

ISSN 2081-3430
eISSN 2544-0640

20/69

Zeszyty Naukowe
Szkoły Głównej
Gospodarstwa Wiejskiego
w Warszawie

Polityki Europejskie, Finanse i Marketing



nr 20 /69/ 2018

Wydawnictwo SGGW
Warszawa 2018

ZESZYTY NAUKOWE

**Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego
w Warszawie**

SCIENTIFIC JOURNALS

Warsaw University of Life Sciences – SGGW

**POLITYKI EUROPEJSKIE,
FINANSE i MARKETING**

NR 20 (69) 2018

**EUROPEAN POLICIES,
FINANCE AND MARKETING**

NO 20 (69) 2018

**Wydawnictwo SGGW
Warszawa 2018**

**Warsaw University of Life Sciences – SGGW Press
Warsaw 2018**

RADA PROGRAMOWA

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

Mieczysław Adamowicz – prof. dr hab. dr h.c., Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II
w Białej Podlaskiej

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	5
<i>Małgorzata Adamska</i>	
Czynniki motywacji personelu sprzedażowego w małych i średnich przedsiębiorstwach MOTIVATION FACTORS FOR SALES PERSONEL IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES	7
<i>Anna Augustyn, Justyna Anders-Morawska, Marta Hereźniak</i>	
Inteligentne zarządzanie dziedzictwem kulturowym w procesie budowania marek miast SMART APPROACH TO CULTURAL HERITAGE MANAGEMENT IN THE PROCES OF CITY BRANDING	20
<i>Marcin Chrzęścik</i>	
Kluczowe bariery komunikacyjne w zarządzaniu procesami produkcji reklam audiowizualnych w sektorze usług multimedia design KEY COMMUNICATION BARRIERS IN MANAGING THE PRODUCTION PROCESSES OF AUDIOVISUAL ADVERTISING IN THE MULTIMEDIA DESIGN SERVICES SECTOR ..	37
<i>Marek Dylewski, Beata Zofia Filipiak</i>	
Finansowanie zadań z zakresu likwidacji skutków katastrof naturalnych w jednostkach samorządu terytorialnego szczebla powiatowego FINANCING OF TASKS RELATED TO THE ELIMINATION OF CONSEQUENCES OF NATURAL DISASTERS IN THE UNITS OF LOCAL GOVERNMENT AT THE POWIAT LEVEL	48
<i>Mariusz Grębowiec</i>	
Rola współczesnych innowacji sektora owoców i warzyw w procesie postrzegania i podejmowania decyzji nabywczych przez konsumentów THE ROLE MODERN INNOVATIONS IN THE FRUIT AND VEGETABLE SECTOR I THE PROCESS OF PERCEIVING AND PURCHASING DECISUIONS BY CONSUMERS	60
<i>Anna Jakubczak</i>	
Strategie greenwashing w wybranych sieciach handlowych w Polsce GREENWASHING STRATEGIES IN SELECTED RETAIL CHAINS IN POLAND	72
<i>Agata Marcysiak, Adam Marcysiak</i>	
Zarządzanie majątkiem jednostek gospodarczych o różnym potencjale ekonomicznym MANAGEMENT OF ECONOMIC ASSETS WITH VARIOUS ECONOMIC POTENTIAL	83
<i>Paulina Matracka, Aleksandra Wicka</i>	
Znaczenie sposobu ustalania sumy ubezpieczenia w procesie zarządzania ryzykiem poprzez ubezpieczenie (studium przypadku) THE IMPORTANCE OF THE METHOD OF DETERMINING THE SUM INSURED IN THE PROCESS OF RISK MANAGEMENT THROUGH INSURANCE (case study)	98
<i>Anna Mazurkiewicz-Pizło , Wojciech Pizło</i>	
Tajemniczy klient jako metoda badawcza – wybrane problemy MYSTERY SHOPPING AS THE RESEARCH METHOD – SELECTED PROBLEMS	112

Anna Milewska

Centra usług wspólnych jako podmiot racjonalizujący koszty w organizacji – skala i zakres działania w Polsce

SHARED SERVICES CENTER AS AN ENTITY RATIONALIZING COSTS
IN THE ORGANIZATION – SCALE AND SCOPE OF ACTION IN POLAND 127

Kamila Musiał, Wiesław Musiał

Mimikra jako przykład decepcji w przyrodzie a przejawy oszustwa w ekonomii – wybrane problemy

MIMICRY AS AN EXAMPLE OF DECEPTION IN NATURE AND EXPRESSIONS
OF FRAUD IN ECONOMY 136

Agnieszka Parlińska, Kinga Jeziorska

Rozwój rynku gwarancji ubezpieczeniowych w Polsce

DEVELOPMENT OF THE GUARANTEE INSURANCE MARKET IN POLAND 150

Monika Pawłowska, Artur Stefański

Analiza wpływu rolników jako grupy kredytobiorców na rentowność i bezpieczeństwo banków spółdzielczych w Polsce w latach 2012-2017

THE ANALYSIS OF THE INFLUENCE FARMERS, AS DEBTORS, HAVE
ON THE PROFITABILITY AND SOLVENCY OF COOPERATIVE BANKS
IN POLAND BETWEEN 2012-2017 163

Małgorzata Raczkowska, Kinga Gruziel

Ubóstwo i wykluczenie społeczne w Unii Europejskiej w relacji miasto-wieś

POVERTY AND SOCIAL EXCLUSION IN THE EUROPEAN UNION IN URBAN-RURAL
RELATIONS 172

Tomasz Rokicki

Rynek ubezpieczeniowy w krajach UE

INSURANCE MARKET EU COUNTRIES 186

Elżbieta Roszko-Wójtowicz, Maria M. Grzelak

Wielowymiarowe ujęcie zróżnicowania poziomu jakości życia w województwach w Polsce

A MULTIVARIATE APPROACH TO THE DIFFERENTIATION IN THE LEVEL
OF QUALITY OF LIFE IN POLAND'S VOIVODSHIPS 197

Joanna Średzińska

Zróżnicowanie poziomu dochodów rolników w gospodarstwach z różnych klas wielkości ekonomicznej w krajach Unii Europejskiej

DIVERSIFICATION OF THE LEVEL OF FARMERS' INCOME IN FARMS OF DIFFERENT
ECONOMIC SIZE CLASSES IN THE EUROPEAN UNION COUNTRIES 215

Monika Wakula

SIZE DIVERSITY SHAPING FINANCIAL CONDITION OF RURAL COMMUNES

OF SIEDLCE SUBREGION 224

Natalia Wasilewska, Tetiana Kaminska

PRECONDITIONS OF LAND RELATIONS DEVELOPMENT: ECONOMIC,

LEGAL AND INSTITUTIONAL 234

Barbara Wieliczko, Michał Soliwoda, Jacek Kulawik

Inżynieria finansowa i instrumenty finansowe a problemy budżetowe UE

FINANCIAL ENGINEERING AND FINANCIAL INSTRUMENTS VS. EU
BUDGET PROBLEMS 245

Lista Recenzentów (nr 19 i 20)

prof. Marek Cisek
prof. Anda Gheorghiu
dr hab. Monika Krawiec
dr hab. Ryszard Kata
dr hab. Wiesława Lizińska
dr hab. Marta Maciejasz-Świątkiewicz, prof. UO
dr Agata Marcysiak
dr Monika Niedziółka
prof. Henryk Runowski
dr inż. Łukasz Satoła
dr hab. Katarzyna Szalonka prof. nadzw. UW
dr Beata Domańska-Szaruga
dr Anna Świrska
dr hab. Janusz Toruński, prof. nadzw.
Dr Monika Wakula
dr Wioletta Wereda
dr hab. Ludwik Wicki, prof. SGGW
dr Marzena Wójcik-Augustyniak
dr inż. Joanna Wyrwisz

Małgorzata Adamska
Politechnika Opolska

Czynniki motywacji personelu sprzedażowego w małych i średnich przedsiębiorstwach¹

MOTIVATION FACTORS FOR SALES PERSONEL IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

W artykule zaprezentowane i omówione zostały czynniki motywacji personelu sprzedażowego. Podstawowa teza artykułu skoncentrowana została na omówieniu instrumentów wykorzystanych przez kadrę menadżerską do konstruowania systemu motywacji.

Celem artykułu jest identyfikacja instrumentów motywacji stosowanych w przedsiębiorstwach z uwzględnieniem kryterium wielkości oraz segmentu rynku i rodzaju klientów. Zidentyfikowane zależności mogą mieć istotny wpływ na przyszły kształt i charakter tworzonych systemów motywacyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem roli personelu sprzedażowego, działającego w bezpośrednim kontakcie z klientami.

W autorskich badaniach, dotyczących zarządzania relacjami z klientem, przeprowadzonych metodą CATI wśród małych i średnich przedsiębiorstw w województwie opolskim, podjęte zostały m.in. zagadnienia związane z funkcjonowaniem personelu sprzedażowego odpowiedzialnego za współpracę z kapitałem klientów w tych przedsiębiorstwach.

Na podstawie wyników przeprowadzonej kwerendy literaturowej, doświadczeń płynących ze współpracy z przedsiębiorstwami regionu oraz autorskich badań dot. zarządzania relacjami z kapitałem klienckim w sektorze MŚP, opracowane zostały rekomendacje dotyczące działań mających na celu kreowanie zaangażowania personelu sprzedażowego.

Słowa kluczowe: kapitał kliencki, personel sprzedażowy, motywacja, system motywacji.

Wprowadzenie

W ostatnich latach rozwoju gospodarczo-technologicznego wymuszona została konieczność przeprojektowania dotychczas funkcjonującej architektury komunikacji marketingowej z rynkiem. Usprawnienie procesów komunikacyjnych ze swoim otoczeniem biznesowym z wykorzystaniem technologii mobilnych stało się celem strategicznym wielu organizacji. Stało się tak z uwagi na przewidywany korzystny wpływ na ich efektywność i sprawność gospodarczą, posiadany potencjał konkurencyjności i udziały w rynku oraz na wzrost innowacyjności stosowanych rozwiązań i proponowanych produktów czy usług. Wśród wielu korzyści, odnaleźć jednak można i aspekt o wydźwięku negatywnym, jakim jest odhumanizowanie relacji z kapitałem klienckim, wynikające przyjętej strategii „wirtualnej” komunikacji. Należy zadać sobie pytanie: czy współcześni klienci akceptują taki stan rzeczy i relacje

¹ Praca powstała w wyniku realizacji projektu badawczego o nr DEC-2017/01/X/NS4/01606 finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki

bezpośrednie z personelem sprzedażowym stają się dla nich drugoplanowe? Nowoczesne społeczeństwo informatyczne w pełni, choć być może nie do końca świadomie, zaakceptowało postępującą informatyzację kolejnych sfer życia. Jej ekspansja początkowo w sferach życia zawodowego, szybko przeniosła się na sfery życia prywatnego, przyczyniając się do systematycznej wirtualizacji przestrzeni życiowej. Stopniowo doprowadzając również do istotnych zmian w dotychczasowych zachowaniach społecznych. Znalazło to także odzwierciedlenie w zmianie zachowań konsumenckich, które dostosowały się do nowych uwarunkowań rynku.

Z drugiej strony: jak do podejmowania nowych wyzwań w zakresie obsługi i budowania relacji z kapitałem klienckim, podchodzi personel sprzedażowy i jakie czynniki motywujące są wobec niego stosowane? W tym kontekście, pracowników należy traktować jako klientów wewnętrznych a proces dostosowywania zasad motywacji i satysfakcji do ich potrzeb ma na celu poprawę efektywności organizacji ².

Motywacja personelu sprzedażowego

Kreowanie motywacji pracowników zależne jest w głównej mierze od osoby zarządzającej – menedżera sprzedaży, który powinien posiadać wiedzę, w jaki sposób zachęcić swoich współpracowników do określonych, oczekiwanych zachowań względem klientów. Wpływa to na kształtowanie motywacji pracowniczej, poprzez rozpoznanie i dobór instrumentów zarządzania w oparciu o np. indywidualne oczekiwania pracowników, możliwości kadrowe, misję, wizję i cele strategiczne przedsiębiorstwa. W przypadku personelu sprzedażowego system motywacji, wyposażony w różnorodne narzędzia, będzie wywierał bezpośredni wpływ na wzrost wartość przedsiębiorstwa, zarówno w ujęciu ekonomicznym, jak i jakościowym. Kadra zarządzająca decyduje na swój sposób o wykorzystaniu potencjału pracownika (jego wiedzy, doświadczenia, umiejętności, talentów) na potrzeby organizacji ³, wpływając bezpośrednio na poziom zaangażowania i zadowolenia z pracy. Zaangażowanie pracowników jest pozytywną siłą, która motywuje i łączy pracownika z ich organizacją, zarówno emocjonalnie, poznawczo, jak i fizycznie ⁴. W tradycyjnym podejściu do kierowania ludźmi, motywowanie traktuje się również jako sposób przydatny do instruowania ludzi, jak powinni wykonywać powierzone im obowiązki ⁵.

Motywacja jest to skłonność do podjęcia określonego zachowania, jako ukierunkowanie na pewne działania w życiu codziennym w celu zaspokojenia potrzeb, uświadomionych w większym lub mniejszym stopniu przez jednostkę. Nerozerwalność motywacji ze sferą potrzeb człowieka jest ważnym elementem konstruowania definicji naukowej opisywanego zjawiska. W literaturze podkreśla się, że mianem potrzeby,

² De Juana-Espinosa S., Rakowska A.: *Public sector motivational practices and their effect on job satisfaction: country differences*. European Journal of Management and Business Economics, 2018, <https://doi.org/10.1108/EJMBE-02-2018-0027> (online 04.06.2018)

³ Janowska Z.: *Zarządzanie zasobami ludzkimi – wyzwanie XXI wieku*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2001, s. 114

⁴ Al Mehrzi N., Kumar Singh, S.: *Competing through employee engagement: a proposed Framework*. International Journal of Productivity and Performance Management, Vol. 65 Issue: 6, 2016, p.831, <https://doi.org/10.1108/IJPPM-02-2016-0037> (online 04.06.2018)

⁵ Kozłowski W.: *Motywowanie pracowników w organizacji*. Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa, 2017, ss. 21-22

będącej podstawowym motywem zachowania konsumpcyjnego, należy z kolei scharakteryzować fizjologiczny lub psychologiczny brak, poczucie napięcia, wywołujące swoisty dyskomfort oraz dążenie jednostki do usunięcia tego stanu braku i napięcia⁶. Skutkiem realizacji potrzeby jest zachowanie, które służy wzmocnieniu reakcji człowieka na określone bodźce. Innymi słowy, motywacja wynika z ukształtowania się w psychice człowieka motywów do zaspokojenia pewnych potrzeb⁷.

Motywy kierujące człowiekiem, można odnieść do czterech popularnych wskaźników miejsca pracy, do których zalicza się: zaangażowanie, satysfakcja, lojalność oraz zamiar odejścia. Zaangażowanie znajduje wyraz w energii, wysiłku oraz inicjatywie pracowników wnoszona do pracy. Satysfakcja odzwierciedla stopień, w jakim odczuwają oni, że pracodawca zaspokaja ich oczekiwania w pracy. Lojalność ujmuje wkład pracownika budowanie zbiorowości i środowiska pracy oraz przynależności do grupy. Zamiar odejścia jest istotnym wskaźnikiem oceny przyczyn rotacji pracowników⁸. Zgodzić się należy z Pencem, iż motywacja to swoisty mechanizm psychologiczny, który aktywuje i ukierunkowuje zachowanie człowieka skierowane na osiągnięcie wyznaczonego celu, decydując o codziennej gotowości do pracy⁹.

Motywacja pracowników powinna być stymulowana poziomem zadowolenia z pracy, uznawanego za pozytywny stan emocjonalny wynikający z postrzegania swojej pracy jako umożliwiającej wypełnienie ważnych wartości zawodowych, pod warunkiem, że wartości te są zgodne z potrzebami fizycznymi i psychicznymi¹⁰. Organizacja jako całość musi wyraźnie liczyć się z czterema podstawowymi impulsami emocjonalnymi: dążeniem do posiadania (pracownicy porównują siebie między sobą i generują swoje oczekiwania np. względem wynagrodzenia), dążeniem do przynależności (duma z bycia częścią zespołu i rozczerowanie w przypadku niewłaściwego traktowania), dążeniem do zrozumienia (praca stanowiąca wyzwanie i dająca możliwość rozwoju i doskonalenia umiejętności jest czynnikiem motywującym pozytywnie) i dążeniem do obrony (opory względem zmian wprowadzanych w organizacji i konieczność wyjścia poza bezpieczną strefę komfortu)¹¹.

Poprzez procesy motywowania kształtowana jest wizja rozwoju zasobów ludzkich, a jednocześnie podporządkowanie pracowników przyjętym zasadom i zachęcanie do większego wysiłku (intelektualnego i fizycznego) w pracy. Motywowanie w organizacji oznacza oddziaływanie na pracowników zorientowane na kreowanie wyższej efektywności pracy oraz kształtowanie takich postaw i zachowań, na których zależy pracodawcy i osobom zarządzającym w jego imieniu¹².

⁶ Kozłowska A.: *Potrzeby jako system klasyfikacji modeli perswazyjnych - raport badawczy*. Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa, 2014, s. 4

⁷ Walecka A. (2012). *Podstawy motywowania pracowników*. [w]: A. Zakrzewska-Bielawska (red.), *Podstawy zarządzania*. Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa, 2012, s. 325

⁸ Nohria N., Groysberg B., Lee L-E.: *Employee Motivation. A Powerful New Model*. Harvard Business Review, July-August 2008, <https://pdfs.semanticscholar.org/b345/cfa480b2c5ae4dabac23aa1be839559d7a36.pdf> (online 05.06.2018)

⁹ Penc J.: *Motywowanie w zarządzaniu*. Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków, 2000, s. 137

¹⁰ De Juana-Espinosa S., Rakowska A.: *Public sector motivational practices...* op.cit.

¹¹ Nohria N., Groysberg B., Lee L-E.: *Employee Motivation...* op.cit.

¹² Oleksyn T.: *Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacji*. Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa, 2016, 297-298

Teorie motywacji zostały szczegółowo omówione w literaturze przedmiotu^{13, 14, 15, 16, 17}. Wśród funkcjonujących podziałów motywacji wyróżnia się m.in. podział na motywację: wewnętrzną i zewnętrzną oraz podział na motywację: materialną oraz pozamaterialną. System motywowania stanowi określony układ akceptowanych przez pracowników zasad polityki płacowej i personalnej oraz reguł i procedur przyznawania pracownikom świadczeń za wykonywaną pracę¹⁸. Istotą skutecznego systemu motywacyjnego jest taki dobór oddziaływań motywacyjnych, aby możliwe było zarówno wzmacnianie celów organizacyjnych realizowanych w obszarze pracy i rozwoju poszczególnych pracowników, ale również osiąganie przez nich satysfakcji.

Bodźce i motywatory personelu sprzedażowego

We współczesnych systemach motywacji wyróżnia się narzędzia motywowania, stanowiące zbiór różnorodnych „metod, procedur, zasad i sposobów postępowania oraz rozwiązań organizacyjnych, które w odpowiedni sposób powinny rozwiązywać problemy motywowania”¹⁹.

Proces skutecznej motywacji pracowników zależy w głównej mierze od specyfiki bodźców motywujących oraz programu wzmocnienia motywacji²⁰, bowiem to one warunkują postawy i podejmowaną aktywność zawodową. Przegląd instrumentów/bodźców motywowania materialnego i pozamaterialnego przedstawiony został w tabeli 1. Kluczowym jest spojrzenie na bodźce z dwóch perspektyw: ze strony pracownika następuje zaspokojenie własnych potrzeb i oczekiwań związanych z wyznawanym systemem wartości, zaś ze strony organizacji bodźce służą pobudzaniu pracowników do aktywności zawodowej, która wspierać będzie realizację jej celów.

¹³ Armstrong M.: *Zarządzanie zasobami ludzkimi*. Oficyna Ekonomiczna, Kraków, 2005.

¹⁴ Griffin R. W.: *Podstawy zarządzania organizacjami*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2009.

¹⁵ Sekuła Z.: *Motywowanie do pracy. Teorie i instrumenty*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2008.

¹⁶ Koziół L., Piechnik-Kurdiel A., Kopeć J.: *Zarządzanie zasobami ludzkimi w firmie. Teoria i praktyka*. Biblioteczka Pracownicza, Warszawa, 2006.

¹⁷ Penc J.: *Motywowanie w zarządzaniu...* op.cit.

¹⁸ Koziół L., Piechnik-Kurdiel A., Kopeć J.: *Zarządzanie zasobami ludzkimi...* op. cit. ss. 220-221

¹⁹ Sekuła Z.: *Motywowanie do pracy...* op. cit., s. 176

²⁰ Griffin R. W.: *Podstawy zarządzania organizacjami...* op. cit., s. 58

Tabela 1. Instrumenty motywowania materialnego i pozamaterialnego

RODZAJ INSTRUMENTÓW MOTYWOWANIA	
MATERIALNE – płacowe i pozapłacowe	POZAMATERIALNE
Wysokość wynagrodzenia	Jasne kryteria awansu zawodowego
Mechanizm premiowania	Zrozumiała dla personelu struktura w firmie
Samochód służbowy	Skuteczny system komunikacji wewnętrznej
Świadczenia w naturze (deputaty)	Przyjazna atmosfera w pracy
Dofinansowanie nauki dla dzieci	Przyjazne relacje z innymi pracownikami
Komputer albo telefon służbowy	Częste okazywanie przez przełożonych aprobaty i uznania dla działań pracownika
Programy emerytalne	Możliwość pracy w elastycznych godzinach
Karnety wstępu na basen, na siłownię, kregielnie, itp.	Stworzenie oczekiwanych warunków pracy opartych na zaufaniu i szacunku
Bilety do instytucji kultury	Prestż organizacji
Akcje i udziały w firmie	Wyjazdy integracyjne
Towary firmy sprzedawane po preferencyjnych cenach	Dopuszczenie do podejmowania decyzji (partycypacja pracownicza)
Ubezpieczenia grupowe dla personelu	Stabilność zatrudnienia i bezpieczeństwo pracy
Przyznawanie nagród rzeczowych w formie stałej lub okazjonalnej	Wysyłanie na szkolenia zawodowe i kursy specjalistyczne

Źródło: opracowanie na podstawie: A. Adamik, M. Nowicki, *Metody i narzędzia motywowania personelu*, [w:] *Podstawy zarządzania*, red. A. Zakrzewska-Bielawska, WKP, Warszawa 2012, s. 373-386

Zaproponowany przegląd instrumentów motywowania wskazuje również na dwa główne źródła ich pochodzenia: strategia motywowania wsparta możliwościami finansowymi oraz kultura organizacyjna i przyjęty styl zarządzania. Wśród wyróżnionych instrumentów motywowania, jako najistotniejszy wskazać należy system nagradzania pracowników bazujący na wynagrodzeniu, stanowiący formalne i nieformalne mechanizmy, z wykorzystaniem, których następuje identyfikacja i ewaluacja oraz nagradzanie za osiągnięte w pracy wyniki. Wpływa on na postawy, zachowania i motywację do pracy²¹. Płaca stanowi czynnik wiodący w procesie wyboru pracodawcy oraz z czasem staje się czynnikiem do pracy przywiązującym²².

²¹ Griffin R. W.: *Podstawy zarządzania organizacjami...* op. cit., s. 543

²² Armstrong M.: *Zarządzanie zasobami ludzkimi* op. cit., s. 221

Motywowanie personelu sprzedażowego z wykorzystaniem wybranych bodźców materialnych - wyniki badań regionalnych

Charakterystyka badania i próby badawczej

Prezentowane zagadnienia wybrane zostały z badania „Zarządzania relacjami z kapitałem klienckim w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw województwa opolskiego. Identyfikacja stymulatorów wzrostu wartości klienta”, finansowanego przez Narodowe Centrum Nauki w ramach grantu naukowego w konkursie Miniatura²³.

Celem badania było poznanie podejścia przedsiębiorców do procesów zarządzania wartością klienta, m.in. poprzez:

- zebranie informacji nt. roli i znaczenia klienta w rozwoju organizacji,
- zebranie informacji nt. ilość, intensywność, jakość i komplementarność narzędzi współpracy z kapitałem klienckim,
- zebranie informacji nt. sposób gromadzenia danych z rynku i zdolność do przetwarzania wiedzy w innowacje.

Kwestionariusz ankiety został zaprojektowany z myślą, zarówno o MŚP działających w sektorze B2B jak i B2C. W badaniu wskazano, iż istotne cechy jednostki mające wpływ na otrzymane wyniki to:

- wielkość przedsiębiorstwa,
- sektor rynku (B2B/B2C),
- segment klientów.

