lat ciężkiej pracy i wysokich nakładów finansowych. Można w tym miejscu przytoczyć słynne

³¹ *Turystyka polska w 2008 roku. Układ Regionalny*. Instytut Turystyki sp. z o.o., Warszawa 2009

³² *Turystyka w 2015 roku. Informacje i opracowania statystyczne*. Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2016

słowa Warrena Buffeta, który stwierdził, że dwadzieścia lat trwa budowanie reputacji, a tylko 5 minut jej zrujnowanie.

Bibliografia

- Turystyka polska w 2008 roku. Układ Regionalny*. Instytut Turystyki sp. z o.o., Warszawa 2009.
- Turystyka w 2015 roku. Informacje i opracowania statystyczne*. Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2016.
- Strategia rozwoju turystyki w województwie świętokrzyskim na lata 2014-2020*, <http://www.rot.swietokrzyskie.travel> (dostęp: 25.09.2017).
- Aleksander A., Sworowska A.: *Kształtowanie tożsamości jako element działań marketingowych regionu*. [w:] J. Koszałka (red.): *Marketing. Ujęcie Terytorialne*. Wyd. Wydział Zarządzania i Ekonomii, Politechnika Gdańska, Gdańsk 2010.
- Baloglu K.W., McCleary A.: *Model of destination image formation*, "Annals of Tourism Research", 1999, nr 26(4), 868-897.
- Brelik A.: *Marketing terytorialny a kreowanie regionów*, „Zeszyty Naukowe SGGW WNE Polityki Europejskiej, Finanse i Marketing”, Wyd. SGGW, 2010, nr 3 (52), 322-328.
- Castronovo C., Huang L.: *Social media in an alternative marketing communication model*. „Journal of Marketing Development and Competitiveness”. Wyd. North American Business Press, 2012, Vol. 6, No. 1, 117-134.
- Chrzęściak M.: *Teoretyczne ujęcie promocji w aspekcie koncepcji marketingu terytorialnego*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach. Seria „Administracja i Zarządzanie”. Wyd. Uniwersytetu Przyrodniczo - Humanistycznego w Siedlcach, 2012, Nr 94, 143-151.
- Dudek-Mańkowska S., Balkiewicz-Zerek A.: Siła marki miejsca, „Marketing i Rynek” nr 6, 2015, 14-23.
- Ferris M.: *Insights on mobile advertising, promotion, and research*. „Journal of Advertising Research”, 2007, Vol. 47, No. 1, 28-37.
- Florek M.: *Podstawy marketingu terytorialnego*. Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2006.
- Furman W.: *Public relations - skuteczny instrument budowy wizerunku jednostki terytorialnej*, w: K. Kaszuba (red.) *Marketing w zarządzaniu rozwojem lokalnym*, Białystok: Fundacja Kształcenia Kadr, 2010.
- Gębarowski M.: *Nowoczesne formy promocji*. Wyd. Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2007
- Glińska E., Florek M., Kowalewska A.: *Wizerunek miasta: od koncepcji do wdrożenia*, Wolters Kluwer, Warszawa 2009.
- Kołomycew A.: *Promotion in the agenda of public administration (the case of the communes in the Tarnobrzeg district)*. „Polityka i Społeczeństwo”. Wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2010, nr 7.
- Kotler Ph.: *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control*. Wyd. Prentice Hall, Englewood Cliffs, Nowy Jork 1994.
- Kotler Ph., *Philip Kotler odpowiada na pytania na temat marketingu*, Dom Wyd. Rebis, Poznań 2004.
- Łazorko K. (red.), Niedzielska A. (red.): *Kreowanie wizerunku miejsca w koncepcji marketingu terytorialnego*. Seria Monografie nr 207. Wyd. Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa, 2011.
- Malacka L.: *Current trends in marketing communication and their application to Tourism*. https://www.researchgate.net/publication/277304941_CURRENT_TRENDS_IN_MARKETING_COMMUNICATION_AND_THEIR_APPLICATION_TO_TOURISM (dostęp: 15.09.2017).
- Panasiuk A.: *Marketing usług turystycznych*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Peszko K.: *Event marketing jako efektywne narzędzie komunikacji marketingowej*. „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu”, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, 2010, nr 136, 164-172.
- Rumpel P., Siwek T.: *Marketing terytorialny a kreowanie regionów: przykład czeski*. „Przegląd Geograficzny”. Wyd. PAN IGiPZ, 2006, t. 78, z. 2, 191-205.
- Santos S.: *2012&2013 social media and tourism industry statistics*. www.stikkymedia.com/blog/2012-2013-social-media-and-tourismindustry-statistics - (dostęp 15.09.2017).
- Sobczyk G., Celoch A.: *Marketing współczesnej organizacji*. [w:] D. Filar (red.): *Współczesny marketing. Skuteczna komunikacja i promocja*. Wyd. UMCS, Lublin 2012.
- Szromnik A.: *Targi w rozwoju miast i regionów*. [w:] H. Mruk (red.): *Znaczenie targów dla rozwoju gospodarczego kraju*. Wyd. PIPT, Poznań 2011, 37-57.

Szromnik A.: *Marketing terytorialny jako atrybut rynkowej orientacji miast oraz regionów*. [w:] A. Grzegorzczak (red.), A. Kochanec (red.): *Kreowanie wizerunku miast*. Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2011.

Szromnik A.: *Strategia city placement w systemie innowacji marketingowych – cz. 1*. „Marketing i Rynek”. Wyd. PWE, 2015 nr 8, 5-14.

Truong Y., Simmons G.: *Perceived intrusiveness in digital advertising: strategic marketing implications*. „Journal of Strategic Marketing”. Wyd. Taylor & Francis, 2010, Vol. 18, No. 3, 239-256.

Zickuhr K., Smith A.: *28% of American adults use mobile and social location-based services*. www.pewinternet.org/2011/09/06/28-of-american-adults-use-mobile-and-social-location-based-services/ (dostęp 15.09.2017)

Abstract

The article presents the theoretical aspects related to territorial marketing, focusing especially on the instrument of promotion. Currently the term promotion is a very broad one and in terms of it we have the possibility to take advantage of various tools, both traditional and non-standard ones. The popularity of the latter results to a large degree from the changes in consumer behaviors caused for example by the development of the Internet, including social media, blogs, etc. The terms of promotion, brand, and image are used today in reference not only to goods and companies, but also locations, meaning regions, cities, voivodeships, or communes.

The goal of this article is to present the wide spectrum of promotion activities which have been executed in the Świętokrzyskie Voivodeship, as well as to determine the effects of these actions in quantitative and image-related aspects. Furthermore, the level of recognizability has been researched in terms of promotion campaigns and their relation with the analyzed region. A research taking advantage of an online survey questionnaire has been used in order to execute the above presented goals. The research group consisted of 238 respondents from all over Poland, who have filled out the survey voluntarily. The research results confirm the need for promotional activities in the regions as these actions have an impact on creating the region's image, increasing the number of tourists visiting a given region, and despite a large “information noise” these actions are remembered by the recipients.

Key words: territorial marketing, tourism promotion, place image, place brand, świętokrzyskie voivodeship

Informacje o autorze:

dr inż. Marzena Lemanowicz

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Nauk Ekonomicznych
Katedra Polityki Europejskiej i Marketingu, e-mail: marzena_lemanowicz@sggw.pl

*Agata Marcysiak*¹
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

*Adam Marcysiak*²
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

Zakres różnicowania poziomu wsparcia gospodarstw środkami Wspólnej Polityki Rolnej UE

RANGE OF DIFFERENTIATION OF THE SUPPORT LEVEL OF FARMS WITH MEANS OF THE COMMON AGRICULTURAL POLICY OF THE EU

Celem niniejszego opracowania jest próba ukazania zakresu różnicowania poziom wsparcia gospodarstw środkami Wspólnej Polityki Rolnej UE. Szczegółowej analizie poddano płatności bezpośrednie i płatności dla obszarów o niekorzystnych warunkach gospodarowania (ONW). Ich wielkość rozpatrywano w relacji do dochodu z gospodarstwa rolniczego. Obliczeń dokonano metodą stosowaną w europejskim systemie rachunkowości rolnej FADN (Farm Accountancy Date Network). Udział środków pochodzących z WPR w analizowanych gospodarstwach w 2015 roku w relacji do dochodu wynosił 37,5%. Istotnymi elementami różnicującymi poziom wsparcia gospodarstw środkami Wspólnej Polityki Rolnej UE okazały się wielkość ekonomiczna i typ rolniczy gospodarstwa. Podstawowymi elementami wsparcia ze środków WPR UE były płatności realizowane w ramach dopłat bezpośrednich i płatności dla obszarów o niekorzystnych warunkach gospodarowania. Stanowiły one w 2015 roku odpowiednio 70,7% i 10,5% ogólnego wsparcia.

Słowa kluczowe: dopłaty bezpośrednie, zróżnicowanie, dochód z gospodarstwa rolniczego, typ rolniczy.

Wprowadzenie

Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej otworzyło nowe szanse rozwiązywania wielu problemów ekonomicznych i społecznych. Integracja z UE zasadniczo zmieniła sposób kreowania i prowadzenia polityki wobec wsi. Nastąpiła zmiana otoczenia instytucjonalnego, wymuszając dostosowania przepisów prawa krajowego do regulacji unijnych i budowę systemu instytucji wspierających rozwój wsi i rolnictwa zgodnie z wymaganiami UE³.

Po wejściu do UE Polska stała się pełnoprawnym uczestnikiem i beneficjentem mechanizmów Wspólnej Polityki Rolnej w ramach jej dwóch filarów. Na koniec 2015 roku

¹ Katedra Ekonomii, Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych

² Katedra Logistyki, Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych

³ I Nurzyńska: Polska wieś i rolnictwo jako beneficjenci funduszy Unii Europejskiej. (w:) Polska wieś 2016. Raport o stanie wsi. Wydawnictwo SCHOLAR, Warszawa 2016, s. 107-127.

udział skumulowanych transferów z budżetu UE w ramach WPR wyniósł 39,2 mld euro, w tym z tytułu dopłat bezpośrednich 21,5 mld euro, a z tytułu programów rozwoju obszarów wiejskich – 16,2 mld euro. Wśród głównych celów jakie stawia sobie WPR można wymienić stabilizację rynku rolnego, wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich oraz zapewnienie rolnikom odpowiedniego poziomu dochodów i warunków życia⁴.

Konieczność modernizacji i restrukturyzacji polskiego sektora rolno-spożywczego znalazła wyraz w procesach kształtowania polityki wobec obszarów wiejskich, w zmianie zakresu dopuszczalnej pomocy publicznej w sektorze, stosowanych instrumentach finansowych czy organizacji udzielania pomocy. Konsekwencją tego było powstanie systemu rolnych agencji płatniczych, które w Polsce uprawnione są na podstawie posiadanych akredytacji do realizowania płatności na rzecz beneficjentów pomocy unijnej dla wsi i rolnictwa.

Instytucją o takim charakterze i zadaniach stała się Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa. Realizując programy pomocy dla rolnictwa i obszarów wiejskich w ramach 13 kampanii naborów wniosków z przeznaczeniem na wsparcie bezpośrednie Agencja w latach 2004-2016 wypłaciła ogółem kwotę 143,25 mld zł⁵. W samym tylko 2016 roku na ten rodzaj wsparcia przeznaczono 14,28 mld zł.

Istotnym obszarem oddziaływania instrumentów WPR stały się dochody rolników. Obok tradycyjnych (konwencjonalnych) czynników je kształtujących, takich jak: fizyczne rozmiary produkcji, ponoszone nakłady, relacje cen rolnych, pojawiły się płatności bezpośrednie oraz płatności z tytułu uczestnictwa w programach rolno-środowiskowych i modernizacyjnych⁶. Na przestrzeni lat rola tych transferów w kształtowaniu dochodów rolników niepomierne wzrosła.

Metodyczne aspekty opracowania

Celem niniejszego opracowania jest próba ukazania zakresu zróżnicowania poziom wsparcia gospodarstw środkami WPR UE.

Materiałem badawczym były dane o gospodarstwach, które prowadziły rachunkowość rolną dla potrzeb Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej. Szczegółową analizą objęto rok 2015.

Podstawową kategorią ekonomiczną, przyjętą dla potrzeb procesu badawczego, był poziom dochodu z gospodarstwa rolniczego. Obliczeń tej kategorii dokonano metodą stosowaną w europejskim systemie rachunkowości rolnej FADN (Farm Accountancy Data Network)⁷.

Wielkość wsparcia gospodarstw środkami UE analizowano w zależności od wielkości ekonomicznej i typu rolniczego gospodarstwa. Szczegółowej analizie poddano płatności bezpośrednie i płatności dla obszarów o niekorzystnych warunkach gospodarowa-

⁴ C. Klimkowski, M. Gruda: Podział i transfer dochodów między rolnictwem a gospodarką narodową. Program Wieloletni 2015-2019 IERiGŻ, Warszawa 2016, s. 26-40.

⁵ Informacja z realizacji zadań Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa w 2016 roku. Departament Analiz Działalności i Rozwoju ARiMR, Warszawa 2017, s. 7-15.

⁶ I. Frenkel: Zatrudnienie i struktura dochodów w gospodarstwach rolnych w latach 2005-2010. IRWiR PAN, Warszawa 2013, s. 55-68.

⁷ Z. Floriańczyk, B. Małanowska, D. Osuch, M. Bocian: Opis realizacji planu wyboru próby gospodarstw rolnych dla Polskiego FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017, s. 8-15.

nia. Ich wielkość rozpatrywano w relacji do dochodu z gospodarstwa rolniczego. Poszczególne wielkości ukazano w przeliczeniu na jedno gospodarstwo w zł. Skalę zróżnicowania przedstawiono w ujęciu procentowym.

Oddziaływanie wielkości ekonomicznej na zakres wsparcia gospodarstw środkami pochodzącymi z WPR UE

Wielkość ekonomiczna gospodarstw rolnych określana jest sumą Standardowych Produkcji uzyskanych ze wszystkich działalności rolniczych występujących w danym gospodarstwie rolnym i wyrażana jest bezpośrednio w euro. Pole obserwacji Polskiego FADN obejmuje gospodarstwa rolne o minimalnej wielkości ekonomicznej 4000 euro⁸.

Średni obszar badanego gospodarstwa w 2015 roku wynosił 19,4 ha UR. Analizowane gospodarstwa reprezentowały różną wielkość ekonomiczną. W próbie badawczej polskiego FADN liczącej 12 313 gospodarstw⁹ dominującymi były gospodarstwa małe o wielkości ekonomicznej 8-25 tys. Euro. Ich udział wynosił 33,1 %. Równie liczną była grupa gospodarstw średnio małych o wielkości ekonomicznej 25-50 tys. Euro (31,0%). Gospodarstwa średnio duże (50-100 tys. Euro) i duże (100-500 tys. Euro) stanowiły odpowiednio 21,0% i 9,2%. Stosunkowo najmniejszy udział posiadały gospodarstwa bardzo małe (do 8 tys. Euro - udział 4,8%) i bardzo duże (powyżej 100 tys. Euro - udział 0,9%). W tej ostatniej grupie znajdowały zarówno gospodarstwa indywidualne, jak i te posiadające osobowość prawną.

W odniesieniu do badanych gospodarstw widoczna była zależność, iż wraz ze wzrostem wielkości ekonomicznej gospodarstw zwiększała się powierzchnia UR. Gospodarstwa o wielkości ekonomicznej do 8 tys. Euro liczyły średnio 8,0 ha. W przypadku gospodarstw o wielkości ekonomicznej 50-100 tys. Euro ich obszar wynosił 44,7 ha.

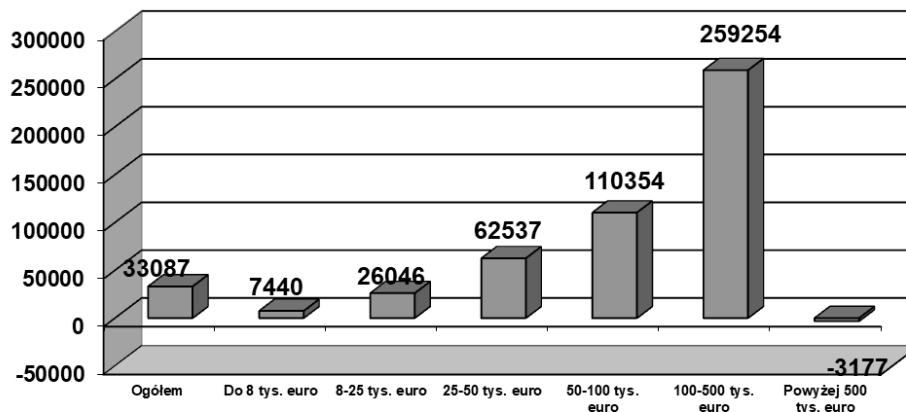
Obszar jest tradycyjnym miernikiem wielkości gospodarstwa rolnego powszechnie uznawanym w literaturze przedmiotu¹⁰. Powierzchnia użytków rolnych gospodarstwa determinuje kształtowanie się podstawowych relacji produkcyjno-ekonomicznych, co w efekcie znajduje odzwierciedlenie w uzyskiwanych dochodach.

Dokonany podział na grupy wydzielone ze względu na wielkość ekonomiczną pozwolił ukazać zakres zróżnicowania sytuacji dochodowej w badanych gospodarstwach (rysunek 1).

⁸ Z. Florianczyk, B. Małanowska, D. Osuch, M. Bocian: Opis realizacji planu wyboru próby gospodarstw rolnych dla Polskiego FADN w 2015 roku. IERiGŻ, Warszawa 2015, 9-15.

⁹ Wyniki Standardowe 2015 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2016, s. 41-54.

¹⁰ J.S. Zegar B. Chmielewska: Dochody ludności wiejskiej: źródła, zróżnicowanie i zakres ubóstwa. (w:) Raport o stanie wsi. Polska wieś 2016. Wyd. Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2016, s. 129-149.



Rysunek 1. Poziom dochodu z gospodarstwa rolniczego według wielkości ekonomicznej w 2015 roku [w zł]
Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2015 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2016, s. 51-57.

Poziom dochodu pochodzącego z działalności rolniczej w gospodarstwach prowadzących rachunkowość rolną dla potrzeb IERiGŻ w 2015 roku wynosił średnio 33087 zł. W przeliczeniu na 1 ha UR była to kwota 1706 zł. W gospodarstwach o wielkości ekonomicznej do 8 tys. Euro ta kategoria dochodu wynosiła 7440 zł. Poziom dochodu pochodzącego z działalności rolniczej w gospodarstwach o wielkości ekonomicznej 50-100 tys. Euro wynosił już 110354 zł. Niestety w gospodarstwach o wielkości ekonomicznej powyżej 500 tys. Euro w 2015 roku pojawiła się strata. Do zbilansowania przez przychody poniesionych kosztów zabrakło tutaj 3177 zł.

Wielkość płatności bezpośrednich do gruntów rolnych w gospodarstwach prowadzących rachunkowość rolną dla potrzeb IERiGŻ w 2015 roku wynosiła średnio 8772 zł. Udział tych płatności w ogólnej kwocie środków Wspólnej Polityki Rolnej UE przekazywanych do tych gospodarstw stanowił 70,7%. Dla porównania w 2013 udział ten wynosił 79,5%.

Zakres zróżnicowania poziomu płatności bezpośrednich do gruntów rolnych analizowanych gospodarstw w zależności od wielkości ekonomicznej gospodarstwa przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Wielkość wsparcia środkami WPR UE według wielkości ekonomicznej gospodarstwa w roku 2015

Wyszczególnienie	Wielkość ekonomiczna gospodarstwa						
	Ogółem	do 8 tys. Euro	8-25 tys. Euro	25-50 tys. Euro	50-100 tys. Euro	100-500 tys. Euro	powyżej 500 tys. Euro
W zł na 1 gospodarstwo							
Płatności bezpośrednie do gruntów rolnych	8772	3638	6821	12092	20242	46884	327747
Płatności z tytułu ONW	1297	789	1246	1821	2321	3252	3727
Płatności rolno-środowiskowe	1254	590	1153	1812	2769	6858	23168
Inne dopłaty do rozwoju obszarów wiejskich	1083	414	1545	1522	1213	690	1512

Łącznie środki wypłacane w ramach WPR UE	12406	5431	10765	17247	26545	57684	356154
--	-------	------	-------	-------	-------	-------	--------

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2015 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2016, s. 51-57.

Średnia wielkość środków pochodzących z płatności bezpośrednich w gospodarstwach o wielkości ekonomicznej do 8 tys. Euro wynosiła 3638 zł. Wraz ze wzrostem wielkości ekonomicznej gospodarstwa rosła także wielkość płatności bezpośrednich do gruntów rolnych. W gospodarstwach o wielkości ekonomicznej 50-100 tys. Euro ta forma płatności wynosiła 20242 zł, a w gospodarstwach o wielkości ekonomicznej powyżej 500 tys. Euro aż 327747 zł. Wynikało to ze zróżnicowania obszarowego gospodarstw.

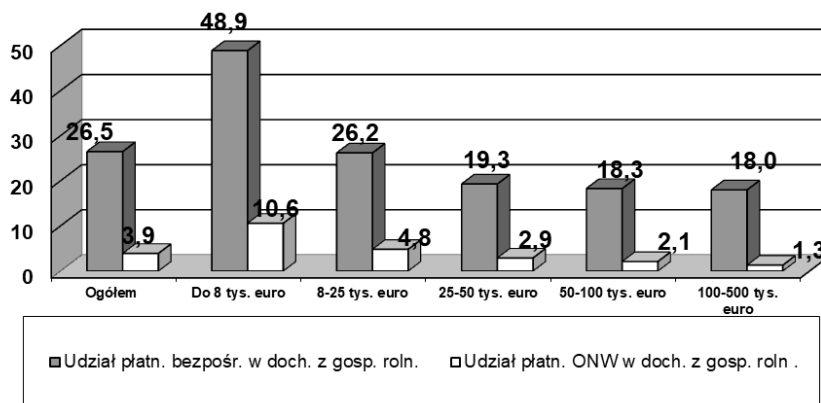
Istotnym elementem oddziaływania ze strony Wspólnej Polityki Rolnej UE jest wsparcie działalności rolniczej na obszarach o niekorzystnych warunkach gospodarowania. Ma ono na celu udzielenie pomocy finansowej gospodarstwom rolnym położonym na terenach, na których produkcja rolnicza jest utrudniona ze względu na warunki naturalne. Płatności przyznawane dla gospodarstw z tytułu ONW mają przeciwdziałać wyludnianiu się obszarów wiejskich i zatracaniu ich rolniczego charakteru.

Wielkość płatności z tytułu ONW w gospodarstwach prowadzących rachunkowość rolną dla potrzeb IERiGŻ w 2015 roku wynosiła średnio 1297 zł. Również i w tym przypadku wielkość ekonomiczna okazała się czynnikiem różnicującym wysokość tej płatności.

W gospodarstwach o wielkości ekonomicznej do 8 tys. Euro średnia kwota płatności z tytułu ONW wyniosła 789 zł. Wraz ze wzrostem wielkości ekonomicznej gospodarstwa rosła także wielkość płatności z tytułu ONW. W gospodarstwach o wielkości ekonomicznej 50-100 tys. Euro ta forma płatności wynosiła 2321 zł

Poza środkami z płatności bezpośrednich i płatności z tytułu ONW do analizowanych gospodarstw trafiały także dopłaty rolno-środowiskowe oraz dopłaty do rozwoju obszarów wiejskich. Kwoty przypadające z tych źródeł średnio na gospodarstwo wynosiły w 2015 roku odpowiednio 1254 zł i 1083 zł. Najwyższe kwoty płatności rolno-środowiskowych otrzymały gospodarstwa o wielkości ekonomicznej powyżej 500 tys. Euro (23168 zł). W przypadku dopłat do rozwoju obszarów wiejskich największe kwoty skierowano do gospodarstw małych o wielkości ekonomicznej 8-25 tys. Euro (średnio na gospodarstwo 1545 zł).

Środki przekazywane w ramach Wspólnej Polityki Rolnej nie pozostają obojętne na poziom dochodów pochodzących z produkcji rolniczej. W odniesieniu do analizowanych gospodarstw ogólna kwota wsparcia w ramach WPR UE w 2015 roku stanowiła 37,5% dochodu z gospodarstwa rolniczego. Spośród różnych form pomocy najbardziej istotne oddziaływanie na sytuację dochodową rolników miały płatności bezpośrednie do gruntów rolnych oraz płatności z tytułu ONW (rysunek 2).



Rysunek 2. Udział płatności bezpośrednich i płatności ONW w dochodzie z gospodarstwa rolniczego według wielkości ekonomicznej w 2015 roku [w %]

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2015 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2016, s. 51-57.

W gospodarstwach do 8 tys. Euro płatności bezpośrednie stanowiły 48,9%. W kolejnych grupach wraz ze wzrostem wielkości ekonomicznej zakres oddziaływania płatności bezpośrednich na dochody rolnicze systematycznie malał. W gospodarstwach o wielkości ekonomicznej 8-25 tys. Euro wynosił on 26,2% a w gospodarstwach o wielkości 50-100 tys. Euro odpowiednio 18,3%.

W przypadku płatności z tytułu przynależności do obszarów o niekorzystnych warunkach gospodarowania największy ich udział w relacji do dochodu z gospodarstwa rolniczego występował w gospodarstwach o wielkości ekonomicznej do 8 tys. Euro (10,6%). Zdecydowanie najniższe oddziaływanie płatności z tytułu ONW na wyniki ekonomiczne miały miejsce w przypadku gospodarstw o wielkości ekonomicznej 100-500 tys. Euro.

Zakres pomocy finansowej środkami WPR UE według typu rolniczego

Typ rolniczy stanowi jedno z kryteriów używanych dla charakteryzowania gospodarstwa rolnego we Wspólnotowej Typologii Gospodarstw Rolnych. Określany jest on na podstawie udziału poszczególnych działalności rolniczych w tworzeniu całkowitej wartości Standardowych Produkcji (SO) gospodarstwa. W zależności od pożądanego stopnia dokładności, typy rolnicze gospodarstw są dzielone na: 8 typów ogólnych, 17 typów podstawowych, 50 typów szczegółowych.

Analizowane gospodarstwa reprezentowały różne typy rolnicze. W próbie badawczej polskiego FADN dominującym typem gospodarstw były gospodarstwa o typie mieszanym. Ich udział wynosił 32,1%. Na drugim miejscu pod względem liczebności znalazły się gospodarstwa dla których główną działalnością biorącą udział w tworzeniu wartości standardowej produkcji były uprawy polowe. Ten typ rolniczy stanowił 27,7% ogółu gospodarstw. Udział pozostałych typów rolniczych wynosił odpowiednio: krowy mleczne - 22,6%, trzoda chlewna - 6,3%, zwierzęta trawożerne - 4,2%, uprawy trwałe -

3,5%, uprawy ogrodnicze 2,9%. Stosunkowo najmniejszą grupę (0,7%) stanowiły gospodarstwa drobiarskie.

Poszczególne grupy gospodarstw wydzielone ze względu na typ rolniczy charakteryzowały się dużym zróżnicowaniem wyników produkcyjnych (tabela 2).

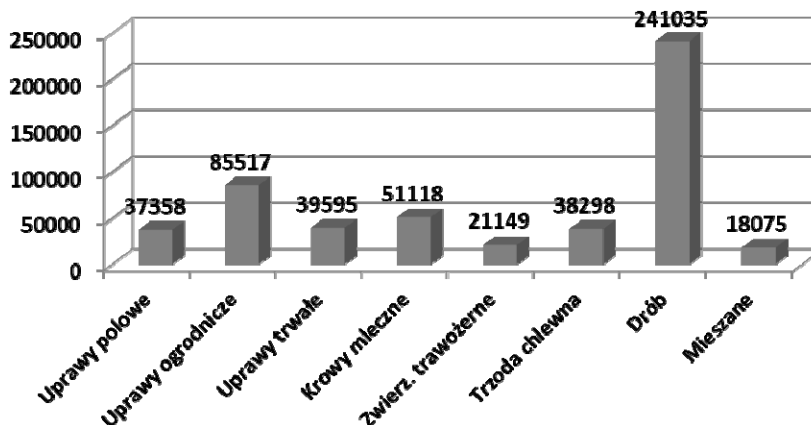
Tabela 2. Charakterystyka gospodarstw według typu rolniczego w 2015 roku

Wyszczególnienie	Uprawy polowe	Uprawy ogrodnicze	Uprawy trwałe	Krowy mleczne	Zwierz. trawożerne	Trzoda chlewna	Drób	Mieszane
Liczba gospodarstw	3411	354	437	2782	522	776	89	3942
Powierzchnia UR w ha	29,1	6,0	9,5	21,4	17,5	19,8	23,9	16,9
Nakłady pracy ogółem w AWU na 1 gospodarstwo	1,53	2,62	2,13	1,80	1,40	1,56	3,24	1,62
Plony pszenicy w dt/ha	62,2	50,1	45,0	48,8	48,2	56,5	51,2	55,0
Wydajność mleczna krów w litrach	4568	2521	2417	5343	4297	3436	2900	5340
Obsada zwierząt w LU/ha	1,6	0,3	0,1	24,5	14,0	53,7	156,5	12,1
Wielkość ekonomiczna gospodarstwa w euro	21327	44177	16545	30591	14923	51504	172745	19101

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2015 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2016, s. 42-51.

Największą powierzchnią użytków rolnych odznaczały się gospodarstwa nastawione na uprawy polowe (29,1 ha). Istotną rolę odgrywał obszar w gospodarstwach, w których dominującą działalnością biorącą udział w tworzeniu ogólnej wartości standardowej produkcji był chów krów mlecznych (21,4 ha), trzody chlewnej (19,8 ha) i zwierząt trawożernych (17,5 ha). Stosunkowo najmniejszymi były gospodarstwa specjalizujące się w uprawach ogrodniczych. Średni obszar wynosił tutaj zaledwie 6,0 ha UR.

Typ rolniczy okazał się również czynnikiem różnicującym wyniki ekonomiczne gospodarstw (rysunek 3).



Rysunek 3. Poziom dochodu rolniczego według typów gospodarstw w roku 2015 [w zł]

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2015 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2016, s. 42-51.

Najwyższym poziomem dochodu z gospodarstwa rolniczego wyróżniały się gospodarstwa trudniące się chowem drobiu i gospodarstwa ogrodnicze. Średni poziom tej kategorii dochodu w przeliczeniu na 1 gospodarstwo wynosił tutaj odpowiednio ponad 241,0 tys. zł i 85,5 tys. zł. Najslabiej pod względem ekonomicznym w tym zestawieniu wypadały gospodarstwa o typie mieszanym. Ich dochód na 1 gospodarstwo wynosił w 2015 roku zaledwie 18,1 tys. zł.

Typ rolniczy różnicował także wielkość płatności bezpośrednich do gruntów rolnych analizowanych gospodarstw (tabela 3). Wynikało to ze zróżnicowania obszarowego gospodarstw oraz z różnego poziomu płatności stosowanych do powierzchni określonych roślin uprawnych.

Tabela 3. Wielkość wsparcia środkami WPR UE według typów gospodarstw w roku 2013

Wyszczególnienie	Uprawy polowe	Uprawy ogrodnicze	Uprawy trwałe	Krowy mleczne	Zwierz. trawożerne	Trzoda chlewna	Drób	Mieszane
w zł na 1 gospodarstwo								
Płatności bezpośrednie do gruntów rolnych	13166	2726	4292	9720	7942	8954	10832	7672
Płatności z tytułu ONW	1076	369	601	2014	1994	1327	1670	1162
Płatności rolno-środowiskowe	1990	288	1540	920	3574	739	513	975
Inne dopłaty do rozwoju obszarów wiejskich	1166	3486	736	1576	932	310	338	837
Łącznie środki wypłacane w ramach WPR UE	17398	6869	7169	14230	14442	11330	13353	10646

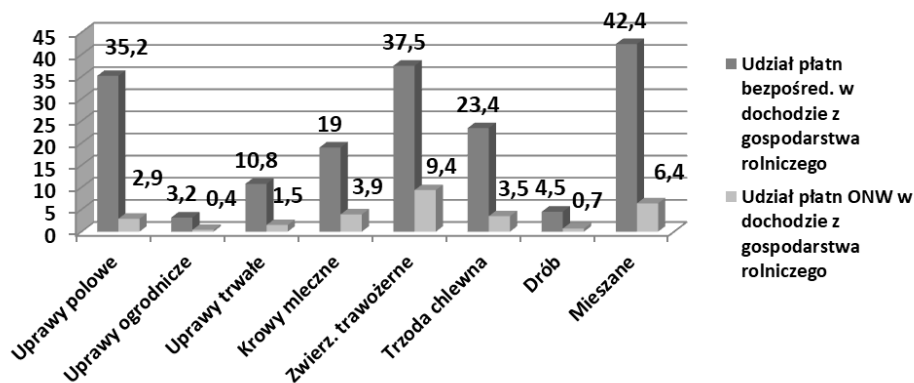
Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2015 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2016, s. 42-51.

Najwięcej środków pochodzących z płatności bezpośrednich trafiła do gospodarstw specjalizujących się w uprawach polowych. W przeliczeniu na jedno gospodarstwo była to kwota 13166 zł. W gospodarstwach ogrodniczych średnia wielkość płatności wyniosła 2726 zł. Duże zróżnicowanie wynikało z wielkości obszarowej gospodarstw. Średni obszar gospodarstw należących do tych typów rolniczych wynosił odpowiednio 29,1 ha i 6,0 ha.

Wśród analizowanych gospodarstw największą kwotę płatności z tytułu ONW otrzymały te specjalizujące się w chowie krów mlecznych. Średnio na jedno gospodarstwo była to kwota 2014 zł. W przeliczeniu na jednostkę powierzchni wyniosła ona 94 zł. W gospodarstwach ogrodniczych płatność z tytułu ONW wyniosła średnio zaledwie 369 zł na 1 gospodarstwo i 61 zł na 1 ha.

Do analizowanych gospodarstw trafiały także dopłaty rolno-środowiskowe oraz dopłaty do rozwoju obszarów wiejskich. W pierwszym przypadku najwyższe kwoty płatności otrzymały gospodarstwa specjalizujące się w chowie zwierząt trawożernych (3574 zł), w drugim przypadku te nastawione na produkcję ogrodniczą (365 zł).

Zakres oddziaływania płatności bezpośrednich do gruntów rolnych oraz płatności z tytułu ONW na sytuację dochodową gospodarstw przedstawia rysunek 4.



Rysunek 4. Udział płatności bezpośrednich i płatności ONW w dochodzie z gospodarstwa rolniczego w różnych typach gospodarstw w 2015 roku [w %]

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2015 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2016, s. 42-51.

Najszerzy zakres oddziaływania płatności bezpośrednich na dochody rolników zaznaczył się w przypadku gospodarstw o typie rolniczym mieszanym i gospodarstw nastawionych na chów zwierząt trawożernych. Udział tej formy płatności w dochodzie z gospodarstwa rolniczego wynosił tutaj odpowiednio 42,4% i 37,5%.

Podobny zakres zależności występował także w przypadku płatności z tytułu przynależności do obszarów o niekorzystnych warunkach gospodarowania. Największy ich udział w relacji do dochodu z gospodarstwa rolniczego występował w gospodarstwach specjalizujących się w chowie zwierząt trawożernych i gospodarstwach o typie rolniczym mieszanym. Relacja ta kształtowała się na poziomie 9,4% i 6,4%.

Zdecydowanie najsłabsze oddziaływanie zarówno płatności bezpośrednich jak i płatności z tytułu ONW na wyniki ekonomiczne miało miejsce w przypadku gospodarstw ogrodniczych.

Wnioski

Reasumując dotychczasowe rozważania można sformułować następujące wnioski:

- Przystąpienie Polski do UE oznacza dla polskiego rolnictwa znaczące wsparcie finansowe w ramach środków Wspólnej Polityki Rolnej. Ma ono bezpośredni wpływ na dochody gospodarstw rolniczych. W analizowanych gospodarstwach średnia wielkość tego wsparcia w 2015 roku wyniosła 12406 zł. Stanowiło to 37,5% dochodu uzyskanego z gospodarstwa rolniczego.
- Podstawowymi elementami wsparcia ze środków WPR UE były płatności realizowane w ramach dopłat bezpośrednich i płatności dla obszarów o niekorzystnych warunkach gospodarowania. Stanowiły one w 2015 roku odpowiednio 70,7% i 10,5% ogólnego wsparcia.
- Istotnym elementem różnicującym kwotę środków przekazywanych w ramach WPR UE była wielkość ekonomiczna gospodarstwa. W odniesieniu do badanych gospodarstw obserwowano zależność, iż wraz ze wzrostem ich wielkości ekonomicznej

zwiększeniu ulegała kwota przekazywanych płatności bezpośrednich jak i płatności z tytułu ONW.

- Czynnikiem różnicującym wielkość wsparcia środkami WPR UE okazał się także typ rolniczy. Największa wielkość środków pochodzących z płatności bezpośrednich trafiła do gospodarstw specjalizujących się w uprawach polowych. W przeliczeniu na jedno analizowane gospodarstwo w 2015 roku była to kwota 13166 zł. W gospodarstwach ogrodniczych średnia wielkość tej płatności była ponad 4,5-krotnie niższa. Najszerzy zakres oddziaływania płatności bezpośrednich na dochody rolników zaznaczył się w przypadku gospodarstw o typie rolniczym mieszanym oraz nastawionych na chów zwierząt trawożernych. Udział tej formy płatności w dochodzie z gospodarstwa rolniczego wynosił tutaj odpowiednio 42,4% i 37,5%. Na te dwa typy gospodarstw przypadał także najsilniejszy zakres oddziaływania ze strony płatności z tytułu ONW.

Literatura

- Florianczyk Z., Małanowska B, Osuch D., Bocian M., 2015: Opis realizacji planu wyboru próby gospodarstw rolnych dla Polskiego FADN w 2015 roku. IERiGŻ, Warszawa .
- Frenkel I., 2013: Zatrudnienie i struktura dochodów w gospodarstwach rolnych w latach 2005-2010. IRWiR PAN, Warszawa.
- Informacja z realizacji zadań Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa w 2016 roku. Departament Analiz Działalności i Rozwoju ARiMR, Warszawa 2017.
- Klimkowski C., Gruda M., 2016: Podział i transfer dochodów między rolnictwem a gospodarką narodową. Program Wieloletni 2015-2019 IERiGŻ, Warszawa,
- Nurzyńska I., 2016.: Polska wieś i rolnictwo jako beneficjenci funduszy Unii Europejskiej. (w:) Polska wieś 2016. Raport o stanie wsi. Wydawnictwo SCHOLAR, Warszawa.
- Wyniki Standardowe 2015 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2016.
- Zegar J.S. Chmielewska B., 2016: Dochody ludności wiejskiej: źródła, zróżnicowanie i zakres ubóstwa. (w:) Raport o stanie wsi. Polska wieś 2016. Wyd. Naukowe SCHOLAR, Warszawa.

Abstract

The aim of this paper is to illustrate the extent to which the level of support for farms is measured by means of the Common Agricultural Policy. A detailed analysis was made of direct payments and payments for less-favored areas (LFAs). Their size was considered in relation to farm income. The calculations were made using the method used in the European Farm Accountancy Data Network (FADN). The share of funds from the CAP in analyzed farms in relation to income in 2015 was 37.5%. The economic size and agricultural type of the farm proved to be an important element in differentiating the level of farm support from the Common Agricultural Policy. The main elements of support from the EU CAP were payments made under direct payments and payments for less-favored areas. They accounted for 70.7% and 10.5% of total support respectively in 2015.

Key words: direct payments, differentiation, income from a farm, agricultural type.

Informacja o autorach:

Dr inż. Agata Marcysiak

Katedra Ekonomii

Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych

Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

ul Żytnia 17/19

08-110 Siedlce

admamar@poczta.onet.pl

Dr inż. Adam Marcysiak

Katedra Logistyki

Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych

Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

ul Żytnia 17/19

08-110 Siedlce

admamar@poczta.onet.pl

Renata Marks-Bielska, Roman Kisiel, Emilia Bojkowska
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Obrót ziemią rolniczą w opiniach rolników z województwa warmińsko-mazurskiego

AGRICULTURAL LAND TRADE AS SEEN BY FARMERS FROM THE PROVINCE OF WARMIA AND MAZURY

Celem przeprowadzonych badań była ocena wpływu wprowadzenia ustawy *o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa* na obrót ziemią rolniczą. Badania ankietowe z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza wywiadu zostały przeprowadzone wśród 120 producentów rolnych w trzech powiatach (iławski, olsztyński i ostródzki) woj. warmińsko-mazurskiego. Badania przeprowadzono w pierwszym kwartale 2016 r. Kwerenda literaturowa, analiza ustawy z dnia 16 kwietnia 2016 r. *o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa oraz o zmianie niektórych ustaw* wykazały m.in., że wprowadzenie ww. aktu prawnego, w zamierzeniu ustawodawcy, powinno przyczynić się do racjonalnego wykorzystania szczególnego zasobu, w związku z jego specyficznymi cechami (m.in. niepowiększalność, nieprzemieszczalność, podstawowy czynnik produkcji rolniczej) jakim jest ziemia. Badani rolnicy ($\frac{3}{4}$ z nich) wskazali na mogące wystąpić dla nich utrudnienia w obrocie ziemią wraz z wprowadzeniem *ustawy o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości z Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa*. Za największe ograniczenie uznano fakt, że nabywcami mogą być tylko rolnicy indywidualni (41,67%), a także wzrost liczby formalności, które trzeba wypełnić w związku z nabyciem/sprzedażą ziemi (40,00%). Wyniki uzyskanych badań potwierdzają fakt, że w Polsce ważne miejsce zajmuje nierynkowy (rodzinny) obrót ziemią rolniczą, bowiem ponad $\frac{2}{3}$ badanych otrzymało gospodarstwo od rodziców lub teściów, a kolejne ponad 13% odziedziczyło po najbliższych. Najczęściej otrzymane, bądź odziedziczone gospodarstwo powiększono dokupując lub wdzierżawiając ziemię. Skutki wprowadzenia ww. ustawy, również w związku z faktem wielu wyjątków, możliwością uzyskania stosownych zgód na zbycie/nabycie będą widoczne w przyszłości, co powinno być przedmiotem dalszych badań.

Słowa kluczowe: producent rolny, nieruchomość rolna, obrót ziemią rolniczą

Wprowadzenie

Zarówno stosunki własnościowe, jak i stany posiadania ziemi, odgrywają ważną rolę w kształtowaniu struktury obszarowej gospodarstw rolnych i co się tym wiąże, struktury agrarnej, stanowiącej jeden z elementów wyznaczających charakter ustroju społeczno-gospodarczego państwa, w tym jego ustroju rolnego. Zagadnienie obrotu gruntami rolnymi stanowi część złożonej interdyscyplinarnej problematyki. Ustawodawca ma do

spełnienia zatem ważne zadanie, bowiem zobligowany jest do znalezienia optymalnego rozwiązania, które łączyłoby dwie ważne kwestie, po pierwsze pozwoliło swobodnie funkcjonować prawom ekonomicznym, po drugie kierowałoby zachodzące w sferze indywidualnej własności ziemi procesy w takim kierunku, aby nie przynosiły szkody, szeroko pojętemu interesowi społecznemu (R. Kisiel, R. Marks-Bielska 2007, s. 62, J. Mikołajczyk 2016, s. 2, R. Marks-Bielska, R. Kisiel, W. Lizińska 2017).

Obrót ziemią może spełniać kilka ważnych funkcji, a mianowicie: poprawia relację między ziemią a pozostałymi czynnikami produkcji w gospodarstwach rolnych (lepsze dostosowanie do siebie zasobów ziemi, pracy i kapitału zwiększa efektywność ich wykorzystania), przeciwdziała spadkowi produktywności ziemi przez wymianę pokoleń, zapewnia ciągłość gospodarstw rodzinnych przez przekazywanie ich następcom, stymuluje przemiany ustrojowe i strukturalne w rolnictwie (R. Marks-Bielska 2010, s. 164).

Zgodnie z opinią J. Rowińskiego (2014, s. 1-2), uregulowania prawne rynku ziemi rolnej mają poważne znaczenie dla porządku prawnego państwa polskiego. Regulują one m. in. kwestie dysponowania ziemią rolniczą, która jest ważnym składnikiem majątku kilku milionów ludzi, przede wszystkim rolników i członków ich rodzin. Z tego też względu, mogą mieć silny wpływ na plany życiowe i sytuację ekonomiczną pracujących w rolnictwie i sferze okołorolniczej. Ważny jest również makroekonomiczny aspekt regulacji powiązany z uwarunkowaniami mikroekonomicznymi. Zbyt mała wielkość ekonomiczna większości polskich gospodarstw rolnych uniemożliwia bowiem uzyskanie dochodów na właściwym poziomie, a podstawową przyczyną tego stanu jest niewielka powierzchnia użytków rolnych.

Jednym z ważnych celów polityki rolnej jest zatem zwiększenie liczby rolników, gospodarujących na powierzchni co najmniej 20-30 ha, umożliwiającej obecnie w przeciętnych polskich warunkach przyrodniczych uzyskiwanie pożądaných dochodów z działalności rolniczej.

W dniu 30 kwietnia 2016 r. weszła w życie *ustawa o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa oraz o zmianie niektórych ustaw* (Dz.U.2016.585), która wprowadziła m. in. zmiany w ustawie z dnia 11 kwietnia 2003 r. *o kształtowaniu ustroju rolnego* (Dz.U.2016.585). W okresie 5 lat od dnia wejścia w życie ustawy wstrzymuje się sprzedaż nieruchomości, albo ich części wchodzących w skład Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa (WRSP), z wyjątkiem nieruchomości przeznaczonych na cele inwestycyjne, publiczne, oraz nieruchomości rolnych o powierzchni do 2 ha, a za zgodą ministra właściwego do spraw rozwoju wsi, a także innych nieruchomości, jeżeli jest to uzasadnione względami społeczno-gospodarczymi. Podstawową formą gospodarowania nieruchomościami Zasobu (WRSP) ma być dzierżawa. Zgodnie z art. 31 znowelizowanej ustawy *o kształtowaniu ustroju rolnego*, dzierżawcy gruntów będzie przysługiwało prawo pierwokupu, takie prawo będzie miała też ANR¹. Prawo pierwokupu nie obowiązuje w trzech przypadkach, a mianowicie, jeżeli nabywcą nieruchomości rolnych jest: jednostka samorządu terytorialnego, Skarb Państwa, osoba bliska zbywcy (R. Marks-Bielska 2016, s. 25).

¹¹Agencja Rolnych (ANR) – od 1 września po połączeniu z Agencją Rynku Rolnego (ARR) utworzyła Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa zachowując dotychczasowe zadania. W niniejszej pracy użyto nazwy tej instytucji, bowiem badania ankietowe przeprowadzono w czasie jej funkcjonowania.

Mając na względzie, że w produkcji rolnej czynnik ziemi jest zasobem nieodłącznym, gospodarowanie gruntami rolnymi jest przedmiotem szczególnych regulacji prawnych, które reglamentują dostęp do ziemi. Faktem jest, że wraz z postępowaniem gospodarczym potrzeba zaangażowania ziemi w proces produkcji żywności jest coraz mniejsza. Zjawisku temu towarzyszy wzrost zapotrzebowania społeczeństwa na dobra publiczne, których źródłem są obszary wiejskie, a więc pośrednio (a czasami nawet bezpośrednio) także ziemia rolnicza, która poza funkcją produkcyjną spełnia także m.in. funkcje ekologiczną i krajobrazową (J. Wilkin 2014, s. 113, A. Majchrzak 2015, s. 17).

Województwo warmińsko-mazurskie należy do tych obszarów w kraju, gdzie w przeszłości sektor państwowy w rolnictwie miał relatywnie wysoki udział w gospodarowaniu ziemią rolniczą. Taki stan rzeczy implikuje obecną strukturę obszarową gospodarstw rolnych i umożliwił Agencji Nieruchomości Rolnych (ANR), w większym zakresie niż w innych regionach Polski, kształtować obrót nieruchomościami rolnymi. O obrocie ziemią rolniczą, oprócz uregulowań prawnych, uwarunkowań historycznych, tradycji, kultury decyduje podaż ziemi i popyt na nią (zarówno na rynku międzysąsiedzkim, prywatnym, jak i z Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa) (R. Marks-Bielska 2016, s. 29).

Cel i zakres badań

Celem przeprowadzonych badań była ocena wpływu wprowadzenia ustawy *o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa* na obrót ziemią rolniczą.

Badania ankietowe z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza wywiadu zostały przeprowadzone wśród 120 producentów rolnych w trzech powiatach (iławski, olsztyński i ostródzki) woj. warmińsko-mazurskiego. Badania przeprowadzono w pierwszym kwartale 2016 r.

Zakres przedmiotowy badań dotyczył poznania opinii producentów rolnych nt. konsekwencji ograniczeń w obrocie ziemią rolną na skutek wprowadzenia ustawy *o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa*. Respondentów zapytano m.in. o: źródła ziemi w gospodarstwie, wielkość gospodarstwa, ocenę wielkości użytkowanego arealu, ewentualne formy powiększenia gospodarstwa, motywy zakupu ziemi, opinie nt. cen ziemi, opinie nt. wystąpienia ewentualnych utrudnień dla producentów rolnych w obrocie ziemią w związku z wejściem w życie ww. ustawy.

Wyniki badań

Obrót ziemią rolniczą dotyczy zmiany jej użytkowników niezależnie od zmiany jej własności. Obejmuje wszystkie przepływy ziemi między gospodarstwami i sektorami w rolnictwie za pomocą takich form jak m.in: przekazanie następcy, sprzedaż, dzierżawa, darowizna, dziedziczenie (R. Marks-Bielska 2010, s. 164).

W rolnictwie indywidualnym większość gruntów wraz z pozostałym dobytkiem jest przejmowana przez następne pokolenie w rodzinie. W wielu przypadkach formy tego przekazu są warunkowane tradycjami i niekorzystnie oddziałują na strukturę obszarową

nie tylko przez opóźnianie koncentracji gruntów, ale zdarza się, że przyczyniają się do dalszego ich rozdrabniania (działy rodzinne) (R. Marks-Bielska 2013, s. 798).

Zaobserwować można coraz wyraźniejsze powiązanie przeobrażeń zachodzących w strukturze obszarowej gospodarstw z nasilającym się procesem różnicowania funkcji użytkowanych powierzchni. Obok małych, pomocniczych, prowadzonych na własny użytek gospodarstw, występują wysokoprodukcyjne jednostki, których celem jest umacnianie swojej pozycji rynkowej. Z punktu widzenia sytuacji na rynku ziemi rolniczej, pierwsza z wymienionych grup wzmacnia go głównie od strony podażowej, natomiast druga – tworzy popyt. Jednak w obu kategoriach gospodarstw podstawę posiadanego majątku w większości stanowi obrót nierynkowy (R. Marks-Bielska 2014, s. 189-191).

Obok ograniczeń o charakterze podażowym, naturalną barierą, która utrudnia obrót gruntami rolnymi jest lokalny charakter rynku ziemi. Terytorialne zróżnicowanie w zakresie możliwości zakupu ziemi rolniczej wiąże się z rozmieszczeniem gruntów z Zasobu Skarbu Państwa. Tam, gdzie udział gruntów po byłych państwowych gospodarstwach rolnych jest największy, obrót nimi (często wtórny) przyczynia się do ożywienia na rynku ziemi (R. Marks-Bielska 2016, s. 27).

Na początku przekształceń własnościowych w rolnictwie popyt rolników indywidualnych na grunty rolne pochodzące z Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa był niewielki. Spowodowane było to m.in. brakiem kapitału, w związku z tym bardziej popularną formą użytkowania ziemi rolniczej okazała się wtedy dzierżawa.

Popyt na rynku nieruchomości rolnych kształtują też osoby, traktujące zakup gruntów jako lokatę kapitału. Taka sytuacja dotyczy przede wszystkim działek usytuowanych w pobliżu dużych aglomeracji, tam gdzie jest możliwość przekształcenia ich na działki nierolnicze, budowlane. Między ostatnimi spisami rolnymi (2002-2010) obszar ziemi użytkowanej rolniczo uległ zmniejszeniu o 8,1% (R. Marks-Bielska 2016, s. 25).

Z danych zawartych w tabeli 1 wynika, że $\frac{2}{3}$ badanych zostało właścicielami gospodarstwa rolnego otrzymując je jako darowiznę od rodziców (teściów), kolejne ponad 13% badanych odpowiedziało, że odziedziczyło gospodarstwo i następnie powiększało je przez zakup i dzierżawę gruntów rolnych. Wyniki badań potwierdzają wcześniejsze (R. Marks-Bielska 2010) świadczące o dużej wartości kulturowej i symbolicznej ziemi rolniczej w Polsce. Przekazywanie tego dobra z pokolenia na pokolenie.

Tabela 1. Sposób, w jaki respondent został użytkownikiem gospodarstwa rolnego

Wyszczególnienie	Liczba gospodarstw	Odsetek gospodarstw
Gospodarstwo odziedziczono i powiększono przez dzierżawę i zakup	16	13,33
Spadek	4	3,33
Dzierżawa	2	1,67
Zakup	18	15,00
Darowizna od rodziców/teściów	80	66,67

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Najmniej liczną grupą gospodarstw wśród badanych podmiotów stanowiły jednostki o powierzchni 100-300 ha. Pozostałe, zaproponowane klasy wielkości były reprezentowane w próbie badawczej z udziałem od 22,50% (31-50 ha) do 25,83% (do 10 ha) (tab. 2).

Tabela 2. Wielkość gospodarstw rolnych badanych rolników [ha fizyczne]

Wyszczególnienie	Liczba gospodarstw	Odsetek gospodarstw
Do 10 ha	31	25,83
11-30 ha	28	23,33
31-50 ha	27	22,50
51-100 ha	30	25,00
100-300 ha	4	3,33

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Z oceny zdecydowanej większości (75%) badanych producentów rolnych wynika, że areał użytkowanych przez nich gruntów rolnych jest za mały. Główną przeszkodą w jego powiększeniu był brak podaży gruntów w najbliższej okolicy a także relatywnie wysokie ceny nieruchomości rolnych. Co czwarty badany uznał, że dysponuje wystarczającym areałem, który pozwala mu prowadzić produkcję rolną na zadowalającym poziomie.

Badani rolnicy, którzy chcieliby powiększyć zasób ziemi, planowali w większości, albo zakupić ziemię od osób fizycznych lub też wydzierżawić ją od osób fizycznych. Ważne źródło ziemi stanowić ma także Zasób Własności Rolnej Skarbu Państwa, bowiem 35,0% badanych zadeklarowało zakup lub dzierżawę ziemi od ówczesnie funkcjonującej ANR (tab. 3).

Tabela 3. Planowane sposoby powiększenia areału gospodarstwa

Wyszczególnienie	Liczba odpowiedzi	Odsetek odpowiedzi
Zakup od osób fizycznych	81	67,50
Zakup od Agencji Nieruchomości Rolnych (ANR)	20	16,67
Dzierżawa od osób fizycznych	58	48,33
Dzierżawa od ANR	22	18,33
Użyczenie	10	8,33

* (była możliwość zaznaczenia kilku odpowiedzi)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Nieruchomości rolne² należą do tzw. nieruchomości niezurbanizowanych. Bardzo ważną informacją, niezbędną zarówno podmiotom publicznym, jak i prywatnym posiadającym prawa do nieruchomości (zlokalizowanych głównie na obszarach wiejskich jest wartość gruntów (T. Budzyński 2012, s. 138). Grunt rolny może mieć wiele wartości i funkcji w zależności od zróżnicowanych w tym samym czasie potrzeb nabywców (K. Kurowska, H. Kryszk, R. Cymerman 2014, s. 305, Marks-Bielska 2016, s. 24). Wyodrębnia się np.: wartość użytkową, rynkową, odtworzeniową, katastralną, bankowo-hipoteczną. Ważne jest jakimi zasobami ziemi dysponujemy, za ile skłonny jest właściciel sprzedać określoną nieruchomość i ile skłonny jest zapłacić nabywca.

²Nieruchomościami rolnymi (gruntami rolnymi) są nieruchomości, które są lub mogą być wykorzystywane do prowadzenia działalności wytwórczej w rolnictwie w zakresie produkcji roślinnej i zwierzęcej, nie wyłączając produkcji ogrodniczej, sadowniczej i rybnej (art. 46 – Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny, Dz.U.2014.0.121 z późn. zm.).

Na wartość nieruchomości rolnych wpływa cały szereg czynników, które są uwzględniane przy wycenie. Do najważniejszych z nich K. Kurowska, M. Ogryzek i H. Kryszk (2016, s. 59) zaliczyli: lokalizację nieruchomości, dogodność dojazdu, wartość użytkową (jakość bonitacyjną), ukształtowanie przestrzenne, kulturę rolną, stopień trudności uprawy, wielkość zanieczyszczeń środowiska, występowanie funkcjonujących urządzeń melioracyjnych, a także występowanie infrastruktury utrudniającej agrotechnikę. W ostatnich latach (tuż przed akcesją, w roku akcesji Polski do UE i po niej) zaobserwowano duże zainteresowanie nabywaniem nieruchomości rolnych, traktowanych również jako forma inwestycji. Przełożyło się to na wysokie ceny transakcyjne nieruchomości rolnych niezabudowanych. Wpływ na taki stan rzeczy miało także objęcie polskich rolników instrumentami wspólnej polityki rolnej. Z badań własnych (R. Marks-Bielska 2016, s. 26) wynika, że dynamika cen gruntów rolnych na rynku prywatnym w latach 2004-2014 (2004 r. = 100%) wyniosła 487,1%, a na rynku państwowym – 546,6%.

Reprezentanci strony popytowej na dane dobro, w tym wypadku, na czynnik produkcji – ziemię, najczęściej (57,50%) wskazywali, że jest ona za droga, 24,17% uznało, że odpowiednia, a 18,33% - za niska. Jako motywy zakupu ziemi badani rolnicy podali przede wszystkim (60,83%) powiększenie areалу gospodarstwa, następnie możliwość uzyskania różnego rodzaju dopłat z budżetu UE (25,83%) i lokatę kapitału (25,00%). Z zakończeniem okresu przejściowego na nabywanie nieruchomości rolnych przez cudzoziemców badani wiązali fakt, że ceny ziemi mogą dynamicznie rosnać (10,83% badanych) (tab. 4). Przekonanie to, z jednej strony wynikało z obiegowych opinii inwestorów w nieruchomości rolne i pośredników zajmujących się ich obrotem, z drugiej zaś z sytuacji związanej dużo wyższymi cenami gruntów rolnych w krajach Europy Zachodniej.

Tabela 4. Motywy zakupu ziemi

Wyszczególnienie	Liczba odpowiedzi	Odsetek odpowiedzi
Powiększenie areалу gospodarstwa	73	60,83
Możliwość uzyskania dopłat „unijnych”	31	25,83
Lokata kapitału	30	25,00
Zabezpieczenie w przypadku utraty pracy poza rolnictwem	8	6,67
Perspektywa zmiany przeznaczenia gruntu	2	1,67
Prognoza wzrostu cen ziemi	13	10,83

* (była możliwość zaznaczenia kilku odpowiedzi)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

W opiniach ponad $\frac{3}{4}$ badanych rolników (tab. 5) w związku z wejściem w życie ustawy o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości Zasobu Własności Rolnych Skarbu Państwa nastąpią utrudnienia w obrocie ziemią. Badani rolnicy mieli nadzieję, że dotkną one w mniejszym stopniu rodzimych rolników niż polskich i zagranicznych inwestorów.

Tabela 5. Opinie badanych rolników na temat wystąpienia ewentualnych utrudnień dla producentów rolnych w obrocie ziemią w związku z wejściem w życie ustawy o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości Zasobu Własności Rolnych Skarbu Państwa

Wyszczególnienie	Liczba odpowiedzi	Odsetek odpowiedzi
Utrudnienia na pewno wystąpią	34	28,33
Utrudnienia raczej wystąpią	58	48,33
Utrudnienia raczej nie wystąpią	10	8,33
Trudno powiedzieć	18	15,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Wśród utrudnień, jakie niesie ze sobą wprowadzenie ustawy o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości Zasobu Własności Rolnych Skarbu Państwa wskazywano najczęściej (41,67%) fakt, że nabywcami ziemi rolnej mogą być tylko rolnicy indywidualni, a także (40%) wzrost liczby koniecznych formalności związanych z nabyciem/zbyciem ziemi.

Tabela 6. Utrudnienia, jakie wystąpią po wprowadzeniu ustawy o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości Zasobu Własności Rolnych Skarbu Państwa

Wyszczególnienie	Liczba odpowiedzi	Odsetek odpowiedzi
Więcej formalności w ANR związanych z zakupem lub sprzedażą ziemi rolnej	48	40,00
Nabywcami ziemi będą tylko rolnicy indywidualni	50	41,67
Przez 15 lat nie można przenieść własności nieruchomości rolnej nabytej z Zasobu WRSP	27	22,50
Nieustanawianie przez 15 lat hipoteki na rzecz innych podmiotów niż ANR	20	16,67
Brak możliwości zakupu nieruchomości rolnych przez rolników posiadających 300 i więcej ha ziemi	6	5,00
Kontrola przez ANR transakcji zakupu nieruchomości rolnych	8	6,67
Trudności w uzyskaniu kredytu bankowego na inwestycje (trudności z zabezpieczeniem kredytu)	12	10,00

* (była możliwość zaznaczenia kilku odpowiedzi)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Zgodnie z obowiązującym prawem, obrót ziemią rolniczą w Polsce został zahamowany. W zamierzeniu ustawodawcy wstrzymanie sprzedaży nieruchomości wchodzących w skład Zasobu WRSP na 5 lat jest konieczne ze względu na interesy ekonomiczne państwa, a także jest wyrazem troski o polskich rolników, którzy powinni mieć równe szanse w dostępie do państwowej ziemi rolnej w Polsce (Uzasadnienie ...2016). Tymczasem w obrocie ziemią rolniczą pojawiły się takie utrudnienia, które są dotkliwe nie tylko dla zagranicznych inwestorów, lecz także dla rodzimych producentów rolnych.

Podsumowanie

Na obrót (wielkości, formy) gruntami rolnymi ma wpływ wiele czynników, zarówno rynkowych, jak i pozarynkowych. Do pierwszej grupy zaliczamy m.in.: wielkość zasobu, decydującego o stronie podażowej, popyt na ziemię, jej cenę. Ważne są

uregulowania prawne dotyczące poszczególnych form (własności, dzierżawy, darowizn). Ziemia jest nieprzemierzalna, z tego względu o jej znaczeniu i możliwym wykorzystaniu decyduje lokalizacja.

Województwo warmińsko-mazurskie, należy do tych, gdzie zasób ziemi rolniczej, pochodzącej z byłego sektora państwowego w rolnictwie był największy. W związku z tym spośród ekonomicznych, pozytywnych efektów obrotu ziemią rolniczą – jej przepływu z Zasobu Skarbu Państwa do rolników indywidualnych i spółek, w tym pracowniczych gospodarujących na popegeerowskich gruntach wymienić można utworzenie towarowych, konkurencyjnych przedsiębiorstw rolnych, a także powiększenie areалу jednostek istniejących.

W kontekście wyników przeprowadzonych badań empirycznych, a także analizy uregulowań prawnych dotyczących funkcjonowania rynku ziemi rolniczej w Polsce stwierdzić należy, że wprowadzenie *ustawy o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa oraz zmianie niektórych ustaw* powinno przyczynić się do racjonalnego jej wykorzystania. Trwała dzierżawa rolnicza ma być podstawową formą użytkowania państwowych gruntów, które pozostały jeszcze w Zasobie Własności Rolnej Skarbu Państwa. Wymaga to jednak działań dających poczucie bezpieczeństwa gospodarującym w takiej formie (m.in. uchwalenie ustawy o dzierżawie rolniczej, która w polskim prawie rolnym nie znalazła do tej pory odrębnego, ważnego miejsca). Trudne do spełnienia wydaje się założenie ustawodawcy o jednakowym dostępie rolników do ziemi z Zasobu Własności Rolnej skarbu Państwa. Należy bowiem pamiętać, że ziemia ma specyficzne cechy, m.in. jest nieprzemierzalna, a dostęp do gruntów państwowych jest różny w poszczególnych regionach kraju, w zależności od koncentracji w przeszłości rolnictwa państwowego.

Badani rolnicy ($\frac{3}{4}$ z nich) wskazali na mogące wystąpić dla nich utrudnienia w obrocie ziemią wraz z wprowadzeniem *ustawy o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości z Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa*. Za największe ograniczenie uznano fakt, że nabywcami mogą być tylko rolnicy indywidualni (41,67%), a także wzrost liczby formalności, które trzeba wypełnić w związku z nabyciem/sprzedażą ziemi (40,00%). Wyniki uzyskanych badań potwierdzają fakt, że w Polsce ważne miejsce zajmuje nierynkowy (rodzinny) obrót ziemią rolniczą, bowiem ponad $\frac{2}{3}$ badanych otrzymało gospodarstwo od rodziców lub teściów, a kolejne ponad 13% odziedziczyło po najbliższych. Najczęściej otrzymane, bądź odziedziczone gospodarstwo powiększono dokupując (ponad 60% badanych jako motyw zakupu ziemi podało *powiększenie areалу posiadanego gospodarstwa*) lub wydzierżawiając ziemię. Skutki wprowadzenia ww. ustawy, również w związku z faktem wielu wyjątków, możliwością uzyskania stosownych zgód na zbycie/nabycie będą widoczne w przyszłości, co powinno być przedmiotem dalszych badań.

Bibliografia

- Budzyński T., Propozycje zastosowań mapy średnich cen transakcyjnych gruntów w gospodarce nieruchomościami., *Studia i Materiały Towarzystwa Naukowego Nieruchomości*. Vol. 20, nr 1, 2012.
- Kisiel R., Marks-Bielska R., Polish rural areas and agriculture in the aspect of globalization. Rural development 2007. Lithuanian University of Agriculture, Akademija, Kaunas region, Lithuania (Proceedings II of the Third International Conference, 8-10 November 2007), Vol. 3, Book 2, 2007.

Kurowska K., Kryszk H., Cymerman R., Identyfikacja czynników wpływających na kształtowanie się cen transakcyjnych nieruchomości rolnych będących w zasobie ANR OT w Olsztynie, *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania*, nr 36, T. 1, 2014.

Kurowska K., Ogryzek M., Kryszk H., Rola Agencji Nieruchomości Rolnych w gospodarowaniu i kształtowaniu przestrzeni obszarów wiejskich. Wyd. UWM w Olsztynie, Olsztyn, 2016.

Majchrzak A., 2015. Ziemia rolnicza w krajach Unii Europejskiej w warunkach ewolucji wspólnej polityki rolnej. Wyd. nauk. WPN, Warszawa, 2015.

Marks-Bielska R. Rynek ziemi rolniczej w Polsce – uwarunkowania i tendencje rozwoju. Wyd. UWM w Olsztynie, Olsztyn, 2010.

Marks-Bielska R. 2013. Factors Shaping the Agricultural Land Market in Poland. *Land Use Policy*, 30, ELSEVIER, 2013.

Marks-Bielska R., Factors Affecting Farmland Management in Poland in 1992-2012 in the Institutional Context. *Economic Sciences for Rural Development 2014*, Latvia University of Agriculture, Jelgava, No 35, 2014.

Marks-Bielska R., Czynniki kształtujące obrót gruntami rolnymi w Polsce, *Świat Nieruchomości*, 97(3/2016), 2016.

Marks-Bielska R., Kisiel R., Lizińska W., Uwarunkowania polityki polskiego rządu odnośnie rynku ziemi rolniczej w kontekście zakończenia okresu przejściowego nabywania nieruchomości rolnych przez cudzoziemców, *Problemy drobnych gospodarstw rolnych*, Kraków 2017 (w druku).

Mikołajczyk J., Problematyka obrotu nieruchomościami rolnymi w świetle projektowanych zmian ustawy o kształtowaniu ustroju rolnego. Referat wygłoszony na X Krajowej Konferencji Rynku Nieruchomości. Powszechnie Towarzystwo, Ekspertów i Doradców Nieruchomości, Łódź, 2016.

Rowiński J. Uwagi o propozycjach zmian przepisów regulujących rynek ziemi rolniej, Warszawa, 2014; http://www.efrwp.pl/dir_upload/download/thumb/1bcf04742fd6af6ba00f72ba4619.pdf (31.07.2017).

Wilkin J., Ziemia rolnicza – dobro wielofunkcyjne, *Wieś i Rolnictwo*, nr 1(162), 2014.

Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny, Dz.U.2014.0.121 z późn. zm.).

Ustawa z dnia 16 kwietnia 2016 r. o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa oraz o zmianie niektórych ustaw (Dz.U.2016.585).