Badanie realizowane było z wykorzystaniem metody CATI (ang. Computer Assisted Telephone Interview), której silną stroną jest z całą pewnością realizacja badania poprzez stały monitoring przebiegu badania i reakcji respondentów – personalizacja kontaktów, weryfikacja uzyskanych danych na bieżąco, przygotowanie danych do analizy poprzez zastosowanie elektronicznego kwestionariusza ankiety.

Badana populacja wyniosła 100 295²⁴, wymagana liczba respondentów to 383, w podziale na samo zatrudnienie, mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa. Poziom ufności w badaniu: 95%. Błąd maksymalny: 5%.

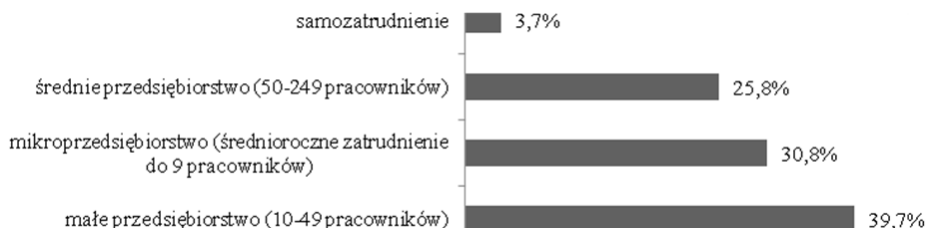
Zaproponowany został rozkład proporcjonalny względem liczby podmiotów w każdym z powiatów woj. opolskiego, zaś na poziomie województwa wprowadzony został dobór celowy, z proporcjonalnym podziałem po 1/3 liczby podmiotów z każdej z 3 wyróżnionych grup. W przypadku najliczniejszej w województwie opolskim grupie podmiotów - mikroprzedsiębiorstw - zaproponowano by podzielić ją na jednoosobowe podmioty gospodarcze i pozostałe, z założeniem, iż samo zatrudnienie będzie stanowić nie więcej niż 50% w grupie mikro przedsiębiorstw. Umożliwiło to określenie progów minimalnych dający gwarancję pozyskania danych w reprezentatywnych grupach, jednocześnie dając pewną elastyczność w doborze próby. Udział w badaniu wg wielkości przedsiębiorstw obrazuje wykres 1.

Biorąc pod uwagę branżę firm wg sekcji PKD, których przedstawiciele uczestniczyli w badaniu zauważyć można, że największy odsetek respondentów reprezentował sekcję C –

²³ NCN: Narodowe Centrum Nauki. Dokumentacja konkursowa Miniatura 1.
www.ncn.gov.pl/ogloszenia/konkursy/miniatura1 (online 15.06.2018)

²⁴ www.stat.gov.pl Bank danych lokalnych stan na 31.12.2016 – zgodnie z danymi przygotowanymi we wniosku konkursowym.

przetwórstwo (21,9%). W dalszej kolejności, pod względem liczebności, znaleźli się przedstawiciele firm działających w sekcji B – handel hurtowy i detaliczny, naprawa samochodów, z wyłączeniem motocykli (16,2%), S – pozostała działalność usługowa (11,7%), F – budownictwo (11,5%), A – rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo (8,9%) oraz M - działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (7,0%). Pozostałe kategorie PKD reprezentowane były przez mniej niż 4% podmiotów każda.



Wykres 1. Charakterystyka próby badawczej – wielkość podmiotu

Źródło: opracowanie własne

Blisko 90% respondentów wskazało posiadanie ugruntowanej pozycji na rynku, wynikającej z doświadczenia w prowadzeniu działalności gospodarczej: 67,4% powyżej 15 lat; 11,2% - 11-15 lat i 11,5% to powyżej 6 lat. Podział przedsiębiorstw ze względu na rynek, na jakim operują prezentuje wykres 2.



Wykres 2. Charakterystyka próby badawczej – rodzaj obsługiwanego rynku

Źródło: opracowanie własne

Motywowanie personelu sprzedażowego z wykorzystaniem wybranych bodźców materialnych

Istotnym kryterium badania był segment rynku w jakim działają przedsiębiorcy:

- 66,8% zadeklarowało, iż działają zarówno na rynku B2B jak i B2C,
- w grupie przedsiębiorstw aktywnych wyłącznie na rynku B2B znalazło się 24,3%,
- współpracę z rynkiem B2C wskazało 8,9% respondentów.

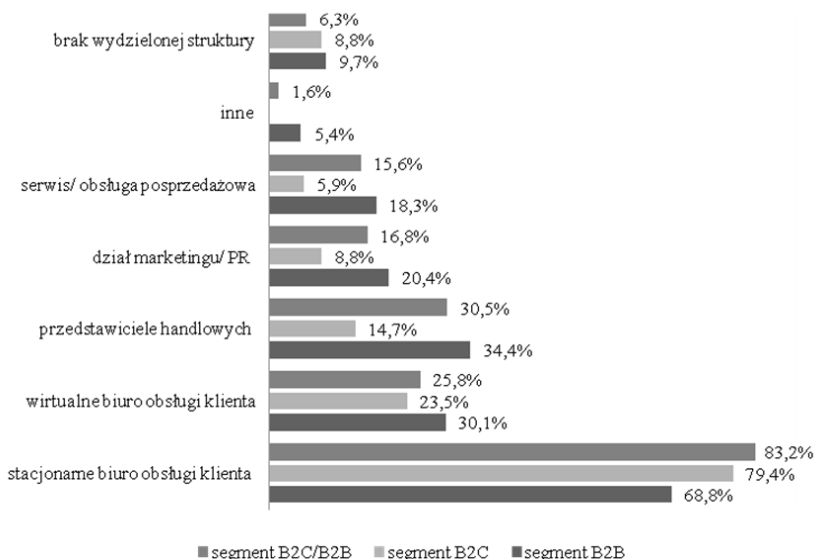
Wśród wielu pytań badawczych dotyczących kapitału klienckiego, jednym z porządkujących wiedzę o respondentach, było pytanie o grupy klienckie w podziale na częstotliwość podejmowania kontaktów z firmą (Wykres 3).



Wykres 3. Podział przedsiębiorstw ze względu na grupy klientów

Źródło: opracowanie własne

W kontekście realizowanej obsługi klienta pojawiły się dwa pytania badawcze. Pierwsze z nich dotyczyło nastawienia struktury organizacyjnej na doskonalenie zarządzania relacji z klientem. W tym przypadku ankietowani mogli wskazać dowolną liczbę odpowiedzi. Zdecydowanie najczęściej uczestnicy badania podawali, że jest to stacjonarne biuro obsługi klienta (79,4%). Z mniejszą częstotliwością wskazywani byli przedstawiciele handlowi (30,0%) i wirtualne biuro obsługi klienta (26,6%), a także dział marketingu/PR (17,0%) oraz serwis/obsługa posprzedażowa (15,4%). Na brak wydzielonej struktury w zakresie współpracy z klientami wskazało 7,3% ankietowanych. Prezentacja wyników na pytanie: w jaki sposób współpraca z klientami znajduje swoje miejsce w strukturze organizacyjnej reprezentowanego przedsiębiorstwa, przygotowana została w podziale na obsługiwane segmenty rynku (Wykres 4).

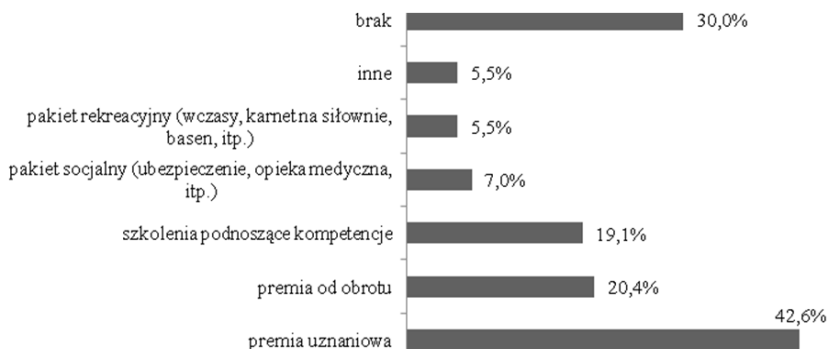


Wykres 4. Organizacja obsługi klienta w podziale na obsługiwane segmenty rynku

Źródło: opracowanie własne

Również w korelacji do obsługiwanych rynków, bez względu na geograficzny obszar działalności respondenci najczęściej wskazywali na stacjonarne biura obsługi klienta. Jednakże znacząco większy był udział przedstawicieli handlowych (44,4%) oraz działu marketingu/PR (33,3%) i wirtualnego biura obsługi klienta (33,3%). Uzyskane wyniki wskazują na wyodrębnienie, w sposób sformalizowany, w strukturach organizacyjnych personelu sprzedażowego odpowiedzialnego za budowanie relacji z klientami.

Respondenci zostali również poproszeni o wskazanie, w jaki sposób wynagradzają pracę personelu sprzedażowego. W ujęciu ogólnym, przedstawionym na wykresie 5, najczęściej wskazywane przez respondentów były premie: uznaniowa (42,6%) i od obrotu (20,4%), co stanowi potwierdzenie tezy, iż systemy nagradzania pracowników bazujące na wynagrodzeniu są najczęściej i najchętniej stosowanymi systemami motywacji. Jednocześnie 30,0% badanych przyznało, że w reprezentowanych przez nich organizacjach brak jest jakiegokolwiek sposobu nagradzania efektów pracy osób współpracujących z klientami. Oznacza to, iż samo wynagrodzenie, w rozumieniu kadry zarządzającej, jest wystarczającym bodźcem do właściwej realizacji powierzonych działań.

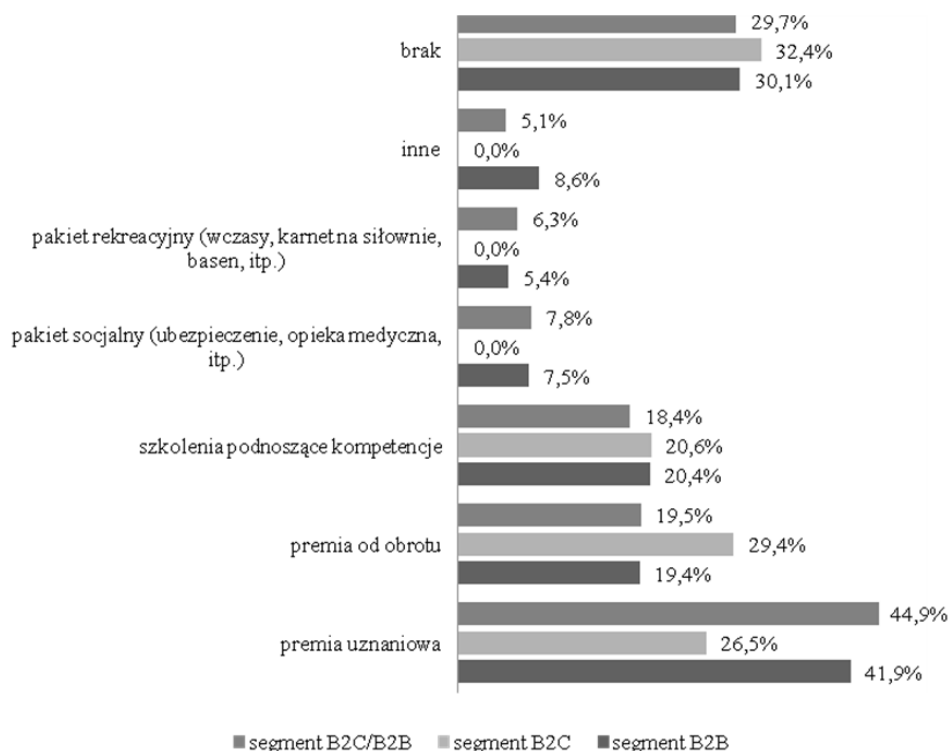


Wykres 5. Instrumenty motywowania w badanych przedsiębiorstwach

Źródło: opracowanie własne

Również 5,5% badanych wskazało na inne sposoby nagradzania efektów pracy z klientami. Wymienione tu zostały: dodatek za opiekę nad klientem; nagrody pieniężne; pochwały; premie kontraktowe; premie kwartalne; premia punktacja wśród pracowników; premie wypracowane; promocje cenowe; prowizje; wycieczki; uznanie przełożonego.

Prezentacja wyników na pytanie: w jaki sposób wynagradzana jest praca personelu sprzedażowego, również przygotowana została w podziale na obsługiwane segmenty rynku (Wykres 6). Ujawniło to znaczące różnice w podejściu do nagradzania personelu sprzedażowego, w sektorze B2C niestosowane są pozapłacowe czynniki nagradzania, takie jak pakiety rekreacyjne, pakiet socjalny i inne. Duże znaczenie, blisko 10 punktów procentowych więcej ma za to premia od obrotu.



Wykres 6. Instrumenty motywowania w badanych przedsiębiorstwach w podziale na segmenty rynku

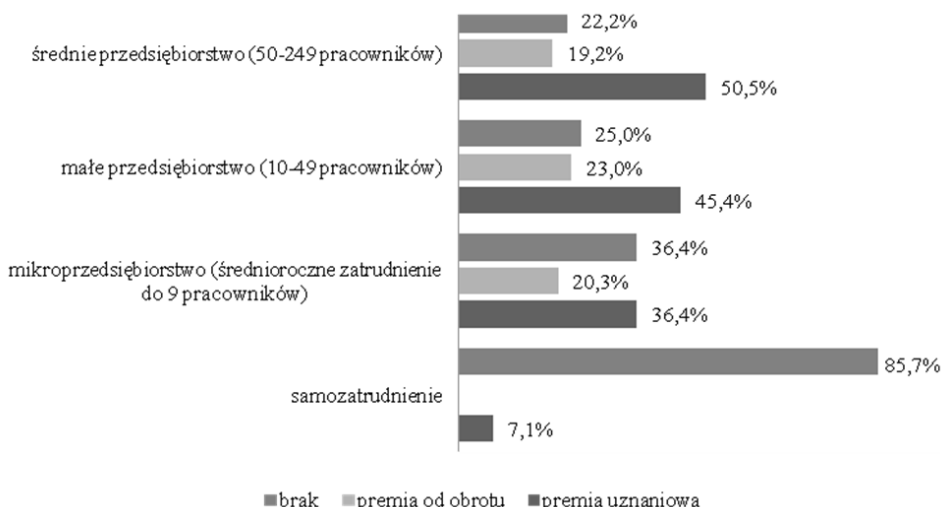
Źródło: opracowanie własne

Na wykresie 7 przedstawione zostały instrumenty płacowe w podziale na wielkość podmiotu gospodarczego. Co nie dziwi ze względu na specyfikę prowadzonej działalności, w przypadku samozatrudnienia, blisko 86% wskazało na brak stosowania jakichkolwiek instrumentów motywowania. Osoby pracujące na własny rachunek nie mają potrzeby wprowadzania dodatkowych bodźców motywacyjnych – wystarczającym jest odpowiedzialność za wyniki oraz motywacja wewnętrzna skupiająca się na dążeniu do sukcesu. W odniesieniu do przedsiębiorstw posiadających kilku pracowników, można uznać, że wykorzystanie płacowych bodźców motywacyjnych należy do standardowych narzędzi w praktykowanym systemie motywacji personelu sprzedażowego. Najchętniej stosowane są premie uznaniowe, stanowiące element systemu uznaniowych podwyżek płacy, w którym pracownicy otrzymują premie, których wysokość jest zróżnicowana w zależności od efektów pracy²⁵.

Armstrong wskazał na konkretne zalety i wady stosowania nagradzania uzależnionego od efektów: jasne i zrozumiałe dla wszystkich zasady nagradzania, motywacja do efektywniejszej pracy, jednolite traktowanie wszystkich pracowników,

²⁵ Griffin R. W.: *Podstawy zarządzania organizacjami...* op. cit., ss. 544-545

ustalony formalnie system bazujący na przyjętych schematach. Wśród wad wymienia m.in.: wygórowane kryteria oceny niemożliwe do spełnienia, wsparcie negatywnej konkurencji pomiędzy pracownikami, rozwój podejścia ilościowego z niekorzystnym wpływem na jakość obsługi, traktowanie wszystkich pracowników wg jednego kryterium, z chwilą gdy postawy i zachowania są kwestią indywidualną, itd.²⁶.



Wykres 7. Wybrane instrumenty motywowania w badanych przedsiębiorstwach w podziale wielkość podmiotu

Źródło: opracowanie własne

Kluczowym wydaje się być tutaj system weryfikacji i oceny osiągniętych rezultatów. W przypadku personelu sprzedażowego efekty pracy, osiągnięte z wykorzystaniem właściwych bodźców motywacyjnych są możliwe do oceny poprzez pomiar wskaźnikowy takich m.in. wartości jak: zysk na jednego pracownika, liczba klientów na jednego pracownika, liczba nowych klientów, wskaźnik retencji klientów, liczba stałych klientów, ranking klientów, wahania wartości sprzedaży, liczba i wartość zamówień, liczba zadowolonych klientów, liczba powracających klientów. Właściwie zaprojektowany, będzie długofalowo sprzyjał utrzymaniu jak również poprawie osiągnięć pracowników.

Podsumowanie

Problematyka motywacji jest niezwykle złożona i doczekała się prób wyjaśnienia na gruncie odmiennych teorii motywacji. Motywacja to zjawisko rozpatrywane zarówno w badaniach nad treścią, procesem, jak i wzmocnieniami ludzkiej psychiki oraz zachowań. Z pojęciem motywacji nierozzerwalnie wiąże się z motywowanie jako zewnętrzny wobec pracownika proces organizowany przez kadrę menedżerską

²⁶ Armstrong M.: *Zarządzanie zasobami ludzkimi* op. cit., s. 619

przedsiębiorstwa. Rolą kadry zarządzającej jest posiadanie wiedzy o tym, w jaki sposób i w jakim stopniu stosowane motywatory wywierają wpływ na postawy, zachowania i motywację. Realizacja procesu motywacji wymaga stosowania katalogu różnorodnych instrumentów, czyli narzędzi zachęcania i skłaniania ludzi do pracy. Menedżerowie dysponują tutaj środkami przymusu, zachęty i perswazji. Mogą wykorzystywać motywatory finansowe oraz pozafinansowe, w tym nakłaniać do pracy przy pomocy instrumentów materialnych oraz pozamaterialnych.

Wyniki badań przeprowadzonych w MŚP wskazały, iż przedsiębiorstwa posiadają systemy motywacyjne, w ramach których do najczęściej stosowanych należą instrumenty motywacji płacowej (premia uznaniowa, premia od obrotu). Częściowo stosowane są również bodźce pozapłacowe w postaci pakietów socjalnych i rekreacyjnych. Oznacza to, że jako najczęściej stosowane w motywacji są systemy nagradzania, których skuteczność zależy do tego, w jakim stopniu gwarantują zapewnienie potrzeb koniecznych pracowników oraz w jaki jest ich realny wpływ na postawy u zachowania.

Doświadczenie pokazuje, iż bodźce materialne wymagają uzupełnienia motywatorami niematerialnymi – tylko taka kompilacja narzędzi motywacji może skutkować osiągnięciem celów na każdym z poziomów organizacji. Sektor MŚP powinien zatem uwzględniać w procesie doboru instrumentów motywowania, również te zaspokajające potrzeby wyższego rzędu (Tabela 1) oraz mocniej akcentować podejście indywidualne do pracownika.

Bibliografia

- Adamik A., Nowicki, M.: *Metody i narzędzia motywowania personelu*. [w]: A. Zakrzewska-Bielawska (red.), Podstawy zarządzania. Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa, 2012.
- Al Mehrzi N., Kumar Singh, S.: Competing through employee engagement: a proposed Framework. *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 65 Issue: 6, 2016 pp.831-843, <https://doi.org/10.1108/IJPPM-02-2016-0037> (online 04.06.2018)
- Armstrong M.: *Zarządzanie zasobami ludzkimi*. Oficyna Ekonomiczna, Kraków, 2005.
- De Juana-Espinosa S., Rakowska A.: Public sector motivational practices and their effect on job satisfaction: country differences. *European Journal of Management and Business Economics*, 2018, <https://doi.org/10.1108/EJMBE-02-2018-0027> (online 04.06.2018)
- Griffin R. W.: *Podstawy zarządzania organizacjami*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2009.
- GUS: www.stat.gov.pl, Bank danych lokalnych stan na 31.12.2016.
- Janowska Z.: *Zarządzanie zasobami ludzkimi – wyzwanie XXI wieku*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2001.
- Kozioł L., Piechnik-Kurdziel A., Kopeć J.: *Zarządzanie zasobami ludzkimi w firmie*. Teoria i praktyka. Biblioteczka Pracownicza, Warszawa, 2006.
- Kozłowska A.: *Potrzeby jako system klasyfikacji modeli perswazyjnych - raport badawczy*. Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa, 2014.
- Kozłowski W.: *Motywowanie pracowników w organizacji*. Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa, 2017.
- NCN: Narodowe Centrum Nauki. Dokumentacja konkursowa Miniatura 1. www.ncn.gov.pl/ogloszenia/konkursy/miniatura1 (online 15.06.2018)
- Nohria N., Groysberg B., Lee L-E.: *Employee Motivation. A Powerful New Model*. Harvard Business Review, July-August 2008,

<https://pdfs.semanticscholar.org/b345/cfa480b2c5ae4dabac23aa1be839559d7a36.pdf> (online 05.06.2018)

Penc J.: *Motywowanie w zarządzaniu*. Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków, 2000.

Sekuła Z.: *Motywowanie do pracy. Teorie i instrumenty*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2008.

Walecka A. (2012). *Podstawy motywowania pracowników*. [w]: A. Zakrzewska-Bielawska (red.), *Podstawy zarządzania*. Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa, 2012.

Oleksyn T.: *Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacji*. Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa, 2016

Summary

The article presents and discusses the motivations of sales staff. The basic thesis of the article was focused on discussing the instruments used by the managerial staff to construct the motivation system.

The purpose of the article is to identify motivation instruments used in enterprises, taking into account the size criterion as well as market segments and the type of clients. Identified dependencies may have a significant impact on the future shape and nature of the motivation systems, developed with particular emphasis on the role of sales staff operating in direct contact with customers.

In the author's research on customer relationship management carried out among small and medium-sized enterprises in the Opolskie voivodship, issues related to the operation of sales staff responsible for cooperation with clients' capital in these enterprises were also undertaken.

Based on the results of a literature query, experience from cooperation with regional enterprises and original research on managing customer-relationship relations in the SME sector, recommendations have been developed regarding activities aimed at creating involvement of sales staff.

Keywords: client capital, sales staff, motivation, motivation system.

Informacja o autorze:

Dr inż. Małgorzata Adamska

Politechnika Opolska

Wydział Ekonomii i Zarządzania

Katedra Organizacji i Zarządzania Przedsiębiorstwem

e-mail: m.adamska@po.opole.pl

ORCID: 0000-0001-5227-3519

Praca powstała w wyniku realizacji projektu badawczego o nr DEC-2017/01/X/NS4/01606 finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki

Anna Augustyn
Uniwersytet w Białymstoku

Justyna Anders-Morawska
Uniwersytet Łódzki

Marta Hereźniak
Uniwersytet Łódzki

Inteligentne zarządzanie dziedzictwem kulturowym w procesie budowania marek miast

SMART APPROACH TO CULTURAL HERITAGE MANAGEMENT IN THE PROCES OF CITY BRANDING

Cel: *Celem artykułu jest analiza zmian w podejściu do zarządzania dziedzictwem kulturowym w procesie budowania marek miast przy zastosowaniu elementów koncepcji miasta inteligentnego. Ewolucja paradygmatu zarządzania dziedzictwem od ochrony, poprzez konserwację po planowanie wymaga od decydentów przyjęcia proaktywnej postawy wobec użytkowników miasta w procesach współdecydowania o definiowaniu i wykorzystywaniu lokalnego dziedzictwa. Wykorzystanie inteligentnych narzędzi w komunikowaniu się z użytkownikami, tworzeniu zasobów, czy dystrybucji dóbr kultury służy usprawnieniu procesów tworzenia marek miast opartych o kulturę.*

Metody: *Wchodząc od paradygmatu planowania dziedzictwa, jako modelowego ujęcia nowoczesnej polityki kulturalnej, przeanalizowano dane wtórne dotyczące praktyk wybranych miast z zakresu zarządzania kulturą, które wpisują się w koncepcję smart city. Dokonano przeglądu dobrych praktyk w zakresie inteligentnego zarządzania dziedzictwem kulturowym pochodzących z miast zrzeszonych w sieci miast kreatywnych UNESCO, które z dziedzictwa kulturowego uczyniły idee przewodnią swoich marek. Na tym tle zaprezentowano dyskusję na temat aktualnych uwarunkowań budowania marki miasta, traktując dziedzictwo kulturowe jako jeden z jej najważniejszych komponentów.*

Wyniki: *W opracowaniu zidentyfikowano metody i narzędzia bazujące na nowych technologiach, które są najbardziej użyteczne w obszarze zarządzania dziedzictwem kulturowym jako komponentem marki miasta. Wskazano na kluczowe znaczenie nowych technologii w brandingu miast w obszarze kultury, jako narzędzi, które pozwalają na najpełniejszą realizację idei partycypacji obywatelskiej i koprodukcji (integracja wymiarów smart living i smart people w polityce kulturalnej miast inteligentnych).*

Słowa kluczowe: zarządzanie dziedzictwem kulturowym, smart city, marka miasta

Wstęp

Przedmiotem analizy w niniejszym artykule jest problematyka zarządzania dziedzictwem kulturowym traktowanym jako proces strategiczny wpisujący się w

całokształt działań na rzecz budowania marki miasta. Przyjmując za punkt wyjścia trzy paradygmaty planowania dziedzictwa według G. Ashwortha, tj. paradygmat konserwacji, ochrony i zarządzania dziedzictwem, w artykule podjęto próbę umiejscowienia tego procesu w kontekście budowania wizerunku i reputacji miast. Autorki zauważają, że paradygmat zarządzania dziedzictwem z jego cechami dystynktywnymi, takimi jak orientacja na bieżące wykorzystanie elementów dziedzictwa kulturowego czy też koncentracja na użytkowniku oraz „współtworzenie” przez niego elementów dziedzictwa, dobrze wpisują się w zarówno w najnowsze tendencje w praktyce budowania marek miast.

Rozważania teoretyczne w obszarze budowania marek terytorialnych koncentrują się wokół takich kategorii jak partycypacja, zaangażowanie czy koprodukcja. W warstwie teoretycznej nastąpiła więc istotna zmiana podejścia do budowania marek terytorialnych, w ramach którego podkreśla się rolę zaangażowania różnorodnych interesariuszy oraz uznaje, że marka miasta jest współwłasnością wszystkich zaangażowanych aktorów. Aby skutecznie zarządzać dziedzictwem, władze lokalne winny podjąć współpracę z szeregiem interesariuszy oraz współtworzyć sieci składające się z przedstawicieli podmiotów publicznych, prywatnych i non-profit. Celem takich sieci powinna być identyfikacja, waloryzacja, utrzymanie i promocja materialnych i niematerialnych zasobów miasta.

Z uwagi na postępujący rozwój technologiczny, budowanie marki miasta zorientowanego na kulturę ma miejsce zarówno w sferze rzeczywistej jak i wirtualnej. Stąd ważne i uzasadnione staje się przyjęcie takiego podejścia teoretycznego (a w konsekwencji praktycznego), które pozwala łączyć zarządzanie dziedzictwem z zastosowaniem inteligentnych narzędzi cyfrowych do budowania marek terytorialnych. Demokratyczny potencjał Internetu i technologii cyfrowych stopniowo umożliwia bowiem bardziej otwarte i oddolne tworzenie i rozwój marek terytorialnych, co legitymizuje ten proces w oczach kluczowych interesariuszy. W kontekście planowania dziedzictwa, przyjęcie takiego podejścia oznacza zarządzanie strumieniami danych i stosowanie interaktywnych narzędzi do wzbogacania doświadczenia użytkownika przy jednoczesnym zachowaniu cennych zasobów kulturowych.

Paradygmaty zarządzania dziedzictwem

Rozważania nad istotą pojęcia dziedzictwa kulturowego koncentrują się wokół dwóch podstawowych problemów. Pierwszym jest określenie, czym są dobra kultury, zaś drugim ustalenie, na jakich zasadach dane dobro kultury staje się częścią dziedzictwa. Dobrem kultury ujmowanym szeroko może być wytwór człowieka, chociaż także wytwór natury posiadający wartości duchowe.¹ To szerokie ujęcie obejmuje zarówno materialne, jak i niematerialne wytwory działalności kreatywnej człowieka, funkcjonujące również w sferze symbolicznej np. wyrażającej się nadawaniem szczególnego znaczenia elementom środowiska naturalnego.² Proces uzgadniania, co staje się częścią dziedzictwa kulturowego jest procesem społecznym, w którym wciąż na

¹ E. Małachowicz: *Konserwacja i rewitalizacja architektury w środowisku kulturowym*, Wrocław 2007.

² M. Vecco: *A definition of cultural heritage: From the tangible to the intangible*, „Journal of Cultural Heritage”, Volume 11, Issue 3, July–September 2010, <https://doi.org/10.1016/j.culher.2010.01.006>, [data dostępu: 16.04.2018].

nowo uzgadnia się, które dobra kultury z racji swojej wartości podlegają ochronie i przekazywaniu kolejnym pokoleniom. W tym znaczeniu dziedzictwo kulturowe jest konstruktem społecznym, budowanym na fundamencie uzgodnionego systemu wartości. Dane dobro kultury może mieć dla społeczeństwa wartość emocjonalną i poznawczą³, ale też finansową, funkcjonalną, czy symboliczną⁴.

Z perspektywy władz miejskich dobra kultury, które stają się elementem dziedzictwa zaczynają być przedmiotem polityki miejskiej, przy czym wieloaspektowość dziedzictwa sprawia, że problemy zarządzania nim nie zamykają się jedynie w polityce kulturalnej, ale przenikają do innych obszarów: polityki gospodarczej, komunalnej, mieszkaniowej, transportowej, społecznej, czy edukacyjnej. Wyodrębnianie nie tylko pojedynczych obiektów, jako zasobów dziedzictwa lokalnego, ale też całych kwartałów, czy części dzielnic sprawia, że planowanie urbanistyczne z uwzględnieniem dziedzictwa staje się też częścią lokalnej polityki rewitalizacji. Akceptacja istnienia takiej sieci relacji w systemie polityk miejskich jest warunkiem przejścia od paradygmatów ochrony i konserwacji do paradygmatu planowania dziedzictwa⁵. Dwa pierwsze paradygmaty za swój cel stawiają zachowanie wybranych dóbr kultury dla przyszłych pokoleń przy jak najmniejszej ingerencji w ich tkankę, przy czym paradygmat ochrony jest pod względem nieingerowania bardziej restrykcyjny. Paradygmat planowania oddaje symbolicznie zasób dziedzictwa użytkownikom, ponieważ jego realizacja wymaga od decydentów zastosowania marketingowego podejścia do zarządzania dziedzictwem. W tym ujęciu powinny więc być realizowane aspekty dotyczące zarządzania miastem, marketingu miasta i współrządzenia (ang. *governance*). Tabela 1. prezentuje obszary rozbieżności między wskazanymi paradygmatami.

Tabela 1. Różnice między paradygmatami zarządzania dziedzictwem

	Paradygmat		
Przedmiot	Ochrona	Konserwacja	Planowanie
Cel	Obiekt Zachowanie	Obszar Ponowne użytkowanie po adaptacji do innej funkcji	Produkt miejski
Uzasadnienie	Wartość	Wartość/ponowne użytkowanie	Komodyfikacja
Czas	Przeszłość	Przeszłość/teraźniejszość	Teraźniejszość
Kryteria	Wewnętrzne	Ochrona w danym celu	Użytkowanie jako czynnik determinujący
Przeszłość	Rzeczywista	Przekazana	Odniesienie do przeszłości jako tworzywo
Punkt odniesienia	Obiekt chroniony	Kompromis między ekspertami ds. ochrony a decydentami politycznymi	teraźniejszości
Zmiana	Niezmiennność	Do adaptacji	Potrzeby użytkownika
Podmioty	Eksperci	Decydenci	Do adaptacji na rzecz tworzenia nowej wartości dla użytkownika
			Użytkownicy

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Ashworth, 2015).

³ G. Ashworth: *Planowanie dziedzictwa*, Międzynarodowe Centrum Kultury Kraków, Kraków 2015.

⁴ J. Carman: *Against Cultural Property: archaeology, ownership and heritage*. London: Duckworth 2005.

⁵ G. Ashworth: *Planowanie dziedzictwa*, Międzynarodowe Centrum Kultury Kraków, Kraków 2015.

Proaktywna postawa wobec zasobów dziedzictwa miasta oznacza, że władze lokalne podejmują decyzję aby twórczo przekształcać przeszłość na rzecz jej współczesnej konsumpcji. Oznacza to też, że zasoby dziedzictwa mogą być tworzone w relacji z użytkownikiem (współprodukcja dzieła przez widownię, interaktywność przestrzeni, w których obcuje się z dziedzictwem). Zakłada się więc, że zasoby podlegają rozwojowi w teraźniejszości, a nie jedynie konserwacji. Kryteria selekcji zasobów do zbioru dziedzictwa są negocjowalne z użytkownikami – następuje demokratyzacja i subiektywizacja procesu zarządzania dziedzictwem i zmniejszenie roli ekspertów. Zwiększenie liczby interesariuszy w procesie zarządzania dziedzictwem kulturowym sprawia, że staje się ono ważnym tematem strategii zarządzania miastem.

G. Ashworth⁶ proponuje na bazie tych założeń typologię miast w zależności od tego, czy są one zorientowane na przeszłość, ochronę i konserwację, czy na planowanie dziedzictwa. Te pierwsze nazywa miastami historycznymi, te drugie – miastami dziedzictwa. Miasta historyczne małej i średniej wielkości stają się muzeami na otwartym powietrzu, podczas, gdy większe stosują podejście wybiórczej ochrony i rekonstrukcji. Miasta wielofunkcyjne, których tkanka historyczna nie dominuje wizerunkowo często wydzielają funkcjonalnie turystyczne miasto historyczne od nowoczesnego centrum komercyjnego lub w przypadku metropolii tworzą tzw. wyspy dziedzictwa.

Można przyjąć, że miasta funkcjonujące w ramach sieci miast kreatywnych UNESCO realizują w praktyce założenia paradygmatu planowania dziedzictwa w wybranym przez siebie obszarze: rzemiosła i sztuki ludowej, wzornictwa, filmu, gastronomii, literatury, muzyki, czy mediów. Obecny podział na obszary tematyczne nie wyczerpuje wszystkich kategorii dóbr kultury, pozwala jednak na obserwację praktyk zarządzania dziedzictwem o danej tematyce, zarówno materialnym, jak i niematerialnym. Obecnie sieć zrzesza 180 członków z 72 państw. Zadaniem sieci jest wspieranie miast członkowskich w promowaniu kultury lokalnej jako tworzywa miasta zrównoważonego. UNESCO uznając wagę kultury dla realizacji Agendy dla Zrównoważonego Rozwoju 2030 wskazuje, że liczne inicjatywy na rzecz zrównoważonego rozwoju realizowane są na szczeblu miejskim. Obok sieci miast kreatywnych w strukturach UNESCO funkcjonują też: Sieć Miast Światowego Dziedzictwa, czy Międzynarodowa Koalicja na rzecz Włączających i Zrównoważonych Miast. Inicjatywy realizowane w ramach wspomnianych sieci wymagają przyjęcia optyki miasta inteligentnego (ang. *smart city*), zwłaszcza w wymiarach *smart living* i *smart people*.

Cele, wpisujące się w koncepcję miasta inteligentnego, które mają realizować miasta kreatywne sieci UNESCO to:

- stymulowanie inicjatyw na rzecz uczynienia z kreatywności istotnego czynnika rozwoju poprzez zawiązywanie partnerstw międzysektorowych,
- wspieranie procesów tworzenia, produkcji i upowszechniania idei, usług i produktów związanych z kulturą,
- tworzenie ośrodków i centrów kreatywności i innowacyjności, które poszerzają pole możliwości dla twórców i osób związanych zawodowo z sektorem kreatywnym,

⁶ *Ibidem*.

- poprawa dostępności do kultury zwłaszcza wśród grup defaworyzowanych,
- integracja zarządzania kulturą i procesami kreatywnymi ze strategią rozwoju miasta.⁷

W dalszej części artykułu zostaną scharakteryzowane szczegółowo narzędzia, które mogą zostać wykorzystane dla inteligentnego zarządzania dziedzictwem kulturowym, jako komponentem marki miejsca.

Dziedzictwo kulturowe jako komponent marki miejsca

W kontekście przytoczonych powyżej paradygmatów zarządzania dziedzictwem kulturowym, należy odnieść się do jego miejsca i znaczenia w procesie budowania marek miejskich. W literaturze przedmiotu od dawna panuje pogląd, że kultura oraz jej wytwory materialne i niematerialne stanowią jeden z najważniejszych i najczęściej wykorzystywanych wektorów marek miejsc.⁸ Ikoniczne budynki, postacie, wydarzenia, wzornictwo i inne wytwory kultury zawsze były uznawane za istotne nośniki tożsamości, a później także marki miasta. Dzieje się tak z co najmniej dwóch powodów.

Po pierwsze, koncepcja marki miast (i innych jednostek terytorialnych) jest silnie związana z pojęciem tożsamości lokalnej.⁹ Tożsamość określonej zbiorowości jest zbudowana między innymi na fundamencie wspólnej przeszłości i pamięci o niej.¹⁰ Przeszłość ta, rozmaicie przekształcana i interpretowana tworzy dziedzictwo kulturowe, które jest wykorzystywane do realizacji wielu współczesnych celów¹¹, takich jak np. budowanie poczucie wspólnoty, przynależności i dumy wśród członków zbiorowości.

Po drugie, kreatywny charakter dziedzictwa kulturowego sprawia, że jest ono doskonałym narzędziem, za pomocą którego miejsca mogą artykułować i wzmacniać taki zestaw skojarzeń, jaki uznają za najbardziej atrakcyjny i pożądany przez interesariuszy.¹²

Analizując miejsce i rolę dziedzictwa kulturowego w budowaniu marek miast, warto zauważyć, że sama koncepcja brandingu miast i marki miejskiej przeszła w ostatnich latach istotną ewolucję, co ma istotne implikacje także dla procesu zarządzania dziedzictwem. Pierwotne rozumienie pojęcia marki miasta z perspektywy promocyjnej oraz traktowanie jej przede wszystkim jako narzędzia komunikacji z turystami i inwestorami zewnętrznymi ustąpiły miejsca bardziej złożonemu i holistycznemu rozumieniu procesu budowania marki i zarządzania nią. W tabeli 2. przedstawiono istotę tradycyjnego i współczesnego podejścia do brandingu miast w ujęciu porównawczym.

⁷ UNESCO, *Creative Cities Network Mission Statement, 2014*, https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Mission_Statement_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf [data dostępu: 3.04.2018].

⁸ H. Fan: *Branding a place through its historical and cultural heritage: The branding project of Tofu Village in China*, Place Branding and Public Diplomacy, November 2014, Volume 10, Issue 4.

⁹ M. Kavaratzis, M.J. Hatch: *The dynamics of place brands: an identity-based approach to place branding theory*, Marketing Theory, 13(1) 2013.

¹⁰ L.A., Hague, *Identity and place: a critical comparison of three identity theories*, Architectural Science Review 1, 2007.

¹¹ G. Ashworth, P.J. Larkham (red.): *Building a new heritage: tourism, culture and Identity in the New Europe*, London 1994.

¹² G. Ashworth, M. Kavaratzis: *Why brand the future with the past?. The roles of heritage in the construction and promotion of place brand reputations* [w:] Go F., Govers R., (red.), *International Place Branding Yearbook: managing Reputational Risk*, Londyn 2011.

Tabela 2. Tradycyjne i współczesne podejście do budowanie marki miasta

Budowanie marki miasta Perspektywa teoretyczna Sposób rozumienia marki	Ujęcie tradycyjne Marketingowa	Ujęcie współczesne Interdyscyplinarna
Cele budowania marki	Narzędzie promocji, wizerunek zewnętrzny Poprawa wizerunku zewnętrznego, przyciągnięcie turystów, inwestorów.	Polityka publiczna, spoiwo społeczności lokalnej, reputacja „wewnętrzna” i „zewnętrzna” Poprawa jakości życia mieszkańców, podniesienie poziomu identyfikacji z miejscem, aktywizacja społeczności lokalnej, budowanie wspólnoty, poprawa wizerunku zewnętrznego, przyciągnięcie turystów, inwestorów
Kierunek działań Adresaci działań	Na zewnątrz Turyści, inwestorzy, zewnętrzna opinia publiczna	Na zewnątrz i do wewnątrz Turyści, inwestorzy, zewnętrzna opinia publiczna, mieszkańcy i inni interesariusze wewnętrzni
Specyfika procesu brandingu Właściciel marki	Odgórny (top-down) Władze lokalne	Oddolny (bottom-up), partycypacyjny Liczni interesariusze wewnętrzni: mieszkańcy, lokalne firmy, media, instytucje etc.

Źródło: opracowanie własne.

Jak wynika z powyższego zestawienia, w wymiarze teoretycznym, marki miejskie uznaje się za konstrukty nie ograniczone jedynie do sfery marketingu, lecz mające swoje korzenie w innych dyscyplinach, takich jak zarządzanie publiczne, socjologia, geografia humanistyczna, planowanie przestrzenne i inne.¹³ Uznanie złożoności i interdyscyplinarności tego pojęcia pociąga za sobą liczne konsekwencje także w wymiarze praktycznym. Rozumienie marki jako konstruktu silnie zakorzenionego w tożsamości miasta, będącego współwłasnością społeczności lokalnej czyni z jej budowania jedną z polityk publicznych¹⁴, co z kolei determinuje zakres i charakter jej strategii oraz wyznacza nowe sposoby realizacji celów strategicznych marki.

Rozważania teoretyczne oraz realne działania w obszarze budowania marek terytorialnych koncentrują się w związku z omówionymi wyżej zmianami, wokół takich kategorii jak partycypacja czy koprodukcja, które to pojęcia zastąpiły odgórne, nieuwzględniające celów interesariuszy wewnętrznych budowanie marki.¹⁵ Podkreśla się zatem rolę zaangażowania różnorodnych interesariuszy oraz uznaje, że marka miasta jest współwłasnością wszystkich zaangażowanych aktorów¹⁶, dopuszczając jednocześnie

¹³ M. Hereźniak: *Place branding and citizen involvement – participatory approach to building and managing city brands*, International Studies Interdisciplinary Political And Cultural Journal, Vol. 19, No. 1/2017.

¹⁴ J. Eshuis, E. Braun, E.-H. Klijn: *Place Marketing as Governance Strategy: An Assessment of Obstacles in Place Marketing and Their Effects on Attracting Target Groups*, Public Administration Review, Volume 73, Issue 3, 2013; J. Eshuis, A. Edwards: *Branding the City: The Democratic Legitimacy of a New Mode of Governance*, Urban Studies, 50(5), 2013.

¹⁵ E.M. Jersand: *Inclusive Place Branding. What it is and how to progress towards it*, University of Göteborg, School of Business Economics and Law, 2016.

¹⁶ G. Hankinson: *Relational Network Brands: Towards a Conceptual Model of Place Brands*, Journal of Vacation Marketing, 10(2), 2004, ss.109-21; H. E. Sevin: *Understanding cities through city brands. City branding as a social and semantic network*, Cities, 38, 2014.

występowanie różnych interpretacji marki i jej różnych wizerunków.¹⁷ Wynika to ze specyfiki procesu zarówno budowania marki, jak i zarządzania dziedzictwem, w których użytkownik/konsument nie jest biernym odbiorcą, ale współtwórcą, uprawnionym do własnych przekonań i interpretacji.¹⁸

Zasadnicza zmiana podejścia do budowania marki miasta polega także na tym, że perspektywa klienta zewnętrznego, któremu tradycyjnie poświęca się najwięcej uwagi w strategiach marek miast coraz częściej jest uzupełniana przez perspektywę klienta wewnętrznego (mieszkańca miasta), którego cele, potrzeby i aspiracje z reguły znacząco odbiegają od potrzeb turystów czy inwestorów.¹⁹ Wyznacznikiem pozycji marki nie są już więc tylko wskaźniki napływu turystów czy inwestorów, lecz także poziom zadowolenia mieszkańców oraz poziom ich zaangażowania w sprawę miasta.

Zatem, należy uznać, że zarówno zarządzanie dziedzictwem kulturowym, jak i budowanie marki miasta są procesami wymagającymi pogodzenia często sprzecznych celów. Jednym z nich jest konieczność jednoczesnego promowania elementów dziedzictwa na zewnątrz, poprzez odwoływanie się do jego uniwersalnej wartości, z drugiej zaś wzmacniania regionalizmów na potrzeby społeczności lokalnej. Innym, jest konieczność podkreślania różnorodności kulturowej na potrzeby rynków zewnętrznych przy jednoczesnym wspieraniu spójności społecznej od wewnątrz. Kolejnym wyzwaniem jest zrównoważenie celów kulturalnych osób z zewnątrz (poprzez tworzenie kulturalnych produktów eksportowych) oraz związanych z kulturą celów i potrzeb mieszkańców miasta.²⁰ W skali międzynarodowej, coraz więcej miast będących silnymi markami terytorialnymi, działa według filozofii „zwrócenia miasta mieszkańcom” poprzez równoważenie interesów interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych. Władze takich miast podejmują próby realizacji tego postulatu na przykład poprzez tworzenie ram prawnych i instytucjonalnych zapobiegających nadmiernej eksploatacji przestrzeni publicznej i dziedzictwa kulturowego przez turystów lub też przez precyzyjne tworzenie oferty kulturalnej, skierowanej do świadomych odbiorców, którzy z poszanowaniem odnoszą się do przestrzeni i specyfiki kulturowej miasta.

Zjawiskiem, którego nie sposób pominąć w kontekście budowania marki miasta przez zarządzanie dziedzictwem kulturowym jest rewolucja technologiczna, która w znacznym stopniu umożliwiła wcielenie w życie nowych założeń brandingu miejskiego, przedstawionych w niniejszym opracowaniu. Rozwój web 2.0, treści generowanych przez użytkownika (UGC) i technologii mobilnych umożliwił bardziej otwarte i oddolne budowanie i zarządzanie markami miejskimi.

¹⁷ B. Merrilees, D. Miller, C. Herington: *Multiple stakeholders and multiple city meanings*, European Journal of Marketing, 2012, Vol. 46(7–8).

¹⁸ G. Ashworth, M. Kavaratzis: *Why brand the future with the past?. The roles of heritage in the construction and promotion of place brand reputations* [w:] Go F., Govers R., (red.), *International Place Branding Yearbook: managing Reputational Risk*, Londyn 2011; E. Braun, M. Kavaratzis, S. Zenker: *My city – my brand: the different roles of residents in place branding*, Journal of Place Management and Development, 6 (1), 2013.

¹⁹ A. Insch, M. Florek: *Place Satisfaction of City Residents: Findings and Implications for City Branding* [w:] Ashworth G. J., Kavaratzis M. (red.), *Towards Effective Place Brand Management: Branding European Cities and Regions*, 2010.

²⁰ G. Ashworth, M. Kavaratzis: *Why brand the future with the past?. The roles of heritage in the construction and promotion of place brand reputations* [w:] Go F., Govers R., (red.), *International Place Branding Yearbook: managing Reputational Risk*, Londyn 2011.

Jak zauważa M. Castels²¹, nowe media, z uwagi na swoją dostępność, globalny obieg treści oraz interaktywność, są narzędziami o niezwykle demokratycznym potencjale. Jeśli potencjał ten zostanie w pełni wykorzystany, ma szansę nieodwracalnie zmienić sposób w jaki miasta zarządzają swoimi markami, swoim dziedzictwem kulturowym, a zatem także to w jaki sposób zaspokajają potrzeby swoich interesariuszy.