Ustawa z dnia 11 kwietnia 2003 r. o kształtowaniu ustroju rolnego (Dz.U.2016.585).

Uzasadnienie z 13 stycznia 2016 r. Komunikat w sprawie projektu ustawy o wstrzymaniu sprzedaży nieruchomości Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa oraz o zmianie niektórych ustaw <http://www.minrol.gov.pl/Ministerstwo/Biuro-Prasowe/Informacje-Prasowe/Komunikat-w-sprawie-projektu-ustawy-o-wstrzymaniu-sprzedazy-nieruchomosci-Zasobu-Wlasnosci-Rolnej-Skarbu-Panstwa-oraz-o-zmianie-niektorych-ustaw> (13.10.2017)

Abstract

The aim of this study has been to explore how the Act on Halting Sale of Real Estate of the State Treasury Agricultural Property Stock influenced the trade of agricultural land. The survey, based on a questionnaire designed by the author, covered 120 farmers from three districts (the Districts of Ilawa, Olsztyn and Ostróda) in the Province of Warmia and Mazury, Poland. The survey was conducted in the first quarter of 2016. The results, together with a review of the literature as well as an analysis of the Act of 16 April 2016 on Act on Halting Sale of Real Estate of the State Treasury Agricultural Property Stock and Amending Certain Other Acts, have shown that the above law should contribute to more rational management of this specific resource, i.e. farmland (not expandable, not movable, essential for agricultural production), which was the legislator's intention. Many of the farmers who responded to the questionnaire (3/4 of respondents) implicated certain restrictions in land trade that they may encounter due to the above act of law, of which the strictest are the farmland purchase being restricted to individual, private farmers (41.67% of indications) and more paperwork connected to the land sale/purchase (40.0% indications). The research results confirm that non-market (familial) land trade in Poland occupies an important position, as over 2/3 of the respondents have received their farms from parents or parents-in-law, and another 13% have inherited farms from other relatives. Farms which had been either donated or inherited were then enlarged by adding farmland purchased or rented. The consequences of the above Act, also because of numerous exceptions it makes provisions for, e.g. a possibility to apply

for a special permit to sell or buy land, will be seen in the future, and therefore deserve further studies.

Key words: *farmer, agricultural real estate, agricultural land trade*

Informacje o autorach:

Dr hab. Renata Marks-Bielska, prof. dr hab. Roman Kisiel, mgr Emilia Bojkowska

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Wydział Nauk Ekonomicznych

Katedra Polityki Gospodarczej i Regionalnej

ul. Oczapowskiego 4

10-719 Olsztyn

Tel. 89 523 47 09

e-mail: renatam@uwm.edu.pl

Anna Milewska
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

Lic. Olga Regulska
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

CROWDFUNDING JAKO ALTERNATYWNE ŹRÓDŁO POZYSKANIA KAPITAŁU – ANALIZA PRZYPADKU

CROWDFUNDING AS AN ALTERNATIVE SOURCE FUNDING OF ACTIVITIES – CASE STUDY

Celem artykułu było przedstawienie alternatywnego rozwiązania problemu pozyskania środków pieniężnych w początkowym etapie organizowania i prowadzenia jednoosobowej działalności gospodarczej. Dokonano tego poprzez symulację finansowania crowdfundingiem, wybranego przedsięwzięcia dotyczącego rynku motoryzacyjnego Aby uwypuklić specyfikę finansowania społecznościowego (zarówno jego mocne jak i słabe strony), zaprezentowano konwencjonalne źródło pozyskania kapitału, do którego zaliczono kredyt bankowy. W artykule zamieszczono także uproszczone porównanie wymagań w odniesieniu do obydwu możliwości pozyskania kapitału na działalność gospodarczą.

Opracowanie to ma formę analizy przypadku i uzyskanych w ten sposób wyników nie należy uogólniać na inne projekty czy profile związane z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Słowa kluczowe: crowdfunding, działalność gospodarcza, kapitał.

Wstęp

Jednoosobowa działalność gospodarcza jest dynamicznie rozwijającą się formą prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce. Motywacje osób rozpoczynających tę działalność skupiają się wokół różnych kategorii decyzyjnych. Należy do nich m.in. chęć wprowadzenia na polski (lub międzynarodowy) rynek własnego innowacyjnego pomysłu na produkt lub usługę. Często powodem jest również chęć niezależnienia się od pracodawców, czy też zarządzania czasem według własnych potrzeb. Niezależnie od motywacji, zanim zapadnie decyzja o rozpoczęciu prowadzenia działalności, niezbędny jest biznesplan. W nim należy rozważyć pomysł na logo, strukturę przedsiębiorstwa, miejsce zarejestrowania firmy, plan marketingowy i wiele innych. Powstaje wówczas również pytanie, skąd pozyskać wystarczającą pulę środków pieniężnych na jego zrealizowanie i rozwój?

Konwencjonalne źródło pozyskania kapitału a crowdfunding

Finansowanie kapitałem obcym jakim jest kredyt bankowy, jest jedną z możliwości pozyskania kapitału przez osoby prowadzące działalność gospodarczą. Coraz częściej pojawiają się w katalogu usług bankowych także oferty tzw. kredytu na start. Pomimo wdrożenia tego typu działań, w polskich warunkach nie jest to jednak zjawisko powszechne. Tylko część instytucji podejmuje się ryzyka, jakie niesie ze sobą finansowanie nowo powstających przedsiębiorstw.

Jedną z propozycji dostępnych na rynku był „Kredyt na start” znajdujący się w ofercie mBanku. Na rozpoczęcie prowadzenia działalności maksymalna kwota kredytu wynosiła 10.000 zł, a po upływie 6 miesięcy od jej założenia jego wysokość maksymalna wzrastała do 30.000 zł. Kredyt charakteryzował się zmiennym oprocentowaniem (rozpoczynającym się od 7,9%). Proces wnioskowania o udzielenie kredytu miał ograniczoną liczbę niezbędnych dokumentów. Wszystkie obowiązkowe możliwe były do wypełnienia i dostarczenia drogą elektroniczną. Jednakże takie działanie dopuszczalne było jedynie po założeniu konta firmowego „mBiznes” na start.¹

Kolejnym kredytem przeznaczonym dla osób rozpoczynających prowadzenie działalności gospodarczej, był kredyt pod nazwą „na start” w Idea Banku. Instytucja oferowała przedsiębiorcom kredyt w postaci limitu kredytowego rozpoczynającego się od kwoty 5.000 zł na rachunku firmowym lub kredytu ratalnego rozpoczynającego się od wartości 10.000 zł udzielanego maksymalnie do kwoty 350.000 zł (obie oferty z okresem kredytowania do 5 lat). Gwarantowany był szybki i sprawny przebieg każdej operacji, oprocentowanie od 6,5%, gotowość środków, zerowe prowizje a także możliwość wnioskowania za pośrednictwem Internetu. W celu wyróżnienia oferty spośród innych, bank rozszerzył swoją ofertę o oprogramowanie umożliwiające m.in. wystawianie faktur. Na liście usług dodatkowych znalazł się również mobilny wplatomat, czyli nowe rozwiązanie banku umożliwiające wpłacenie gotówki w dowolnym miejscu i o dowolnej godzinie.²

Oferty banków zajmują uprzywilejowaną pozycję w zakresie współpracy finansowej z przedsiębiorstwami. Banki są podstawowym elementem ich funkcjonowania, co wynika m.in. z przepisów prawa tj. z obowiązku posiadania rachunku bieżącego przez każdy podmiot gospodarczy, z wyjątkiem mikroprzedsiębiorców.³ W związku z powyższym, wiele działalności ogranicza się tylko do finansowej współpracy z bankiem, gdyż wymaga to jedynie rozszerzenia jej o dodatkowe usługi. Sytuacja ta ma istotny wpływ na postrzeganie innych form finansowania.⁴ Jednak pomimo pewnych trudności, rozwija się wiele nowych niekonwencjonalnych źródeł finansowania. Do danego typu formy finansowania należy crowdfunding, którego proces pozyskania środków finansowych oparty jest głównie o

¹ <https://www.mbank.pl/firmy/kredyty/na-start/kredyty-na-start/>, dostęp z dnia 20 marca 2017

² www.ideabank.pl/kredyt-firmowy-na-start-od-1-dnia-dzialalnosci, dostęp z dnia 6 marca 2017

³ www.biznes.gov.pl/przedsiębiorcy/biznes-w-polsce/zakladam-firme/rachunek-bankowy-przedsiębiorcy-wpisanego-do-ceidg dostęp z dnia 4 grudnia 2017

⁴ A. Wolak-Tuzimek, Analiza porównawcza zewnętrznych źródeł finansowania działalności przedsiębiorstw, [w:] Studia i Materiały Rok 17, Nr 1/2013, Ludzie, zarządzanie, gospodarka, Wydział Zarządzania i Administracji Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, Kielce 2013, s. 243

funkcjonowanie Internetu, a dokładniej platform crowdfundingowych oraz mediów społecznościowych

Kwota dofinansowania zakończonej powodzeniem kampanii crowdfundingowej, przekazywana jest bezzwrotnie jej autorowi, jednakże należy jednorazowo pomniejszyć ją o prowizję dla portalu oraz podatek od spadków i darowizn. Jedne z portali - „Polak Potrafi”, świadczących tego typu usługi pobiera prowizję w wysokości 7,4% dla portalu oraz 2,5% dla operatora płatności. Dla porównania na portalu „Wspieram to” prowizja wynosi 8,5% dla portalu oraz 2,5% dla operatora płatności.⁵ W przypadku kredytu bankowego, jeśli wniosek zostanie rozpatrzony pozytywnie, przedsiębiorca otrzyma pełną przyznaną kwotę, która w określonym czasie i zasadach będzie podlegała zwrotowi do banku. Nawet w przypadku niepowodzenia w tworzeniu przedsiębiorstwa pożyczona suma pieniężna podlega zwrotowi. Decyzja o zaciągnięciu kredytu zobowiązuje również do zapłaty odsetek za zwłokę w sytuacji, gdy przedsiębiorca spóźni się ze spłatą raty⁶. Ponadto kredytobiorca związany jest z kredytem, przez okres co najmniej równy długości okresu kredytowania.

Istotną zaletą w prowadzeniu kampanii crowdfundingowej jest kontrola nad wszystkim, co jest związane z projektem, łącznie z kosztami, terminami, dostawą, marketingiem i relacją z klientami. Zdarza się, że opisywany produkt lub usługa cieszy się zainteresowaniem wśród internautów i jest ono na tyle duże, że wyniki finansowania zwiększają się nawet dwukrotnie.⁷ Pełen sukces związany jest jednak z zaangażowaniem w rozpowszechnianie kampanii wśród różnych grup społecznych. Przede wszystkim kwestie te dotyczą zachęt do dokonywania wpłat, z wykorzystaniem w tym celu działań marketingowych. W przypadku kredytu największe zaangażowanie niesie ze sobą ubieganie się o otrzymanie kredytu, kolejne etapy wymagają systematycznego i terminowego uregulowania wszystkich rat.

Crowdfunding – dotychczasowe doświadczenia w Polsce

Termin crowdfunding jest złączeniem słów crowd i funding i oznacza gromadzenie środków finansowych z (internetowego) tłumu. Motywacją takiego działania może być z punktu widzenia donatora – filantropia, sponsora – pozyskiwanie drobnych nagród rzeczowych, a inwestora – uzyskiwanie zysków ze sprzedaży, udziałów i akcji w przedsięwzięciach⁸.

Crowdfunding, to jeden z najszybciej rozwijających się mechanizmów XXI wieku, oparty na ciągłym rozwoju Internetu, systemów płatności oraz serwisów społecznościowych.⁹ Definiowany jest także, jako zbieranie za pośrednictwem Internetu

⁵F. Majewski, Przegląd polskich platform finansowania społecznościowego, http://www.pi.gov.pl/parp/chapter_86197.asp?soid=D043BA55E9544013956CCD0AA8635390 dostęp z dnia 11 marca 2017

⁶M. Zalewska, Bankowość, Wydawnictwo C.H.Beck Warszawa 2013, s. 80-81

⁷S. Steinberg, The Crowdfunding bible - How to raise money for any startup, video game, or project, <http://www.booksabouttechnology.com/>, dostęp z dnia 11 marca 2017

⁸D. Dziuba, Rozwój systemów crowdfundingu w globalnej gospodarce elektronicznej, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 798, Studia Informatica Nr 34, Szczecin 2014, s. 19

⁹D. Dziuba, Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania, [w:] Problemy Zarządzania vol. 10, nr 3 – Uwarunkowania zastosowań systemów informatycznych w gospodarce, [red:] Glinka B., Hensel P., Wydawnictwo Wydział Zarządzania Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2012 s.83-84

środków finansowych od wielu osób na określony cel oraz oferowanie w zamian świadczeń zwrotnych, wynikających z realizacji projektu.¹⁰ Jest to zatem proces pozyskania kapitału, w którym prośba o pomoc finansową na realizację własnego projektu kierowana jest do użytkowników Internetu, przy pomocy zaprojektowanych do tego celu platform internetowych. Najbardziej uniwersalnym modelem pozostaje ten oparty na nagrodach: reward-based crowdfunding¹¹.

Portal „Wspieram.to” od momentu powstania przeprowadził już wiele kampanii a ich liczba z roku na rok systematycznie wzrasta. W 2013 r. było to zaledwie 101 zgłoszonych projektów, natomiast w roku 2015 odnotowano ich 843. Powodzeniem zakończyły się 57 % z nich (483 kampanie). Rosnące zainteresowanie przyciągnęło ponad 71 tys. osób wspierających, którzy obdarowali pomysłodawców łączną kwotą równą 6 300 tys. zł.¹²

Portal „polak potrafi”, powstały w 2011 roku, umożliwił uzyskanie środków pieniężnych 2 839 projektom. Sukces w kampanii osiągnęła połowa z nich. Z pomocą 176 709 wspierających, na jeden projekt przypadło średnio 129% docelowych kwot. Rekord ustanowiony przez jeden z projektów to 385 615 zł uzyskany w 3 688 wpłatach [stan na 11.03.2017]. Projekt związany był z wybudowaniem Pomnika Armii Krajowej „Wstęgi Wolności” w Krakowie. Twórcy pomysłu potrzebowali 300 tys. zł na jego zrealizowanie, a więc osiągnęli wynik o 28% wyższy niż przewidywany.¹³

Projektem obsługiwanym przez portal „polak potrafi”, była także „Kocia kawiarnia”, czyli miejsce łączące ze sobą zwykłą kawiarnię oraz tymczasowy dom dla kotów ze schroniska, dzięki któremu mogłyby znaleźć swojego przyszłego właściciela. Autorka tego pomysłu potrzebowała na jego realizację 50 000. zł. W ramach budżetu miały zostać pokryte koszty zakupu akcesoriów dla kotów, wyposażenia baru (meble, lodówki, stoły czy krzesła) i przystosowanie go przede wszystkim do wymogów sanitarnych. W celu zainteresowania społeczności projektem, obok właściwie opracowanego opisu powstał także film promujący. Ponadto autorka kampanii zapewniła szeroki wachlarz nagród dla wspierających. Najbardziej dostępnym był bon na darmową kawę przy niewielkiej kwocie wsparcia. Kolejnymi były: torby, kubki z logo firmy, płyty, aż po ofertę tytułu „Głównego Sponsora” i związanymi z nim korzyściami, przy wpłacie wynoszącej, co najmniej 10 000 zł. Pomysł udało się zrealizować z nadwyżką, ponieważ łączna zebrana kwota to 57 967 zł¹⁴. Kawiarnia ta spowodowała tak duże zainteresowanie społeczeństwa, że powstają nowe placówki tego typu w innych dużych miastach Polski, również przy wykorzystaniu tej samej formy finansowania.

Charakterystyka założeń przedsiębiorstwa

Analizowany pomysł na biznes jest planem przedsiębiorstwa osoby fizycznej prowadzącej działalność na terenie aglomeracji warszawskiej. Głównym celem

¹⁰ K. Król, Crowdfunding od pomysłu do biznesu, dzięki społeczności, Wydawnictwo Croudfoing.pl, Warszawa 2013, s. 25

¹¹ B. F. Makowski, M. Gielzak, Crowdfunding, zrealizuj swój pomysł ze wsparciem cyfrowego tłumu, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2015, s. 76

¹² <https://wspieram.to/landing/trzeciok/index.html#kolarz>, dostęp z dnia 8 kwietnia 2017

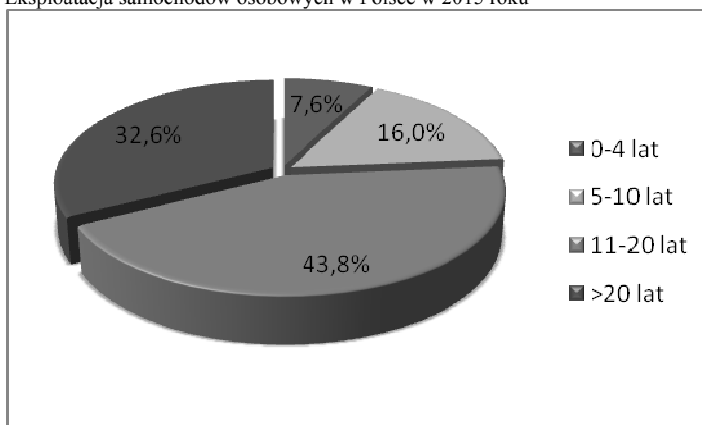
¹³ <https://polakpotrafi.pl/projekty/?cat=&typ=udane>, dostęp z dnia 22 marca 2017

¹⁴ <https://polakpotrafi.pl/projekt/kocia-kawiarnia>, dostęp z dnia 11 marca 2017

funkcjonowania przedsiębiorstwa jest poprawa stanu technicznego samochodów osobowych w zakresie mocy silnika i ilości wydzielanych spalin oraz jego ogólnego stanu w celu poprawy bezpieczeństwa. Firma będzie realizowała te cele poprzez chip tuning oraz pomiar mocy silników pojazdów mechanicznych z naciskiem na samochody osobowe. Chip tuning polega jedynie na niewielkiej modyfikacji¹⁵, natomiast w ofercie przedsiębiorstwa będzie również indywidualna usługa strojenia samochodu uzależniona od potrzeb klienta i specyfiki jego pojazdu.

Najważniejszym z celów przedsiębiorstwa jest zmniejszenie emisji spalin wydzielanych przez samochody osobowe w związku z podwyższonym poziomem indeksu jakości powietrza w 6 polskich miastach (w tym Warszawie i okolicach). Według Głównego Inspektoratu Ochrony Środowiska w mieście stołecznym Warszawa oraz w wielu innych miastach województwa mazowieckiego, jedną z głównych przyczyn przekroczenia dopuszczalnych norm zanieczyszczenia powietrza była tzw. emisja liniowa, czyli związane z ruchem komunikacji samochodowej spalanie paliw¹⁶. Tak duży wpływ komunikacji samochodowej ma swoje podłoże w „starzejącym się” parku samochodowym. Średni czas eksploatacji samochodu osobowego w Polsce w 2015 roku przekraczał 15 lat. Zaledwie 7,6% stanowiły samochody w przedziale do 4 lat (wykres 1), natomiast 32,6% samochodów osobowych to auta poruszające się po drogach dłużej niż 20 lat.

Wykres 1. Eksploatacja samochodów osobowych w Polsce w 2015 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie Branża motoryzacyjna. Raport 2016, Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego, Warszawa 2016.

Kolejnym celem jest umożliwienie świadczenia kompletnej usługi w jednym miejscu, poprzez zakup i montaż hamowni w siedzibie firmy. Większość jednostek nieposiadających takiej pracowni, wykonuje usługę na drogach publicznych wśród innych uczestników ruchu. Jest to szczególnie niebezpieczne ze względu na fakt, że

¹⁵ <http://bezpiecznapodroz.org/tuning-zgodny-z-prawem> dostęp z dnia 17 września 2017 oraz <http://www.gazetaprawna.pl/amp/831730,tuningowane-auto-musi-przejsc-przeklad-techniczny.html> dostęp z dnia 29 września 2017

¹⁶ http://www.gios.gov.pl/stansrodowiska/gios/pokaz_artykul/pl/front/raport_regionalny/mazowieckie#Ochrona%20powietrza dostęp z dnia 10 maja 2017

samochód podczas strojenie powinien pracować pod pełnym obciążeniem, oznacza to osiąganie wysokich prędkości, często niedozwolonych w miejscach wykonywania usługi. Tego typu niebezpieczeństwa można uniknąć korzystając z hamowni, która jest stacjonarnym stanowiskiem pomiarowym dającym możliwość dokonywania pomiarów parametrów technicznych pojazdu takich jak zużycie paliwa, moc silnika czy prędkość obrotowej bez konieczności przemieszczania się po drogach. Dodatkowo, w czasie takiego pomiaru, silnik ma mniejsze zapotrzebowanie na paliwo. Ponadto cały przebieg usługi byłby możliwy do obserwacji przez klienta.

Propozycje finansowe

Podstawowym celem finansowym jest wyposażenie warsztatu w niezbędne do wykonania usługi, narzędzia takie jak: klucze, śrubokręty, narzędzia pomiarowe, elektronarzędzia np. narzędzia do spawania, wiertarka, szlifierka, kompresor powietrza. Ponadto, podstawowymi urządzeniami do wykonywania zmiany parametrów silnika samochodu są komputery stacjonarne oraz mobilne. Wymienione sprzęty komputerowe obowiązkowo muszą być wyposażone w zakupione indywidualnie oprogramowanie stworzone do chip tuningu.

Natomiast jednym z głównych elementów kampanii jest zakup środka trwałego w postaci hamowni produkowanej przez firmę „Świątek”. Byłaby to hamownia QWD-MAXI obciążeniowa jednoosiowa¹⁷. Oznacza to, że pomiar dokonywany jest wyłącznie na jednej osi samochodu (dwóch kołach) z obciążeniem pozwalającym na uzyskanie warunków zbliżonych do tych panujących na drodze. Wraz z montażem hamowni w placówce firmy, niezbędne będzie wyposażenie warsztatu w wyciąg spalin zaopatrzonego w filtr powietrza.

Tabela 1. Planowane koszty związane z założeniem działalności

Przeznaczenie	Kwota brutto	
	(w zł)	(w %)
Narzędzia (np. klucze, śrubokręty itp.)	5 500,0	4,3
Elektronarzędzia (np. wiertarka, szlifierka itp.)	6 000,0	4,6
Sprzęt informatyczny - komputery:	6 000,0	4,6
2 komputery stacjonarne	2 000,0	1,5
2 komputery mobilne	4 000,0	3,1
Oprogramowanie	10 000,0	7,7
Hamownia QWD-MAXI Świątek	97 170,0	75,2
Wyciąg spalin	4 500,0	3,5
SUMA:	129 170,0	100,0

Źródło: Opracowanie własne.

¹⁷ <http://www.swiatek.com.pl/hamownie> dostęp z dnia 28 kwietnia 2017

Całkowity koszt jest równy wartości 129 170 zł, z czego największą część stanowi zakup hamowni (tabela 1). Jej koszt wynosi 97 170 zł brutto i stanowi 75,2% wszystkich planowanych kosztów. Pozostałe wydatki wynoszą około 32 000 zł. Właściciel jest w posiadaniu oszczędności własnych w wysokości 60 000 zł. W ramach tych środków pokryte zostaną koszty wyposażenia warsztatu z pominięciem kwoty netto środka trwałego najbardziej obciążającego rachunek kosztów. Możliwe jest jedynie opłacenie wartości podatku VAT w kwocie 18 170 zł. Dodatkowo, w ramach środków własnych zostaną pokryte koszty, nieuwzględnione w tabeli 1, związane z wyposażeniem biura. Ich wartość szacuje się na kwotę około 4 000 zł. Na pokrycie pozostałych kosztów związanych z zakupem hamowni w wysokości 79 000 zł niezbędne będzie finansowanie obce.

Symulacja procesu pozyskania środków finansowych

Symulacji została przeprowadzona na przykładzie oferty portalu polakpotrafi.pl ze względu na jego najdłuższy okres funkcjonowania na rynku polskim. Początek stworzenia kampanii na portalu polega na wstępnym opisanie pomysłu oraz jego głównej idei. Następnie jest on weryfikowany i poddany ocenie przez operatorów serwisu. W momencie, gdy weryfikacja zakończy się wynikiem pozytywnym, kolejnym etapem jest stworzenie kampanii. Składa na nią opis, film promujący, poziom wsparcia oraz system gratyfikacji osób finansujących projekt. Opis projektu będzie pokrywał się z opracowaną w artykule charakterystyką przedsiębiorstwa, celami, a w tym głównymi klientami oraz założeniami finansowanymi. W tej części zamieszczony zostanie również krótkometrażowy film promujący specyfikę przedsiębiorstwa, cel kampanii oraz uzasadnienie słuszności owego celu. Jego stworzenie jest procesem czasochłonnym i kapitałochłonnym, gdyż produkcja wizytówki trwającej od 15 sekund do 3 minut może kosztować 3 000 zł¹⁸. Cena ta może ulec podwyższeniu nawet do 5 000 zł¹⁹ w zależności od miejsca, czasu oraz rodzaju sprzętu niezbędnego do jego realizacji.²⁰

Kolejnym etapem jest określenie poziomu wsparcia wraz z obowiązkowym opracowaniem systemu gratyfikacji osób finansujących projekt. System gratyfikacji, to określenie, nagrody możliwej do uzyskania przez osobę finansującą projekt w zależności od wysokości wkładu, jaki zdecyduje się wpłacić na ten cel. Powstał on w oparciu o nagrody oferowane przez inne zrealizowane już kampanie oraz o dostępność, do niektórych z nich przez jej twórcę (tabela 2). Kolumna „a” przedstawia kwotę, możliwą do zaoferowania za przypisany do niej upominek, kolumna „b” natomiast przedstawia potencjalną liczbę tych nagród możliwą do zaproponowania finansującym projekt. Ostatnia z kolumn jest iloczynem kolumny „a” i „b”, przedstawiającą możliwą do uzyskania, z jednego rodzaju wsparcia, wysokość finansowania.

¹⁸ http://starnetmedia.pl/?page_id=211 dostęp z dnia 29 kwietnia 2017

¹⁹ <http://film.kastelnik.pl/portfolio/filmy-reportaze-wydarzen-3000-pln/> dostęp z dnia 29 kwietnia 2017

²⁰ <http://www.advertsplace.pl/co-wplywa-na-cene-filmu.html> dostęp z dnia 29 kwietnia 2017

Tabela 2. System gratyfikacji osób finansujących projekt

Lp.	Specyfikacja nagrody	Kwota (zł)	Ilość	Łączna kwota(zł)
		a	b	c = a * b
1	Wsparcie bez nagrody	5	∞	250
2	Podziękowania email + podziękowanie na stronie internetowej/Facebook	10	∞	200
3	Podziękowania email + podziękowanie na stronie internetowej/Facebook + statuetka z napisem "Strefa Super Pomocy"	20	50	1000
4	Zestaw 1: podziękowanie na stronie + choinka zapachowa do samochodu z logo firmy	30	∞	1400
5	Zestaw 2: naklejki firmowe (3szt.) + zapach do samochodu z logo firmy + plakat firmy (format A4)	50	40	2000
6	Zestaw 3: naklejki firmowe (3szt.) + zapach do samochodu z logo firmy + plakat (format A2)	75	40	3000
7	T-shirt z logo firmy + zapach do samochodu z logo firmy	100	40	4 000
8	Ładowarka samochodowa do telefonu + mocowanie samochodowe na telefon	150	20	3 000
9	Bluza z logo firmy	200	15	3 000
10	Sprawdzenie kondycji samochodu	250	30	7 500
11	Pomiar mocy samochodu na hamowni	300	30	9 000
12	BIG BOX - bluza z logo firmy + zestaw środków czystości do samochodu + naklejki firmowe (3szt.)	500	32	10 000
13	Przejazd na torze Łódź 800KM samochodem projektu firmy	750	4	3 000
14	Komplet narzędzi	1000	20	20 000
15	Usługa strojenia samochodu	1500	4	6 000
16	Stolik kawowy wykonany z silnika samochodowego	3000	2	6 000
SUMA :				79 350

Źródło: opracowanie własne.

Wsparcie bez nagrody oraz podziękowanie umieszczane na stronie internetowej lub profilu internetowym Facebook w postaci listy osób wspierających kampanię są pozycjami, których kwota pomocy jest relatywnie niska. Liczba wygenerowanych nagród tego typu została oznaczona w tabeli 2, jako znak nieskończoności „∞”, gdyż tę formę podziękowania można wygenerować w nieograniczonej ilości. Jednakże na potrzeby obliczeń, na podstawie wyników innych kampanii crowdfundingowych, przyjęto dla pierwszej z nich pulę 50 sztuk²¹, dla drugiej 20²². Innymi formami podziękowania za pomoc są: odzież, akcesoria samochodowe i inne gadzety z logo firmy. Pozycja 10, 11 i 15 oferuje wykonanie kompletnej usługi w ramach działalności

²¹ https://polakpotrafi.pl/projekt/kocia-kawiarnia?utm_source=projects dostęp z dnia 30 maja 2017

²² https://polakpotrafi.pl/projekt/obserwatorium?utm_source=projects dostęp z dnia 30 maja 2017

firmy. Dodatkowo pozycja 13 jest jedną z form prezentacji efektów strojenia samochodów przez firmę. Lista nagród stworzona została pod kątem osiągnięcia wyniku 79 000 zł przy zrealizowaniu potencjalnych ilości wszystkich oferowanych nagród.

W celu uruchomienia projektu obowiązkowe jest określenie terminu jej zakończenia oraz terminu, w jakim zostanie zrealizowane świadczenie wzajemne. Dolną granicą terminu realizacji projektu jest 21 dni od jej uruchomienia, natomiast górna granica nie została określona. Wykonanie świadczenia wzajemnego odbywa się już po zrealizowaniu kampanii. Wynika to z obowiązującego regulaminu, gdyż projekty, które nie osiągną określonego wyniku, są zamykane, a zebrana dotąd kwota na koncie operatora serwisu zwracana jest do osób finansujących. Ponadto, pomysłodawca nie może już udostępnić tego samego projektu na stronie serwisu. W sytuacji powodzenia kampanii, określa się ją jako zrealizowaną i środki trafiają do twórcy projektu. Kampanii nie można także zakończyć wcześniej niż w momencie upływu ustalonego terminu. Nie podlega on także skróceniu w sytuacji, kiedy pożądana kwota została osiągnięta. Dzięki takim założeniom możliwe jest uzyskanie kwoty o wiele od niej wyższej.

Za obsługę takiego przedsięwzięcia serwis Polak Potrafi pobiera prowizję określoną stawką procentową, dla której podstawą jest pozyskana pula środków finansowych. Prowizja wynosi 9,9% i pobierana jest wyłącznie od projektów, których kampanie zakończyły się sukcesem. Koszt obsługi tych, w których nie osiągnięto wsparcia, w pełni pokrywa serwis. W przypadku osiągnięcia planowanej kwoty 79 000 zł, prowizja ta wynosiłaby 7 821 zł, z czego 6 241 zł zasiliby konto serwisu, a pozostałe 1 975 zł wpłynęłoby na konto operatora płatności. Po odciążeniu prowizji operator przekazuje pozostałe zgromadzone środki finansowe, czyli 71 179 zł. Pomijając koszt prowizji, po otrzymaniu środków pieniężnych w wybranych przypadkach należy uiścić podatek spadków i darowizn²³. Warto nadmienić w tym miejscu, że jeśli dokonywane przez darczyńców wpłaty środków finansowych na realizację projektu nie przekroczą 4.902 zł od jednego darczyńcy, nie ma obowiązku realizacji tej daniny. Jednakże dla potrzeb tego artykułu przyjęto, że algorytm dla kwoty 71 179 zł wygląda następująco: 2 887 zł 90 gr i 20% nadwyżki ponad 20 556 zł.²⁴ Po dokonaniu obliczeń potencjalny podatek wynosi w sumie 13 012,5 (13 013) zł.

Kolejnym zobowiązaniem finansowym jest podziękowanie osobom finansującym. System gratyfikacji przedstawiony został w tabeli 3.

²³ Ustawa dnia 28 lipca 1983 r. o podatku od spadków i darowizn (Dz. U. 1983 Nr 45 poz. 207)

²⁴ Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 5 kwietnia 2017r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy o podatku od spadków i darowizn, (Dz.U.1983 nr 45 poz. 2017), art. 14.1

Tabela 3. Koszty realizacji systemu gratyfikacji dla osób finansujących projekt

Lp.	Specyfikacja nagrody	Ilość	Koszt (zł/szt.)	Łączny koszt (zł)
		a	b	c = a * b
1	Podziękowanie email	∞	0	0
2	Podziękowania email + podziękowanie na stronie internetowej/Facebook	∞	0	0
3	Podziękowania email + podziękowanie na stronie internetowej/Facebook + statuetka z napisem "Strefa Super Pomocy" ²⁵	50	8	700
4	Zestaw 1: podziękowanie na stronie + choinka zapachowa do samochodu z logo firmy ²⁶	∞	0,15	11
5	Zestaw 2: naklejki firmowe (3szt.) + zapach do samochodu z logo firmy + plakat firmy (format A3)	40	12	480
6	Zestaw 3: naklejki firmowe (3szt.) + zapach do samochodu z logo firmy + plakat (format A3)	40	13	520
7	T-shirt z logo firmy ²⁷ + zapach do samochodu z logo firmy	40	26	1 040
8	Ładowarka samochodowa do telefonu + mocowanie samochodowe na telefon	20	20	400
9	Bluza z logo firmy	15	90	1 350
10	Sprawdzenie kondycji samochodu	30	0	0
11	Pomiar mocy samochodu na hamowni	30	0	0
12	BIG BOX - bluza z logo firmy + zestaw środków czystości do samochodu + naklejki firmowe (3szt.)	20	149	2 980
13	Przejazd na torze Łódź 800KM samochodem projektu firmy	4	140	560
14	Komplet narzędzi	20	200	4 000
15	Usługa strojenia samochodu	4	0	0
16	Stolik kawowy wykonany z silnika samochodowego	2	100	200
SUMA:				12 241

Źródło: opracowanie własne.

Nagrody mogą przybierać różne formy, w zależności od możliwości twórcy. W analizowanym przypadku obserwuje się, że tylko 5 na 16 nagród nie wymaga żadnego dodatkowego wkładu na etapie procesu finansowania. Pozycja 1 i 2 w tabeli 3 jest nieodpłatną formą gratyfikacji, natomiast pozycje 10, oraz 15 są usługami w przyszłości świadczonymi przez firmę. Dlatego też, w procesie finansowania przedsiębiorstwa koszty z tego tytułu nie zostaną poniesione, a dopiero po jego zrealizowaniu i utworzeniu firmy. Nagrody uwzględnione w pozycjach 13 i 16 wymagają od pomysłodawcy pokrycia tylko części kosztów. W przypadku „przejazdu na torze Łódź 800KM samochodem projektu firmy” wymagane jest pokrycie opłaty upoważniającej do

²⁵ <http://www.calino.pl/oferta/produkt/statuetki/statuetki-z-tworzywa/1017/d485>, dostęp z dnia 18 maja 2017

²⁶ <http://imakk.pl/cennik/>, dostęp z dnia 18 maja 2017

²⁷ <http://www.nadruki.pl/koszulki.html>, dostęp z dnia 18 maja 2017

skorzystania z toru²⁸ oraz potencjalnego kosztu wykorzystania paliwa w tym czasie. Koszt pozycji „Stolik kawowy wykonany z silnika samochodowego” uwzględnia natomiast jedynie cenę elementów uzupełniających takich jak np. szkło²⁹. Główna część składowa produktu, czyli silnik, nie jest uwzględniona w kosztach ponieważ pomysłodawca jest w posiadaniu kilku egzemplarzy na cele inne niż eksploatacyjne. Zmniejszyło to znacząco koszty gratyfikacji. W przypadku pozostałych pozycji, na cele symulacji, w obliczeniach uwzględnione zostały średnie ceny rynkowe wymienionych produktów. Łączna wartość, przy założeniach zrealizowania powyższego kosztorysu, to 12 241 zł. Przyjmując, że uzyskana kwota wsparcia wyniesie dokładnie 79 000 zł, koszty związane z jej uzyskaniem, wyniosą łącznie 36 469,5 zł (tabela 4).

Tabela 4. Koszty związane z prowadzeniem kampanii crowdfundingowej

Przeznaczenie	Kwota	
	(w zł)	(w %)
Film promujący	3 000,0	8,2
Koszty gratyfikacji osób finansujących	12 300,0	33,6
Prowizja serwisu	6 241,0	17,1
Prowizja od operatora płatności	1 975,0	5,4
Potencjalny podatek od darowizny	13 012,50	35,7
SUMA:	36 469,50	100,0

Źródło: opracowanie własne.

Po odliczeniu kosztów od kwoty finansowanej, ta uzyskana do dyspozycji właściciela na cele realizacji inwestycji wyniesie 42 530,50 zł. Pokryje to zakup hamowni jedynie w ok. 54%. Obciążenia stałe takie jak prowizja i podatek, w łącznej kwocie 21 228,5 zł muszą być zaprojektowane, a te związane z prowizją poniesione. Jediną możliwością na tym etapie jest ograniczenie kosztów związanych z realizacją systemu gratyfikacji i filmu, które przy obecnych założeniach łącznie stanowią 41,4% wszystkich kosztów. Wyłączając je, pozostała kwota do dyspozycji wynosi 57 771,5 zł i pozwoliłaby pokryć inwestycję w 73%. Nawet gdyby nie zaistniał obowiązek podatkowy i można byłoby z kosztorysu usunąć pozycję 13 012,50 zł, to nadal kwota do dyspozycji byłaby niższa od zakładanej (70 784 zł). Środki finansowe według regulaminu przekazywane są pomysłodawcy w ciągu 14 dni od zakończenia kampanii.

Podsumowanie

Dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania działalności gospodarczej dla osób rozpoczynających jej prowadzenie, pomimo wielu potencjalnych możliwości, wydaje się być nadal utrudniony. Kwestią, która może stać się głównym powodem rezygnacji

²⁸ <http://www.tor-lodz.pl/cennik> dostęp z dnia 18 maja 2017

²⁹ <http://www.twojszklarz.pl/?dispatch=kreator.przygotuj&code=szklofloat&loc=13> dostęp z dnia 18 maja 2017

z wyboru tej formy jaką są kampanie społecznościowe, jest opracowanie optymalnego systemu gratyfikacji osób finansujących. Zgodnie bowiem z założeniem regulaminu pomoc ta nie może być bezinteresowna. Kolejnym znaczącym wydatkiem są koszty prowizji, gdyż angażują one blisko jedną dziesiątą planowanej kwoty finansowania a także potencjalny podatek od darowizny. Oznaczać to może, że cel finansowy, który twórca kampanii pragnie zdobyć, po odliczeniu opłat i kosztów może ulec zmniejszeniu nawet o około 20%, już w pierwszym etapie po pozytywnym zakończeniu kampanii crowdfundingowej. Warto podkreślić, że operatorzy takich serwisów nie promują samego powstania działalności, z czym wiąże się np. pokrycie składek na ubezpieczenia społeczne. Serwis wspiera jedynie określone projekty na zrealizowanie nowych i innowacyjnych pomysłów. Nie oznacza to jednak, że nie mogą być prowadzone w imieniu firmy, co więcej, kampania może także w konsekwencji prowadzić do jej powstania. Taka też sytuacja miałaby miejsce w opracowanej próbie symulacji. Proponowany biznesplan działalności zajmującej się chip tuningiem nie jest jednak innowacyjnym pomysłem. Czynniki ten może utrudnić poszukiwania potencjalnych finansujących gdyż chętniej wspierane są niespotykane dotąd rozwiązania. Wnioskuje się więc, że finansowanie społecznościowe nie jest źródłem środków pieniężnych dla każdego przyszłego przedsiębiorcy. Najważniejszą bowiem rolę w tych działaniach spełnia innowacyjna forma świadczenia danej usługi lub wytwarzania produktu. Darczyńcą środków pieniężnych jest każdy użytkownik portalu, dysponujący ograniczonymi środkami pieniężnymi, a więc do zrealizowania kampanii trzeba zainteresować swoim pomysłem, na przykładzie przytoczonego wydarzenia, około 400 osób. Wszystkie te czynniki powodują, że finansowanie społecznościowe nie może być traktowane jest pewne źródło finansowania, gdyż zaangażowanie i odpowiednie przygotowanie kampanii nie gwarantują osiągnięcia celu.

Literatura

- Branża motoryzacyjna. Raport kwartalny PZPM i KPMG, Edycja Q1/2017, PZPM i KPMG, Warszawa 2017, str. 30, 68 i 71
- Branża motoryzacyjna. Raport 2016, Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego, Warszawa 2016
- D. Dziuba, Rozwój systemów crowdfundingu w globalnej gospodarce elektronicznej, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 798, Studia Informatica Nr 34, Szczecin 2014, s. 19
- D. Dziuba, Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania, [w:] Problemy Zarządzania vol. 10, nr 3 – Uwarunkowania zastosowań systemów informatycznych w gospodarce, [red:] Glinka B., Hensel P., Wydawnictwo Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2012 s. 83-84
- K. Król, Crowdfunding od pomysłu do biznesu, dzięki społeczności, Wydawnictwo Croudfunding.pl, Warszawa 2013, s. 25
- F. Majewski, Przegląd polskich platform finansowania społecznościowego, http://www.pi.gov.pl/parp/chapter_86197.asp?soid=D043BA55E9544013956CCD0AA8635390 dostęp z dnia 11 marca 2017
- B. F. Makowski, M. Gielzak, Crowdfunding, zrealizuj swój pomysł ze wsparciem cyfrowego tłumu, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2015, s. 76
- Najlepszy rok na polskim rynku motoryzacyjnym od kilkunastu lat , <https://home.kpmg.com/pl/pl/home/media/press-releases/2017/02/najlepszy-rok-na-polskim-ryнку-motoryzacyjnym-od-kilkunastu-lat.html>, dostęp z dnia 9 maja 2017
- Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 5 kwietnia 2017r. W sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy o podatku od spadków i darowizn, (Dz.U.1983 nr 45 poz. 2017), art.14.1
- Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2012-2016,GUS, informacje i opracowania statystyczne, Warszawa 2016
- Transport Wyniki działalności w 2015 r., GUS, Informacje i opracowania statystyczne, Warszawa 2015

S. Steinberg, The Croudfunding bible - How to raise money for any startup, video game, or project, <http://www.booksabouttechnology.com/>, dostęp z dnia 11 marca 2017

Ustawa dnia 28 lipca 1983 r. o podatku od spadków i darowizn (Dz. U. 1983 Nr 45 poz. 207)

A. Wolak-Tuzimek, Analiza porównawcza zewnętrznych źródeł finansowania działalności przedsiębiorstw, [w:] Studia i Materiały Rok 17, Nr 1/2013, Ludzie, zarządzanie, gospodarka, Wydział Zarządzania i Administracji Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, Kielce 2013, s. 243

R. Wolny, Internet jako źródło informacji e-konsumentów o ofercie handlowej i usługowej przedsiębiorstw, <http://bibliotekacyfrowa.wsb.wroclaw.pl:8080/dlibra/docmetadata?id=516&from=publication>, dostęp z dnia 8 kwietnia 2017

M. Zalewska, Bankowość, Wydawnictwo C.H.Beck Warszawa 2013, s. 80 - 81

<http://www.advertsplace.pl/co-wplywa-na-cene-filmu.html> dostęp z dnia 29 kwietnia 2017

<http://www.baza-firm.com.pl/vsk/warsztaty-samochodowe/warszawa/strona-7/> dostęp z dnia 6 maja 2017

<http://bezpiecznapodroz.org/tuning-zgodny-z-prawem> dostęp z dnia 17 września 2017

www.biznes.gov.pl/przedsiębiorcy/biznes-w-polsce/zakladam-firme/rachunek-bankowy-przedsiębiorcy-wpisanego-do-ceidg dostęp z dnia 4 grudnia 2017

<http://www.calino.pl/oferta/produkt/statuetki/statuetki-z-tworzywa/1017/d485>, dostęp z dnia 18 maja 2017

http://www.gios.gov.pl/stansrodowiska/gios/pokaz_artikul/pl/front/raport_regionalny/mazowieckie#Ochrona%20powietrza dostęp z dnia 10 maja 2017

<http://www.ideabank.pl/kredyt-firmowy-na-start-od-1-dnia-dzialalnosci>, dostęp z dnia 6 marca 2017

<http://imakk.pl/cennik/>, dostęp z dnia 18 maja 2017

<http://www.gazetaprawna.pl/amp/831730,tuningowane-auto-musi-przejsc-przeklad-techniczny.html> dostęp z dnia 29 września 2017

<http://film.kastelnik.pl/portfolio/filmy-reportaze-wydarzen-3000-pln/> dostęp z dnia 29 kwietnia 2017

<https://www.mbank.pl/firmy/kredyty/na-start/kredyty-na-start/>, dostęp z dnia 20 marca 2017

<http://www.nadruki.pl/koszulki.html>, dostęp z dnia 18 maja 2017

<http://www.newsweek.pl/styl-zycia/liczba-samochodow-w-polsce-europie-i-na-swiecie-statystyki-artykuly,394554,1.html> dostęp z dnia 11 maja 2017

<https://polakpotrafi.pl/projekty/?cat=&typ=udane>, dostęp z dnia 22 marca 2017

<https://polakpotrafi.pl/projekt/kocia-kawiarnia>, dostęp z dnia 11 marca 2017

https://polakpotrafi.pl/projekt/kocia-kawiarnia?utm_source=projects dostęp z dnia 30 maja 2017

https://polakpotrafi.pl/projekt/obserwatorium?utm_source=projects dostęp z dnia 30 maja 2017

<http://sjp.pwn.pl/slowniki/tuning.html> dostęp 10 maja 2017

http://starnetmedia.pl/?page_id=211 dostęp z dnia 29 kwietnia 2017

<http://stat.gov.pl/statystyka-regionalna/rankingi-statystyczne/miasta-najwieksze-pod-wzglem-liczby-ludnosci/> dostęp z dnia 9 maja 2017

<http://www.swiatek.com.pl/hamownie> dostęp z dnia 28 kwietnia 2017

<http://www.tor-lodz.pl/cennik> dostęp z dnia 18 maja 2017

<http://www.twojszklarz.pl/?dispatch=kreator.przygotuj&code=szklofloat&loc=13> dostęp z dnia 18 maja 2017

<https://wspieram.to/landing/trzeciok/index.html#kolarz>, dostęp z dnia 8 kwietnia 2017

Summary

The purpose of this article is to present the reader an alternative method of resolving the issue of acquiring funds in the preliminary stage of establishing and running a sole proprietorship. It has been achieved through the simulation of crowdfunding an exemplary automotive market venture. To underline the specifics of this particular type of funding, both favourable and adverse, the author presents it together with another source of finance – a bank loan. The article compares requirements of both methods of funding a business venture.

This paper has been presented as a case study therefore any conclusions should not be generalised and used as a basis for any other project or profile of a business venture.

Key words: business activity, finance sources, crowdfunding.

Informacje o autorach:

Dr inż. Anna Milewska

Katedra Finansów

Wydział Nauk Ekonomicznych

e-mail: anna_milewska1@sggw.pl

Lic. Olga Regulska

Wydział Nauk Ekonomicznych

Olga Podlińska
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Przetwórstwo spożywcze w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej

FOOD PROCESSING IN POLAND AGAINST THE EUROPEAN UNION COUNTRIES

Celem artykułu jest ukazanie pozycji polskiego przetwórstwa spożywczego na tle przetwórstwa spożywczego w krajach Unii Europejskiej oraz przedstawienie przetwórstwa spożywczego w Polsce na tle całego przemysłu. Realizację podjętej tematyki rozpoczęto od studiów literaturowych pozycji krajowych jak i międzynarodowych. W części empirycznej wykorzystano dane publikowane przez Europejski Urząd Statystyczny EUROSTAT oraz Główny Urząd Statystyczny GUS. W celu zobrazowania pozycji przetwórstwa spożywczego posłużono się udziałem procentowym produkcji sprzedanej przemysłu spożywczego w ogólnej wartości produkcji sprzedanej przemysłu. Biorąc pod uwagę udział całkowitej wartości produkcji sprzedanej w krajach Unii Europejskiej w 2016 r. Polska znalazła się wśród liderów krajów członkowskich, zajmując szóstą pozycję. Z udziałem 4% uplasowała się za Niemcami, Włochami, Francją, Wielką Brytanią i Hiszpanią. Zestawienia w opracowaniu dotyczą lat 2015 i 2016.

Słowa kluczowe: przetwórstwo spożywcze, przemysł, przemysł spożywczy

Wstęp

Przetwórstwo spożywcze w Polsce jest jednym z najważniejszych i najbardziej dynamicznie rozwijających się działów krajowej gospodarki. Jego pozycja, w porównaniu do przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w krajach Unii Europejskiej, jest dużo silniejsza niż innych dziedzin gospodarki. Jest to między innymi następstwem wieloletnich przemian strukturalnych i systemowych, które miały miejsce po 1989 roku, skutkujących uzyskaniem poziomu nowoczesności zbliżonego do największych potęg na tym rynku, tj. Francji, Niemiec, Włoch, Wielkiej Brytanii i Hiszpanii¹. Zmiany te były wymuszane również przez rynek i konkurencję wewnętrzną związaną z dostosowaniem naszego przemysłu spożywczego do funkcjonowania na rynku unijnym. Dotyczyły one wszystkich branż, choć zmiany te w poszczególnych branżach miały inny charakter². Procesy integracji europejskiej wpłynęły na przetwórstwo spożywcze poprzez szczegółowe regulacje dotyczące jakości żywności oraz warunków jej produkcji i obrotu jak również przez stosowanie szerokiego zakresu bezpośredniej lub pośredniej

¹ A. Kowalski: Polski przemysł spożywczy po integracji. Biuletyn informacyjny MRi RW Nr 3/2005 (94), Warszawa 2005, s.7.

² G. Rybicki: Przemiany w przemyśle spożywczym na przykładzie branży mleczarskiej. Roczniki Naukowe SERiA, tom VIII, z. 2, Warszawa 2006, s.182.

interwencji na rynku rolno-żywnościowym oraz stosowanie administracyjnych procedur, ograniczających rynkowe mechanizmy regulacji³. Producenci żywności zmuszeni zostali także do stosowania unijnego prawa ochrony konsumenta i konkurencji, ochrony środowiska, regulacji dotyczących pomocy publicznej itd. Wraz z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej zaczęło obowiązywać prawo wspólnotowe, dyrektywy i rozporządzenia, a zniesiono obligatoryjność stosowania polskich norm m.in. branżowych⁴.

Cele i metody badawcze

Celem artykułu jest ukazanie pozycji polskiego przetwórstwa spożywczego na tle przetwórstwa spożywczego w krajach Unii Europejskiej oraz przedstawienie przetwórstwa spożywczego w Polsce na tle całego przemysłu. Do realizacji celu wykorzystano literaturę krajową jak i międzynarodową. W części empirycznej wykorzystano dane Europejskiego Urzędu Statystycznego EUROSTAT oraz Głównego Urzędu Statystycznego GUS. Badania obejmują producentów artykułów spożywczych oraz producentów napojów, w tym napojów alkoholowych oraz producentów wyrobów tytoniowych. Dotyczą zatem Sekcji C Polskiej Klasyfikacji Działalności, działy: 10, 11 i 12. Pozycję przemysłu spożywczego w gospodarce narodowej można określić za pomocą takich wskaźników jak:

1. Procentowy udział produkcji sprzedanej przemysłu spożywczego w ogólnej wartości produkcji sprzedanej przemysłu.
2. Procentowy udział zatrudnienia w przemyśle spożywczym w ogólnym zatrudnieniu w przemyśle.
3. Procentowy udział nakładów inwestycyjnych w przemyśle spożywczym w ogólnych nakładach przemysłu⁵.

W opracowaniu wykorzystano procentowy udział produkcji sprzedanej przemysłu spożywczego w ogólnej wartości produkcji sprzedanej przemysłu. Ze względu na brak kompletnych danych dotyczących polskiego przemysłu za rok 2016, dane w opracowaniu dotyczą lat 2015 i 2016. Uwzględniając brak jednoznaczności w definiowaniu pojęć w literaturze przedmiotu, przetwórstwo spożywcze i przemysł spożywczy stosowano zamiennie.

Przetwórstwo spożywcze w Polsce i krajach Unii Europejskiej

Przemysł spożywczy jest największym sektorem produkcji w Unii Europejskiej pod względem miejsc pracy i wartości dodanej. Komisja Europejska pracuje nad poprawą konkurencyjności sektora spożywczego i funkcjonowania jednolitego rynku żywności. Dąży też do stworzenia nowych możliwości handlowych dla produktów spożywczych i

³ Przemiany przemysłu spożywczego w latach 1988-2003. Praca zbiorowa pod redakcją naukową R. Urbana, Wydawnictwo IERiGŻ, Warszawa 2004, s. 12.

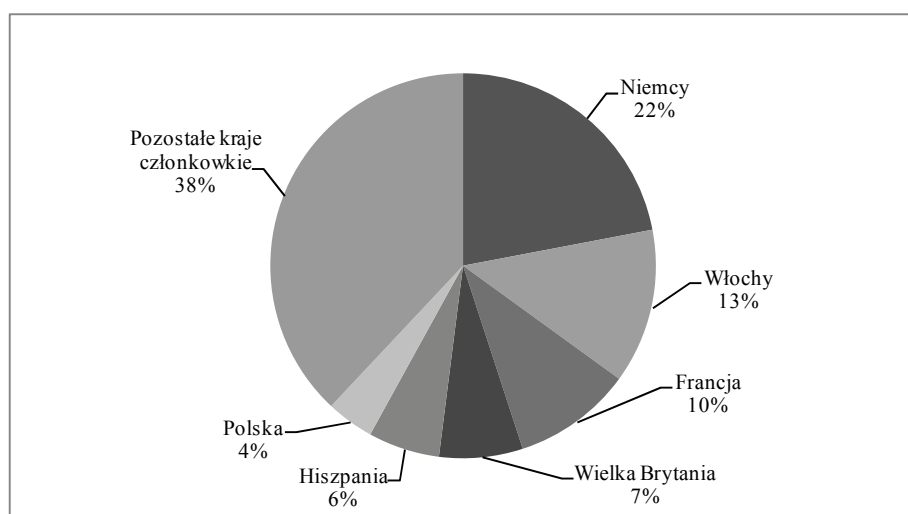
⁴ R. Wierzejska: Bezpieczeństwo żywności w Polsce w okresie członkostwa w Unii Europejskiej. Przemysł spożywczy, Tom 69, nr 2, Wydawnictwo SIGMA-NOT, Warszawa 2015, s.2.

⁵ F. Kapusta: Przemysł spożywczy w Polsce i jego baza surowcowa. Ekonomia XXI wieku nr 2 (6), Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2015, s. 15.

napojów⁶. Znalazienie nowych rynków zbytu powinno być celem priorytetowym dla wszystkich organizacji wspomagających sprzedaż tego typu produktów.

Z wcześniejszych badań dotyczących przemian polskiego przemysłu spożywczego wynika, że przed wstąpieniem Polski do Unii Europejskiej wydajność pracy w tym sektorze w Polsce była dwukrotnie niższa od przeciętnego poziomu krajów członkowskich i trzykrotnie niższa od poziomu krajów wyróżniających się najwyższym poziomem rozwoju tego sektora⁷. Gołaś w swoich badaniach zwraca uwagę na poprawę wydajności pracy w polskim przemyśle spożywczym, jaka nastąpiła w pierwszych latach naszego członkostwa w Unii Europejskiej. Jej poziom jednak był o około 60% niższy niż przeciętnie we Wspólnocie⁸. Polskę zaliczyć można do tych państw członkowskich, w których udział produktów przemysłu spożywczego w eksporcie produktów rolno-spożywczych należy do najwyższych. Jest to ok 80%. Potencjał Polski dotyczący m.in. liczby ludności, produktu krajowego brutto czy wartości produkcji sprzedanej przemysłu spożywczego umożliwia zaklasyfikowanie naszego kraju wśród unijnych liderów⁹.

Pozycja i siła przemysłu spożywczego w gospodarkach krajów Unii Europejskiej jest zróżnicowana. Świadczy o tym wkład tego działu przemysłu do produktu krajowego brutto (PKB) lub relacja wartości produkcji sprzedanej (WPS) przemysłu spożywczego do PKB.



Rysunek 1. Udział całkowitej wartości produkcji sprzedanej przemysłu w krajach Unii Europejskiej w 2016r.
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych EUROSTAT

⁶ <https://ec.europa.eu>

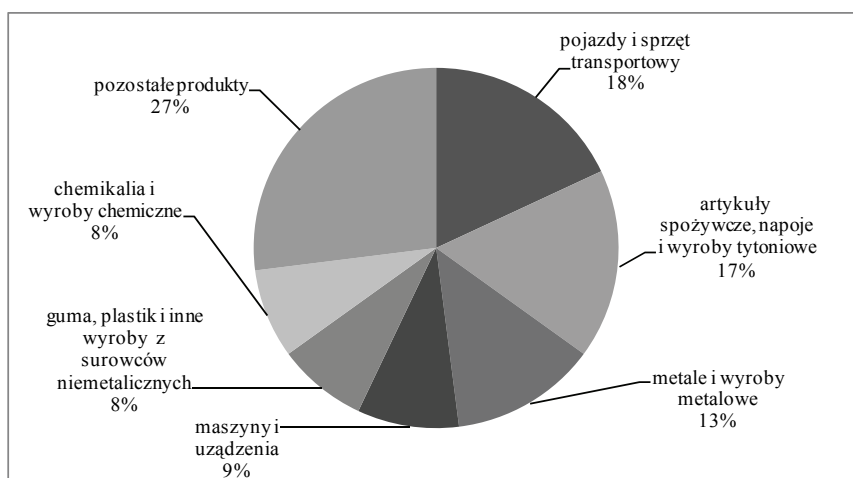
⁷ Przemiany przemysłu spożywczego, op.cit., s. 193

⁸ Z. Gołaś: Czynniki kształtujące wydajność pracy w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego. Zagadnienia Ekonomiki Rolnej, nr 4, Warszawa 2010, s. 39

⁹ Przemysł spożywczy- makroocenienie, inwestycje, ekspansja zagraniczna. Praca zbiorowa pod redakcją naukową I. Szczepaniak, K. Firlej, Wydawnictwo Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2015, s. 98.

Rysunek 1, dotyczący roku 2016, przedstawia udział poszczególnych państw członkowskich w całkowitej wartości produkcji sprzedanej przemysłu wytworzonej przez wszystkie kraje unijne. Prawie dwie trzecie wartości produkcji sprzedanej w Unii Europejskiej wygenerowane zostało przez sześć państw członkowskich. Wśród nich Polska z udziałem 4%, znalazła się na szóstej pozycji za: Niemcami, których udział wynosi 22%, Włochami, Francją, Wielką Brytanią i Hiszpanią.

Mówiąc o wartości produkcji sprzedanej warto również przyrzeć się jakie działy produkcji dominują. Zatem rysunek 2 przedstawia wartość produkcji sprzedanej według działalności produkcyjnej dla wszystkich krajów Unii Europejskiej.



Rysunek 2. Wartość produkcji sprzedanej według działalności produkcyjnej Unii Europejskiej w 2016r.
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych EUROSTAT

Wartość produkcji sprzedanej we wszystkich krajach Wspólnoty koncentruje się na czternastu grupach działalności. Sześć z tych grup stanowi ponad 70% całości. Produkcja artykułów spożywczych, napojów i wyrobów tytoniowych, produkcja metali i wyrobów metalowych oraz produkcja pojazdów i sprzętu transportowego stanowiła blisko 50% wartości produkcji sprzedanej.

Podobny udział poszczególnych działów gospodarki dotyczy też Polski, co przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Udział produkcji sprzedanej wyrobów przemysłowych według działów gospodarki w 2015r.

Dział gospodarki	Udział procentowy
artykuły spożywcze, napoje i wyroby tytoniowe	21,4
drewno i wyroby z drewna i korka	2,4
papier i wyroby z papieru	3,5

koks i paliwa stałe z węgla i torfu oraz produkty rafinacji ropy naftowej	8,4
chemikalia i wyroby chemiczne	6,2
wyroby z gumy i tworzyw sztucznych	6,6
wyroby z mineralnych surowców niemetalicznych	4
metale i wyroby metalowe	11,5
komputery, wyroby elektroniczne i optyczne	3
urządzenia elektryczne i nieelektryczne AGD	5,2
pozostałe maszyny i urządzenia	3,7
pojazdy samochodowe, przyczepy i naczepy i sprzęt transportowy	13,1
meble	3,6
inne	7,4
ŁĄCZNIE	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

W Polsce, podobnie jak w całej Unii Europejskiej, produkcja artykułów spożywczych, napojów i artykułów tytoniowych wyróżniała się największym udziałem w produkcji sprzedanej przemysłu. Kolejne dwa działy to, analogicznie jak w krajach unijnych, wyposażenie transportowe i wyroby z metalu. Do kategorii inne zostały zaliczone pozostałe działy gospodarki, których udział produkcji sprzedanej wynosił nie więcej niż 2%. Są to m.in. leki i wyroby farmaceutyczne czy odzież i wyroby tekstylne.

Pozycja przetwórstwa spożywczego w przemyśle

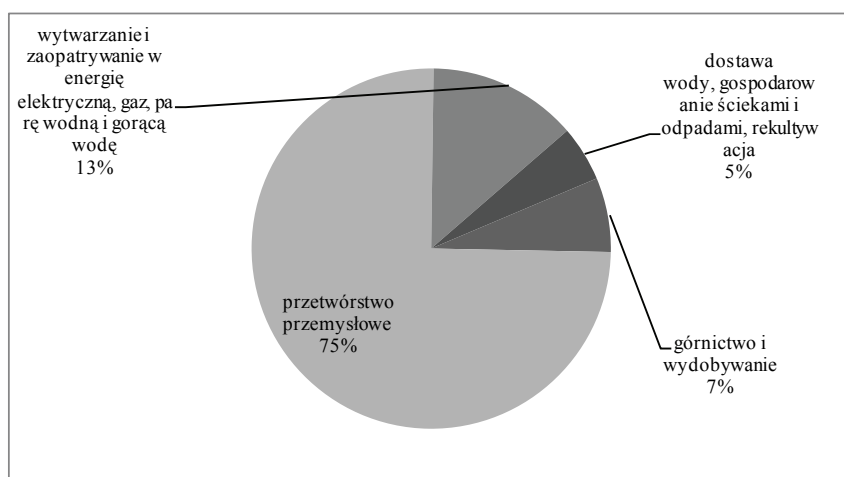
Przetwórstwo spożywcze obejmuje bardzo szeroki obszar działalności. Funkcjonują w nim firmy zajmujące się zarówno przetwórstwem produktów zwierzęcych jak i roślinnych. Produkty mogą być nisko przetworzone jak i być efektem zaawansowanych procesów technologicznych¹⁰. Tak rozległy obszar działalności przemysłu spożywczego jako jednego z działów agrobiznesu, stanowi o wysokim znaczeniu przemysłu spożywczego w gospodarce narodowej¹¹. Jest on istotny, o czym świadczy m.in.

¹⁰ The competitive position of the European food and drink industry. Final report European Commission, Brussels 2016, s. 31.

¹¹ P. Beba, W. Poczta: Rozwój i rola polskiego przemysłu spożywczego w warunkach akcesji do Unii Europejskiej. Zeszyty Naukowe Polityki Europejskiej, Finanse i Marketing nr 11(60), Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2014, s. 11.

stosunek wartości produkcji sprzedanej tego działu przemysłu do wielkości PKB¹². Potwierdzenie znaczenia przetwórstwa spożywczego w całej gospodarce określono poprzez wskazanie udziału tego działu w produkcji sprzedanej i wartości dodanej brutto, co przedstawiają rysunki 3 i 4.

Produkt krajowy brutto stanowi końcowy rezultat działalności produkcyjnej jednostek. Zgodnie z metodyką Głównego Urzędu Statystycznego może być zdefiniowany, zgodnie z podejściem od strony produkcji, jako suma wartości dodanej brutto poszczególnych sektorów instytucjonalnych lub poszczególnych gałęzi. Powiększona jest ona o podatki od produktów pomniejszone o dotacje do produktów. Jest zatem pozycją bilansującą rachunku produkcji gospodarki ogółem¹³. Natomiast wartość dodana brutto stanowi część wytworzonej w przemyśle produkcji globalnej jaka pozostaje po odliczeniu wartości zużycia pośredniego¹⁴. Podział wartości dodanej brutto całego przemysłu w Polsce w 2015 roku przedstawia poniższy rysunek.



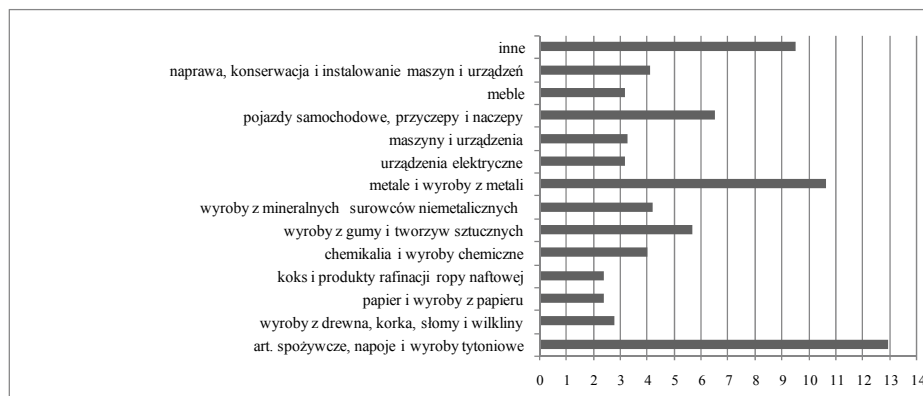
Rysunek 3. Wartość dodana brutto przemysłu w Polsce według sekcji w 2015r.
Źródło: opracowanie własne na podstawie rocznika statystycznego przemysłu 2016

W roku 2015 przetwórstwo przemysłowe stanowiło 75% wartości dodanej brutto całego przemysłu. Pozostałe trzy działy miały łączny udział na poziomie 25%, przy czym górnictwo i wydobywanie oraz dostawa wody, gospodarowanie ściekami i odpadami i rekultywacja stanowił mniejszy udział łącznie niż wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną i gorącą wodę. Zainteresowanie budzi udział poszczególnych sekcji należących do przetwórstwa przemysłowego. Rozwinięcie tej części obrazuje rysunek 4.

¹² I. Szczepaniak, J. Drożdż, M. Tereszczuk: Zmiany struktury podmiotowej przemysłu spożywczego w Polsce. Przemysł spożywczy, tom 70, nr 6, Wydawnictwo SIGMA-NOT, Warszawa 2016, s. 8.

¹³ www.stat.gov.pl

¹⁴ Rocznik statystyczny przemysłu 2016: Główny Urząd Statystyczny, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2016, s. 73.



Rysunek 4. Wartość dodana brutto przetwórstwa przemysłowego według sekcji 2015r. (w odsetkach)
 Źródło: opracowanie własne na podstawie rocznika statystycznego przemysłu 2016

Na podstawie, przedstawionej na wykresie 4, wartości dodanej brutto przetwórstwa przemysłowego w podziale na sekcje zaobserwować można, że produkcja artykułów spożywczych, napojów i wyrobów tytoniowych wyróżnia się największym udziałem w wartości dodanej brutto przetwórstwa przemysłowego w 2015 roku. Wynosi on 12,9%. W tym produkcja napojów i wyrobów tytoniowych wynosiła odpowiednio 1,5% i 1,1%. Na uwagę zasługuje obok przetwórstwa spożywczego również produkcja metali i wyrobów z metali z udziałem 10,6% oraz produkcja pojazdów samochodowych, przyczep i naczep, której udział wynosił 6,7%. Do wspólnej kategorii „inne”, ze względu na niski udział należą pozostałe sekcje przetwórstwa przemysłowego, których udział stanowi poniżej 2%. Są to m.in. produkcja komputerów, wyrobów elektronicznych i optycznych, poligrafia i reprodukcja zapisanych nośników informacji czy produkcja wyrobów farmaceutycznych.

Podsumowanie

Członkostwo Polski w Unii Europejskiej to czas wyróżniający się dużymi zmianami w przetwórstwie spożywczym. Wynika to między innymi z procesu dostosowawczego do wymogów integracji z UE oraz możliwości rozwoju w postaci otwarcia granic na konkurencję międzynarodową.