Zarządzanie w kulturze w świetle koncepcji smart city

Idea *smart city* to idea miasta inteligentnego, w którym żyje się łatwiej, lepiej, taniej i przyjemniej. Oznacza miasto efektywnie zarządzane, w którym władze współpracują z mieszkańcami mającymi możliwości realizowania swoich indywidualnych, lokalnych celów. Nie odnosi się to tylko do kwestii rozwiązań technicznych, ale także do nowego stylu zarządzania, planowania, a także w jakimś sensie stylu życia mieszkańców miasta. *Smart city* to umiejętne łączenie tradycyjnej infrastruktury z nowoczesną technologią, co pozwala na zrównoważony rozwój miast.²² Jedną z bardziej holistycznych definicji, zaproponowaną w literaturze przedmiotu, definiuje *smart city*, jako miasto które osiąga zrównoważony wzrost gospodarczy oraz wysoką jakość życia przy wykorzystaniu inwestycji w kapitał ludzki i społeczny, połączony z mądrym gospodarowaniem zasobami naturalnymi z wykorzystaniem zasad współzrzedzenia.²³

Główny motor rozwoju inteligentnych miast stanowi rozwój przemysłów zaawansowanych technologii oraz przemysłów kreatywnych, mających potencjał tworzenia dobrobytu i miejsc pracy, poprzez produkcję i eksploatację własności intelektualnej, jak również związanej z nimi kultury i przedsiębiorczości. Taki kierunek rozwoju wymaga koncentracji wykwalifikowanych, kreatywnych pracowników oraz wykształconych mieszkańców umiających tworzyć i wykorzystywać zdobycze technologiczne, jak również wiąże się z koniecznością działań urbanistycznych polegających na rozbudowie infrastruktury miasta, szczególnie komunikacyjnej, zapewnieniu różnorodności usługowej, poprawie przestrzeni miejskiej i stworzeniu wysokiej jakości warunków życia.²⁴

Odnosi się to również do sektora kultury, w którym to wraz z rozwojem świata wirtualnego oraz postępem nowych technologii coraz częstsze stają się przedsięwzięcia mające na celu usprawnienie jego funkcjonowania oraz poprawa sprawności zarządzania. Koncepcja *smart city* zakłada bowiem, że największe korzyści można osiągnąć dzięki zintegrowanemu rozwojowi wszystkich systemów społeczno-gospodarczych tj. gospodarki (ang. *smart economy*), mobilności (ang. *smart mobility*), zarządzania publicznego (ang. *smart governance*), ludzi i ich wykształcenia (ang. *smart people*), sposobu życia (ang. *smart living*) oraz środowiska przyrodniczego (ang. *smart*

²¹ M. Castells: *Spoleczeństwo sieci*, PWN, Warszawa 2011.

²² A. Augustyn: *Smart Cities – kierunek rozwoju miast XXI w. w świetle polityki spójności UE* [w:] Dziechciarz T., Krawczyk-Sawicka A. (red.), *Miasta Polski na początku XXI wieku. Demografia-Współpraca- Samorząd*, Katolicki Uniwersytet Lubelski, Stalowa Wola 2013.

²³ H. Schaffers, N. Komninos, M. Pallot, B. Trousse, M. Nillsson, A. Oliveira: *Smart Cities and the Future Internet: Towards Cooperation Frameworks for Open Innovation*, <https://www-sop.inria.fr/teams//axis/pages/bestpaper/FIA2011t.pdf>, [data dostępu: 03.04.2018].

²⁴ A. Augustyn: *Smart Cities – kierunek rozwoju miast XXI w. w świetle polityki spójności UE*, op. cit.

environment), tzw. sześciu filarów koncepcji *smart city*.²⁵ W inteligentnym mieście nie ma miejsca na nieprzemyślane działania, za to szybko i skutecznie reaguje się na nowe wyzwania. Takie miasto jest efektywnie zarządzane, a jego władze współpracują z mieszkańcami, którzy mają możliwość realizowania swoich indywidualnych, lokalnych celów.

Analizując zagadnienie zarządzania w sferze kultury i ochrony dziedzictwa kulturowego w kontekście koncepcji *smart city*, należałoby się odnieść do dwóch jego filarów tj. ludzi (ang. *smart people*) oraz sposobu życia w miastach (ang. *smart living*).

Smart people rozumiane jest nie tylko jako rozwój wysokiej jakości kapitału ludzkiego, ale również jako rozwój kapitału społecznego, poprzez wspieranie dialogu społeczno-gospodarczego, partycypację społeczną oraz wykorzystanie potencjału kulturowego i kreatywnego oraz rozwój infrastruktury kultury. To właśnie szczególnie dziedzictwo kulturowe, funkcjonujące w niezwykle dynamicznie zmieniającym się środowisku, wymaga ciągłej troski i nieustannego zaangażowania na wszystkich poziomach organizacji demokratycznego społeczeństwa – od władzy centralnej do obywatela. Skuteczność działań w tym zakresie zależy w dużej mierze od właściwego rozpoznania sytuacji, określenia kierunku i jasnego zdefiniowania celów. Te natomiast, jeśli mają prowadzić do świadomie ukierunkowanego gospodarowania zasobami dziedzictwa wymagają stworzenia systemu współpracy i ciągłego dostosowywania do zmieniających się warunków wewnętrznych i zewnętrznych. Można stwierdzić, iż odpowiedzialne zarządzanie dziedzictwem kulturowym to swego rodzaju sprawdzian umiejętności włączania w działania na rzecz jego ochrony i racjonalnego wykorzystania różnych osób, organizacji czy instytucji oraz wykorzystywania własnych i cudzych doświadczeń z wielu dziedzin funkcjonowania współczesnej gospodarki i społeczeństwa.²⁶

Jednym z przykładów innowacyjnego zaangażowania mieszkańców w rozwój lokalnej kultury są *crowdfunding* oraz *crowdsourcing*. Crowdfunding to proces, w trakcie którego współpracuje większa liczba osób. Decydują się one na wyasygnowanie własnych pieniędzy, na wsparcie wysiłków, projektów oraz wizji innych prywatnych osób, firm, przedsiębiorstw czy organizacji.²⁷ Jest to procedura pozyskiwania datków od społeczeństwa, umożliwiającą zgromadzenie kapitału niezbędnego do zrealizowania nowych przedsięwzięć.²⁸ W celu zrozumienia i oceny potencjału inicjatyw crowdfundingowych m.in. Komisja Europejska uruchomiła platformę *Crowdfunding4Culture* (crowdfundingguides.com) dla instytucji i organizacji kulturalnych zainteresowanych takim rodzajem dofinansowania. Prowadzenie kampanii crowdfundingowej przez sektory kulturalne i kreatywne często służy również celom innym niż finansowanie, takim jak rozwój widowni, zaangażowanie społeczności,

²⁵ D. Stawasz, D. Sikora-Fernandez: *Zarządzanie w polskich miastach zgodnie z koncepcją smart city*, Placet, Warszawa 2015, ss. 21-22.

²⁶ M. Rozbicka: *Zarządzanie Światowym Dziedzictwem Kulturowym*. Warszawa, Narodowy Instytut Dziedzictwa 2015, [https://www.nid.pl/pl/Wydawnictwa/inne%20wydawnictwa/Managing%20Cultural%20WH_PL%20\(3\).pdf](https://www.nid.pl/pl/Wydawnictwa/inne%20wydawnictwa/Managing%20Cultural%20WH_PL%20(3).pdf), [data dostępu: 13.04.2018].

²⁷ A. Brunello: *Crowdfunding*. Podręcznik, CeDeWu, Warszawa 2015.

²⁸ S. Steinberg: *The Crowdfunding Bible. How to Raise Money for any Startup, Video Game or Project*, www.crowdfundingguides.com/The%20Crowdfunding%20Bible.pdf, [data dostępu: 12.11.2017].

rozwój umiejętności, promocja i badania rynku, co czyni go ciekawym narzędziem dla wielu działających w tym obszarze podmiotów, również instytucjonalnych. Instytucje kultury coraz chętniej korzystają również z crowdsourcingu czyli mądrości i pracy tłumu do realizacji swoich specyficznych misji, na przykład:²⁹

- Transkrypcji i korekty – odbiorcy są zapraszani do poprawiania lub transkrypcji efektów digitalizacyjnych,
- Kontekstualizacji – dodawania kontekstu do zdigitalizowanych obiektów np. poprzez opisywanie historii związanych z danym przedmiotem, czy
- Uzupełniania kolekcji – aktywnego poszukiwania obiektów, które mogą zostać dołączone do przygotowanej przez instytucję digitalizującą kolekcji.

Wśród miast kreatywnych UNESCO tego typu podejście w procesie przygotowywania aplikacji o przyłączenie do sieci zastosował np. York – miasto sztuk medialnych.

Sektor kultury w swej istocie pełni funkcję kapitałotwórczą. Autorzy raportu pt. *Kultura lokalnie: między uczestnictwem w kulturze a partycypacją w zarządzaniu*³⁰ przeprowadzili badania, których celem było odtworzenie rozumienia uczestnictwa w kulturze i motywacji towarzyszących konsumpcji kultury. Ze zgromadzonych danych wynika, że członkowie poszczególnych społeczności pośród wielu aspektów motywacyjnych związanych z organizowaniem dostępu do dóbr i usług kulturalnych wymieniają również dwa dotyczące budowania kapitału kulturowego: integrację społeczności oraz rozwój kompetencji. O potencjale kapitałotwórczym organizacji kulturalnych świadczy stwierdzenie, iż poszczególne osoby traktują przedsięwzięcia kulturalne jako przestrzeń, w których można poznać nowych ludzi i spędzać z nimi czas. Osoba zgadzająca się z tą opinią nie tylko uznaje, że przedsięwzięcie kulturalne przyciąga różnych ludzi, którzy nie mogą mieć ze sobą styczności w codziennym funkcjonowaniu, ale także, że tworzy ono przestrzeń bezpieczną dla wejścia w głębszą interakcję z takim człowiekiem.³¹ Jest to ściśle powiązane z kolejnym, wspomnianym filarem jakim jest *smart living*.

Smart living rozumieć należy jako proces tworzenia sprawnego systemu wysokiej jakości miejskich przestrzeni publicznych. Miejsc atrakcyjnych i przyjaznych dla bardzo różnych ludzi, harmonijnie łączących różne wątki, wartości i style, bogate różnorodnością, ale równocześnie stanowiące spójną całość. *Smart living* wiąże się także z dążeniem do procesu budowy i rozwoju lokalnych systemów przestrzeni publicznych, pełniących zróżnicowany, bogaty zestaw funkcji społecznych, zdrowotnych, sportowych, rekreacyjnych i kulturowych.

W odniesieniu do sektora kultury i ochrony jego dziedzictwa rozwój w kontekście wdrażania *smart living* powiązany powinien być m.in. z:

²⁹ D. Sobolak: *Crowdsourcing a digitalizacja – mądrość tłumów w cyfrowej kulturze*, http://warsztat.org.pl/wpcontent/uploads/2016/03/ekspertyza_crowdsourcing.pdf, (13.04.2018).

³⁰ W. Kowalik, M. Matlak, A. Nowak, K. Noworól, Z. Noworól: *Kultura lokalnie: między uczestnictwem w kulturze a partycypacją w zarządzaniu*, Małopolski Instytut Kultury, Kraków 2011.

³¹ J. Strycharz: *Organizacje a rozwój kultury* [w:] Hausner J., Karwińska A., Purchla J., *Kultura a rozwój*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, http://nck.pl/media/2014-01-21/podrecznik_copy1.pdf, [data dostępu: 13.04.2018].

- usprawnianiem systemu dostępu do kultury obejmującego instytucje publiczne i niepubliczne, z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi teleinformatycznych (ICT),
- ujednolicaniem istniejących systemów informacji kulturalnej,
- usprawnianiem zarządzania miejskimi instytucjami kultury,
- udoskonaleniem systemu monitorowania świadczonych przez miasto w tym zakresie usług,
- budowaniem zintegrowanego systemu informacji i koordynacji wydarzeń kulturalnych w oparciu o zintegrowaną platformę internetową.

Wdrażanie innowacji w sferze kultury wiąże się z pojęciem „kulturotech”, które wywodzi się z założenia, że technologia i kultura są nierozzerwalnie ze sobą związane i wywierają na siebie wzajemny wpływ. To kategoria produktów, usług i przeżyć, które powstają w wyniku współoddziaływania kultury, technologii i nauki. Kultura dyktuje kierunek rozwoju technologii, a technologia otwiera nowe możliwości rozwoju wszelkich innych dziedzin (*Otwarte innowacje...*). Główne założenia kulturotechu to (*Otwarte innowacje...*):

- wykorzystanie dziedzictwa kulturowego, które cechuje się dużą oryginalnością i niepowtarzalnością (dorobek literacki, historia, bohaterzy, nurty popkulturowe, wyróżniające się wzornictwo, oryginalna myśl naukowa);
- posługiwanie się nowymi technologiami, jako platformą upowszechniania lub narzędziem do współtworzenia treści i doświadczeń „w skali”;
- wykorzystanie modelu biznesowego, gwarantującego nie tylko utrzymanie i rozwój przedsięwzięcia, ale również wartość niematerialną o charakterze rozwijającym daną markę, produkt czy postrzeganie miejsca z którego się wywodzi;
- zaprojektowanie produktów z założenia przeznaczonych na międzynarodowe rynki. Gdy jest to niemożliwe, jak w przypadku usług publicznych przeznaczonych na rynek lokalny, wykorzystanie skali danej instytucji służy wprowadzeniu znaczącej innowacji w jej obszarze oddziaływania.

Wśród instrumentów opartych na nowoczesnych technologiach współcześnie wykorzystywanych w inteligentnym rozwoju sektora kultury oraz ochronie dziedzictwa kulturowego wymienić można (tabela 3.):

Tabela 3. Przykłady instrumentów opartych na nowoczesnych technologiach wykorzystywanych w sektorze kultury i ochronie dziedzictwa kulturowego

Instrument	Charakterystyka	Przykład zastosowania
Cyfrowe magazyny dziedzictwa	Są to cyfrowe repozytoria, które prezentują w przestrzeni wirtualnej zbiory dziedzictwa kulturowego, znajdujące się na co dzień w gmachach instytucji kultury. Portale te przyjmują postać obszernych „magazynów” z multimediami, w których użytkownicy mogą przeglądać cyfrowe odwzorowania dzieł sztuki (i innych artefaktów kulturowych), zapoznawać się z podstawowymi informacjami na ich temat, a także – najczęściej – pobierać je na własny komputer w formie plików graficznych. Powstanie repozytoriów wiąże się bezpośrednio z projektami digitalizacyjnymi podejmowanymi przez muzea, biblioteki, czy archiwa. Funkcją wszystkich tych działań jest dodatkowe zabezpieczanie zbiorów dziedzictwa kulturowego oraz popularyzacja i poszerzenie – o świat cyfrowy – pola dostępu do zbiorów instytucji kultury	Iowa City, miasto w USA dołączyło do sieci UNESCO Miast Literatury. Swojemu bogatemu życiu kulturalnemu i liczny festiwalom artystycznym zawdzięcza swój status jednego z najprężniejszych ośrodków kulturalnych w Ameryce Północnej.
Geolokalizacja (Geotagowanie, Geotag)	Termin geolokalizacja odnosi się do procesu określania położenia geograficznego obiektów, budynków, miejsc lub osób. Do geolokalizacji wykorzystuje się system GPS (ang. Global Positioning System) bądź adres IP urządzenia np. komputera, tabletu lub telefonu. Geotagowanie natomiast (z ang. <i>geotagging</i>) – jest to wstawianie znaczników (geotagów) z informacją o położeniu danego obiektu (np. muzeum, teatru, kina, wystawy, wydarzenia itd.) poprzez określenie jego współrzędnych geograficznych. Same geotagi mogą być automatycznie wstawiane do plików, także multimedialnych, tworzonych w urządzeniu o znanej pozycji – np. do zdjęcia czy filmu wykonanego w telefonie komórkowym. Znaczniki można także dodawać ręcznie. Geotagowanie służy do określenia miejsca, w którym został wykonany dany plik czy dokument, co ułatwia: tworzenie map z odpowiednio ulokowanymi zdjęciami, tras podróży i zwiedzania. Geotagowanie pozwala także na ustalanie pozycji geograficznej osoby, która wykonywała zdjęcie;	
Rozszerzona rzeczywistość (ang. <i>Augmented Reality</i>)	Technologia, która umożliwia nałożenie dodatkowego obrazu na element świata rzeczywistego obserwowanego za pomocą kamery, smartfonu czy tabletu. Dzięki Rozszerzonej Rzeczywistości użytkownik	Geelong, miasto w Australii wpisane zostało do sieci UNESCO Creative City Network, jako miasto wzornictwa – ścieżki turystyczne poświęcone tematyce sztuki i wzornictwa z elementami

Google Museum View	za pośrednictwem urządzenia może np. zapoznać się z opisem zabytku, zobaczyć, jak budynek wyglądał w przeszłości lub posłuchać nagrania. Technologia angażuje funkcję rozpoznawania obrazu, informację o lokalizacji i kierunku, w którym skierowany jest obiekt; Platforma internetowa, część Google Art Project, która umożliwia oglądanie w sieci wewnątrz i zbiorów wielu popularnych muzeów. Wirtualna wycieczka, wykorzystująca technologię Google Street View. Wirtualne zwiedzanie sprzed ekranu komputera możliwe jest dzięki sekwencji wysokiej jakości zdjęć. Fotografie powstają za pomocą specjalnej konstrukcji (Trolley), która składa się z panoramicznego aparatu do zdjęć 3D, laserów czytających odległość od ścian pomieszczenia, czujników ruchu, które monitorują ruch urządzenia, dysku twardego oraz laptopa;	rzeczywistości rozszerzonej. Warszawa, Centrum Nauki Kopernik - jedną z pierwszych instytucji, która dołączyła do Street View. Podczas wirtualnego zwiedzania można obejrzeć większość wystaw prezentowanych w obiekcie. Pierwszym muzeum, którego wnętrza można zwiedzać dzięki usłudze koncernu Google, jest Muzeum Historii Żydów Polskich.
Bluecasting	Działanie bluetooth marketingu polegające na przesyłaniu komunikatu na telefon komórkowy adresata za pomocą urządzenia bluetooth umieszczonego na nośniku typu outdoor, takim jak billboard czy citylight. Technologia bluetooth, powszechnie wykorzystywana w smartfonach, umożliwia bezprzewodową wymianę treści w odległości nawet do 100 metrów. Dzięki urządzeniu mogą być przesyłane treści różnego rodzaju, np. tekst, zdjęcie czy multimedia. Bluecasting może być z powodzeniem stosowany przez ośrodki kultury czy zabytki architektoniczne. Dzięki urządzeniu bluetooth adresat otrzyma bezpośrednio na swój telefon np. harmonogram wydarzenia, mapę galerii czy krótki film prezentujący sylwetkę autora;	Australia - kampania reklamowa programu Big Brother. Osoby czekające na przystanku otrzymywały na swój telefon komórkowy anonimowego smsa z informacją: „Obserwuję Cię. Stoisz na przystanku autobusowym St George’s, naprzeciwko Juice Boost.” Po 30 sekundach przychodził drugi sms z wyjaśnieniem: „Big Brother powraca. Oglądaj w weekendy o godz. 19.00, w telewizji TEN.”
POI (Point of Interest)	Punkt zainteresowania, obiekt godny uwagi przedstawiony na cyfrowej mapie. Za pomocą POI-a oznaczane są np. atrakcje turystyczne (np. zamki, parki), instytucje kultury (np. muzea, teatry) czy punkty użyteczności publicznej. Oprócz podstawowych elementów, jak nazwa, długość i szerokość geograficzna, POI może zawierać również materiały wizualne (np. zdjęcia) i fotokody. POI-e używane są m.in. w nawigacjach GPS, plenerach podróży czy aplikacjach mobilnych wykorzystujących globalizację;	Tongyeong, miasto w Korei Płd. jest miastem muzyki UNESCO. Creative Music Map prezentuje miejsca, w których wykonywana jest muzyka na żywo.
Audio Guide (audio tour, audioprzewodnik)	Urządzenie głosowe, które umożliwia samodzielne zwiedzanie instytucji kultury, np. muzeów lub atrakcji turystycznych czy nawet całych miast. Nagranie dostarcza	Gdańsk - Audio Guide Gdańsk - Audioprzewodnik miejski - to małe urządzenie, wyposażone w słuchawki. Znajdują się tam dźwiękowe pliki z

Google Cultural Institute	użytkownikom dodatkowych informacji na temat oglądanych czy zwiedzanych obiektów, np. sylwetkę autora, interpretację dzieła sztuki czy okoliczności jego powstania. Często dostępnych jest kilka wersji językowych nagrania. Rozwój mobilnych technologii i rosnąca liczba użytkowników smartfonów umożliwiły zastąpienie części tradycyjnych audioguide'ów aplikacją mobilną instalowaną na urządzeniu zwiedzającego czy turysty. Platforma internetowa koncernu Google, której celem jest promowanie kultury poprzez udostępnianie zbiorów online. Trzy główne sekcje Google Culture Institute to Google Art Project, Historic Moments i World Wonders. Dzięki platformie użytkownik może obejrzeć dzieła sztuki w bardzo dobrej jakości, odbyć wirtualną wycieczkę po instytucji, wziąć udział w wystawie czy „zwiedzić” miejsca z Listy Światowego Dziedzictwa UNESCO.	opisami zabytków i innych gdańskich atrakcji. Warszawa – Muzeum Historii Polski udostępnia zbiory w ramach wystawy online w Google Culture Institute.
---------------------------	---	--

Źródło: opracowanie własne na podstawie www.kulturainnowacje.pl, [data dostępu: 3.04.2018 r.]

Wymienione powyżej instrumenty nie wyczerpują szerokiego ich spektrum, stanowią jedynie przykłady. Nieustanny postęp technologiczny, rozwój społeczeństwa informacyjnego, dążenie miast do podnoszenia jakości życia ich mieszkańców powodować będą wdrażanie coraz to nowych narzędzi, które w konsekwencji przysłużą się także do skutecznej ochrony dziedzictwa kulturowego, tak aby mogły się nimi cieszyć i czerpać z ich zasobów również następne pokolenia.

Wnioski

Funkcjonowanie sieci takich jak Sieć Miast Kreatywnych UNESCO wskazuje, że w świadomości przedstawicieli władz wielu miast dokonuje się istotna transformacja, co do oceny roli dziedzictwa kulturowego w budowaniu marek miast. Wykorzystanie w pełni możliwości, które otwiera marketingowy paradygmat planowania dziedzictwa wymaga od decydentów przyjęcia proaktywnej i otwartej postawy wobec na nowo zdefiniowanego odbiorcy, czy użytkownika dziedzictwa. Zauważalną tendencją jest odwoływanie się do koncepcji miasta inteligentnego, w którym nowoczesne technologie cyfrowe służą podniesieniu jakości życia mieszkańców i budowania unikalnego doświadczenia miasta, zarówno wśród społeczności lokalnej, jak i interesariuszy zewnętrznych (turystów, inwestorów, opinii publicznej). Obydwa wymienione zjawiska przenikają się tworząc nową kategorię miast zorientowanych z jednej strony na rozwój cyfrowej infrastruktury miejskiej i stosujących nowoczesne technologie w wielu obszarach swojego funkcjonowania, z drugiej zaś wyrażających poszanowanie dla dziedzictwa kulturowego jako nośnika własnej tożsamości.

Bibliografia

- Ashworth G.: *Planowanie dziedzictwa*, Międzynarodowe Centrum Kultury Kraków, Kraków 2015
- Ashworth G., Kavaratzis M.: *Why brand the future with the past?. The roles of heritage in the construction and promotion of place brand reputations*, [w:] *International Place Branding Yearbook: managing Reputational Risk*, Go F., Govers R., (red.), Londyn 2011
- Ashworth, G., Larkham, P.J. (red.): *Building a new heritage: tourism, culture and Identity in the New Europe*, London 1994
- Augustyn A.: Smart Cities – kierunek rozwoju miast XXI w. w świetle polityki spójności UE [w:] *Miasta Polski na początku XXI wieku. Demografia-Współpraca- Samorząd*, Dziechciarz T., Krawczyk-Sawicka A. (red.), Katolicki Uniwersytet Lubelski, Stalowa Wola 2013
- Braun E., Kavaratzis M., Zenker S.: *My city – my brand: the different roles of residents in place branding*, *Journal of Place Management and Development*, 6 (1) 2013
- Brunello A.: *Crowdfunding. Podręcznik*, CeDeWu, Warszawa 2015
- Carman J.: *Against Cultural Property: archaeology, ownership and heritage*, Duckworth, London 2005
- Castells M.: *Spółczesność sieci*, PWN, Warszawa 2011
- Eshuis J., Braun E., Klijn E.-H.: *Place Marketing as Governance Strategy: An Assessment of Obstacles in Place Marketing and Their Effects on Attracting Target Groups*, *Public Administration Review*, Volume 73, Issue 3, 2013
- Eshuis J., Edwards A.: *Branding the City: The Democratic Legitimacy of a New Mode of Governance*, *Urban Studies*, 50(5) 2013
- Fan H.: *Branding a place through its historical and cultural heritage: The branding project of Tofu Village in China*, *Place Branding and Public Diplomacy*, November 2014, Volume 10, Issue 4
- Hague L.A.: *Identity and place: a critical comparison of three identity theories*, *Architectural Science Review* 1, 2007
- Hankinson G.: *Relational Network Brands: Towards a Conceptual Model of Place Brands*, *Journal of Vacation Marketing*, 10(2), 2004
- Hereźniak M.: *Place branding and citizen involvement – participatory approach to building and managing city brands*, *International Studies Interdisciplinary Political And Cultural Journal*, Vol. 19, No. 1/2017.
- Insch A., Florek M.: *Place Satisfaction of City Residents: Findings and Implications for City Branding* [w:] *Towards Effective Place Brand Management: Branding European Cities and Regions*, Ashworth G. J., Kavaratzis M. (red.), 2010
- Jersand E.M.: *Inclusive Place Branding. What it is and how to progress towards it*, University of Göteborg, School of Business Economics and Law, Göteborg 2016
- Kavaratzis M., Hatch M.J.: *The dynamics of place brands: an identity-based approach to place branding theory*, *Marketing Theory*, 13(1), 2013
- Kobyliński Z.: *Czym jest, komu jest potrzebne i do kogo należy dziedzictwo kulturowe?*, MAZOWSZE Studia Regionalne nr 7/2011 23
- Kowalik W., Matlak M., Nowak A., Noworól K., Noworól Z., *Kultura lokalnie: między uczestnictwem w kulturze a partycypacją w zarządzaniu*, Małopolski Instytut Kultury, Kraków 2011
- Małachowicz E., *Konserwacja i rewaloryzacja architektury w środowisku kulturowym*, Wrocław 2007.
- Merrilees B., Miller D., Herington C.: *Multiple stakeholders and multiple city meanings*, *European Journal of Marketing*, 2012, Vol. 46(7–8)
- Otwarte innowacje na pograniczu przemysłów kreatywnych, nauki i biznesu*, Warszawa: Fish Ladder, Platige Image, PwC Polska, www.nck.pl/media/attachments/319105/otwarte%20innowacje%20-%20raport.pdf

Rozbicka M.: *Zarządzanie Światowym Dziedzictwem Kulturowym*, Warszawa: Narodowy Instytut Dziedzictwa 2015, [https://www.nid.pl/pl/Wydawnictwa/inne%20wydawnictwa/Managing%20Cultural%20WH_PL%20\(3\).pdf](https://www.nid.pl/pl/Wydawnictwa/inne%20wydawnictwa/Managing%20Cultural%20WH_PL%20(3).pdf)

Schaffers H., Komninos N., Pallot M., Trousse B., Nillsson M., Oliveira A.: *Smart Cities and the Future Internet: Towards Cooperation Frameworks for Open Innovation*, <https://www-sop.inria.fr/teams/axis/pages/bestpaper/FIA2011t.pdf>

Sevin H.E.: *Understanding cities through city brands. City branding as a social and semantic network*, *Cities*, 38 (2014)

Sobolak D.: *Crowdsourcing a digitalizacja – mądrość tłumów w cyfrowej kulturze*, http://warsztat.org.pl/wpcontent/uploads/2016/03/ekspertyza_crowdsourcing.pdf

Stawasz D., Sikora-Fernandez D.: *Zarządzanie w polskich miastach zgodnie z koncepcją smart city*, Placet, Warszawa 2015

Steinberg S.: *The Crowdfunding Bible. How to Raise Money for any Startup, Video Game or Project*, www.crowdfundingguides.com/The%20Crowdfunding%20Bible.pdf

Strycharz J.: *Organizacje a rozwój kultury* [w:] Hausner J., Karwińska A., Purchla J., *Kultura a rozwój*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, http://nck.pl/media/2014-01-21/podrecznik_copy1.pdf

Tythacott L., Arvantis K.: *Museums and Restitution: New Practices, New Approaches*, Routledge 2016

UNESCO, Creative Cities Network Mission Statement, 2014 https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Mission_Statement_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf

Vecco M., *A definition of cultural heritage: From the tangible to the intangible*, *Journal of Cultural Heritage*, Volume 11, Issue 3, July–September 2010, <https://doi.org/10.1016/j.culher.2010.01.006>

Strony internetowe:

1. <http://kulturaiNOWacje.pl/technologie>
2. <https://www.crowdfunding4culture.eu/>

Summary

Objective: The purpose of this article is to analyse the changes in the approach to cultural heritage management in the context of city brand building by application of smart city concepts. The evolution of the heritage management paradigms from protection, through conservation to planning, requires the city decision-makers to adopt a proactive approach toward city users in the process of local heritage planning. Application of smart tools to communicate with users, to define cultural assets, or to distribute cultural goods facilitates the process of culture-based city branding.

Methods: Treating the paradigm of heritage planning as a normative model of modern cultural policy, the authors analyse secondary data regarding the cultural management activities of selected cities, focusing on the practices that stem from the smart city concept. Selected cities from the UNESCO creative cities network were taken into consideration as those whose brands are based on their cultural heritage. The policies and activities were set in the context of culture-based city branding with smart technologies seen as the vehicles for democratization and participatory character of both: city branding and heritage management.

Findings: The paper identifies ‘smart’ methods and instruments, applicable and beneficial for the culture-driven city brand building. The new technologies were recognized as a key instrument of city branding in the area of cultural heritage as those that enable to the greatest extent the

realization of the paradigms of citizen participation and coproduction and allow for the integration of *smart living* and *smart people* dimensions in the smart city's cultural policy .

Key words: cultural heritage planning, smart city, city brand

Informacje o autorach:

Dr Anna Augustyn,

Uniwersytet w Białymstoku, Zakład Ekonomiki i Finansów Samorządu Terytorialnego,
ul. Warszawska 63,
15-062 Białystok,
e-mail: a.auugustyn@uwb.edu.pl

Dr Justyna Anders – Morawska,

Uniwersytet Łódzki,
ul. Narutowicza 59a,
90-131 Łódź,
e-mail: justyna.anders@uni.lodz.pl

Dr Marta Hereźniak,

Uniwersytet Łódzki,
ul. Narutowicza 59a,
90-131 Łódź,
e-mail: martaherezniak@uni.lodz.pl

Marcin Chrzęścik
Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

Kluczowe bariery komunikacyjne w zarządzaniu procesami produkcji reklam audiowizualnych w sektorze usług multimedia design

KEY COMMUNICATION BARRIERS IN MANAGING THE PRODUCTION PROCESSES OF AUDIOVISUAL ADVERTISING IN THE MULTIMEDIA DESIGN SERVICES SECTOR

Studia przypadków wielu twórców projektów reklamowych oraz doświadczenie rynkowe autora pozwoliły postawić pewne hipotezy na temat istnienia barier w kooperacji pomiędzy zamawiającymi usługi reklamowe, a ich faktycznymi zleceniobiorcami. Istnieje też szereg legend rynkowych na temat konfliktów pomiędzy tymi graczami. W artykule przedstawiono zarówno teoretyczne ujęcie procesów komunikacyjnych zachodzących pomiędzy uczestnikami rynku oraz wyniki badań własnych.

Słowa kluczowe: komunikacja, zarządzanie procesami, reklama audiowizualna, multimedia design

Wprowadzenie

Wraz z dynamicznym rozwojem rynku reklamy wyposażonej w przekazy multimedialne (animacje, efekty audiowizualne itp.) zaobserwować można nowe podejście do ich produkcji. Obecnie reklama audiowizualna jest wszechobecna. Nadal najbardziej kojarzona jest z reklamą telewizyjną, ale należy podkreślić, iż jest to tylko jeden z rodzajów reklam. Znaczna większość tego typu produkcji trafia dziś do Internetu i znajduje swoje miejsce w mediach społecznościowych, na portalach z materiałami filmowymi czy po prostu na stronach www. Obserwuje się wiele zmian wśród procesów produkcji takich materiałów choćby ze względu na fakt, iż uczestnicy procesów produkcyjnych bardzo zmienili się przez ostatnie lata. Dziś osoby odpowiedzialne za końcowy kształt reklam to bardzo często młodzi gracze na rynku. Ze względu na specjalne umiejętności czują się często ekspertami w swoich dziedzinach, choć często brak im kompetencji interpersonalnych. Wierząc w siłę swojej wyobraźni oraz własny „dobry gust” bardzo często popełniają wiele błędów nie potrafiąc się do nich przyznać lub po prostu ich nie akceptując. W ten sposób sieć Internet zalewana jest milionami wątpliwej jakości „filmików”, z których duża część to reklamy.

Nowe technologie służące do produkcji materiałów audiowizualnych to ogromne dobrodziejstwo XXI wieku. Zauważalny jest znaczny wzrost liczby nowoczesnych

rejestratorów obrazu takich jak kamery (w tym sportowe), aparaty – lustrzanki, smartfony oraz coraz bardziej intuicyjne oprogramowanie do edycji materiałów wideo. Z roku na rok ceny wyżej wymienionych narzędzi również spadają. Dostęp do technologii staje się bardziej nieograniczony, co też wpływa na zwiększenie liczby graczy rynkowych. Tutaj też pojawia się pewien problem, gdyż skoro każdy może pracować w (prestizowej) branży twórców - każdy może czuć się wyjątkowym ekspertem. To właśnie to poczucie wśród osób zarówno faktycznie wykonujących narzędzia reklamowe jak i ich zleceniodawców jest bardzo zgubne. Poczucie dobrego smaku danego człowieka oraz możliwość eksperymentowania w wirtualnym świecie niejednokrotnie powodują przeładowanie treściami i efektami, a tym samym małą skuteczność przekazu reklamowego. Sama digitalizacja procesów nie zapewnia powodzenia w realizacji efektów. Kiedyś reklama telewizyjna traktowana była jako sztuka, dziś ze względu na liczbę materiałów zamieszczanych w sieci niestety tak nie jest.

Autor niniejszej publikacji jako wieloletni pracownik w branży reklamowej pokusił się, aby zbadać procesy komunikacyjne pomiędzy uczestnikami rynku i ich wpływ na powodzenie tworzonych w branży reklamowej projektów. Studia przypadków wielu twórców oraz doświadczenie rynkowe pozwoliło postawić pewne hipotezy, wszak istnieje wiele barier w kooperacji pomiędzy zamawiającymi usługi reklamowe, a ich faktycznymi zleceniobiorcami. Istnieje też szereg legend rynkowych na temat konfliktów pomiędzy tymi graczami. Multimedia design to dziś ogromny rynek osób, które zawodowo zajmują się projektowaniem grafiki, animacji, materiałów filmowych. Celem publikacji jest analiza procesów komunikacyjnych, które zachodzą na ww. rynku na linii zleceniodawca – zleceniobiorca.

Charakterystyka sektora usług multimedia design

Sektor usług multimedia design można najprościej określić jako zbiór usług wchodzących w zawartość pakietu związanych z projektowaniem multimedialnym. Multimedia oznaczają zastosowanie wielu przekazników i pierwotnie wywodzą się ze slajdów, muzyki i prelekcji, które stosowane jednocześnie miały na celu zwiększyć atrakcyjność przekazu. Atrakcyjność ta osiągana była poprzez odwołania do większej ilości zmysłów, dzięki czemu odbiorca łatwiej mógł przyswoić przekazywane mu informacje. Zanim zastosowano rozwiązania multimedialne, odbiorca musiał przetworzyć teksty i słowa z wyłączeniem dodatkowych źródeł informacji. Stanowiło to duże utrudnienie i wymagało wysokiego zaangażowania obu stron komunikacji. Przekaz multimedialny jest łatwy w odbiorze, trudność związana z jego przygotowaniem spoczywa po stronie nadawcy, pozwalając odbiorcy na proste przyswajanie. Cecha ta jest niezwykle ważna przede wszystkim w przypadku przekazów reklamowych, które najczęściej są niechętnie przyjmowane przez grupę docelową. Zastosowanie medium odnoszącego się go większej ilości zmysłów zwiększa szansę na odczytanie i przyswojenie informacji marketingowej.¹

Artur Przelaskowski w swojej pracy pt. „Techniki multimedialne” nazywa multimedia zintegrowanym przekazem międzyludzkim. Zwraca uwagę na wielostrumieniowość przekazu multimedialnego. W przeciwieństwie do przekazu

¹ J. Bednarek, *Multimedia w kształceniu*, PWN Warszawa 2012, ss. 45-55.

telewizyjnego czy radiowego, główną cechą nie jest wykorzystywany nośnik, ale sposób, technika, za pomocą której przekaz został stworzony. Zastosowanie ruchomego obrazu w dwóch komunikatach może pełnić zarówno rolę przekazu jak i stanowić dla niego tło. Zjawisko komunikacji multimedialnej wymaga od nadawcy zastosowania nadajnika i często zmusza odbiorcę do posiadania odpowiednich mediów, rozumianych jako urządzenia pozwalające na otrzymanie komunikatu. W innych przypadkach nadawca dostarcza także urządzenia odbierające przekaz multimedialny, czego przykładem może być umieszczenie odbiornika telewizyjnego w witrynie sklepowej. Przelaskowski zwraca uwagę na złożoność mediów biorących udział w procesie. Mogą one stanowić źródło dodatkowych zakłóceń przekazu, a w przypadku braku jednego z nich, całkowicie uniemożliwić komunikację.²

Skuteczność stosowanego przekazu zależy nie tylko od ilości zdarzeń, podczas których konsument zetknie się, np. z reklamą. Zewnętrzne i wewnętrzne szумы towarzyszące odbiorowi i dekodowaniu przekazu mogą wpłynąć na jego nieprawidłowe lub całkowite nieodczytanie. Tak jak zapamiętanie kluczowego słowa świadczy o prawidłowym odczytaniu przekazu, tak w przypadku spotów reklamowych, duże znaczenie ma całkowite wykorzystanie czasu emisji na oddziaływanie na odbiorcę. Konsument często wyłącza dźwięk podczas reklam, wychodzi do innego pomieszczenia lub, w przypadku reklam internetowych, jak najszybciej wyłącza reklamę, stosując blokady reklam. Aby temu zapobiec, kampania reklamowa powinna angażować konsumenta. Wykorzystanie skrajnych emocji, elementu zaskoczenia lub humoru zwiększa prawdopodobieństwo, że reklama zostanie obejrzana w całości a odbiorca chętniej przyswoi przekazane mu informacje. W celu weryfikacji stosunku ilości możliwych wyświetleń reklamy, a więc jej styczności z odbiorcą, a faktycznemu odbiorowi wykorzystywany jest wskaźnik CTR. Jego nazwa pochodzi od pierwszych liter angielskich słów „click thought rate” w języku polskim określanych jako „współczynnik klikalności”. Jest to wskaźnik wykorzystywany w celu analizy ilości całkowitych wyświetleń reklamy w stosunku do ilości jej włączenia. Im wyższy wskaźnik, tym większe zainteresowanie kampanią.³

Realizacja projektów multimedialnych na rynku reklamy audiowizualnej najczęściej odbywa się przy trójstronnym modelu współpracy, gdzie mamy faktycznego klienta (podmiot nr 1), który posiada prawa do reprezentowania danej marki i zleca wykonanie projektu pośrednikowi, np. agencji reklamowej lub domowi mediowemu (podmiot nr 2). W ogromnej liczbie przypadków agencje współpracują z trzecim ogniwem wspomnianej kooperacji, którym są faktyczni wykonawcy danego projektu (podmiot nr 3). Faktycznych wykonawców branżowo nazywa się freelancerami (ang. wolni strzelcy), którzy poprzez swoją wiedzę i doświadczenie (w mniejszym stopniu wykształcenie) są ekspertami w danej dziedzinie, np. grafiki komputerowej, czy montażu materiałów filmowych itp. To właśnie to ostatnie ogniwo prowadzi realne prace nad projektem.

Istnieje również uproszczony model współpracy pomijający pośrednictwo, gdzie do kooperacji dochodzi bezpośrednio pomiędzy dwoma podmiotami: klientem faktycznym

² A. Przelaskowski, *Techniki Multimedialne*, Warszawa 2011, źródło: <http://www.ire.pw.edu.pl/~arturp/Dydaktyka/pidom/tmed2.pdf>, 06.07.2014

³ A. Przelaskowski, *Techniki Multimedialne*, Warszawa 2011

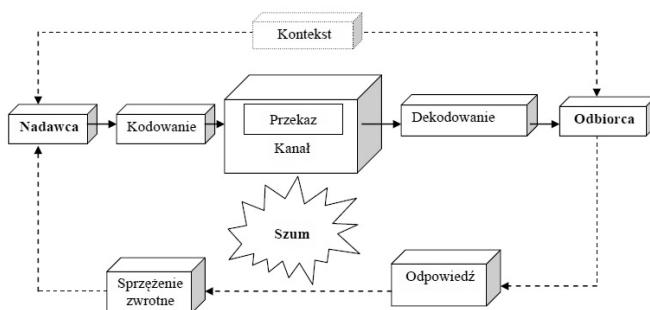
i faktycznym wykonawcą. Jest to jednak zdecydowanie rzadsze zjawisko rynkowe ze względu na trudność dotarcia podmiotów zamawiających projekty do rynku freelancerów. Oczywiście należy zauważyć, iż w procesie kreowania gotowych narzędzi reklamowych bierze udział znacznie więcej jednostek osobowych. Są to zespoły reprezentujące każdy ze wspomnianych wyżej podmiotów, które biorą udział w procesie produkcji materiału reklamowego. Niniejsza publikacja nieco zawęży ten obszar do współpracy dwóch ostatnich ogniw, czyli po prostu do zleceniodawcy i wykonawcy faktycznego.

Czynniki procesu komunikacji pomiędzy partnerami w sektorze multimedia design

Realizacja projektów multimedialnych stawia wyzwania zarówno ich wykonawcom, jak i zlecającym. Jedne z większych wymagań powinno stawiać się na kształtowanie skutecznego procesu komunikacyjnego między obiema stronami. Komunikowanie definiowane jest, jako wszelkiego rodzaju społeczne, psychiczne, biologiczne i techniczne procesy przekazywania informacji. Zawężając sens komunikowania, określa się je, jako wymianę informacji tylko pomiędzy istotami żywymi⁴.

W literaturze przedmiotu istnieje wiele różnych modeli komunikacji. Na ich podstawie wyróżnić można sześć nieodłącznych czynników procesu komunikacji:

- uczestników (nadawcę i odbiorcę),
- kontekst sytuacyjny,
- komunikat,
- kanał,
- szum informacyjny,
- sprzężenie zwrotne⁵.



Rysunek 1. Model procesu komunikacji

Źródło: Opracowanie własne na podstawie P. Kotler, Marketing. Komunikacja, Warszawa 1999, s.545.

Kontekst sytuacyjny posiada cztery podstawowe wymiary⁶:

⁴ W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, WAiP, Warszawa 2008, s. 18

⁵ B. Dobek – Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, ASTRUM, Wrocław 2004, s. 15

⁶ W. Głogowski, *Komunikowanie interpersonalne*, Studio EMKA, Warszawa 2006, ss. 41 - 43

- Wymiar fizyczny - to otoczenie, w którym przeprowadzany jest proces komunikowania.

- Rodzaj więzi między uczestnikami - ich postawa i nastrój stanowią wymiar społeczno – emocjonalny.

- Czasowy wymiar kontekstu wyznacza okres, w jakim dochodzi do komunikacji (pora dnia, dzień tygodnia, rok).

- Kulturowy wymiar kontekstu obejmuje reguły, zwyczaje i normy w procesie komunikowania, charakterystyczne dla danej kultury.

Podczas komunikowania, wymienione wcześniej wymiary występują jednocześnie, wzajemnie na siebie oddziałując.

Pierwszoplanowym elementem procesu komunikacji jest komunikat, zwany również przekazem. Jest złożoną strukturą obejmującą symbole, znaczenia, kodowanie i dekodowanie, styl oraz organizacja. Znaczenia określają uczucia i motywy przekazywane odbiorcy za pomocą symboli. Składają się one ze słów oraz sygnałów niewerbalnych. Skuteczność procesu komunikowania opiera się na stosowaniu przez uczestników tych samych symboli. Kodowanie to zorganizowany proces przekształcania uczuć i myśli na symbole. Działanie odwrotne, polegające na odczytaniu emocji i idei z odbieranego przekazu określane jest jako dekodowanie. Oba te procesy przeprowadzane są w sposób naturalny i odruchowy. Styl i organizacja odnoszą się do wielostronnej struktury komunikatu. Podczas formułowania przekazu należy nadać mu odpowiednią formę, adekwatną do sytuacji oraz relacji z odbiorcą lub odbiorcami⁷.

Kanał komunikowania pełni rolę łącznika między nadawcą a odbiorcą. Za jego pośrednictwem przesyłany i odbierany jest przekaz. Kanały dzielą się na fizyczne, techniczne oraz społeczne. Fizyczne obejmują zmysły człowieka. Najczęściej wykorzystywane są zmysły wzroku, słuchu i dotyku. Kanały techniczne to wszelkiego rodzaju środki komunikowania takie jak telefon, komputer, list itp. Kanałami społecznymi określa się takie formy komunikacji, za pomocą których dociera się do dużej ilości odbiorców, np. media masowe czy szkoły. Każdy kanał posiada określoną górną przepustowość lub pojemność, która wyznacza ilość informacji możliwych do przeniesienia w danym czasie. Mierzona jest poprzez porównanie informacji „na wyjściu” z informacjami „na wejściu”. Teoria informacji zakłada, że pojemność kanałowa jest informacją, którą dany kanał może przesyłać, a nie liczbą transmitowanych symboli⁸.

Kolejnym elementem procesu komunikowania jest szum informacyjny. Definiowany jest jako każdego rodzaju niezamierzone zakłócenie przekazu, negatywnie wpływające na wysyłanie i odbieranie komunikatu⁹. Wyróżnia się cztery główne rodzaje szumów: fizyczne, psychiczne, semantyczne i fizjologiczne. Szumy fizyczne wiążą się przede wszystkim z otoczeniem procesu komunikowania, jak hałas przejeżdżających samochodów, niekorzystna temperatura czy zakłócenia połączenia telefonicznego. Szumy psychiczne wywoływane są przez wewnętrzne myśli i nastawienie uczestników, skrajnie pozytywne lub skrajnie negatywne nastawienie do rozmówcy, a także samego siebie, prowadzą do błędnej lub niepełnej wymiany informacji. Do szumów

⁷ B. Dobek – Ostrowska, op. cit., s. 16

⁸ W. Głogowski, op. cit., ss. 31 - 32

⁹ J. Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, ASTRUM, Kraków 2003, s. 24

semantycznych dochodzi w momencie posługiwanie się przez nadawcę językiem niezrozumiałym dla odbiorcy. Używanie specjalistycznej terminologii, slangu czy gwary może skutkować nadinterpretacją przekazu lub utraceniem najważniejszego znaczenia. Źródłem szumów fizjologicznych jest stan organizmu. Zawierają one czynniki biologiczne zakłócające formułowanie lub odbieranie przekazu, między innymi wada wymowy, słuchu, zmęczenie. Niezależnie od formy szum informacyjny powoduje zjawisko entropii przekazu, czyli utraty wartości informacyjnej w procesie komunikowania¹⁰.

Ostatnim etapem komunikacji jest sprzężenie zwrotne, które następuje po odkodowaniu komunikatu przez odbiorcę. Termin ten określa zachowanie odbiorcy na otrzymany komunikat, wskazując nadawcy czy został prawidłowo odebrany i rozumiany. Sprzężenie zwrotne może przyjąć postać komunikatów werbalnych i niewerbalnych. Dzieli się również na dwie formy – pośrednie i bezpośrednie. Sprzężenie zwrotne bezpośrednie następuje bezzwłocznie, natomiast w komunikowaniu z udziałem pozostałych kanałów sprzężenie zwrotne następuje z opóźnieniem. Niezależnie od formy i rodzaju sprzężenia, dostarcza ono nadawcy informacje o skuteczności założonych celów przekazu. Ponad to daje możliwość komunikującemu na ewentualną zmianę sposobów formułowania kolejnych przekazów¹¹.

Analiza i ocena wybranych czynników stanowiących bariery komunikacyjne w sektorze multimedia design w relacji zleceniodawca zleceniobiorca.

Głównym celem projektu badawczego była analiza procesu komunikacyjnego na linii zleceniodawca – zleceniobiorca, w procesie wykonywania zamówień z zakresu multimedia design. W pierwszym etapie badania przeprowadzono 7 wywiadów eksperckich z wykorzystaniem kwestionariusza wywiadu. Do ekspertów zaliczono freelancerów (wolnych strzelców rynkowych) z branży produkcji reklamy audiowizualnej. Jako parametry kształtujące ich kompetencje eksperckie zakwalifikowano:

- doświadczenie zawodowe minimum 8 lat w branży,
- minimalna liczba wykonanych projektów: 200 sztuk,
- publikacja wykonanych projektów w mediach masowych,
- współpraca z liderami w branży.