Obecnie polski przemysł spożywczy jest liczącym się konkurentem na wspólnym rynku unijnym. Polska jest szóstym producentem żywności w Unii Europejskiej. W roku 2016 udział Polski w całkowitej wartości produkcji sprzedanej w krajach Unii Europejskiej wynosił 4%. W czołówce znalazły się takie kraje jak Niemcy, Włochy, Francja, Wielka Brytania i Hiszpania. Analizując wartość produkcji sprzedanej Wspólnoty według działalności produkcyjnej największym 18% udziałem charakteryzowała się produkcja pojazdów i sprzętów transportowych. Drugim działem było przetwórstwo spożywcze z 17% udziałem. Podobna sytuacja miała miejsce w Polsce w 2015 roku, gdzie udział produkcji sprzedanej wyrobów przemysłowych należących do produkcji artykułów spożywczych, napojów i wyrobów tytoniowych był największy i wynosił 21,4%. Kolejno drugie i trzecie miejsce zajmowała produkcja

pojazdów i sprzętu transportowego oraz produkcja metali i wyrobów z metali. W odniesieniu do wartości dodanej brutto przetwórstwa przemysłowego zaobserwowano podobną kolejność wśród dominujących działów gospodarki. Przy czym drugą pozycję zajęła produkcja metali i wyrobów z metali, a trzecią produkcja pojazdów samochodowych i sprzętu transportowego. Przetwórstwo spożywcze wyróżniało się największym udziałem w wartości dodanej brutto przetwórstwa przemysłowego w 2015 roku.

Bibliografia

- Beba P., Poczta W.: Rozwój i rola polskiego przemysłu spożywczego w warunkach akcesji do Unii Europejskiej, Zeszyty Naukowe Polityki Europejskie, Finanse i Marketing nr 11(60), Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2014
- Gołaś Z.: Czynniki kształtujące wydajność pracy w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego, Zagadnienia Ekonomiki Rolnej nr 4, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2010
<https://ec.europa.eu>
- Kapusta F.: Przemysł spożywczy w Polsce i jego baza surowcowa, Ekonomia XXI wieku nr 2 (6), Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2015
- Kowalski A.: Polski przemysł spożywczy po integracji, Biuletyn informacyjny MRi RW Nr 3/2005 (94), Warszawa 2005
- Przemiany przemysłu spożywczego w latach 1988-2003, Praca zbiorowa pod redakcją naukową R.Urbana, Wydawnictwo IERiGŻ, Warszawa 2004
- Przemysł spożywczy- makrootoczenie, inwestycje, ekspansja zagraniczna, Praca zbiorowa pod redakcją naukową I. Szczepaniak, K. Firlej, Wydawnictwo Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2015
- Rocznik statystyczny przemysłu 2016: Główny Urząd Statystyczny, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2016
- Rybicki G.: Przemiany w przemyśle spożywczym na przykładzie branży mleczarskiej, Roczniki Naukowe SERiA tom VIII, z. 2, Warszawa 2006
- Szczepaniak I., Drożdż J., Tereszczuk M.: Zmiany struktury podmiotowej przemysłu spożywczego w Polsce, Przemysł spożywczy tom 70, nr 6, Wydawnictwo SIGMA-NOT, Warszawa 2016
- The competitive position of the European food and drink industry, Final report European Commission, Brussels 2016
- Wierzejska R.: Bezpieczeństwo żywności w Polsce w okresie członkostwa w Unii Europejskiej, Przemysł spożywczy tom 69, nr 2, Wydawnictwo SIGMA-NOT, Warszawa 2015
www.stat.gov.pl

Summary

The aim of the article is to present the position of the Polish food processing sector in the context of food processing in the European Union countries and to present the food processing in Poland against the whole industry production. The execution of the subject in question started with the literature studies of national and international positions. In the empirical part the data published by the European Statistical Office EUROSTAT and the Central Statistical Office of Poland (GUS) were used. The share of the sold food industry production in the total value of the sold industrial production was used to illustrate the position of the food processing sector. Taking into account the total value of sold production in the European Union countries in 2016, Poland was among the leaders of the member states, occupying the sixth position. With the share of 4% it was placed after Germany, Italy, France, Great Britain and Spain. The comparisons are for the years 2015 and 2016.

Key words: food processing, industry, food industry

Informacje o autorze:

mgr Olga Podlińska

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Wydział Nauk Ekonomicznych

Katedra Polityki Europejskiej i Marketingu

e-mail: olgapodlinska@gmail.com

Małgorzata Raczkowska
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

Nierówności ekonomiczne w Unii Europejskiej

ECONOMIC INEQUALITY IN THE EUROPEAN UNION

Artykuł podejmuje fundamentalne kwestie odnoszące się do istoty i pomiaru nierówności ekonomicznych. Praca została wykonana na podstawie analizy i syntezy literatury przedmiotu oraz zebranych danych statystycznych. Przeprowadzono analizę poszczególnych wymiarów nierówności ekonomicznych w krajach Unii Europejskiej w 2010 i 2015 roku. Uzyskane wyniki potwierdziły występowanie nierówności ekonomicznych pomiędzy krajami Unii Europejskiej. Największe różnice odnotowano w poziomie luki płacowej oraz w wartościach współczynnika Giniego. Najwyższe nierówności dochodowe odnotowano w Bułgarii, Rumunii, w państwach bałtyckich a także w krajach południa Europy tj. w Hiszpanii, Portugalii oraz Grecji, natomiast najniższe w Słowacji, Czechach, Słowenii, Szwecji oraz w Finlandii.

Słowa kluczowe: dochód, nierówności dochodowe, jakość życia.

Wstęp

Nierówność bogactwa i dochodów jest cechą każdej gospodarki wolnorynkowej. Zjawisko to powoduje, że pewna część społeczeństwa przeważa nad innymi w wielu wymiarach życia. Ma to swój wyraz między innymi w wysokości płac, w dostępie do różnego rodzaju dóbr, do edukacji, do opieki zdrowotnej, czy też wtedy kiedy ludzie nie mają jednakowych praw.

Pomimo licznych badań i analiz nierówności ekonomicznych, ciężko jest uznać je za kompletne. Wynika to przede wszystkim z braku powszechnej zgody co do potrzeby istnienia nierówności. Wciąż bowiem rozpatruje się niewyjaśniony problem: Czy nierówności są pożądane, a jeśli tak, to jak duże? Dążeniem współczesnych gospodarek jest bowiem stworzenie równości szans, nie zaś równości wyników.

Celem artykułu jest ocena kształtowania się nierówności ekonomicznych w zakresie jakości życia w krajach Unii Europejskiej w roku 2010 i 2015. Do realizacji celu badawczego wykorzystano literaturę przedmiotu oraz zbiory gromadzone przez Europejski Urząd Statystyczny Eurostat. W badaniach zastosowano statystykę opisową i analizę korelacji.

Nierówności ekonomiczne w ujęciu teoretycznym

Pojęcie nierówności jest zagadnieniem wielowymiarowym i uniwersalnym, używanym zarówno w naukach ścisłych jak i humanistycznych. Można je rozpatrywać na poziomie ekonomicznym, politycznym, kulturowym, społecznym, czy nawet psychologicznym.

Zawsze jednak, bez względu na przyjęty aspekt, traktowane są jako zaprzeczenie równości.¹

W literaturze przedmiotu dostępnych jest wiele różnych definicji nierówności ekonomicznych, które wyjaśniają jego istotę w szerszym lub węższym ujęciu. Odnoszą się one zazwyczaj do rozkładu płac, dochodów, dóbr i usług lub stanu posiadania majątku w danym społeczeństwie lub pomiędzy krajami.² Można zatem w ramach nierówności ekonomicznych wyróżnić nierówności: płacowe, dochodowe oraz majątkowe.³ Nierówności płacowe dotyczą zróżnicowania rozkładu wynagrodzenia za pracę najemną i mogą być mierzone jako nierówności płac miesięcznych czy też godzinowych stawek płacy. Nierówności dochodowe występują w sytuacji, kiedy dochody uzyskiwane przez poszczególne osoby, gospodarstwa domowe lub grupy społeczne są niejednakowe, tzn. pewne gospodarstwa dysponują większymi dochodami niż pozostałe, a w konsekwencji mogą w większym stopniu korzystać z wytwarzanych w gospodarce dóbr i usług. Z kolei nierówności majątkowe zwykle mierzy się w kategoriach majątku netto, czyli różnicy pomiędzy majątkiem brutto a pasywami (kredytami i pożyczkami).⁴

Omawiając nierówności ekonomiczne należy, także wskazać na dwie kategorie, które powiązane są bezpośrednio z analizowanym zagadnieniem. Pierwsza z nich to opracowany przez Roemera (1998) model nierówności szans dochodowych. W ujęciu tym autor wskazuje, iż dochody osiągane przez ludzi są wynikiem zarówno ich wysiłku (wybór zawodu, ilości przepracowanych godzin, inwestycji w edukację, itp.) oraz tzw. czynników od nich niezależnych (płci, wykształcenia rodziców, miejsca urodzenia, itp.).⁵ Część nierówności ekonomicznych występujących w danym społeczeństwie stanowi zatem niesprawiedliwa nierówność szans, która jest wynikiem okoliczności niezależnych od działań członków danej zbiorowości.

Druga kategoria, którą należy wymienić to ubóstwo relatywne. Wskaźnik ubóstwa relatywnego często nie jest traktowany jedynie jako miernik ubóstwa, lecz jako jeden ze wskaźników nierówności ekonomicznych.⁶ Stanowi on w bowiem miarę nierównomierności rozkładu wydatków w jego dolnym przebiegu.⁷ Podejście relatywne

¹ J. Baker, K. Lynch, S. Cantillion, J. Walsh, *From Theory to Action*, Palgrave Macmillan, London, 2009, s. 76.

² D. Walczak-Duraj, *Socjologia dla ekonomistów*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2010, s.78.

³ Wielu autorów (m.in. Ulman, Wałęga, Kasprzyk, Wojnar) używa termin „nierówności ekonomiczne” wymiennie z pojęciem „nierówności dochodowe”. Nie jest to jednak podejście właściwe, bowiem dochody teoretycznej osoby czy gospodarstwa domowego mogą być wysokie, lecz po uwzględnieniu zobowiązań, długów i konieczności wydatków niekonsumpcyjnych osoba ta nie musi być uważana za bogatą. Wysokie dochody w połączeniu z wysokimi kosztami mogą stanowić o niskim poziomie życia [R. Avik, *Zubożala debata o ubóstwie*, <http://csr.forbes.pl/skad-sie-biora-nerownosci-ekonomiczne,artykuly,177148,1,1.html>]. Nierówności dochodowe są zatem kategorią węższą, odnoszącą się bezpośrednio do nierówności w rozkładzie dochodów, są elementem składowym nierówności ekonomicznych. [na podstawie: H. Domański, *Struktura społeczna*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2007, s. 312–313].

⁴ M. Brzeziński, *Czy Polska jest krajem o dużych nierównościach ekonomicznych*, Instytut Badań Strukturalnych, Warszawa, 2017, s. 2.

⁵ Ibidem

⁶ Z. Rusnak, *Pomiar ubóstwa i wykluczenia społecznego – problemy metodologiczne*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu Nr 20/2011, Wrocław, 2011, s.395.

⁷ S. Golińska, *Instrumenty państwa w sytuacji ubóstwa*, [w:] Kategorie i instrumenty interwencji państwa w sytuacji ubóstwa. Czym jest minimum socjalne, red. M. Dziubińska-Michalewicz, A. Chodyra, Biuletyn Biura Studiów i Ekspertyz Kancelarii Sejmu, Konferencje i Seminaria nr 1(45)/03, Warszawa, 2003, s. 19–29.

odnosi się do wielkości zaspokojenia potrzeb jednostki do zaspokojenia potrzeb w całym społeczeństwie i jest określone za pomocą mierników statystycznych między innymi średniej czy mediany. W odróżnieniu od ubóstwa absolutnego, ubóstwo relatywne nie może zostać wyeliminowane, gdyż opiera się na nierównościach które zawsze będą istnieć w społeczeństwie, a jego wielkość można jedynie zmniejszyć przez odpowiednią politykę redystrybucyjną dochodu i zmniejszenie nierówności dochodowych.

Tabela 1. Wybrane mierniki pomiaru nierówności ekonomicznych

Miernik	Definicja
Nierówności w dochodach	
Współczynnik Giniego	Pokazuje różnicę bezwzględną między dochodami losowo wybranej pary podmiotów (np. gospodarstw domowych) w stosunku do średniego dochodu. Wartości wskaźnika mieszczą się w przedziale [0-1] – im niższa wartość wskaźnika, tym bardziej równomierna dystrybucja dochodów. O niskim rozwarstwieniu dochodowym społeczeństwa można mówić, gdy wartość współczynnika Giniego jest mniejsza niż 0,30.
Współczynnik Theila	Jest normatywną miarą nierówności, która informuje o przeciętnym niedopasowaniu wartości teoretycznych do wartości empirycznych. Miara Theila przyjmuje wartość 0, gdy podział jest idealnie równy, oraz wartość $\ln(n)$ gdy jest maksymalnie nierówny (jedna osoba otrzymuje wszystkie dochody).
Współczynnik różnicowania decylogowego	Liczony jest jako stosunek decyla dziewiątego do decyla pierwszego w rozkładzie dochodów. Przyjmuje on wartości z przedziału [1; +∞]. W sytuacji rozkładu egalitarnego jego wartość jest równa 1. Im większa nierówność rozkładu, tym, większe wartości współczynnika.
Współczynnik różnicowania kwintylogowego (S80/S20)	Określa stosunek sumy dochodów uzyskanych przez 20% osób o najwyższym poziomie dochodów (najwyższy kwintyl) do sumy dochodów uzyskanych przez 20% osób o najniższym poziomie dochodów (najniższy kwintyl). Narzędzie to pozwala na uzyskanie odpowiedzi na pytanie, ile krotnie dochody najbogatszych są wyższe od dochodów najuboższych.
Nierówności szans dochodowych/Nierówności płacowe	
Luka płacowa (ang. Gender pay gap)	Przedstawia różnicę w przeciętnych godzinowych wynagrodzeniach brutto kobiet i mężczyzn wyrażoną jako procent przeciętnego godzinowego wynagrodzenia mężczyzn.
Zagrożenie ubóstwem	
Stopa ubóstwa relatywnego po uwzględnieniu w dochodach transferów społecznych	Określa procent osób żyjących w gospodarstwach domowych, w których całkowity ekwiwalentny dochód jest poniżej 60% mediany dochodu ekwiwalentnego dla całego kraju (w Polsce jako 50% średnich wydatków wszystkich gospodarstw domowych).

Źródło: opracowanie własne na podstawie: B. Kasprzyk, *Nierówności ekonomiczne – ich postrzeganie i skala akceptacji społecznej*, [w:] Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, nr 180, cz. 2, Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów, 2014, s. 110-120; T. Panek, *Ubóstwo, wykluczenie społeczne i nierówności. Teoria i praktyka pomiaru*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa, 2011, s.12; T. Kuszewski, *Nierówności ekonomiczne we współczesnym świecie. Pomiar i oceny zjawiska*, [w:] Pachon W., Garbicz M. (red.), *Wzrost gospodarczy a bezrobocie i nierówności w podziale dochodu*, Warszawa, 2008, s.159; P. Ulman, *Nierówności dochodowe w Polsce i ich dekompozycja*, [w:] Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Zeszyty Naukowe nr 4, Kraków, 2006, s. 77-96.

Zilustrowanie bezpośredniego kształtowania się nierówności w społeczeństwie jest praktycznie niemożliwe. Istnieje zbyt dużo zmiennych, których nie da się przedstawić w tabeli czy w diagramie. Nawet jeśli zaczęto by analizować dochód każdej osoby czy gospodarstwa z osobna i porównywać go do innych, wyciągnięcie jakichkolwiek wniosków byłoby niekompletne i nieodzwierciedlające rzeczywistości. Z

tego powodu do przedstawiania dysproporcji społecznych używa się zazwyczaj metod statystycznych, opierających się nie na bezpośrednich wartościach, a na ich koncentracji. Pomiar można też podzielić na twarde i miękkie, lub inaczej – obiektywne i subiektywne.⁸ Te pierwsze to badania opierające się na naukowych statystykach w odzwierciedleniu liczbowym. Metody subiektywne czerpią wiedzę zazwyczaj z badań ankietowych na wybranej próbie, oceniając poziom nierówności na podstawie indywidualnego ich postrzegania przez wybrane jednostki.

Najpopularniejszą miarą, której używa się w badaniach dotyczących nierówności dochodowych jest zaproponowany przez włoskiego demografa i statystka Corrado Giniego w 1912 roku tzw. współczynnik Giniego⁹ - tab. 1. W analizach wyróżnia się dwie formy tego współczynnika - przed redystrybucją i po redystrybucji dochodów. Współczynnik Giniego przed redystrybucją ukazuje jak sam rynek kształtuje strukturę społeczeństwa – nie wykazuje się dochodów bezrobotnych czy innych, pobierających od państwa świadczenia – rentowe czy zasiłkowe. Zestawienie współczynnika po opodatkowaniu i transferach zaś z zasady pomniejsza te wartości, jako że powiększają się dochody pobierających zasiłki, a poprzez opodatkowanie pomniejszają tych, którzy wykonują pracę zarobkową. Oczywiście różnice te różnią się w zależności od polityki, jaką prowadzi dany kraj.

Nierówności dochodowe można również analizować za pomocą porównania dochodów na górnej części dystrybucji dochodów z jej dolną częścią. Służy temu metoda kwintylowa.¹⁰ W metodzie tej badaną populację rozdziela się na pięć grup oraz porównuje się 20% najbogatszych obywateli i 20% najbiedniejszych członków populacji (tab. 1).

Rozkład nierówności może być też analizowany za pomocą mniej skomplikowanych wyznaczników. By wyciągnąć odpowiednie wnioski, wystarczy posługiwać się najprostszymi matematycznymi działaniami, takimi jak średnia, mediana, odchylenie standardowe czy wariancja. Pomocne może być też pogrupowanie dochodów w ustalone przedziały i bazujący na nim procentowy udział określonych grup w całkowitej sumie. Współczynnik decylowy na przykład, będąc tylko ilorazem dwóch wartości, pozwala określić ile razy bogatsza jest jednostka znajdująca się w grupie najwyższych dochodów od innej, będącej członkiem klas najbiedniejszych. Wskaźnik ten bardzo dobrze uzupełnia wyniki analizy współczynnika Giniego, zestawienia bowiem nie zawsze muszą być tożsame. Łącząc obydwie wartości łatwo jest określić, czy największe dysproporcje wynikające z „Giniego” występują równomiernie w całości populacji, w jej skrajnościach czy może wartościach środkowych.

⁸ T. Panek, *Metody identyfikacji ubogich w podejściu jednowymiarowym*, http://kolegia.sgh.waw.pl/pl/KAE/struktura/ISiD/struktura/ZSS/zaklad/sklad/Documents/Statystyka_Tmasz_Panek/Statystyczne_metody_analizy_ubostwa/Metody_identyfikacji_ubogich_w_podejsciu_jednowymiarowym.doc [Dostęp: 10.06.2017].

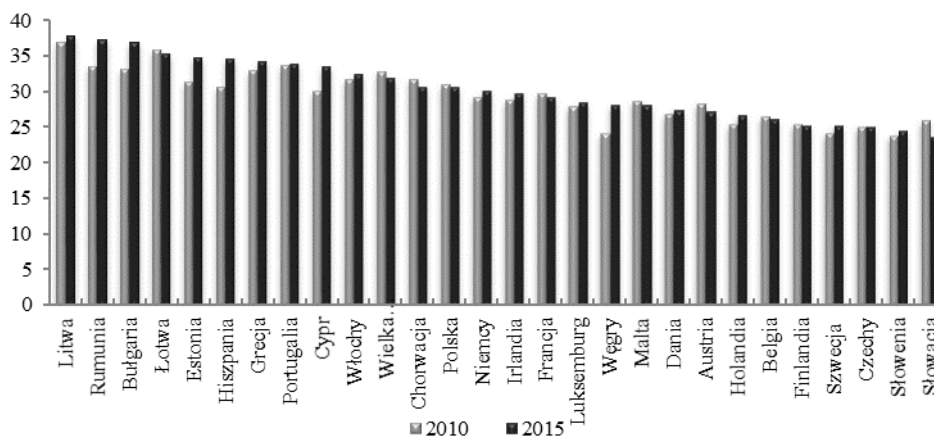
⁹ T. Kuszewski, *Nierówności ekonomiczne we współczesnym świecie. Pomiar i oceny zjawiska*, [w:] Pacho W., Garbicz M. (red.), *Wzrost gospodarczy a bezrobocie i nierówności w podziale dochodu*, Warszawa, 2008, s.159.

¹⁰ M. Stawicka, *Ekonomiczne rozwarstwienie społeczeństwa Unii Europejskiej po światowym kryzysie gospodarczym – problematyka rozkładu dochodów*, [w:] M. Woźniak (red.), *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy. Modernizacja dla spójności społeczno-ekonomicznej w czasach kryzysu*, Zeszyt nr 24, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów, 2012, s. 129.

W niniejszej pracy do oceny nierówności ekonomicznych wybrano dwa wskaźniki nierówności dochodowych (współczynnik Giniego oraz wskaźnik S80/S20)¹¹, wskaźnik nierówności szans dochodowych (wskaźnik luki płacowej) oraz stopę ubóstwa relatywnego po uwzględnianiu w dochodach transferów społecznych.

Wyniki badań empirycznych

W 2010 roku przeciętnie w Unii Europejskiej współczynnik Giniego kształtował się na poziomie 30,5 proc. Najwyższa nierówność dochodów charakteryzowała Litwę (36,9 proc.) oraz Łotwę (36,1 proc.). Najniższe wartości indeksu Giniego odnotowano zaś w Słowenii (23,8 proc.), na Węgrzech oraz w Szwecji (24,1 proc.) - rys. 1. W 2010 roku Polska znalazła się w Unii Europejskiej (UE-28) na dwunastym miejscu pod względem nierówności dochodowych mierzonych analizowanym współczynnikiem.



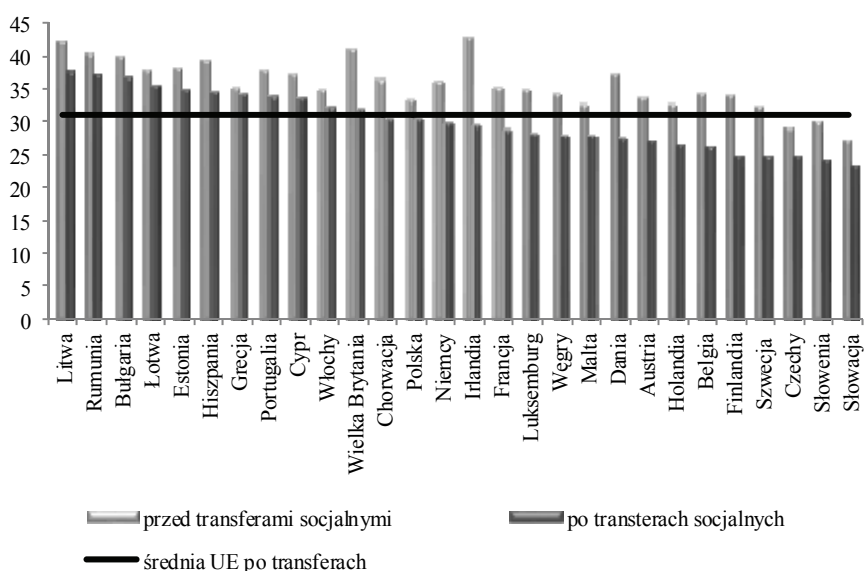
Rysunek 1. Współczynnik Giniego po opodatkowaniu i transferach społecznych w krajach UE w 2010 i 2015 roku [w proc.]

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostat [<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>].

W 2015 r. współczynnik Giniego kształtował się w przedziale od 23,7 proc. w Słowacji do 37,9 proc. na Litwie, co oznacza, że nierówności dochodowe na Litwie były o 60 proc. wyższe niż na Słowacji. Wysokie nierówności dochodowe powyżej 35 proc. odnotowano również w Rumunii, Bułgarii oraz na Łotwie. Najniższa rozpiętość dochodów – poniżej 26 proc. charakteryzowała natomiast Słowację, Słowenię, Czechy, Szwecję i Finlandię. W Polsce miara ta osiągnęła poziom 30,6 proc. i była niewiele wyższa od średniej unijnej, która wyniosła 31 proc.

¹¹ W analizach, których celem jest porównywanie nierówności między krajami, na ogół nie wnika się w szczegóły tego rozkładu, zwłaszcza wtedy, kiedy uwzględnionych krajów jest dużo. W takich sytuacjach odpowiednim wyborem jest współczynnik Giniego oraz wskaźnik zróżnicowania kwintylowego.

Zestawiając rok 2015 z 2010 można zauważyć wzrost poziom indeksu Giniego w osiemnastu krajach, a w dziesięciu jego spadek. Największy wzrost wystąpił na Węgrzech (4,1 p.p.), w Rumunii i w Hiszpanii (3,9 p.p.) oraz w Bułgarii (3,8 p.p.). a największy spadek na Słowacji (2,2 p.p.) oraz w Austrii (1,1 p.p.).



Rysunek 2. Współczynnik Giniego przed i po opodatkowaniu i transferach socjalnych w krajach UE w 2015 roku [w proc.]

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostat [<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>].

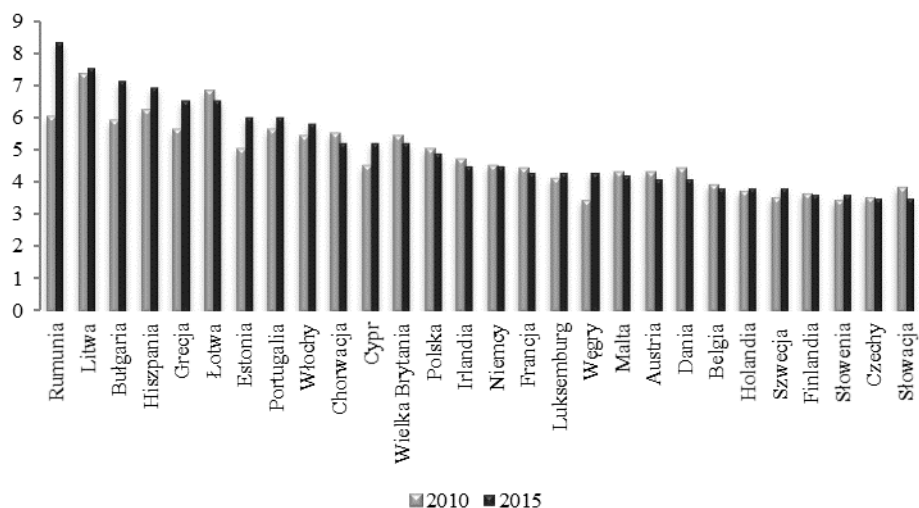
Nie uwzględnienie redystrybucji prowadzi do zmian w zestawieniu państw przodujących pod względem nierówności dochodowych – rys. 2. W 2015 roku najwyższy poziom współczynnika Giniego zaobserwowano w Irlandii - 42,8 proc. na Litwie - 42,2 proc. oraz w Wielkiej Brytanii - 40,4 proc. Największy wpływ świadczeń socjalnych na zmniejszenie nierówności odnotowano w Irlandii, Danii, Wielkiej Brytanii, Belgii, Finlandii oraz w Szwecji. W Irlandii w 2015 roku udało się dzięki odpowiedniej redystrybucji dochodów obniżyć wartość współczynnika o ponad 30 proc., w Danii o 26 proc., w Wielkiej Brytanii o blisko 22 proc. Najmniejsze zmiany wystąpiły w Grecji - jedynie o niecałe 3 proc. Należy jednak zaznaczyć, że nie można traktować redystrybucji jako jedynej narzędzia naprawczego. Mimo, że ma ona tak znaczący wpływ na zmniejszenie nierówności, wysoka wartość wskaźnika przed opodatkowaniem i transferami świadczyć może o stosunkowo niskich zarobkach dużej części społeczeństwa i o dosyć wysokim bezrobociu.

Istnieje znaczne zróżnicowanie w Unii Europejskiej pod względem stopnia nierówności dochodu mierzonego stosunkiem udziału w dochodzie 20 proc. najlepiej zarabiających do 20 proc. najgorzej zarabiających. Wskaźnik zróżnicowania kwintylogowego w 2010 roku wahał się od 3,4 na Węgrzech i w Danii do 7,3 na Litwie –

rys.3. W Polsce w 2010 r. 20 proc. osób o najwyższym poziomie dochodów dysponowało 5-krotnie wyższymi dochodami niż 20 proc. osób o najniższych dochodach.

W 2015 roku stosunek ten dla wszystkich państw członkowskich UE (28) wynosił 5,1, ale w zależności od kraju kształtował się od 3,5 do 8,3. W roku 2015 największą nierówność rozkładu dochodu odnotowano w trzech krajach – w Rumunii, na Litwie oraz w Bułgarii. Równie wysokie wartości zaobserwowano w Estonii, Grecji, Hiszpanii, na Łotwie oraz w Portugalii. Krajami najmniej zróżnicowanymi pod względem dochodów były, podobnie jak przy indeksie Giniego, Czechy, Słowacja, Słowenia a także Finlandia.

Porównując rok 2010 z 2015 można zauważyć wzrost wartości współczynnika S80/S20 w piętnastu krajach, w tym największy w Rumunii o 2,3 punkty, w jedenastu spadek (największy 0,3 punktu w Danii i Słowacji), a w trzech - Finlandii, Niemczech i w Czechach - ten sam poziom nierówności.



Rysunek 3. Współczynnik S80/S20 w krajach Unii Europejskiej w 2010 i 2015 roku

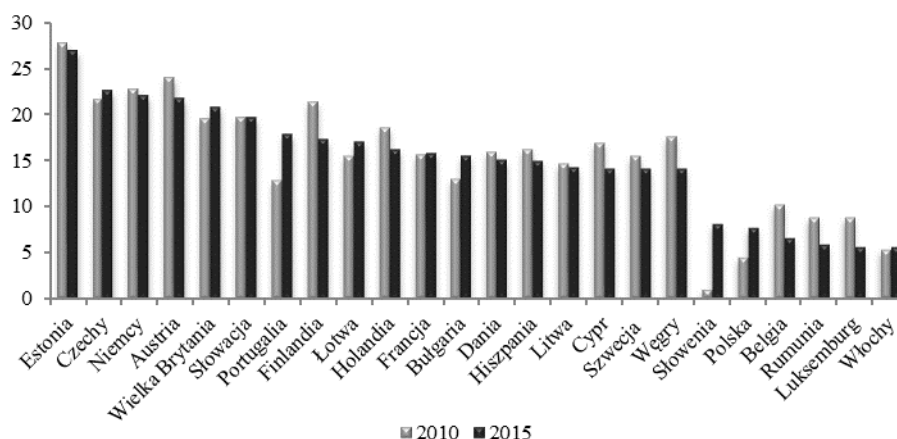
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostat [<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>].

Kolejnym ze wskaźników nierówności ekonomicznych jest luka płacowa¹². W 2010 roku różnice w wynagrodzeniach pomiędzy poszczególnymi państwami członkowskimi wyniosły 26,8 p.p., tj. od 0,9 proc. w Słowenii do 27,7 proc. w Estonii (rys.4). Według Eurostatu w Polsce różnica w wynagrodzeniach brutto kobiet i mężczyzn wynosiła 4,5 proc., i była o 11 p.p. niższa niż przeciętnie w Unii Europejskiej.

W 2015 roku, godzinowe zarobki brutto kobiet były średnio o 16,3 proc. niższe od zarobków mężczyzn w Unii Europejskiej (UE-28). W poszczególnych państwach

¹² Luka płacowa w formie nieskorygowanej. Ten wskaźnik w przeciwieństwie to tzw. skorygowanej luki płacowej nie uwzględnia różnic w wykształceniu, doświadczeniu na rynku pracy, rodzaju wykonywanej pracy.

członkowskich różnica płac kształtowała się od 4,4 proc. we Włoszech do blisko 27 proc. w Estonii. Pięć krajów UE wykazywało lukę płacową poniżej 10 proc. - Belgia, Włochy, Polska, Malta oraz Słowenia. Poniżej unijnej średniej znajdowały się także: Luksemburg, Bułgaria, Litwa, Portugalia, Rumunia, Węgry i Słowenia. Najwyższe wskaźniki luki płacowej, powyżej 20 proc. odnotowano w Austrii, Czechach oraz Słowacji.



Rysunek 4. Wskaźnik luki płacowej w krajach europejskich w 2010 i 2015 roku [w proc.] – nieskorygowany
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostat [<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>].

W latach objętych badaniem stopa zagrożenia ubóstwem relatywnym w Unii Europejskiej, podobnie jak powyższe mierniki, była zróżnicowana (rys.5). W 2010 roku 16,5 proc. ludności w UE było zagrożonych ubóstwem relatywnym. Najmniejsze ubóstwo – poniżej 10 proc. - zaobserwowano jedynie w Czechach – natomiast największe powyżej 20 proc. odnotowano w pięciu krajach - w Rumunii, Łotwie, Litwie, Bułgarii i w Hiszpanii. W Polsce stopa ubóstwa relatywnego kształtowała się powyżej średniego poziomu UE osiągając 17,6 proc.

W 2015 roku zaobserwowano wzrost ubóstwa relatywnego w większości krajów Unii Europejskiej. Szczególnie negatywnie wyróżnia się Grecja, gdzie wskaźnik zagrożenia ubóstwem zwiększył się aż o ponad 60 proc. Spadek liczby osób zagrożonych ubóstwem odnotowano jedynie w pięciu krajach – Chorwacji, Wielkiej Brytanii, Finlandii, Austrii oraz w Danii. Polska jako jedyny kraj utrzymał ten sam poziom ubóstwa relatywnego.



Rysunek 5. Wskaźnik zagrożenia ubóstwem relatywnym po uwzględnieniu transferów społecznych w krajach Unii Europejskiej w 2010 i 2015 roku [w proc.]
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostat [<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>].

Nierówności a poziom dochodu

Uzależniając jakość życia społeczeństw jedynie od ekonomicznych aspektów należy wskazać dochód, jako główny czynnik determinujący badaną kategorię. W niniejszej analizie posłużono się medianą rocznych ekwiwalentnych dochodów netto wyrażonych w PPS.

W Unii Europejskiej obserwuje się znaczne różnice tej wielkości między poszczególnymi krajami (rys. 6).



Rysunek 6. Mediana rocznych ekwiwalentnych dochodów netto w krajach Unii Europejskiej w 2010 i 2015 roku [w PPS]
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostat [<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>].

Najwyższy poziom mediany rocznych ekwiwalentnych dochodów netto w 2010 roku charakteryzował Luksemburg (26 602 PPS), Austrię (19 516 PPS) oraz Szwecję

(18 312 PPS). Polska pod względem wysokości mediany rocznych ekwiwalentnych dochodów (7 578 PPS) znalazła się w 2010 roku na 22. miejscu wśród krajów ugrupowania. Najgorszą sytuację pod względem wielkości dochodów - poniżej 6 000 PPS - w 2010 r. obserwowano w Rumunii, Bułgarii oraz na Łotwie.

W 2015 roku w większości krajów Unii Europejskiej mediana dochodów była wyższa niż w 2010 roku, w tym w największym stopniu wzrosła w Estonii o 40 proc., na Malcie o 21 proc. oraz w Niemczech i w Szwecji o 15 proc. Niższe dochody uzyskiwali natomiast mieszkańcy Grecji, Cypru, a także Hiszpanii.

Tabela 2. Współzależność obszarów nierówności ekonomicznych i mediany rocznych ekwiwalentnych dochodów netto w krajach Unii Europejskiej*

Zmienne	Mediana rocznych ekwiwalentnych dochodów netto	
	r	R ²
Współczynnik Giniego	-0,55	0,30
S80/S20	-0,62	0,39
Wskaźnik zagrożenia ubóstwem przed uwzględnieniem transferów społecznych	-0,60	0,36
Luka płacowa	-0,06	0,004

*Wartość badanych współczynników została wyliczona na podstawie średniej z roku 2010 i 2015

Źródło: opracowanie własne na podstawie powyższych wykresów.

Zbadano za pomocą współczynnika korelacji Pearsona zależności występujące pomiędzy wartościami współczynników nierówności ekonomicznych a obiektywnym miernikiem jakości życia. Spośród zbadanych miar w krajach Unii Europejskiej najwyżej skorelowany z medianą rocznych ekwiwalentnych dochodów netto był wskaźnik S80/S20 (tab. 2). Współczynnik korelacji linowej Pearsona osiągnął wartość (-0,62). Związek pomiędzy zmiennymi jest silny oraz ujemny. Jedna zmienna wyjaśnia drugą w blisko 40 proc. Wartość współczynnika korelacji Pearsona między medianą rocznych ekwiwalentnych dochodów netto a stopą ubóstwa relatywnego wynosi (-0,60), co jest na granicy między zależnością umiarkowaną i silną. Zależność między medianą rocznych ekwiwalentnych dochodów netto a współczynnikiem Giniego jest również ujemna i pokazuje umiarkowaną zależność pomiędzy zmiennymi – współczynnik korelacji Pearsona na poziomie (-0,55). Przeprowadzona analiza pokazuje natomiast brak jakiegokolwiek zależności między medianą rocznych ekwiwalentnych dochodów netto a wskaźnikiem luki płacowej. Zmienne te są niezależne – korelacja na poziomie (-0,06). Nie można zatem stwierdzić, że wzrost ekwiwalentnych dochodów netto przyczynia się do spadku nierówności płacowych ze względu na płęć.

Wnioski

Nie istnieje pomiar, który nieomylnie odzwierciedliłby poziom nierówności ekonomicznych. Połączenie jednak kilku z nich daje możliwości do wyciągnięcia poniższych wniosków:

1. Gospodarki unijne należy sklasyfikować w grupie państw o małym lub średnim rozwarstwieniu dochodów. W latach 2010-2015 zaobserwowano wzrost

- nierówności dochodowych mierzonych współczynnikiem Giniego oraz wskaźnikiem zróżnicowania kwintylowego w większości krajów unijnych.
2. Największe nierówności dochodowe występowały w najmniej zamożnych państwach Unii Europejskiej (Bułgaria, Rumunia), państwach bałtyckich (Łotwa, Litwa, Estonia) oraz w krajach południa Europy (Hiszpania, Portugalia, Grecja, Włochy, Cypr). Najniższy poziom nierówności dochodowych odnotowano w Słowacji, Czechach, Słowenii, Szwecji oraz w Finlandii.
 3. Różnice w wynagrodzeniach ze względu na płeć zmniejszyły się w większości krajów Unii Europejskiej. W 2015 roku kobiety zarabiały średnio za godzinę pracy o blisko jedną szóstą mniej niż mężczyźni.
 4. Wskaźnik zagrożenia ubóstwem pozostawał średnio na poziomie 16-17 proc. dla całej Unii Europejskiej, co nie odzwierciedlało zmian w poszczególnych krajach. Liczba osób zagrożonych ubóstwem relatywnym zwiększyła się w 75 proc. państw członkowskich.
 5. Badania wskazują na istnienie współzależności między obszarami nierówności ekonomicznych a medianą rocznych ekwiwalentnych dochodów netto w Unii Europejskiej, ale ich siła jest dość zróżnicowana. Najwyższa korelacja występuje między medianą rocznych ekwiwalentnych dochodów netto a wskaźnikiem zróżnicowania kwintylowego dochodów.

Bibliografia

- Avik R., Zubożała debata o ubóstwie, <http://csr.forbes.pl/skad-sie-biora-nierownosci-ekonomiczne,artykuly,177148,1,1.html> [dostęp 14.04.2017].
- Baker J., Lynch K., Cantillion S., Walsh J., *From Theory to Action*, Palgrave Macmillan, London, 2009, s. 76.
- Brzeziński M., Czy Polska jest krajem o dużych nierównościach ekonomicznych, Instytut Badań Strukturalnych, Warszawa, 2017, s. 1-10.
- Domański H., *Struktura społeczna*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2007, s. 312-313.
- Golinowska S., Instrumenty państwa w sytuacji ubóstwa, [w:] *Kategorie i instrumenty interwencji państwa w sytuacji ubóstwa. Czym jest minimum socjalne*, red. M. Dziubińska-Michalewicz, A. Chodyra, Biuletyn Biura Studiów i Ekspertyz Kancelarii Sejmu, Konferencje i Seminaria nr 1(45)/03, Warszawa, 2003, s. 19-29. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
- Kasprzyk B., Nierówności ekonomiczne – ich postrzeganie i skala akceptacji społecznej, [w:] *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, nr 180, cz. 2, Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów, 2014, s. 110-120.
- Kuszeński T., Nierówności ekonomiczne we współczesnym świecie. Pomiar i oceny zjawiska, w: Pachon W., Garbicz M. (red.), *Wzrost gospodarczy a bezrobocie i nierówności w podziale dochodu*, Warszawa, 2008, s. 155-179.
- Panek T., *Ubóstwo, wykluczenie społeczne i nierówności. Teoria i praktyka pomiaru*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa, 2011, s.12.
- Panek T., *Metody identyfikacji ubogich w podejściu jednowymiarowym*, http://kolegia.sgh.waw.pl/pl/KAE/struktura/ISiD/struktura/ZSS/zaklad/sklad/Documents/Statystyka_Tamasz_Panek/Statystyczne_metody_analazy_ubostwa/Metody_identyfikacji_ubogich_w_podejsciu_jednowymiarowym.doc [Dostęp: 10.06.2017].
- Rusnak Z., Pomiar ubóstwa i wykluczenia społecznego – problemy metodologiczne, *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu* Nr 20/2011, Wrocław, 2011, s. 387-408.
- Stawicka M., Ekonomiczne rozwarstwienie społeczeństwa Unii Europejskiej po światowym kryzysie gospodarczym – problematyka rozkładu dochodów [w:] M. Woźniak (red.), *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy. Modernizacja dla spójności społeczno-ekonomicznej w czasach kryzysu*, Zeszyt nr 24, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów, 2012, s. 129-130.
- Ulman P., Nierówności dochodowe w Polsce i ich dekompozycja, [w:] *Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Zeszyty Naukowe* nr 4, Kraków, 2006, s. 77-96.
- Walczak-Duraj D., *Socjologia dla ekonomistów*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2010, s. 78.

Summary

This article addresses fundamental issues related to the essence and measurement of economic inequalities. The work was performed on the basis of the analysis and synthesis of the literature of the subject and gathered statistical data. The analysis of individual dimensions of economic inequalities in EU countries in 2010 and 2015 was conducted. The obtained results confirmed the occurrence of economic inequalities between the countries of the European Union. The biggest differences were recorded at the level of wage gap and the Gini coefficient values. The highest income inequalities were recorded in Bulgaria, Romania, the Baltic States and in Southern European countries, i.e. in Spain, Portugal and Greece, while the lowest in Slovakia, the Czech Republic, Slovenia, Sweden and Finland.

Key words: income, income inequality, quality of life.

Informacja o autorze:

Dr Małgorzata Raczkowska
Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
Wydział Nauk Ekonomicznych
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego
e-mail: malgorzata_raczkowska@sggw.pl

Hanna Sikacz
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Przemysław Wołczek
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Analiza ESG spółek z indeksu RESPECT na podstawie bazy ASSET4 ESG

ESG ANALYSIS OF COMPANIES INCLUDED IN THE RESPECT INDEX BASED ON ASSET4 ESG DATABASE

Niniejsze opracowanie dotyczy analizy danych niefinansowych związanych z kwestiami ochrony środowiska, odpowiedzialności społecznej i ładu organizacyjnego zwanych danymi ESG (ang. Environmental, Social, Governance). Przedmiotem analizy są spółki wchodzące w skład indeksu RESPECT, co sugeruje, że ich wyniki ESG powinny być wysokie z racji przynależności do tego indeksu. Celem opracowania jest zatem zweryfikowanie poglądu dotyczącego wysokich wyników ESG spółek z indeksu RESPECT. Do analizy wykorzystano dane z bazy ASSET4 ESG firmowanej przez Thomson Reuters, jednego z głównych światowych dostawców informacji, zarówno dla przedsiębiorstw, specjalistów, jak i naukowców. Zaprezentowana analiza wyników ESG uzyskanych przez spółki wchodzące w skład indeksu RESPECT wskazuje na duże różnice w wynikach między danymi podmiotami, mimo że po spółkach mających spełniać najwyższe standardy związane z odpowiedzialnością można było spodziewać się mniejszych różnic i lepszych rezultatów.

Słowa kluczowe: czynniki ESG, RESPECT Index, ASSET4 ESG, bazy danych ESG

Wprowadzenie

Dane finansowe już nie wystarczają do oceny wyników przedsiębiorstwa, a zwłaszcza jego możliwości i potencjału. Kompleksowa, rzetelnie przeprowadzona ocena przedsiębiorstwa zawiera już nie tylko wskaźniki ekonomiczne i finansowe, ale także dane środowiskowe, społeczne oraz dotyczące ładu organizacyjnego. W sytuacji istotnego oddziaływania przedsiębiorstwa na środowisko duże znaczenie mają kwestie związane raportowaniem przez przedsiębiorstwo informacji na temat tego oddziaływania. Niezależnie od sektora, które reprezentuje przedsiębiorstwo, kwestie społeczne związane z pracownikami, warunkami ich zatrudnienia, szkoleniami, bezpieczeństwem i higieną pracy, możliwościami rozwoju są równie ważne. Nie inaczej ma się sprawa kwestii dotyczących ładu organizacyjnego. Dla interesariuszy, a zwłaszcza dla inwestorów, ważne jest czy przedsiębiorstwo posiada w swojej strukturze odpowiednie komórki zajmujące się m.in. sprawami audytu, wynagrodzeń, polityki różnorodności, zagadnieniami zrównoważonego rozwoju/CSR¹ czy też raportowania finansowego i niefinansowego.

¹ CSR – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa (ang. *Corporate Social Responsibility*).

Niniejsze opracowanie dotyczy analizy danych niefinansowych związanych z kwestiami ochrony środowiska, odpowiedzialności społecznej i ładu organizacyjnego zwanych danymi ESG (ang. *Environmental, Social, Governance*, ESG). Przedmiotem analizy są spółki wchodzące w skład indeksu RESPECT, co sugeruje, że ich wyniki ESG powinny być wysokie z racji przynależności do tego indeksu. Indeks RESPECT z założenia bowiem powinien składać się ze spółek, które w najwyższym stopniu spełniają wymagania w zakresie ładu organizacyjnego, ładu informacyjnego i relacji z inwestorami, a przede wszystkim wypełniają szereg wymagań zaliczanych do grupy czynników środowiskowych, społecznej odpowiedzialności i ładu organizacyjnego.

Celem opracowania jest zatem zweryfikowanie poglądu dotyczącego wysokich wyników ESG spółek z indeksu RESPECT. Do analizy wykorzystano dane z bazy ASSET4 ESG firmowanej przez Thomson Reuters, jednego z głównych światowych dostawców informacji, zarówno dla przedsiębiorstw, specjalistów, jak i naukowców.

Znaczenie kwestii ESG

Coraz więcej spółek decyduje się na publikację raportów z danymi niefinansowymi lub raportów zintegrowanych, w których znajdują się dane zarówno finansowe, jak i niefinansowe. W Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej uwzględnianie danych niefinansowych przez inwestorów w procesie inwestycyjnym już teraz jest standardem [Sroka 2016, s. 51]. Potwierdzeniem zachodzących zmian związanych z postrzeganiem komponentów decydujących o wartości spółek są na przykład badania Ocena Tomo LLC. W 1975 roku o wartości indeksu S&P 500 w 83% decydowały aktywa materialne. Natomiast w 2015 roku o wartości indeksu w 84% decydowały aktywa niematerialne [Ocena Tomo LLC 2015]. Obserwowany trend wpływa na wzrost znaczenia uwzględniania w działalności podmiotów kwestii ESG i informowania otoczenia (interesariuszy) o działaniach w ramach tych obszarów.

Problematyka czynników ESG podejmowana jest przede wszystkim w kontekście odpowiedzialnego inwestowania (ang. *Socially Responsible Investing*, SRI), analizy ESG spółek, rozwoju zrównoważonego i społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa oraz raportowania informacji niefinansowych.

Działania w obszarze związanym ze środowiskiem, społeczeństwem i ładem organizacyjnym należy wiązać m.in. z:

- budowaniem wartości przedsiębiorstwa [Domańska-Szaruga B., 2011, s. 141-151],
- budową portfela w ramach inwestycji społecznie odpowiedzialnych [Marcinkowska 2010, s. 124],
- kwestiami związanymi z niższym kosztem kapitału [Bassen i in. 2006],
- lepszym wizerunkiem i zaufaniem do spółki [Sroka 2014, s. 46],
- większą innowacyjnością [Burke, Logsdon 1996, s. 500],
- lepszym zarządzaniem ryzykiem w przedsiębiorstwie w przypadku dodatkowego uwzględniania ryzyk związanych z wpływem na środowisko czy w obszarze społecznym [Jędrzejka 2014, s. 14],
- redukcją zużycia zasobów [Jędrzejka 2014, s. 14],
- lepszą postawą pracowników wobec przedsiębiorstwa [Knox, Maklan 2004, s. 25-29; Burke, Logsdon 1996, s. 500; Maignan, Ferrell 2001, s. 39-40],

- demonstracją zdolności podmiotu do uczestnictwa w konkurencyjnych rynkach [Kaputa 2013, s. 116].

Większa przejrzystość spółek pozwala na podejmowanie bardziej racjonalnych decyzji inwestycyjnych [Sroka, 2012, s. 8]. Można zatem spodziewać się, że zapotrzebowanie na dane ESG będzie nadal rosnąć, a baza z danymi, taka jak ASSET4 ESG, może pomóc inwestorom w podejmowaniu decyzji inwestycyjnych [Ribando J.M., Bonne G. 2010, s. 8].

ASSET4 ESG Data – podstawowe informacje o bazie

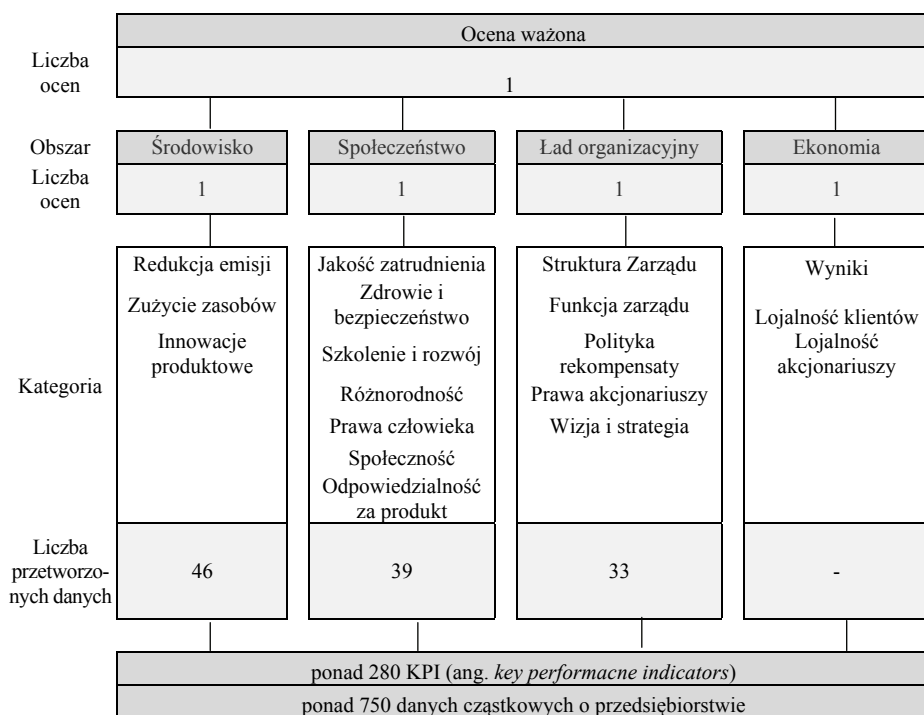
Baza danych ASSET4 ESG Data zapewnia dostęp do szczegółowych, obiektywnych, aktualnych i porównywalnych danych ESG. Ponadto uwzględnia negatywne i kontrowersyjne informacje o przedsiębiorstwach publikowane w różnych globalnych mediach. W bazie tej znajdziemy m.in. [Thomson Reuters 2012a, 2012b]:

- dane ESG ponad 4300 przedsiębiorstw,
- ponad 750 danych cząstkowych raportowanych w ramach rozwoju zrównoważonego,
- ponad 280 KPI (ang. *key performance indicators*),
- historię danych od 2002 r. ponad 1000 przedsiębiorstw,
- dane pochodzące z takich indeksów jak: MSCI World, MSCI Europe, STOXX 600, NASDAQ 100, Russell 1000, S&P 500, FTSE 100, ASX 300, MSCI Emerging Market.

Wyniki ESG przedsiębiorstw ujętych w bazie ASSET4 ESG są aktualizowane co dwa tygodnie w celu odzwierciedlenia najnowszych danych ESG i powiązanych z nimi kontrowersyjnych informacji pojawiających się w globalnych mediach, które dotyczą dowolnej firmy na świecie. Do oceny ESG przedsiębiorstw wykorzystuje się jedynie publicznie dostępne informacje, tak jak np. raporty roczne spółek, materiały dostępne na stronach internetowych organizacji pozarządowych, raporty CSR przedsiębiorstw.

Jak widać na rysunku 1 ocena ważona uwzględnia finansowe i niefinansowe informacje o przedsiębiorstwie na podstawie danych ekonomicznych, środowiskowych, społecznych i dotyczących ładu organizacyjnego zgromadzonych w bazie ASSET4. Wskaźnik odzwierciedla zrównoważony obraz wyników przedsiębiorstwa w tych czterech obszarach. Jak wskazuje opis bazy ASSET4 ESG uwzględniane są także wyniki ekonomiczne przedsiębiorstw, na które należy zwrócić uwagę w związku z rozszerzeniem zakresu danych poza tylko ESG. W obszarze ekonomicznym mierzona jest zdolność przedsiębiorstwa do generowania trwałego wzrostu i wysokiego zwrotu z inwestycji dzięki efektywnemu wykorzystaniu wszystkich zasobów. Jest to odzwierciedlenie ogólnej kondycji finansowej podmiotu i jego zdolności do generowania długoterminowej wartości dla akcjonariuszy poprzez wykorzystanie najlepszych praktyk zarządzania.

Na rysunku 1 przedstawiono schemat podziału danych ESG w bazie ASSET4 ESG.



Rysunek 1. Ogólny schemat podziału danych ESG w bazie ASSET4 ESG

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Thomson Reuters 2012a, s. 1; 2012b, s. 1].

W tabeli 1 zaprezentowano przykładowe dane, które są brane pod uwagę przy ocenie ESG przedsiębiorstw.

Tabela 1. Przykłady danych branych pod uwagę do oceny spółek na podstawie bazy ASSET4 ESG

Środowisko	Społeczeństwo	Ład korporacyjny
Redukcja emisji Emisja CO2 Redukcja CO2 Redukcja emisji NOx i SOx Emisje NOx Emisje SOx Odpady razem Odpady niebezpieczne Współczynnik recyklingu odpadów Emisja zanieczyszczeń z wody Zrównoważony transport Nakłady na ochronę środowiska Całkowite zużycie energii Produkcja energii węglowych Produkcja energii z gazu ziemnego	Jakość zatrudnienia Zadowolenie z pracy Wynagrodzenie Plan premiiowy dla pracowników Przedstawicielstwo Związków Zawodowych Całkowita liczba urazów Program HIV-AIDS Średnia liczba godzin szkolenia dla każdego pracownika Koszty szkolenia ogółem Szkolenie w zakresie zarządzania Systemy zarządzania kryzysowego Satysfakcja konsumenta Dostęp do produktu niska cena	Średnia liczba lat pracy w zarządzie Liczba członków zarządu Różnorodność w organach zarządzających (% kobiet) Liczba posiedzeń zarządu Wynagrodzenie dla kadry kierowniczej w dłuższej perspektywie Prawa akcjonariuszy Struktura zarządu Komitet ds. rozwoju zrównoważonego (CSR) Wytyczne do raportowania GRI Audyt zewnętrzny raportu CSR (rozwoju zrównoważonego)

Produkcja energii elektrycznej Wykorzystanie energii odnawialnej Zielone budynki Polityka oszczędności wody Zużycie wody ogółem Woda z recyklingu Redukcja zużycia energii Wydatki na badania i rozwój w dziedzinie środowiska Technologie wodne		
--	--	--

Źródło: opracowanie własne.

Liczba danych z trzech obszarów zaprezentowanych tabeli 1, które są brane pod uwagę do oceny spółek w bazie ASSET4 ESG, jest dość znacząca. Obejmuje bowiem 118 danych (stąd w tabeli zaprezentowano tylko wybrane dane). Na podstawie tych danych dokonywana jest ocena zarządzania obszarami ESG w przedsiębiorstwie. Dodatkowym obszarem brany pod uwagę do ostatecznej oceny ESG danego podmiotu jest obszar „ekonomia”. Na podstawie bazy ASSET4 ESG uzyskujemy jedynie ostateczny wynik w tym obszarze (brak jest szczegółowych danych składających się na wynik w obszarze „ekonomia”). Wyniki z czterech obszarów dają podstawę do uzyskania wyniku końcowego ESG dla podmiotu.

Metoda i wyniki badań

Podstawą analizy ESG spółek należących do indeksu RESPECT, których wyniki powinny potwierdzać ich wysoki poziom odpowiedzialności za społeczeństwo i środowisko, a także ponadprzeciętne stosowanie zasad ładu organizacyjnego, było zebranie danych z bazy ASSET4 ESG.

W skład indeksu RESPECT wchodzi 24 spółki², zamiarem autorów badania było zebranie danych ESG z bazy ASSET4 ESG dla wszystkich 24 spółek. Wyniki ESG dla jedenastu spółek należących do indeksu RESPECT przedstawione są w tabeli 2. Brak danych w bazie ASSET4 ESG w przypadku pozostałych trzynastu spółek uniemożliwia ocenę ich sytuacji w określonym zakresie. Dane przedstawione w tabeli uszeregowane są w kolejności od najwyższej do najniższej oceny ważonej będącej oceną końcową po uwzględnieniu czterech analizowanych obszarów. Przedstawione zebrane dane dotyczą głównie 2015 r., a w dwóch przypadkach 2016 r. (najbardziej aktualne dane zgodnie ze stanem z 30.06.2017 r.).

Tabela 2. Wyniki ESG dla spółek z RESPECT Index na podstawie bazy ASSET4 ESG

Spółka	Rok	Środowisko	Społeczeństwo	Ład organizacyjny	Ekonomia	Ocena ważona	Transparenność*
PKN Orlen S.A.	2015	85%	93%	49%	84%	86%	92/123
Bank Zachodni WBK S.A.	2015	64%	78%	61%	94%	83%	91/123

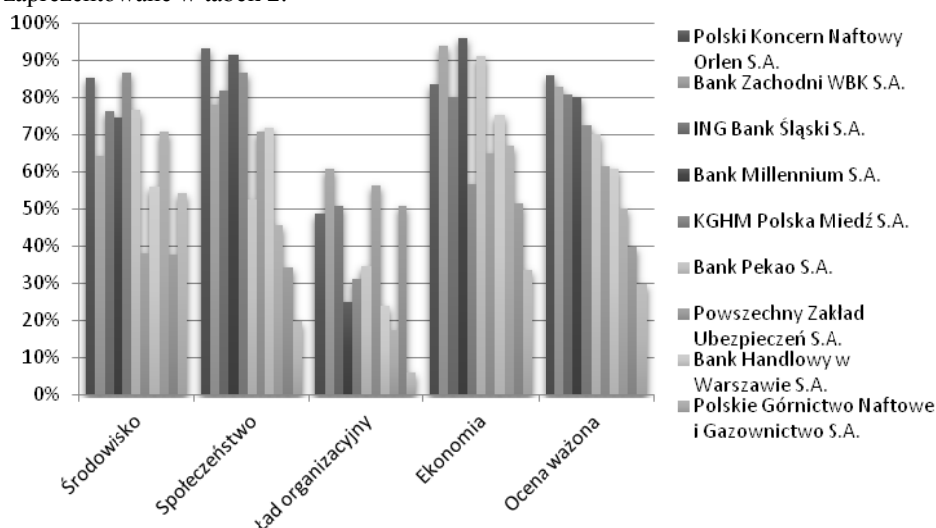
² Stan na 16.08.2017 r. Obecny skład indeksu został ogłoszony 14.12.2016 r. Pierwotnie indeks liczył 25 spółek, jednak z dniem 08.06.2017 r. decyzją Zarządu GPW obrót akcjami spółki Pelion S.A. został zawieszony.

ING Bank Śląski S.A.	2015	76%	82%	51%	80%	81%	87/123
Bank Millennium S.A.	2015	75%	92%	25%	96%	80%	94/123
KGHM Polska Miedź S.A.	2015	87%	87%	31%	57%	73%	96/123
Bank Pekao S.A.	2015	77%	52%	35%	91%	70%	76/123
PZU S.A.	2015	38%	71%	57%	65%	62%	75/123
Bank Handlowy w Warszawie S.A.	2016	56%	72%	24%	75%	61%	71/123
PGNiG S.A.	2015	71%	46%	17%	67%	50%	72/123
PGE S.A.	2015	38%	34%	51%	51%	40%	98/123
Tauron Polska Energia S.A.	2016	54%	20%	6%	33%	30%	86/123

* Transparentność (przejrzystość) to liczba danych branych pod uwagę do oceny przedsiębiorstwa z maksymalnej liczby 123 (118 danych szczegółowych z obszaru środowisko, społeczeństwo, ład organizacyjny, 4 wyniki podsumowujące 4 obszary, 1 wynik końcowy – ocena ważona).

Źródło: opracowanie własne.

Na rysunku 2 przedstawiono graficznie wyniki ESG dla spółek z RESPECT Index zaprezentowane w tabeli 2.



Rysunek 2. Wyniki ESG dla spółek z RESPECT Index na podstawie bazy ASSET4 ESG – wykres dla danych z tabeli 2

Źródło: opracowanie własne.

Szczegółowa analiza danych zawartych w tabeli 2 pozwala stwierdzić, że najlepsze wyniki w obszarze „środowisko” uzyskały dwie spółki surowcowe: KGHM Polska Miedź S.A. (87%) i PKN Orlen S.A. (85%). Taki stan rzeczy nie powinien dziwić, ponieważ podmioty te działają w sektorach, które mają bardzo istotny wpływ na środowisko naturalne. Dlatego też wysoki poziom zarządzania kwestiami środowiskowymi w tych spółkach wydaje się być rzeczą naturalną, ponieważ wszelkie zaniedbania w tym zakresie mogą skutkować nieodwracalnymi szkodami w środowisku naturalnym, a poprzez to

utrata wizerunku przez te spółki oraz utratą zaufania inwestorów do tych podmiotów. Najgorzej w obszarze „środowisko” wypadły PGE S.A. i PZU S.A. (38%), co może świadczyć o tym, że podmioty te nie podejmują istotnych działań środowiskowych, bądź też nie raportuje tych działań lub też raportowane informacje charakteryzuje niska jakość.

W obszarze „społeczeństwo” najlepsze wyniki osiągnęły spółki: PKN Orlen S.A. (93%) oraz Bank Millennium S.A. (92%). Najgorzej wypadło przedsiębiorstwo Tauron Polska Energia S.A. (20%).

Z kolei najlepsze wyniki w obszarze „ład organizacyjny” osiągnęły takie spółki jak: Bank Zachodni WBK S.A. (61%) i PZU S.A. (57%). Najgorszy wynik osiągnęło ponownie przedsiębiorstwo Tauron Polska Energia S.A. (6%). Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na fakt, że obszar „ład organizacyjny” jest najgorzej realizowanym (bazując na wynikach spółek w tym obszarze) przez badane spółki obszarem spośród czterech analizowanych.

W obszarze ekonomia najlepsze wyniki osiągnęły spółki: Bank Millennium S.A. (96%) i Bank Zachodni WBK S.A. (94%). Najgorszy wynik przypadł kolejny raz przedsiębiorstwu Tauron Polska Energia S.A. (33%).

W tabelach od 3 do 5 przedstawiono wyniki spółek z RESPECT Index w poszczególnych obszarach ESG w latach 2011-2016.

Tabela 3. Wyniki w obszarze „środowisko” w latach 2011-2016 dla spółek z RESPECT Index na podstawie bazy ASSET4 ESG

Spółka	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Zmiana w stosunku do roku bazowego
PKN Orlen S.A.	63%	73%	81%	77%	85%	b.d.	+22 p.p.
Bank Zachodni WBK S.A.	11%	10%	11%	10%	64%	b.d.	+53 p.p.
ING Bank Śląski S.A.	32%	64%	66%	69%	76%	b.d.	+44 p.p.
Bank Millennium S.A.	41%	73%	72%	73%	75%	b.d.	+34 p.p.
KGHM Polska Miedź S.A.	68%	62%	74%	69%	87%	b.d.	+19 p.p.
Bank Pekao S.A.	52%	64%	67%	69%	77%	b.d.	+25 p.p.
PZU S.A.	31%	43%	35%	41%	38%	b.d.	+7 p.p.
Bank Handlowy w Warszawie S.A.	b.d.	46%	41%	50%	59%	56%	+10 p.p.
PGNiG S.A.	70%	67%	64%	67%	71%	b.d.	+1 p.p.
PGE S.A.	30%	25%	25%	28%	38%	b.d.	+8 p.p.
Tauron Polska Energia S.A.	b.d.	12%	16%	18%	27%	54%	+42 p.p.

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4. Wyniki w obszarze „społeczeństwo” w latach 2011-2016 dla spółek z RESPECT Index na podstawie bazy ASSET4 ESG

Spółka	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Zmiana w stosunku do roku bazowego
PKN Orlen S.A.	75%	87%	88%	89%	93%	b.d.	+18 p.p.
Bank Zachodni WBK S.A.	67%	57%	63%	54%	78%	b.d.	+11 p.p.
ING Bank Śląski S.A.	61%	82%	73%	77%	82%	b.d.	+21 p.p.
Bank Millennium S.A.	30%	84%	89%	91%	92%	b.d.	+62 p.p.
KGHM Polska Miedź S.A.	90%	90%	89%	87%	87%	b.d.	-3 p.p.
Bank Pekao S.A.	52%	53%	39%	43%	52%	b.d.	bez zmian
PZU S.A.	75%	86%	78%	84%	71%	b.d.	-4 p.p.
Bank Handlowy w Warszawie S.A.	b.d.	46%	47%	52%	67%	72%	+26 p.p.
PGNiG S.A.	83%	57%	59%	47%	46%	b.d.	-37 p.p.
PGE S.A.	13%	11%	20%	24%	34%	b.d.	+21 p.p.
Tauron Polska Energia S.A.	b.d.	9%	9%	10%	13%	20%	+11 p.p.

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 5. Wyniki w obszarze „ład organizacyjny” w latach 2011-2016 dla spółek z RESPECT Index na podstawie bazy ASSET4 ESG

Spółka	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Zmiana w stosunku do roku bazowego
PKN Orlen S.A.	62%	74%	44%	42%	49%	b.d.	-13 p.p.
Bank Zachodni WBK S.A.	17%	31%	35%	50%	61%	b.d.	+ 44 p.p.
ING Bank Śląski S.A.	35%	77%	53%	75%	51%	b.d.	+ 16 p.p.
Bank Millennium S.A.	19%	26%	23%	14%	25%	b.d.	+ 6 p.p.
KGHM Polska Miedź S.A.	27%	24%	30%	29%	31%	b.d.	+ 4 p.p.
Bank Pekao S.A.	18%	53%	40%	33%	35%	b.d.	+ 7 p.p.
PZU S.A.	18%	62%	50%	80%	57%	b.d.	+ 39 p.p.
Bank Handlowy w Warszawie S.A.	b.d.	19%	12%	20%	18%	24%	+ 5 p.p.
PGNiG S.A.	17%	21%	22%	25%	17%	b.d.	bez zmian
PGE S.A.	25%	40%	34%	44%	51%	b.d.	+ 26 p.p.
Tauron Polska Energia S.A.	b.d.	b.d.	5%	5%	7%	6%	+1 p.p.

Źródło: opracowanie własne.

Analizując dane zawarte w tabeli 3 można stwierdzić, że wszystkie poddane badaniu spółki z indeksu RESPECT, które znajdują się w bazie ASSET4 ESG, poczyniły postępy w zarządzaniu czynnikami z obszaru środowiskowego. Największego skoku dokonał Bank Zachodni WBK S.A. – wzrost oceny o 53 punkty procentowe (p.p.), przy czym należy zauważyć, że podmiot ten zaczynał od niskiej oceny w roku bazowym, wynoszącej jedynie 11%. Możemy także zauważyć, że dwa przedsiębiorstwa: PZU S.A. i PGE S.A. nie poczyniły zbyt dużych postępów w zarządzaniu czynnikami środowiskowymi. Pierwsze przedsiębiorstwo w 2011 r. uzyskało wynik równy 31%, a drugie 30%. W 2015 r. wynik kształtował się na poziomie 38% dla obu przedsiębiorstw: przyrost o 7 p.p. dla PZU S.A. i o 8 p.p. dla PGE S.A. Można zatem stwierdzić, że te dwie spółki niewiele zrobiły w przeciągu pięciu analizowanych lat, aby poprawić zarządzanie kwestiami środowiskowymi.