Podczas wywiadu eksperckiego, który był badaniem jakościowym respondenci mieli zwrócić uwagę na kluczowe czynniki komunikacyjne z uwzględnieniem najważniejszych barier tego procesu. Zostały one zaprezentowane poniżej:

- niedoskonałość układu partnerskiego (brak faktycznego szefa),
- poczucie wyjątkowości obydwu stron (zakłócenie relacji),
- specyfika czasu pracy (odmienny moment faktycznie spędzanego czasu nad projektem),
- posługiwanie się słownikiem branżowym (i brak jego znajomości),
- forsowanie osobistych preferencji (gust),

¹⁰ J. Fiske, *Wprowadzenie do badań*, op. cit. s. 24

¹¹ B. Dobek – Ostrowska, op. cit., s. 17

- wpływ osób trzecich na projekt (wpływ osób niezwiązanych z projektem, aczkolwiek podpowiadających pewne zmiany).

Aby powyższe odpowiedzi uznać jako kluczowe przyjęto zasadę, że co najmniej sześciu z siedmiu respondentów musiało podać daną barierę.

Jedną z najważniejszych kwestii jeśli chodzi o bariery komunikacyjne wskazano **niedoskonałość układu partnerskiego** (wszyscy respondenci). W omawianym układzie, ciekawe wydaje się położenie uczestników procesu komunikacji w odniesieniu do ich zależności hierarchicznej wobec siebie. Zleceniodawcy jako strona, która ma przewagę w postaci bycia „akceptatorem” projektu i płatnikiem bardzo często czują się szefami, czego zaś nie mogą zaakceptować zleceniobiorcy. Freelancerzy to często małe podmioty gospodarcze, które ze względu na swoje wyjątkowe kompetencje zawodowe obrali drogę samozatrudnienia i w wielu przypadkach nie mogą zaakceptować podległości organizacyjnej wobec innych podmiotów. Bardzo często dochodzi do rozmaitych spięć pomiędzy stronami na tej płaszczyźnie.

Kolejnym problemem we współpracy okazał się **wielowymiarowy kontekst współpracy**. Wymiar fizyczny wg. badanych poczucie wyjątkowości ze względu na charakter wytwarzanych projektów (wysokość budżetów, obecność znanych marek itp.)

Czasowy wymiar kontekstu współpracy jest kolejną barierą, ponieważ zleceniodawcy nie zawsze zdają sobie sprawę z ilości czasu jaki należy poświęcić w pracy nad danym materiałem. Poza tym freelancerzy stwierdzili, iż praca w branży wymaga bardzo niestandardowych godzin w zależności od projektu, co również utrudnia komunikację.

W przypadku komunikacji w procesie produkcji przekazów multimedialnych nadawca czyli zleceniodawca pełni określoną rolę, która opiera się na wskazaniu wytycznych dotyczących projektu. Jednakże w wielu przypadkach problemem nadawcy jest **prawidłowe sformułowanie swoich oczekiwań** ze względu na stosowany w projektach **specjalistyczny aparat pojęciowy zwany słownikiem branżowym**. Nowoczesne technologie wprowadzają coraz nowsze pojęcia do wokabularza, co stanowi istotną barierę pomiędzy obiema stronami. Nowoczesne technologie wprowadzają coraz nowsze pojęcia do wokabularza, co stanowi istotną barierę pomiędzy obiema stronami.

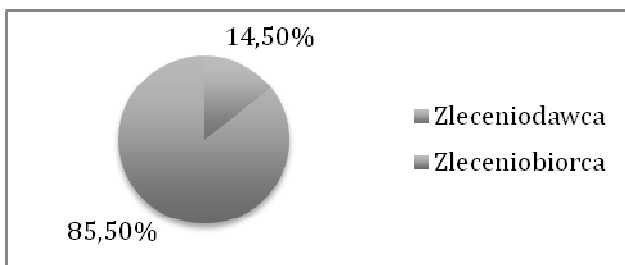
Kolejną istotną barierą wg. ekspertów należy zaliczyć przede wszystkim wszelkie **preferencje człowieka zwane w skrócie jego gustem**. Istnieje szereg czynników, które wpływają na odbiór przekazu różnych ludzi. Jest to swoisty kod, który po prostu preferują zarówno w sferze wizualnej jak i innych. Kwestia gustu jest często kością niezgody w różnych elementach reklam audiowizualnych. Kolory, czcionki, kształty, dźwięki i całe podkłady muzyczne są bardzo istotnymi elementami przekazu multimedialnego. W przypadku komunikacji pomiędzy podmiotami zlecającymi a realizującymi projekty multimedialne stanowią częstą barierę. Jeśli chodzi o kanały techniczne, to są one w dzisiejszych czasach na tyle rozpowszechnione i konsumenci potrafią uczyć się ich obsługi na tyle szybko, że nie stanowią one poważnej bariery w komunikacji.

W przypadku omawianego obszaru do szumów fizycznych eksperci zaliczyli przede wszystkim te związane z warunkami pracy obu stron. Ogromny wpływ na to zjawisko będzie miało też **najbliższe środowisko współpracowników, ich podpowiedzi, rady oraz wszelki wpływ jaki mają na projekt osoby trzecie**. Szumy

psychiczne to nic innego jak różne **związki oparte na sympatiach lub antypatiach** w stosunku do partnera, z którym przyszło nam pracować. Znacznie chętniej ulegamy propozycjom osób lubianych niż tych, do których czujemy niechęć.

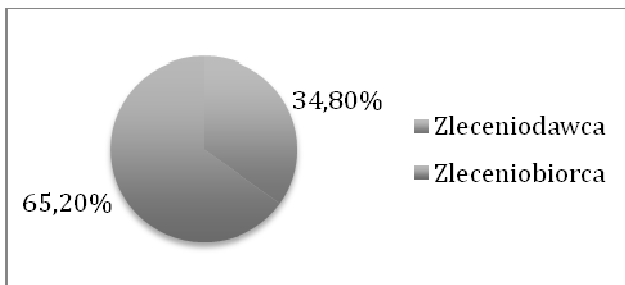
Następnie, w drugim etapie badania, na podstawie udzielanych przez ekspertów odpowiedzi oraz ważnych sugestii skonstruowano elektroniczny kwestionariusz ankiety, w którym pogłębiono badanie w sposób ilościowy. W badaniu wzięło udział 172 respondentów. Byli to pracownicy agencji reklamowych oraz studenci specjalności reklama i projektowanie multimedialne Wyższej Szkoły Promocji w Warszawie, którzy aspirują do pracy w branży reklamowej z wykorzystaniem multimediów. Poniżej przedstawiono wyniki pogłębionego badania w oparciu o wcześniej zdobytą wiedzę.

Ekspertce w bardzo trafiony sposób określili pierwszą z barier, a mianowicie niedoskonałość układu partnerskiego. Po otrzymaniu pytania **kto powinien uważać się za szefa projektu**, w zdecydowanej większości odpowiedzieli, że powinna być to strona zlecająca (rys nr 2). Jednakże jeśli chodzi o podejście do odpowiedzialności to w większości wskazali stronę przeciwną (rys nr 3).



Rysunek 2. Podległość hierarchiczna pomiędzy partnerami wg. zleceniobiorców (Pytanie: kto powinien czuć się szefem?)

Źródło: Opracowanie własne



Rysunek 3. Odpowiedzialność za projekt wg. zleceniobiorców (Pytanie: Kto powinien wziąć odpowiedzialność za skuteczność projektowanych przekazów?)

Źródło: Opracowanie własne

Te dwa podejścia kłócą się z podstawowymi zasadami zarządzania i rzeczywiście wskazują na bardzo niedoskonały układ zależności pomiędzy partnerami.

Kolejna z wymienionych barier to poczucie wyjątkowości obydwu stron, które również wpływa na pewne podejście do relacji z partnerami. Respondenci z grupy zleceniodawców mając określić swoje wyjątkowe kompetencje, które są kluczowe dla

ich pracy w większości ocenili je jako wysokie (51%). Jedenastu ankietowanych oceniło się bardzo wysoko, siedemdziesięciu dwóch średnio i tylko dwie z osób przyznały się do posiadania niskiego stopnia kompetencji do wykonywanego zawodu. Żaden respondent nie ocenił tego poziomu jako bardzo niski.

Ankietowani nie potrafili zgodnie ocenić czasu pracy nad projektami. Po obejrzeniu typowych prac tylko 9% była bliska rzeczywistemu wynikowi. Również test ze słownika branżowego nie wypadł najlepiej. Tylko 34% respondentów zdała test z kilku prezentowanych pojęć, reszta w większości odpowiedziała niewystarczająco aby taki test zaliczyć w stopniu akademickim.

Bardzo ciekawe okazało się badanie osobistych preferencji, czyli gustu ankietowanych. Zapytani o trzy dzieła, które są bardzo uznane przez krytyków sztuki odnieśli się do własnych opinii i ocenili je w sposób bardzo zróżnicowany. Wyniki pokazano w tabeli nr 1 poniżej.

Tabela 1. Wyniki badania opinii ankietowanych na temat pokazanych w kwestionariuszu prac anonimowych (w momencie badania) autorów

Nazwa dzieła	Autor, rok	Opinia respondenta
Untitled (Fallen Angel) ⁷⁷ (obraz)	Jean-Michel Basquiat, 1981	86% - okropne 12% - ładne 2% - brak opinii
Portrait of Adele Bloch-Bauer I (obraz)	Gustav Klimt, 1907	36% - okropne 47% - ładne 36% - brak opinii
Igor Stravinsky (fotografia)	Arnold Newman, 1946	24% - okropne 64% - ładne 14% - brak opinii
Dolina pięciu stawów (fotografia)	Radostaw Korneć, 2016	1% - okropne 64,5% - ładne 34,5% - brak opinii

Źródło: opracowanie własne

Jak wskazują wyniki, gust jest kwestią bardzo osobistą i oczywiście każdy ma do niego prawo. Niestety wielu zleceniodawców opiera się na swoim guście zarówno w kwestiach obrazów, jak i dźwięków przy jak się wcześniej okazało wysokim mniemaniu o sobie.

Ostatnim badanym czynnikiem był wpływ osób trzecich na opinie o projekcie. Kolejny raz nasi eksperci mieli rację. Ponad 80% ulega opiniom innych osób, a ponad połowa ankietowanych wręcz szuka opinii osób trzecich i większość tej części lubi oceniać projekty na zasadzie burzy mózgów w większej grupie.

Podsumowanie

Zarządzanie procesami produkcji reklam audiowizualnych wiąże się z zastosowaniem instrumentów multimedialnych, które mają zdolność wpływania na postawy odbiorców. Jak wynika z powyższej publikacji jest to skomplikowany proces nie tylko ze względu na aspekt technologiczny, ale również organizacyjny. Wypracowane modele współpracy rynkowej nie są doskonałe. Sektor usług multimedia

design, mimo iż rozwinął się w ciągu ostatnich lat w znacznym stopniu przeżywa również swoje problemy, o których głośno mówią zleceniobiorcy.

Twórcy przekazów multimedialnych i zleceniodawcy mimo, iż kooperują we wspólnym interesie często nie zgadzają się ze sobą, co do obszarów kreacji jak i produkcji oraz post-produkcji. Prezentowane wyniki badań dość dokładnie obrazują iż istnieje wiele barier komunikacyjnych utrudniających efektywne zarządzanie zachodzącymi procesami. Należałoby zadać sobie pytanie w jaki sposób naprawić te procesy. Istnieje zapewne szereg rozwiązań, które mogłyby usprawnić wiele obszarów związanych z nieprawidłowościami. Jedno jest pewne, że jeśli chcemy dążyć do usprawnienia tego systemu, muszą o to postarać się obie strony.

Rozwijająca się branża zapewne wypracuje odpowiednie techniki i narzędzia komunikacji, które polepszą wypracowane efekty końcowe. Moda na ruchomy obraz przetrwa jeszcze wiele. Zjawisko komunikacji wymaga zarówno od twórców faktycznych, jak i ich pracodawców szczerych chęci do poprawy poziomu tego procesu, gdyż razem, w zgodzie mogą wypracować znacznie lepsze narzędzia służące wypracowaniem znacznie lepszych wskaźników efektywności. Dotychczas rynek postawił na narzędzia technologiczne, które usprawniają komunikację w aspekcie cyfrowego transferu danych, a nie jako podejście do dobrych intencji graczy rynkowych, którzy stawiają na poprawną współpracę i budowanie relacji.

Bibliografia

- Bednarek J., *Multimedia w kształceniu*, PWN Warszawa 2012.
Brin J., *Cyfrowe oświetlenie i rendering*, Helion, Gliwice 2007
Dabner D., *Szkoła projektowania graficznego. Zasady, praktyka, nowe programy i technologie*, Wydawnictwo Arkady, Warszawa 2012
Dobek B. – Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, ASTRUM, Wrocław 2004.
Fiske J., *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, ASTRUM, Kraków 2003.
Głogowski W., *Komunikowanie interpersonalne*, Studio EMKA, Warszawa 2006.
Jaworski R., *Multimedia i grafika komputerowa*, WSiP, Warszawa 2009
Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, WAiP, Warszawa 2008.
Przelaskowski A., *Techniki Multimedialne*, Warszawa 2011.
Tkaczyk R., *Multimedia i grafika komputerowa. Podstawowe pojęcia z grafiki komputerowej*, Centrum Kształcenia Ustawicznego, Koszalin 2010.

Summary

Case studies of many creators of advertising projects and market experience of the author allowed to make some hypotheses about the existence of barriers in cooperation between contracting advertising services and their actual contractors. There are also many original market legends on the conflicts between these players. The article presents both: the theoretical approach to communication processes occurring between market participants and the results of own research on the subject.

Key words: communication, process management, audiovisual advertisement, multimedia design

Informacje o autorze:

dr Marcin Chrząścik

Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach
ul. Żytnia 17/19
08-110 Siedlce
e-mail: marcin.chrzascik@uph.edu.pl
ORCID: 0000-0002-8982-1213

Marek Dylewski
Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu

Beata Zofia Filipiak
Uniwersytet Szczeciński

Finansowanie zadań z zakresu likwidacji skutków katastrof naturalnych w jednostkach samorządu terytorialnego szczebla powiatowego

FINANCING OF TASKS RELATED TO THE ELIMINATION OF CONSEQUENCES OF NATURAL DISASTERS IN THE UNITS OF LOCAL GOVERNMENT AT THE POVIAT LEVEL

Każdego roku odnotowywanych jest coraz więcej katastrof naturalnych, a ich skutki są odczuwane przez coraz więcej podmiotów gospodarczych. W artykule wskazano na teoretyczne podstawy finansowania likwidacji skutków katastrof naturalnych. Przeanalizowano poziom wydatków na likwidację skutków katastrof naturalnych w powiatach przygranicznych i wskazano na różnicowanie badanych powiatów i województw między sobą zakresie wielkości wydatków ponoszonych na likwidację skutków klęsk naturalnych.

Słowa kluczowe: jednostki samorządu terytorialnego, wydatki, katastrofy naturalne, zarządzanie kryzysowe.

Wprowadzenie

Każdego roku odnotowywanych jest coraz więcej katastrof naturalnych, a ich skutki są odczuwane przez coraz więcej podmiotów gospodarczych. Pojawienie się katastrof ma związek m.in. ze zmianami klimatycznymi, czy ingerencją ludzi w środowisko naturalne. Proces urbanizacji jest przyczyną, zarówno rosnącego ryzyka wystąpienia katastrof naturalnych, jak i zwiększającej się liczby odnotowanych katastrof na świecie oraz większych strat w kapitale ludzkim i fizycznym.¹ Dodatkowo dochodzi do poważniejszych strat związanych z brakiem odpowiedzialności organów publicznych, podmiotów i osób wywołany rozpowszechniającą się urbanizacją i zasiedlaniem obszarów o podwyższonym ryzyku katastroficznym. Ta nieodpowiedzialność skutkuje coraz większymi i poważniejszymi stratami w obliczu wystąpienia katastrof naturalnych.

Podczas, gdy krótkookresowe skutki katastrof są przede wszystkim negatywne, długookresowe działania podjęte w procesie odbudowy po zniszczeniach, mogą być

¹ World Bank. 2017. World Development Indicators 2017, World Bank, Washington, DC. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/26447> License: CC BY 3.0 IGO. Data dostępu: 12.09.2017

pozytywne. Nie mniej wymagają szybkiego reagowania, wsparcia i działań likwidacyjnych. Celem opracowania jest wskazanie na tendencje w zakresie finansowania zadań z zakresu likwidacji skutków katastrof naturalnych i jak również uzyskanie odpowiedzi na pytanie: czy w województwach przygranicznych istnieje zróżnicowanie w zakresie wielkości wydatków ponoszonych na likwidację skutków klęsk naturalnych w ramach zarządzania kryzysowego.

Wyniki badań

Likwidacja skutków katastrof naturalnych jako funkcja zarządzania kryzysowego w JST

Pojęcie katastrofy naturalnej nie doczekało się jeszcze jednoznacznego zdefiniowania, a dyskusja toczy się zarówno w literaturze światowej [Alba-Bertrand 1993], obowiązującym prawie², jak i w organizacjach humanitarnych wspierających działania na rzecz prognozowania katastrof i likwidacji ich skutków. Według definicji Organizacji Narodów Zjednoczonych, realizującej „Międzynarodową Strategię Redukcji Katastrof”, katastrofa naturalna jest sytuacją, w której nastąpiło poważne zakłócenie w funkcjonowaniu zbiorowości lub społeczeństwa związane z cierpieniem ludzi, stratami materialnymi, ekonomicznymi bądź środowiskowymi, lub oddziaływaniem, które przekracza zdolność poszkodowanej zbiorowości albo społeczeństwa do poradzenia sobie, przy wykorzystaniu swoich własnych zasobów.³ Centrum Badań nad Epidemiologią Katastrof (CRED – The Centre for Research on the Epidemiology of Disasters) dzieli katastrofy naturalne na pięć podstawowych kategorii: geofizyczne (trzęsienia ziemi, tsunami, lawiny, osuwiska, obrywy, sływy, erupcje wulkanów), meteorologiczne (cyklony tropikalne, cyklony ekstratropikalne, wichury lokalne), hydrologiczne (powodzie, wezbrania sztormowe, lawiny, osuwiska, obrywy, sływy), klimatyczne (susze, fale upałów, fale zimna, ekstremalne warunki zimowe, samoistne pożary) i biologiczne (epidemie, plagi szkodników, ataki zwierząt).

Badania nad skutkami katastrof są prowadzone w różnych przekrojach. Dotyczyły one: wielkości strat materialnych związanych z wystąpieniem katastrof, szkody w środowisku naturalnym⁴, szkody wyrządzone populacji (ludziom)⁵, pomocy materialnej (efektywność, rozmiar) związanej z likwidacją skutków katastrof, regionów

² Ustawa z dnia 26 kwietnia 2007 r. o zarządzaniu kryzysowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 89, poz. 590) z późn. zm.

³ UNISDR, 2009, Terminology on Disaster Risk Reduction. United Nations International Strategy for Disaster Reduction (UNISDR) Geneva, Switzerland, Available online: http://www.unisdr.org/files/7817_UNISDRTerminologyEnglish.pdf (accessed on: 04 July 2017)

⁴ Dyskutują to: Albala-Bertrand J.M., *Political economy of large natural disasters*; Clarendon Press, Oxford, United Kingdom, 1993; Pelling M., Özerdem A., Barakat S., *The macro – economic impact of disasters*. Progress in Development Studies, No. 2(4)/2002, pp. 283-305; Noy I., *The macroeconomic consequences of disasters*, Journal of Development Economics No. 88/2009, pp. 221-231; ; Hallegatte S., Przyluski V., *The economics of natural disasters. Concepts and methods*, Policy Research Working Paper No. 5507, The World Bank Sustainable Development Network, 2010 pp. 1-18; Cavallo E., Noy I., *The economics of natural disasters*, Inter - American Development Bank Working Paper Series No. IDB-WP-124, 2010, s. 1-50.

⁵ Dyskutują to: Nakano K., Tatano, *Long-term Economic Impact of a Disaster -Focusing on Consequences of Financing in Reconstruction*, Annuals of Disas. Prev. Res. Inst., Kyoto Univ. No. 53 B/2010, 71-82; Adam Ch., *Coping with adversity: The macroeconomic management of natural disasters*, Environmental Science & Policy No. 275/2013, s. 99-111.

geograficznych i typów katastrof⁶. Interpretacja fenomenu katastrof zmienia się wraz z rozwojem postępu naukowo-technicznego, jak i poznawaniem praw rządzących rozwojem cywilizacyjnym.

Na tle badań dotyczących wpływu katastrof na gospodarkę istnieje potrzeba oceny, jak wpływają katastrofy naturalne na sytuację finansową jednostek samorządu terytorialnego (JST), a w szczególności, jakim potencjałem finansowym one dysponują.⁷ Wskazane badania ukazują zależność między potencjałem inwestycyjnym, który mógłby być kierowany na inwestycje i pośrednie pobudzanie gospodarki,⁸ a musi zostać zaangażowany w akcje ratunkowe w sytuacji wystąpienia katastrof naturalnych.⁹

W Polsce JST, jako organy publiczne, podejmują się realizacji zadań związanych z zapewnieniem bezpieczeństwa publicznego, a w ramach niego, zarządzania kryzysowego, które stanowi zespół przedsięwzięć organizacyjnych, logistycznych i finansowych. Zarządzanie kryzysowe obejmuje działania związane z zapobieganiem i likwidacją skutków wystąpienia katastrof naturalnych. Z jednej strony działania te obejmują zapobieganie powstawaniu sytuacji kryzysowych, zapewnienie sprawności struktur decyzyjnych na wszystkich szczeblach zarządzania, ciągłej gotowości sił i środków do podjęcia działań, sprawnego reagowania oraz likwidacji skutków zaistniałej sytuacji. Z drugiej zaś, ważne są środki finansowe, które pozwalają na podjęcie działań związanych z likwidacją skutków katastrof naturalnych. Zadania te wykonywane są przez wszystkie szczeble JST, tj. gminy, powiaty i województwa samorządowe. Jednostki te współpracują z organami rządowymi (w szczególności z wojewodą i centrami zarządzania kryzysowego).¹⁰

Kompetencje w zakresie działań związanych z zapobieganiem, przygotowaniem, reagowaniem i likwidacją skutków katastrof naturalnych są częścią działań na rzecz zachowania bezpieczeństwa publicznego i zarządzania kryzysowego. W tym zakresie różne szczeble JST mają różne kompetencje. Najszerze kompetencje dotyczące zarządzania kryzysowego, w tym prowadzenia akcji ratunkowych i likwidacji skutków katastrof naturalnych, mają powiaty, ale zakres oddziaływania najszerszy jest ze względu na właściwość terytorialną jednostek samorządu województwa.

⁶ Dyskutują to: Raschky P.A., *Institutions and the losses from natural disasters*, Natural Hazards and Earth System Sciences No. 8/2008, pp. 627-634; Kukulka A., 2014, *Natural disasters and FDI inflow in the developing countries of South-Eastern Asia*, w: red. Drelich-Skulska B., Mazurek Sz., Jankowiak H.A., *Redefinition of the role of Asia-Pacific region in the global economy*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 370/2014, s. 208-216; Weihua L., Enze B., Liwei L., Wanying W., *A Framework of Sustainable Service Supply Chain Management: A Literature Review and Research Agenda*, Sustainability No. 9, 421/2017

⁷ Zobacz: Filipiak B., Dylewski M., *Interakcje między potencjałem logistycznym a potencjałem finansowym w sytuacjach kryzysowych – ujęcie teoretyczno-metodyczne*, *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia* nr 89 (5)/2017, s. 343-354.

⁸ Zobacz: Filipiak B., Rusała J. *Instytucje otoczenia biznesu: Rozwój, wsparcie, instrumenty*, Difin, Warszawa, 2009.

⁹ Filipiak B., Dylewski M., *Interakcje między potencjałem logistycznym a potencjałem finansowym w sytuacjach kryzysowych – ujęcie teoretyczno-metodyczne*, *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia* nr 89 (5)/2017, s. 343-354.

¹⁰ Szerzej na temat struktur związanych z zarządzaniem kryzysowym w państwie i w samorządach: Ustawa z dnia 26 kwietnia 2007 r. o zarządzaniu kryzysowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 89, poz. 590) z późn. zm. I Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 15 grudnia 2009 r. w sprawie określenia organów administracji rządowej, które utworzą centra zarządzania kryzysowego, oraz sposobu ich funkcjonowania (Dz.U. 2009 nr 220 poz. 1719)

W budżetach JST planowane są wydatki na bezpieczeństwo publiczne, w ujęciu działu (dział 754), a w ramach tego działu budżetu planuje się wydatki (w ujęciu paragrafów): na zarządzanie kryzysowe, na funkcjonowanie straży pożarnych, które wspierają akcje ratunkowe skutków klęsk żywiołowych, na działania nakierowane na usuwanie skutków klęsk żywiołowych, jak również na obronę cywilną oraz zadania ratownictwa górskiego i wodnego. W budżetach JST tworzy się rezerwę celową na realizację zadań własnych z zakresu zarządzania kryzysowego w wysokości nie mniejszej niż 0,5 proc. wydatków budżetu jednostki pomniejszonych o wydatki inwestycyjne, wydatki na wynagrodzenia i pochodne oraz na obsługę długu. Rezerwa ta w świetle obowiązujących przepisów jest wydatkiem inwestycyjnym. Środki ujęte w planie są wykorzystane w sytuacjach, kiedy występuje sytuacja kryzysowa (np. katastrofa naturalna). Jeżeli w danym roku sytuacja kryzysowa nie wystąpi, rezerwa jest rozwiązywana.

Należy podkreślić, że działania związane z zapobieganiem, przygotowaniem, reagowaniem i likwidacją skutków katastrof naturalnych podlegają coraz silniejszym ograniczeniom ekonomicznym, środowiskowym i społecznym¹¹ wymagają zastosowania szeregu instrumentów i narzędzi w celu złagodzenia ich skutków¹².

Material badawczy

Podstawę informacyjną badań stanowiły dane statystyczne z lat 2009–2016, zgromadzone poprzez system BeSTi@, który obsługuje elektroniczne przysyłanie sprawozdań budżetowych do Ministerstwa Finansów za pośrednictwem właściwej terytorialnie regionalnej izby obrachunkowej. Ze zgromadzonych danych dotyczących wszystkich JST wybrano dane powiatów, jako jednostek wykonujących najszerzy zakres zadań z zakresu zarządzania kryzysowego. Analizie poddano dostępne informacje statystyczne obejmujące zmienne, dotyczące: wydatków ogółem realizowanych przez powiaty, wydatków związanych z obsługą zadłużenia oraz występującym w jednostkach zadłużeniem, wydatków na bezpieczeństwo publiczne i ochronę przeciwpożarową, zarządzanie kryzysowe, usuwanie skutków klęsk żywiołowych, pomocy zagranicznej związanej z zarządzaniem kryzysowym, wydatków na funkcjonowanie powiatowych straży pożarnych, wydatków związanych z obroną cywilną oraz zadaniami ratownictwa górskiego i wodnego.

Badanie wpływu wydatków na likwidację skutków katastrof naturalnych na sytuację finansową JST sześciu podstawowego objęło swoim zakresem 21 jednostek województwa zachodniopomorskiego, w tym 3 miasta na prawach powiatu, 14 jednostek województwa lubuskiego, w tym 2 miasta na prawach powiatu oraz 30 jednostek województwa dolnośląskiego i 3 miasta na prawach powiatu. Łącznie przebadano 100% populacji we wskazanych województwach. Wybór wskazanych regionów, odpowiadających powierzchni województw samorządowych został podyktowany następującymi argumentami:

¹¹Weihua L., Enze B., Liwei L., Wanying W., *A Framework of Sustainable Service Supply Chain Management: A Literature Review and Research Agenda*. Sustainability No. 9,421/2017

¹² *DOD Dictionary of Military and Associated Terms*, 2017, US Department of Defense. http://www.dtic.mil/doctrine/new_pubs/dictionary.pdf. Data dostępu: 12.05.2017; *NATO Logistics Handbook*, 2012, November. http://www.nato.int/docu/logi-en/logistics_hndbk_2012-en.pdf. Data dostępu: 12.05.2017.

1. Opracowanie jest wynikiem realizowanych badań w ramach projektu nr 2016-20 wspieranego przez Polsko-Niemiecką Fundację na rzecz Nauki, którego celem jest wykazanie, że czynnikiem stymulującym sprawność i skuteczność systemu wsparcia logistycznego akcji ratunkowych w sytuacji katastrof naturalnych może być współpraca przygraniczna państw sąsiadujących.
2. Wybór JST przygranicznych był podyktowany postawioną w projekcie nr 2016-20 hipotezą badawczą, wskazującą, że współpraca przygraniczna może być czynnikiem stymulującym sprawność i skuteczność systemu wsparcia logistycznego akcji ratowniczych w sytuacji katastrof naturalnych. Ponadto przyjęto założenie, że ważnym czynnikiem stymulującym podniesienie sprawności działania jest wsparcie (finansowe i niefinansowe) udzielane w ramach akcji ratunkowych i działań na rzecz likwidacji skutków katastrof naturalnych. Występujące badania potwierdzają, że kraje o wyższym PKB oraz posiadające znaczne doświadczenie w likwidacji skutków różnych katastrof naturalnych mogą przyczynić się do szybszego wyrównywania różnic pomiędzy krajami sąsiedzkimi.¹³
3. Na terenie wybranych do badania JST występują katastrofy naturalne, które wymagają współdziałania nie tylko krajowych, ale międzynarodowych jednostek ratunkowych, a współpraca ta podyktowana jest współpracą w ramach UE i umów dobrosąsiedzkich.¹⁴

Podejście badawcze

Podstawowe zmienne przyjęte do badania - wydatki z zakresu zarządzania kryzysowego i likwidacji skutków katastrof naturalnych, zgodnie z obowiązującą klasyfikacją budżetową, ujmowane są w dziale Bezpieczeństwo publiczne i ochrona przeciwpożarowa (dział 754). Składowymi tego działu są rozdziały stanowiące podstawowe zmienne badawcze: zarządzanie kryzysowe, funkcjonowanie straży pożarnych, usuwanie skutków klęsk żywiołowych, obrona cywilna oraz zadania ratownictwa górskiego i wodnego. W badaniach przyjęto założenie, że istnieje zależność między wydatkami z budżetów powiatów na bezpieczeństwo publiczne oraz wielkościami wpływającymi na ich poziom (rezerwą celową na realizację zadań własnych z zakresu zarządzania kryzysowego) a poziomem zadłużenia.

W badaniu przyjęto następujące pytania badawcze:

1. Jak duże były rozbieżności między powiatami w zakresie ponoszonych wydatków na bezpieczeństwo publiczne i zarządzanie kryzysowe w analizowanym okresie?
2. Czy poziom wydatków na bezpieczeństwo publiczne, zarządzanie kryzysowe i rezerwa celowa na realizację zadań własnych z zakresu zarządzania kryzysowego jest skorelowana z poziomem zadłużenia, które wskazuje na potrzebę dofinansowania różnych zadań, które nie mają pokrycia w budżecie?

W celu ustalenia rozbieżności między powiatami w zakresie ponoszonych wydatków na bezpieczeństwo publiczne i zarządzanie kryzysowe zastosowano statystyczne miary poziomu przeciętnego zróżnicowania: średnią pozwalającą

¹³ Badania zrealizowane w ramach projektu nr 2016-20 pn. „Polsko-niemiecka współpraca przygraniczna w zakresie wsparcia logistycznego akcji ratunkowych w sytuacjach kryzysowych” wspieranego przez Polsko-niemiecką Fundację na rzecz Nauki.

¹⁴ Badania na terenie województw i powiatów sąsiadujących z polskimi JST prowadzi zespół z Uniwersytetu z Salzburga.

zobrazować przeciętny poziom ponoszonych wydatków w analizowanych powiatach na bezpieczeństwo publiczne, zarządzanie kryzysowe i miary zmienności, które pozwolą odpowiedzieć na pytanie, jak bardzo zróżnicowana jest populacja analizowanych powiatów. Podejście to pozwoli na uzyskanie odpowiedzi na postawione powyżej pierwsze pytanie badawcze. W celu ustalenia odpowiedzi na drugie pytanie badawcze zastosowano współczynnik korelacji Pearsona.

Wyniki badań

Prowadząc analizę porównawczą rozbieżności między powiatami w zakresie ponoszonych wydatków na bezpieczeństwo publiczne i zarządzanie kryzysowe opisanych za pomocą wielu cech diagnostycznych dokonano analizy danych źródłowych (bazy danych BeSTi@, które doprowadziły do następujących wniosków:

1. Ustalając rozbieżności między powiatami w zakresie ponoszonych wydatków na bezpieczeństwo publiczne i zarządzanie kryzysowe w analizowanym okresie należy wskazać, że najniższy poziom i najniższe wydatki wykazywały następujące zmienne diagnostyczne: wydatki na usuwanie skutków klęsk żywiołowych, pomoc zagraniczna związana z zarządzaniem kryzysowym, wydatki na funkcjonowanie straży pożarnych (ochotnicze straże pożarne, pozostałe zadania przeciwpożarowe i dofinansowanie wojewódzkich straży pożarnych) oraz zadania ratownictwa górskiego i wodnego. Zmienne diagnostyczne dotyczące: dochodów i wydatków ogółem realizowanych przez powiaty, wydatków związanych z obsługą zadłużenia oraz występującym w jednostkach zadłużeniem, wydatków na bezpieczeństwo publiczne, zarządzanie kryzysowe, wydatków na funkcjonowanie powiatowych straży pożarnych, wydatków związanych z obroną cywilną - ponoszą wszystkie jednostki na różnym poziomie wartościowym.
2. Żaden z analizowanych powiatów w badanym okresie czasu nie ponosił wydatków związanych z pomocą zagraniczną.
3. W analizowanym okresie nie wszystkie analizowane powiaty ponosiły wydatki na usuwanie klęsk żywiołowych, co zobrazowano w tabeli 1. Najczęściej wydatki ponoszone były przez powiaty województwa dolnośląskiego. W roku 2011 jedynie 4 powiaty poniosły wydatki na usuwanie klęsk żywiołowych. W roku 2015 93,8% powiatów poniosło wydatki na usuwanie klęsk żywiołowych. W latach 2009 i 2016 powiaty województw lubuskiego i zachodniopomorskiego nie ponosiły wydatków na usuwanie klęsk żywiołowych. A w 2011 roku zaledwie jeden powiat województwa lubuskiego poniósł wydatki na usuwanie skutków klęsk żywiołowych. W 2011 roku żaden z powiatów województwa zachodniopomorskiego nie poniósł wydatków na analizowany cel.
4. W analizowanym okresie powiaty nie ponosiły wydatków związanych z dofinansowaniem wojewódzkich straży pożarnych ani ochotniczych jednostek przeciwpożarowych realizujących zadania wsparcia logistycznego akcji ratunkowych.
5. Badane jednostki poniosły wydatki na realizację pozostałych zadań przez jednostki straży pożarnej (tabela 1). Wydatki w analizowanym okresie ponosiło nie więcej niż 21,5% analizowanych powiatów, przy czym najaktywniejsze były w tym zakresie powiaty województwa zachodniopomorskiego. Zjawisko to ma tendencję malejącą.

6. W analizowanym okresie realizowano zadania ratownictwa górskiego i wodnego (tabela 1). Wydatki w zakresie zadań z zakresu działań mających na celu wsparcie akcji ratowniczych ponosi nieznaczna liczba jednostek, przy czym największa liczba jednostek jest z woj. dolnośląskiego. Wydatki w analizowanym okresie ponosiło nie więcej niż 10,8% ogółu analizowanych powiatów. Biorąc pod uwagę problemy w zakresie zadań ratownictwa górskiego i wodnego jest to zarówno znikomy poziom wydatków, jak i liczba jednostek, które te wydatki ponoszą.
7. Rozbieżności między powiatami w zakresie ponoszonych wydatków na bezpieczeństwo publiczne i zarządzanie kryzysowe w analizowanym okresie zostały opisane następującymi relacjami: wielkością wydatków na bezpieczeństwo publiczne (tabela 2), zarządzanie kryzysowe (tabela 3), wydatkami na funkcjonowanie powiatowych straży pożarnych (tabela 4).

Tabela 1. Liczba jednostek ponoszących wydatki związane ze wsparciem logistycznym realizowanych zadań z zakresu likwidacji skutków katastrof naturalnych (klęski żywiołowe, pozostałe zadania ppoż, ratownictwo górskie i wodne)

Wyszczególnienie	2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	liczba	%	liczba	%	liczba	%	liczba	%	liczba	%	liczba	%	liczba	%	liczba	%
usuwanie skutków klęsk żywiołowych																
dolnośląskie	15	50,0%	30	100,0%	3	10,0%	23	76,7%	24	80,0%	22	73,3%	28	93,3%	26	86,7%
lubuskie	0	0,0%	14	100,0%	1	7,1%	11	78,6%	11	78,6%	10	71,4%	12	85,7%	0	0,0%
zachodniopomorskie	0	0,0%	20	95,2%	0	0,0%	17	81,0%	10	47,6%	13	61,9%	21	100,0%	0	0,0%
ogółem badane powiaty	15	23,1%	64	98,5%	4	6,2%	51	78,5%	45	69,2%	45	69,2%	61	93,8%	26	40,0%
wsparcie zadań realizowanych na rzecz akcji kryzysowych pozostałych jednostek p/por																
dolnośląskie	3	10,0%	4	13,3%	5	16,7%	5	16,7%	6	20,0%	5	16,7%	7	23,3%	6	20,0%
lubuskie	2	14,3%	1	7,1%	3	21,4%	1	7,1%	2	14,3%	2	14,3%	2	14,3%	2	14,3%
zachodniopomorskie	8	38,1%	8	38,1%	6	28,6%	8	38,1%	4	19,0%	4	19,0%	5	23,8%	4	19,0%
ogółem badane powiaty	13	20,0%	13	20,0%	14	21,5%	14	21,5%	12	18,5%	11	16,9%	14	21,5%	12	18,5%
ratownictwo górskie i wodne																
dolnośląskie	2	6,7%	3	10,0%	3	10,0%	2	6,7%	3	10,0%	4	13,3%	4	13,3%	3	10,0%
lubuskie	1	7,1%	1	7,1%	1	7,1%	1	7,1%	1	7,1%	0	0,0%	1	7,1%	1	7,1%
zachodniopomorskie	0	0,0%	0	0,0%	1	4,8%	3	14,3%	3	14,3%	3	14,3%	2	9,5%	2	9,5%
ogółem badane powiaty	3	4,6%	4	6,2%	5	7,7%	6	9,2%	7	10,8%	7	10,8%	7	10,8%	6	9,2%
usuwanie skutków klęsk żywiołowych																
dolnośląskie	18	60,0%	30	100,0%	3	10,0%	23	76,7%	24	80,0%	22	73,3%	2	6,7%	26	86,7%
lubuskie	0	0,0%	14	100,0%	1	7,1%	11	78,6%	11	78,6%	10	71,4%	2	14,3%	13	92,9%
zachodniopomorskie	0	0,0%	20	95,2%	0	0,0%	17	81,0%	10	47,6%	13	61,9%	0	0,0%	0	0,0%
ogółem badane powiaty	18	27,7%	64	98,5%	4	6,2%	51	78,5%	45	69,2%	45	69,2%	4	6,2%	39	60,0%

Źródło: badania własne.

Analiza wskazanych wielkości liczbowych w zakresie wydatków na bezpieczeństwo publiczne pozwala na sformułowanie następujących wniosków:

1. Wydatki na bezpieczeństwo publiczne wykazuje duże zróżnicowanie między województwami, jak i powiatami funkcjonującymi w ramach województwa (tabela 2). Rozwarstwienie wydatków w analizowanych powiatach jest bardzo duże. Obok skrajnie niskich wydatków na bezpieczeństwo publiczne, w budżetach powiatów można zaobserwować wydatki na znacząco wysokim poziomie. Średnia wydatków w analizowanych powiatach na bezpieczeństwo publiczne kształtuje się na zbliżonym poziomie w województwach zachodniopomorskim i lubuskim, natomiast w województwie dolnośląskim jest nieznacznie wyższa. Analiza wskazuje, że istnieją nie tylko bardzo duże rozbieżności między wydatkami na bezpieczeństwo publiczne w ramach każdego z województw, ale rozbieżności te są najwyższe w województwie dolnośląskim. Najmniejsze rozbieżności występują między powiatami województwa lubuskiego.

- Powiaty w województwie dolnośląskim ponoszą wyższe wydatki na bezpieczeństwo publiczne niż powiaty województwa lubuskiego i zachodniopomorskiego. Analiza wydatków na bezpieczeństwo publiczne wykazała, że na przestrzeni lat 2009-2016 wydatki w tej kategorii nie wzrosły znacząco (brak korekty rynkowej). Obserwowana jest tendencja spadkowa w dokonywaniu wydatków tej kategorii w latach 2011-2013, co zgodne jest z ogólnym trendem w zakresie kształtowania się wydatków JST.
- Najwyższe wydatki w latach 2009-2016 poniosły na bezpieczeństwo publiczne kryzysowe powiaty województwa dolnośląskiego, najniższe – powiaty województwa lubuskiego.

Tabela 2. Podstawowe charakterystyki opisujące zróżnicowanie wydatków na bezpieczeństwo publiczne w badanych powiatach (w tys. zł)

Wyszczególnienie	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
dolnośląskie								
max	59 472	58 321	60 233	95 770	64 074	66 006	63 068	62 119
min	16,5	22,7	5,9	9,0	5,4	8,6	15,6	23,3
rozstęp	59 455	58 298	60 227	95 761	64 069	65 997	63 052	62 095
średnia	6 997	6 725	6 884	7 978	6 615	6 828	6 653	6 735
współczynnik zmienności	1,5	1,5	1,6	2,2	1,7	1,7	1,7	1,7
odchylenie standardowe	10 629	10 384	10 877	17 180	11 479	11 841	11 313	11 125
lubuskie								
max	17 296	17 229	13 614	14 351	12 138	12 424	12 437	16 185
min	25,9	47,3	23,0	6,4	8,1	28,0	21,7	34,9
rozstęp	17 270	17 182	13 591	14 344	12 129	12 396	12 415	16 150
średnia	5 564	5 759	5 245	5 180	5 086	5 069	5 206	5 583
współczynnik zmienności	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,8
odchylenie standardowe	5 231	5 183	4 065	4 057	3 669	3 730	3 564	4 731
zachodniopomorskie								
max	31 411	30 246	31 615	30 962	31 907	32 411	34 188	38 226
min	193,9	198,7	220,9	37,6	104,8	71,5	92,0	97,3
rozstęp	31 218	30 047	31 395	30 924	31 802	32 339	34 096	38 129
średnia	5 661	5 447	5 376	5 483	5 757	5 671	5 951	6 157
współczynnik zmienności	1,1	1,1	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2
odchylenie standardowe	6 249	5 952	6 223	6 129	6 259	6 411	6 768	7 596

Źródło: badania własne.

Tabela 3. Podstawowe charakterystyki opisujące zróżnicowanie wydatków na zarządzanie kryzysowe w badanych powiatach (w tys. zł)

Wyszczególnienie	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
dolnośląskie								
max	284,4	135,2	135,2	1 055,4	228,5	825,0	233,6	269,5
min	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
rozstęp	284,4	135,2	135,2	1 055,4	228,5	825,0	233,6	269,5
średnia	21,5	24,5	24,5	85,9	24,8	59,0	32,9	33,8
współczynnik zmienności	2,5	1,7	1,7	2,6	2,0	2,7	1,7	1,8
odchylenie standardowe	54,0	41,8	41,8	221,3	49,3	159,0	55,9	60,0
lubuskie								
max	12,5	68,3	68,3	438,4	425,8	371,2	379,6	1 841,2
min	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
rozstęp	12,5	68,3	68,3	438,4	425,8	371,2	379,6	1 841,2
średnia	2,0	8,5	8,5	35,4	34,1	54,2	51,0	174,7
współczynnik zmienności	1,9	2,4	2,4	3,3	3,3	2,4	2,2	0,8
odchylenie standardowe	3,8	20,7	20,7	116,2	113,3	127,8	111,6	148,3
zachodniopomorskie								
max	481,3	256,8	256,8	390,2	622,9	166,9	334,7	342,1
min	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
rozstęp	481,3	256,8	256,8	390,2	622,9	166,9	334,7	342,1
średnia	35,1	25,4	25,4	32,7	41,7	19,5	29,3	28,2
współczynnik zmienności	3,0	2,3	2,3	2,6	3,2	2,1	2,6	2,7
odchylenie standardowe	105,1	58,2	58,2	86,1	135,2	40,9	74,8	75,9

Źródło: badania własne.

Analiza wskazanych wielkości liczbowych w zakresie wydatków na zarządzanie kryzysowe publiczne pozwala na sformułowanie następujących wniosków (tabela 3):

1. Analiza wydatków na zarządzanie kryzysowe wykazuje mniejsze zróżnicowanie, niż wydatki na bezpieczeństwo publiczne. Należy podkreślić, że istnieją powiaty, które nie ponoszą wydatków na zarządzanie kryzysowe, co nie oznacza, że katastrofy naturalne, czy sytuacje wymagające likwidacji skutków sytuacji kryzysowych nie występują. Takie skutki mogą być usuwane w ramach innych wydatków (np. bezpieczeństwo publiczne, funkcjonowanie straży ppoż, czy choćby obrony cywilnej).
2. W analizowanym okresie występują we wszystkich powiatach analizowanych województw wahania w zakresie ponoszonych wydatków na zarządzanie kryzysowe, przy utrzymaniu sytuacji, gdzie nie wszystkie powiaty ponoszą te wydatki. Oznacza to, że powiaty, w których nastąpił wzrost tych wydatków, dostrzegają rolę prewencyjno-pomocową wydatków na ten cel, jak również występują coraz częściej sytuacje kryzysowe, które wymagają interwencji.
3. Jednorazowy, znaczący wzrost wydatków w kategorii zarządzania kryzysowego może świadczyć o wystąpieniu sytuacji kryzysowej (najczęściej katastrofy naturalnej) wymagającej znacznych środków na jej likwidację. W analizowanej populacji powiatów występują tego typu zjawiska, ale istniejącą tendencją jest występowanie jeszcze w okresach późniejszych zwiększonych, niż przed zdarzeniem wydatków (co może świadczyć o konieczności ponoszenia wydatków na likwidację skutków w latach po zdarzeniu).
4. Najwyższe wydatki w latach 2009-2016 poniosły na zarządzanie kryzysowe powiaty województwa dolnośląskiego, najniższe – powiaty województwa zachodniopomorskiego.

Wydatki na zadania związane z realizacją zadań powiatowych straży pożarnych, które wspierają zadania związane wykazują również duże zróżnicowanie (tabela 4). Tylko nieliczne jednostki w analizowanych powiatach nie ponoszą wydatków na ten cel. W województwie zachodniopomorskim obserwuje się systematyczny, choć powolny wzrost wydatków na zadania związane z powiatowymi strażami pożarnymi. W województwie dolnośląskim wydatki te podlegają nieznacznym wahaniom, ale można przyjąć, że są utrzymywane przez powiaty na zbliżonym poziomie. W województwie lubuskim obserwuje się w latach 2013-2015 spadek wydatków. Średnia wydatków związanych z realizacją zadań powiatowych straży pożarnych w województwie dolnośląskim i zachodniopomorskim kształtuje się na zbliżonym poziomie. W województwie lubuskim średnia wydatków podlega wahaniom.

Tabela 4. Podstawowe charakterystyki opisujące zróżnicowanie wydatków na zadania wykonywane przez powiatowe straże pożarne (w tys. zł)

Wyszczególnienie	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
dolnośląskie								
max	33 036,6	32 211,8	33 414,7	56 380,1	34 957,6	35 222,5	35 901,7	36 877,4
min	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
rozstęp	33 036,6	32 211,8	33 414,7	56 380,1	34 957,6	35 222,5	35 901,7	36 877,4
średnia	5 792,0	5 360,9	5 507,7	6 251,1	5 288,3	5 391,4	5 366,0	5 534,4
współczynnik zmienności	1,04	1,07	1,09	1,60	1,18	1,17	1,19	1,19
odchylenie standardowe	6 002,2	5 756,8	6 026,4	9 993,7	6 238,0	6 304,0	6 398,7	6 564,4
lubuskie								
max	15 603,2	13 344,8	11 709,7	12 360,6	10 769,8	10 888,6	10 756,7	13 488,7
min	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
rozstęp	15 603,2	13 344,8	11 709,7	12 360,6	10 769,8	10 888,6	10 756,7	13 488,7
średnia	5 121,1	5 210,4	4 858,6	4 892,6	4 788,3	4 789,5	4 837,2	5 056,3
współczynnik zmienności	0,9	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,7
odchylenie standardowe	4 559,0	4 258,7	3 436,1	3 552,9	3 278,4	3 305,7	3 022,8	3 671,8
zachodniopomorskie								
max	19 733,2	19 429,2	20 550,0	20 223,8	20 819,9	21 519,3	22 373,0	26 329,4
min	80,0	88,0	108,0	0,0	50,0	10,0	32,0	35,0
rozstęp	19 653,2	19 341,2	20 442,0	20 223,8	20 769,9	21 509,3	22 341,0	26 294,4
średnia	4 952,9	4 791,2	4 729,6	4 849,3	5 060,1	4 998,2	5 163,4	5 444,8
współczynnik zmienności	0,79	0,78	0,83	0,81	0,79	0,84	0,83	0,94
odchylenie standardowe	3 903,9	3 754,1	3 939,6	3 928,1	4 004,9	4 178,3	4 300,9	5 107,0

Źródło: badania własne.