Z kolei analiza danych ujętych w tabeli 4 dotyczących wyników spółek w obszarze społecznym skłania do wyciągnięcia dwóch wniosków. Po pierwsze, przeważająca większość badanych spółek poprawiła swoje wyniki. Największy wzrost oceny odnotowano w przypadku Banku Millennium S.A. – o 62 p.p. Następne w kolejności znalazły się spółki: Bank Handlowy w Warszawie S.A. – wzrost oceny o 26 p.p. oraz ING Bank Śląski S.A. i PGE S.A. – wzrost o 21 p.p. Warto jednak podkreślić, że spółka PGE S.A. startowała z niskim wynikiem w roku bazowym, który wyniósł jedynie 13%. Po drugie, mamy do czynienia z sytuacją, w której trzy spośród analizowanych spółek obniżyły swoje wyniki. W przypadku spółki KGHM Polska Miedź S.A. wynik obniżył się o 3 p.p. (z 90% do 87%). Natomiast wynik spółki PZU S.A. obniżył się o 4 p.p. (z 75% do 71%). Biorąc jednak pod uwagę wysoką – w przypadku pierwszej spółki, oraz dość wysoką – w przypadku drugiej spółki, wartość oceny w roku bazowym, odnotowane niewielkie spadki nie powinny budzić dużego niepokoju. Inaczej sytuacja wygląda w przypadku spółki PGNiG S.A., której wynik obniżył się aż o 37 p.p. (z 83% do 46%). Tak duża redukcja wyniku może świadczyć o istotnych problemach przedsiębiorstwa w zarządzaniu czynnikami społecznymi.

Na koniec pogłębionej analizy należy odnieść się do wyników spółek w obszarze ładu organizacyjnego. Jak pokazują dane zawarte w tabeli 5 dziewięć z jedenastu analizowanych spółek poprawiło swoje wyniki, jedna odnotowała spadek wyniku, a jedna utrzymała wynik. Co warto również podkreślić siedem spośród analizowanych spółek uzyskało bardzo niski wynik (poniżej 20%) w roku bazowym. Mając powyższe na uwadze należy zauważyć, że przy tak niskiej wartości bazowej duża część przedsiębiorstw poczyniła niewielkie postępy w zarządzaniu i raportowaniu czynników z obszaru ładu organizacyjnego: pięć spółek odnotowało wzrost oceny w przedziale od 1 p.p. do 7 p.p., a jeden podmiot nie zmienił swojego wyniku w porównaniu z rokiem bazowym. Najwyższy wzrost wyniku osiągnął Bank Zachodni WBK S.A. – o 44 p.p. (z 17% do 61%). Następnie spółki: PZU S.A. – o 39 p.p. (z 18% do 57%) oraz PGE S.A. – o 26 p.p. (z 25% do 51%). Natomiast największy spadek wyniku odnotowała spółka PKN Orlen S.A. – o 13 p.p. (z 62% do 49%).

Podsumowując przeprowadzoną powyżej analizę trzech obszarów ESG należy stwierdzić, że spółki z indeksu RESPECT nagorzej radzą sobie w dziedzinie zarządzania czynnikami ładu organizacyjnego.

W tabeli 6 przedstawiono podsumowanie statystyczne wyników ESG dla analizowanych spółek wchodzących w skład X edycji RESPECT Index.

Tabela 6. Podsumowanie statystyczne wyników ESG dla spółek z RESPECT Index na podstawie bazy ASSET4 ESG za rok 2015(2016)

Wyszczególnienie	Środowisko	Społeczeń- stwo	Ład organiza- cyjny	Ekonomia	Ocena ważona	Transpa- rentność
Średnie wartości	66%	66%	37%	72%	65%	85
Mediana	71%	72%	35%	75%	70%	87
Wartość maksymalna	87%	93%	61%	96%	86%	98
Wartość minimalna	38%	20%	6%	33%	30%	71
Różnica między maksymalną a minimalną wartością	49 p.p.	73 p.p.	55 p.p.	63 p.p.	56 p.p.	27

Źródło: opracowanie własne.

Analizując dane zawarte w tabelach 2 i 6 można stwierdzić, że najlepszy wynik ESG uzyskał PKN Orlen S.A. z oceną ważoną równą 86%, podczas gdy najgorszy wynik - 30%, uzyskał Tauron Polska Energia S.A. Różnica 56 p.p. między najlepszym a najgorszym wynikiem wskazuje na bardzo duże rozbieżności w ocenie danych ESG spółek z RESPECT Index. Ocenę ważoną powyżej 50% uzyskało osiem spółek, a średni wynik dla wszystkich spółek to 65%. Można zatem stwierdzić, że uzyskany wynik dla spółek z indeksu RESPECT nie jest wysoki.

Przyglądając się poszczególnym obszarom danych ESG należy zwrócić uwagę, że średnia wartość ocen z obszaru „ład organizacyjny” jest zaskakująco niska i wynosi tylko 37%. W tym obszarze zaobserwowano też najniższą wartość wynoszącą 6% dla Tauron Polska Energia S.A. Tymczasem w jednym z rankingów (Ranking Odpowiedzialnych Firm 2015) spółka uzyskała III miejsce w sektorze paliw, energetyki i wydobywania, co budzi pewne wątpliwości w aspekcie bardzo słabego rezultatu jaki uzyskała na podstawie danych ASSET4 ESG (wartość równa 30%).

O niskim poziomie ocen przedsiębiorstw z indeksu RESPECT w obszarze „ład organizacyjny” świadczą także wyniki badań przeprowadzonych przez autorów niniejszego opracowania na całej populacji spółek wchodzących w skład X edycji przedmiotowego indeksu. Okazało się bowiem, że zakres tematyczny raportów niefinansowych tych spółek odbiegał od oczekiwanego poziomu. Kompletność ujawnień przebadanych spółek z indeksu RESPECT oceniono na 44%. Stan raportowania informacji niefinansowych cechował się stosunkowo słabym poziomem ujawnień ekonomicznych, których poziom oszacowano na 34%. Na poziomie 35% kształtował się poziom ujawnień zarówno środowiskowych, jak i społecznych. Natomiast informacje dotyczące ładu organizacyjnego ujawniane są jedynie na zaskakująco niskim poziomie oszacowanym na 6% [Sikacz, Wołczek 2017].

Odnosząc się do wyników zaprezentowanych w tabeli 6, należy stwierdzić, że średni wynik w obszarze dotyczącym środowiska to 66%, społeczeństwa natomiast 66%, a ekonomii to 72%. Różnica wynosząca między najlepszym a najgorszym wynikiem w obszarze środowisko 49 p.p., społeczeństwo 73 p.p., ład organizacyjny 55 p.p., a w obszarze ekonomia 63 p.p. świadczy o bardzo dużych rozbieżnościach między wynikami spółek, mimo że po spółkach mających spełniać najwyższe standardy związane z odpowiedzialnością można było spodziewać się dużo mniejszych różnic i o wiele lepszych rezultatów.

Podsumowanie i wnioski

Zaprezentowana analiza wyników ESG uzyskanych przez spółki wchodzące w skład indeksu RESPECT wskazuje na duże różnice w wynikach między danymi podmiotami. Należy zwrócić uwagę na problem nieuwzględniania wyników ESG dostępnych w renomowanych bazach danych w doborze spółek do przedmiotowego indeksu spółek społecznie odpowiedzialnych. Badania wskazują na to, że można mieć wątpliwości co do doboru spółek do indeksu RESPECT, jak i wyników różnego rodzaju konkursów przedsiębiorstw odpowiedzialnych społecznie. W związku z powyższym szeroko rozumianym interesariuszom zaleca się sięganie po dodatkowe źródła informacji niefinansowych o przedsiębiorstwach, takich jak baza danych ASSET4 ESG, celem nabrania pewności, ewentualnie rozwiania wątpliwości co do podejmowanych decyzji, na przykład inwestycyjnych. Działania przedsiębiorstw w obszarach ESG, jak i efekty tych działań, zaczynają bowiem odgrywać coraz większe znaczenie we współczesnej gospodarce.

Niniejsze opracowanie dotyczy indeksu RESPECT, funkcjonującego w ramach polskiej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., która jednocześnie wchodzi w skład tego indeksu. Dalsze badania można poszerzyć o analizę wyników ESG spółek uczestniczących w innych światowych indeksach spółek społecznie odpowiedzialnych.

Literatura

- Bassen A., Meyer K., Schlange J., *The influence of corporate responsibility on the cost of capital*, 2006, <http://ssrn.com/abstract=984406> (24.08.2017).
- Burke L., Logsdon J.M., *How corporate social responsibility pays off*, Long Range Planning, vol. 29, 1996, s. 495-502.
- Domańska-Szaruga B., *Rola czynników ESG w budowaniu wartości przedsiębiorstwa*, Współczesne Zarządzanie / Contemporary Management Quarterly nr 4, 2011, s. 141-151.
- Jędrzejka D., *Ujawnienia ESG polskich spółek giełdowych w świetle wyników badań*, Studia Ekonomiczne, nr 186 cz. 2, 2014, s. 13-26.
- Kaputa J., *Raportowanie zrównoważonego rozwoju jako wyzwanie dla przedsiębiorstw XXI wieku*, Zarządzanie i Finanse, 2013, s. 113-127.
- Knox S., Maklan S., *Corporate Social Responsibility: moving beyond investment towards measuring outcomes*, European Management Journal, vol. 22, no. 5, 2004, s. 23-35.
- Maignan I., Ferrell O.C., *Antecedents and benefits of corporate citizenship: an investigation of french businesses*, Journal of Business Research, vol. 51, 2001, s. 37-51.
- Marcinkowska M., *Odpowiedzialne przedsiębiorstwo na rynku kapitałowym - czyli o giełdowych indeksach zrównoważonego rozwoju*, w: J. Duraj (red.), *Przedsiębiorstwo na rynku kapitałowym*, Wyd. UŁ, Łódź, 2010, s. 123-144.
- Ocena Tomo LLC, *Annual Study of Intangible Asset Market Value*, 2015, <http://www.oceantomo.com/2015/03/04/2015-intangible-asset-market-value-study/> (24.08.2017).
- Ranking Odpowiedzialnych Firm 2015, <https://grupa.tauron.pl/tauron/TAURON-dla-otoczenia/Strony/nagrody-i-wyroznienia.aspx> (24.08.2017).
- Ribando J.M., G. Bonne G., *A new quality factor: finding alpha with ASSET4 ESG data*, Thomson Reuter, Starmine Research Note, 2010, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.429.577&rep=rep1&type=pdf> (24.08.2017).
- Sikacz H., Wolczek P., *Analiza raportów informacji niefinansowych spółek z RESPECT Index*, Marketing i Rynek nr 11, 2017, s. 540-552.
- Sroka R. (red.), *Analiza ESG spółek w Polsce*, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, Warszawa, 2012.
- Sroka R. (red.), *Analiza ESG spółek w Polsce*, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, Warszawa, 2014.
- Sroka R. (red.), *Analiza ESG spółek w Polsce*, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, Warszawa, 2016.

Thomson Reuters, ASSET4 ESG Data, 2012a,
<https://www.thomsonreuters.com/content/dam/openweb/documents/pdf/tr-com-financial/fact-sheet/esg-data-fact-sheet.pdf> (24.08.2017).
Thomson Reuters, Thomson Reuters Datastream ASSET4 EEG Content, 2012b,
http://repository.uvu.vu.nl/datacentrum/ASSET4_ESG_Datastream.pdf (24.08.2017).

Summary

This study is concerned with the analysis of non-financial data related to environmental issues, social responsibility and corporate governance, called ESG data (Environmental, Social, Governance). The companies from the RESPECT Index are the subject of analysis. This suggesting that their ESG results should be high due to their affiliation to the mentioned index. Therefore the purpose of this paper is to verify the view on the high ESG results the companies from the RESPECT Index. To make analysis the data from the ASSET4 ESG database were used. This database is owned by Thomson Reuters, one of the world's major information providers, both for businesses, professionals, and researchers. The analysis of the ESG results obtained by the companies from the RESPECT Index shows that there are big differences in results between the entities, although from the companies, which should meet the highest standards of responsibility, we could expect smaller differences and better results.

Keywords: ESG factors, RESPECT Index, ASSET4 ESG, ESG databases

Informacja o autorach:

dr inż. Hanna Sikacz

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wydział Inżynieryjno-Ekonomiczny
Katedra Pracy i Kapitału
e-mail: hanna.sikacz@ue.wroc.pl

dr Przemysław Wolczek

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wydział Nauk Ekonomicznych
Katedra Zarządzania Strategicznego
e-mail: przemyslaw.wolczek@ue.wroc.pl

Hanna Sikacz
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Przemysław Wołczek
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Analiza ESG spółek z indeksu RESPECT – podsumowanie badań

ESG ANALYSIS OF COMPANIES INCLUDED IN THE RESPECT INDEX - SUMMARY OF RESEARCH

Niniejsze opracowanie stanowi podsumowanie badań związanych z analizą ESG spółek wchodzących w skład RESPECT Index. Celem artykułu jest dokonanie oceny porównawczej informacji pozyskanych z dwóch baz danych: ASSET4 ESG i Thomson Reuters Eikon oraz na podstawie tych informacji przeprowadzenie analizy wyników ESG przedsiębiorstw z indeksu RESPECT. Analiza ma odpowiedzieć na pytanie czy spółki z przedmiotowego indeksu to rzeczywiście podmioty, które w najwyższym stopniu spełniają wymagania w zakresie zarządzania czynnikami środowiskowymi, społecznymi i ładu organizacyjnego. Przedstawione w artykule rezultaty badań wskazują na pewne rozbieżności w wynikach ESG uzyskanych przez spółki. Wyniki ESG pozyskane z bazy ASSET4 ESG są korzystniejsze dla analizowanych spółek. Należy podkreślić, że kwalifikacja danego przedsiębiorstwa do indeksu spółek społecznie odpowiedzialnych nie powinna budzić żadnych wątpliwości. Tymczasem, pomimo różnic występujących w wynikach ESG między analizowanymi bazami, okazało się, że do X edycji indeksu RESPECT dostały się spółki z bardzo niskimi wynikami, co rodzi zastrzeżenia do procesu doboru spółek do przedmiotowego indeksu.

Słowa kluczowe: czynniki ESG, RESPECT Index, Thomson Reuters Eikon, ASSET4 ESG

This study is a summary of the research related to the ESG analysis of companies included in the RESPECT Index. The aim of the article is to make the comparative assessment of information obtained from two databases: ASSET4 ESG and Thomson Reuters Eikon and on the basis of this information make an analysis of the ESG results of companies from the RESPECT Index. The analysis is intended to answer the question whether the companies in the index are really those who fulfill at the highest level the requirements in the area of environment, social and corporate governance. The results of the research presented in this paper show some divergences in ESG results obtained by companies. The ESG results from the ASSET4 ESG database are more favorable for the companies analyzed. It should be emphasized that the qualification of a given company into the index of socially responsible companies should not raise any doubts. Meanwhile, in spite of the differences in the ESG results between the analyzed databases, it turned out that to the X edition of the RESPECT Index have been qualified companies with very low ESG results, which raises objections to the process of selecting companies to the index.

Key words: ESG factors, RESPECT Index, Thomson Reuters Eikon, ASSET4 ESG, ESG databases

Wprowadzenie

Dotarcie do informacji finansowych, dzięki licznym bazom danych, nie sprawia w dzisiejszych czasach już trudności, a uznana na świecie standardowa ocena sytuacji finansowej spółki odbywa się zazwyczaj według określonego schematu (analiza wstępna i analiz wskaźnikowa m.in. płynności, obrotowości, zadłużenia i rentowności). Natomiast w związku z faktem, że raportowanie danych niefinansowych staje się również istotnym elementem sprawozdawczości okresowej, czego przykładem jest chociażby wdrożenie przepisów dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE [Dyrektywa], przypuszcza się, że ocena spółki na podstawie danych niefinansowych nabierze na znaczeniu i także doczeka się określonego schematu.

Dane niefinansowe należy wiązać z kwestiami ochrony środowiska, odpowiedzialności społecznej i ładu organizacyjnego określanymi jako dane ESG (ang. *Environmental, Social, Governance*). W najwyższym stopniu wymagania w zakresie ładu informacyjnego i relacji z inwestorami, a przede wszystkim spełniania szeregu wymagań zaliczanych do grupy czynników środowiskowych, społecznych i ładu organizacyjnego powinny spełniać spółki należące do giełdowych indeksów przedsiębiorstw społecznie odpowiedzialnych. Przynależność do takiego indeksu może przynieść przedsiębiorstwu konkretne korzyści. Jak bowiem pokazują wyniki badań przeprowadzonych przez departament doradztwa w zakresie zmian klimatycznych Deutsche Bank [DB Climate Change Advisors 2012]¹ podmioty o wysokim ratingu CSR² (oceniającym ich sposób zarządzania czynnikami ESG) mają niższy (ex-ante) koszt kapitału. Oznacza to, że rynek postrzega przedsiębiorstwa lepiej zarządzające czynnikami ESG za mniej ryzykowne niż inne i stosownie je za to wynagradza. Co więcej okazało się, że zarządzanie czynnikami ESG jest również pozytywnie skorelowane z wynikami finansowymi spółki. Analizowane prace badawcze w przeważającej większości wykazywały, że przedsiębiorstwa plasujące się wysoko w ratingach CSR osiągają ponadprzeciętne wyniki finansowe, a ich kurs akcji zachowuje się lepiej niż indeksy rynkowe.

Problematyka czynników ESG podejmowana jest przede wszystkim w kontekście odpowiedzialnego inwestowania (ang. *Socially Responsible Investing*, SRI), analizy ESG spółek, rozwoju zrównoważonego i społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa oraz raportowania informacji niefinansowych. Działania przedsiębiorstwa w obszarach związanych ze środowiskiem, społeczeństwem i ładem organizacyjnym należy wiązać m.in. z:

- budowaniem wartości przedsiębiorstwa [Domańska-Szaruga B., 2011, s. 141-151],

¹ Departament doradztwa w zakresie zmian klimatycznych Deutsche Bank przeprowadził kompleksową analizę badań na temat powiązań między wynikami przedsiębiorstw w zakresie ESG a m.in. kosztem pozyskania przez nie kapitału czy ich wynikami finansowymi. W celu zwiększenia zaufania do wyników przeprowadzonej analizy, wybrano tylko te dokumenty, które spełniły minimalny poziom dyscypliny akademickiej – zostały opublikowane w znanych czasopismach naukowych. Z ponad 100 badań z ostatnich 15 lat, które zostały zidentyfikowane w początkowej fazie, w analizie uwzględniono 56 prac badawczych, a także 2 przeglądy literatury i 4 meta-analizy.

² CSR – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa (ang. *Corporate Social Responsibility*).

- budową portfela w ramach inwestycji społecznie odpowiedzialnych [Marcinkowska 2010, s. 124],
- kwestiami związanymi z niższym kosztem kapitału [Bassen i in. 2006],
- lepszym wizerunkiem i zaufaniem do spółki [Sroka 2014, s. 46],
- większą innowacyjnością [Burke, Logsdon 1996, s. 500],
- lepszym zarządzaniem ryzykiem w przedsiębiorstwie w przypadku dodatkowego uwzględniania ryzyk związanych z wpływem na środowisko czy w obszarze społecznym [Jędrzejka 2014, s. 14],
- redukcją zużycia zasobów [Jędrzejka 2014, s. 14],
- lepszą postawą pracowników wobec przedsiębiorstwa [Knox, Maklan 2004, s. 25-29; Burke, Logsdon 1996, s. 500; Maignan, Ferrell 2001, s. 39-40],
- demonstracją zdolności podmiotu do uczestnictwa w konkurencyjnych rynkach [Kaputa 2013, s. 116].

Informowanie interesariuszy o wynikach podejmowanych działań w obszarach ESG świadczy o transparentności raportujących przedsiębiorstw. Z kolei większa przejrzystość spółek pozwala na podejmowanie bardziej racjonalnych decyzji inwestycyjnych [Sroka, 2012, s. 8]. Można zatem spodziewać się, że zapotrzebowanie na dane ESG będzie nadal rosnąć, a bazy z danymi ESG mogą pomóc inwestorom w podejmowaniu decyzji inwestycyjnych [Ribando J.M., Bonne G. 2010, s. 8].

Biorąc powyższe pod uwagę należy dojść do wniosku, że inwestorzy są coraz bardziej zainteresowani współpracą z odpowiedzialnymi przedsiębiorstwami. Takie przedsiębiorstwa oprócz dobrych wyników finansowych charakteryzują się przejrzystym sposobem zarządzania, odpowiedzialnym budowaniem wizerunku oraz dbaniem o dobre relacje z otoczeniem. Dla wielu inwestorów wiarygodność finansowa przedsiębiorstwa jest uzależniona od jego wiarygodności społecznej. Z kolei na wzrost poziomu wiarygodności społecznej przedsiębiorstwa obecnego w obrocie giełdowym pozytywny wpływ powinien mieć udział takiego podmiotu w indeksie spółek społecznie odpowiedzialnych.

W Polsce tego typu indeksem od I edycji w 2009 r. jest RESPECT Index (ang. *Responsibility, Ecology, Sustainability, Participation, Environment, Community, Transparency*). Proces doboru spółek do tego indeksu uwzględnia m.in. analizę ankiety adresowanej do określonych przedsiębiorstw, której struktura od VII edycji w 2013 r. uwzględnia pytania podzielone na informacje z zakresu ESG. Najbardziej aktualna wersja ankiety (dotycząca XI edycji indeksu) obejmuje 51 pytań, z których dwa pytania o obszarze czynników społecznych są rozbudowane i ostateczna liczba pytań to 53. Wyniki ankiet nie są jednak ogólnie dostępne dla zainteresowanych zewnętrznymi interesariuszy. Biorąc pod uwagę tę niedogodność w dostępie do informacji na temat zarządzania czynnikami ESG przez przedsiębiorstwa wchodzące w skład indeksu RESPECT, wydaje się, że uznane na świecie bazy danych, gromadzące informacje z zakresu zarządzania czynnikami ESG przez przedsiębiorstwa, powinny stać się użytecznymi narzędziami wykorzystywanymi przez naukowców, jak i praktyków (inwestorów, przedsiębiorców, menadżerów, specjalistów) do analizy informacji niefinansowych przedsiębiorstw. Do takich baz danych należy zaliczyć bazę ASSET4 ESG i bazę Thomson Reuters Eikon.

Niniejsze opracowanie stanowi podsumowanie badań, których wyniki szczegółowe zostały przedstawione w trzech publikacjach [zob. Sikacz, Wołczek 2017a, 2017b, 2017c]. Celem artykułu jest dokonanie oceny porównawczej informacji pozyskanych z dwóch

wspomnianych baz danych oraz na podstawie tych informacji przeprowadzenie analizy wyników ESG spółek wchodzących w skład indeksu RESPECT. Analiza ta ma odpowiedzieć na pytanie czy spółki z RESPECT Index to rzeczywiście podmioty, które w najwyższym stopniu spełniają wymagania w zakresie zarządzania czynnikami środowiskowymi, społecznymi i ładu organizacyjnego.

ASSET4 ESG vs. Thomson Reuters Eikon – podstawowe informacje o bazach i ocenie ESG

Porównanie podstawowych informacji o bazach oraz informacji o spółkach według kategorii i obszarów ESG możliwych do pozyskania z baz ASSET4 ESG i Thomson Reuters Eikon znajduje się w tabeli 1 i 2.

Tabela 1. Podstawowe informacje liczbowe o bazach ASSET4 ESG i Thomson Reuters Eikon

Podstawowe informacje liczbowe o bazach	ASSET4 ESG	Thomson Reuters Eikon
Liczba informacji po przetworzeniu danych branych pod uwagę do oceny ESG	118 (122)	178
Liczba KPI (ang. <i>key performacne indicators</i>)	280	70
Liczba danych cząstkowych o przedsiębiorstwie	750	400
Liczba przedsiębiorstw w bazie	4 300	6 000

Zródło: opracowanie własne.

Jak wskazują przedstawione w tabeli informacje dotyczące baz z wynikami ESG więcej danych o przedsiębiorstwie zebranych jest w bazie ASSET4 ESG - 750 danych w porównaniu z 400 danymi zebranymi w bazie Thomson Reuters Eikon. Na podstawie tych danych zostaje wygenerowanych 280 KPI (ang. *key performacne indicators*) w bazie ASSET4 ESG i 70 KPI w kolejnej bazie. Ostatecznie do oceny ESG przedsiębiorstw branych jest pod uwagę 118 (122) informacji w bazie ASSET4 ESG i 178 informacji w bazie Thomson Reuters Eikon.

Tabela 2. Liczba informacji o spółkach według kategorii i obszarów ESG w bazach ASSET4 ESG i Thomson Reuters Eikon

Obszar	Kategoria według bazy ASSET4 ESG	Liczba informacji		Kategoria według bazy Thomson Reuters Eikon	Liczba informacji	
Środowisko	Redukcja emisji	22	46 + 1 = 47	Emisje	22	61
	Zużycie zasobów	19		Zużycie zasobów	20	
	Innowacje produktowe	5		Innowacja	19	
Społeczeństwo	Jakość zatrudnienia	10	39 + 1 = 40	Pracownicy	29	63
	Zdrowie i bezpieczeństwo	5				
	Szkolenie i rozwój	5		Prawa człowieka	8	
	Różnorodność	6				
	Prawa człowieka	3		Społeczność	14	
	Społeczność	6				
Odpowiedzialność za produkt	4	Odpowiedzialność za produkt	12			

Ład organizacyjny	Struktura Zarządu	8	33 +1 = 34	Zarządzanie	34	54
	Funkcja zarządu	9		Akcjonariusze	12	
	Polityka rekompensaty	6		Strategia CSR	8	
	Prawa akcjonariuszy	5				
	Wizja i strategia	5				
Ekonomia	Ekonomia		1			
Razem	16 kategorii	118	122	10 kategorii	178	178

Źródło: opracowanie własne.

Obszary z zakresu ESG podzielone są na 16 kategorii w pierwszej z baza, natomiast w drugiej bazie na 10 kategorii. Pełna zbieżność nazw tych kategorii występuje w przypadku obszaru dotyczącego środowiska, z pewną jednak istotną różnicą dotyczącą liczby zbieranych informacji z kategorii innowacji. Więcej uwagi poświęcone jest tej kategorii w bazie Thomson Reuters Eikon.

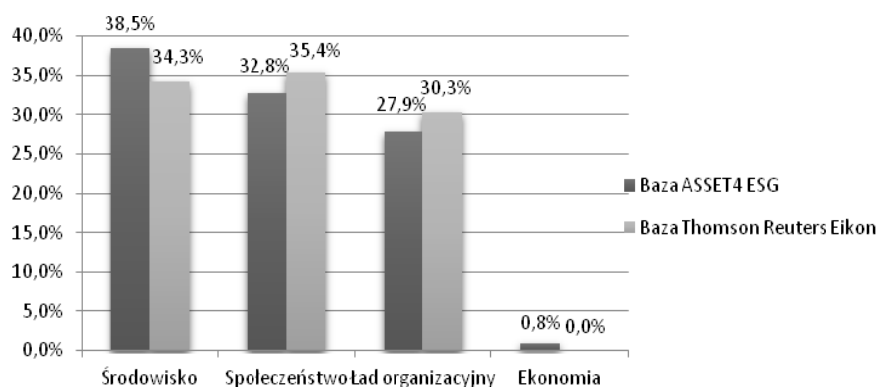
W obszarze dotyczącym społeczeństwa nazwy trzech kategorii („prawa człowieka”, „społeczność” i „odpowiedzialność za produkt”) są identyczne. Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, że w każdej z tych trzech kategorii więcej informacji (w sumie 34) analizowanych jest w bazie Thomson Reuters Eikon niż w bazie ASSET4 ESG (w sumie 13). Różnica między porównywanymi bazami występuje odnośnie pozostałych kategorii. W bazie Thomson Reuter Eikon występuje kategoria „pracownicy” z 29 informacjami, natomiast w drugiej bazie możemy wskazać cztery kategorie: „jakość zatrudnienia”, „zdrowie i bezpieczeństwo”, „szkolenia i rozwój” oraz „różnorodność”, które w sumie zawierają 26 informacji. Szczegółowa analiza struktury kategorii „pracownicy” z bazy Thompson Reuter Eikon pozwala stwierdzić, że w jej skład wchodzi zagadnienia, które ujęte są we wspomnianych czterech kategoriach z drugiej bazy.

Z kolei jeśli chodzi o obszar zajmujący się kwestiami ładu organizacyjnego, należy zauważyć, że nazwy kategorii w obu bazach nie pokrywają się. Jednak pogłębiona analiza danych zawartych w obu bazach pozwala stwierdzić, że:

- kategoria „strategia CSR” z bazy Thompson Reuter Eikon zawiera cztery z pięciu informacji z kategorii „wizja i strategia” z bazy ASSET4 ESG,
- kategoria „akcjonariusze” zawiera cztery z pięciu informacji z kategorii „prawa akcjonariuszy”,
- kategoria „zarządzanie” zawiera wszystkie informacje z kategorii „struktura zarządu”, osiem z dziewięciu informacji z kategorii „funkcja zarządu” oraz cztery z sześciu informacji z kategorii „polityka rekompensaty”.

Porównując obie bazy, z punktu widzenia podziału na kategorie i zawarte w nich informacje, można dojść do wniosku, że struktura bazy Thomson Reuter Eikon pokrywa się w dużej mierze z bazą ASSET4 ESG. Należy przy tym zauważyć, że pierwsza z baz gromadzi więcej (w sumie o 66) szczegółowych informacji ESG o przedsiębiorstwach niż druga baza. Ponadto w pierwszej bazie zdecydowanie więcej jest informacji o różnego rodzaju politykach obowiązujących w przedsiębiorstwie. Baza Thomson Reuters Eikon gromadzi informacje w sumie o 40 dokumentach typu polityka (w tym: obszar „środowisko” – 6 polityk, „społeczność” – 20; ład organizacyjny – 14) a baza ASSET4 ESG tylko o 13 (w tym: „środowisko” – 3; „społeczność” – 7; „ład organizacyjny” – 3).

Na rysunku 1 przedstawiono udziały liczby informacji z poszczególnych obszarów ESG w ogólnej liczbie przetworzonych informacji, branych pod uwagę w obu analizowanych bazach danych, do oceny ESG przedsiębiorstw.



Rysunek 1. Struktura informacji według danych ESG w bazach ASSET4 ESG i Thomson Reuters Eikon
Źródło: opracowanie własne.

Baza ASSET4 ESG gromadząc dane ESG kładzie duży nacisk na aspekty środowiskowe, ponieważ udział tych informacji w ogólnej liczbie wszystkich danych ESG to 38,5%. W dalszej kolejności są informacje dotyczące społeczeństwa z udziałem wynoszącym 32,8% i ładu organizacyjnego z udziałem 27,9%. Udział informacji ekonomicznych to jedynie 0,8%. Należy przy tym pamiętać, że obszar ekonomiczny mierzy zdolność firmy do generowania trwałego wzrostu i wysokiego zwrotu z inwestycji dzięki efektywnemu wykorzystaniu wszystkich zasobów. Jest to odzwierciedlenie ogólnej kondycji finansowej firmy i jej zdolności do generowania długoterminowej wartości dla akcjonariuszy dzięki zastosowaniu najlepszych praktyk zarządzania. Z kolei w bazie Thomson Reuters dominują informacje dotyczące społeczeństwa (35,4% udziału). Udział informacji środowiskowych jest porównywalny (34,3%). Najmniejszy udział, podobnie jak w bazie ASSET4 ESG, stanowią informacje związane z ładem organizacyjnym (30,3%).

Odnosząc się do wyników oceny ESG przedsiębiorstw, jakie można pozyskać z obu analizowanych baz, należy stwierdzić, że wyniki te są trudno porównywalne. Trudność bierze się stąd, że wyniki ESG przedsiębiorstw w bazie ASSET4 ESG są podawane jako wartości procentowe. Z kolei w bazie Thomson Reuters Eikon wyniki ESG przedsiębiorstw są prezentowane za pomocą oznaczeń w skali od D- do A+ (D-, D, D+, C-, C, C+, B-, B, B+, A-, A, A+) w zależności od tego, w jakim przedziale punktowym znalazła się wartość wskaźnika wykorzystanego do oceny ESG dane przedsiębiorstwa.

Podsumowując można stwierdzić, że przydatność obu baz, do oceny ESG przedsiębiorstw, ze względu na liczbę gromadzonych informacji, jest duża. Z drugiej strony problem dla osób zainteresowanych problematyką ESG, przedsiębiorstwami społecznie odpowiedzialnymi, indeksami giełdowymi spółek odpowiedzialnych społecznie czy też inwestycjami typu SRI, może stanowić brak możliwości bezpośredniego porównania wyników ESG dla danego przedsiębiorstwa, uzyskanych z obu analizowanych baz.

Metoda i wyniki badań

W skład X edycji indeksu RESPECT wchodzi obecnie 24 spółki³. Dane uzyskane z bazy ASSET4 ESG dotyczą jedenastu z tych spółek, natomiast z bazy Thomson Reuters Eikon piętnastu. Brak w bazach informacji ESG o pozostałych spółkach z indeksu uniemożliwia dokonanie oceny porównawczej dla wszystkich spółek. W związku z powyższym wyniki badań obejmują 11 spółek z RESPECT Index. Poszczególne etapy badań obejmowały więc: zebranie danych ESG spółek z indeksu RESPECT z bazy ASSET4 ESG i Thomson Reuters Eikon, przygotowanie listy spółek możliwych do porównania (warunek przyjęcia do badań – dane dla spółki w obu bazach), zapewnienie porównywalności wyników ESG pozyskanych z dwóch baz.

Na podstawie zaprezentowanych w tabeli 3 wyników ESG spółek z RESPECT Index pozyskanych z baz ASSET4 ESG i Thomson Reuters Eikon można dokonać oceny porównawczej spółek, ale można także porównać między sobą dane z tych baz dla określonej spółki. Wynik ESG Score na podstawie bazy Thomson Reuters Eikon nie jest wartością liczbową wyrażoną w procentach, tylko oznaczony jest odpowiednim symbolem. Dany symbol oznacza odpowiedni przedział uzyskanych wyników⁴. W związku z powyższym, aby możliwe było porównanie wyników ESG spółek uzyskanych z dwóch baz, odpowiednie symbole zamieniono na przedziały wyników, a następnie uśredniono wartości z danego przedziału, w ten sposób uzyskując wynik ESG dla danej spółki.

Tabela 3. Wyniki ESG spółek z RESPECT Index na podstawie bazy ASSET4 ESG i Thomson Reuters Eikon

Spółka	ASSET4 ESG	ESG Score (Thomson Reuters Eikon)	Srednia wartość ESG Score (Thomson Reuters Eikon)	Różnica w wartościach wskaźników między bazami
Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A.	62%	41,7% - 50,0%	45,9%	16,1 p.p.
Polski Koncern Naftowy Orlen S.A.	86%	66,7% - 75,0%	70,9%	15,1 p.p.
Bank Pekao S.A.	70%	58,3% - 66,7%	62,5%	7,5 p.p.
Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo S.A.	50%	33,3% - 41,7%	37,5%	12,5 p.p.
Bank Zachodni WBK S.A.	83%	50,0% - 58,3%	54,2%	28,8 p.p.
KGHM Polska Miedź S.A.	73%	58,3% - 66,7%	62,5%	10,5 p.p.
Polska Grupa Energetyczna S.A.	40%	25,0% - 33,3%	29,2%	10,8 p.p.
ING Bank Śląski S.A.	81%	50,0% - 58,3%	54,2%	26,8 p.p.
Bank Millennium S.A.	80%	58,3% - 66,7%	62,5%	17,5 p.p.
Tauron Polska Energia S.A.	30%	16,7% - 25,0%	20,9%	9,1 p.p.
Bank Handlowy w Warszawie S.A.	61%	50,0% - 58,3%	54,2%	6,8 p.p.

Zródło: opracowanie własne.

³ Stan na 16.08.2017 r. Obecny skład indeksu został ogłoszony 14.12.2016 r. Pierwotnie indeks liczył 25 spółek, jednak z dniem 08.06.2017 r. decyzją Zarządu GPW obrót akcjami spółki Pelion S.A. został zawieszony.

⁴ Przedziały wyników w zależności od symbolu są następujące: D-: 0.0 <= wynik <= 0.0833; D: 0.0833 < wynik <= 0.1666; D+: 0.1666 < wynik <= 0.2500; C-: 0.2500 < wynik <= 0.3333; C: 0.3333 < wynik <= 0.4166; C+: 0.4166 < wynik <= 0.5000; B-: 0.5000 < wynik <= 0.5833; B: 0.5833 < wynik <= 0.6666; B+: 0.6666 < wynik <= 0.7500; A-: 0.7500 < wynik <= 0.8333; A: 0.8333 < wynik <= 0.9166; A+: 0.9166 < wynik <= 1.

Wyniki ESG spółek z indeksu RESPECT na podstawie bazy ASSET4 ESG kształtują się w przedziale od 30% do 86%, natomiast na podstawie bazy Thomson Reuters Eikon od 20,9% do 70,9%. Średni wynik ESG dla spółek z pierwszej wymienionej bazy to 65,1%, natomiast dla drugiej bazy - 50,4%. Średnia różnica w wartościach wskaźników między bazami to 14,7 punktów procentowych (p.p.). Mediana dla przedstawionych wyników to 70% w przypadku bazy ASSET4 ESG i 54,2% w przypadku bazy Thomson Reuters Eikon. Dla wszystkich jedenastu analizowanych spółek wyniki ESG w bazie ASSET4 ESG są lepsze niż w drugiej bazie, a największa różnica dotyczy Banku Zachodniego WBK S.A. i wynosi 28,8 p.p.

W przypadku bazy Thomson Reuters Eikon żadna ze spółek nie uzyskuje lepszego wyniku od 71%, natomiast wyniki wyższe od tej wartości na podstawie bazy ASSET4 ESG uzyskuje pięć spółek. Wartość wskaźnika równą bądź niższą 50% w przypadku obu baz uzyskują takie spółki jak: Tauron Polska Energia S.A., Polska Grupa Energetyczna S.A. oraz Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo S.A. W przypadku bazy Thomson Reuters Eikon taki wynik uzyskuje jeszcze jedna ze spółek (Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A.).

W przypadku tylko trzech spółek wyniki ESG uzyskane z obu baz są do siebie zbliżone (różnica między wynikami wynosi maksymalnie do 10 p.p). Te spółki to: Bank Handlowy w Warszawie S.A. (różnica – 6,8 p.p.), Bank Pekao S.A. (7,5 p.p.), Tauron Polska Energia S.A. (9,1 p.p.).

Największe różnice wyników ESG występujące w obu bazach dotyczą dwóch spółek: Banku Zachodniego WBK S.A. (różnica – 28,8 p.p.) oraz ING Banku Śląskiego S.A. (26,8 p.p.). Pogłębiona analiza danych trzech obszarów ESG dla tych spółek pozwala stwierdzić, że na te istotne różnice w wynikach największy wpływ miała ocena w obszarze „społeczeństwo”. W bazie ASSET4 ESG spółka Bank Zachodni WBK S.A. uzyskała w tym obszarze wynik na poziomie 78%, a spółka ING Bank Śląski S.A. na poziomie 82%. Jednak w bazie Thomson Reuter Eikon obie spółki w tym obszarze otrzymały ocenę B-, czyli ich wyniki kształtował się na poziomie 54,2% uśrednionej wartości.

Podsumowując uzyskane wyniki można wskazać tylko na jedną spółkę, która według obu baz uzyskuje wysokie wyniki ESG (powyżej 70%), a jest to Polski Koncern Naftowy Orlen S.A. Z kolei wynik ESG powyżej 60% w obu bazach uzyskały takie spółki jak: Bank Pekao S.A., KGHM Polska Miedź S.A., Bank Millennium S.A. Kolejne trzy spółki: Bank Zachodni WBK S.A., ING Bank Śląski S.A. oraz Bank Handlowy w Warszawie, uzyskały w obu bazach wynik ESG powyżej 50%. Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A. w bazie ASSET4 ESG uzyskał wynik powyżej 60%, a w drugiej bazie poniżej 50%. Pozostałe przedsiębiorstwa w obu analizowanych bazach uzyskały wynik ESG równy 50% bądź niższy.

Przyjmując zatem słuszne założenie, że do giełdowego indeksu spółek odpowiedzialnych, za jaki uchodzi RESPECT Index, powinny kwalifikować się przedsiębiorstwa, które w najwyższym stopniu wypełniają szereg wymagań zaliczanych do grupy czynników środowiskowych, społecznej odpowiedzialności i ładu organizacyjnego, można mieć wątpliwości co do procedury selekcji tych spółek do indeksu. Opierając się bowiem na danych pozyskanych z bazy ASSET4 ESG i przyjmując wynik 75% za dolną granicę, której przekroczenie uprawnia przedsiębiorstwo do wejścia w skład indeksu RESPECT, należy stwierdzić, że z 11 analizowanych spółek tylko cztery powinny znaleźć się w tym indeksie. Są to: Polski Koncern Naftowy Orlen S.A. (wynik ESG - 86%), Bank

Zachodni WBK S.A. (83%), ING Bank Śląski S.A. (81%) oraz Bank Millennium S.A. (80%). Z kolei opierając się na danych pozyskanych z bazy Thomson Reuter Eikon i przyjmując wynik A-, jako minimum uprawniające do wejścia w skład indeksu RESPECT, należy stwierdzić, że żadna z analizowanych spółek nie powinna znaleźć się w obecnej X edycji indeksu.

Podsumowanie i wnioski

Wzrost znaczenia uwzględniania w funkcjonowaniu przedsiębiorstw kwestii ESG i informowania otoczenia o działaniach i wynikach osiąganych w ramach tych obszarów skłania interesariuszy do poszukiwania i analizowania informacji niefinansowych o interesujących ich podmiotach. Z pomocą przychodzą renomowani światowi dostawcy informacji, od których można pozyskiwać dane (już nie tylko finansowe) przydatne w podejmowaniu decyzji dotyczących np. inwestowania czy nawiązania współpracy.

Przedstawione w niniejszym opracowaniu wyniki badań wskazują na pewne rozbieżności w wynikach ESG uzyskanych przez spółki wchodzące w skład indeksu RESPECT na podstawie przedmiotowych baz ASSET4 ESG i Thomson Reuters Eikon. Można wyciągnąć wniosek, że oceny uzyskane na podstawie bazy ASSET4 ESG są korzystniejsze dla spółek. Tym niemniej, mając na uwadze fakt, że kwalifikacja danego przedsiębiorstwa do giełdowego indeksu spółek społecznie odpowiedzialnych nie powinna budzić żadnych wątpliwości, można mieć zastrzeżenia do składu X edycji indeksu RESPECT. Należy stwierdzić, że Mimo różnic występujących między bazami, do indeksu powinno dobrać się spółki, które uzyskują wysokie wyniki ESG. Tymczasem okazuje się, że do przedmiotowego indeksu zakwalifikowały się spółki z bardzo niskimi ocenami ESG. Taki stan rzeczy rodzi uprawnione wątpliwości co do procedury doboru spółek do indeksu RESPECT i sugeruje dokonanie jej weryfikacji pod kątem uwzględniania wyników ESG przedsiębiorstw w tej procedurze.

Literatura

- Bassen A., Meyer K., Schlange J., *The influence of corporate responsibility on the cost of capital*, 2006, <http://ssrn.com/abstract=984406> (24.08.2017).
- Burke L., Logsdon J.M., *How corporate social responsibility pays off*, Long Range Planning, vol. 29, 1996, s. 495-502.
- DB Climate Change Advisors, *Sustainable Investing. Establishing Long-Term Value and Performance*, Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main, 2012, https://www.db.com/cr/en/docs/Sustainable_Investing_2012.pdf (25.08.2017).
- Domańska-Szaruga B., *Rola czynników ESG w budowaniu wartości przedsiębiorstwa*, Współczesne Zarządzanie / Contemporary Management Quarterly nr 4, 2011, s. 141-151.
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z 22 października 2014 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy (Dz. Urz. UE L 330 z 15.11.2014, str. 1 oraz Dz. Urz. UE L 207 z 04.08.2015, str. 1).
- Jędrzejka D., *Ujawnienia ESG polskich spółek giełdowych w świetle wyników badań*, Studia Ekonomiczne, nr 186 cz. 2, 2014, s. 13-26.
- Kaputa J., *Raportowanie zrównoważonego rozwoju jako wyzwanie dla przedsiębiorstw XXI wieku*, Zarządzanie i Finanse, 2013, s. 113-127.
- Knox S., Maklan S., *Corporate Social Responsibility: moving beyond investment towards measuring outcomes*, European Management Journal, vol. 22, no. 5, 2004, s. 23-35.
- Maignan I., Ferrell O.C., *Antecedents and benefits of corporate citizenship: an investigation of french businesses*, Journal of Business Research, vol. 51, 2001, s. 37-51.

Marcinkowska M., *Odpowiedzialne przedsiębiorstwo na rynku kapitałowym - czyli o giełdowych indeksach zrównoważonego rozwoju*, w: J. Duraj (red.), *Przedsiębiorstwo na rynku kapitałowym*, Wyd. UŁ, Łódź, 2010, s. 123-144.

Ribando J.M., G. Bonne G., *A new quality factor: finding alpha with ASSET4 ESG data*, Thomson Reuter, *Starmine Research Note*, 2010, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.429.577&rep=rep1&type=pdf> (24.08.2017).

Sikacz H., Wołczek P., *Analysis and Evaluation of the RESPECT Index functioning*, artykuł przyjęty do recenzji w *Pracach Naukowych Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 2017a

Sikacz H., Wołczek P., *Analiza ESG spółek z indeksu RESPECT na podstawie bazy ASSET4 ESG*, artykuł po pozytywnych recenzjach oczekuje na publikację w *Zeszytach Naukowych Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, 2017b

Sikacz H., Wołczek P., *ESG analysis of companies included in the RESPECT index based on Thomson Reuters EIKON database*, artykuł przyjęty do recenzji w *Pracach Naukowych Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* 2017c,

Sroka R. (red.), *Analiza ESG spółek w Polsce*, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, Warszawa, 2012.

Sroka R. (red.), *Analiza ESG spółek w Polsce*, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, Warszawa, 2014.

Thomson Reuters, *ASSET4 ESG Data*, 2012, <https://www.thomsonreuters.com/content/dam/openweb/documents/pdf/tr-com-financial/fact-sheet/esg-data-fact-sheet.pdf> (24.08.2017).

Thomson Reuters, *Thomson Reuters ESG Scores For Public Companies, Thomson Reuter ESG Score Data fact sheet*, 2017a, <https://financial.thomsonreuters.com/content/dam/openweb/documents/pdf/financial/esg-scores-factsheet.pdf> (25.08.2017).

Thomson Reuters, *Thomson Reuters ESG Scores, Methodology*, 2017b, <https://financial.thomsonreuters.com/content/dam/openweb/documents/pdf/financial/esg-scores-methodology.pdf> (25.08.2017).

Abstract

This study is a summary of the research related to the ESG analysis of companies included in the RESPECT Index. The aim of the article is to make the comparative assessment of information obtained from two databases: ASSET4 ESG and Thomson Reuters Eikon and on the basis of this information make an analysis of the ESG results of companies from the RESPECT Index. The analysis is intended to answer the question whether the companies in the index are really those who fulfill at the highest level the requirements in the area of environment, social and corporate governance. The results of the research presented in this paper show some divergences in ESG results obtained by companies. The ESG results from the ASSET4 ESG database are more favorable for the companies analyzed. It should be emphasized that the qualification of a given company into the index of socially responsible companies should not raise any doubts. Meanwhile, in spite of the differences in the ESG results between the analyzed databases, it turned out that to the X edition of the RESPECT Index have been qualified companies with very low ESG results, which raises objections to the process of selecting companies to the index.

Keywords: ESG factors, RESPECT Index, Thomson Reuters Eikon, ASSET4 ESG, ESG databases

Informacja o autorach:

Dr inż. Hanna Sikacz

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wydział Inżynieryjno-Ekonomiczny
Katedra Pracy i Kapitału
e-mail: hanna.sikacz@ue.wroc.pl

Dr Przemysław Wolczek

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wydział Nauk Ekonomicznych
Katedra Zarządzania Strategicznego
e-mail: przemyslaw.wolczek@ue.wroc.pl

Aleksandra Snarska
Szkoła Główna Handlowa

Kapitał klienta a wartość rynkowa na przykładzie bankowości detalicznej

CUSTOMER EQUITY AND MARKET VALUE IN RETAIL BANKING

Niniejszy artykuł koncentruje się na badaniu zależności między wartością życiową klienta a wartością rynkową banków na rynku polskim. Wielu autorów (P. Seybold, S. Gupta, D. Lehmann, R. Boulton, B. Liebert, S. Samek, R. Heiebeler, T. Kelly, Ch. Ketteman, P. Doyle) wykazywało pozytywną zależność między wartością przyszłych przepływów pieniężnych od bazy klientów firmy a prognozowaną wyceną rynkową firmy przez inwestorów. Innym zastosowaniem wartości życiowej klienta jest zarządzanie kapitałem klienta poprzez rozwijanie klientów, ochrona relacji z nimi, zacieśnianie relacji czy zwiększanie ich wartości. Głównym założeniem artykułu jest przybliżenie metody CLV oraz zbadanie rozlicznych korelacji tego wskaźnika z wynikami finansowymi banków giełdowych. Artykuł koncentruje się także na metodologiach i trudnościach wyliczania CLV. W tym przypadku zbadane zostaną dwie metody liczenia CLV – jedna oparta na zysku z działalności podstawowej, a druga hipotetycznie bardziej dokładna na zysku brutto w segmencie operacyjnym detal. W związku z przyjętym podejściem ukazana zostanie charakterystyka tak rozumianego kapitału klienta na polskim rynku banków giełdowych wyliczana osobno dla CLV na zysku z działalności podstawowej oraz na zysku brutto. Wiele badań wykazywało pozytywną korelację między wartością szacunkowych przyszłych przepływów pieniężnych bazy klienckiej banku a wartością rynkową firmy. Finalnie zweryfikowana zostanie hipoteza o wysokiej korelacji między wartością życiową bazy klientów banku a jego wartością rynkową banków.

Słowa kluczowe: wartość życiowa klienta, wartość rynkowa firmy, bankowość detaliczna

Wstęp

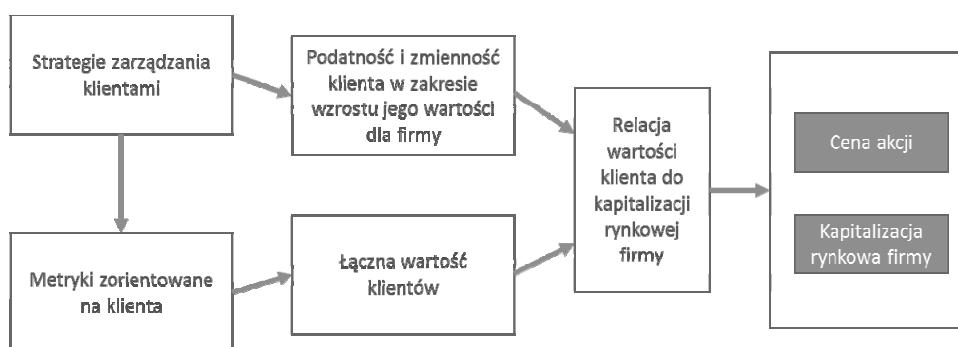
Współczesne teorie zarządzania coraz częściej kładą nacisk na kluczową rolę klienta, kapitału klienta jako podstawowego źródła wartości przedsiębiorstwa.¹ Teorie wartości przedsiębiorstwa oraz kapitału klienta uznają klientów za podstawowe źródło obecnych i przyszłych przepływów pieniężnych firmy². Zgodnie z Rysunkiem 1 nacisk kładziony na kapitał klienta wynika w dużej mierze z rosnącej jego roli w łańcuchu wartości w gospodarce internetowej, w warunkach globalizujących się rynków, wzrostu wydajności oraz migracji zasobów. B. Dobiegała Korona wymienia autorów dążących do utrwalenia tezy o konieczności szacowania wartości firm na podstawie prognozowanych przyszłych

¹ B. Dobiegała – Korona, Klient kapitałem przedsiębiorstwa, w: red. B. Dobiegała – Korona, A. Herman, Współczesne źródła wartości przedsiębiorstw, Difin, Warszawa, 2006, s. 85.

² J. Villanueva, D.M. Hanssens, Customer Equity: Measurement, Management and Research Opportunities, Foundations and Trends in Marketing, Vol. 1, No. 1 (2007), s. 1-95.

przepływów pieniężnych od klientów, takich jak P. Seybold, S. Gupta, D. Lehmann, R. Boulton, B. Liebert, S. Samek, R. Heiebeler, T. Kelly, Ch. Kettelman oraz P. Doyle.

Rysunek 1. Wartość klienta a wartość przedsiębiorstwa



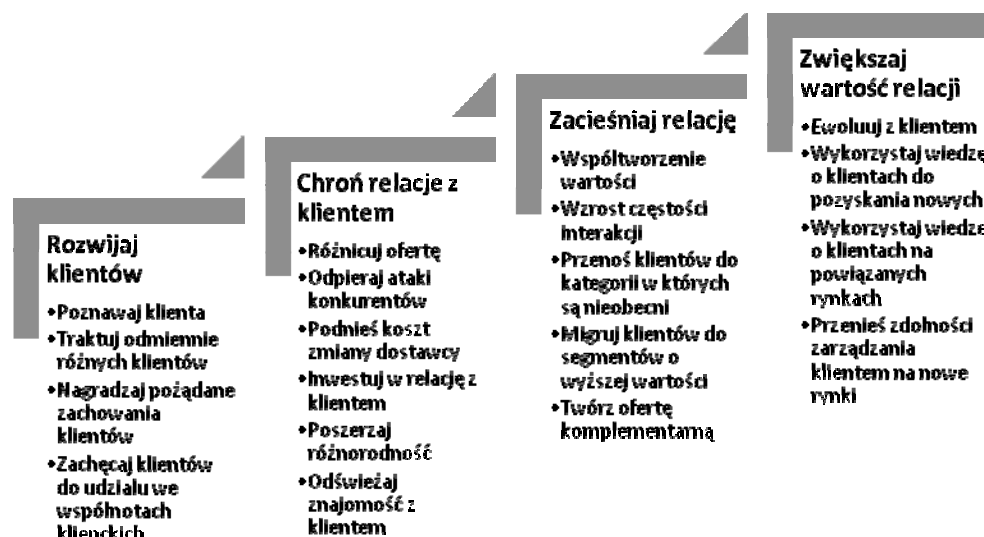
Źródło: B. Dobiegała-Korona, Kierunki i wyzwania...

B. Dobiegała-Korona wskazuje, iż warunkiem koniecznym, w obliczu badań wskazujących na wysoką zależność między kapitałem klienta a wyceną rynkową firmy (Rysunek 1), zarządzania wartością rynkową firmy jest wdrażanie zarządzania o charakterze marketingowym lub wręcz nadanie marketingowi nowej strategicznej, integrującej roli w przedsiębiorstwie³. G. S. Day i Ch. Moorman piszą także o tym jak budować kapitał klienta w oparciu o CLV⁴. Wskazują na działania jakie bank zarządzający bazą klientów i ich segmentacją powinien podejmować zarówno w celu podnoszenia ich wartości, jak i celem wzrostu „podatności i zmienności klienta w zakresie wzrostu jego wartości dla firmy” (Rysunek 2).

³ B. Dobiegała-Korona, Kierunki i wyzwania rozwoju zarządzania wartością klientów, w: red. B. Dobiegała – Korona, Budowa wartości klienta – teoria i praktyka, Difin, Warszawa, 2015, s. 22.

⁴ G. S. Day, Ch. Moorman, Strategy from the Outside In. Profiting from the Customer Value, McGraw Hill, 2010, s. 145

Rysunek 2. Wytyczne zarządzania aktywami klienta



Źródło: G.S. Day, Ch. Moorman, Strategy from Outside In..

Niniejszy artykuł koncentruje się na wycenie banków detalicznych w Polsce w latach 2011-2013 metodą CLV oraz podejmuje próbę ustalenia wpływu obliczonego w ten sposób kapitału klienta na wycenę rynkową banków. Przy czym artykuł ten jest częścią badania koncentrującego się na wartości dla klientów w bankowości detalicznej w Polsce, pomija bowiem więc analizę wpływu pozostałych segmentów operacyjnych bankowości poza segmentem detalicznym.

Wybór bankowości detalicznej motywować można przede wszystkim dostępnością danych, ale także większą łatwością szacowania i pozyskiwania danych dotyczących retencji, wydatków marketingowych etc. P. Fader proponuje charakterystykę firm, które powinny koncentrować się na klientach i cenić kapitał klienta ponad kapitał marki jako firmy usługowe, kontraktowe, czyli zawierające z klientem umowę na dłuższy okres czy firmy, których ofertę można kustomizować.⁵ Wskazuje to na bankowość jako na sektor, w którym łatwe i zasadne byłoby kierowanie się koncepcją zarządzania kapitałem klienta i zarządzania klientami jako portfelem inwestycji.

Autorka pracy koncentruje się na poziomie bardziej zagregowanym i przybliża charakterystykę CLV w polskich bankach, głównie giełdowych, a następnie koncentruje się na kluczowym badaniu wpływu kapitału klienta na wartość rynkową banków, jedynie jak wyżej podkreślono w segmencie detalicznym. Ze względu na dobór metody badań autorka wskazuje na jej ograniczenia oraz zastosowane szacunki dla wartości wykorzystanych w modelu.

⁵ P. Fader, Customer Centricity, Focus on the Right Customers for Strategic Advantage, Wharton Executive Essentials, Philadelphia, 2012, s. 66.

Metodologia badań i przyjęte założenia

Kapitał klienta definiuje się najczęściej jako sumę wszystkich wartości życiowych klientów danej firmy⁶. Wskazuje się na konieczność angażowania zasobów firmy celem maksymalizacji kapitału klienta oraz przede wszystkim kwantyfikacji jego wartości życiowej. CLV (życiowa wartość klienta) mierzy zdyskontowaną wartość przepływów pieniężnych istniejących i przyszłych klientów, których wartość bieżąca ma według autorów przekładać się na prognozowaną wartość firmy.⁷ Obok kategorii wartości życiowej klienta CLV w artykule posłużymy się także kategorią kapitału klienta. Przez kapitał klienta rozumiemy sumę wszystkich wartości życiowych klientów banku.

J. Villanueva i D. M. Hanssens wymieniają rozliczne źródła liczenia kapitału klienta: wewnętrzne bazy danych (modele deterministyczne, migracji klientów etc.), metody kwestionariuszowe, sprawozdania firm, dane panelowe oraz ocena menedżerska⁸. Modele zarządcze są według nich najczęściej stosowane w praktyce, częściowo ze względu na to, iż pozostałe metody są nowe a także wymagają bardzo złożonych modeli ekonometrycznych i dużych baz danych.

W badaniu wykorzystana zostanie metoda CLV (wartość życiowa klientów) wyliczona zgodnie z wytycznymi S. Gupty i D. Lehmana z 2004 roku, jeden z tak zwanych „modeli zarządczych”. J. Villanueva i D. M. Hanssens kładą nacisk na jej ograniczenia. Z braku danych nie uwzględnia się w nim wielu czynników, przykładowo przyszłych kohort klientów, nie wyznacza się jednocześnie optymalnej retencji i pozyskania, które przecinają się w punkcie (0;0). Metoda ta sprawdza się więc tylko na poziomie zagregowanym firmy. W rzeczywistości występuje konieczność ustalania CLV dla poszczególnych segmentów a nie dla całej bazy aby znać najbardziej zyskowe segmenty. Nie bierze ona także pod uwagę faktu, iż utrata klienta oznacza utratę jego CLV, a także spadek poleceń, utratę funduszy na pozyskanie klienta oraz możliwy spadek jego wpływu na inne segmenty (np. adopcja przez klientów imitujących, efekty sieci). Nie uwzględnia ona też wpływu konkurencji np. obniżki cen oraz zróżnicowanych źródeł ryzyka.

Mając świadomość licznych ograniczeń oraz przyjętych założeń w niniejszej pracy wykorzystany zostanie model uproszczony „menedżerski” Gupty, Lehmana z 2004 roku, według którego:

$$CLV = \frac{\text{Zysk / klienta}}{1+D-R*(1+G)} * R - A$$

Gdzie:

– R – retencja

⁶ P. Fader, Customer Centricity, Focus on the Right Customers for Strategic Advantage, Wharton Executive Essentials, Philadelphia, 2012, s. 62

⁷ S. Gupta, D.R. Lehman, J.A. Stuart, Valuing Customers, Journal of Marketing Research, XLI, 2004, s. 7-18

⁸ J. Villanueva, D.M. Hanssens, Customer Equity: Measurement, Management and Research Opportunities, Foundations and Trends in Marketing, Vol. 1, No. 1 (2007), s. 1-95

- D - stopa dyskontowa (= WACC)
- G - stopa wzrostu (zał. = 5%)
- A – koszt pozyskania klienta (uwzględniony przy liczeniu CLV na zysku z działalności podstawowej)

W badanym modelu w celu obliczenia zysku wykorzystano dane ze sprawozdań finansowych banków dla segmentu detalicznego oraz dla banków nie giełdowych, takich jak Bank Pocztowy, Credit Agricole oraz Eurobank, gdzie działalność niedetaliczna jest marginalna, więc uwzględniano zyski dla banku jako całości. Założeniem przyjętym dla prognozowanych przyszłych przepływów pieniężnych od klientów, jak i pozostałych zmiennych było to, iż wykazują one cechy stałości w czasie.

Już kategoria zysku przysporzyła trudności, jako że tradycyjnie CLV liczone jest na podstawie zysku ze sprzedaży i pomniejsza się go o wydatki na marketing. Logicznym powinno być więc przyjęcie zysku na działalności podstawowej i pomniejszenie CLV o wydatki na marketing (dane Instytutu Monitorowania Mediów dotyczące średnio rocznych wydatków na reklamę TV). Powstaje jednak pytanie o to, dlaczego model miałby pomijać odpisy netto na utratę wartości udzielonych kredytów oraz koszty działania, których znaczna część to koszty osobowe związane z obsługą klienta, co prowadziłoby do wniosku, iż wykorzystanie zysku brutto byłoby zasadne. Obie wartości mają swoje pozytywne jak i negatywne cechy (por. Tabela 1), w efekcie jednak CLV liczone na dwa sposoby: osobno na zysku z działalności podstawowej (wynik z prowizji i odsetek), pomniejszane o wydatki na marketing na klienta oraz na zysku brutto.

Tabela 1. Metody liczenia CLV

	CLV na zysku z działalności podstawowej	CLV na zysku brutto
Za	<ul style="list-style-type: none"> • Koncentruje się na kosztach i przychodach bezpośrednio od klienta • Ścisła alokacja kosztów przez banki daje lepszą porównywalność 	<ul style="list-style-type: none"> • Obejmuje wszystkie koszty związane z obsługą segmentu • Kapitał klienta powinien wykazywać wyższą zbieżność z MV na poziomie CLV na zysku brutto • Wykazuje więcej korelacji
Przeciw	<ul style="list-style-type: none"> • Duże zróżnicowanie wydatków marketingowych w czasie (dostępność danych za 2 lata) • Brakuje odpisów z tytułu utraty wartości i kosztów działania 	<ul style="list-style-type: none"> • Różna alokacja kosztów do segmentów p. banki • Dość częste zjawisko osiągania straty na segmencie detalicznym • Mniejsze wartości o wyższym stopniu zróżnicowania

Źródło: opracowanie własne

Problemów przysporzyły także wyliczenia dotyczące liczby klientów, co wynikało w dużej mierze z faktu, iż banki różne sposoby szacują ich liczbę różniąc się w podejściu do definicji klienta aktywnego. Wykorzystałam, w związku z tym, dane na temat liczby klientów banków, które ją raportowały oraz szacunek na podstawie liczby ROR'ów dla pozostałych. Banki raportują co roku liczbę ROR'ów serwisowi PRNews.pl i z danej tej

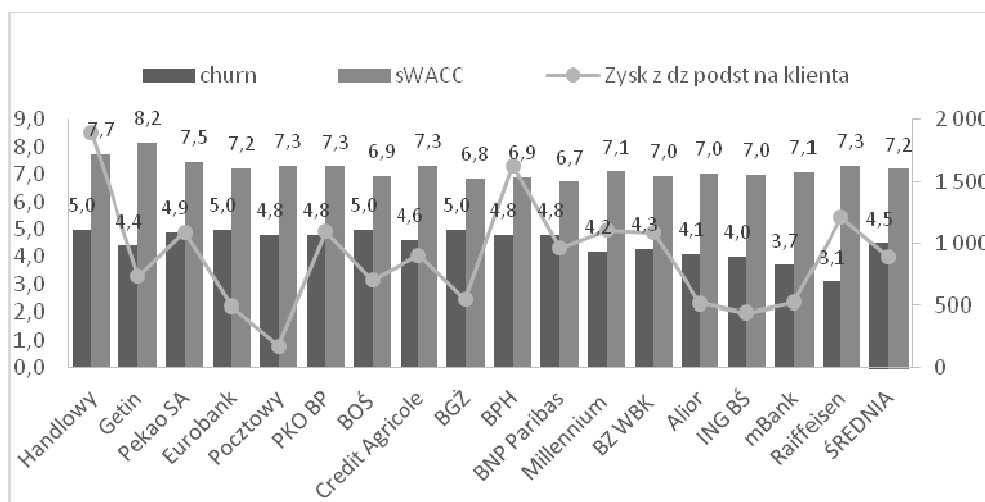
często korzystają znane mi firmy konsultingowe. Objęte badaniem banki, które raportowały liczbę klientów miały od 1,2 do 1,9 klienta na ROR, przy średniej 1,5 klienta na ROR, co skłoniło mnie do przyznania 1,5 klienta na ROR pozostałym bankom.

Kolejne szacunki dotyczyły mnożnika CLV obrazującego jak wiele razy bank jest w stanie pomnożyć zyski od klienta. Jeśli chodzi o prognozowany wzrost zysków postanowiłam przyjąć sztywne założenie, iż będzie on wynosić 5% rocznie dla wszystkich banków objętych badaniem, stopę dyskontową reprezentować będzie średnio ważony koszt kapitału WACC, który otrzymałam dla banków giełdowych z serwisu Stock Watch (bankom nie giełdowym przyznałam uśrednioną wartość WACC dla banków giełdowych).

Najtrudniejsze założenia dotyczyły kluczowego dla CLV czynnika jakim jest retencja. Pierwszym poczynionym założeniem, było to że utracony klient powraca na takich samych zasadach jak każdy nowo pozyskany klient. Jeśli chodzi o wartości to z braku danych posłużyłam się raportem Bain & Co, który ujawnił jedynie iż w polskim sektorze bankowości detalicznej churn wynosi średnio 4,7%, przy czym maksimum to 5,0%, a minimum to 3,1%. Postanowiłam proporcje uzależnić od składowej NPS (TNS Polska), jaką jest udział Krytyków, czyli klientów którzy poleciliby bank na mniej niż 7 w skali od 1 do 10 (bardzo dobry wynik w tym względzie Raiffeisena, który jest bankiem nie giełdowym i nie był objęty częścią analiz w badanej grupie churn kształtuje się na poziomie od 3,7% do 5,0%).

W równaniu CLV zmiennymi będą więc: zysk na klienta, retencja (na wykresie churn) oraz WACC wyliczony przez analityka Stock Watch. Rysunek 3 prezentuje zmienne dla zysku na działalności podstawowej, który jak już wskazano w Tabeli 1 jest ściślej dookreślony poprzez brak dowolności w alokacji kosztów czy przychodów.

Rysunek 3. CLV Składowe: WACC, churn, zysk z dz podstawowej na klienta



Źródło: opracowanie własne

Charakterystyka CLV na polskim rynku bankowości detalicznej

Zanim przejdziemy do kluczowych wyników korelujących wartość rynkową banków z kapitałem klienta liczoną metodą CLV, konieczne będzie zagłębienie się w sam wskaźnik i jego zmiany, co także dostarczy ciekawych i wymagających pogłębionych badań wyników i spostrzeżeń. W niniejszej pracy jak już wspomniano, CLV policzono metodą menedżerską i kształtuje się w segmencie detalicznym dla polskich banków jak w Tabeli 2:

- pierwszy wariant kalkuluje zysk jako wynik na działalności podstawowej i pomniejsza wynik o wydatki na marketing,
- drugi natomiast obejmuje także koszty działania oraz odpisy i opiera się na zysku brutto z detalu.

Pierwszą kwestią, którą warto poruszyć to zróżnicowanie relacji CLV na zysku brutto do CLV liczonego metodą tradycyjną (szczegółowe wyniki prezentuje Tabela 2). Relacja CLV oparta na zysku brutto do CLV na zysku na działalności podstawowej dla banków dużych o znacznych sieciach sprzedaży ING, WBK, Citi Handlowy oscyluje wokół 30%, dla PKO BP, Pekao i Millennium nawet 40%, co świadczy o tym, że wdrażają one programy zarządzania kosztami w sieciach sprzedaży. Bezodziałowy mBank natomiast osiąga wynik zbliżony do 50%. Alior ponoszący wciąż wysokie koszty wzrostu wypada słabiej niż reszta, osiągając wynik w granicach 15%. Część banków poniosła stratę na detalu, co uniemożliwiło dokonywanie dalszych porównań. Należy mieć na uwadze, iż banki rozwijające się, takie jak Pocztowy czy Alior ponoszą nadal wysokie koszty wzrostu, co sprawia że lepiej porównywać je z resztą w wariantie 1, czyli CLV na wyniku z działalności podstawowej.

Tabela 2. Wyniki wyliczeń CLV dla banków detalicznych dla zysku z działalności podstawowej i zysku brutto

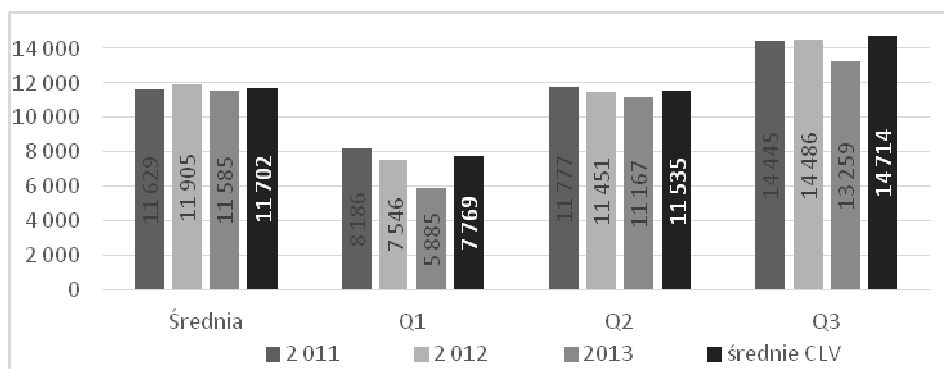
	CLV na wyniku z działalności podstawowej					CLV na wyniku brutto				
	CLV	CLV	CLV	średni a	ΔCLV	CLV	CLV	CLV	Średni a	ΔCLV
	2 011	2 012	2013	2011-13	2013/11	2 011	2 012	2 013	2011-13	2011-13
Alior	8 811	8 410	5 764	7 662	-17%	1 442	1 550	741	1 244	-49%
mBank	8 001	8 060	8 209	8 090	1%	4 670	4 042	4 059	4 257	-13%
Raiffeisen	11 814	21 274	32 360	21 816	87%	8 624	759	-5 172	1 404	
ING BŚ	6 397	5 797	5 885	6 026	-4%	2 215	1 569	1 616	1 800	-27%
BZ WBK	13 269	14 622	18 101	15 331	18%	4 613	6 129	5 372	5 372	16%
Millennium	17 064	15 967	12 158	15 063	-14%	7 345	7 090	8 017	7 484	9%
BNP	14 959	12 225	11 167	12 784	-13%	-10 255	-11 574	-6 825	-9 551	-33%
Getin	14 538	6 908	4 709	8 718	-34%	10 330	4 356	3 450	6 045	-67%
Pocztowy	2 083	2 430	2 145	2 220	1%	-151	56	195	34	
CA	11 740	10 996		11 368	-3%	1 373	1 857	1 983	1 738	44%
BPH	17 485	25 053	22 308	21 616	14%	2 179	5 071	3 370	3 540	55%

PKO BP	14 166	14 078	12 753	13 665	-5%	5 414	5 528	5 160	5 368	-5%
BOŚ	8 742	9 086	7 109	8 312	-9%	-1 453	-1 588	-1 899	-1 647	31%
Pekao	13 784	13 449	13 259	13 497	-2%	4 597	5 247	5 165	5 003	12%
Citi	21 890	22 099	23 609	22 533	4%	4 110	6 556	7 011	5 892	71%
BGŻ	7 168	7 375	6 809	7 117	-3%	-1 637	-1 031	-811	-1 160	-50%
Eurobank	5 789	4 554	-977	3 122	-58%		1 158		1 158	

Źródło: opracowanie własne

CLV na zysku z działalności podstawowej utrzymuje się w czasie na dość stabilnym poziomie średnio ok 11,5 tys., przy czym trzeci kwartył Q3 (14,7 tys) jest ok dwa razy wyższy od kwartyła pierwszego Q1 (7,7tys), który ma najwyższą, bo prawie 30% tendencję spadkową, z 8,2 do 5,8 tys., co świadczy o koncentracji wojny cenowej w tym kwartylu. CLV na wyniku z działalności podstawowej koreluje się powyżej 50% z rentownością brutto, operacyjną i sprzedaży, ze wskaźnikiem Altmana (do 81%), pokryciem odsetkowym, ujemnie natomiast z zadłużeniem (do -85%), ma jednak ujemny wpływ na pozyskanie.

Rysunek 4. CLV obliczone na zysku z działalności podstawowej

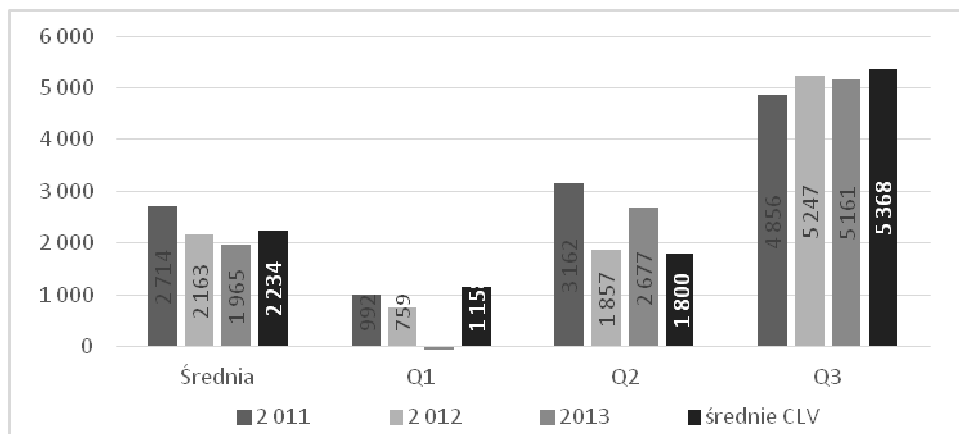


Źródło: opracowanie własne

Średnie CLV na zysku brutto spadło z 2,7 do 2,0 tys. – odzwierciedla to rzeczywistość, po odliczeniu wszystkich kosztów działania wartość życiową klienta banku detalicznego. Banki w kwartylu pierwszym Q1 miały CLV niższe od 1 tysiąca PLN, w kwartylu drugim Q2 1,8 tysiąca, a najbardziej lukratywne banki trzeciego kwartyła Q3 osiągały wyniki zbliżone do 5 tysięcy. CLV oparte na zysku brutto wykazało korelację wyższą niż 50% z przychodem operacyjnym, z rentownością netto, brutto, operacyjną (ale nie sprzedaży), z ROE, ROA, marżą odsetkową, ze wskaźnikiem Altmana oraz płynnością, pokryciem odsetkowym, ale także z obciążeniem podatkowym i odsetkowym; ujemną natomiast z przyrostem zysku na akcję, z C/I, udziałem długu w kapitale, cyklem rotacji należności. Podobnie jak wiele wskaźników korelacja z

przyrostem wartości 2011/13 wykazała tendencje wyrównawcze (odwrotne do statycznych).

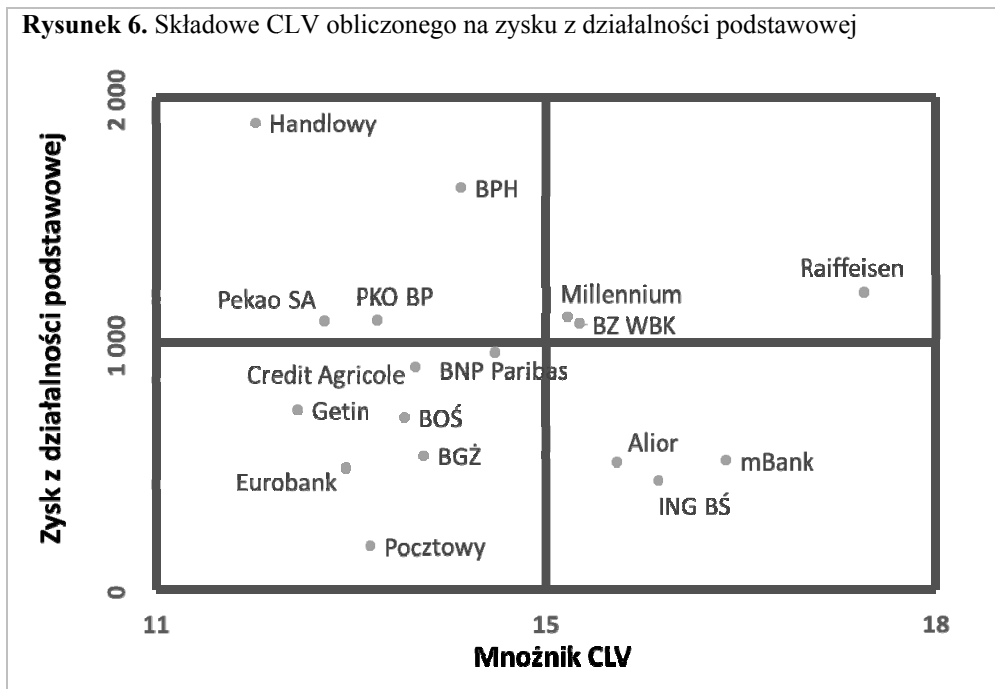
Rysunek 5. CLV obliczone na zysku brutto



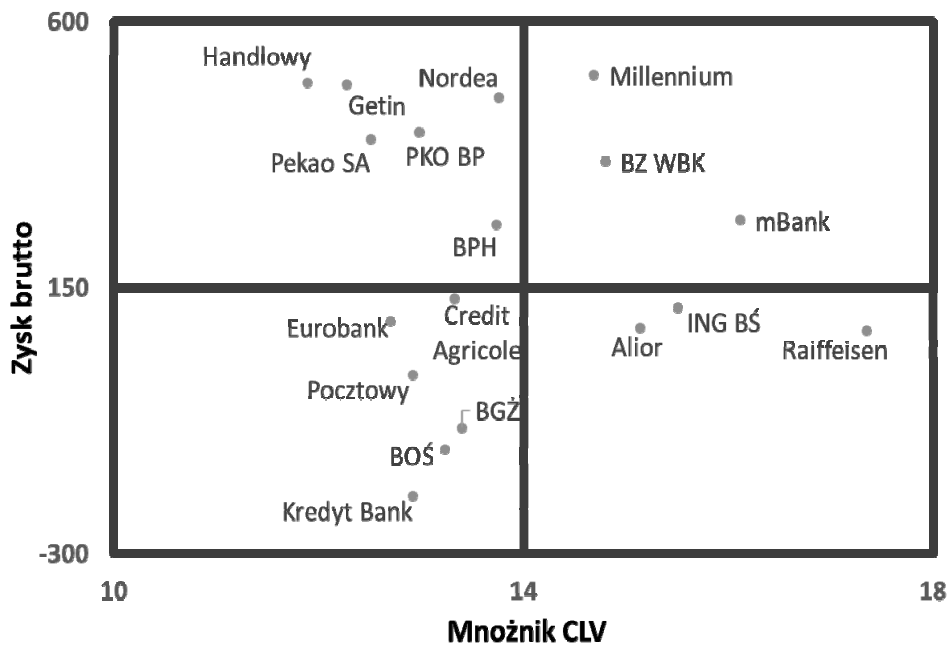
Źródło: opracowanie własne

Warto przyrzeć się w tym miejscu składowym CLV, które określimy jako zysk oraz mnożnik. Banki mogą inwestować w podnoszenie marży albo wzrost retencji, gdyż klient którego relacja z bankiem się wydłuży może okazać się bardziej zyskowy niż klient wysokomarżowy. W przypadku banków polskich, przy wysokiej retencji oscylującej wokół 95,3% rocznie, ten wybór dokonuje się często między marżą a mnożnikiem zysku na klienta, który poza retencją uwzględnia też stopę dyskontową i prognozowany wzrost. Rysunek 6 i 7 przedstawiają, jak największe polskie banki budują wartość klienta – z jednej strony poprzez marżę na klienta oraz z drugiej strony poprzez mnożnik. Ścisła czołówka satysfakcji klienta (Alior, ING oraz mBank), na co warto zwrócić uwagę, znajduje się w ćwiartce potwierdzającej wysoką wartość mnożnika, lecz ich marża na klienta osiąga niskie wartości. Kolejne banki Millennium i WBK sprawnie balansują między satysfakcją a marżą klienta.

Rysunek 6. Składowe CLV obliczonego na zysku z działalności podstawowej



Rysunek 7. Składowe CLV obliczonego na zysku brutto



Mnożnik nie wykazuje wielu korelacji ze wskaźnikami finansowymi banków (Tabela 3). Jeśli wziąć pod uwagę same korelacje, bez badania dokładnego układu sił na rynku banków giełdowych, wówczas okaże się, iż najczęściej mnożnik ma korelacji negatywnych ze wskaźnikami związanymi z ryzykiem upadłości (Altman, poziom zadłużenia, udział odpisów aktualizacyjnych, dźwignia oraz płynność bieżąca). Wskaźnik Altmana i poziom zadłużenia są gorsze, niż u rywali, jednak badanie dynamiki wykazuje, iż banki charakteryzujące się wysokim mnożnikiem szybciej je poprawiały.

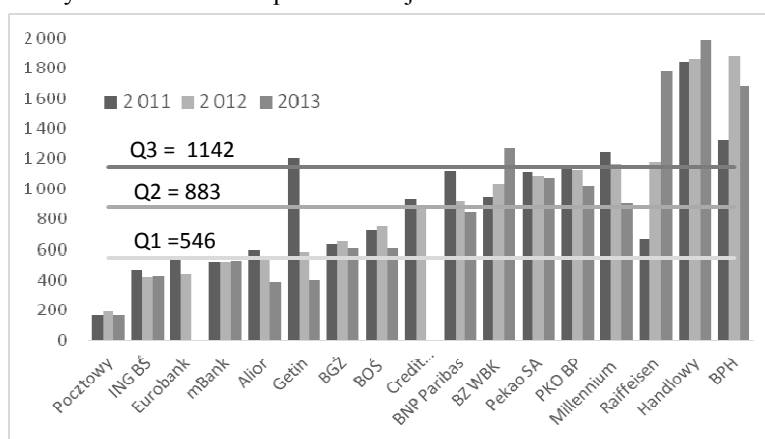
Korelacje mnożnika	Zmiana 2011/13
Zysk na działalności podstawowej	60,8%
Zysk na działalności podstawowej na klienta	59,8%
CLV* liczba klientów (zysk na działalności podstawowej)	50,0%
Przyrost wartości rynkowej	36,7%

Źródło: opracowanie własne

Kolejnym wnioskiem jest potwierdzona już teza, iż satysfakcja klienta powinna być badana pod kątem dynamiki a nie wartości statycznych. Jej wpływ jest widoczny zwłaszcza na poziomie przychodu, tu: wyniku na działalności podstawowej. I rzeczywiście zarówno wynik jak i wynik/klienta a także kapitał klienta mierzony na tym poziomie rosną szybciej w firmach o mnożniku na wysokim poziomie. Podobnie MV przyrastała szybciej w bankach o wysokim poziomie mnożnika.

Warto w tym momencie nadmienić, iż NPS wykazuje delikatnie negatywną korelację z zyskiem na działalności podstawowej na klienta. Liderzy NPS (Alior (17%↓), mBank i ING) oscylują w okolicach pierwszego kwartyła, natomiast tzw. średniacy (WBK (+17%) i Millennium (-13%)) konkurują NPS przy zachowaniu wyższych marż.

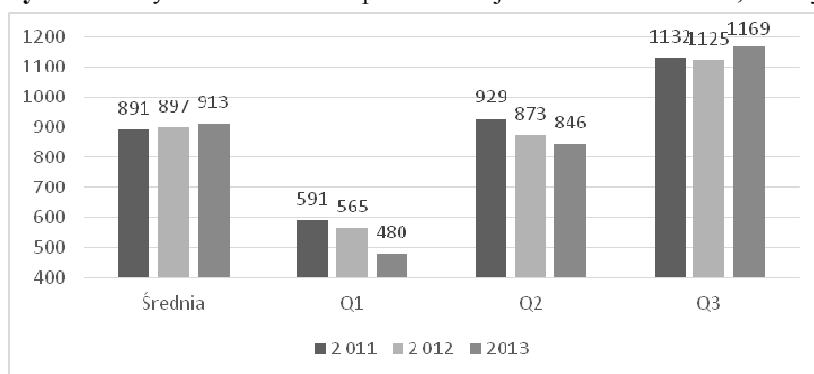
Rysunek 8. Zysk na działalności podstawowej na klienta 2011-2012



Źródło: opracowanie własne

Zysk na działalności podstawowej, mimo 2% wzrostu średniej w Q1 i Q2, wykazuje tendencje spadkowe (odpowiednio o -19% i -9%), co sugeruje iż banki planujące agresywny wzrost zaczynają wojny cenowe. Trudno też odnieść się do założeń badawczych, w tym zwłaszcza liczby klientów w bankach objętych badaniem, jednak wydaje się, iż skala utargu na działalności podstawowej jest mocno zróżnicowana, mimo iż banki zasadniczo stosują podobną politykę cenową. Można rozpocząć rozważania na temat roli polityki darmowego RORu w bankach, które są liderami wzrostu. Walka o wzrost sprawia, iż rynek wydaje się podzielony na banki Q3, których wynik jest dwukrotnie wyższy od banków Q1.

Rysunek 9. Zysk na działalności podstawowej na klienta 2011-2013, kwartyle



Źródło: opracowanie własne

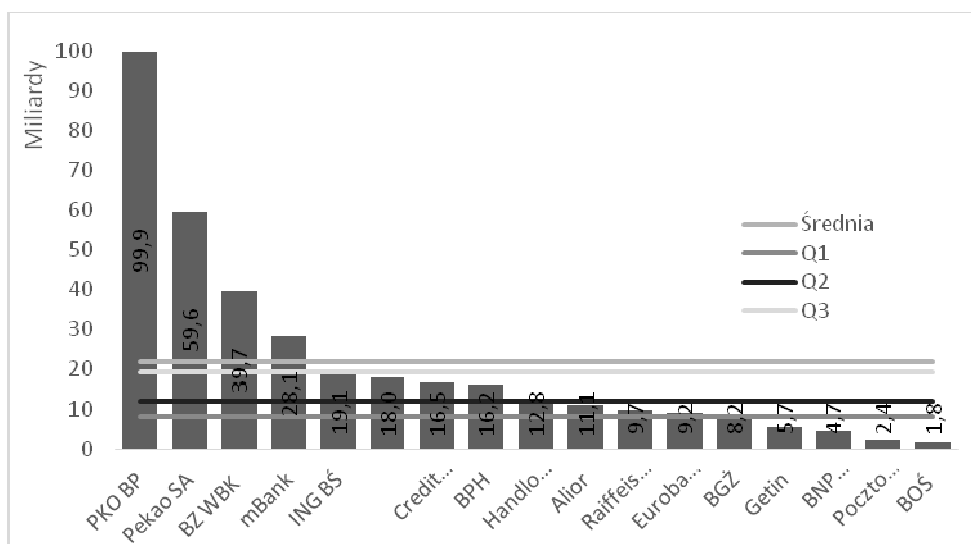
Teoretycy często wskazują na konieczność inwestowania w pozyskanie i retencję klientów o wysokim CLV. Wymaga to doskonałej znajomości klientów i wiedzy na temat segmentów, z którymi współpraca układa się najlepiej a następnie podejmowanie prób pozyskania większej liczby klientów z danego segmentu. Nie można tego osiągnąć bez uczenia się klienta, jego zachowań, preferencji, co może wymagać wykorzystania potencjału systemów przechowujących dane o klientach i szeroko rozumianej analityki skoncentrowanej na klientach.

Kapitał klienta detalicznego w bankach polskich

CLV poza lepszym zarządzaniem bazą kliencką dostarcza też informacji na temat przewidywanych przepływów pieniężnych od klientów, co jak już wspomniano powinno stanowić prognozę wartości rynkowej firmy. W niniejszym artykule kapitał klienta definiujemy, jak wcześniej wskazano, jako iloczyn wartości życiowej klienta banku oraz liczby klientów ($CLV * \text{liczba klientów}$), co w uproszczeniu daje zysk pomnożony przez mnożnik (z licznika znika bowiem liczba klientów), który jak wskazano w rozdziale dotyczącym CLV mieści się w przedziale 11-18 dla badanych banków. Wartość ta powinna stanowić prognozowaną wartość rynkową banku. W niniejszym rozdziale zbadamy wpływ detalicznego segmentu operacyjnego i korelacji kapitału klienta detalicznego z wartością rynkową banku.

Suma kapitału klienta liczonego w oparciu o zysk z działalności podstawowej w segmencie detalicznym banków objętych badaniem kształtowała się na poziomie ok 350 mld PLN, 4 największe banki miały 67% udziału w sumie 17 banków objętych badaniem. Średnia na stabilnym poziomie ok 21 mld, podobnie jak Q3. Q1 i Q3 miały tendencję spadkową (-16% i -7%) a Q3 wzrósł o 14% w dużej mierze dzięki wynikowi BZ WBK. Pierwszym jednak wnioskiem, który zwraca uwagę jest dramatyczna przewaga dwóch największych banków i trudności konkurowania na rynku przez nich zdominowanym. Banki mniejsze osiągają niskie zyski z działalności podstawowej i powolnie rosną przy niewielkiej marży. PKO BP i Pekao SA mogą, wobec charakterystycznej dla rynku bankowego wysokiej retencji, którą badacze TNS Polska określili mianem bezwładu i zastoju, osiągać wysokie marże mimo posiadania bardzo dużej bazy klientów (Rysunek 10).

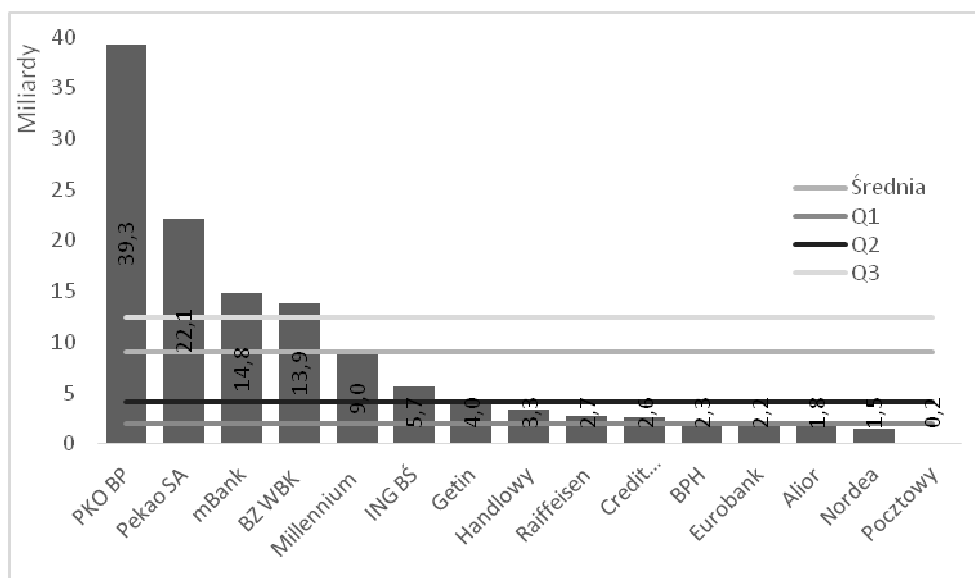
Rysunek 10. Średni kapitał klienta banków detalicznych za lata 2011-2013 (na zysku z działalności podstawowej)



Źródło: opracowanie własne

Suma kapitału klienta wyliczonego na zysku brutto 15 banków objętych badaniem utrzymywała się na stałym poziomie i wynosiła około 120 mld, z czego 4 największe banki przejęły 72% wartości. Banki objęte badaniem miały kapitał klienta na średnim poziomie ok 9 mld, poniżej Q3. Tendencja spadkowa wystąpiła w Q1 i Q2 (odp. 8% i 40%) oraz wzrostowa w Q3 (+26%) na skutek poprawy wyniku w BZ WBK. Wartości wyodrębnionych kwartyli podlegały większym wahaniom niż dla kapitału klienta na zysku z działalności podstawowej. BOŚ, BGŻ i BNP nie zostały objęte badaniem, gdyż wykazały stratę brutto na detalu, Raiffeisen wszedł na stratę, a Poczta z niej wyszedł.

Rysunek 11. Średni kapitał klienta banków detalicznych za lata 2011-2013 (na zysku brutto)



Źródło: opracowanie własne

Spróbujmy więc przejść do kluczowego badania - szukania korelacji między kapitałem klienta a wartością rynkową banków dla segmentu detalicznego. Uzyskane korelacje są wysokie zarówno dla kapitału liczonego na zysku z działalności podstawowej jak i zysku brutto. Zaskakująco wysoka przewyższająca 90% okazała się korelacja między wyceną rynkową banków a ich kapitałem klienta (liczonym na zysku z działalności podstawowej) przy R2 bliskim 90%. Relacja MV/CLV rośnie od 0,5 do 0,8; regresja od 0,43 do 0,57 w latach 2011-2013. Świadczy to o rosnącej wartości giełdowej firmy w stosunku do kapitału klienta.

Tabela 4. Korelacje kapitału klienta detalicznego (CLV na zysku z działalności podstawowej) z wartością rynkową banków

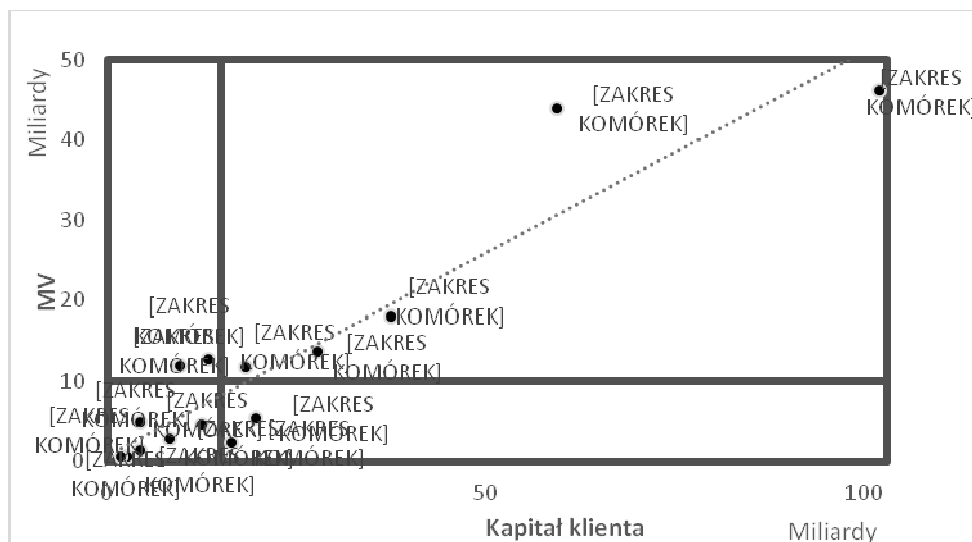
	2011	2012	2013
KORELACJA	93%	93%	95%
R2	87%	87%	90%

Źródło: opracowanie własne

Relacja wartości rynkowej do wartości bazy klientów detalicznych liczonej na zysku z działalności podstawowej rośnie w latach 2011-13 z 0,5 do 0,8. Celem ukazania rzeczywistego wpływu detalu na wartość firmy przyjąłem, iż MV można dla przybliżenia zważyć udziałem wyniku z działalności podstawowej w wyniku całego banku na działalności podstawowej – wówczas wartość kształtuje się $MV/CLV = 0,3$. Rysunek 12 obrazuje relację dla roku 2011, tak aby uwidocznić pozycję poszczególnych

banków. Widoczny wydaje się dobry wynik Pekao SA. PKO BP natomiast mimo dużej przewagi nad innymi bankami wydaje się niedoceniony przez inwestorów.

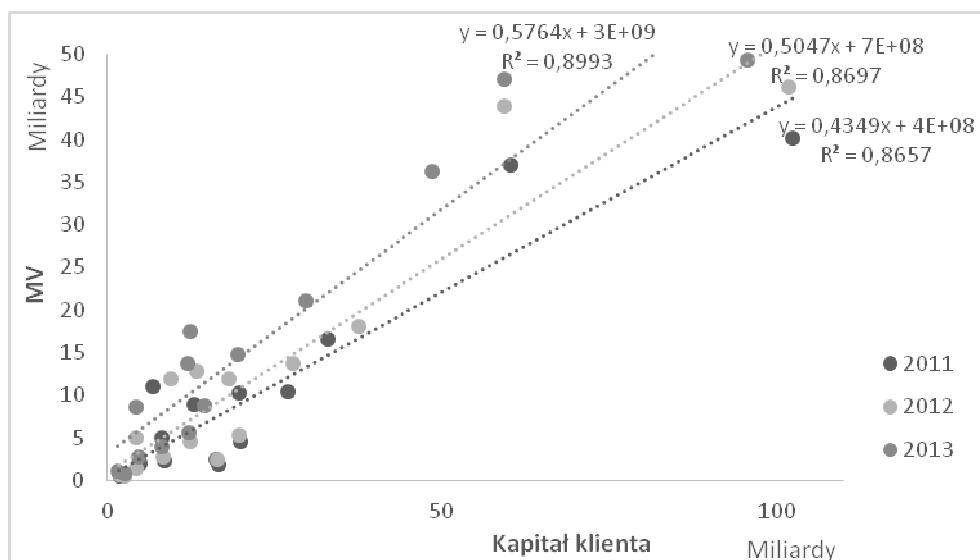
Rysunek 12. MV a Kapitał klienta (zysk dz.podst) w bankach polskich 2011



Źródło: opracowanie własne

Kolejnym wnioskiem jest rosnące nachylenie krzywej regresji na wykresie obrazującym, jak zależność między kapitałem klienta a wartością rynkową zmienia się w czasie w latach 2011-2013. Nachylenie wzrasta z 0,43 do 0,58 w 2013. Prowadzić to może do konkluzji, iż podniesienie kapitału klienta o jednostkę coraz bardziej pomnaża przyrost wartości rynkowej. Z 0,93 do 0,95 poprawia się współczynnik korelacji. Powolnie, bo jedynie z 0,87 do 0,90, rośnie także współczynnik R2 obrazujący stopień dopasowania danych do modelu korelacji liniowej.

Rysunek 13. MV a Kapitał klienta (zysk dz.podst) w bankach polskich -rosnące nachylenie k. regresji



Źródło: opracowanie własne

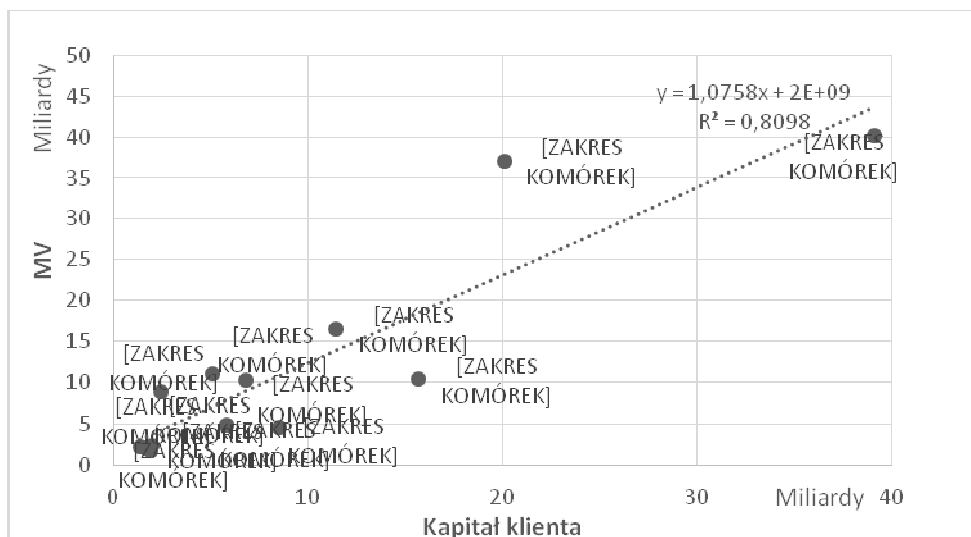
Dane dla CLV liczonego na zysku brutto w detalu, mimo uwzględnienia wszystkich kosztów i odpisów z tytułu utraty wartości w bankach nie wykazują różnicy. Korelacja jest bardzo wysoka - utrzymuje się na wysokim poziomie 0,9 i rośnie w badanym okresie o 2 punkty procentowe, współczynnik R2 o 4 punkty procentowe z 0,81 do 0,85. Wskazuje to na wzrost korelacji liniowej w modelu w badanym okresie.

Tabela 5. CLV*cust base (na zysku brutto) versus MV			
	2011	2012	2013
Korelacja	0,90	0,91	0,92
R2	0,81	0,83	0,85

Źródło: opracowanie własne

W kategoriach CLV na zysku brutto całkowita wartość rynkowa banków MV rośnie od 1,5 do 2,2x wartości bazy klientów detalicznych wyrażonej w wartości bieżących i przyszłych przepływów pieniężnych od tych klientów. Mamy więc do czynienia z corocznym 20% wzrostem relacji MV do wartości bazy klientów detalicznych. Proporcje nie ulegają nadmiernej zmianie. Spośród liderów NPS mBank i Millennium wydają się niedowartościowane.

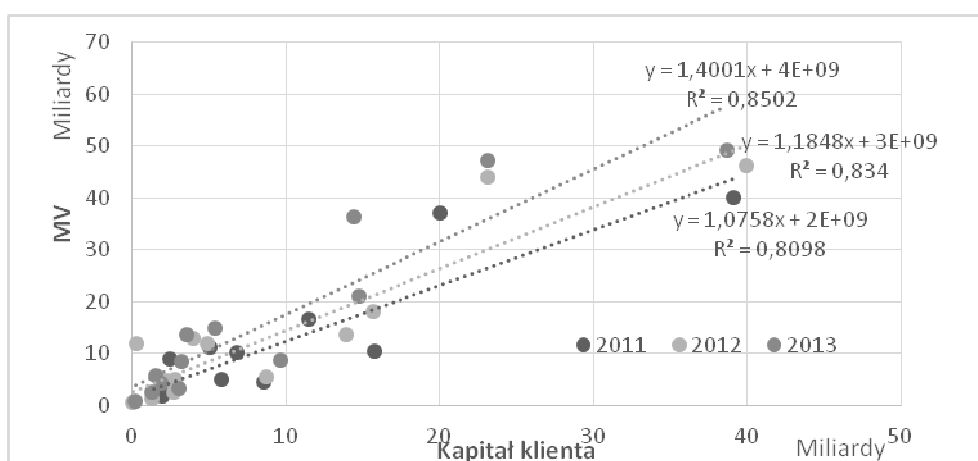
Rysunek 14. Kapitał klienta (z.brutto) a MV banków detalicznych 2011



Źródło: opracowanie własne

Kolejnym powracającym wnioskiem jest wzrost zarówno nachylenia jak i wysokości krzywej regresji, co oznacza stopniowy wzrost wartości rynkowej w relacji do kapitału klienta, ale też większą moc kapitału klienta którego wzrost o jednostkę zwiększa prognozowaną wartość rynkową o 1 w 2011 i w 2013 już 1,4.

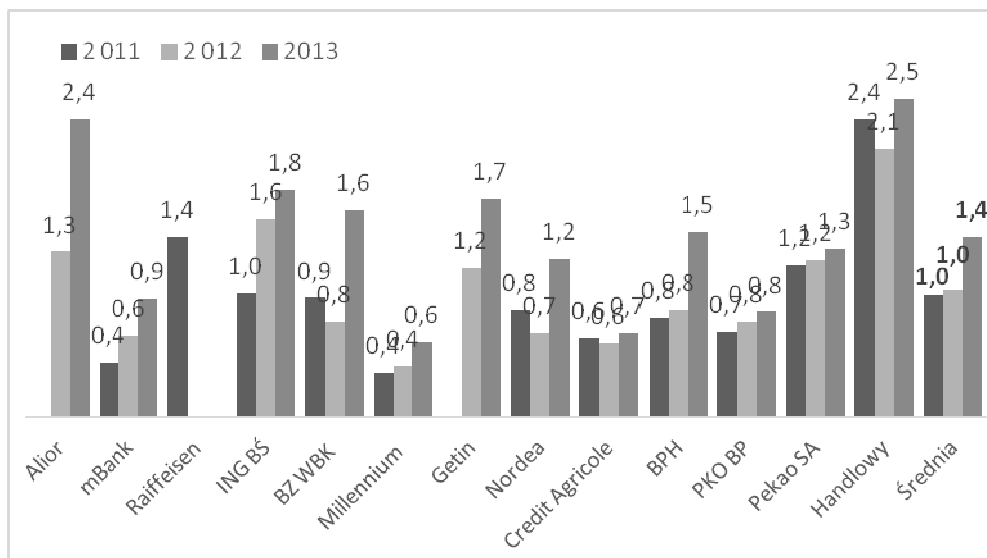
Rysunek 15. MV vs kapitał klientów detalicznych (zysk brutto) banków polskich 2011-2013



Źródło: opracowanie własne

Dla przybliżenia, jeśli **poniejszymy** wartość giełdową MV banków (przynoszących zyski na detalu) ważąc ją udziałem zysku z działalności podstawowej na detalu w całkowitym zysku z działalności podstawowej banku okaże się że w latach 2011 i 2012 relacja MV do wartości bazy klientów była bliska 1, a w 2013 wzrosła do 1,4.

Rysunek 16. MV (detaliczne)/CLV*liczba klientów (CLV na zysku brutto)



Źródło: opracowanie własne

Podsumowanie

Niniejsze badanie miało na celu wskazanie ogólnych wniosków wynikających z badań porównawczych wartości życiowej klienta (CLV), najpierw na poziomie wartości życiowych wypracowywanych przez poszczególne banki a następnie roli budowy wartości rynkowej w oparciu o kapitał klienta. Wskazuje to na dwa kluczowe zastosowania CLV: na poziomie jednostkowym, a następnie segmentów CLV powinno bankom służyć w lepszym i bardziej efektywnym zarządzaniu bazą klientów, które powinno służyć optymalizacji ich wartości życiowej oraz z drugiej strony na poziomie zagregowanym do wyznaczania możliwych wycen firmy, co jest możliwe w wypadku tego sektora ze względu na bardzo wysoką korelację między kapitałem klienta a wyceną banku. Istotne korelacje wykazywane przez oba wskaźniki sugerują konieczność pogłębienia badań w tym zakresie, zwłaszcza wpływie CLV na wyniki finansowe banku, a także kapitału klienta w bankowości korporacyjnej i jej wpływu na wartość rynkową.

Literatura

- G. S. Day, Ch. Moorman, Strategy from the Outside In. Profiting from the Customer Value, McGraw Hill, 2010.
- B. Dobiegała-Korona, Kierunki i wyzwania rozwoju zarządzania wartością klientów, w: red. B. Dobiegała – Korona, Budowa wartości klienta – teoria i praktyka, Difin, Warszawa, 2015.
- B. Dobiegała – Korona, Klient kapitałem przedsiębiorstwa, w: red. B. Dobiegała – Korona, A. Herman, Współczesne źródła wartości przedsiębiorstw, Difin, Warszawa, 2006.
- P. Fader, Customer Centricity, Focus on the Right Customers for Strategic Advantage, Wharton Executive Essentials, Philadelphia, 2012.
- S. Gupta, D.R. Lehman, J.A. Stuart, Valuing Customers, Journal of Marketing Research, XLI, 2004.
- J. Villanueva, D.M. Hanssens, Customer Equity: Measurement, Management and Research Opportunities, Foundations and Trends in Marketing, Vol. 1, No. 1 (2007).

Abstract

The following article focuses on researching the dependencies between customer lifetime value CLV and the market valuations MV on the Polish banking sector. Many authors (P. Seybold, S. Gupta, D. Lehmann, R. Boulton, B. Liebert, S. Samek, R. Heiebler, T. Kelly, Ch. Kettelman, P. Doyle) were claiming that there is a positive dependency between the value of future cash flows from the customer base of the company and its forecasted market valuation by the investors. Article's main goal is to explain CLV methodology and to investigate correlations of this index with the financial results of Polish stock exchange banks. It also focuses on the methodologies and difficulties of appropriate estimation of the CLV. In this case two methods will be taken into account – first traditional measured on the Other Income and second hypothetically more accurate measured on Gross Income in the retail operating segment. Next the author will try characterize the customer equity calculated both for the Other Income CLV and the Gross Profit CLV on the Polish retail banking market, for the stock exchange banks. There is a lot of research confirming a positive correlation between the estimated value of future cash flows from the base of customers and the market value of the company. Finally a hypothesis of a high correlation between lifetime value of the customer base of the bank and its market value will be verified.

Key words: customer lifetime value, market value of a firm, retail banking

Informacja o autorze:

mgr Aleksandra Snarska
Zakład Marketingu Wartości
Szkoła Główna Handlowa
e-mail: aleksandra.snarska@gmail.com

*Anna Świrska*¹
Siedlce University of Natural Sciences and Humanities, Poland

Lina Marcinkevičiūtė, Jan Žukovskis
Aleksandras Stulginskis University, Lithuania

MANAGEMENT OF NATURAL RESOURCES WITH AIM SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT: COMPARATIVE ANALYSIS OF THE CASE OF THE LITHUANIAN ELDERSHIP AND POLISH MUNICIPALITY

The article analyzes sustainable rural development as development of rural localities that promotes progressive and effective management of resources, in coordination of their protection and sustainable usage with regard to requirements set in different areas (economics, social development, culture, law and environmental protection). The natural resources' sorts, functions and indicators related to usage of natural resources are described. The strengths and weaknesses of environmental changes, the solution possibilities of the sorest problems and probable threats are named. The essential attention is given to the main components of the environment – air, water, climate, landscape, and problems of biological diversity.

The article stresses the sustainable development of natural resources through strategic usage of natural resources that is beneficial to rural localities and residents. The described research was carried out in Zaslai eldership of Kaišiadorys region (Lithuania) and in Siedlce Municipality of Siedlce Poviats (Poland). The condition of its natural resources, management tools and significance for sustainable development of the locality were assessed. The improvement directions of management of natural resources in the eldership were named and substantiated with regard to the components of sustainable development (economic, environmental protection and social-cultural).

Keywords: management of natural resources, management of resources based on community needs, sustainable rural development.

Introduction

The rural development and applicable tools affect the condition and functionality of the resources present in the locality. Besides, their rational usage affects the expansion of other sectors of economic activities (Aleksandravičius, ir kt., 2011). The management of rural natural resources is a complex process that integrates various rural resources in order to create common potential of the locality's development. The integrated resources and their direct and indirect influence of management on other sectors may be regarded as the result of joint activity – synergy. The synergetic effect creates evident input in development of the locality's potential, creation of added value not only in the aspect of development of local production and economic activities, but also with regard to creation of image, increase of attractiveness and attraction of investments (Baležentis, 2011). The

¹ Faculty of Economic and Legal Sciences

perception of local potential on the ground of the analysis of resources determines the diversity of possibilities and solution methods of problems. The abundance of available resources, their quality or significance for the locality are not the only factors, which affect rural development; it is also affected by support of authorities, investments to facilities, marketing tools and managerial decisions. The financial support has been and is an important tool used to protect natural resources of each country in the course of development of competitiveness of rural localities through various economic activities. The management of natural resources should be based on the desire of the interested parties to identify the environmental problems and to find their possible solution methods. The object of research is management of natural resources. The purpose of research is to identify and substantiate the improvement directions of management of natural resources. Tasks of research: to analyze the principles of management of natural resources and sustainable development in the theoretical aspect, to carry out assessment of condition of natural resources in the eldership; and to prepare recommendations for management of natural resources in the eldership. Research methods: analysis of scientific literature, analysis of documents, comparative analysis, and structural interview.

Theoretical aspects of management of natural resources in pursuit of sustainable rural development

It should be noted that sustainable management of natural resources is a part of harmonious (economic, environmental and social) rural development, thus only the natural resources, which are used correctly, strategically and optimally could be of benefit for rural localities and their residents. According to the data of scientific research (Benoit; Charles, 2012), sustainable usage of local resources allows protecting natural resources and resources created by humans in various localities, to provide the top-quality products, and to integrate this for behalf of the region. In order to use the local natural resources as effectively as possible, it is necessary to give more attention to planning of local facilities and control of resources' usage. According to Grundey (2012), the management actions, which are properly planned, applied and controlled, can have only positive impact; however, it is necessary to follow the main management principles of natural resources: effectiveness (few disputes and few efforts to maintain organizational order); stability (ability "to accept" programme changes, investments to new technologies); resistance (ability to react properly to surprises and sudden external hindrances); and fairness (transparency of activity). According to Grant (2010), when the external environment is changing continually, the internal resources have to serve as much more stable ground, on the basis of which the development strategy is formed. The analysis of the local resources allows assessing the condition of local resources and their significance on the level of community, eldership and municipality.

According to European Commission guidelines "Europe 2020" strategy on the rational management of resources includes three correlated priorities (Communication From The European Commission Europe 2020. A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth COM(2010) 2020, Burchart-Korol, 2016, p.52):

- intelligent development - development of a knowledge-based economy and innovation,

- sustainable development - promoting a resource-efficient, ecological and more competitive economy,
- inclusive growth - supporting an economy of high level of employment, ensuring social and territorial cohesion.

When the strengths and weaknesses of environment quality changes, the solution possibilities of the sorest problems and probable threats were analyzed in the article, the major attention was given to the main environmental components – air, water, climate, landscape, and problems of biological diversity. With regard to the data of the analysis of scientific literature (Herriges; Kling, 2012; Krankalis; Anzelytė, 2013), the natural resources were divided into 7 sorts: sun, ambient air and climate, water, landscape, resources of live nature and minerals.

It should be noted that all the sorts of natural resources are vital for human life and welfare: the supply functions are used to provide such resources as food, water, wood and fibre, the regulatory functions are used to control climate and amount of precipitation, water (e.g., floods), waste and spread of diseases. The cultural functions cover beauty, inspiration and rest, which contributes to spiritual welfare; the auxiliary functions cover soil's formation process, photosynthesis and cycle of nutritional elements, which serve as a ground for growing and production ((Bukantis, Gedžiūnas ir kt., 2008).

It may be presumed (Dargužas, 2011; Kisielienė, 2012; Skurdenienė; Šeškauskaitė, 2010) that the publicly active residents tend to protect environment more; they take part in the events of environment-cleaning; and that business is also induced (for example, when certain economic branches (tourism, services, high technologies) are developed, the negative impact on environment is smaller than in case of development of traditional industry). As noticed by (Lynam; Norfolk, 2013; Mont; Bleischwitz, 2012), the management of natural resources based on community needs is integral to the strategy of local development; when the tasks of resources' management are set and implemented successfully, the local environment protection processes and satisfaction of the residents are improving; however, it is necessary to identify the performance indexes, which could help to measure the implementation degree of these tasks.

Practical aspects of management of natural resources in pursuit of sustainable rural development: comparative analysis and assessment of condition of natural resources

One of the key factors contributing to sustainable rural development are local governments and decentralized administration system. The importance of localities (municipalities in Poland and elderships in Lithuania) become very evident in the course of planning process, i.e. when long-term strategic plans, which serve as a ground for sustainable development, are prepared. These authorities are within the closest distance to the residents, business, schools, non-governmental organizations, so they can look deeper to current problems, to foresee the results of the projects, and to use the available resources optimally. It is especially important to understand what sustainability means in particular situation at particular time, how much it could be related to pursuing the goals of local development, and how much it is related to the protection of natural resources. When the rural localities are developed, the principles of preserving management of

natural resources would be followed. It should be induced to pollute, to use the local natural resources more effectively, to invest into new technologies, and to create new products or services in observance of ecologic principles.

The research of the article's authors was carried out in Zasłiai eldership in Kaisiadorys region as well as in Siedlce municipality in order to determine the condition of natural resources, management tools and significance for sustainable development of the locality. The following was carried out: analysis of management of natural resources in the eldership and assessment of condition of natural resources; the significant factors of resources' management were identified and their relations with the performance results were determined. The first stage of research, the analysis of documents, allowed making logical conclusions on the ground of essence of the analyzed material (analysis of the document's content was carried out). The second stage of research, comparative analysis, was used to identify the areas of activity in need of improvement and the methods, how to adapt successful experience or examples of success. This method was applied in order to determine the advantages of local natural resources and their usage possibilities in order to identify the management tools of resources and components of sustainable development, which could be used to achieve sustainable rural development. The third stage of research was structured interview. The particular questions and their sequence were determined. The competent specialists with long professional experience, who could provide the most reliable and comprehensive information about local natural resources and their management were interviewed. It was attempted to learn the most relevant problems of management and usage of natural resources.

Analysis of condition of natural resources.

Soil: The soil in the eldership is very versatile. The large part of soil is turfy and podsollic soil. 88,34 percent of soil are of low and very low nitrogen content. The soils of high and very high nitrogen content make 11,66 percent. The land in the territory is much tamed. The landed property of various purposes occupies 68 percent of the eldership's area. Among all the land farmland, the arable takes 56,7 percent, gardens 1 percent, pastures and meadows take 23,8 percent, the roads and protection zones take 5,5 percent of the eldership's territory, and other lands – 13 percent. (Study of Application of Advanced Technologies and Good Practice in Agriculture, 2013). Analysis of Siedlce municipality shows that soil condition seems to be less fertile and varied. Gmina Siedlce is an rural municipality, where the arable land covers 6724 ha, pasture meadows 2497 ha, orchards 154 ha. Light soil, classes IV, V, VI predominate. They determine to a large extent the character of agricultural production dominated by rye, triticale, oat and potatoes. The municipality is a significant resource base in the production of vegetables, fruits and mushrooms. Meadows and pastures create conditions for the production of milk and beef cattle (www.gminasiedlce.pl).

Solar energy: It would be the most effective to use the solar energy to heat water. The turnover of the sun's shine is sufficient in order to use effectively the solar collectors of small area. In order to satisfy the needs of warm water for individual house, some 20 m² collectors should be installed, while the block of flats would need approximately 60 m². The usage of solar and geothermal energy in the eldership is only 0,6 percent. According to the study of possibilities to supply rural localities with thermal energy, only less than 0,5 percent of individual houses have thermal pumps to heat their housing and prepare hot water, while the solar energy is used only by individual persons.

Ambient air: The cars and special servicing transport are used in the territory of both local units. In total 18920 vehicles were registered in 2016/2017 in Zasliai eldership. The interstate railway is nearby. For the inhabitants of Siedlce municipality the main role is the road system. Through the municipality there are several major communication routes with high traffic intensity. The most important one is the Warsaw-Terespol national road, the A-2 motorway (in near future). These trails affect the deterioration of air and acoustic environment. Overall, the climate and health conditions in the study area can be described as average. The most unfavorable for housing in terms of the climate are the valleys and lower parts of landscape. The priority in the plan to improve quality of ambient air is given to cleaning and irrigation of streets and roadsides, control of construction sites and servicing transport, planting of problematic land areas, execution and control of valid environmental normative documents. As energy resources are getting more and more expensive, the power production of small wind power stations is developed rapidly. It has become accessible to many households. The special plan of layout of wind power stations in the municipal territory provides expansion of the network of wind power stations in the eldership, too. The general plan was created, where it is planned to arrange small wind power stations up to 250 kW in the eldership.

Water: The water ponds and protected territories around them can be distinguished as the most significant natural resources in the eldership. The preservation of these resources and development of sustainable expansion principles could bring economic benefit to the eldership. It may be presumed that the group of resources is quite significant on the local level. The abundance of lakes attracts urban residents; however the underdeveloped sector of public services is not able to attract bigger flows of tourists. The waters in the territory consist of the rivers, streams, lakes, ponds, water reservoirs, channels, trenches, and meres. The waters occupy about 1,9 percent of the total territory. Siedlce municipality is located in the Bug River basin. It is dewatered by Liwiec River and its tributaries: Muchawa and Helenka. These rivers are characterized by significant fluctuations in water levels. These rivers are not well developed in terms of tourism. The largest reservoirs of surface waters are fishponds in Golice and Stara Wieś and the "Muchawka" retention reservoir on the Muchawa river. This reservoir is located within the city of Siedlce, but in the immediate neighbourhood of Siedlce municipality.

Landscape: The eldership is characterized by hilly landscape. The "European forest" has been planted. The ferry over the Neris is reached if you turn to the direction of Ciobiskis from Zasliai – it is almost unique in Lithuania. The area of Siedlce municipality is characterized by a rather monotonous landscape. A flat or undulating (with slopes not exceeding 5%) form covers large areas both in the west and east part of municipality. There are dunes (in the south-west) and sandy fields in the municipality.

Resources of live nature: The animals and plants of taiga and broad-leaved forests are characteristic to the eldership. The broad-leaved forests and spruce woods with the elements of broad-leaved forests are predominant. The forests occupy 18,6 percent. The forestry owns 644,5 ha of the land of forest purpose. The agricultural forests occupy 1074 ha area, and the nurseries of non-forest fund occupy 109 ha. There are 5 reserves of local significance, 1 national landscape reserve and 4 natural monuments of local significance. The protected territories occupy approximately 375 ha. Siedlce

municipality is characterized by low forest cover. Only 9.7% of the total area of the municipality is covered by forests. Due to the distance of up to 10 km from the administrative borders of Siedlce city (over 80 thousand inhabitants) all forests in the municipality are environmentally protected. The total forest area is 1,460, whereas the majority (811 ha) belongs to private owners. Siedlce municipality belongs to areas of high natural values. The 1992 nature inventory of the municipality revealed 16 localities areas of very high natural and landscape values. The Liwiec Valley, including the Siedlce ponds, has been designated as a national park of national importance, and fragments of the Muchawa valley and the Chodow forest as – regional. Some parts of the municipality: 27 431.5 ha are covered by Natura 2000 programme. It is an area of Liwiec Valley (CODE: PLB140002) of special protection for birds (according to Birds Directive).

Minerals: The minerals in the eldership are sand, gravel, clay and peat. The sands and gravels occupy 5,1 ha in the eldership and the quarries – 5,2 ha. Gravel and sand are mainly used to make building materials, while the peat is used to make compost (to improve soil), to make pots for sprout growing, and packing materials. The minerals in Siedlce municipality are gravel and sand. There are 3 documented reserves of mineral resources, two have been already emptied and one – active. (Szuflicki (ed.) Bilans zasobów złóż kopalin, 2016).

In order to present the opportunities for natural resources management in Siedlce Municipality, the SWOT analysis was conducted. Some its results are presented below in table 1.

Table 1. SWOT analysis of Siedlce Municipality

SWOT Analysis of Natural Resources of Siedlce Municipality	
Geographic location, area, population	
Strengths	Weaknesses
Favorable location with close distance to Siedlce City National, provincial, district Road Well-developed technical infrastructure The course of the railway line Expanded suburban communications	The aging community of the municipality No crèches The fragmented settlement network The need to change the development plan
Opportunities	Threats
The dynamic development of the neighboring city Migration of the city's inhabitants to the municipality High sense of security	Keeping the trend of low reproduction of the population
The natural environment	
Strengths	Weaknesses
Good condition of the commune forest Good value dining facilities Successive replacement of asbestos roof	Poorly developed tourist infrastructure Poor promotion of natural and

coverings co-financed by environmental funds Placing in the area of the community valuable natural areas - such as nature reserves High rate of waste segregation	landscape values Undeveloped water reservoirs (rivers) The lack of a developed network of agritourism services High energy consumption of public buildings
Opportunities	Threats
Increasing interest of the inhabitants of the city settle in the municipality Opportunity to develop agritourism, rural tourism and recreation (bicycle paths) Possibility of obtaining EU subsidies for environmental and waste management projects Increasing demand for leisure and entertainment services Fashion for healthy food and healthy lifestyle Increased interest in renewable energy sources Demand for agriculture products	Low ecological awareness Rapidly growing production costs in agriculture
Social sphere	
Strengths	Weaknesses
Good location of social infrastructure (schools, day centers, village clubs) Well-functioning non-governmental organizations Cyclical organization of cultural and sport events (harvest fest, festivals, contests, competitions, integration events)	Insufficient number of kindergartens and crèches, and too few schools in relation to the number of students Poor integration of residents Unused potential of rural daycare centers as meeting places and integration of residents Educational staff living out of Municipality with less contact with municipal citizens Lack of local cultural leaders Limited access to specialized medical services
Opportunities	Threats
Possibility of using EU funds for the development of the social sphere Adopting cultural, educational and educational facilities, conferences, opportunities for greater integration and awareness of the inhabitants Streamlining the cooperation between the administration and non-governmental organizations and promoting bottom-up	Poor cultivating of subregion traditions Inadequate budgetary resources for cultural and sport activities Failure of national identity High cost of education Complicated procedures for acquiring and settling funds for the

initiatives.	development of culture activities
--------------	-----------------------------------

Source: Strategy of Siedlce Municipality Development

Based on the information presented in the table, it is possible to present the directions of changes and improvements in the management of the development and natural resources of the municipality.

It is possible to state that upon identification of competitive advantages of the locality and assessment of the available resources, it is possible to determine the tools, how to reinforce the locality's competitiveness without prejudice to the principles of sustainable rural development.

Improvement of management of natural resources in the eldership

Following the data of theoretical analysis and practical researches, the directions of improvement of management of natural resources in the eldership were identified and substantiated in accordance with the components of sustainable development (economic, environmental protection and social-cultural), and the practical recommendations for actors of local development were prepared (Table 2).

Table 2. Directions of improvement of management of natural resources in the eldership in accordance with the components of sustainable development

Improvement direction	Planned results in accordance with component of sustainable development			Actors of local development
	Economic	Environmental protection	Social-cultural	
Improvement of quality of soil and bioproduction on farm	Planting of infertile territories or territories less favourable for farming with forest			Private investors or farmers, Zasliai eldership, Zasliai forestry
	The owners of private land could plant infertile territories or territories less favourable for farming with forest. It is recommended to acquire trees from Zasliai forestry that manages forest resources in the eldership	The growing forest areas would change the eldership's landscape, improve ecologic conditions and would contribute to reduction of climate changes	The work places would be created for persons receiving municipal allowances, and the activities of rural residents would become more versatile	
	Observation of soil's condition			Kaisiadorys

	To establish association of farmers of Zasliai eldership. In cooperation with Kaisiadorys regional municipality it would be possible to initiate the examination of soil's condition in Zasliai eldership. The ordered examination could lead to improved quality of grown production, while the association could allow selling production for higher price	The condition of soil resources would be evaluated more effectively, the preserving usage of soil in agriculture could be induced and better conditions for biological balance of the soil could be created	The cooperation would allow carrying out agrochemical tests of the soil for minor farmers, as well; besides good experience and insights could be exchanged	regional municipality, farmers in Zasliai eldership
Usage of solar energy resources to generate alternative energy	Priority of activity of Zasliai Centre of Traditional Crafts – programme of usage of solar energy resources			Zasliai Centre of Culture and Crafts, Zasliai community, Kaisiadorys local activity group
	To prepare the project and to organize seminars and visits to examples of good practice, according to the practice of German institute "Passivhaus Institut". Total	Such an initiative would have positive impact on landscape, would improve ecological conditions (quality of ambient air).	The educational activity would be performed through organization of creative workshops by Zasliai Craft Centre, the examples of	

	value of the project - 12 000 euros; the resources of the EU structural funds and private companies (which could promote their production) could be used to finance the project.	This would introduce residents of Zasliai eldership to advantages of usage of solar energy and would help to safeguard energy safety and to prevent conflicts	good practice would be made public, and seminars and courses about usage of alternative resources would be conducted		
Improvement of condition of ambient air resources	Arrangement of wind power stations around the village "Zuvys"	To develop power production by small wind power stations in Zasliai eldership, around the village "Zuvys". The majority of manufacturing companies located in Zasliai eldership are in this territory. They may reduce usage of electric energy. Following the example of good practice of Smalininkai community, the arrangement expenses of 1 wind power station are equal to 11050 euros.	The effective usage of wind energy would reduce air pollution while generating alternative energy.	The increased amount of information known to society about meaning of wind power stations for climatic changes and about means to reduce these changes; creation of new work places	Kaisiadorys municipality, owners of private enterprises, Kaisiadorys local activity group

Usage of water and landscape resources for tourism and recreation	Arrangement of campsite in the north eastern part of the eldership, by the road Zasliai – Beiciunai			Zasliai community, Kaisiadorys regional local activity group, private enterprises, Zasliai Craft Centre, local residents
	Zasliai village community could write a project to acquire arbour with outdoors furniture and outdoors fireplace. UAB “Elpura” located in Zasliai eldership could make the arbour with outdoors furniture for 3500 euros. The outdoors fireplace would be the responsibility of members of Zasliai Craft Centre. Zasliai eldership could organize cleaning of environment	Tidied entry to tourist campsite, liquidated damage to landscape; induced wish of campers to maintain clean environment	The conditions are created for rest, educational ecological tourism, and full-rate rest in nature. The campsite would be easy to find for travellers, it would be close to the village centre, where the services necessary for traveller would be available	
	Formation of educational walking path on the coast of Zasliai lake during the workshop of woodsmen			Zasliai municipality, Zasliai community, folk artists, owners of private forests, local farmers, residents
	The workshop of woodsmen could be organized by Zasliai eldership. The necessary wood could be given by owners of private forests. The local formers would	When the educational walking paths are formed, the society would be able to get familiar with native country, rare sorts of plants and	This could allow adjusting the objects of cultural heritage, community initiatives and natural resources of local landscape for the needs	

	take care about transportation works, while the volunteering residents would take part in working bee on the set day. As the network of sightseeing objects is expanded in the eldership, the competitiveness of suggested tourism services would increase.	animals	of educational tourism.	
Protection of resources of live nature	Creation of information system of natural objects in Zasliai, which are interesting with regard to tourism			Kaisiadorys local activity group,
	To announce the competition of smart programmes for creation of educational routes through protected natural objects, which are interesting with regard to tourism. The possibility would be created to attract new tourist flows and to promote the regional traditions	The mobile application meant for residents and guests of Zasliai eldership would help to get familiar with the protected objects of live nature in the village	The local youth are encouraged to take interest in potential of local natural resources	Kaisiadorys Centre of Tourism and Business, companies providing accommodation and tourism services
	Protection of Zasliai herpetological reserve			Community of

	The rescue events of European spadefoot toads are organized by erecting 1000 meters fence on the road Zasliai-Zuvys. The necessary materials could be donated by Zasliai forestry, while the members of community would take care about necessary tools.	The events of natural protection would allow learning more about nature and preserving the vanishing species of amphibians	Promoted ideas of environmental protection, trained volunteering principle, young people induced to get involved into community activities	Zasliai eldership, Kaisiadorys regional agency of environmental protection, Zasliai secondary school
--	--	--	--	--

As it has been already mentioned, the landed property of various purposes occupies 68 percent of the eldership's area. Among all the land farmland, the arable takes 56,7 percent, gardens 1 percent, pastures and meadows take 23,8 percent, the roads and protection zones take 5,5 percent of the eldership's territory, and other lands – 13 percent. The majority of territories suitable for farming are improved in order to create more favourable conditions for agricultural activities. The changes of land usage planned in general plan of the eldership are based on current tendencies of development of agricultural and residential territories. Part of infertile soil or territories less favourable for farming will be planted with forest. When needed, it is planned to give land for exploitation of minerals or expansion of residential territories. This could have negative impact not only on soil, but also on water regime. Part of soil will be destroyed during constructions or exploitation of minerals in the territory of the eldership. The reduction of the area of landed property will not have significant influence on agriculture or its development. The conditions for intensive farming activity would be better in the remaining areas if necessary protection means of soil are safeguarded together with balanced fertilization by organic and mineral fertilizers.

The solar energy may be used in 2 ways: to produce electric energy or heat (water heating by collectors, direct heating of buildings' partitions, etc.). The solar collectors in the eldership would be suitable to prepare hot water, i.e. the area of collectors is selected with regard to the needs of hot water. The solar collectors would allow saving expenses spent on preparation of hot water. The solar collectors would allow saving up to 70 percent of annual preparation expenses of hot water. Moreover, the solar collectors would become very topical for people, who have outdoors or indoors swimming pools. According to the data of companies, which sell systems of solar collectors (UAB "Ekoplus", 2016) the purchase of solar collector for the family of 2-4 persons costs 1500-7000 euros. 2 most popular and wide-spread systems of flat solar collectors (with

installation) cost approx. 2300 euros. However, it is quite a big investment for the owners of private houses.

The implementation of the project “Creation of the Centre of Traditional Crafts” is coming to the end in the eldership. The centre of traditional crafts as the unit of Zasliai cultural centre is established in the premises of Zasliai cultural centre. It will provide services of preservation, teaching, consultation, etc. the programme of renewable power could also be included into the activities of the craft centre. The craft centre could contribute to the usage of potential of solar energy through organization of seminars and creative workshops. The solutions of engineering facilities would have significant positive impact on air, water and soil. When the centralized thermal supply is expanded and less pollutant fuel sorts are selected, the air quality would improve. If more users were connected to centralized water supply and wastewater networks, the quality of surface water ponds would improve.

In order to attract more tourists, it is recommended to arrange campsite in the north eastern part of the territory, by the road Zasliai-Beiciunai. The easy-to-find campsite would be close to the village centre, where the services necessary for traveller would be available. Two lakes of the village would be used for the rest by water – northern part of Statkuniskis Lake would be used for beaches and Zasliai Lake would be used as the main recreation place of rest and festivals used by the residents and guests. It is recommended to arrange the recreation area with stadium and other sport courts in the northern part of Zasliai Lake, in the green area of the village. It is a territory that would be dedicated for active rest and water entertainments with the possibility to get a swim. It is suggested to arrange the place for festivals and events with the servicing structure in the cape in the western part of Zasliai Lake. The boat pier could be also arranged here. One of the biggest values is the exclusive landscape. One of the important advantages of landscape panorama is the absence of large industrial or stock-breeding buildings, silos, etc., which could cause negative impact on the environment. In order to arrange, use and protect natural framework of the territories, it is suggested to apply the following directions, which express the protection and formation types of natural landscape: the present natural character of the landscape is preserved and protected; the naturalness of landscape is maintained and increased; the elements restoring naturalness of landscape are beautified and plentiful. These directions are expanded through expansion of plant arrays and belts in the valleys of streams, arrangement of recreational undeveloped areas by for rest and fun by the lakes, and through making the amount of plants bigger.

One of the possibilities to use the landscape could be formation of educational walking path on the Coast of Zasliai Lake during the workshop of woodsmen. This would not simply provide entertainment to local residents, but would also introduce the visitors with ethnographic culture of Zasliai, folk art and traditions. It is important to include natural resources present in the eldership when the idea is formed. The raw materials necessary for artistic activities would be received through cooperation with Zasliai forestry and owners of private forests. The representatives of private business, who use the quarry on the south eastern part of the lake, could contribute with machinery meant for digging and levelling. Such a creative partnership project would gather the professionals from the educational and social areas in order to improve landscape and to integrate the local natural resources. The cultural impact would be manifested through

promotion of health and community welfare, provision of equal possibilities to create art, and participation in cultural activities.

It is important to include cultural tools used to induce health and welfare into the plan of the eldership's development. The community organizations and eldership are responsible for the project's preparation. With regard to financing, the cultural and artistic projects promoting health and welfare could be sponsored by the Ministry of Education and Culture. The cooperation with municipality, local activity groups, etc. is also important. The community's initiative could reduce the financing expenses by organizing the workshops of woodsmen.

Considering Siedlce Municipality it is worth mentioning, that the main idea for local authorities is to improve the life conditions for citizens. Thus, their interest of natural resource management become as important as the other facilities for society. Within each of the social development sphere, the natural resource management occurs.

The proposals of natural resources management improvements appear within four main activity goals:

1. Improvement of the environment quality:
 - Systematic removal of asbestos from roofs,
 - Protecting the environment and improving ecological security,
 - Improving the state of the environment by introducing and enforcement of rational waste management and selective waste collection,
 - Supporting measures to reduce pollutant emissions to atmosphere by households and business entities,
 - Reduce the impact of traffic pollution,
 - Reclamation of degraded land,
 - An efficient and effective waste management system (including disposal and recycling),
 - Development and modernization of integrated waste management through support
 - Segregation, recycling and disposal systems, tightening of landfill and waste management controls, and the safeguarding of hazardous waste.
 - Development of water retention flood retention system.
 - Cooperation with the Recycling Waste Company in the field of ecological promotion.
2. The use of ecology for the development of the municipality:
 - Increased use of renewable energy,
 - Modernization of the citizens' boiler rooms in the scope of exchange of heating sources to modern and ecological.
 - Promoting renewable energy sources (biogas, solar cells, wind farms, growing energy crops) as a source of income for agricultural holdings,
 - Replacement of district heating networks with heat loss,
 - Construction of new heating systems,
 - Support for the use of renewable energy sources (including photovoltaics and sun collectors),
 - Preparation and provision of forest areas for tourist and recreational purposes,
 - Supporting forest management by shaping the ecological forest, multifunctional, providing a positive impact of the forest on the environment,

- Thermomodernization of public buildings and collective residential buildings .
- 3. Modernization of local agriculture to market economy requirements:
 - Supporting entrepreneurs and owners of farms in acquiring external partners (including foreign), and marketing of local products and manufacturers,
 - Strengthening the institutional environment of the agricultural sector through the development of the system market information, specialist advice and training,
 - Encourage the diversification of farm activities towards business non-agricultural by supporting the development of tourism, including agritourism and ecotourism,
 - Improving the efficiency of farm businesses through support modernization of equipment and buildings, improvement of agrarian structure, improvement of production quality and diversification of directions of agricultural production (biofuels, renewable energy, etc.),
 - Development of the offer and improvement of the availability of support instruments for ecological development agriculture and food processing and marketing of high quality food products,
 - To initiate the formation, support and promotion of various organizations of association farmers,
 - Support and promotion of the creation of agritourism farms and production of healthy food,
 - Help with the organization of local product sales locations,
 - Encourage farmers to acquire specialized knowledge about modern methods of agricultural production and requirements in force in the European Union.

To summarize, it is possible to note that the suggestions, how to improve resources' management and how to include them into the local government activities , could look to development priorities and projects under preparation more rationally and in more complex way. They should be organized in attempt to achieve sustainable rural and social development through management of natural resources. It is relevant that the suggested practical recommendations are actually possible to implement if the facilities useful for social needs are created and the natural resources present in the eldership are used.

Conclusions

1. The analysis of natural resources allowed determining the following: the lands in the eldership are tamed, which has negative impact on soil resources; the solar energy resources are used little or ineffectively; private transport worsens quality of ambient air; water quality of the lakes is good, but there is lack of localities adjusted for recreation and tourism, which would attract more tourists; and protection of live nature is safeguarded.
2. Planting of less fertile soils with forest and observation of the soil's condition would contribute to improvement of quality of ambient air, would have positive impact on the local landscape, and would improve ecologic conditions.
3. The sustainable development of the eldership based on the usage of renewable energy sources could serve as effective means to create complex usage of wind and sun

resources available in the locality, which would cover not only production of energy, but also its supply and usage.

4. The purposeful usage of water and landscape resources would contribute to sustainable expansion of approaches to Zaslai Lake by adjusting them for recreation and rest. The territory's adjustment for sport needs would help to attract bigger flows of local society and visitors, who would also use other services provided by Zaslai Lake (accommodation, feeding, etc.).

5. The natural resource management in Siedlce Municipality is a part of the Strategy of Development, which stresses the role of social development. Within the aims to fulfil, the natural resources management are reduced to saving the natural environment, protecting it and to introduce the ecology to citizens.

References

- ALEKSANDRAVIČIUS, A.; ŽUKOVSKIS, J. 2011. Kaimo bendruomenių raida ir jų veiklos tikslai: siekiant darnumo visuomenėje [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. gegužės 05 d.]. Prieiga per internetą: <<http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2011~1367168789998/datastreams/DS.002.0.01.ARTIC/content>>;
- BALEŽENTIS, A. 2011. Kaimo vietovių raida ir modeliai: darnaus vystymo požiūris [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. kovo 19 d.]. Prieiga per internetą: <<http://vadyba.asu.lt/26/31.pdf>>;
- BENOIT, R.; CHARLES, C. 2012. Configurational Comparative Methods Qualitative Comparative Analysis [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. gegužės 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://goo.gl/6gY9Qg>>;
- BUKANTIS, A.; GEDŽIŪNAS, P. IR KT. 2008. Lietuvos gamtinė aplinka, būklė, procesai ir raida [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. balandžio 24 d.]. Prieiga per internetą: <http://193.219.133.6/aaa/pranesimai/Lietuvos_gamtine_aplinka_bukle_procesai_ir_raid.pdf>;
- Burchart-Korol D., zrównoważone zarządzanie zasobami naturalnymi bazując na gospodarce cyrkulacyjnej, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, Seria: Organizacja i Zarządzanie, Z.87, 2016
- DARGUŽAS, A. 2011. Interesų konfliktas sprendžiant klimato kaitos problemą, jų mažinimas. [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. balandžio 14 d.]. Prieiga per internetą: http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2011~D_20110705_131620-62024/DS.005.0.01.ETD
- GRANT, M. 2010. Contemporary Strategy Analysis and Cases [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. gegužės 5 d.]. Prieiga per internetą: http://books.google.lt/books?hl=lt&lr=&id=dXw6MkTCbeoC&oi=fnd&pg=PA209&dq=grant+rm+.+2010+contemporary+strategy+analysis&ots=8gnBFECEZ_&sig=grfVztP9Kd6T2w8Cx8RObzsJCTY&redir_esc=y#v=onepage&q=grant%20rm%20.%202010%20contemporary%20strategy%20analysis&f=false.
- GRUNDEY, D. 2012. Managing sustainable tourism in Lithuania: Dream or reality? [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. balandžio 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.3846/1392-8619.2008.14.118-129>>
- HERRIGES, JA.; KLING, CL. 2012. The Measurement of Environmental and Resource Values – Theory and Methods [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. gegužės 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.routledge.com/books/details/9780415501583/>>.
- KISIELIENĖ, G. 2012. Gamtinių išteklių, kraštovaizdžio ir bioįvairovės apsauga. Kaunas: Technologija.
- KRANKALIS, R.; ANZELYTĖ, R. 2013. Darnaus vystymosi nuostatų įgyvendinimas kaimiškosiose savivaldybėse. [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. balandžio 24 d.]. Prieiga per internetą: <http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:J.04~2013~ISSN_2029-8846.N_1_5.PG_40-52/DS.002.0.01.ARTIC>
- Lietuvos Respublikos aplinkos ministerija. 2001. Rio deklaracija: apie aplinką ir plėtrą [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. gegužės 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.am.lt/LSP/files/Agenda21.pdf>>;
- Lietuvos Respublikos teritorijos bendrasis planas. [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. balandžio 20 d.]. Prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_l?p_id=284909 >;
- Lietuvos Respublikos regioninės plėtros įstatymas [interaktyvus], [žiūrėta 2015 m. balandžio 20 d.]. Prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=298580

LYNAM, T.; NORFOLK, S. 2013. Review of Tools for Incorporating Community Knowledge, Preferences, and Values into Decision Making in Natural Resources Management [interaktyvus], [žiūrėta 2015 m. gegužės 11 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.mtnforum.org/sites/default/files/publication/files/1730.pdf>>;

MONT, O; BLEISCHWITZ, R. 2012. Sustainable Consumption and Resource Management in the Light of Life Cycle Thinking [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. balandžio 23 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.researchgate.net/profile/Raimund_Bleischwitz/publication/229588688_Sustainable_consumption_and_resource_management_in_the_light_of_life_cycle_thinking/links/54045e2f0cf23d9765a62369.pdf>.

„Pažangių technologijų ir gerosios praktikos žemės ūkyje taikymas bei skatinimo Lietuvoje, siekiant išvengti aplinkos taršos iš žemės ūkio šaltinių, studija“ [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. balandžio 20 d.]. Prieiga per internetą: http://www.zum.lt/zum/m/m_files/wfiles/file1879.pdf

SKURDENIENĖ, I.; ŠEŠKAUSKAITĖ, D. 2010. Lyderių vaidmuo Lietuvos kaime: ekonominio išsivystymo ir lyčių lygybės aspektai [interaktyvus], [žiūrėta 2016 m. gegužės 4 d.]. Prieiga per internetą: <http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:J.04~2010~ISSN_1648-9098.N_3_2_19.PG_39-48/DS.002.0.01.ARTIC>.

SZUFLICKI M., MALON A. TYMIŃSKI M., Bilans zasobów złóż kopalin w Polsce, Państwowy Instytut Geologiczny, Państwowy Instytut Badawczy, Warszawa 2016

Strategia Rozwoju Gminy Siedlce na lata 2016-2026, Załącznik do Uchwały Nr XVIII/138/2015 Rady Gminy Siedlce z dnia 29 grudnia 2015 roku

Informacija o autorach:

dr Anna Świrska

Siedlce University of Natural Sciences and Humanities, Poland

Faculty of Economic and Legal Sciences

e-mail: annaswirska@gmail.com

Lina Marcinkevičiūtė, Jan Žukovskis,

Aleksandras Stulginskis University, Lithuania

e-mail: Lina.Marcinkeviciute@asu.lt; Jan.Zukovskis@asu.lt

Anna Wasilewska
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Dominika Szwed

Formy zatrudnienia pracowników a koszty pracy

FORMS OF EMPLOYMENT AND LABOUR COSTS

Koszty pracy to ogół kosztów, jakie ponosi przedsiębiorstwo w związku z zatrudnieniem pracowników. W ich skład wchodzi elementy obligatoryjne m.in. w postaci płacy minimalnej, dopłat do godzin nadliczbowych, składki na ubezpieczenie społeczne, FP i FGŚP oraz fakultatywne czyli wynagrodzenia powyżej płacy minimalnej, premie uznaniowe. Jedną z możliwości minimalizacji kosztów pracy jest stosowanie odpowiedniej formy zatrudnienia pracowników. W artykule przedstawiono możliwe formy zatrudnienia pracowników, wskazując na ich wady i zalety oraz wpływ na obciążenie pracodawcy kosztami pracy.

Słowa kluczowe: koszty pracy, składniki obligatoryjne i fakultatywne, formy zatrudnienia, minimalizacja kosztów pracy.

Wprowadzenie

Przedsiębiorstwo funkcjonuje w oparciu o zasoby, którymi są ziemia, praca oraz kapitał. Każdy z nich ma bezpośredni wpływ na jakość wytwarzanych produktów i usług, ale wykorzystanie czynników produkcji uzależnione jest od profilu prowadzonej działalności. Czynnikiem, bez którego działalność gospodarcza nie jest możliwa jest praca, czyli człowiek posiadający określoną wiedzę i umiejętności. Zaangażowanie ludzi w proces działalności przedsiębiorstwa wiąże się z koniecznością ponoszenia kosztów związanych z zatrudnieniem, czyli kosztów pracy¹.

Przedsiębiorstwo kierując się rachunkiem ekonomicznym dąży do obniżania kosztów jednostkowych. W kształtowaniu poziomu kosztów pracy ważna jest znajomość obowiązujących przepisów prawa, z których wynika obligatoryjność i fakultatywność poszczególnych elementów stanowiących ich całokształt. Celem opracowania jest określenie elementów składowych kosztów pracy oraz wskazanie na możliwości ich ograniczania poprzez stosowanie różnych form zatrudnienia, wskazując na ich wady i zalety z punktu widzenia pracodawcy. Opracowanie powstało w oparciu o literaturę z zakresu kosztów pracy oraz obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa. Dla porównania kosztów obciążających pracodawców w poszczególnych krajach wykorzystano dane Eurostatu. Opracowanie dotyczy lat 2014-2016.

¹ Według danych GUS dwa podstawowe elementy kosztów pracy (wynagrodzenia oraz ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia) stanowiły w 2016 roku odpowiednio 14,9% i 3,5% kosztów rodzajowych przedsiębiorstw niefinansowych. Obserwuje się wzrost udziału kosztów pracy w strukturze kosztów rodzajowych działalności przedsiębiorstw [Wyniki finansowe przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku. Opracowanie sygnałne. GUS Warszawa, 2017. Dostępny w Internecie: <http://stat.gov.pl/wyszukiwarka/szukaj.html#!/strona-1>. Online 23.11.2017].

Definicje i elementy składowe kosztów pracy

Pojęcie kosztów pracy² po raz pierwszy do literatury wprowadził niemiecki ekonomista Leitner w 1925 roku³. Podkreślił on, że kosztem przedsiębiorcy jest nie tylko płaca ale także różnorodne świadczenia pracodawców na rzecz pracowników. W literaturze polskiej jako pierwszy, w 1961 roku koszty pracy zdefiniował Halama, jako ogół kosztów, jakie ponosi przedsiębiorstwo w związku z zatrudnianiem pracowników fizycznych i umysłowych⁴. Makowski zdefiniował koszty pracy jako ogół wydatków podmiotu zatrudniającego, związanych z wykorzystaniem czynnika pracy w procesach gospodarowania⁵. Zwrócił jednak uwagę, że na poziom obciążenia pracodawcy wpływają nie tylko mechanizmy rynkowe w postaci podaży i popytu na pracę, ponieważ dochodzi do tego jeszcze obligatoryjny obowiązek związany z ubezpieczeniem społecznym, a także konieczność realizacji przepisów prawa wprowadzających cenę minimalną za pracę, czyli ustawowe wynagrodzenie minimalne.

Koszty pracy zostały również zdefiniowane na potrzeby badań prowadzonych przez urzędy statystyczne oraz Międzynarodową Organizację Pracy. Zgodnie z przyjętą definicją jest to kategoria kosztów ekonomicznych, wyrażająca sumę płac oraz pozapłacowych kosztów związanych z pozyskiwaniem, utrzymywaniem, doskonaleniem i wykorzystywaniem zasobów pracy, występujących w rachunku kosztów i wyników przedsiębiorstwa⁶.

Płacowe koszty pracy związane są z wypłacanym wynagrodzeniem oraz dodatkami w postaci premii i nagród dające miarodajny efekt w wysokości kwoty otrzymywanej przez pracownika za wykonaną pracę. Stanowią je wynagrodzenia osobowe pracowników, premie sprzedażowe, premie uznaniowe, nagrody pieniężne za osiągnięte wyniki i honoraria.

Pozapłacowe koszty pracy wynikają z obowiązków publicznoprawnych z tytułu zatrudniania pracowników. Wśród nich wyróżniane są koszty o charakterze bezpośrednim oraz o charakterze pośrednim. Charakter bezpośredni mają: wynagrodzenie za czas chorobowe, wynagrodzenie za czas urlopów wypoczynkowych, dodatki wakacyjne, wynagrodzenia za czas oficjalnych dni świątecznych, płatności w naturze (w szczególności koszty mieszkań i odzieży). Natomiast do kosztów o charakterze pośrednim zalicza się koszty obowiązkowych oraz dobrowolnych

² Pojęcie kosztów pracy zastępowane jest określeniami, takimi jak koszty osobowe, koszty zatrudnienia, koszty siły roboczej oraz jako koszty czynnika ludzkiego [Kulisa Beata: *Pojęcie kosztów pracy i ich klasyfikacja*, [w:] *Aspekty ekonomiczno-prawne kosztów pracy w Polsce*, red. Kolegiewicz K., Kulisa B., Nehring A., Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2004, s. 7.

³ Jan Władysław Wiktor: *Koszty pracy w przedsiębiorstwach*, Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa 1991, s. 14.

⁴ Henryk Halama: *Koszty pracy ludzkiej w przedsiębiorstwie przemysłowym [w] Człowiek w przedsiębiorstwie*, Materiały z V dorocznej konferencji poświęconej zagadnieniom ekonomiki przedsiębiorstw, PWE, Warszawa 1961, s. 176-182.

⁵ Kazimierz Makowski: *Koszty pracy jako instrument polityki personalnej [w] Zarządzanie zmianami w zasobach pracy przedsiębiorstwa*, K. Makowski (red.), Monografie i opracowania, Instytut Funkcjonowania Gospodarki Narodowej, Warszawa 1997.

⁶ Jan Władysław Wiktor: *Koszty pracy w przedsiębiorstwach*, Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa 1991, s. 30.

ubezpieczeń społecznych, inne wydatki, tj. na transport, kulturę i opiekę zdrowotną, koszty szkolenia zawodowego (wynagrodzenia uczniów), podatki i subsydia (socjalne)⁷.

Płacowe oraz pozapłacowe bezpośrednie koszty pracy to koszty wewnętrzne przedsiębiorstw, wynikające ze stosowanej przez pracodawcę polityki kadrowo-płacowej, z uwzględnieniem obowiązujących aktów prawnych w tym zakresie. Pozapłacowe pośrednie koszty pracy są w większości związane z zewnętrznymi kosztami ponoszonymi przed jednostki gospodarcze, na ich poziom przedsiębiorca nie ma wpływu. Kwoty z nimi związane muszą być odprowadzane do zewnętrznych jednostek publicznoprawnych, tj. do urzędów skarbowych oraz Zakładu Ubezpieczeń Społecznych.

Dokonując analizy kosztów pracy możemy wziąć pod uwagę także ich obligatoryjność lub fakultatywność wynikającą z przepisów prawa. Wśród obligatoryjnych kosztów pracy wyróżniamy dopłaty do godzin nadliczbowych, za pracę w nocy, w niedziele i święta i w dni wolne od pracy, zasiłki chorobowe opłacane przez pracodawcę, wynagrodzenia urlopowe, płacę minimalną, odprawy, odpisy na ZFŚS, składki na ubezpieczenie społeczne, podatki, składki na FP i FGŚP oraz różnego rodzaju ekwiwalenty. Fakultatywne koszty pracy to wynagrodzenia powyżej płacy minimalnej, premie uznaniowe, a także różnego rodzaju benefity.

Obligatoryjne koszty pracy wynikają z przepisów prawa, na ich poziom pracodawca nie ma żadnego wpływu. Są one regulowane przez Kodeks Pracy oraz inne akty prawne, które wraz z Kodeksem Pracy tworzą prawo pracy. Grupa kosztów obligatoryjnych przewyższa liczebnością grupę kosztów fakultatywnych, ale jest to podział mający zastosowanie tylko i wyłącznie w przypadku umów o pracę. W przypadku umów cywilnoprawnych, jedynym obligatoryjnym kosztem, jaki ponosi pracodawca jest wynagrodzenie brutto oraz ewentualne składki na ubezpieczenia społeczne, Fundusz Pracy i Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych.

Możliwości kształtowania kosztów pracy wynikające z formy zatrudnienia pracowników

W Polsce obowiązują dwie formy zatrudnienia, pracownicze – uregulowane Kodeksem Pracy i aktami prawnymi wynikającymi z prawa pracy oraz niepracownicze – uregulowane Kodeksem cywilnym.

Z zatrudnieniem pracowniczym mamy do czynienia wyłącznie w przypadku zawarcia umowy o pracę, zarówno na okres próbny, jak i na czas określony oraz na czas nieokreślony. Stronami zawartego stosunku pracy są pracodawca oraz pracownik.

Zatrudnienie niepracownicze ma miejsce, gdy przedsiębiorca zawiera umowę cywilnoprawną, przez którą najczęściej rozumie się umowę zlecenia lub umowę o dzieło. Stronami umowy zlecenia są zleceniodawca oraz zleceniobiorca, w przypadku umowy o dzieło zamawiający oraz wykonujący.

Największe możliwości w zakresie kształtowania kosztów pracy wynikają z umów cywilnoprawnych, a zwłaszcza umowy zlecenia. Pewnym ograniczeniem jest wówczas minimalna stawka godzinowa wynosząca 13 zł brutto⁸. Nadal jednak

⁷ Agnieszka Furmańska-Maruszak: *Koszty pracy a zatrudnienie: współczesne koncepcje a rzeczywistość*, Wydawnictwo "Dom Organizatora", Toruń 2008, s. 46.

⁸ Ustawa z dnia 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę [Dz.U. 2002 nr 200 poz. 1679].

zatrudnienie niepracownicze jest dla przedsiębiorcy bardziej korzystne. Jego zalety wynikają z podstawy prawnej regulującej te formy zatrudnienia, którą jest Kodeks Cywilny. W tabeli 1 przedstawiono kluczowe różnice między umową o pracę a umową cywilnoprawną.

Między zatrudnieniem pracowniczym i niepracowniczym występuje wiele różnic. Jednak nawet po wprowadzeniu minimalnego wynagrodzenia za stawkę godzinową przy umowie zlecenia, dla przedsiębiorcy nadal jest to forma bardziej opłacalna ze względu na koszty.

Tabela 1. Różnice pomiędzy zatrudnieniem pracowniczym i niepracowniczym

Wyszczególnienie	Umowa o pracę	Umowa cywilnoprawna
Regulacja prawna	kodeks pracy	kodeks cywilny
Strony umowy	zawarta tylko i wyłącznie z osobą fizyczną	może być zawarta z osobą fizyczną i osobą prawną ⁹
Podporządkowanie pracodawcy	duża zależność pracownika od pracodawcy	brak zależności
Miejsce i czas wykonywanie obowiązków	określone miejsce i czas wykonywania pracy	brak określenia miejsca pracy
Wykonywanie pracy	tylko i wyłącznie przez osobę, z którą został zawarty stosunek pracy	może być wykonywana przez inne osoby zleczone przez zleceniobiorcę
Dokumentowanie obecności	na podstawie list obecności oraz rocznej ewidencji czasu pracy	na podstawie rejestru przepracowanych godzin
Praca w święta	zakaz pracy w dni świąteczne ¹⁰	brak zakazu pracy w dni świąteczne
Odpłatność umowy	zawsze jest odpłatna	odpłatna bądź nieodpłatna
Minimalne wynagrodzenie	2000 zł brutto za pełen etat	13 zł brutto za godzinę pracy
Ubezpieczenie ZUS	obowiązek opłacania wszystkich składek	brak obowiązku opłacania wszystkich składek
Wyplata wynagrodzenia	obowiązek comiesięcznej wypłaty wynagrodzenia	w przypadku odpłatnej umowy obowiązek comiesięcznej wypłaty wynagrodzenia
Wypowiedzenie umowy	terminy wypowiedzeń w zależności od długości zatrudnienia	umowa może zostać wypowiedziana w każdej chwili

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów szkoleniowych.

W przypadku umów zlecenia:

- zleceniobiorca nie ma prawa do urlopu wypoczynkowego, tak jak ma to miejsce w przypadku pracownika; za dni nieobecności w pracy nie jest wypłacane wynagrodzenie,

⁹ W przypadku zwania umowy zlecenia z osobą prawną umowa cywilnoprawna nie jest rozliczana w kontekście kosztów pracy.

¹⁰ Istnieje kilka wyjątków pozwalających na pracę w dni świąteczne, m.in.: w przypadku stosowania równoważnego czasu pracy w gastronomii <https://www.mpips.gov.pl/prawo-pracy/ustalanie-i-rozliczanie-czasu-pracy/ustalanie-czasu-pracy/dni-pracy-i-dni-wolne-od-pracy/> [dostęp online: 18.05.2017 r.].

- gdy zleceniobiorca wyrazi zgodę na odprowadzanie składki na ubezpieczenie chorobowe, to za czas niezdolności do pracy w wyniku choroby ZUS wypłaca mu od pierwszego dnia zwolnienia zasiłek chorobowy¹¹,
- zleceniobiorca nie ma prawa do urlopu macierzyńskiego,
- zleceniobiorca nie ma prawo do wynagrodzenia oraz dodatków za pracę w nadgodzinach bądź pracy w porze nocnej.

Wadą umów cywilnoprawnych jest możliwość wypowiedzenia/zerwania umowy zlecenia przez zleceniobiorcę z dnia na dzień, bez podania przyczyny bądź wcześniejszej informacji o danym zamiarze. Zleceniodawcy mogą zabezpieczyć się przed takim postępowaniem poprzez uwzględnienie w umowie cywilnoprawnej okresu wypowiedzenia umowy bądź kary umownej za nagłe zerwanie umowy zlecenia.

Najmniej kosztów generuje umowa o dzieło. Jedynym kosztem przedsiębiorcy jest wynagrodzenie brutto. Chyba, że umowa o dzieło została zawarta z pracownikiem zatrudnionym na podstawie umowy o pracę w zakładzie przedsiębiorcy. W takim wypadku umowa o dzieło podlega oskładkowaniu.

Występujące różnice w kształtowaniu kosztów pracy wynikają z przyjętej formy zatrudnienia. Głównym aspektem różniącym ich poziom jest obowiązek odprowadzania składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne. W tabeli 2 przedstawiono obowiązek opłacania składek na ubezpieczenie społeczne w zależności od przyjętej formy zatrudnienia, natomiast w tabeli 3 przedstawiono obliczenia wskazujące na różnice w poziomie kosztów pracy w przypadku różnych form zatrudnienia.

Tabela 2. Obowiązek opłacania składek na ubezpieczenia społeczne¹² oraz ubezpieczenie zdrowotne w zależności od formy zatrudnienia

Wyszczególnienie	Emerytalne	Rentowe	Wypadkowe	Chorobowe	Zdrowotne
Umowa o pracę - pracownik nieposiadającym statusu studenta	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak
Umowa o pracę zawarta ze studentem	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak
Umowa zlecenia - osoba nieposiadająca innej formy zatrudnienia	Tak	Tak	Tak	Dobrowolne	Tak
Umowa zlecenia - obca osoba, która co miesiąc zarabia co najmniej 2000 zł brutto	Dobrowolne	Dobrowolne	Tak, jeżeli opłacana jest składka emerytalna i rentowa	Nie	Tak
Umowa zlecenia - osoba posiadająca status ucznia/studenta	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie
Umowa o dzieło	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie
Umowa zlecenia - własny pracownik	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak
Umowa o dzieło - własny pracownik	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak
Umowa o dzieło - własny pracownik na urlopie macierzyńskim	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie
Umowa zlecenia - własny pracownik	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak

¹¹ W przypadku zgłoszenia zleceniobiorcy do dobrowolnej składki chorobowej okres wyczekiwania trwa 90 dni, tzn. zasiłek chorobowy za dni niezdolności do pracy w wyniku choroby wypłacany jest dopiero po okresie wyczekiwania.

¹² Ustawa z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych [Dz.U. 1998 nr 137 poz. 887].

przebywający na urlopie macierzyńskim					
Umowa zlecenia - emeryt/rencista	Tak	Tak	Tak	Dobrowolna	Tak

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów szkoleniowych.

Tabela 3. Koszty zatrudnienia ponoszone przez pracodawcę z uwzględnieniem różnych form zatrudnienia [zł]*

Rodzaj umowy	Wynagrodzenie brutto	Składki obciążające pracodawcę (ZUS, FP, FGŚP)	Całkowity miesięczny koszt przedsiębiorcy z tytułu zatrudnienia
Umowa o pracę - pracownik nieposiadającym statusu studenta	2000,0	412,2 ¹³	2412,2
Umowa o pracę zawarta ze studentem	2000,0	412,2	2412,2
Umowa zlecenia - osoba nieposiadająca innej formy zatrudnienia	2000,0	412,2	2412,2
Umowa zlecenia - obca osoba, która co miesiąc zarabia co najmniej 2000 zł brutto	2000,0	0,0	2000,0
Umowa zlecenia - osoba posiadająca status ucznia/studenta	2000,0	0,0	2000,0
Umowa o dzieło	2000,0	0,0	2000,0
Umowa zlecenia - własny pracownik	2000,0	412,2	2412,2
Umowa o dzieło - własny pracownik	2000,0	412,2	2412,2
Umowa o dzieło - własny pracownik na urlopie macierzyńskim	2000,0	0,0	2000,0
Umowa zlecenia - własny pracownik przebywający na urlopie macierzyńskim	2000,0	0,0	2000,0
Umowa zlecenia - emeryt/rencista	2000,0	412,2	2412,2

*Przyjęto założenie, że wynagrodzenie brutto wynosi 2000 zł, dobrowolne składki nie będą odprowadzane, a wysokość składki na ubezpieczenie wypadkowe wynosi 1,8%¹⁴.

Źródło: opracowanie własne.

Umowa o pracę nie pozwala na optymalizowanie poziomu kosztów pracy, ponieważ od każdej umowy o pracę istnieje obowiązek odprowadzania wszystkich składek na ubezpieczenie społeczne, nawet w przypadku zawarcia umowy o pracę z pracownikiem posiadającym status studenta. Jedyną możliwością optymalizacji kosztów pracy poprzez brak konieczności opłacania składek na ubezpieczenie społeczne jest zatrudnienie niepracownicze. Jednak zwolnienie z tego obowiązku ma miejsce tylko w sytuacji, kiedy ze zleceniobiorcą przedsiębiorcy nie łączy żaden stosunek pracy. Wyjątkiem jest zawarcie umowy zlecenia z pracownikiem przebywającym na urlopie macierzyńskim.

Dla pracodawcy z punktu widzenia pozapłacowych kosztów pracy najważniejsze są możliwości zwolnień z tytułu odprowadzania składek na ubezpieczenie emerytalne, rentowe oraz wypadkowe, którymi jest obciążana działalność przedsiębiorstwa. Składka na ubezpieczenie chorobowe nie ma wpływu na wysokość pozapłacowych kosztów pracy, ponieważ obciąża pracownika. Jej wysokość ma wpływ na kształtowanie się

¹³ Na kwotę 412,20 zł składa się: 361,20 zł odprowadzane na składki opłacane przez pracodawcę, 49,00 zł jako składka na FP oraz 2,00 zł jako składka na FGŚP.

¹⁴ Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 29 listopada 2002 r. w sprawie różnicowania stopy procentowej składki na ubezpieczenia społeczne z tytułu wypadków przy pracy i chorób zawodowych w zależności od zagrożeń zawodowych i ich skutków [Dz.U. 2002 nr 200 poz. 1692].

poziomu wynagrodzenia netto. Jeżeli zleceniobiorca nie wyrazi zgody na odprowadzanie składki na ubezpieczenie chorobowe, jego płaca będzie odpowiednio wyższa.

Formą zatrudnienia pociągającym za sobą najniższe koszty jest umowa zlecenia zawarta z uczniem/studentem. Pozostałe formy, których całkowity koszt przedsiębiorcy jest równy 2000 zł niosą ze sobą pewne ograniczenia. Są to głównie ograniczenia związane z dyspozycyjnością siły roboczej w przedsiębiorstwie. Możliwość skorzystania z udogodnień związanych z nieodprowadzaniem składek na ubezpieczenie społeczne występuje tylko w przypadku osób, których dyspozycyjność czasowa jest mniejsza niż pracownika zatrudnionego w pełnym wymiarze czasu pracy.

Koszty pracy w Unii Europejskiej

Przy badaniu kosztów pracy brano pod uwagę: wynagrodzenia zasadnicze, premie oraz nagrody, wynagrodzenia rzeczowe, składki obciążające pracodawcę, koszty szkoleń, koszty rekrutacji pracowników, koszty odzieży roboczej, inne koszty ponoszone przez pracodawcę¹⁵.

W tabeli 4 przedstawiono przeciętny koszt pracy w krajach Unii Europejskiej w przeliczeniu na jedną godzinę.

Tabela 4. Przeciętny godzinowy koszt pracy w krajach UE [EUR]

Kraj	Lata			Zmiana 2016/2014
	2014	2015	2016	
EU – 28	24,5	25,0	25,4	103,6
Austria	31,4	32,4	32,7	104,1
Belgia	39,0	39,1	39,2	100,5
Bułgaria	3,8	4,1	4,4	115,8
Chorwacja	9,4	9,6	10,0	106,4
Cypr	15,8	15,7	15,8	100,0
Czechy	9,4	9,8	10,2	108,5
Dania	40,6	41,2	42,0	103,4
Estonia	9,8	10,3	10,9	111,2
Finlandia	32,5	33,0	33,2	102,2
Francja	34,7	35,1	35,6	102,6
Grecja	14,5	14,1	14,2	97,9
Hiszpania	21,1	21,2	21,3	100,9
Holandia	33,7	34,0	34,3	101,8
Irlandia	29,8	30,0	30,4	102,0
Litwa	6,5	6,8	7,3	112,3
Luksemburg	36,2	36,3	36,6	101,1
Łotwa	6,6	7,1	7,5	113,6
Malta	12,8	13,2	13,2	103,1
Niemcy	31,4	32,2	33,0	105,1
Polska	8,3	8,6	8,6	103,6
Portugalia	13,2	13,4	13,7	103,8

¹⁵ Dokumentem charakteryzującym koszty pracy w Unii Europejskiej jest Rozporządzenie Komisji (WE) z dnia 21 października 2005 roku. Przedstawiono w nim elementy składowe kosztów pracy, które powinny być uwzględniane w badaniach przeprowadzanych przez Eurostat na terenie Unii Europejskiej. W Polsce jednostką odpowiedzialną za zbieranie i opracowywanie informacji statystycznych jest Główny Urząd Statystyczny. [Rozporządzenie Komisji (WE) NR 1737/2005 z dnia 21 października 2005 r. zmieniające rozporządzenie (WE) nr 1726/1999 w odniesieniu do definicji i przekazywania informacji w sprawie kosztów pracy. Dostępne w Internecie: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/> [online 30.09.2017].

Rumunia	4,6	4,9	5,5	119,6
Słowacja	9,7	10,0	10,4	107,2
Słowenia	15,6	15,8	16,2	103,8
Szwecja	37,3	37,4	38,0	101,9
Węgry	7,7	7,9	8,3	107,8
Wielka Brytania	25,8	29,7	26,7	103,5
Włochy	28,3	28,1	27,8	98,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie statystyk dotyczących badania kosztów pracy przedstawianych przez Eurostat <http://ec.europa.eu/eurostat/web/labour-market/labour-costs/main-tables> [dostęp online: 20.05.2017].

W skład kosztów pracy wchodzi wynagrodzenie brutto oraz pozapłacowe koszty pracy tj. składki na ubezpieczenia społeczne obciążające pracodawcę, pomniejszone o otrzymane subwencje w celu refundacji kosztów zatrudnienia.

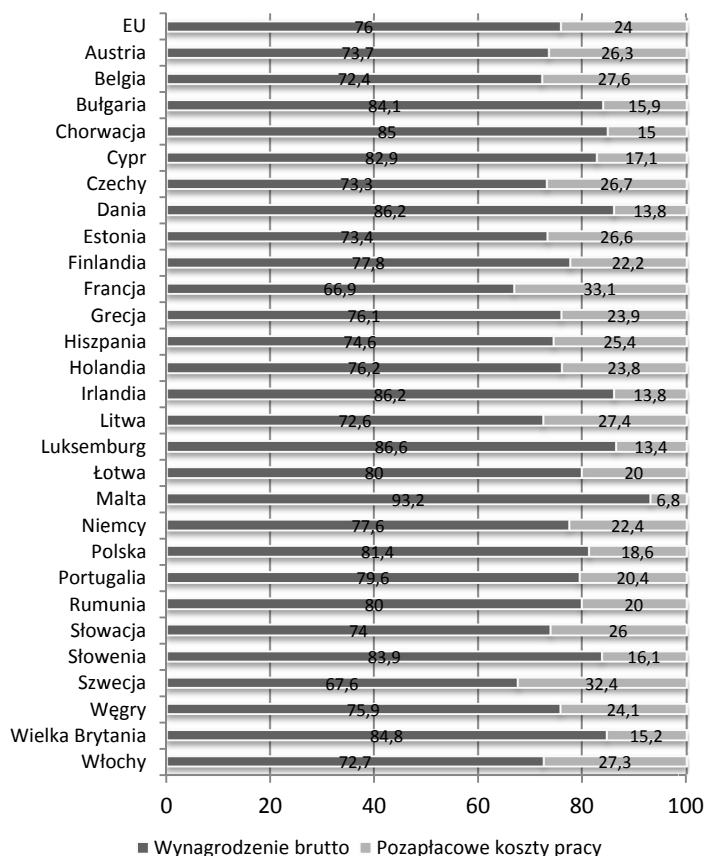
Średnio w wszystkich krajach członkowskich Unii Europejskiej (EU – 28), w 2016 roku, koszt jednej godziny pracy wyniósł 25,4 euro. Dynamika wzrostu w stosunku do 2014 roku wyniosła 103,6. Oznacza to, że łącznie w krajach Unii Europejskiej koszty pracy w przeliczeniu na jedną godzinę wzrosły o 3,6%, czyli nie przedstawiały wysokiej tendencji wzrostowej. Największe zmiany miały miejsce w Bułgarii oraz Rumunii, wynosząc odpowiednio 15,8 i 19,6%. W porównaniu do średniej UE była to dość znacząca różnica, wynosząca 16 pkt %. Były to równocześnie państwa, w których koszt jednej godziny pracy był najniższy, wynosząc 3,8 – 5,5 euro.

Najwyższe koszty pracy w latach 2014 – 2016 ponoszono w Belgii (39,2 euro), Danii (42 euro), Szwecji (38 euro) oraz Luksemburgu (36,6 euro). Koszt jednej godziny pracy w Polsce w badanym okresie wyniósł jedynie 8,3 - 8,6 euro, stanowiąc 20% kosztu ponoszonego w Danii.

Wśród państw, które wraz z Polską przystąpiły do UE 1 maja 2004 roku najwyższe koszty pracy ponoszą pracodawcy w Słowenii (w 2016 roku w wysokości 16,2 euro), natomiast najniższe występują na Litwie (7,3 euro w 2016 roku).

Na rysunku 1 przedstawiono strukturę kosztów pracy z uwzględnieniem wynagrodzenia brutto oraz części stanowiącej pozapłacowe koszty pracy, do których zalicza się składki na ubezpieczenie społeczne obciążające pracodawcę. Dominującą częścią w strukturze godzinowego kosztu pracy, stanowiąc w zależności od kraju od 66,85 do 93,23% są wynagrodzenia brutto.

Prowadząc analizę struktury kosztów pracy w Unii Europejskiej można wyróżnić trzy grupy państw. Pierwsza to kraje, w których udział pozapłacowych kosztów pracy jest znaczny od 26,6 do 33,1%, a koszty pracy należą do najwyższych w UE. Należą do nich Francja, Szwecja, Belgia, Włochy.



Rysunek 1. Udział płacowych i pozapłacowych kosztów pracy w przeciętnym godzinowym koszcie zatrudnienia w 2016 roku.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie statystyk dotyczących badania kosztów pracy przedstawianych przez Eurostat <http://ec.europa.eu/eurostat/web/labour-market/labour-costs/main-tables> [dostęp online: 20.05.2017].

Do drugiej grupy należą państwa, które charakteryzowały się wysokim udziałem pozapłacowych kosztów pracy (22,6–27,4%), ale stosunkowo niskimi godzinowymi kosztami pracy (6,5–10,9 euro). Są to Litwa, Czechy oraz Estonia. Trzecia grupa to państwa z najniższym udziałem pozapłacowych kosztów pracy w całkowitym przeciętnym godzinowym koszcie pracy (6,7–15,9%). Należą do niej zarówno kraje, w których koszty pracy były niskie (Bułgaria, Chorwacja, Malta), jak i te, w których koszty pracy były na poziomie wysokim (Irlandia, Luksemburg, Dania).

Średnia pozapłacowych kosztów pracy w krajach członkowskich UE stanowiła 24% kosztów pracy. W 2016 roku w Polsce wartość ta wyniosła 18,6% kosztów pracy. Praca jest niezbędnym czynnikiem produkcji. Na pracodawcy spoczywa obowiązek pozyskiwania pracowników, zaangażowania ich w działalność przedsiębiorstwa oraz ich

wynagradzanie. Celem opracowania było określenie elementów składowych kosztów pracy oraz wskazanie na możliwości ich ograniczania poprzez stosowanie różnych form zatrudnienia, wskazując na ich wady i zalety. Na podstawie przeprowadzonych rozważań sformułowano następujące wnioski:

1. Większość elementów kosztów pracy ma charakter obligatoryjny. Należy do nich płaca minimalna, dopłaty do godzin nadliczbowych, za pracę w nocy, w dni wolne od pracy, zasiłki chorobowe opłacane przez pracodawcę, wynagrodzenia urlopowe, odprawy, odpisy na ZFŚS, składki na ubezpieczenie społeczne, składki na FP i FGŚP oraz różnego rodzaju ekwiwalenty. Fakultatywne koszty pracy to wynagrodzenia powyżej płacy minimalnej, premie uznaniowe, a także różnego rodzaju benefity.
2. Koszty obciążające pracodawcę zatrudniającego najemną siłę roboczą są zróżnicowane w zależności od formy zatrudnienia. Najwyższe koszty dla pracodawcy generuje zatrudnienie pracownicze (umowa o pracę). Formą w największym zakresie pozwalającą przedsiębiorcy na optymalizowanie kosztów pracy jest umowa zlecenia, chociaż możliwości te od 1 stycznia 2017 roku zostały ograniczone poprzez wprowadzenie minimalnej stawki godzinowej wynoszącej 13 zł brutto.
3. Koszty pracy w Polsce na tle pozostałych krajów Unii Europejskiej przyjmują relatywnie niskie wartości. Przeciętny godzinowy koszt zatrudnienia w Polsce, w 2016 roku wynosił 8,6 euro, przy średniej dla krajów członkowskich Unii Europejskiej na poziomie 25,4 euro. W strukturze przeciętnego kosztu pracy koszty pozapłacowe (składki na ubezpieczenie społeczne obciążające pracodawcę) stanowiły w Polsce 18,6% przy średniej w UE na poziomie 24%.

Literatura

- Furmańska-Maruszak Agnieszka: *Koszty pracy a zatrudnienie: współczesne koncepcje a rzeczywistość*, Wydawnictwo "Dom Organizatora", Toruń 2008.
- Halama Henryk: *Koszty pracy ludzkiej w przedsiębiorstwie przemysłowym [w] Człowiek w przedsiębiorstwie*, Materiały z V dorocznej konferencji poświęconej zagadnieniom ekonomiki przedsiębiorstw, PWE, Warszawa 1961.
- Kulisa Beata: *Pojęcie kosztów pracy i ich klasyfikacja*, [w:] *Aspekty ekonomiczno-prawne kosztów pracy w Polsce*, red. Kolegiewicz K., Kulisa B., Nehring A., Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2004, s. 7.
- Księżyk Marianna: *Koszty pracy w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej*. *Ekonomia Menedżerska* 2008, tom 4, s. 43-52.
- Makowski Kazimierz: *Koszty pracy jako instrument polityki personalnej [w] Zarządzanie zmianami w zasobach pracy przedsiębiorstwa*, K. Makowski (red.), Monografie i opracowania, Instytut Funkcjonowania Gospodarki Narodowej, Warszawa 1997.
- Rozporządzenie Komisji (WE) NR 1737/2005 z dnia 21 października 2005 r. zmieniające rozporządzenie (WE) nr 1726/1999 w odniesieniu do definicji i przekazywania informacji w sprawie kosztów pracy. Dostępne w Internecie: <http://eur-lex.europa.eu/legal-ontent/PL/> [online 30.09.2017].
- Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 29 listopada 2002 r. w sprawie różnicowania stopy procentowej składki na ubezpieczenia społeczne z tytułu wypadków przy pracy i chorób zawodowych w zależności od zagrożeń zawodowych i ich skutków [Dz.U. 2002 nr 200 poz. 1692].
- Ustawa z dnia 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę [Dz.U. 2002 nr 200 poz. 1679].
- Ustawa z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych [Dz.U. 1998 nr 137 poz. 887].
- Wiktor Jan Władysław: *Koszty pracy w przedsiębiorstwach*, Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa 1991.
- Wyniki finansowe przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku. Opracowanie sygnałne. GUS Warszawa 2017. Dostępny w Internecie: <http://stat.gov.pl/wyszukiwarka/szukaj.html#!/strona-1>. Online 23.11.2017].

Abstract

The aim of the study was to determine the components of labour costs and to indicate the possibilities of limiting them by employing various forms of employment and indicating their disadvantages and advantages. Research shows that most labour costs are mandatory but the costs of hired labour vary depending on the form of employment (contract type). The highest costs are generated by permanent employment (employment contract). The most important way to allow an entrepreneur to optimize labour costs is an ordering contract. Labour costs in Poland are low in comparison with other EU countries. The average hourly cost of employment in Poland was 8.6 euros in 2016 towards 25.4 euros in the EU average. In the structure of average cost of labour, the non-wage costs (employer's social security contributions) accounted for 18.6% in Poland and 24% in the EU average.

Key words: labour costs, mandatory and optional components of wages, types of contracts, minimization of labour costs.

Informacja o autorach:

Dr inż. Anna Wasilewska

Katedra Finansów

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, ul. Nowoursynowska 166, 02-787

Warszawa

e-mail: anna_wasilewska1@sggw.pl

Dominika Szwed

e-mail: dominika.szwed95@wp.pl

Natalia Wasilewska
Jan Kochanowski University in Kielce

Nadiia Davydenko
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

ASSESSMENT OF THE CREDIT HISTORY OF ENTERPRISES

This is the first of 5 articles describing a research conducted to assess the creditworthiness of enterprises and the impact of such an assessment on the level of lending rates during the crisis that has covered the banking sector in Ukraine. In the framework of this study, it was assumed that the creditworthiness of agrarian enterprises involves the following four factors which are subject to the assessment: the credit history of the enterprise, its financial status, business plan and the adequacy of the security (the subject of the mortgage). This article describes the results of the assessment of the credit history of the enterprise.

The aim of the study is to identify the quantitative measure of the correlation between the assessment of the credit history of enterprises and the level of repayment of credit in a crisis of the banking sector, as well as the improvement of methodological approaches to such an assessment.

Key words: assessment of credit history, crisis of the banking sector, lending to enterprises, overdue debt, prolonged debt, duration of credit history.

Introduction

Credit evaluation is one of the most crucial processes in banks “credit management decisions”. This process includes collecting, analyzing and classifying different credit elements and variables to assess the credit decisions. One of the most important tools, to classify a bank’s customers, as a part of the credit evaluation process to reduce the current and the expected risk of a customer being bad credit, is credit scoring¹.

Anderson suggested that to define credit scoring, the term should be broken down into two components, credit and scoring². Firstly, simply the word “credit” means “buy now, pay later”. It is derived from the Latin word “credo”, which means “I believe” or “I trust in”. Secondly, the word “scoring” refers to “the use of a numerical tool to rank order cases according to some real or perceived quality in order to discriminate between them, and ensure objective and consistent decisions”. Consequently, credit scoring can be simply defined as “the use of statistical models to transform relevant data into numerical measures that guide credit decisions”.

Credit scoring models have been drawing the attention by a plethora of researchers in financial and accounting area after the big economic crisis in thirties of the past

¹ José Francisco Martínez Sánchez, Gilberto Pérez Lechuga. Assessment of a credit scoring system for popular bank savings and credit. *Contaduría y Administración*, Volume 61, Issue 2, 2016

² Anderson, R. *The credit scoring toolkit: Theory and practice for retail credit risk management and decision automation*. New York: Oxford University Press, 2007

century and are always becoming particularly actual in the era of recession and big breakdowns³. Although the application of credit scoring models can seem universal no matter in which country one apply them, some research results indicate that their classification ability is significantly lowered for the companies that operate in the countries with lower level of economic and legal development, as well as countries with different business ethics than for the companies from the countries in which the models were derived⁴.

To assess financial condition and creditworthiness of a borrower - legal entity (other than commercial banks), clearly defined objective indicators of its activities have to be taken into consideration. There should be included such indicators as: sales volume, profit and loss; profitability; liquidity ratios; cash flows (receipt of funds to the borrower's accounts) to ensure return of a loan and interest payments; composition and dynamics of accounts receivable; and other parameters characterizing a financial and economic activity of an enterprise⁵.

Several studies revealed that there was a positive correlation between access to credit and the performance of SMEs⁶. Although these researcher findings were similar, they had other varying findings. In addition to the positive effect of credit on the performance of SMEs, Kisaka and Mwewa found that inappropriate training among SME business owners was a major constraint to accessing credit information, and thereby constraining access to credit⁷. Kisaka and Mwewa revealed that formal financial institutions perceived SMEs as high risk and commercially unviable because of their poor and insufficient capacity to deliver financial services, which hinders access to credit to improve business performance⁸.

Conversely, several studies indicate that there is no positive correlation between access to credit and the performance of SMEs. Agwu and Emeti found that lack of managerial skills and multiple taxations have a positive effect on the performance of SMEs and not access to credit⁹. A business may have access to credit but without good management, there will be no business performance¹⁰.

At the present time, Ukrainian enterprises can be divided into 3 groups according to such classification attribute as 'credit history':

- enterprises that did not have prolonged or overdue debts throughout the credit history;

³ Zenzerović R. Credit scoring models in estimating the creditworthiness of small and medium and big enterprises. *Croatian Operational Research Review (CRORR)*, Vol. 2, 2011

⁴ Škeljo K. Istraživanje mogućnosti primjene Altmanovog modela u hrvatskom gospodarstvu. Magistarski rad, Ekonomski fakultet Zagreb, 2000

⁵ Finogeev D., Shcherbakov E., Credit assessment of legal entities by the example of the largest banks of the Russian federation. *Modern problems of science and education*, 2013

⁶ Bunyasi, G. N., Bwisa, H., & Namusonge, G. Effects of entrepreneurial finance on growth of small and medium enterprises in Kenya. *European Journal of Business and Management*, 2014

⁷ Kisaka, E., Mwewa N. Effects of micro-credit, micro-savings and training on the growth of small and medium enterprises in Machakos County, Kenya. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5, 2014

⁸ Henry Jefferson Ogoi. *Strategies for Accessing Credit by Small and Medium Enterprises*. Walden University 2016

⁹ Agwu, M., & Emeti C. Issues, challenges and prospects of small and medium enterprises (SMEs) in Port-Harcourt City, Nigeria. *European Journal of Sustainable Development*, 2014

¹⁰ Henry Jefferson Ogoi. *Strategies for Accessing Credit by Small and Medium Enterprises*. Walden University 2016

– enterprises that have prolonged debts or currently have their obligations, but fulfill their financial obligations under the new conditions of debt restructuring on time and in full.

– enterprises that do not fully and timely fulfill their lending obligations.

Unfortunately, most Ukrainian enterprises belong to groups 2 and 3. This can be explained in the following way: since 2008, Ukraine was and is under the influence of two shocks.

The first shock is the extremely negative effects of the global financial crisis of 2008. Ukraine was one of the few countries that had a devaluation of the national currency at the level of 40% and such a significant decline in GDP.

The second reason is the political situation that has developed in Ukraine over the past 4 years. It has a devastating impact on the development of the Ukrainian economy as a whole and on the banking system in particular. The reduction of GDP in 2014-2015, the devaluation of the national currency, the absence of a favorable business climate and many other factors led to extremely negative trends.

The GDP decline in 2009, 2014, and 2015 has practically offset the development of the Ukrainian economy over the past 15 years (Fig. 1). Since 2016, GDP growth and a moderate devaluation of the national currency were already observable, but for the first half of 2017, the stagnation of the economy again became characteristic. Thus GDP growth slowed down to 2.4% versus 4.8% at the end of last year.

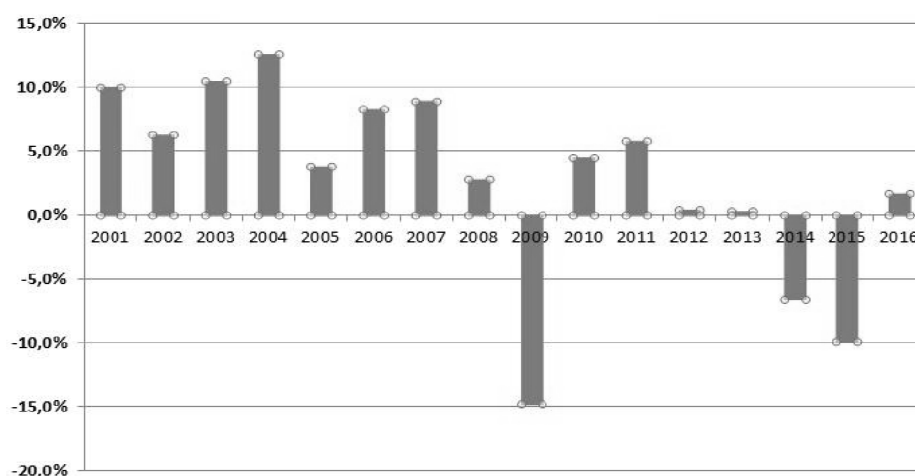


Figure 1. Dynamics of Ukrainian GDP for 2001-2016

Source: based on statistical data¹¹ [Statistical Yearbook of Ukraine, 2017]

In addition, the extremely high level of devaluation of the national currency (more than 300% over the past 4 years) has weakened the liquidity of enterprises (Fig. 2). Most

¹¹ Ukraine in figures. 2016. Statistical Yearbook of Ukraine. Edited by I. E. Werner. Kiev. State Statistics Service of Ukraine, 2017

of the loans received by Ukrainian enterprises were in foreign currency. So, by 2008, more than 70% of loans secured by real estate were in US dollars. At the same time, only a small percentage of enterprises had revenues from their activities in foreign currency. Thus, for a company, which received a loan in 2007 in the amount of USD 100,000.00, the amount of financial liabilities was in UAH: in 2007 - UAH 505,000.00, in 2009 - UAH 779,12.00, and in 2017 – UAH 2 652,170.00¹².

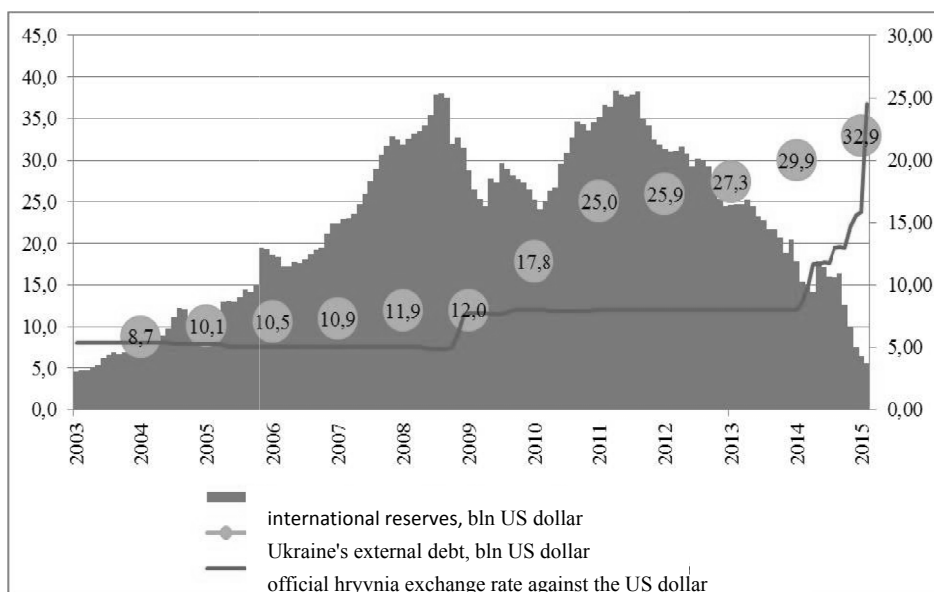


Figure 2. Dynamics of international reserves, Ukraine's external debt and the official hryvnia exchange rate against the US dollar

Source: based on statistical data¹³

The situation, which was characterized by lending in foreign currency, was observed prior to the arrival of the global financial crisis, the consequences of which Ukraine had felt already in 2008. The financial sector of the Ukrainian economy was affected with the systemic crisis. Banking sector was not an exception.

As of May 2017, the loan portfolio of Ukrainian commercial banks declined, although the liquidity of the banking system was flaring up (by April 1, 2017, the balance of correspondent accounts, deposit certificates and cash at the cash desk of Ukrainian banks amounted to UAH 133 billion).

One of the main reasons for further reduction of lending to enterprises by banks is the lack of confidence between them. For a long time, Ukrainian commercial banks had to survive in an extremely unfavorable environment, in particular the lack of a proper regulatory framework, that is why banks not impose foreclosure at the expense of the

¹² According to the National Bank of Ukraine, the average annual USD rate for 2007, 2009 and for the year of 01-08.2017

¹³ Odosiy O. Devaluation of hryvnia – the result of government incompetence. What is objective reality? 2015 <http://commons.com.ua/ru/devalvatsiya-grivni/>

mortgage subject. The phrase ‘repaying loans only for cowards’ is still extremely popular among debtors, and it certainly does not promote the development of cooperation between banks and enterprises. According to the chairman of the Council of the Independent Association of Ukrainian Banks Roman Shpek “...banks practically do not leave the courts, trying to save the millions of loans previously issued to companies that are now using the imperfection of the legislation without much effort and with small investments can avoid their obligations and leave the bank with a hole in the balance sheet. With \$ 1 in debt, the bank at best returns \$ 0.3. The rest goes to court costs. Therefore, it is not surprising that the majority is afraid to contact new partners, because, unfortunately, today not to repay a loan is cheaper than to repay it. And, objectively, there is nobody to lend”. On the other hand, businesses have become accustomed to the fact that banks are turning down their applications for loan and apply to semi-legal entities, although cooperation with them is accompanied by significantly higher risks and credit resources are much more expensive.

In view of the above, in addition to creating legal and economic conditions for the restoration of lending, it is extremely important to restore confidence between banks and enterprises, which will become the ground for such cooperation. Therefore, an accurate assessment of the creditworthiness of the potential company-borrower and the determination of the dependence between it and the loan repayment level is now particularly relevant in Ukraine.

To achieve this goal, the following steps are planned within the framework of the conducted research:

1. To describe the model for assessing the company's creditworthiness as part of the study of the credit history of the enterprise.
2. To conduct an assessment of 200 credit histories of enterprises by obtaining loan files from the Ukrainian commercial bank.
3. To compare the results of the assessment of credit histories conducted in 2009, using this model of the enterprise creditworthiness assessment with the results of such an assessment now.
4. To substantiate the results of the conducted researches in view of the situation characteristic of the banking system in Ukraine, and on the basis of this to suggest introducing changes to the model of enterprise creditworthiness assessment, which will lead to an increase in the accuracy of such an assessment.

Methodological approaches

In order to assess the credit history of enterprises, a model of credit history assessment is selected, which evaluates 4 components, namely: the credit history of the enterprise; its financial status; a business plan, under which the company wants to take a loan) and the subject of collateral, which serves as a guarantee of the debtor's performance of its obligations. The creditworthiness assessment is based on 100 points scale – 100 points go to the potential borrower with the best credit history.

This model was selected on the basis that it fully takes into account all aspects of Ukrainian enterprises for assessing their creditworthiness and proved its accuracy during the testing in 2009 when evaluating 100 enterprises¹⁴.

The assessment of the credit history of a potential debtor As_h for this model is evaluated as follows:

$$As_h = Aso + (Asd + Asr) * CI * Cs, \quad (1)$$

where Aso – assessment according to the presence or absence of overdue and/or prolonged indebtedness on the date of the assessment (debt is available - 0 points; no debt - 60 points);

Asd – assessment of the credit history duration, scores ($0 \leq Asd \leq 20$);

Asr – assessment according to the ratio between the amount of repayments and the amount of the loan requested, points ($0 \leq Asr \leq 20$);

$CI(s)$ – correction for the presence or absence of overdue and/or prolonged debts in the credit history for long-term (short-term) loans, the coefficient ($0 \leq CI(s) \leq 1$).

$$Asd = 4 Dh \leq 20, \quad (2)$$

where Dh – the credit history duration, years;

$$Asr = 20/3 (Lrec - Ind) / Lreq \leq 20 \quad (3)$$

where $Lrec$ – loans received from the bank during the credit history, thousand monetary units;

Ind – indebtedness to the bank as of assessment date, thousand monetary units;

$Lreq$ – requested loan, thousand monetary units.

$$CI = 1 - DI / 12 \geq 0, \quad (4)$$

where DI – maximum duration of delay or prolongation of long-term loans, months.

$$Cs = 1 - Ds / 6 \geq 0, \quad (5)$$

where Ds – maximum duration of delay or prolongation of short-term loans, months.

In addition, when assessing the credit history of a potential borrower, some restrictions are imposed, namely:

1. If there is an overdue debt on the date of assessment, the credit history is estimated at 0 points.

This is explained by the fact that an enterprise that does not comply with its current financial obligations can not obtain a new loan and should not be considered as a potential borrower.

2. In case if the length of the credit history is less than five years, its score in points decreases.

It has been proved by practice that five years is the necessary minimum, which is enough to adequately follow the credit history of an enterprise.

3. If during the credit history the company has a prolongation of its financial obligations over 6 months for the short-term obligations, and over 12 months for long-term ones – the assessment of the credit history of the potential company-borrower can not exceed 60 points.

4. The maximum assessment for credit history may be obtained by the enterprise provided that the amount of the loan requested does not exceed 1/3 of the value of all loans received and returned during the credit history of the enterprise.

¹⁴ Kruchok N. Standardization of Requirements for the Borrower's Credit History and Formalization of its Assessment. *Journal of National Bank of Ukraine*. Kyiv, 2009

5. This requirement is explained by the fact that the company can properly fulfill its financial obligations during its credit history, but a substantial increase in the amount of the loan being requested may lead to default. We are talking about the so-called 'relending' of the company.

6. And the final requirement. In case if according to the assessment results the credit history gained less than 60 points, the bank turns down the company's application for loan.

Results and prospects of further research

As noted above, an assessment of credit histories of 200 enterprises was conducted. Below, the way in which this assessment was performed is specified using the adopted model in the example of three companies (the name has been changed). A brief description of information on lending to enterprises is given in Table 1.

Table 1. Requested loans

Indicator	Enterprise-potential borrower		
	LLC NIKA	LLC Agrosvit	LLC SERVIS
Object of lending	Elevator reconstruction	Reconstruction of the dairy plant production line	Construction of a service automobile center of 600 sq.m.
Amount of loan, ths. UAH	5000	7500	14000
Loan term, months	24	28	30

Source: own research

LLC NIKA, LLC Agrosvit and LLC SERVIS cooperate with Inconbank. The credit history of the above-mentioned enterprises is described in Table 2.

Table 2. Description of credit history of LLC NIKA, LLC Agrosvit and LLC SERVIS (as of 01.07.2017)

Characteristics of credit history	LLC NIKA	LLC Agrosvit	LLC SERVIS
Duration of credit history, months	72	65	98
Amount of existing overdue or prolonged debt at present, thousand UAH	prolonged debt 700,00	0,00	0,00
The term of overdue or prolonged debt, months	11	0	0
During the last five years, the total amount of received short-term loans, thousand UAH	1 550,00	2 550,00	4 750,00
During the last five years, the total amount of received long-term loans, thousand UAH	16 750,00	15 850,00	14 400,00
Debt on short-term loans, thousand UAH	500,00	0,00	0,00
Term of repayment of short-term debt, months	8	0	0
Debt on long-term loans, thousand UAH	0,00	1 230,00	0,00
Term of repayment of long-term debt, months	0	12	0
Information on the availability of liabilities to other credit institutions	-	-	-
Amount of prolonged short-term loan during the credit history (repaid at present), thousand UAH	750,00	0,00	1 200,00
Term of loan prolongation, months	11	0	6

Source: own research

Thus, the assessment of the credit history of LLC NIKA is as follows:

As_o – 0 points (the company has a prolonged debts);

As_d – 20 points (the credit history lasts 72 months);

As_r – 20 points (based on the results of the evaluation, the company scored 23.73 points, but the limit was taken into account when the maximum value of this indicator could be 20 points).

Cs – 0 (the term of prolongation of the short-term loan is 11 months).

Thus, the assessment of the credit history of LLC NIKA: $As_h=0+(20+20)*1*0 = 0$ (points).

In the same way, the credit history of LLC Agrosvit and LLC SERVIS was assessed. The credit history of LLC Agrosvit was assessed at 100 points and LLC SERVIS – at 60 points.

The given example of assessment of credit histories fully characterizes Ukrainian enterprises that apply to commercial banks.

The conducted assessment of 200 loan files provided by the commercial bank made it possible to compare the assessment of credit histories of companies-borrowers as of the date of their conclusion of credit agreements with the level of subsequent fulfillment of the loan obligations by these borrowers, using a correlation-regression analysis. After statistical information processing, such a system of equations is compiled:

$$\begin{cases} 11315 = 200 a + 14874 b \\ 871028 = 14874 a + 1137644 b \end{cases} \quad (6)$$

Its solution determined the dependency between the assessment of borrower credit histories and the level of performance of their credit obligations:

$$\overline{y}_x = 0,9386 x - 13,2257 \leq 100, \quad (7)$$

where \overline{y}_x - the theoretical (most probable) level of fulfillment of credit obligations by borrowers depending on the assessment of their credit histories,%;
 x – credit history assessment, points.

Thus, there is a direct dependence between the assessment of borrowers' credit histories and the level of performance of their credit obligations. In this case, even if the assessment of the credit history of the company reaches 100 points - the level of repayment of loans is 80.63%. When the credit rating down to 60 points, the expected level of fulfillment of credit obligations falls to 43.09%.

The tightness of the relation between the investigated variables is determined by the calculation of the pair correlation coefficient $r_{y/x} = 0.3853$.

In 2009, an assessment was made of the creditworthiness of enterprises, in particular their credit history. The results of this assessment are shown below¹⁵ [Kruchok N., 2009].

¹⁵ Kruchok N. Standardization of Requirements for the Borrower's Credit History and Formalization of its Assessment. *Journal of National Bank of Ukraine*. Kyiv, 2009

The conducted assessment of 100 loan files provided by the commercial bank made it possible to compare the assessment of credit histories of companies-borrowers as of the date of their conclusion of credit agreements with the level of subsequent fulfillment by these borrowers of the loan obligations, the maturity date of which has come, using a correlation-regression analysis. After statistical information processing, such a system of equations is compiled:

$$\begin{cases} 9600 = 100 a + 7014 b \\ 695482 = 7014 a + 526866 b \end{cases} \quad (8)$$

Its solution determined the dependency between the assessment of borrower credit histories and the level of performance of their credit obligations:

$$\overline{y}_x = 51,5137 + 0,63425 x \leq 100, \quad (9)$$

Thus, in 2009, there was a direct dependence between the assessment of borrowers' credit histories and the level of their fulfillment of their credit obligations: if the assessment of the credit history reached 76.45 points and above, the credit risk was minimized; when the rating was reduced to 60 points, the expected level of fulfillment of credit obligations fell to 89.6%. The tightness of the relation between the investigated variables is determined by the calculation of the pair correlation coefficient $r_{y/x} = 0.61723$.

Conclusions

A comparison of the results of a credit history assessment within 300 loan files provided by one of the Ukrainian banks in 2009 and 2017 makes it possible to draw the following conclusions:

1. There is a significant decrease in the level of repayment of the loan (the level of repayment of the loan in the investigated bank: 2008 - 96.00%, 2017 - 56.58%). Unfortunately, this situation is characteristic of the entire banking sector in Ukraine. According to the NBU, the level of non-repayment of loans in general for commercial banks in 2017 is more than 50%.
2. The complexity of the relationship between the studied variables, namely, the credit history and the level of repayment of credit by calculating the correlation coefficient, has changed in the direction of decrease for the last 8 years (for $r_{y/x} = 0.61723$ for 2008 and $r_{y/x}$ for 2017 = 0.3853). In our opinion, this may indicate that in an extreme situation (and this is how it is possible to characterize the economic environment in which most Ukrainian enterprises are operating at present), even those enterprises that had a 'perfect' credit history could not 'adapt' themselves and avoid risks, such as currency risk. Another reason, as an example, is that the company produces products with a high degree of demand elasticity, which can lead to bankruptcy with a significant reduction in the income level of the population.
3. In 2008, it was sufficient that the assessment of the credit history of the company amounted to 76.45 points, at that the level of repayment of the loan was minimized, that is, the repayment of the loan was 100%. At the same time, in 2017, even a 100-point credit history assessment did not guarantee a 100% repayment of the loan.

This situation is explained by the following: according to the model used by us, only those companies that do not have a prolonged or overdue debt throughout the credit history will be able to meet their obligations in the future. Those companies that have, for example, prolonged debt, should be in a high-risk group. Such an approach fully meets the generally established requirements for enterprises around the world, but under the only one condition – for a minimum of the past 5 years, the country's economy has not suffered systemic crises. However, for almost 9 years, the Ukrainian economy is under the influence of constant stress. Only a few companies today have a 'perfect' credit history. Most of them have, at a minimum, prolonged debt, but still remain creditworthy. And these transformations, as already mentioned above, are caused by the extremely difficult economic situation in Ukraine, and not by the fault of the enterprise. At the same time, there are a significant number of Ukrainian enterprises that managed to overcome the negative effects of the crisis, adapt to adverse business conditions, achieve positive financial results and restore their creditworthiness. And if the company managed, in cooperation with the bank, to successfully restructure its debt and properly execute its current financial obligations (the amount of which can be increased in the national currency by 2-3 times), then such an enterprise should be classified as a low-risk group.

In this regard, it is necessary to make changes to the model of credit assessment used by us in terms of assessing credit history, namely corrections to short- and long-term prolonged debt by abolishing such corrections.

Since the level of repayment of loans depends on several factors, the impact of which will be investigated in subsequent articles, clarification of the dependency between the assessment of the borrower's credit history and the expected level of repayment of the loan will be carried out on the basis of multiple correlation-regression analysis.

References

- Agwu, M., & Emeti C. Issues, challenges and prospects of small and medium enterprises (SMEs) in Port-Harcourt City, Nigeria. *European Journal of Sustainable Development*, 2014.
- Aleksiychuk V. Money and Credit in the Agroindustrial Complex. K.: IAE, 1998.
- Anderson, R. The credit scoring toolkit: Theory and practice for retail credit risk management and decision automation. New York: Oxford University Press, 2007.
- Bunyasi, G. N., Bwisa, H., & Namusonge, G. Effects of entrepreneurial finance on growth of small and medium enterprises in Kenya. *European Journal of Business and Management*, 2014.
- Odosiy O. Devaluation of hryvnia – the result of government incompetence. What is objective reality? 2015 <http://commons.com.ua/ru/devalvatsiya-grivni/>
- Finogeev D., Shcherbakov E., Credit assessment of legal entities by the example of the largest banks of the Russian federation. *Modern problems of science and education*, 2013.
- José Francisco Martínez Sánchez, Gilberto Pérez Lechuga. Assessment of a credit scoring system for popular bank savings and credit. *Contaduría y Administración*, Volume 61, Issue 2, 2016.
- Henry Jefferson Ogoi. Strategies for Accessing Credit by Small and Medium Enterprises. Walden University 2016.
- Kisaka, E., Mwewa N. Effects of micro-credit, micro-savings and training on the growth of small and medium enterprises in Machakos County, Kenya. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5, 2014.
- Kruchok N. Standardization of Requirements for the Borrower's Credit History and Formalization of its Assessment. *Journal of National Bank of Ukraine*. Kyiv, 2009.

- Njeru A., Namusonge G., Kihoro J. Size as a determinant of choice of source of entrepreneurial finance for small and medium-sized enterprises in 94 Thika District, Kenya. *International Journal of Business and Social Science*, 3, 2012.
- Škeljo K. Istraživanje mogućnosti primjene Altmanovog modela u hrvatskom gospodarstvu. Magistarski rad, Ekonomski fakultet Zagreb, 2000.
- Ukraine in figures. 2016. Statistical Yearbook of Ukraine. Edited by I. E. Werner. Kiev. State Statistics Service of Ukraine, 2017.
- Zaruba O.D. Bank Management and Audit. K.: Libra, 1996. – p. 31-106.
- Zenzerović R. Credit scoring models in estimating the creditworthiness of small and medium and big enterprises. *Croatian Operational Research Review (CRORR)*, Vol. 2, 2011.

Streszczenie

Opisano stan sektora bankowego na Ukrainie. Analizowane są czynniki, które utrudniają rozwój kredytów dla przedsiębiorstw. Ocena historii kredytowej ukraińskich przedsiębiorstw w latach 2009 i 2017 została przeprowadzona w celu porównania i zidentyfikowania różnic i przyczyn, które do tego doprowadziły. Zgodnie z wynikami przeprowadzonych badań, proponuje się wprowadzenie zmian w metodologicznych podejściach do oceny historii kredytowej przedsiębiorstwa w celu zwiększenia dokładności takiej oceny.

Słowa kluczowe: ocena historii kredytowej, kryzys sektora bankowego, kredytowanie przedsiębiorstw, zadłużenie przeterminowane, dług przedłużony, czas trwania historii kredytowej.

Informacja o autorze:

Prof. dr hab. Natalia Wasilewska
Jan Kochanowski University in Kielce

ul. Gieysztora, 2/63
02-999, Warszawa
E mail: n.wasilewska@unipt.pl

Wioletta Wereda
Military University of Technology in Warsaw

Dariusz Prokopowicz
Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw

ECONOMIC AND FINANCIAL SITUATION OF HOUSEHOLDS IN POLAND – ANALYSIS AND DIAGNOSIS

Families in Poland run households with significantly lower disposable income compared to families in Western European countries. The level of family consumption in Poland in recent years is approaching the EU average, while the level of financial savings is still five times lower than the average. In Poland for many years the relatively low incomes have been achieved by families with many children. Similar relationships exist in the area of housing and household appliances in durable goods. In recent years, after the global financial crisis in 2008, the global and domestic economy began to improve steadily. At the same time the income situation of families in Poland has also started to improve. In addition, the Family 500 Plus program was launched in April 2016 as a key instrument of social family policy in Poland.

Keywords: material situation, economic and financial situation, family, households, income, savings, consumption, household finance, society, family policy, social policy, economic policy, Family Plus 500 program, Apartment Plus program

Introduction

The Polish economy in the last quarter of the century has undergone a profound economic transformation, connected with the process of systemic transformation, the application of economic processes to the standards of Western European countries, the increasing importance of the process of economic globalization¹ of Polish economy, joining the European Union market structures and constantly being influenced by economic globalization. These processes shaping many economic aspects of the functioning of the Polish economy simultaneously influenced social conditions and modelled the development of Polish society. This development, despite the fact that it was related to various social factors, was, however, taking place in the suppressed or even negative years of the demographic growth of Polish society.² In the 1990s, i.e. the initial phase of the transformation process of the Polish economy, this unfavourable economic factor of the zero demographic growth of the population in Poland was not considered the key, especially since the scale of the problem was smaller. However, since the late 1990s it has been noticed by demographers and economists. Since the beginning of the present century, the problem of declining demographic growth in Poland has intensified and this time it has

¹ D. Prokopowicz, *The importance of economic globalization in the context of the development of the financial system in Poland* (w:) "International Journal of New Economics and Social Sciences", ZN, nr 2 (4) 2016, pp. 9-10.

² A. Giza, M. Sikorska, *Współczesne społeczeństwo polskie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013, p. 63.

become the subject of many debates and debates in the context of potentially adverse future economic and economic processes³.

Besides, the practise of the economic world states that the basic issue of the transformations and the development of the entrepreneurship has been the creation and the implementation of innovations in every aspects of social and economic sphere⁴.

At present, the opinion that the process of reconstruction and stabilization of the market economy started in 1989 was fundamentally effective, the income of citizens and families in the aggregate sector increased steadily. However, there were not only positive aspects in this process. New patterns of consumer behaviour were also influenced by factors interpreted by citizens, families as negative, such as the increase in unemployment during periods of economic downturn in the domestic economy, especially in the years 2001-2003 and 2009-2012, i.e. during periods of decline in output and income and significant increase in the unemployment rate⁵. Significant increase in the unemployment rate in periods of economic slowdown of the domestic economy, relatively low remuneration for performed work and rising inflation contributed to the poorer part of families in Poland. These socially and economically disadvantaged processes have intensified during periods of marked decline in output and real incomes recorded following the emergence of global financial crises⁶ and in some other countries also economic crises. These unfavourable economic processes have been more successful in small towns in regions with low industrialization. In such a situation, in families with incomes below the national average of the average remuneration, the structure of household budget expenditures and realization of consumption consists in principle only in meeting the most elementary socio-economic needs of citizens, families with households⁷.

In every civilized, socially and economically developed country, the family is treated as a basic unit and, in a sociological, social and economic perspective, is recognized as a key subject of every civilized country⁸. In economic terms, the family is interpreted mainly from the point of view of the economic and financial aspects of running a household. In this view, i.e. in the field of income generation, savings and consumption analysis, household consumption is the most important element of modern economies.

³ A. Durasiewicz, *Efektywność polskiej polityki rodzinnej na tle niektórych krajów UE*, Wydawnictwo PTPS i Politechnika Radomska, Radom 2011, p. 52.

⁴ W. Wereda, *Przedsiębiorczość w Polsce – stan obecny i perspektywy rozwoju*, Nowoczesne Systemy Zarządzania nr 8/2013, p. 19.

⁵ M. Jarosz, *Polskie bieguny. Społeczeństwo w czasach kryzysu*, Wydawnictwo Oficyna Naukowa, Warszawa 2013, p. 91.

⁶ D. Prokopowicz, *Wpływ globalnego kryzysu rynków finansowych na koniunkturę polskiej gospodarki* (w:) *Zeszyty Naukowe Almamery Szkoła Wyższa z siedzibą w Warszawie, (Ekonomia)*. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej Almamery. Warszawa, Nr 4 (61) 2010, p. 148.

⁷ S. Gwoździewicz, D. Prokopowicz, *The role and application of Keynesian macroeconomic anti-crisis theories in the context of development of the financial system in Poland* (w:) *Globalization, the State and the Individual*, "International Scientific Journal", Free University of Varna "Chernorizets Hrabar", Chayka, Varna, Bułgaria 9007, Varna 2015, nr 3(7) 2015, p. 49.

⁸ D. Prokopowicz, *Social and economic determinants of the processes of economic globalization that shape the development of the banking system in Poland* (w:) *Globalization, the State and the Individual*, "International Scientific Journal", Free University of Varna "Chernorizets Hrabar", Chayka, Varna, Bułgaria 9007, Varna 2016, nr 2(10) 2016, p. 21-22.

The significance of this statement is emphasized by the fact that the members of this group include practically the entire community of a given country⁹.

In civilized and economically developed countries, the social and economic sphere determines the key areas of functioning of modern families, also in Poland. Social aspects of family functioning multidimensional and multi-faceted intertwine with economic determinants shaping the process of running households. Running a household involves the daily necessity of making decisions about the various social but also economic aspects of family life. The economic aspects of decisions often relate to the household budget, including related revenue generation issues, current consumption spending, and deferred funds or other categories of capital as a saving for meeting long-term goals.

The high priority of marriage and family in Poland is also emphasized in the Basic Law, i.e. the Constitution of the Republic of Poland, in which Article 18 states that "marriage as a union of man and woman, family, maternity and parenthood are under the protection and care of the Republic of Poland". It is therefore generally accepted that marriage and the family are the basis of social life and therefore, in the process of shaping the social and economic policy of the state, it is particularly important to care for their good economic and material condition and also in other relevant key social aspects.

In modern, developed economies, households are mainly active in the consumption sphere¹⁰. Family members, as consumers, pay attention to determinants such as income, product and service prices, and the impact of advertising campaigns, current fashion trends, and the recommendations of other consumers. Households strive to maximize their needs with specific, limited income. Economic decision-making influences the financial situation of households and is determined by the financial situation of families and citizens who contribute to these families.

These economic aspects of household consumption decisions, consumption and saving of current financial surpluses are multicriterally linked and correlated. Financial savings arise when, after covering the costs of running a household and satisfying the basic needs of the family, the surplus remains¹¹. The ability to generate savings increases when the purchasing power of income increases. At the same time, the possibilities of spending, increasing consumption, and thus satisfying the needs of others, may be increased in parallel, usually from the group of needs classified to "higher" according to the concept of the Maslow Pyramid. The aggregate result of these decisions is also analyzed macroeconomically by referring income, consumption and savings to GDP.

Different family decisions are made in each family, but also budgetary decisions on spending money to meet needs, i.e. consumer preferences for choosing, purchasing products and services, how to use them, and choosing the form of investing in saved surpluses. However, data from the Central Statistical Office show that the structure of family expenditures in Poland implies very little possibility in generating financial savings. According to aggregated CSO data, over half of the income of citizens in

⁹ S. Cudak, E. Adasiewicz, *Współczesna rodzina w Polsce i na świecie*, Wydawnictwo Społeczna Akademia Nauk, Warszawa 2014, p. 45.

¹⁰ F. Adamski, *Rodzina. Wymiar społeczno-kulturowy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Warszawa 2002, p. 48.

¹¹ A. Dmowski, D. Prokopowicz, J. Sarnowski, *Finanse i bankowość. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Centrum Doradztwa i Informacji Difin sp. z o.o., Warszawa 2008, p. 37.

Poland in 2013 was spent on household maintenance (including 20.8% of energy bills), including food and non-alcoholic beverages (24.9%) and transport costs (9.6%). Accordingly, the statistics in Poland on saving surplus are not the best.

Consumption and level of profitability in Poland

The economic decisions made are determined by the current and prospective financial and material situation of families leading households. The decision-making process, their nature and their outcome was not always implemented identically. The results of the decisions are influenced by various social, economic, financial, cultural and other factors. The socio-economic environment in which families function may change, which may modify the outcome of economic decisions. Significant changes in this area can be observed when analyzing the functioning and material and financial situation of families in Poland since the beginning of the systemic and socioeconomic changes that have been implemented since the early 1990s¹². As a result of these processes, the first decade of socio-economic change from the modern point of view is considered as a transitional period in which a market economy was rebuilt and stabilized. The socio-economic policy at that time was correlated with the process of globalization of the Polish economy at that time and the planned adjustment of normative regulations, organization, functioning of economic entities and market structures to European Union standards¹³. The processes of socioeconomic change that took place at that time and what followed in the following years significantly modified certain patterns of consumer behaviour of households.

The economic decisions made have changed their nature in correlation with the change in the market environment, including the situation on labour markets, products and services and the offer of financial institutions¹⁴. Significant changes have occurred in the period of the 1990s as regards the general socio-economic situation, the stabilization of the market economy that is being rebuilt and the range of products and services available on the market. Economic decisions have been less and less subject to restrictions stemming from the initial shortage of supply. At present, this factor of shortage of basic products and services known at the beginning of the 90s is practically absent in the group of factors determining the economic decisions of families running households. These decisions are increasingly about other issues, namely maximizing profitability, efficient consumption and generating savings. Another factor of a slightly different nature influencing the indirect development of new patterns of consumer behaviour in households was the accession of Poland to the economic structures of the European Union in 2004¹⁵. Another significant determinant of consumer behaviour and other issues related to the functioning of families in Poland were the significant changes in GDP

¹² B. Jałowicki, S. Kaprański (ed.), *Spoleczny wymiar kryzysu*, Wydawnictwo Scholar, Warszawa 2012, p. 72.

¹³ D. Prokopowicz, *Na tle struktur rynkowych Unii Europejskiej* (w:) "Przedsiębiorstwo przyszłości". Kwartalnik Wyższej Szkoły Zarządzania i Prawa im. Heleny Chodkowskiej. Warszawa, Nr 2 (11) 2012, kwiecień 2012, Rok wyd. IV, p. 26.

¹⁴ C. Bywalec, *Ekonomika i finanse gospodarstw domowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, p. 97.

¹⁵ S. Gwoździewicz, D. Prokopowicz, *Globalization and the process of the system and normative adaptation of the financial system in Poland to the European Union standards* (w:) *Globalization, the State and the Individual*, "International Scientific Journal", Free University of Varna "Chernorizets Hrabar", Chayka, Varna, Bułgaria 9007, Varna 2016, nr 1(9) 2016, p. 65.

measured by the pace of economic growth of the country, and especially the significant changes recorded in this regard in the years preceding 2008 compared with a few years after the global financial crisis.¹⁶

The question of the structure of family consumption in Poland is interesting. According to the research conducted by the Kronenberg Foundation and analysts of BGŻOptima in a report published in mid-2014 "The Economical Pole"¹⁷:

- a) in terms of level of consumption citizens in Poland have already reached the level of the average in the European Union,
- b) in some categories of products, including foodstuffs, consumption in Poland is even higher than the EU average, e.g. in terms of meat and beer consumption, but this may also be a question of dietary habits and not just profitability,
- c) in terms of expenditure on mobile phones, Poles are at the EU average, while on the other hand spending on car purchases is little more than reaching the average,
- d) over 50% citizens are spending their entire budget and only 7-10 per cent of society systematically saves,
- e) consumption in Poland is similar to the average in Europe, but financial assets falling on the statistical Pole will probably still be lower than the average in the EU; in Poland in 2013 the assets per capita were on average 8,6 thousand Euro, while in Germany about 63 thousand euro.
- f) citizens in Poland use similar products offered by financial institutions, but their availability and prices on the basis of their income are much more unfavourable for the Poles' statistical portfolio compared to the situation in the European Union and even more so in comparison with the developed countries of Western Europe¹⁸.

The issue of consumer spending and the possibility of putting off financial surpluses in the form of short-term savings or retirement savings¹⁹ are correlated with profitability. Usually, the level of real income generates the most incentive for regular savings²⁰. On the other hand, in terms of the level of profitability, there is considerable

¹⁶ D. Prokopowicz, *Globalizacja, współpraca międzynarodowa i handel zagraniczny. Sięgając w przeszłość* (w:) "Przedsiębiorstwo przyszłości". Kwartalnik Wyższej Szkoły Zarządzania i Prawa im. Heleny Chodkowskiej. Warszawa, Nr 1 (10) 2012, Styczeń 2012, Rok wyd. IV, p. 37-38.

¹⁷ K. Rzyman, H. Lichočka, M. Byrska, *Oszczędności Polaków: mało odkładamy, ale wydawanie idzie nam bardzo sprawnie* (w:) Portal internetowy „Polskie Radio”, na podst. Raportu „Polak oszczędny” opracowanego przez Fundację Kronenberga i BGŻOptima, 23.07.2014, (www.polskieradio.pl/42/3306/Artykul/1184955,Oszczednosci-Polakow-malo-odkladamy-ale-wydawanie-idzie-nam-bardzo-sprawnie).

¹⁸ B. Domańska-Szaruga, *Wybrane aspekty wykluczenia kredytowego w świetle założeń zrównoważonego rozwoju* (w:) T. Borys, P. Rogala (red.), *Zrównoważony rozwój organizacji – aspekty społeczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2015, pp. 94-95.

¹⁹ D. Prokopowicz, *Demographic, Social And Economic Determinants Of The Pension Reform Payment Plan Of The Pension System Based On Transfer Of Capital From OPF Funds To IPA* (w:) "International Journal of New Economics and Social Sciences", Międzynarodowy Instytut Innowacji Nauka - Edukacja - Rozwój w Warszawie, nr 1 (5) 2017, p. 117.

²⁰ M. Sadzak, *Oszczędzanie Polaków: dobre chęci już są* (w:) Portal internetowy „Polskie Radio”, za: Open Finance, 18.08.2014, (<http://www.polskieradio.pl/42/276/Artykul/1205418,Oszczedzanie-Polakow-dobre-checi-juz-sa>).

variation between the different regions in Poland, and especially when the eastern and western regions of Poland are compared.

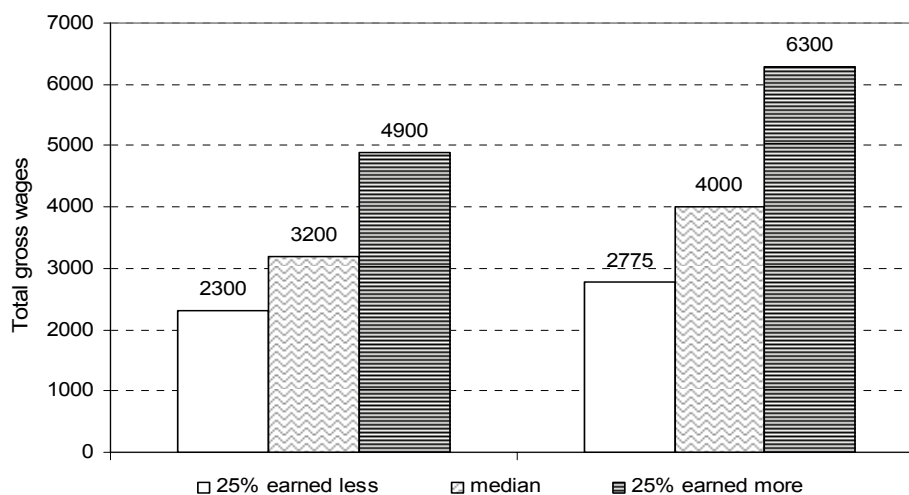


Figure 1. Total gross wages in the eastern and western regions of Poland * (in PLN)

*For the purposes of the research, two areas of Poland were identified: eastern and western. The voivodships of Podlaskie, Lubelskie, Podkarpackie and Świętokrzyskie voivodships were included in the eastern Poland. The western part of Poland covers the following voivodships: Zachodniopomorskie, Lubuskie, Dolnośląskie, Wielkopolskie and Opole.

Source: Nationwide Remuneration Survey conducted by consulting firm Sedlak & Sedlak in 2013.

The Nationwide Remuneration Survey conducted by the Sedlak & Sedlak consulting company in 2013 showed that²¹:

- people working in Eastern Poland achieved as much as $\frac{1}{4}$ lower pay for work compared to citizens employed in voivodships located in western Poland,
- the average gross wages and salaries for the voivodships of eastern Poland in 2013 amounted to PLN 3,200 vs. PLN 4000 in western Poland,
- $\frac{1}{4}$ of the employees in the eastern voivodships received remuneration below PLN 2,300,
- in the eastern part of Poland, the highest wages were received by persons working in the Świętokrzyskie voivodship; half of the employed in this voivodship range from PLN 2,310 to PLN 5,000,
- the average gross wages and salaries for the western Polish voivodships were the highest in the Lower Silesian Voivodship and amounted to PLN 4,331; In this province, $\frac{1}{4}$ citizens achieved incomes above PLN 7,000,
- $\frac{1}{4}$ employees in the western Polish voivodships received remuneration above PLN 6,300.

²¹ P. Tryka, *Gdzie w Polsce zarabia się najlepiej? Raport wynagrodzeń* (w:) Ogólnopolskie Badanie Wynagrodzeń 2014, Sedlak & Sedlak, 07.09.2014, (wynagrodzenia.pl).

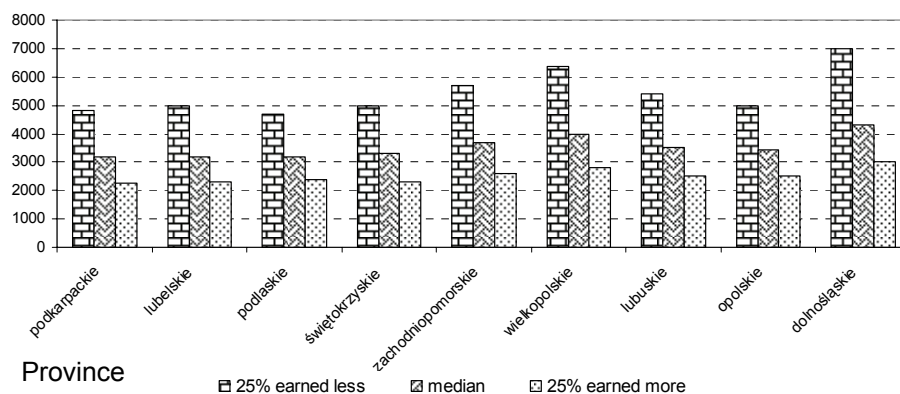


Figure 2. Gross wages in the east and west of Poland by selected voivodships (in PLN)
 Source: Nationwide Remuneration Survey conducted by consulting firm Sedlak & Sedlak in 2013.

On the basis of the research conducted by the Central Statistical Office, family income in Poland is regularly verified. Key quantitative data are derived from surveys conducted on households and their members, i.e. the *European Living Conditions Survey* (EU-SILC) and on the basis of the 2011 National Census. At that time, the average level of disposable income of family households amounted to 3852 PLN. During these studies significant differences in income levels were observed in comparison of different types of families. It turned out that the highest disposable income per household was achieved by marriage or informal relationships with two dependent children. In these families the disposable income amounted to PLN 4309, which constituted 111.7% of average for all families in Poland. The lowest level of income was found in those households, which were run by single parents with at least one dependent child and amounted to PLN 2586, i.e. 67.1% of average²².

In the context of the discussed issue, the level of income of marriages or informal relationships raising at least three children was a particularly important issue. In these households, the income amounted to PLN 3813 and was almost equal to the average (99.0%). In addition, the average number of people in the household was usually higher in these families.

²² *Warunki życia rodzin w Polsce*, Informacje i opracowania statystyczne, Departament Badań Społecznych i Warunków Życia GUS, Wydawnictwo Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2014, p. 61.

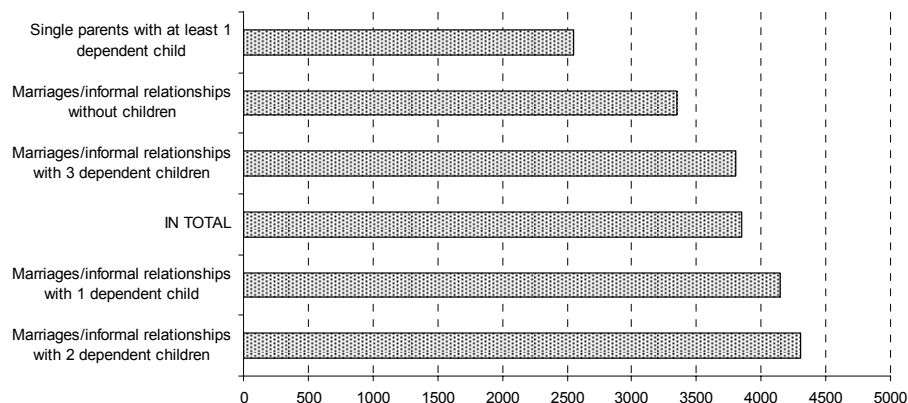


Figure 3. Household disposable income by family type (in 2011)

Source: *Living Conditions of Families in Poland*, Statistical Information and Statistics, Department of Social Research and Living Conditions, Central Statistical Office, Warsaw 2014, p. 61.

A significantly higher variation in profitability was found in the situation of conversion of household income per person in a given household. The average disposable income per person was PLN 1140. A significantly higher disposable income at the level of 1654 PLN per person (i.e. 145.1 per cent of the average) was achieved in family households run by childless marriages or informal relationships. On the other hand, the lowest income of 697 PLN, i.e. 61.1% of the average, was in married households or informal relationships with three dependent children²³.

A more comprehensive description of the income situation of families in Poland includes the category of equivalent income available to households. The category of equivalent income supplements the income information resulting from the analysis of income per person²⁴. Since income per capita gives information on family income by dividing household income between all its members, it does not take into account the demographic structure of household members contributing to the household. The category of disposable income in households takes this issue into account and proportionately adjusts to the demographic structure of family members the amount of income. The basic premise of introducing to the analysis of the picture of the profitability of households in Poland is the equivalent income of a significant diversity of families in Poland in terms of the number of raised children²⁵. Considering the demographic structure of family members, it is firstly necessary to add other relevant demographic and social parameters such as the age of children to the analysis of family income diversification in

²³ *Trudna sytuacja materialna rodzin wielodzietnych – alarmujący raport GUS* (w:) Portal internetowy „Duża Rodzina”, dział: Aktualności, 11 czerwca 2015, (<http://duzarodzina.pl/aktualnosci/trudna-sytuacja-materialna-rodzin-wielodzietnych-alarmujacy-raport-gus/>).

²⁴ Z. Tyszka, *Współczesne rodziny polskie - ich stan i kierunek przemian*, Seria Socjologia, Wydawnictwo Naukowe UAM, Toruń 2001, p. 36.

²⁵ M. Rachucki, *Sytuacja materialna polskich rodzin – bezdzietni mają najlepiej* (w:) Portal internetowy "Wynagrodzenia.pl", 21.11.2014, za: dane GUS, (<http://wynagrodzenia.pl/informacje-prasowe/sytuacja-materialna-polskich-rodzin-bezdzietni-maja-najlepiej>).

Poland and other related needs related to profitability. The argument is that there are other income needs in the family where one, two, three or more pre-school children are raised, while others are at school or teen age.

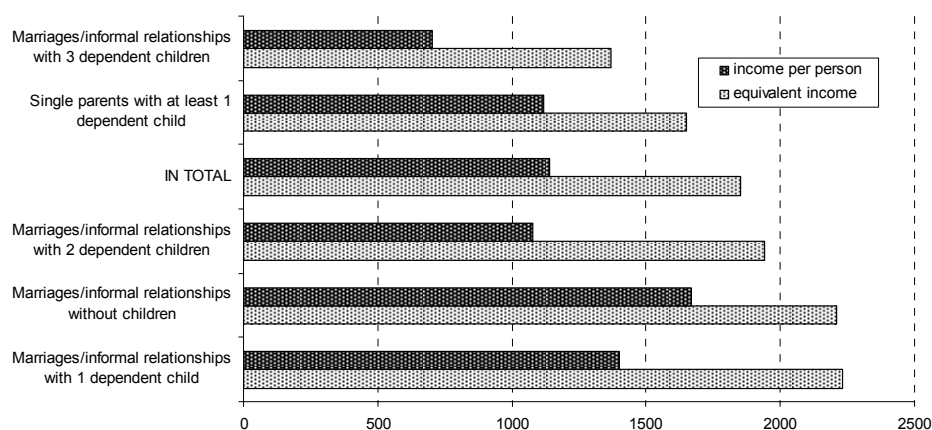


Figure 4. Per capita disposable income and income equivalent by types of family households (2011)
Source: *Living Conditions of Families in Poland*, Statistical Information and Statistics, Department of Social Research and Living Conditions, Central Statistical Office, Warsaw 2014, p. 62.

According to the CSO data in 2011, the average income equivalent in a family household in Poland amounted to 1862 PLN. The variation in the nature of information, in the situation of profitability analysis based on the comparison of income and per capita income categories, is at a level that is relevant for almost every type of family in Poland. For example, the highest income calculated on the basis of income per person was characterized by marriage or non-formal relationships without children. On the other hand, the highest income at the level of 2233 PLN calculated on the basis of the formula of income equivalent in families of marriage and informal relationships with one dependent child. The income earned in these family farms amounted to PLN 2233, accounting for 119.9% average family income in Poland²⁶.

Analysis based on equivalent income formula indicates that the profitability of marriages and informal relationships raising two children was at the level of 1931 PLN i.e. slightly above the average family income in Poland, which constituted 103.7% the average. On the other hand, households run by married couples or informal relationships with 3 dependent children attained equivalent income at the level of 1365 PLN, which constituted only 73.3% average family income in Poland. The same situation was related to the profitability of households run by parents who raised 1 or more children. In these households the profitability was at the level of 1646 PLN, which constituted 88.4% average family income in Poland. In this respect, the lowest income generated by households with the minimum of three children for both income and per capita income is shown in this study.

²⁶ *Warunki życia rodzin w Polsce*, Informacje i opracowania statystyczne, Departament Badań Społecznych i Warunków Życia GUS, Wydawnictwo Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2014, p. 62.

According to CSO data analysis, in 2015 the material situation of Polish families has improved significantly. Households earning higher incomes and also more seemed to have translated into a general increase in consumption in 2015 compared to previous years. This trend was correlated with the improving situation on the labour market, i.e. the decline in unemployment and the accelerating economic growth of the domestic economy. Another positive aspect of the improving economic situation in the country was the increase in real incomes and also the ratio of these incomes to consumer spending. In 2015 there was an increase in income surpluses relative to expenditures, which enabled families to increase the scale of saving surpluses²⁷. According to CSO data analysis²⁸ average monthly disposable income per citizen amounted to 1386 PLN in 2015 and was higher by 4.3% in comparison to 2014. All expenditure incurred in households per month per person in 2015 amounted to an average of 1091 PLN, which meant an increase of only 2.1% in comparison to expenditures from 2014. The total expenditure in 2015 was 78.7% of total income, which meant an improvement in relation to the year 2014, in which the ratio was 80.5%. Against the background of all these expenditures, the "consumer" goods and services borne by families in Poland accounted for almost all of these expenditures because they amounted to an average of 1043 PLN per citizen per month. Expenditure on consumer goods and services in 2015 was actually higher by only 2.0% in relation to 2014, which is a positive trend in the potential for increased systematic savings.

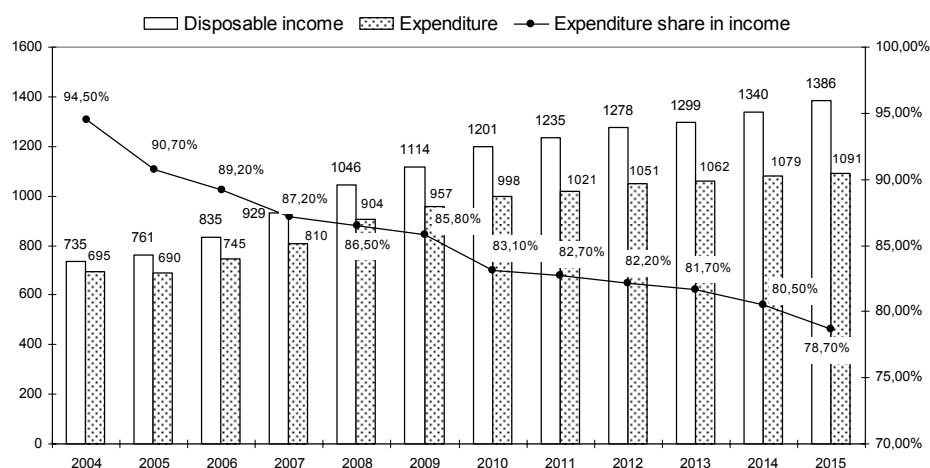


Figure 5. Average monthly income and expenditure per capita in household and share of disposable income in 2004-2015

Source: P. Łysoń (ed.), *Budgets of Households in 2015*, Statistical Information and Analysis, Central Statistical Office, Warsaw, August 2016, p. 41.

²⁷ A. Dmowski, D. Prokopowicz, J. Sarnowski, *Podstawy finansów i bankowości*, Wydawnictwo Centrum Doradztwa i Informacji Difin sp. z o.o., Warszawa 2005, p. 63.

²⁸ P. Łysoń (red.), *Budżety gospodarstw domowych w 2015 r.*, Informacje i opracowania statystyczne, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa sierpień 2016, p. 41.

In 2015, in comparison with previous years, other positive correlations were also confirmed by the CSO data, confirming that the acceleration of economic growth of the domestic economy translates into improvement of the financial situation of families in Poland²⁹. Comparing the year 2015 with respect to the previous one, an improvement was noted in the issue of household equipment in durable goods in the category of electronic goods, consumer electronics and new generation appliances. In the consumer electronics segment, more households were equipped with plasma TVs or liquid crystal LCD technology with MPEG-4, as well as a Smartphone and a computer with broadband Internet access. As far as household appliances are concerned, more families in their households have dishwashers, microwaves and kitchen machines. Some housing conditions also improved. In cross-sectional terms families have had slightly bigger dwellings i.e. 76.7 m² in 2015 compared to 75.8 m² in 2014. In 2015, the average family dwellings in Poland consisted of 2.9 rooms³⁰. Improving the income situation also significantly contributed to the increase in the availability of services offered to citizens by financial institutions. Credit availability was significantly improved and credit risk was reduced³¹. This process strengthened the synergy of consumption growth and improved the economic situation in the Polish economy.

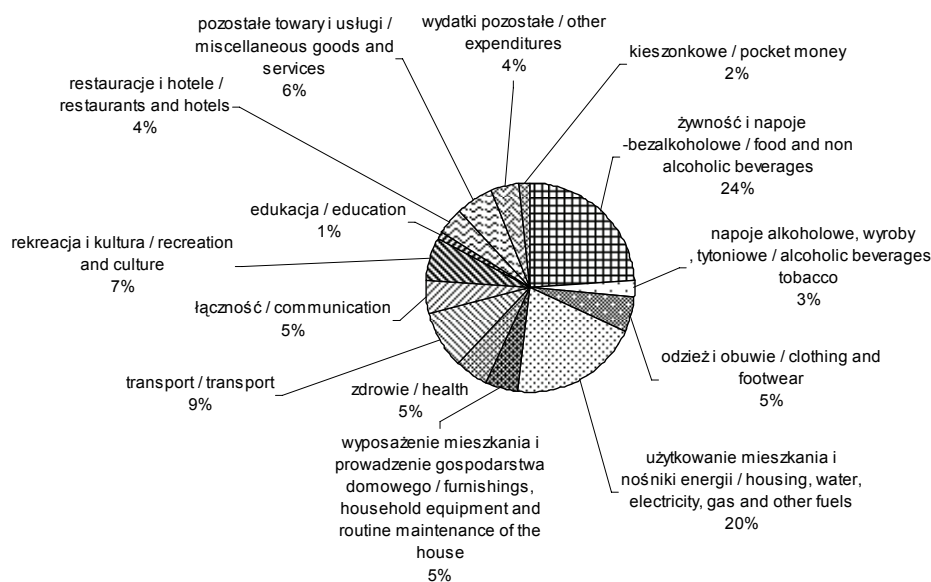


Figure 6. Structure of average expenditure per capita in households (as a percentage of total expenditure) in 2015

Source: P. Łysoń (ed.), *Budgets of Households in 2015*, Statistical Information and Analysis, Central Statistical Office, Warsaw, August 2016, p. 47.

²⁹ M. Cesarski, *Sytuacja mieszkaniowa w Polsce lat 2002-2014. Światowy kryzys, niewiadome i szanse zamieszkiwania*, Wydawnictwo SGH, Warszawa 2016, p. 51.

³⁰ P. Łysoń (red.), *Budżety gospodarstw domowych...op.cit.*, p. 42.

³¹ B. Domańska-Szaruga, *Wybrane aspekty wykluczenia kredytowego w świetle założeń zrównoważonego rozwoju* (w:) T. Borys, P. Rogala (ed.), *Zrównoważony rozwój organizacji – aspekty społeczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2015, pp. 96-97.

The interesting trend that continued in 2015 from a few years ago is the continuation of the downward trend in the quantitative consumption of most basic foodstuffs despite the increase in real incomes. Relatively little growth in the assortment of basic foodstuffs concerned only the consumption of butter, cheese, including cottage cheese and raw meat. The observed changes in the proportion of total family expenditure in Poland in 2015 compared to the previous year for the category of other groups of consumer goods and services showed a decrease of consumption by 0.4 percentage point for expenditure incurred on transport and expenditure growth in the range of 0.3 pp. for expenditure incurred for services related to the maintenance and improvement of health, including medicines and convalescence³².

Similarly as in 2014, more than half of Polish families in 2015 rated their financial situation as average, almost 1/3 of their households were as good or even very good, but only less than 17% determined material situation as rather bad or bad.

The question of putting off financial surpluses, i.e. saving in Poland

An important determinant of the material and financial situation of families is the ability to accumulate assets in households by saving the generated financial surpluses. The key factor to increase this potential is the increasing rate of production growth, the economic growth of the country, the decline in the unemployment rate and the increase in real incomes, i.e. the purchasing power of wages earned from paid employment or economic activity by household members. Longer-term accumulation of wealth by families in Poland is also affected by the quality of the offer of investment products offered to citizens by commercial banks operating in Poland³³. It is important therefore to make economic decisions on choosing the type of investment, deposit or investment funds³⁴ to safely store financial surpluses or to choose capital market instruments to attempt to achieve high return on invested financial investments at a specified investment risk³⁵. In the situation of choosing the latter forms of investing in financial surpluses, e.g. in venture capital funds, the current situation in financial markets, capital markets, stock exchanges, especially in the context of a particular market situation in these markets, and the degree of effectiveness of the functioning of these markets³⁶.

The issue of the effectiveness of capital markets is particularly relevant for developing economies, because in these economies this situation may not always look very positive. Many of the objections raised by individual investors are addressed to the control bodies of these markets, i.e. the Polish Stock Exchange and the Polish Financial Supervision Authority in connection with the low detection of economic crimes commit-

³² P. Łysoń (ed.), *Budżety gospodarstw domowych op.cit.*, p. 47.

³³ B. Domańska-Szaruga, *Wybrane aspekty ...op.cit.*, pp. 91–92.

³⁴ D. Prokopowicz, *Wpływ globalnego kryzysu rynków finansowych na rozwój rynku funduszy inwestycyjnych w Polsce* (w:) *Zeszyty Naukowe Wyższa Szkoła Zarządzania i Prawa im. Heleny Chodkowskiej w Warszawie*. Rok XIV. Nr 3 (32)/2009, pp. 73-74.

³⁵ B. Domańska-Szaruga, *Common banking supervision within the financial safety net* (w:) K. Raczkowski, F. Schneider (red.), *The economic security of business transactions. Management In Business*, Chartridge Books Oxford, Oxford 2013, p. 261.

³⁶ A. Dmowski, D. Prokopowicz, *Rynki finansowe*, Wydawnictwo Centrum Doradztwa i Informacji Difin sp. z o.o., Warszawa 2010, p. 315.

ted on these markets in Poland³⁷. The improvement in this matter would translate into an increase in the efficiency of the stock market in Poland, an improvement in the image of this market from the point of view of individual investors, and an increase in interest in this form of long-term investment in household-generated surpluses.

However, in the years preceding the year 2014, there was noticeable improvement in the awareness of the need to collect savings in Polish society. It cannot be excluded that this positive trend of growth of financial savings generated by households was a consequence of the earlier reduction of consumption as a result correlated with post-crisis economic slowdown in Poland. In Poland, there was no economic crisis or recession. Between 2009 and 2012 there was a marked decrease in economic growth in Poland, which was a result of global financial crisis³⁸, which was launched in the fall of 2008, sparked by the sharp fall in stocks of Lehman Brothers' fourth largest investment bank and bankruptcy announcements. In Poland, many families were concerned about the loss of work of household members and the decline in real incomes, which reduced consumption and deposited even small amounts of money on the so-called "black hour" that could occur in the event of a job loss. Potential loss of employment was a major concern for the public as it significantly increased the unemployment rate as well as correlated with the above-mentioned post-crisis effects.

The level of economic knowledge is also an important factor in deciding on the economics of a household. This factor and the level of income and opportunities for citizens and families to generate financial surpluses are determined by the awareness of the need for self-collection of savings, i.e. funds that will be spent in a more or less long-term perspective or for retirement by building an investment portfolio in the so-called Retirement pillar III³⁹. A lot of researches in this field suggest that the level of this awareness in Polish society in aggregate terms is not good⁴⁰. On the other hand, in recent quarters, many debates in the media are devoted to this issue. In addition, in recent years several times the pension system in Poland has been modified, which also significantly contributes to the successive improvement of the awareness of citizens and families in Poland as well as the need to collect financial savings for retirement⁴¹. More and more citizens are interested in these issues and they gain knowledge that allows them to objectively interpret the economic environment in which families in Poland operate. There are

³⁷ D. Prokopowicz, *The Shadow Banking as an Example of Inefficiencies in the Functioning of the Banking System in Poland* (w:) "International Journal of New Economics and Social Sciences", ZN, nr 1 (3) 2016, pp. 107-119.

³⁸ B. Domańska-Szaruga, D. Prokopowicz, *Makroekonomiczne zarządzanie antykryzysowe* (w:) 34 Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo – Humanistycznego w Siedlcach, nr 107, Seria: Administracja i Zarządzanie (34) 2015, UPH Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych, Siedlce 2015, s. 39.

³⁹ D. Prokopowicz, *Demographic, Social And Economic Determinants Of The Pension Reform Payment Plan Of The Pension System Based On Transfer Of Capital From OPF Funds To IPA* (w:) "International Journal of New Economics and Social Sciences", Międzynarodowy Instytut Innowacji Nauka - Edukacja - Rozwój w Warszawie, nr 1 (5) 2017, s. 112-13.

⁴⁰ K. Rzyman, *Co drugi Polak żyje „od pierwszego do pierwszego”*. *Z naszą wiedzą ekonomiczną też jest słabo* (w:) Portal internetowy „Polskie Radio”, 14.11.2014, (<http://www.polskieradio.pl/42/276/Artykul/1287919,Co-drugi-Polak-zyje-od-pierwszego-do-pierwszego-Z-nasza-wiedza-ekonomiczna-tez-jest-slabo>).

⁴¹ D. Prokopowicz, *Demographic, Social And Economic Determinants Of The Pension Reform Payment Plan Of The Pension System Based On Transfer Of Capital From OPF Funds To IPA* (w:) "International Journal of New Economics and Social Sciences", Międzynarodowy Instytut Innowacji Nauka - Edukacja - Rozwój w Warszawie, nr 1 (5) 2017, s. 112.

also a growing proportion of citizens who are aware that there is no pension system that is 100 percent safe not involved with any risk. With an obligatory equity pension system based on the discharge of a small part of the pension contribution to Open Pension Funds, there is a market risk of significant changes in the prices of securities in stock markets⁴². With an obligatory participatory pension system based on the overwhelming majority of pension contributions to the Social Insurance Institution, there is a political risk, as further reforms of this system cannot be ruled out in the future. As a consequence, more and more home-grown citizens come to the conclusion that increasing financial security for the attainment of age or health loss to the extent that it is impossible to continue working and gaining employment requires self-reliance to accumulate long-term financial savings. In this way, a portfolio of diversified pension pillars will be a financially secure portfolio and will increase family safety in this area. Increasing family financial security also translates into increased security on other issues, including social and sociological⁴³.

As a result, there is an urgent need to build a new family policy. This new family-friendly policy has been launched since April 2016 with the 500 Plus family program⁴⁴. In Poland for many years the relatively low incomes have been achieved by families with many children. Similar relationships exist in the area of housing and household equipment in durable goods. The aim of the Family 500 Plus program launched in April 2016⁴⁵ is to reduce the scale of this socially and economically disadvantageous relationship, i.e. the current lowest profitability in many families. This program, in addition to current objectives, mainly income, improves the financial situation of families and also has a long-term goal. This long-term strategic objective of the 500 Plus program is to change the demographic structure of society in Poland⁴⁶ in the direction of increasing fertility, i.e. rejuvenation of society. Given the public financial system of the state⁴⁷ this is the strategic goal of socio-economic policy to reduce the demographic aging of the population, i.e. limiting the potential of insolvency conducted by the Social Insurance Institution as a part of the participatory pension system. In addition, this program should likewise positively influence the domestic economy, contributing to the reduction of income disparities and to stimulating economic growth.

The 500 Plus family program, launched in April 2016, significantly reduces the scale of the socially and economically disadvantageous phenomenon, i.e. the current lowest profitability in many families. Another key program of social family in Poland

⁴² A. Dmowski, D. Prokopowicz, *Rynki finansowe*, Wydawnictwo Centrum Doradztwa i Informacji Difin sp. z o.o., Warszawa 2010, s. 314.

⁴³ J. Frątczak-Muller, *Rodzina - potrzeby - polityka społeczna*, Wydawnictwo Elipsa Dom Wydawniczy, Warszawa 2014, s. 142.

⁴⁴ M. Topolewska, *500+ krok po kroku Rewolucja w świadczeniach*, Wydawnictwo Infor Biznes, Warszawa 2016, s. 38.

⁴⁵ S. Gwoździewicz, D. Prokopowicz, *The Importance Of The 500 Plus Family Program As An Impact Factor Of Family Policy In Family Investment In Poland*, "International Journal of New Economics and Social Sciences", Międzynarodowy Instytut Innowacji Nauka - Edukacja - Rozwój w Warszawie, nr 1 (5) 2017, pp. 273-274.

⁴⁶ *Podstawowe informacje o rozwoju demograficznym Polski do 2013 roku*, Raport Głównego Urzędu Statystycznego, Wydawnictwo GUS, Warszawa 2014, p. 63.

⁴⁷ A. Dmowski, D. Prokopowicz, J. Sarnowski, *Finanse i bankowość. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Centrum Doradztwa i Informacji Difin Sp. z o.o., Warszawa 2008, p. 142.

launched in December 2016 is the Apartment Plus program⁴⁸. The program should also have a positive impact on the reduction of social stratification in the housing situation. The main objective of the Plus Apartment program is a significant increase in the availability of apartments in Poland, especially low-cost housing with the possibility of buying out properties. The consequence of the development of this program on a larger scale in subsequent years will be to offer such housing primarily to families who have so far had no opportunity to rent and purchase housing due to their low incomes and lack of creditworthiness⁴⁹. If the government's plan of development in subsequent years, the Apartment Plus program will be completed by 2030, the level of housing availability for citizens in Poland will be close to the average in the European Union.

Summary

The key economic issue of household functioning is the realization of consumption that is, satisfying the needs of the family. In addition to family consumption, they make economic decisions regarding income generation, efficient spending structure, and the allocation of financial surpluses for financial savings⁵⁰. The decisions taken in this regard may be influenced by the changing offers of financial institutions, mainly in the field of commercial deposit and credit banking⁵¹.

According to CSO data analysis, in recent years, especially in the years 2015 and 2016, the financial situation of families in Poland has improved noticeably against the preceding period. In 2015, according to GUS data analysis, certain positive correlations have been observed confirming the thesis that the acceleration of economic growth of the domestic economy translates into improvement of the financial situation of families in Poland. The components of these correlations were the following processes and economic macrodeterminants⁵²:

(a) Households receiving higher incomes also contributed to the overall increase in consumption compared to previous years,

(b) the increase in income was correlated with the improving situation on the labour market, i.e. the decline in unemployment and the accelerating economic growth of the domestic economy,

(c) an increase in income over expenditure has been observed, which has allowed households to increase the scale of saving surpluses,

(d) improvements have been noted in the issue of household appliances in consumer durables, electronics and home appliances,

(e) improvements have been made in the allocation of a portion of savings income, an increase in the availability of financial instruments offered by banks, including loans,

⁴⁸ *Narodowy Program Mieszaniowy*, Ministerstwo Infrastruktury i Budownictwa, Załącznik do uchwały nr 115/2016 Rady Ministrów z dnia 27 września 2016 r., wrzesień 2016, p. 37.

⁴⁹ B. Domańska-Szaruga, *Wybrane aspekty wykluczenia...op.cit.*, pp. 93-94.

⁵⁰ C. Bywalec, *Ekonomika i finanse gospodarstw domowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, p. 37.

⁵¹ A. Dmowski, D. Prokopowicz, J. Sarnowski, *Podstawy finansów i bankowości*, Wydawnictwo Centrum Doradztwa i Informacji Difin sp. z o.o., Warszawa 2005, pp. 223-224.

⁵² P. Lysoń (red.), *Budżety gospodarstw domowych...op.cit.*, pp. 41-47.

(f) housing conditions slightly improved, i.e. the family house size was slightly larger, i.e. 76.7 m² in 2015 compared to 75.8 m² in 2014,

(g) interesting trend continued in 2015 from previous years is continuation of downward trend in quantitative consumption of most basic foodstuffs despite the increase in real incomes,

Similarly as in 2014, over half of Polish families in 2015 rated their financial situation as average, with almost one third of their households as good or even very good, while only less than 17% determined material situation as rather bad or bad.

Households are responsible for the key part of tax receipts to the state budget for VAT, income tax, and other categories of taxes and fees, which are related to income, consumption and saving of financial surpluses. In the latter issue, i.e. savings in investment financial instruments offered by commercial banks, a source of income for the state budget is the capital gain tax called the "Belka tax". State institutions are thus maintained mainly by domestic households or families operating in the country. In return, the state offers a package of public goods and provides system security for a few basic categories of security, such as the security of the classical maintenance of the armed forces and the law enforcement services through education, health care and social security systems, including increasingly pension schemes⁵³. However, in the situation of ineffective socio-economic policy and so-called "expensive state" or maintenance of unprofitable branches of the economy, the offer of public goods offered directly or indirectly to families will be significantly reduced and disproportionately smaller than it should result from the "financing" of those goods by tax receipts from households. In this situation, reform of social policy is necessary⁵⁴ directed towards families and economic policies relating to businesses and indirectly to the entire national economy. A key aspect of this reform in the area of social policy, including family needs and pro-investment issues, is the Family 500 Plus program launched in April 2016⁵⁵. The program is generally well implemented, but as announced by Minister Elżbieta Rafalska, who directs the Ministry of Family, Labour and Social Policy, the 500 Plus Family Program will be reviewed and successively improved so that its effectiveness continues to improve⁵⁶.

In conclusion, the conducted study shows that families in Poland run households with significantly lower incomes in comparison with families living in Western European countries. In some economic aspects, the functioning of families in Poland is already slightly different from the European standards. Among other things, the analogous economic aspects of family functioning relate, inter alia, to the consumption of products and services. The research shows that the level of family consumption in Poland in re-

⁵³ D. Prokopowicz, *Demographic, Social And Economic Determinants Of The Pension Reform Payment Plan Of The Pension System Based On Transfer Of Capital From OPF Funds To IPA*, "International Journal of New Economics and Social Sciences", Międzynarodowy Instytut Innowacji Nauka - Edukacja - Rozwój w Warszawie, nr 1 (5) 2017, pp. 112-113.

⁵⁴ A. Durasiewicz, *Kierunki rozwoju polityki rodzinnej w Polsce - dylemat społeczny zachodzących zmian i wyzwań na przyszłość* [in] M. Kubiak (red.), „Polityka społeczna wobec wyzwań i zmian zachodzących we współczesnym świecie”, Wydawnictwo Uniwersytet Gdański i PTPS, Gdańsk 2014, p. 52.

⁵⁵ S. Gwoździewicz, D. Prokopowicz, *The Importance Of The 500 Plus Family Program...op.cit.*, pp. 272-273.

⁵⁶ N. Lutowski, *500 plus – zmiany na 2017* (w:) Portal internetowy „Duża Rodzina”, Dział: Aktualności finansowe, 20 grudnia 2016, (<http://duzarodzina.pl/aktualnosci/x500-plus-zmiany-2017>).

cent years is approaching the average in the European Union, while the level of savings financial surplus⁵⁷ is still five times lower than the average. In Poland for many years the relatively low incomes have been achieved by large families, i.e. rising up to three children. Similar relationships exist in the area of housing and household equipment in durable goods.

Literature

- Adamski F.: Rodzina. Wymiar społeczno-kulturowy, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Warszawa 2002.
- Bywalec C.: *Ekonomika i finanse gospodarstw domowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- Cesarski M.: *Sytuacja mieszkaniowa w Polsce lat 2002-2014. Światowy kryzys, niewiadome i szanse zamieszkiwania*, Wydawnictwo SGH, Warszawa 2016.
- Cudak S., Adasiewicz E.: *Współczesna rodzina w Polsce i na świecie*, Wydawnictwo Społeczna Akademia Nauk, Warszawa 2014.
- Dmowski A., Prokopowicz D.: *Rynki finansowe*, Wydawnictwo Centrum Doradztwa i Informacji Difin Sp. z o.o., Warszawa 2010.
- Dmowski A., Prokopowicz D., Sarnowski J.: *Finanse i bankowość. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Centrum Doradztwa i Informacji Difin sp. z o.o., Warszawa 2008.
- A. Dmowski, D. Prokopowicz, J. Sarnowski: *Podstawy finansów i bankowości*, Wydawnictwo Centrum Doradztwa i Informacji Difin sp. z o.o., Warszawa 2005.
- Domańska-Szaruga B.: *Common banking supervision within the financial safety net* [in] Raczkowski K., Schneider F. (ed.), *The economic security of business transactions. Management In Business*, Chartridge Books Oxford, Oxford 2013.
- Domańska-Szaruga B.: *Wybrane aspekty wykluczenia kredytowego w świetle założeń zrównoważonego rozwoju* [in] Borys T., Rogala P. (ed.), *Zrównoważony rozwój organizacji – aspekty społeczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2015.
- Domańska-Szaruga B., Prokopowicz D.: *Makroekonomiczne zarządzanie antykryzysowe* [in] 34 Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo – Humanistycznego w Siedlcach, nr 107, Seria: Administracja i Zarządzanie (34) 2015, UPH Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych, Siedlce 2015.
- Durasiewicz A.: *Efektywność polskiej polityki rodzinnej na tle niektórych krajów UE*, Wydawnictwo PTPS i Politechnika Radomska, Radom 2011.
- Durasiewicz A., *Kierunki rozwoju polityki rodzinnej w Polsce - dylemat społeczny zachodzących zmian i wyzwań na przyszłość* [in] M. Kubiak (ed.), *Polityka społeczna wobec wyzwań i zmian zachodzących we współczesnym świecie*, Wydawnictwo Uniwersytet Gdański i PTPS, Gdańsk 2014.
- Frączak-Muller J.: *Rodzina - potrzeby - polityka społeczna*, Wydawnictwo Elipsa Dom Wydawniczy, Warszawa 2014.
- Giza A., Sikorska M.: *Współczesne społeczeństwo polskie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.
- Gwoździewicz S., Prokopowicz D.: *The Importance Of The 500 Plus Family Program As An Impact Factor Of Family Popicy In Family Investment In Poland*, *International Journal of New Economics and Social Sciences*, Międzynarodowy Instytut Innowacji Nauka - Edukacja - Rozwój w Warszawie, nr 1 (5) 2017.
- Gwoździewicz S., Prokopowicz D.: *Globalization and the process of the system and normative adaptation of the financial system in Poland to the European Union standards*, *Globalization, the State and the Individual*, *International Scientific Journal*, Free University of Varna "Chernorizets Hrabar", Chayka, Bułgaria, Varna 9007, Varna 2016, nr 1(9) 2016.
- Gwoździewicz S., Prokopowicz D.: *The role and application of Keynesian macroeconomic anti-crisis theories in the context of development of the financial system in Poland*, *Globalization, the State and the Individual*, "International Scientific Journal", Free University of Varna "Chernorizets Hrabar", Chayka, Bułgaria, Varna 2015, nr 3(7) 2015.
- Jałowicki B., Kaprański S. (ed.): *Społeczny wymiar kryzysu*, Wydawnictwo Scholar, Warszawa 2012.

⁵⁷ E. Szczerbak, *Regularnie oszczędza tylko co ósmy Polak. Nie odkładamy na emeryturę, boimy się inwestować* (w:) Portal internetowy "Polskie Radio", za: dane GUS, 22.10.2014, (<http://www.polskieradio.pl/42/276/Artykul/1265458,Regularnie-oszczedza-tylko-co-osmy-Polak-Nie-odkladamy-na-emeryture-boimy-sie-inwestowac>).

Jarosz M.: Polskie bieguny. Społeczeństwo w czasach kryzysu, Wydawnictwo Oficyna Naukowa, Warszawa 2013.

Lutowski N.: 500 plus – zmiany na 2017 (w:) Portal internetowy „Duża Rodzina”, Dział: Aktualności finansowe, 20 grudnia 2016, (<http://duzarodzina.pl/aktualnosci/x500-plus-zmiany-2017>).

Lysoń P. (ed.): Budżety gospodarstw domowych w 2015 r., Informacje i opracowania statystyczne, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa sierpień 2016.

Narodowy Program Mieszkalniowy, Ministerstwo Infrastruktury i Budownictwa, Załącznik do uchwały nr 115/2016 Rady Ministrów z dnia 27 września 2016 r., wrzesień 2016.

Podstawowe informacje o rozwoju demograficznym Polski do 2013 roku, Raport Głównego Urzędu Statystycznego, Wydawnictwo GUS, Warszawa 2014.

Prokopowicz D.: Demographic, Social And Economic Determinants Of The Pension Reform Payment Plan Of The Pension System Based On Transfer Of Capital From OPF Funds To IPA, International Journal of New Economics and Social Sciences, Międzynarodowy Instytut Innowacji Nauka - Edukacja - Rozwój w Warszawie, nr 1 (5) 2017.

Prokopowicz D.: Globalizacja, współpraca międzynarodowa i handel zagraniczny. Sięgając w przeszłość, Przedsiębiorstwo przyszłości, Kwartalnik Wyższej Szkoły Zarządzania i Prawa im. Heleny Chodkowskiej. Warszawa, Nr 1 (10) 2012, Styczeń 2012, Rok wyd. IV.

Prokopowicz D., Na tle struktur rynkowych Unii Europejskiej, Przedsiębiorstwo przyszłości, Kwartalnik Wyższej Szkoły Zarządzania i Prawa im. Heleny Chodkowskiej. Warszawa, Nr 2 (11) 2012, kwiecień 2012, Rok wyd. IV.

Prokopowicz D.: The importance of economic globalization in the context of the development of the financial system in Poland, International Journal of New Economics and Social Sciences, ZN, nr 2 (4) 2016.

Prokopowicz D.: The Shadow Banking as an Example of Inefficiencies in the Functioning of the Banking System in Poland, International Journal of New Economics and Social Sciences, ZN, nr 1 (3) 2016.

Prokopowicz D.: Social and economic determinants of the processes of economic globalization that shape the development of the banking system in Poland, Globalization, the State and the Individual International Scientific Journal, Free University of Varna “Chernorizets Hrabar”, Chayka, Varna, Bułgaria 9007, Varna 2016, nr 2(10) 2016.

Prokopowicz D.: Wpływ globalnego kryzysu rynków finansowych na rozwój rynku funduszy inwestycyjnych w Polsce, Zeszyty Naukowe Wyższa Szkoła Zarządzania i Prawa im. Heleny Chodkowskiej w Warszawie. Rok XIV. Nr 3 (32)/2009.

Rachucki M.: Sytuacja materialna polskich rodzin – bezdzietni mają najlepiej, Portal internetowy "Wynagrodzenia.pl", 21.11.2014, za: dane GUS, (<http://wynagrodzenia.pl/informacje-prasowe/sytuacja-materialna-polskich-rodzin-bezdzietni-maja-najlepiej>).

Rzyman K.: Co drugi Polak żyje „od pierwszego do pierwszego”. Z naszą wiedzą ekonomiczną też jest słabo, Portal internetowy „Polskie Radio”, (14.11.2014), (<http://www.polskieradio.pl/42/276/Artykul/1287919,Co-drugi-Polak-zyje-od-pierwszego-do-pierwszego-Z-nasza-wiedza-ekonomiczna-tez-jest-slabo>).

Rzyman K., Lichočka H., Byrska M.: Oszczędności Polaków: mało odkładamy, ale wydawanie idzie nam bardzo sprawnie (w:) Portal internetowy „Polskie Radio”, na podst. Raportu „Polak oszczędny” opracowanego przez Fundację Kronenberga i BGŻOptima, (23.07.2014), (www.polskieradio.pl/42/3306/Artykul/1184955,Oszczednosci-Polakow-malo-odkladamy-ale-wydawanie-idzie-nam-bardzo-sprawnie).

Sadzak M.: Oszczędzanie Polaków: dobre chęci już są (w:) Portal internetowy „Polskie Radio”, za: Open Finance, (18.08.2014), (<http://www.polskieradio.pl/42/276/Artykul/1205418,Oszczedzanie-Polakow-dobre-checi-juz-sa>).

Szczerbak E.: Regularnie oszczędza tylko co ósmy Polak. Nie odkładamy na emeryturę, boimy się inwestować (w:) Portal internetowy "Polskie Radio", za: dane GUS, 22.10.2014, (<http://www.polskieradio.pl/42/276/Artykul/1265458,Regularnie-oszczedza-tylko-co-osmy-Polak-Nie-odkladamy-na-emeryture-boimy-sie-inwestowac>).

Topolewska M.: 500+ krok po kroku Rewolucja w świadczeniach, Wydawnictwo Infor Biznes, Warszawa 2016.

Trudna sytuacja materialna rodzin wielodzietnych – alarmujący raport GUS (w:) Portal internetowy „Duża Rodzina”, dział: Aktualności, 11 czerwca 2015, (<http://duzarodzina.pl/aktualnosci/trudna-sytuacja-materialna-rodzin-wielodzietnych-alarmujacy-raport-gus/>).

Tryka P.: Gdzie w Polsce zarabia się najlepiej? Raport wynagrodzeń [in] Ogólnopolskie Badanie Wynagrodzeń 2014, Sedlak & Sedlak, 07.09.2014, (wynagrodzenia.pl).

Tyszką Z.: Współczesne rodziny polskie - ich stan i kierunek przemian, Seria Socjologia, Wydawnictwo Naukowe UAM, Toruń 2001.

Warunki życia rodzin w Polsce, Informacje i opracowania statystyczne, Departament Badań Społecznych i Warunków Życia GUS, Wydawnictwo Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2014.

Wereda W.: Przedsiębiorczość w Polsce – stan obecny i perspektywy rozwoju, Nowoczesne Systemy Zarządzania nr 8/2013.

Streszczenie

Rodziny w Polsce prowadzą gospodarstwa domowe, dysponując znacznie niższym dochodem rozporządzalnym w porównaniu z rodzinami funkcjonującymi w krajach Zachodniej Europy. Poziom konsumpcji rodzin w Polsce w ostatnich latach zbliża się do średniej w Unii Europejskiej, natomiast poziom oszczędności nadwyżek finansowych jest nadal pięciokrotnie niższy względem tej średniej. W Polsce od wielu lat relatywnie najniższe dochody osiągały rodziny wielodzietne. Podobne relacje kształtują się w zakresie sytuacji mieszkaniowej i wyposażenia gospodarstwa domowego w dobra trwałego użytku. W ostatnich latach po globalnym kryzysie finansowym w 2008 roku koniunktura w globalnej i krajowej gospodarce zaczęła się sukcesywnie poprawiać. Równocześnie sytuacja dochodowa rodzin w Polsce także zaczęła się poprawiać. Dodatkowo istotny wpływ na tę poprawę miało uruchomienie w kwietniu 2016 roku programu Rodzina 500 Plus jako kluczowego instrumentu społecznej polityki rodzinnej w Polsce.

Słowa kluczowe: sytuacja materialna, sytuacja ekonomiczno-finansowa, rodzina, gospodarstwa domowe, dochody, oszczędności, konsumpcja, finanse gospodarstw domowych, społeczeństwo, polityka rodzinna, polityka społeczna, polityka gospodarcza, program Rodzina 500 Plus, program Mieszkanie Plus

Informacja o autorach:

dr Wioletta Wereda

Military University of Technology in Warsaw

Faculty of Cybernetics

Institute of Organization and Management

weredawioletta@tlen.pl

dr Dariusz Prokopowicz

Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw

darprokop@poczta.onet.pl

Ludwik Wicki¹
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Poziom i zakres wsparcia upowszechniania postępu biologicznego w produkcji roślinnej w ramach działań Agencji Rynku Rolnego

THE LEVEL AND SCOPE OF SUPPORT OF BIOLOGICAL PROGRESS DISSEMINATION IN CROP PRODUCTION IN POLAND WITHIN THE MEASURES OF AGRICULTURAL MARKET AGENCY

Wzrost produktywności roślin jest uzyskiwany głównie poprzez postęp w hodowli odmian. Z tego powodu wykorzystanie nasion kwalifikowanych w produkcji jest bardzo ważne, a realizowany program ma doprowadzić wyższego poziomu zużycia nasion kwalifikowanych. Celem opracowania jest ocena poziomu i zakresu wsparcia upowszechniania kwalifikowanego materiału siewnego w Polsce w ramach działania Agencji Rynku Rolnego oraz określenie przestrzennego jego zróżnicowania. Analizą objęto cały okres realizacji działania, czyli lata 2007-2016.

Stwierdzono, że wsparcie do obejmowało prawie całą podaż kwalifikowanego ziarna zbóż oraz sadzoniaków ziemniaka w Polsce i dotyczyło około ponad 1 mln ha rocznie, w tym średnio 14% powierzchni zasiewów zbóż i 10% powierzchni produkcji ziemniaków. Korzystanie z programu było silnie zróżnicowane regionalnie. W regionach o wyższym poziomie rozwoju rolnictwa objęto nim ponad 10% gospodarstw i 20% powierzchni zasiewów. W regionach ze słabym i rozdrobnionym rolnictwem było to tylko 1% gospodarstw i około 4% powierzchni zasiewów. Zainteresowanie wdrażaniem postępu biologicznego w warunkach rozdrobnionego rolnictwa utrzymuje się na niskim poziomie, a oferowane wsparcie nie było skuteczne.

Słowa kluczowe: nasiona kwalifikowane, postęp biologiczny, pomoc *de minimis*, upowszechnianie postępu, wsparcie rolnictwa

Wstęp

Wprowadzanie postępu technicznego w rolnictwie jest jednym z ważniejszych czynników wpływających na wzrost produktywności użytkowanych zasobów. Dla całego świata udział postępu technicznego w ogólnym wzroście produktywności w rolnictwie został oszacowany dla lat 2001-2014 na około 67,3%, przy czym w krajach rozwiniętych następował wzrost produkcji mimo spadku nakładów. Średni roczny wzrost produkcji wynosił 2,54%, w tym wzrost wynikający z wprowadzania postępu oszacowano na 1,71% rocznie². Dla Polski zmianę produkcji rolniczej wynikającą z postępu technicz-

¹ dr hab. inż., prof. nadzw. Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw, Wydział Nauk Ekonomicznych,

² Fuglie, K., Rada, N. 2017. International Agricultural Productivity, USDA, Economic Research Service. dostępne na: <https://www.ers.usda.gov/data-products/international-agricultural-productivity/> (dostęp: 21.10.2017).

nego określono dla tego okresu na 1,5% średniorocznie. Postęp biologiczny jest jednym z ważniejszych składowych postępów w rolnictwie i wynika z wprowadzania do produkcji nowych, lepszych odmian roślin i udoskonalonych ras zwierząt. Udział postępu biologicznego w kreowaniu wzrostu produktywności w produkcji roślinnej szacuje się dla krajów rozwiniętych na 30-50% w zależności od gatunku^{3,4,5,6}. Dla warunków polskich wielkość tę oszacowano dla okresu 1985-2004 na poziomie około 7-10% w warunkach polowych^{7,8}, a dla warunków doświadczeń poletkowych było 30-60% w zależności od gatunku i poziomu intensywności uprawy⁹.

Upowszechnianie postępu biologicznego w produkcji roślinnej następuje przez stosowanie nowych odmian i kwalifikowanego materiału siewnego. Im mniejsze jest zużycie nasion kwalifikowanych, tym powolniejszy jest proces upowszechniania. Biorąc pod uwagę to, że postęp biologiczny ma zwykle charakter egzogeniczny względem gospodarstw rolniczych, a jedną z barier jego wprowadzania jest wysoki koszt dla rolników, w Polsce przez wiele lat stosowano dopłaty do zakupu kwalifikowanego materiału siewnego. Do 2003 roku dotacje do upowszechniania nasion kwalifikowanych stanowiły nawet ponad 40% dotacji przeznaczanych na wspieranie postępu biologicznego¹⁰, a kwoty dotacji w niektórych latach wynosiły nawet 95 mln złotych rocznie. Dotacją do obniżenia cen objęte było prawie 100% sprzedaży kwalifikowanych nasion zbóż i sadzeniaków ziemniaka. Dotacje wypłacano rocznie do 150-200 tys. ton ziarna zbóż i do około 70 tys. ton sadzeniaków. W 2004 roku zaprzestano tej formy wsparcia, gdyż była ona niezgodna z zasadami wspierania rolnictwa w Unii Europejskiej.

Pomoc dla rolników mająca na celu zwiększenie zakresu wykorzystania nasion i sadzeniaków kwalifikowanych w produkcji roślinnej została ponownie wprowadzona w 2007 roku jako pomoc *de minimis*. Impulsem podjęcia działania była, oprócz zamiaru wsparcia korzystania z nasion kwalifikowanych, susza, która doprowadziła do niedoboru nasion o jakości odpowiedniej do siewu. Od 2007 roku Agencja Rynku Rolnego (ARR) udziela rolnikom wsparcia finansowego z budżetu krajowego z tytułu zużytego do siewu lub sadzenia kwalifikowanego materiału siewnego. Wsparcie było udzielane na podstawie ustawy z dnia 11 marca 2004 roku o Agencji Rynku Rolnego i organizacji niektórych rynków rolnych oraz rozporządzenia Komisji (UE) nr 1408/20131. Dopłaty były naliczane do powierzchni gruntów „ornych obsianych lub obsadzonych kwalifikowanym

³ P. Gepts, „Genetic Diversity, Plant Breeding, and Sustainability”, University of California, Davis, 2003.

⁴ D. Duvick, „The Contribution of Breeding to Yield Advances in Maize (*Zea mays* L.)”, *Advances in Agronomy*, 2005, vol. 86, 83-145.

⁵ H. Witzke, K. Jechlitschka, D. Kirschke, H. Campen, S. Noleppa, „Social rate of return to plant breeding research in Germany”, *„Agrarwirtschaft”*, 2004, t. 53, z. 5, 206-210.

⁶ C. Thirtle Technological Change and the Productivity Slowdown in Field Crops: United States, 1939-78. „Southern Journal of Agricultural Economics”, 1995, 17 (Dec.), 33-42.

⁷ L. Wicki, Poziom i efekty stosowania materiału kwalifikowanego w gospodarstwach rolniczych, „Roczniki Naukowe SERiA”, 2006, t. VIII, z. 1, 222-226.

⁸ L. Wicki, „Efekty upowszechniania postępu biologicznego w produkcji roślinnej”, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 2010.

⁹ L. Wicki, Postęp w plonowaniu odmian pszenicy ozimej i żyta w doświadczeniach odmianowych w Polsce, „Roczniki Naukowe SERiA”, 2017, t. XIX, z. 4, 2017, 224-230.

¹⁰ L. Wicki, Zróżnicowanie przestrzenne wykorzystania postępu biologicznego w produkcji roślinnej w Polsce, „Roczniki Nauk Rolniczych, Seria G”, 2010, t. 97, z. 4, 221-229.

materiałem siewnym zbóż, strączkowych i ziemniaka¹¹. Wsparcie to jest realizowane corocznie do chwili obecnej. Uruchomienie działania było wskazywane także jako czynnik prowadzący do utrzymania polskiej hodowli roślin, gdyż kreowało popyt na nasiona¹². Mimo to, sytuacja polskich hodowców pogarszała się ze względu na rosnącą konkurencję hodowli zagranicznych¹³. W innych badaniach wskazywano na pozytywny wpływ dedykowanego wsparcia na zakupy środków do produkcji w gospodarstwach¹⁴.

Mając na uwadze duże znaczenie postępu biologicznego w kreowaniu wzrostu produktywności w rolnictwie, a także potrzebę oceny korzystania przez rolników z dedykowanego temu mechanizmu wsparcia, podjęto tematykę dotyczącą roli działania realizowanego ze środków krajowych przez Agencję Rynku Rolnego zakresie w upowszechnianiu postępu biologicznego. Większość działań dotyczących modernizacji polskiego rolnictwa była realizowana w ramach programów wspólnej polityki rolnej UE, przede wszystkim PROW¹⁵. Działania takie, mimo że ukierunkowane także na wprowadzanie zmian mających na celu ograniczanie zużycia środków produkcji i zmniejszenie wpływu rolnictwa na środowisko, nie obejmują finansowania postępu biologicznego¹⁶.

Cel i metodyka badań

Celem opracowania jest ocena poziomu i zakresu wsparcia upowszechniania kwalifikowanego materiału siewnego w Polsce w ramach działania Agencji Rynku Rolnego oraz określenie przestrzennego jego zróżnicowania.

Dla osiągnięcia celu zrealizowano następujące zadania badawcze: (1) określono wartość wsparcia, liczbę beneficjentów oraz powierzchnię, do której udzielono wsparcia, (2) ustalono intensywność wsparcia w odniesieniu do liczby gospodarstw i powierzchni upraw w Polsce, (3) ustalono, jakie było zróżnicowanie przestrzenne wykorzystania udzielanej pomocy.

Dane do analizy pochodziły z raportów Agencji Rynku Rolnego dotyczących realizacji omawianego działania, a więc liczby wniosków, kwoty środków wydatkowanych i powierzchni objętej wsparciem, z uwzględnieniem realizacji działania w poszczególnych województwach. Pod uwagę wzięto wszystkie dotychczasowe edycje działania, czyli okres 2007-2016. Dane dotyczące powierzchni upraw w Polsce i w konkretnych województwach pochodzą z publikacji statystycznych GUS, a liczbę aktywnych gospodarstw rolnych przyjęto na podstawie liczby wniosków o płatności bezpośrednie składanych do Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa. W analizie posłużono się głównie wskaźnikami dynamiki, struktury i intensywności.

¹¹ Szczegółowy wykaz gatunków objętych wsparciem ogłaszany był w rozporządzeniach Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

¹² K. Marciniak, Stan polskiej hodowli roślin w roku 2008, „Roczniki Nauk Rolniczych, Seria G” 2008, t. 95, z. 1, 166-173.

¹³ D. Majchrzycki, Rynek kwalifikowanego materiału siewnego pszenicy ozimej w Polsce. „Roczniki Naukowe SERiA”, 2015, t. XVII, z. 3, 254-259.

¹⁴ D. Kusz, S. Gędek, Egzogeniczne i endogeniczne uwarunkowania inwestycji w rolnictwie w Polsce. „Roczniki Naukowe SERiA”, 2015, t. XVII, z. 3, 237-242.

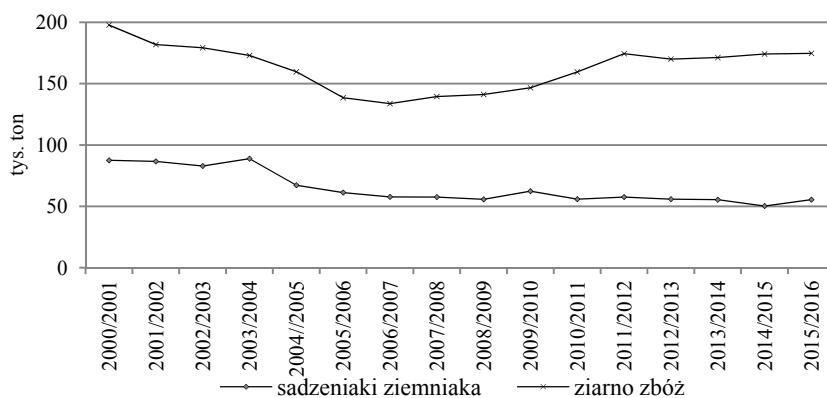
¹⁵ B. Gołębowska, Inwestycje i źródła ich finansowania w gospodarstwach o zróżnicowanych powiązaniach z otoczeniem. „Roczniki Naukowe SERiA”, 2010, t. XII, z. 3, 88-92.

¹⁶ A. Mickiewicz, B. Mickiewicz, Charakterystyczne cechy nowego Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020. „Roczniki Naukowe SERiA”, 2015, t. XVII, z. 1, 153-158.

Założono, że wyższe wykorzystanie dotacji do stosowania kwalifikowanego materiału siewnego wskazuje na wyższy poziom rozwoju rolnictwa w zakresie produkcji roślinnej, a jednocześnie oznacza lepsze wykorzystanie pozostałych czynników produkcji. Tak więc oznacza to zarówno, że rolnictwo jest na wyższym poziomie rozwoju, jak też charakteryzuje się bardziej zrównoważonym wykorzystaniem nakładów produkcyjnych.

Poziom udzielanego wsparcia do stosowania materiału siewnego

Agencja Rynku Rolnego rozpoczęła udzielanie wsparcia do wykorzystania materiału kwalifikowanego w 2007 roku. Realizowano je zgodnie z regulacjami krajowymi i rozporządzeniem Komisji (WE) nr 1860/2004 w sprawie stosowania art. 87 i 88 Traktatu WE w odniesieniu do pomocy w ramach zasady *de minimis* dla sektora rolnego i sektora rybołówstwa. Zasady wsparcia uregulowano w rozporządzeniu Rady Ministrów¹⁷. Było to działanie podjęte w odpowiedzi na zgłaszane postulaty rolników i hodowców, aby wspierać upowszechnianie korzystania z kwalifikowanego materiału siewnego jako elementu wprowadzania postępu w rolnictwie, oraz w związku z suszą i niską jakością własnego materiału siewnego.



Rysunek 1. Zużycie kwalifikowanego materiału siewnego zbóż i kwalifikowanych sadzoniaków ziemniaka w Polsce w latach 2000-2016

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

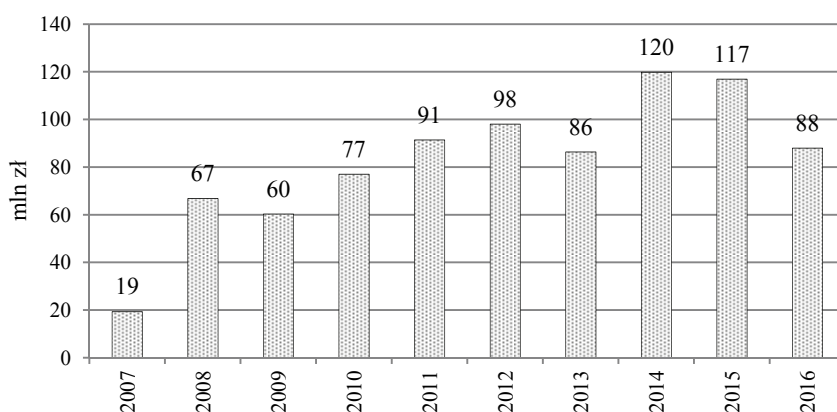
Po zaprzestaniu wypłacania bonifikat do kwalifikowanego materiału siewnego na rynku kwalifikowanych nasion zbóż i sadzoniaków ziemniaka obserwowano stagnację. W 2006 roku w Polsce sprzedano 134 tys. ton kwalifikowanego ziarna zbóż, o 25% mniej niż w 2002 roku i aż o 36% mniej niż w 2000 roku. Podobnie, sprzedaż kwalifikowanych sadzoniaków ziemniaka zmniejszyła się o 34% w latach 2000–2006 (rys. 1). Udział nasion kwalifikowanych w materiale siewnym obniżył się do około 10%, a w krajach tzw. UE-15 było to około 50%¹⁸. Stało się to impulsem do wprowadzenia

¹⁷ Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 13 marca 2007 roku w sprawie wykazu gatunków roślin uprawnych, do których materiału siewnego kategorii elitarny lub kwalifikowany przysługuje dopłata z tytułu zużytego do siewu lub sadzenia materiału siewnego kategorii elitarny lub kwalifikowany (Dz. U. Nr 46, poz. 300).

¹⁸ L. Wicki, Zmiany w zużyciu nasion kwalifikowanych w Polsce, „Roczniki Nauk Rolniczych, seria G”, 2009, t. 96, z. 4, 226-237.

mechanizmu, który zapewniłby większą skalę dopływu nasion kwalifikowanych do rolnictwa. Podjęte przez ARR działanie było podobne do wsparcia realizowanego przed integracją z UE, lecz nie było teraz udzielane do sprzedaży nasion, ale do powierzchni, na której zastosowano nasiona kwalifikowane. Dotacja trafiała więc do rolników, a następnie, poprzez zakup nasion, do firm nasiennych i hodowlanych. Przed 2004 roku dotację rozliczały podmioty zajmujące się obrotem nasionami kwalifikowanymi.

W 2007 roku ARR wypłaciła 19,4 mln złotych dotacji udzielając wsparcia do około 300 tys. hektarów. W 2008 roku kwota dotacji wzrosła już do 67 mln złotych i w kolejnych latach zwiększała się. Dopiero w 2016 roku, w związku z obniżeniem stawek, wypłacona dotacja uległa zmniejszeniu w stosunku do 2015 roku i była na poziomie kwot wypłacanych w latach 2011-2013. Zmiany te przedstawiono na rysunku 2.



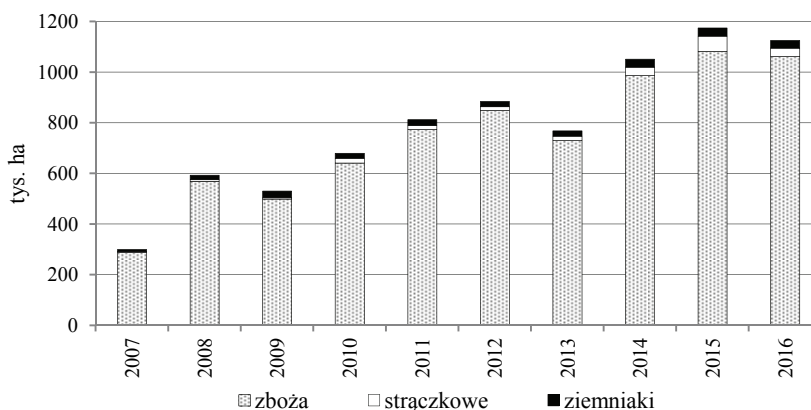
Rysunek 2. Kwoty dopłat do powierzchni obsianej lub obsadzonej kwalifikowanym materiałem siewnym wypłacone przez Agencję Rynku Rolnego w latach 2007–2016

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań ARR.

W kolejnych latach stawki dotacji ulegały zmianom. Początkowo wypłacano 50 zł/ha do powierzchni zbóż obsianej materiałem kwalifikowanym oraz 300 zł/ha do powierzchni ziemniaków obsadzonej sadzonymi kwalifikowanymi. Na 2008 rok stawki te podniesiono do 100 zł/ha i 500 zł/ha. Dotacja do roślin strączkowych wynosiła 160 zł/ha. Stawki te nie ulegały zmianom do 2015 roku. Od 15 kwietnia 2015 roku zostały obniżone do poziomu 80 zł/ha dla zbóż, 130 zł/ha dla strączkowych i 400 zł/ha dla ziemniaków. W 2016 roku było to jeszcze mniej: 69,40 zł/ha dla zbóż, 111 zł/ha dla strączkowych i 347 zł/ha dla ziemniaków. Obniżenie dotacji jednostkowej prowadziło do wypłaty mniejszej kwoty dotacji przy podobnej powierzchni, do której udzielono wsparcia.

Poziom dotacji jednostkowej nie pokrywał kosztu zakupu materiału kwalifikowanego używanego do siewu lub sadzenia. W zależności od zastosowanej normy wysiewu, kwota dotacji wystarczała na pokrycie od 30 do 35% kosztu zakupu ziarna kwalifikowanego lub sadzonymi kwalifikowanymi. Istotą wsparcia nie było więc sfinansowanie zakupu nasion kwalifikowanych lecz zachęcenie rolników do ich wykorzystania poprzez dofinansowanie ich zakupu i w ten sposób uzyskanie upowszechnienia postępu biologicznego w postaci nowych odmian i nasion kwalifikowanych.

Podjęte działania przyniosły zamierzony skutek. Zahamowany został spadek poziomu zużycia nasion kwalifikowanych, a jednocześnie wsparciem objęto znaczny areal produkcji, głównie zbóż i ziemniaków, ale też roślin strączkowych. Powierzchnia objęta wsparciem w 2008 roku wynosiła już prawie 600 tys. ha, a w kolejnych latach dalej wzrastała, do około 1,2 mln ha w 2015 roku (rys. 3). W całym okresie największy udział miały zboża, od 93 do 96% powierzchni objętej wsparciem. Około 3% powierzchni objętej dotacjami uprawy stanowiły ziemniaki, a resztę rośliny strączkowe.



Rysunek 3. Powierzchnia produkcji objęta wsparciem do powierzchni obsianej lub obsadzonej kwalifikowanym materiałem siewnym w latach 2007–2016
Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań ARR.

Wielkość i struktura powierzchni objętej wsparciem nie daje podstawy do oceny poziomu realizowanej pomocy. Produkcja zbóż podstawowych i ich mieszanek była prowadzona na powierzchni prawie 7 mln ha, a produkcja ziemniaków zajmowała około 300-400 tys. ha. W efekcie, udział powierzchni produkcji roślin, do których udzielano wsparcia był mniej zróżnicowany gatunkami niż wynika z rysunku 3. Oszacowany udział został przedstawiony w tabeli 1. Dla zbóż było to od 6 do 14%, a dla ziemniaków od 3 do prawie 12%. W tabeli 1 przedstawiono także oszacowaną ilość kwalifikowanego ziarna zbóż i kwalifikowanych sadzeniaków ziemniaka zużytych do siewu lub sadzenia na powierzchni objętej wsparciem.

Tabela 1. Udział powierzchni zbóż i ziemniaków objętych wsparciem do stosowania kwalifikowanego materiału siewnego i szacunkowa ilość materiału siewnego zużytego na powierzchni objętej wsparciem w latach 2007-2016

Rok	Udział powierzchni zasiewów* objętej wsparciem, w %		Szacunkowa ilość kwalifikowanego materiału siewnego zużyta na powierzchni objętej wsparciem, w tys. ton**	
	zboża	ziemniaki	zboża	ziemniaki
2007	3,6	1,6	46,1	14,4
2008	6,9	3,4	91,1	28,5
2009	6,1	5,4	79,8	42,5
2010	8,9	5,1	102,6	31,6
2011	10,5	5,8	123,7	36,4
2012	12,0	5,9	135,8	34,0
2013	10,8	6,2	116,8	33,2
2014	14,7	11,8	157,8	50,5

2015	14,4	10,8	173,1	50,7
2016	14,2	10,0	169,9	48,6

* – powierzchnia zasiewów zbóż podstawowych z mieszankami w analizowanym okresie wynosiła 6,7–8 mln ha, a powierzchnia produkcji ziemniaków zmniejszała się z około 0,5 do 0,3 mln ha; ** – założono średnie zużycie kwalifikowanego ziarna zbóż na 1 ha w ilości 170 kg oraz zużycie kwalifikowanych sadzeniaków ziemniaka na 1 ha w ilości 1700 kg.

Źródło: opracowanie własne.

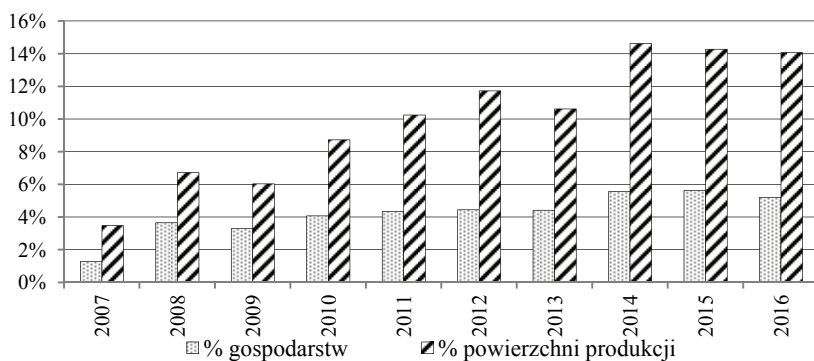
Wraz ze wzrostem wypłacanych kwot dotacji oszacowana ilość materiału siewnego pośrednio objęta wsparciem zwiększała się. Po 2010 roku dla zbóż było to od 116 do 173 tys. ton, a dla ziemniaków od 33 do 50 tys. ton. Porównując te wielkości z danymi o sprzedaży kwalifikowanego materiału siewnego według GUS można stwierdzić, że w latach, dla których określono najwyższą ilość materiału objętego wsparciem, prawie 100% sprzedaży materiału kwalifikowanego zużyto na powierzchni objętej programem wsparcia realizowanym przez ARR. Dla zbóż udział ten wahał się od 55% w 2009 roku do nawet 99% w 2015 roku. Podobnie dla ziemniaków było to od 50% w latach 2008 i 2010 do prawie 100% w 2015 roku. Oznacza to, że dotacje do nasion kwalifikowanych obejmują większość, a w niektórych latach nawet prawie cały rynek nasion gatunków objętych tym działaniem. Biorąc pod uwagę oszacowany na około 33% poziom pokrycia ceny zakupu nasion dotacją, oznacza to jednocześnie, że w latach 2010-2016 aż 33% rynku nasion finansowane było pośrednio z dotacji wypłacanych przez ARR.

Agencja Rynku Rolnego wypłacała dotacje dla 55–75 tysięcy beneficjentów w zależności od roku realizacji działania. Wskazana liczba gospodarstw rolnych jest relatywnie nieduża w stosunku do ogólnej liczby około 1,35 mln aktywnych gospodarstw rolnych w Polsce. W zależności od roku, o wsparcie do powierzchni, na której stosowano kwalifikowany materiał siewny ubiegało się od 3,3 do 5,6% ogólnej liczby gospodarstw (rys. 4). Odsetek powierzchni wspieranej był znacznie wyższy niż odsetek gospodarstw. Jest to 1,8–2,5 razy więcej (tab. 1 i rys. 4). Przeciętna powierzchnia wspierana przypadająca na jednego beneficjenta wynosiła od 11 do 15 ha zależnie od roku. Oznacza to, że o wsparcie ubiegały się gospodarstwa o większej niż średnio powierzchni. Można oszacować, że były to gospodarstwa o średniej powierzchni około 20-25 hektarów. Wynika z tego, że postęp biologiczny w produkcji roślinnej jest wprowadzany do produkcji przede wszystkim w gospodarstwach większych obszarowo i to właśnie takie gospodarstwa mają szanse rozwoju, o ile wprowadzanie postępu ma miejsce także w innych sferach. W gospodarstwach małych istnieją istotne bariery dla wprowadzania postępu, w tym postępu biologicznego, trudne do przełamania nawet przy stosowaniu bodźców w formie dotacji.

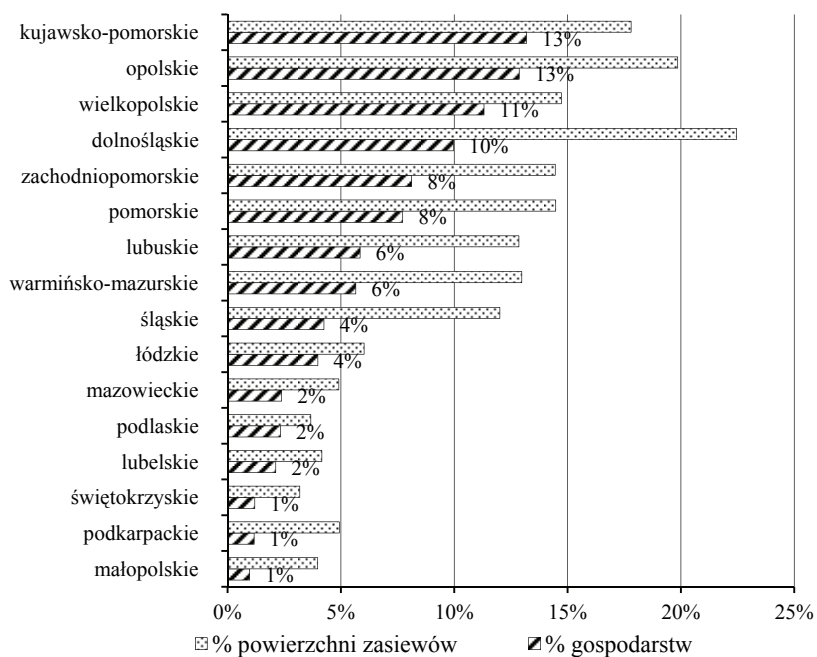
Regionalne zróżnicowanie wykorzystania wsparcia do stosowania kwalifikowanego materiału siewnego

W realizacji wsparcia do powierzchni, na której zastosowano kwalifikowany materiał siewny obserwowane były znaczne różnice między poszczególnymi województwami. Dla uzyskania porównywalności danych dokonano oceny, jaki procent powierzchni zasiewów zbóż i ziemniaków był objęty wsparciem, a także określono, jaka była intensywność aplikowania o wsparcie wśród gospodarstw. Ze względu na to, że działanie zostało uruchomione w 2007 roku i w pierwszym roku funkcjonowania nie było powszechnie znane, oceniono wyniki za lata 2008-2016.

Ogółem w okresie 2008-2016 corocznie wnioski o wsparcie do wykorzystania kwalifikowanego materiału siewnego składało około 4,5% gospodarstw. Najwięcej wniosków składano w województwach: kujawsko-pomorskim, wielkopolskim, opolskim i dolnośląskim, a najmniej w województwach małopolskim, świętokrzyskim i podkarpackim (rys. 5). Uzyskana zależność potwierdza wcześniej podane ustalenie, że zainteresowanie



Rysunek 4. Udział gospodarstw rolnych otrzymujących wsparcie i udział powierzchni zasiewów objętej wsparciem do powierzchni obsianej lub obsadzonej kwalifikowanym materiałem siewnym w latach 2007–2016
Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań ARR.



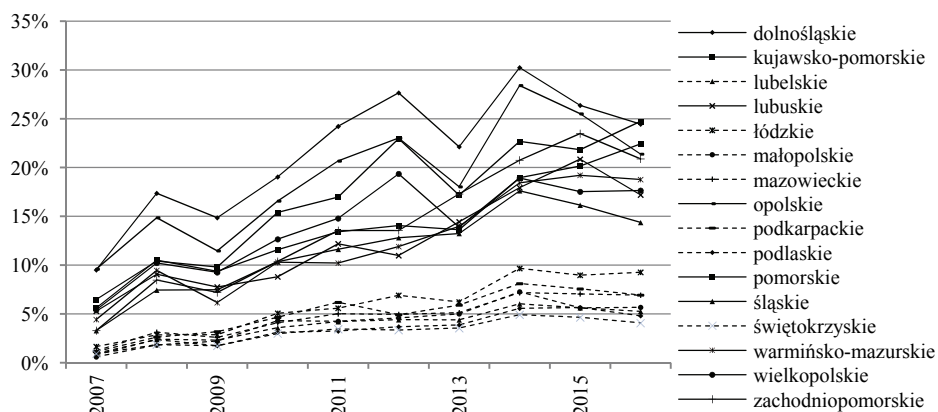
Rysunek 5. Udział gospodarstw rolnych otrzymujących wsparcie do powierzchni obsianej lub obsadzonej kwalifikowanym materiałem siewnym oraz udział powierzchni zasiewów objętej wsparciem według województw (średnio w latach 2008-2016)

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań ARR i danych ARiMR.

stosowaniem kwalifikowanego materiału siewnego wyrażali przede wszystkim rolnicy posiadający większe niż przeciętnie gospodarstwa rolne. Nie jest to zależność czysto liniowa, gdyż w czterech województwach o największej średniej powierzchni gospodarstw (zachodniopomorskie, warmińsko-mazurskie, lubuskie i pomorskie) około 5,6% rolników wnioskowało o wsparcie, a w czterech wymienionych wyżej województwach z najwyższym zainteresowaniem korzystaniem z działania udział ten wynosił 12%.

Zróznicowany według województw był także udział powierzchni zasiewów objętych działaniem. Uzyskane wyniki były silnie skorelowane z przedstawionymi dla udziału gospodarstw. W trzech województwach o najintensywniejszym korzystaniu z programu udział powierzchni wspieranej w powierzchni zasiewów przekraczał 15%, a w sześciu o najniższym zainteresowaniu programem był mniejszy niż 5% (rys. packim (rys. 5).

Przedstawione zróżnicowanie regionalne poziomu zainteresowania programem wsparcia do stosowania kwalifikowanego materiału siewnego było trwałe. Mimo pewnych wahań w kolejnych latach, wyraźne jest ukształtowanie się dwóch głównych grup województw (rys. 6). Z jednej strony jest grupa siedmiu województw z udziałem powierzchni zasiewów objętej wsparciem poniżej 7%. Z tej grupy na plus odchylają się tylko wyniki uzyskane dla województwa łódzkiego. Z drugiej strony obserwuje się dość niejednorodną grupę dziesięciu województw, w których udział powierzchni zasiewów objętej wsparciem był wysoki i wynosił w 2016 roku od 15 do 25%. Uzyskane wyniki dają podstawę do stwierdzenia, że postawy rolników w zakresie korzystania z kwalifikowanego materiału siewnego są relatywnie stałe także w ujęciu regionalnym. Nie obserwowano bowiem znaczących zmian w rankingu województw w badanym okresie, a w innych badaniach także uzyskano podobny rozkład województw¹⁹.



Rysunek 6. Udział powierzchni zasiewów objętej wsparciem do powierzchni obsianej lub obsadzonej kwalifikowanym materiałem siewnym według województw w latach 2007-2016

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań ARR i danych GUS.

Ze względu na to, że w województwach z obserwowanym niskim poziomem korzystania z analizowanego działania obserwuje się również mniejszą niż przeciętnie w kraju

¹⁹ L. Wicki, Zróznicowanie..., op. cit.

powierzchnię gospodarstw rolnych, a w takich gospodarstwach zarówno poziom towarowości, zakres powiązań z rynkiem²⁰, jak i dążenie do zmniejszania ryzyka produkcyjnego jest²¹ są niskie, można powiedzieć, że nie działają tam bodźce prowadzące do wzrostu zapotrzebowania na nasiona kwalifikowane. Z jednej strony, wprowadzanie postępu biologicznego w zakresie produkcji roślinnej wynika przecież z czynników zewnętrznych, takich jak wymagania odbiorców, z drugiej zaś konieczne jest poniesienie dodatkowych kosztów związanych z zakupem kwalifikowanego materiału siewnego. W małych obszarowo gospodarstwach wydatki takie mogą konkurować z wydatkami na utrzymanie rodziny itp. Nie obserwuje się także powstawania grup producentów, których celem byłoby zaopatrzenie rolników środki do produkcji, w tym w kwalifikowany materiał siewny zbóż, czy ziemniaków na wzór grup producentów w innych gałęziach rolnictwa, np. w produkcji warzyw i owoców²².

Uzyskane wyniki nie potwierdzają twierdzenia o neutralności wprowadzania postępu biologicznego względem skali działalności ze względu na prawie doskonałą podzielność nośników postępu. W warunkach polskiego rolnictwa można mówić tylko o potencjalnej neutralności.

Wydaje się, że, tak jak już zauważyli niektórzy badacze, w regionach o rozdrobnionym rolnictwie występuje duża ostrożność wobec wprowadzania postępu w gospodarstwach rolnych²³, a rozwój może dotyczyć tylko małej ich części²⁴. Również wykorzystanie środków na modernizację rolnictwa w ramach WPR było znacznie niższe w województwach z dominacją gospodarstw małych²⁵. Wsparcie transferu postępu do gospodarstw jest skuteczne tylko w stosunku do gospodarstw, w których poszukuje się szansy rozwoju wzrostu, i które jednocześnie są w stanie współfinansować inwestycje.

Podsumowanie

Upowszechnianie postępu biologicznego w produkcji roślinnej w rolnictwie jest realizowane poprzez zakup i stosowanie kwalifikowanego materiału siewnego. Po integracji Polski z Unią Europejską zakończono wsparcie kierowane na obniżenie cen nasion kwalifikowanych i zwiększenie ich dostępności dla rolników. Doprowadziło to do zmniejszenia zużycia nasion kwalifikowanych o ponad 30%. W 2004 roku ich udział w materiale siewnym zmniejszył się do zaledwie 10%, podczas, gdy w krajach Europy Zachodniej było to około 50%. Stało się to impulsem do uruchomienia wsparcia stosowania nasion i sadzeniaków kwalifikowanych w ramach pomocy *de minimis*.

W kolejnych latach od rozpoczęcia działania kwoty dotacji wzrastały. W 2014 roku było to około 120 mln złotych, a w 2016 roku nastąpił spadek do 88 mln zł. Wsparcie

²⁰ B. Gołębowska, „Organizacyjno-ekonomiczne skutki zróżnicowania powiązań gospodarstw rolniczych z otoczeniem”, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2010.

²¹ A. Wicka, „Uwarunkowania ograniczania ryzyka w produkcji roślinnej z wykorzystaniem ubezpieczeń”, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2013.

²² A. Mickiewicz, B. Mickiewicz, Specyfika funkcjonowania grup producentów owoców i warzyw w Polsce. „Roczniki Naukowe SERiA”, 2015, t. XVII, z 6, 185-190.

²³ B. Gołębowska, „Organizacyjno-ekonomiczne...”, op. cit.

²⁴ W. Musiał, E. Otoliński, Rozważania nad potrzebą przemian gospodarstw rolniczych w regionach rozdrobnionych agrarnie, „Roczniki Nauk Rolniczych. Seria G”, 2009, t. 96, z. 4, 147-154.

²⁵ R. Pietrzykowski i L. Wicki, Regionalne zróżnicowanie wykorzystania środków z programów Wspólnej Polityki Rolnej na modernizację rolnictwa, „Roczniki Nauk Rolniczych. Seria G”, 2011, t. 97, z. 4, 7-22.

obejmowało około 700 tys. ha w latach 2008-2013, a w okresie 2014-2016 było to nawet ponad 1 mln ha. Udział powierzchni zasiewów objętej programem wynosił po 2013 roku około 14% dla zbóż i 10% dla ziemniaków. W ten sposób, w latach 2014-2016 pomoc była udzielana pośrednio do całej sprzedaży kwalifikowanych nasion i sadzenia-ków w Polsce. Jej wysokość można oszacować na około 30% ceny zakupu.

Wnioski o udzielenie wsparcia składało rocznie około 70-80 tys. gospodarstw rolnych. Oznacza to, że zaledwie 5–5,5% gospodarstw korzystało z takiego wsparcia, co wskazuje na niskie zainteresowanie stosowaniem nasion kwalifikowanych. Było ono też silnie zróżnicowane regionalnie. W województwach: kujawsko-pomorskim, wielkopolskim, opolskim i dolnośląskim udział gospodarstw korzystających ze wsparcia wynosił ponad 10%, a powierzchnia zasiewów objęta wsparciem sięgała 20%. Z kolei w województwach o rozdrobnionym rolnictwie (małopolskie, podkarpackie i świętokrzyskie) udział gospodarstw, które korzystały z tego działania wynosił tylko 1%, zaś udział powierzchni zasiewów objętej wsparciem był mniejszy niż 5%. Zainteresowanie wprowadzaniem postępu biologicznego do produkcji było bardzo małe w regionach o rozdrobnionym rolnictwie. Oznacza to, że upowszechnianie postępu napotyka w takich regionach na silne bariery, które mogą wynikać zarówno ze słabych powiązań gospodarstw małych z otoczeniem, jak też z ograniczonych zasobów środków finansowych, które mogłyby być przeznaczane na zakup nasion.

Wsparcie upowszechniania stosowania kwalifikowanego materiału siewnego w ramach działania prowadzonego przez Agencję Rynku Rolnego okazało się zasadne. W latach 2013-2016 obejmowało w zasadzie całą powierzchnię zasiewów, na której zastosowano kwalifikowany materiał siewny. W okresie 2008-2016 doprowadziło do zwiększenia zużycia nasion kwalifikowanych o około 30%. Działanie to było skuteczne w stosunku do gospodarstw dużych obszarowo. W warunkach rozdrobnionego rolnictwa oferowane wsparcie nie cieszyło się istotnym zainteresowaniem i nie przyczyniło się do zwiększenia zużycia nasion kwalifikowanych.

Obserwowane oddziaływanie programu na poziom zużycia nasion kwalifikowanych może być podstawą do stwierdzenia, że w polskim rolnictwie postrzeganie ważności wprowadzania postępu biologicznego w produkcji roślinnej jest wciąż niskie i ciągle ważne jest wspieranie jego upowszechniania. Należy przypuszczać, że w perspektywie kilkunastu lat, wraz z umacnianiem się grupy rozwojowych gospodarstw rolnych, popyt na nasiona kwalifikowane nie będzie musiał być indukowany poprzez stosowanie dopłat.

Literatura

- ARR (2008–2017). *Sprawozdanie z działalności Agencji Rynku Rolnego 2007-2016*. Agencja Rynku Rolnego, Warszawa, Polska.
- Duvick D. (2005). The Contribution of Breeding to Yield Advances in Maize (*Zea mays* L.). *Advances in Agronomy*, 86, 83-145.
- Fuglie K., Rada N. (2017). *International Agricultural Productivity*. USDA, Economic Research Service, USA. dostępne na: <https://www.ers.usda.gov/data-products/international-agricultural-productivity/> (dostęp: 21.10.2017).
- Gepts P. (2003). *Genetic Diversity, Plant Breeding, and Sustainability*. University of California: Davis, USA.
- Gołębiewska B. (2010). *Organizacyjno-ekonomiczne skutki zróżnicowania powiązań gospodarstw rolniczych z otoczeniem*. Wydawnictwo SGGW: Warszawa, Polska.
- Gołębiewska B. (2010). Inwestycje i źródła ich finansowania w gospodarstwach o zróżnicowanych powiązaniach z otoczeniem. *Roczniki Naukowe SERiA*, XII(3), 88-92.

- Kusz D., Gędek S. (2015). Egzogeniczne i endogeniczne uwarunkowania inwestycji w rolnictwie w Polsce. *Roczniki Naukowe SERiA*, XVII(3), 237-242.
- Majchrzycki D. (2015). Rynek kwalifikowanego materiału siewnego pszenicy ozimej w Polsce. *Roczniki Naukowe SERiA*, XVII(3), 254-259.
- Marciniak K. (2008). Stan polskiej hodowli roślin w roku 2008. *Roczniki Nauk Rolniczych – seria G*, 95(1): 166-173.
- Mickiewicz A., Mickiewicz B. (2015). Charakterystyczne cechy nowego Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020. *Roczniki Naukowe SERiA*, XVII(1), 153-158.
- Mickiewicz A., Mickiewicz B. (2015). Specyfika funkcjonowania grup producentów owoców i warzyw w Polsce. *Roczniki Naukowe SERiA*, XVII(6), 185-190.
- Musiał W., Otoliński E. (2011). Rozważania nad potrzebą przemian gospodarstw rolniczych w regionach rozdrobnionych agrarnie. *Roczniki Nauk Rolniczych – seria G*, 96(4), 147-154.
- Pietrzykowski R., Wicki L. (2011). Regionalne zróżnicowanie wykorzystania środków z programów Wspólnej Polityki Rolnej na modernizację rolnictwa. *Roczniki Nauk Rolniczych – seria G*, 97(4), 7-22.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 13 marca 2007 roku w sprawie wykazu gatunków roślin uprawnych, do których materiału siewnego kategorii elitarny lub kwalifikowany przysługuje dopłata z tytułu zużytego do siewu lub sadzenia materiału siewnego kategorii elitarny lub kwalifikowany (Dz. U. Nr 46, poz. 300).
- Thirtle C. (1995). Technological Change and the Productivity Slowdown in Field Crops: United States, 1939-78. *Southern Journal of Agricultural Economics*, 17 (Dec.), 33-42.
- Wicka A. (red.). (2013). *Uwarunkowania ograniczania ryzyka w produkcji roślinnej z wykorzystaniem ubezpieczeń*. Wydawnictwo SGGW: Warszawa, Polska.
- Wicki L. (2006). Poziom i efekty stosowania materiału kwalifikowanego w gospodarstwach rolniczych. *Roczniki Naukowe SERiA*, VIII(1), 222-226.
- Wicki L. (2009). Zmiany w zużyciu nasion kwalifikowanych w Polsce. *Roczniki Nauk Rolniczych – seria G* 96(4), 226-237.
- Wicki L. (2010). Zróżnicowanie przestrzenne wykorzystania postępu biologicznego w produkcji roślinnej w Polsce. *Roczniki Nauk Rolniczych – seria G*, 97(4), 221-229.
- Wicki L. (2010). *Efekty upowszechniania postępu biologicznego w produkcji roślinnej*. Wydawnictwo SGGW: Warszawa, Polska.
- Wicki L. (2017). Postęp w plonowaniu odmian pszenicy ozimej i żyta w doświadczeniach odmianowych w Polsce. *Roczniki Naukowe SERiA*, XIX(4), 224-230.
<http://dx.doi.org/10.5604/01.3001.0010.5191>
- Witzke H., Jechlitschka K., Kirschke D., Campen H., Noleppa S. (2004). Social rate of return to plant breeding research in Germany. *Agarwirtschaft*, 53(5), 206–210.

Summary

It is generally accepted that the increase in plant productivity is mainly achieved through the varietal progress. For this reason, the use of certified seed is very important, and the program is expected to lead to a higher level of use of certified seeds in Polish agriculture. The aim of the study is to evaluate the level and scope of support for the dissemination of certified seed use in Poland within the measure of Agricultural Market Agency and to define its spatial differentiation. The analysis covered years 2007-2016, i.e. whole period of this measure realization.

It was found that support was indirectly provided for the whole sale of certified seed in Poland and covered around 1 million ha per year. It covered 14% of cereal production area and 1% of potato production area. The use of the program was strongly differentiated regionally. In regions with a high level of agriculture, more than 10% of farmers applied for support under the program and over 20% of the production area were supported. In regions with fragmented agriculture, it was only 1% of farmers and about 4% of sown area. Interest of the biological progress implementation in the conditions of fragmented agriculture was low and the support offered has not been effective for small farms.

Key words: biological progress, certified seeds, *de minimis* aid, progress dissemination, support of agriculture

Informacja o autorze:

dr hab. Ludwik Wicki, prof. nadzw.

Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw

Wydział Nauk Ekonomicznych, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

ul. Nowoursynowska 166

02-787 Warszawa

orcid.org/0000-0002-7602-8902

e-mail: ludwik_wicki@sggw.pl

Monika Zielińska-Sitkiewicz¹
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

THE IMPACT OF NORMALIZATION PROCEDURES ON THE CLASSIFICATION OF BUILDING MATERIALS COMPANIES LISTED ON THE WARSAW STOCK EXCHANGE

One of the stages of the comparative analysis of multivariate objects is the data normalization. There are many procedures of the normalization of the variables described in the literature. The choice of the normalization method is one of the most crucial steps for the researchers as it has a profound effect on the results of the analysis. The main goal of the present study is to examine the sensitivity of the result of linear ordering of objects, using three selected normalization methods, in calculating a synthetic taxonomic measure TMAI to create ratings of 15 building materials companies, listed on the Warsaw Stock Exchange. The study was made for the years 2013 and 2014. The conducted study shows that the use of different normalization formulas of variables can cause the change of the results of the companies classification, which does not result neither from the data structure change nor the effectiveness modification of their operations.
Key words: the data normalization, taxonomic measure, TMAI, building materials companies

Introduction

The construction sector in Poland is now a vastly developed branch of Polish economy. It is an indicator of modernity and progress. The very important role of the construction industry results from the implementation of investments present in the daily life of almost every human being and the ability to generate economic growth.

The analysis of the construction market and the industry of building materials is conducted on many levels. They are important from the point of view of the needs of the companies in the sector, which want to achieve a reasonable profit from the business, but also from the point of view of households, which are the customers as well as the investors.

Methods of linear ordering of objects are one of the groups of methods of the Multivariate Comparative Analysis. There are many algorithms for creating synthetic indicators, using the appropriately selected diagnostic variables. Z. Hellwig (1968) was the first one to propose the synthetic measure of development for the comparison of the level of economic development of the selected countries. The methodology of constructing taxonomic meters for various applications were developed in Poland by, among others, Cieślak (1974); Bartosiewicz (1976); Strahl (1978); Zeliaś, Malina (1997); Kukuła (1986, 2000); Walesiak (2003); Gatnar, Walesiak (2004), and Tarczyński and Łuniewska (2006).

¹ Katedra Ekonometrii i Statystyki

Normalization of diagnostic features is the standardization of the characteristics values from the point of view of a particular criterion carried out in order to bring the characteristics of various titles to their comparability. Among others, Hellwig (1968), Bartosiewicz (1976), Nowak (1977), Strahl (1978), Borys (1978), Grabiński (1992), Kukuła (2000), Lira et al. (2002), Pawełek (2008), Panek (2009), Walesiak (2003, 2004, 2014) dealt with the issues of selecting the standardization formula.

In the algorithm of the synthetic index construction the researcher has to make decisions related to the selection of individual procedures at each stage. As the result of the comparative analysis depends on the set of methods and tools. Changing the way of normalization of diagnostic features may cause changes in the position of objects in the ranking, which are not necessarily caused by the growth or decrease of the assessment of their “quality” (Dębkowska, Jarocka, 2013).

The main goal of the presented article is to examine the sensitivity of the result of linear ordering of objects, in applying three different procedure of variable normalization in the construction of rankings of 15 companies in the industry of building materials. Calculation was made for the years 2013 and 2014. Moreover, it was examined how the use of different normalization methods of the same diagnostic variables impacts the results of classification and the obtained results were compared to the model ranking proposed by the expert using the Spearman’s rank correlation coefficient. The paper used the Taxonomic Measure of Investment Attractiveness (TMAI), which calculates the distance of each object from the pattern, taking into account the varied strength of impact of variables on the studied phenomenon. This meter allows the use of the comprehensive analysis of companies based on the most important financial indicators, presenting it in the form of a synthetic ranking.

The selected aspects of the financial analysis of the companies from the building materials industry – expert ranking

Fifteen listed companies from the sector of the building material industry were selected for the study, listed on the main market of the Warsaw Stock Exchange, the activity of which is carried out primarily in Poland and which profit and loss account is prepared in the spreadsheet system.

From the point of view of the nature of the conducted activity by the analysed companies, they can be divided according to the following criteria:

- companies specialising in the production of materials for finishing the interior: Decora S.A., Ceramika NovaGala S.A., Investment Friends S.A.², Paged S.A., Polcolorit S.A., Pozbud S.A., Rovese S.A., Śnieżka S.A.;
- companies, the production of which concentrates on precast and products for the construction industry: Izolacja-Jarocin S.A., Izostal S.A., KBDom S.A., Lena Lighting S.A., Ropczyce S.A., Selena FM S.A., Yawal S. A..

Analysing the financial statements of the studied companies from 2013 and 2014 one can state that revenues from the sale of companies of the interior finishing materials were almost two times higher that of the companies producing precast and materials for the construction industry. However, in 2014, the “interior design” companies noted only

² To July 2014 the old name: Budvar Centrum S.A.

the 4% drop in revenues, and companies producing prefabricated materials a 1% increase in revenues in relation to the previous year.

When examining the financial net result achieved by the companies producing building materials it can be noticed that in contrast to the slight drop in revenues in 2014 by 3%, the net profit for the entire group dropped by 134%. Large losses were recorded by the companies: Rovese S.A. group (associating the Cersanit and Opoczno companies, manufacturers of ceramic and bathroom products), Investment Friends (as Budvar Centrum – production, assembly, sales of windows and window accessories, and currently the company experiencing great economic difficulties) and Decora S.A. (manufacturer of interior finishing materials). Compared to other companies, the following companies can be positively distinguished: Śnieżka S.A. (manufacturer of paints and putty), Paged S.A. (manufacturer of wooden materials and furniture), Pozbud S.A. (manufacturer of windows and doors), Lena S.A. (manufacturer of the professional lighting) and Yawal S.A. (manufacturer of architectural systems of aluminium profiles), which in 2014 improved their financial results.

When building *the expert ranking* of companies in the sector of building materials industry, the most stable positions of the financial statement were taken into account, i.e., the total assets and own equity from the balance and the net profit and revenues from sales from the profit and loss account. It was assumed that the relatively low information potential is in the indicators relating to the balance positions, which can result from one-time events, e.g., created on December 31. When creating the classification of companies the ability of companies for the effective management of the assets and to cover the current liabilities of the current assets, effectiveness of own equity and return on sales were taken into account.

The following companies: Śnieżka S.A., Paged S.A. and Pozbud S.A. were qualified as the best companies, while the weakest ones were represented by KBDom S.A., Polcolorit S.A. and Investment Friends S.A.. The company Śnieżka S.A. is the undisputed leader among all analysed companies. Of all the companies of the studied sector, the companies: Śnieżka S.A., Paged S.A. and Pozbud S.A. have used their assets best, have not involved excessive foreign capitals into the financing of the activity, and in the turnover they have reached the optimal receivables, almost textbook values. It should be noted that the Rovese S.A. group oriented to the export of its products, the former market leader, started bearing losses with the start of the political crisis. Polcolorit S.A. is a company, which had troubles paying off its obligations, which could be a consequence of excessive lending of own clients and freezing the assets in the supplies. The KBDom S.A. company until 2012 has focused its significant part of the economic activity on the housing, which activity led to its exceptionally large losses. In 2013, the company changed its business profile towards the production of precast, which did not, unfortunately, improve the effectiveness of property management and liquidity. The company Investment Friends S.A. with low profitability on sales suffered losses in the years 2013-2014, which resulted in the negative results of indicators based on the financial result.

Tables 4 and 5 include the layout of companies in the expert ranking for the years 2013 and 2014.

Synthetic TMAI measure – description and results of the study

The group of nine most important financial indicators recommended by the literature was used for the construction of the synthetic taxonomic TMAI indicator in the study of companies of the building materials. They characterise the most important aspects of the company: profitability (*ROE*, *ROA*, *ROS*), liquidity (*CR*), efficiency (*ITR*, *LR*, *ATR*, *RTR*) and debt (*DR*). The eight applied indicators, recommended in the works by Tarczyński and Łuniewska, were described in Table 1:

Table 1. The selection of variables and their impact on the general criterion

Ratio	Formula	The impact on the general criterion
<i>Return on Equity (ROE)</i>	<i>Net Income / Shareholder Equity</i>	stimulant
<i>Return on Assets (ROA)</i>	<i>Net Income / Average Total Assets</i>	stimulant
<i>Inventory Turnover Ratio (ITR)</i>	<i>Net Sales / Average Inventory</i>	stimulant
<i>Liabilities Ratio (LR)</i>	<i>(Average Liabilities / Net Income)* 365</i>	stimulant
<i>Asset Turnover Ratio (ATR)</i>	<i>Net Sales Revenue / Average Total Assets</i>	stimulant
<i>Receivable Turnover Ratio (RTR)</i>	<i>Sales Revenue / Average Receivables</i>	nominant (7 – 10)
<i>Current Ratio (CR)</i>	<i>Current Assets / Current Liabilities</i>	nominant (1,0 – 1,2)
<i>Debt Ratio (DR)</i>	<i>Total Liabilities / Total Assets</i>	nominant (57%-67%)

Source: Based on papers by Tarczyński and Łuniewska (2004, 2006).

In addition, *Return on Sales (ROS)* was introduced to the analysis, calculated as: $(Net\ profit / Sales\ revenue) * 100$. This indicator is a stimulant, as its growing value talks about the improving profitability of sales, which in turn may indicate the reduction of operating costs or increasing the sales margin. Moreover, it can be an additional indication for investors, when making investment decisions.

In the first stage of the study the distributions of the financial indicators were analysed, as not only the scale of variable measurement should be taken into account when selecting the normalization formula, but also such characteristics of the variable distribution, like the arithmetic mean, standard deviation and the range designated for the normalized values of the variables (Walesiak, 2004). The tables 2 and 3 contain the results of the basic descriptive statistics calculated for all financial indicators for the years 2013 and 2014.

In 2013 extreme values were observed for the indicators *Liabilities Ratio (LR)* and *Current Ratio (CR)*, what generated a very strong asymmetry of distributions. The remaining indicators assumed values that did not exceed the non-outlier range.

Table 2. Descriptive statistics of variables for 2013 year

Ratio	mean	median	min	max	Q ₁	Q ₃	range	standard deviation	coefficient of variation	skewness	kurtosis
<i>ROE</i>	0,052	0,053	-0,061	0,220	-0,014	0,085	0,282	0,078	148,998	0,768	0,423
<i>ROA</i>	0,032	0,029	-0,044	0,131	-0,007	0,053	0,175	0,049	149,768	0,565	-0,137
<i>ROS</i>	0,046	0,045	-0,075	0,127	0,008	0,098	0,202	0,054	115,451	-0,520	0,353
<i>RTR</i>	6,284	5,692	3,124	12,496	4,282	8,866	9,372	2,657	42,287	1,037	0,380
<i>ITR</i>	5,933	6,006	1,937	9,983	3,958	7,695	8,046	2,683	45,219	0,110	-1,157
<i>LR</i>	50,292	46,038	17,958	144,274	32,759	52,305	126,316	30,136	59,922	2,359	6,953
<i>ATR</i>	0,959	1,015	0,214	1,873	0,633	1,235	1,659	0,478	49,821	0,371	-0,522
<i>CR</i>	2,118	1,697	1,028	6,868	1,340	1,920	5,840	1,524	71,941	2,676	7,203
<i>DR</i>	0,350	0,393	0,089	0,469	0,293	0,430	0,380	0,112	32,008	-1,140	0,746

Source: own studies

Table 3. Descriptive statistics of variables for 2014 year

Ratio	mean	median	min	max	Q ₁	Q ₃	range	standard deviation	coefficient of variation	skewness	kurtosis
<i>ROE</i>	-0,023	0,047	-1,001	0,194	0,001	0,081	1,196	0,282	-1238,152	-3,377	12,306
<i>ROA</i>	-0,021	0,026	-0,743	0,119	0,000	0,051	0,863	0,205	-977,990	-3,519	13,087
<i>ROS</i>	0,056	0,044	0,012	0,135	0,025	0,081	0,123	0,038	67,579	0,713	-0,463
<i>RTR</i>	6,002	5,018	3,232	9,479	4,398	8,383	6,247	2,154	35,887	0,507	-1,341
<i>ITR</i>	6,355	5,357	0,000	21,444	3,140	8,753	21,444	5,128	80,684	1,861	4,945
<i>LR</i>	51,223	47,416	19,586	101,442	32,153	58,853	81,857	24,618	48,060	0,940	0,084
<i>ATR</i>	0,920	0,809	0,353	2,092	0,582	1,111	1,739	0,488	53,064	1,144	0,969
<i>CR</i>	3,173	1,640	0,733	17,230	1,310	4,248	16,497	4,156	130,961	3,132	10,674
<i>DR</i>	0,375	0,395	0,116	0,49	0,305	0,45	0,374	0,099	26,25	-1,29	2,131

Source: own studies

In 2014 the indicators *Return on Equity (ROE)*, *Return on Assets (ROA)* and *Current Ratio (CR)* had the extreme values, what resulted in the coefficients of skewness exceeding the value |3| and proved the excessive skewness. Furthermore, the outliers were observed for the indicators: *Inventory Turnover Ratio (ITR)*, *Liabilities Ratio (LR)* and *Asset Turnover Ratio (ATR)*.

In the second stage, due to the nature of variables *Current Ratio (CR)*, *Debt Ratio (DR)* and *Receivable Turnover Ratio (RTR)* were individually transformed from nominants into stimulants, taking into account the specificity of this indicator. The detailed description of the financial indicators and transformations of variables

being nominants into stimulants used in the study was included in the author's work (Chrzanowska, Zielińska-Sitkiewicz, 2014).

In the next step three normalization formulas were selected³:

- standardization
$$z_{ij} = (x_{ij} - \bar{x}_j) / s_j \quad (1)$$

- Weber standardization
$$z_{ij} = (x_{ij} - Me_j) / 1,4826MAD_j \quad (2)$$

- unitization with zero minimum
$$z_{ij} = [x_{ij} - \min_i \{x_{ij}\}] / r_j \quad (3)$$

in order to unify the magnitudes selected for the analysis of financial indicators. The following demands were included in their selection:

- deprivation of titres, which express the features,
- bringing the order of variable magnitudes to the state of comparability,
- possibility of normalization of the characteristics adopting the positive and negative values or only the negative ones,
- possibility of normalization of the characteristics adopting the zero value (Kukuła, 2000).

The classic and Weber standardization cause the unification of the values of all variables in terms of variation measured with the standard deviation or the median absolute deviation. This means the elimination of variation as the basis for differentiation of objects. It is recommended to use the Weber standardization, when the distribution of the studied empirical variables is highly asymmetric. Normalization formula – the unitization with zero minimum has the advantage, as it ensures the diverse variability to the normalized values of variables (measured with the standard deviation) and at the same time the constant range for all variables (Walesiak, 2004).

The last stage of the study has determined the Taxonomic Measure of Investment Attractiveness for each of the studied periods. The calculations did not include any weights for the applied financial indicators (Łuniewska, Tarczyński, 2006). The research results for 2013 and 2014 with the expert ranking are presented in tables 4 and 5:

Table 4. Results of the TMAI measure and the ranking of the studied companies for 2013

Normalization formulas:	standardization		Weber standardization		unitization with zero minimum		EXPERT ranking
	TMAI	nr	TMAI	nr	TMAI	nr	
DECORA	0,3360	6	0,7659	7	0,3464	6	5
INVESTMENT FRIENDS	0,1902	11	0,7159	11	0,2341	10	12
IZOLACJA	0,2253	9	0,2126	14	0,2605	8	13
IZOSTAL	0,4256	5	0,7757	5	0,4649	5	8
KBDOM	0,3151	7	0,8101	1	0,3163	7	9
LENA	0,1430	14	0,0000	15	0,1322	14	6
NOWAGALA	0,1448	13	0,7250	10	0,1436	13	10
PAGED	0,4854	2	0,7803	4	0,5385	2	2
POLCOLORIT	0,0000	15	0,7073	12	0,0000	15	14
POZBUD	0,4355	3	0,7925	2	0,4713	4	3
ROPCZYCE	0,2425	8	0,7472	8	0,2373	9	4

³ \bar{x}_j, s_j, r_j - arithmetic mean, standard deviation, range for j variable,

Me, MAD - median and absolute median deviation

ROVESE	0,1805	12	0,7470	9	0,1830	12	11
SELENAFM	0,4263	4	0,7817	3	0,4736	3	7
SNIEZKA	0,5123	1	0,7738	6	0,5794	1	1
YAWAL	0,2004	10	0,6750	13	0,2212	11	15

Source: own studies

Table 5. Results of the TMAI measure and the ranking of the studied companies for 2014

Name	Normalization formulas: standardization		Weber standardization		unitization with zero minimum		EXPERT ranking
	TMAI	nr	TMAI	nr	TMAI	nr	
DECORA	0,3967	7	0,7225	9	0,3747	7	10
INVESTMENT FRIENDS	0,0000	15	0,0000	15	0,0000	15	15
IZOLACJA	0,3885	8	0,6855	11	0,3527	9	7
IZOSTAL	0,3356	11	0,7380	7	0,2874	12	9
KBDOM	0,4617	6	0,7365	8	0,4204	6	14
LENA	0,2722	13	0,6642	13	0,2441	13	3
NOWAGALA	0,2636	14	0,6565	14	0,2291	14	12
PAGED	0,5377	3	0,8174	2	0,5326	3	2
POLCOLORIT	0,3211	12	0,7129	10	0,3161	11	11
POZBUD	0,5565	1	0,8138	3	0,5470	1	4
ROPCZYCE	0,3662	9	0,7534	6	0,3232	10	5
ROVESE	0,3624	10	0,6840	12	0,3544	8	13
SELENAFM	0,5544	2	0,8071	4	0,5347	2	8
SNIEZKA	0,5348	4	0,8198	1	0,5269	4	1
YAWAL	0,4670	5	0,7795	5	0,4414	5	6

Source: own studies

Based on the analysis of results of the individual rankings it can be concluded that the selection of the normalization procedure in the process of their construction affects the result of the acquired classification. In order to perform a detailed analysis of changes in the position of the surveyed companies, depending on the adopted formula of transformation of the criteria characteristics, the Spearman rank correlation coefficients were calculated between the assessments of companies designated with the TMAI measure and the expert method. The obtained values are presented in tables 6 and 7.

Table 6. Values of the Spearman rank correlation coefficients between the ranking results for 2013

Normalization formulas	standardization	Weber standardization	unitization with zero minimum	expert ranking
standardization	1	0,767	0,989	0,72
Weber standardization		1	0,749	0,58
unitization with zero minimum			1	0,684
expert ranking				1

Source: own studies

Table 7. Values of the Spearman rank correlation coefficients between the ranking results for 2014

Normalization procedure	standardization	Weber standardization	unitization with zero minimum	expert ranking
standardization	1	0,878	0,985	0,613
Weber standardization		1	0,842	0,735
unitization with zero minimum			1	0,569
expert ranking				1

Source: own studies

For 2013 and 2014 a very high convergence was obtained for the ranking, in the construction of which the normalization formulas were used: standardization and unitization with zero minimum. Moreover, in 2013, these two rankings indicated a quite high compliance with the expert ranking and identified three first companies in the classification in an almost identical manner with the expert. In the same year, the lowest coincidence with the expert list was obtained for the ordering using the Weber standardization.

In 2014, the state of compliance with the expert ranking was reversed. The classification obtained using the formula of the Weber standardization indicated the layout of companies closest to the expert ordering, distinguishing the three best companies in an almost identical manner. This can be explained by the occurrence of the profitability indicators and liquidity of the extreme values in the distributions, and the extreme asymmetry, in which case it is recommended to use the Weber formula.

Financial indicators are a group of specific variables, because they can be distorted by some one-time events, which are reflected in the financial statement, e.g., in the balance sheet drawn up for a specific day. Some indicators may take even astronomical values for a pretty good company, which after the balance day will be able to regulate its situation. Thus, if the comparative studies of the companies are conducted periodically, the in-depth analysis of the balance sheet items and the adjustment of the methodology of normalization for financial indicators should be recommended in the case of stating outliers, or extreme values.

Summary

It results from the conducted study that the use of different formulas of variable standardization can cause the modification of the results of multivariate object classification, which does not result from the change of the data structure. Modification of the methodology of the company ranking within the stage of bringing the financial indicators to their mutual comparability has contributed to the changes in ordering companies in the given year, which has not been related to the change in “quality” of their operations. Moreover, conducting analyses based on financial indicators, particular attention should be paid to the distribution of their values in the studied group and the occurrence of outliers and extreme values. If they have been stated, one should check whether the change of the standardization procedure from the classic standardization

(commonly used in the literature with the TMAI calculation) into the Weber standardization does not provide a more accurate classification.

References

- Bartosiewicz S., 1976. *Propozycja metody tworzenia zmiennych syntetycznych*. Prace AE we Wrocławiu nr 84.
- Borys T., 1978. *Metody normowania cech w statystycznych badaniach porównawczych*, Przegląd Statystyczny, (2), p. 227–239.
- Cieślak M., 1974. *Taksonomiczna procedura prognozowania rozwoju gospodarczego i określenia potrzeb na kadry kwalifikowane*. Przegląd Statystyczny (1).
- Chrzanowska M., Zielińska-Sitkiewicz M., 2014. *Zastosowanie wybranych mierników syntetycznych do klasyfikacji spółek deweloperskich notowanych na WGPW*, Folia Oeconomica 298, p. 99-113
- Dębkowska K., Jarocka M., 2013. *The impact of the methods of the data normalization on the result of linear ordering*, Acta Universitatis Lodzianis. Folia Oeconomica 286, p. 181-188
- Gatnar E., Walesiak M. (red.), 2004. *Metody statystycznej analizy wielowymiarowej w badaniach marketingowych*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. O. Langego, Wrocław.
- Grabiński T., 1992. *Metody aksionometrii*, Wydawnictwo AE, Kraków.
- Hellwig Z., 1968. *Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału krajów ze względu na poziom rozwoju oraz zasoby i strukturę wykwalifikowanych kadr*. Przegląd Statystyczny (4), p. 307- 327.
- Kukuła K., 1986. *Propozycja miary zgodności układów porządkowych*, „Zeszyty Naukowe AE”, Kraków.
- Kukuła K., 2000. *Metoda unitaryzacji zerowanej*, PWN, Warszawa.
- Lira J., Wagner W., Wysocki F., 2002. *Mediana w zagadnieniach porządkowania obiektów wielocechowych*, w: Paradyś J. (red.), *Statystyka regionalna w służbie samorządu lokalnego i biznesu*, Internetowa Oficyna Wydawnicza Centrum Statystyki Regionalnej, AE w Poznaniu.
- Nowak E., 1977. *Syntetyczne mierniki plonów w krajach europejskich*, Wiadomości Statystyczne, (10), p. 19–22.
- Nowak M., 1998. *Praktyczna ocena kondycji finansowej przedsiębiorstwa: metody i ograniczenia*, Fundacja Rozwoju Rachunkowości, Warszawa.
- Panek T., 2009. *Statystyczne metody wielowymiarowej analizy porównawczej*, SGH, Oficyna Wydawnicza, Warszawa.
- Pawełek B., 2008. *Metody normalizacji zmiennych w badaniach porównawczych złożonych zjawisk ekonomicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków.
- Strahl D., 1978. *Propozycja konstrukcji miary syntetycznej*. Przegląd Statystyczny (2).
- Tarczyński W., 2002. *Fundamentalny portfel papierów wartościowych*, PWE, Warszawa.
- Tarczyński W., Luniewska M., 2004. *Dywersyfikacja ryzyka na polskim rynku kapitałowym*, Placet, Warszawa.
- Tarczyński W., Luniewska M., 2006. *Metody wielowymiarowej analizy porównawczej na rynku kapitałowym*, PWN, Warszawa.
- Walesiak M., 2003. *Uogólniona miara odległości GDM jako syntetyczny miernik rozwoju w metodach porządkowania liniowego*, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Nr 988, Jajuga K., Walesiak M (red). *Taksonomia 10, Klasyfikacja i analiza danych – teoria i zastosowania*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, p.124-133.
- Walesiak M., 2004. *Problemy decyzyjne w procesie klasyfikacji zbioru obiektów*, Ekonometria (13), p. 55-59
- Walesiak M., 2014. *Przegląd formuł normalizacji wartości zmiennych oraz ich własności w statystycznej analizie wielowymiarowej*, Przegląd Statystyczny (4), p. 363–372.
- Zeliaś A., Malina A., 1997. *O budowie taksonomicznej miary jakości życia. Syntetyczna miara rozwoju jest narzędziem statystycznej analizy porównawczej*, Taksonomia no. 4.

Streszczenie

Jednym z etapów wielowymiarowej analizy porównawczej obiektów jest wybór procedury normalizacji zmiennych. W literaturze prezentowanych jest wiele metod transformacji normalizacyjnej. Wybór jednej z nich jest jednym z najważniejszych etapów badania, bowiem może mieć znaczny wpływ na wynik analizy.

W artykule wykorzystano i porównano trzy procedury normalizacji zmiennych przy budowie rankingów w oparciu o TMAI dla 15 spółek przemysłu materiałów budowlanych notowanych na

Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych dla lat 2013 i 2014. Przeprowadzone badania wskazują, że stosowanie różnych wzorców normalizacji zmiennych może powodować zmianę wyników klasyfikacji firm, która nie wynika ani ze zmiany struktury danych finansowych, ani z poprawy efektywności ich działania.

Słowa kluczowe: normalizacja zmiennych, taksonomiczne mierniki, TMAI, przemysł materiałów budowlanych

Informacja o autorze:

Dr Monika Zielińska-Sitkiewicz

Katedra Ekonometrii i Statystyki

Wydział Zastosowań Informatyki i Matematyki

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

e-mail: monika_zielinska_sitkiewicz@sggw.pl