W tabeli 5 przedstawiono wyniki korelacji wydatków na bezpieczeństwo publiczne, zarządzanie kryzysowe z poziomem zadłużenia w analizowanych powiatach. Ponieważ wystąpienie sytuacji kryzysowych wywołanych katastrofą naturalną zazwyczaj wymaga wysokich środków na likwidację powstałych skutków katastrofy, JST wspomagają realizację zadań ponosząc wydatki nie mające pokrycia w dochodach. Jeśli skutkiem tego jest deficyt budżetu i brak możliwości jego pokrycia z nadwyżek budżetu z lat ubiegłych, występuje konieczność zaciągnięcia zadłużenia. Dotyczy to tylko wydatków majątkowych.

Tabela 5. Zależności między wydatkami na bezpieczeństwo publiczne i zarządzanie kryzysowe z poziomem zadłużenia

Wyszczególnienie	Wydatki na:		
	bezpieczeństwo publiczne / zadłużenie	zarządzanie kryzysowe/zadłużenie	zadania powiatowych straży pożarnych / zadłużenie
dolnośląskie	0,91	-0,06	0,87
lubuskie	0,62	0,49	0,55
zachodniopomorskie	0,80	0,59	0,78
ogółem badane powiaty	0,88	0,09	0,83

Źródło: badania własne.

Z danych zawartych w tabeli 5 wynika, że istnieje bardzo silny związek między wydatkami na bezpieczeństwo publiczne a poziomem zadłużeniem i jego obsługą w powiatach województwa dolnośląskiego, natomiast w powiatach województwa zachodniopomorskiego zależność ta jest silna. W województwie lubuskim zależność ta jest na umiarkowanym poziomie. Nie występuje zależność między wydatkami na zarządzanie kryzysowe i zadłużeniem w województwie dolnośląskim. Zależność ta jest na umiarkowanym poziomie w województwie zachodniopomorskim i lubuskim. Istnieje natomiast silny związek między wydatkami na zadania realizowane przez powiatowe straże pożarne i zadłużeniem w powiatach województwa dolnośląskiego i zachodniopomorskiego. Związek ten jest na poziomie umiarkowanym w województwie lubuskim. Wskaźnik korelacji wykazuje silną zależność między wydatkami na

bezpieczeństwo publiczne i zadłużeniem oraz wydatkami na zadania realizowane przez powiatowe straże pożarne i zadłużeniem w całej populacji badanych powiatów. Brak związku w badanej populacji występuje między wydatkami na zarządzanie kryzysowe i zadłużeniem.

Podsumowanie i wnioski

Wydatki na likwidację skutków katastrof naturalnych w JST, a tym samym w powiatach, są słabo ujęte w istniejącej klasyfikacji budżetowej. Biorąc pod uwagę rozmiar szkód, jak również brak odpowiedniej klasyfikacji budżetowej, bardzo trudno przypisać jest poziom wydatków występującym zdarzeniom i podejmowanym działaniom będącym skutkiem decyzji organów powiatowych. Należy podkreślić fakt, że nie wszystkie działania związane z likwidacją skutków katastrof naturalnych podlegają ewidencji w dziale 754, gdyż część lub całość z nich ujmowana jest w konkretnym dziale klasyfikacji budżetowej odpowiednio do realizowanych funkcji i zadań przez powiat lub podejmowana jest przez inne podmioty lub finansowana jest ze źródeł pozabudżetowych.

Praktycznie można zaobserwować tendencję utrzymywania wydatków na względnie stabilnym poziomie, natomiast budzi niepokój brak wydatków w niektórych powiatach. Można zatem wskazać, że jednostki te nie podejmują działań prewencyjnych, które będą powodowały znaczne wydatki w przyszłości spowodowane zaniechaniem działań.

Występujące zróżnicowanie między samymi powiatami w każdym z województw, jak i województwami, wskazuje na rozbieżności w poziomie wydatków, jak i postrzeganiu potrzeby ich dokonywania w okresie, kiedy siła oddziaływania skutków katastrof naturalnych była nieznaczną.

Bibliografia

- Adam Ch., *Coping with adversity: The macroeconomic management of natural disasters*, Environmental Science & Policy No. 275/2013, s. 99-111.
- Albala-Bertrand J.M., *Political economy of large natural disasters*; Clarendon Press, Oxford, United Kingdom, 1993.
- Cavallo E., Noy I., *The economics of natural disasters*, Inter - American Development Bank Working Paper Series No. IDB-WP-124, 2010, s.1-50.
- DOD *Dictionary of Military and Associated Terms*, 2017, US Department of Defense. http://www.dtic.mil/doctrine/new_pubs/dictionary.pdf. Data dostępu: 12.05.2017.
- Filipiak B., Dylewski M., *Interakcje między potencjałem logistycznym a potencjałem finansowym w sytuacjach kryzysowych – ujęcie teoretyczno-metodyczne*, Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia nr 89 (5)/2017, s. 343-354.
- Filipiak B., Ruszała J., *Instytucje otoczenia biznesu: Rozwój, wsparcie, instrumenty*, Difin, Warszawa, 2009.
- Hallegatte S., Przyluski V., *The economics of natural disasters. Concepts and methods*, Policy Research Working Paper No. 5507, The World Bank Sustainable Development Network, 2010 pp. 1-18.
- Kukułka A., *Natural disasters and FDI inflow in the developing countries of South-Eastern Asia*, w: red. Drelich-Skulska B., Mazurek Sz., Jankowiak H.A., *Redefinition of the role of Asia-Pacific*

region in the global economy, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 370/2014, s. 208-216.

Nakano K., Tatano, *Long-term Economic Impact of a Disaster -Focusing on Consequences of Financing in Reconstruction*, Annuals of Disas. Prev. Res. Inst., Kyoto Univ. No. 53 B/2010, 71-82.

NATO *Logistics Handbook*, 2012, November. http://www.nato.int/docu/logi-en/logistics_hndbk_2012-en.pdf. Data dostępu: 12.05.2017.

Noy I., *The macroeconomic consequences of disasters*, Journal of Development Economics No. 88/2009, pp. 221-231.

Pelling M., Özerdem A., Barakat S., *The macro – economic impact of disasters* .Progress in Development Studies, No. 2(4)/2002, pp. 283-305.

Raschky P.A., *Institutions and the losses from natural disasters*, Natural Hazards and Earth System Sciences No. 8/2008, pp. 627-634.

Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 15 grudnia 2009 r. w sprawie określenia organów administracji rządowej, które utworzą centra zarządzania kryzysowego, oraz sposobu ich funkcjonowania (Dz.U. 2009 nr 220 poz. 1719)

UNISDR, 2009, Terminology on Disaster Risk Reduction. United Nations International Strategy for Disaster Reduction (UNISDR) Geneva, Switzerland, Available online: http://www.unisdr.org/files/7817_UNISDRTerminologyEnglish.pdf (accessed on: 04 July 2017)

Ustawa z dnia 26 kwietnia 2007 r. o zarządzaniu kryzysowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 89, poz. 590) z późn. zm.

Weihua L, Enze B, Liwei L, Wanying W., *A Framework of Sustainable Service Supply Chain Management: A Literature Review and Research Agenda*. Sustainability No. 9, 421/2017.

World Bank. 2017. World Development Indicators 2017, World Bank, Washington, DC. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/26447> License: CC BY 3.0 IGO. Data dostępu: 12.09.2017.

Summary

Every year there are more and more natural disasters, and their effects are felt by more and more business entities. The article pointed out the theoretical basis for the financing of liquidation of consequences of natural disasters. The level of expenditures on the elimination of the effects of natural disasters in border poviats was analyzed and it was pointed out that the examined poviats and voivodships differed in the scope of expenditures incurred for liquidation of the effects of natural disasters.

Key words: Local Government, Other Expenditure, Natural Disasters and Their Management

Informacje o autorach:

Dr hab. prof. WSB Marek Dylewski

Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Wydział Finansów i Bankowości, ul. Powstańców Wlkp. 5, 61-874 Poznań

e-mail: marek.dylewski@wsb.poznan.pl

ORCID : 0000-0002-5480-5264

Prof. zw. dr hab. Beata Zofia Filipiak

Uniwersytet Szczeciński, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, ul. Mickiewicza 64, 71-101 Szczecin

e-mail: beata.filipiak@usz.edu.pl

ORCID : 0000-0003-0168-2798

Grębowiec Mariusz

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Rola współczesnych innowacji sektora owoców i warzyw w procesie postrzegania i podejmowania decyzji nabywczych przez konsumentów

THE ROLE MODERN INNOVATIONS IN THE FRUIT AND VEGETABLE SECTOR I THE PROCESS OF PERCEIVING AND PURCHASING DECISUIONS BY CONSUMERS

W artykule dokonano próby oceny innowacyjności sektora owoców i warzyw w opinii polskich konsumentów. Bazując na dostępnej literaturze, artykułach i czasopismach branżowych oraz informacjach opublikowanych na stronach internetowych scharakteryzowano zmiany na polskim rynku owoców i warzyw, innowacyjność sektora owoców i warzyw, rodzaje innowacji związanych z nowymi technologiami i procesami oraz z nowymi metodami marketingowymi i organizacyjnymi, a także wskazano trendy i bariery nabywcze konsumentów w sektorze owocowo-warzywnym. Dla pełnego zobrazowania stopnia znajomości i rozpoznawalności wybranych innowacji oraz stosunku do tego typu produktów konsumenta przeprowadzono badania ankietowe.

Słowa kluczowe: innowacja, rynek, konsument, owoce i warzywa, innowacyjne produkty żywnościowe

Wstęp

Na współczesnym rynku produktów spożywczych nieustannie zachodzą zmiany, głównie za sprawą zmieniających się wciąż preferencji konsumentów, jak również konkurujących ze sobą jednostek produkcyjnych. Przedsiębiorstwa dostrzegają, że wprowadzenie innowacji stało się już koniecznością, aby utrzymać się na rynku.

Uzyskanie jak największej liczby informacji związanych z konsumentem i jego zachowaniem na rynku jest dzisiaj kluczem do sukcesu. Przedsiębiorstwo chcąc funkcjonować oraz odnosić sukcesy na rynku, musi spojrzeć na swoje produkty oczami nabywców. Firmy powinny ciągle analizować i oceniać swoją ofertę oraz doskonalić ją, poprzez wdrożenie nowych właściwości produktów, istotnych dla konsumenta oraz eliminować niepożądane atrybuty.

Rynek FMCG (Fast-Moving Consumer Goods) w Polsce wprowadza każdego roku kilkadziesiąt nowych produktów w różnych grupach żywności, co jest odzwierciedleniem ciągłych przemian tego rynku, jednak duża liczba niepomyślnie wprowadzonych nowości pokazuje jak wymagający i trudny jest to rynek dla producentów. Dlatego też pojęcie innowacyjności podmiotów rynkowych to kluczowy element powodzenia i dalszego rozwoju. Wprowadzanie innowacji produktowych przez firmy, pozwala im na utrzymanie pozycji na rynku. Jednak wdrożenie nowości produktowych wsparte musi być odpowiednimi działaniami marketingowymi i technologicznymi. Pierwsze odnoszą

się do rozpoznawalności danego produktu na rynku w oczach nabywców, natomiast drugie odpowiadają za produkt, i to najwyższej klasy jakości. Nie należy zapominać o innowacjach procesowych i organizacyjnych. To dzięki nim koszty transportu i produkcji maleją, zaś dobre stosunki między kadrą kierowniczą, a pracownikami poprawiają komfort i wydajność pracy.

Pojęcie i znaczenie innowacji

W literaturze przedmiotu istnieje wiele definicji innowacji. Pierwszym, który zdefiniował to pojęcie, był austriacki ekonomista i teoretyk Joseph A. Schumpeter. Miało to miejsce jeszcze w 1911 roku¹. Ograniczył on rozumienie innowacji do wdrożenia nowego procesu lub do komercjalizacji nowego produktu. Mimo, że doceniał znaczenie wiedzy, to nie prowadził badań nad powiązaniem między innowacjami, a wiedzą. Obecnie, postrzeganie i relacje są zupełnie inne, to wiedza i informacja stanowią podstawową wartość². Innowacje powinny zwiększać korzyści dla konsumentów lub przyczyniać się do obniżenia kosztów. Dzięki innowacjom możliwe jest osiągnięcie obu tych efektów. Istnieje wiele klasyfikacji innowacji. Traktując innowacje jako obiekt badań, z punktu widzenia powodowanych przez nie następstw (skutków), wyróżniono innowacje strategiczne i taktyczne. Pierwsze z nich odnoszą się do przedsięwzięć innowacyjnych o długofalowym charakterze i służą do realizacji celów strategicznych. Innowacje taktyczne dotyczą bieżących zmian w wyrobach, produkcji technologii i organizacji pracy. Pozwalają one na poprawę efektywności gospodarowania w przedsiębiorstwach. Ze względu na kryterium podziału oryginalności zmian, wskazano na dwie grupy innowacji, są to: innowacje kreatywne, polegające na dokonaniu odkrycia lub wynalazku i jego późniejsze pierwsze praktyczne zastosowanie twórcze³. Drugą grupę stanowią innowacje imitujące, polegające na odtwarzaniu i naśladowaniu oryginalnych zmian prowadzących do określonych korzyści w danym czasie i miejscu.

W międzynarodowej metodologii badań odnoszących się do innowacyjnych przedsiębiorstw przyjęto kryterium przedmiotowe i wyodrębniło cztery podstawowe typy innowacji⁴: produktowe, marketingowe, procesowe oraz organizacyjne. Między wyżej wymienionymi grupami innowacji występują silne powiązania. Wdrożenie innowacji procesowych i produktowych wpływa na innowacje organizacyjne. Natomiast innowacje marketingowe mogą zwiększać zdolność firmy do rozwoju nowych produktów, jak również mogą kształtować zindywidualizowaną ofertę. Powodują repozycjonowanie marek, modyfikacje w sposobie dystrybucji, zmiany charakteru relacji z nabywcami. Efekt takich zmian, to m.in. poprawa wyników ekonomicznych przedsiębiorstwa.

Wyjaśniając istotę innowacji, należy wspomnieć o terminie innowacyjność. Według Grzybowskiej, innowacje posiadają charakter podmiotowy, co innego innowacyjność,

¹ Szymańska A. I.: *Innowacyjność produktowa przedsiębiorstw produkcyjnych a preferencja konsumentów*. Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, 2012(20), s. 147-161.

² Lemanowicz M.: *Aktywność innowacyjna przedsiębiorstw w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem branży spożywczej*. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2014, 16(6), 307-312

³ Baruk J.: *Zarządzanie wiedzą i innowacjami*. Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2006, s.26.

⁴ Oslo Manual : Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. 3rd Edition. OECD and Eurostat 2005

która wiąże się z procesem i działaniem, czego efektem są innowacje. Nie ma powszechnie ustalonej jednolitej definicji innowacyjności, tak jak i w przypadku terminu innowacja ⁵. Innowacyjność to proces polegający na ciągłym wprowadzaniu zmian jakościowych w sferze organizacji pracy, technologii, zarządzania i marketingu. Wymienione zmiany prowadzą do powstawania nowego produktu, jak również jego znacznej modernizacji.

Przykładowe działania innowacyjne podejmowane w sektorze owocowo-warzywnym w Polsce

Polscy konsumenci są coraz bardziej zapracowani i zabiegani. Nie mają czasu na czasochłonne gotowanie czy zakupy, a z drugiej strony starają się bardziej zadbać o to, aby spożywane w pośpiechu posiłki były pożywne, zdrowe i wygodne. Zaobserwowano silny trend zwany convenience, stąd wiele firm wdraża coraz więcej innowacji w sektorze owoców i warzyw. Zdrowe przekąski i innowacyjne produkty do spożycia „w biegu” stały się integralną częścią diety sporej grupy nabywców. Wprowadzenie kolejnych innowacji w tym sektorze gospodarki pozwoli na zwiększenie spożycia owoców i warzyw w Polsce oraz powiększy sprzedaż w segmencie przekąsek i soków NFC (soki naturalnie mętne), a także mrożonych gotowych dań warzywnych i owocowych. Do pozostałych czynników wpływających na zmianę zachowania konsumentów na rynku innowacji owoców i warzyw zaliczono spadek bezrobocia i wzrost zamożności, czyli wzrost poziomu życia i konsumpcji, wydłużenie życia społeczeństwa, zmiany w modelu funkcjonowania gospodarstw domowych, globalizacja, wyższa aktywność zawodowa kobiet, dbałość o zdrowie oraz wyższe wykształcenie, większa świadomość konsumentów oraz dbałość o ochronę środowiska. Wymienione determinanty stwarzają kolejne powody, aby firmy kreowały nowe produkty, biorąc pod uwagę powyższe trendy celem zaspokojenia potrzeb konsumentów.

Wprowadzanie innowacji w sektorze owoców i warzyw wiąże się z rozwojem innowacyjności przedsiębiorstwa, czego wynikiem jest większy udział sprzedaży produktów innowacyjnych w całym sektorze spożywczym. Stare odmiany owoców i warzyw są sukcesywnie wypierane przez nowe, które pojawiają się na polskim rynku. Cechują się one lepszymi walorami jakościowymi, większą trwałością w obrocie handlowym, mniejszą podatnością na choroby grzybowe, czy też posiadają dłuższy okres przechowywania ⁶. Mało przetworzone owoce i warzywa są półproduktami zbliżonymi pod względem naturalności i świeżości do surowców o trwałości zapewniającej bezpieczeństwo spożycia i dystrybucji przez co najmniej 4-7 dni. Celem zabezpieczenia półproduktów przed rozwojem mikroflory zwykle pakuje się je w atmosferze modyfikowanej, o zmniejszonej zawartości tlenu i podwyższonej dwutlenku węgla. Zanurzenie np. plasterów warzyw w roztworach kwasu nadoctowego lub w przypadku owoców w kwasie askorbinowym zwiększa pojemność przeciwutleniającą

⁵ Grzybowska B.: *Innowacyjność przemysłu spożywczego - ujęcie regionalne*. Wydawnictwo UWM, Olsztyn 2012, s. 89

⁶ Kruczyńska D.: *Nowe odmiany jabłoni*. Wydawnictwo Hortpress, Warszawa 2008.

produkt, a po zapakowaniu w atmosferze modyfikowanej zapobiega degradacji składników odżywczych⁷.

Ta wiedza pomaga przedsiębiorstwom we wdrażaniu innowacyjnych produktów. Przykładem może być Firma Marwit, która wypuściła na rynek przekąski owocowo-warzywne sprzedawane w dwukomorowych pojemnikach w czterech wariantach smakowych. Przykładowa kompozycja smakowa to: jabłko, winogrono, marchewka i pomidor.

Innym przykładem jest Spółka Green Factory podjęła produkcję oraz sprzedaż pociętych, umytych, spakowanych i gotowych do spożycia mieszanek sałat. Kolejnymi innowacjami były tzw.: lunch boksy, czyli sałatki z dodatkami oraz z dresingiem i plastikowymi sztućcami. Podobne innowacje znane się już dość dobrze w państwach Europy Zachodniej, jednak ich pozycjonowanie produktu na krajowym rynku pozostaje wciąż nowością (www.portalspozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/sektor-owocow-i-warzyw-rozwija-sie-w-rytmie-convenience,138286.html, dostęp w dniu 18.06.2017 r.).

Owoce i warzywa najlepiej konsumować oczywiście w stanie świeżym, w związku z ich niewielką trwałością i produkcją sezonową, większość owoców i warzyw poddawana jest obróbce technologicznej, celem ich utrwalenia i przetworzenia⁸. Jedną z najlepiej rozwijających się kategorii sektora przetwórstwa owoców i warzyw są soki nie wytwarzane z koncentratu (NFC – Not From Concentrate). Odnotowują one wzrost sprzedaży na poziomie 7% rocznie. Soki tłoczone, pomimo wyższej ceny zdobywają popularność wśród konsumentów ze względu na większą zawartość witamin i składników mineralnych. Firma Hortex w 2016 roku wprowadziła nową linię soków tłoczonych w różnych wariantach smakowych. Mieszanie soków różnych gatunków daje możliwość otrzymania produktów o dużej zawartości związków prozdrowotnych. Przykładowo połączenie soku z limonki bogatego w flawony z sokiem z aronii, bogatego w antocyjany.

Kolejną dobrze rozwijającą się kategorią produkcji, są dżemy. Rynek ten rośnie w tempie blisko 3% rocznie. Wielu producentów wprowadziło innowacje związane z coraz większą różnorodnością używanych do produkcji surowców. Dawtona w 2015 roku wprowadziła dżem pomidorowy. Maspex w 2016 roku wprowadził dżemy marki Łowicz, wytwarzane z owoców o prozdrowotnych właściwościach takich jak czarna bez, rokitnik czy dzika róża, a rok później poszerzył swoją innowacyjną ofertę o dżemy z dodatkami kwiatów jadalnych (<http://www.portalspozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/sektor-owocow-i-warzyw-rozwija-sie-w-rytmie-convenience,138286.html>, dostęp w dniu 18.06.2017 r.).

Innym typem działań innowacyjnych mogą być innowacyjne procesy i technologie. Zastosowanie nowych procesów i technologii pozwoliło wydłużyć trwałość produktów spożywczych w tym owoców i warzyw, zwiększyć ich bezpieczeństwo i jednocześnie wytworzyć wyroby istotnie różne od występujących już na rynku. Innowacje w zakresie procesu produkcji oraz technologii żywności w różnym stopniu akceptowane są przez

⁷ Czapski J.: *Owoce i warzywa oraz ich przetwory*. W: Żywność prozdrowotna - składniki i technologia (red. J. Czapski, D. Górecka). Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, Poznań 2015. s. 87-89

⁸ Grębowiec M.: *Znaczenie innowacji produktowych w rozwoju przedsiębiorstw na przykładzie branży owocowo-warzywnej*. Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie - Problemy Rolnictwa Światowego 2011, 11(26), nr 2, 26-36

konsumenta. Stosuje się między innymi inżynierię genetyczną polegającą na modyfikacji roślin. Technologia ta polega na wprowadzeniu lub usunięciu określonych genów, aby zwiększyć odporność roślin na infekcje wirusowe, bakteryjne, szkodniki czy herbicydy, ale przede wszystkim polega na wydłużeniu ich trwałości⁹.

Wiele nowych procesów technologicznych stosowanych jest w produkcji żywności wygodnej, w tym wielu przekąsek warzywnych, owocowych, zup, kremów, bulionów, ale również koncentratów warzywnych. Stosowanie innowacyjnych technologii to między innymi niekonwencjonalne metody ogrzewania, nietermiczne metody przetwarzania, dodatek naturalnych substancji niszczących lub hamujących rozwój drobnoustrojów oraz korzystanie z opakowań aktywnych¹⁰. Ciekawym procesem zmian zachodzącym w przedsiębiorstwach, są technologie związane z dalszą obróbką odpadów owocowych i warzywnych. Mogą to być np. wytloki, bo tak należy nazwać powstający odpad, zawierający duże ilości związków prozdrowotnych. Powstają podczas tłoczenia soku oraz nasion. Wytloki owocowe po poddaniu procesowi ekstrakcji (dobre źródło związków fenolowych) dodawane są do różnych produktów, chociażby do soków jabłkowych, natomiast wytloki suszone są dobrym komponentem różnych wyrobów i posiadają większą wytrzymałość podczas przechowywania w porównaniu z suszonymi owocami. Firmy wykorzystują liście i ogonki brokułów jako dodatek do naparów z herbaty (zwiększenie zawartości polifenoli i glukozyzolanów w produkcie), wytloki jabłkowe używane są do produkcji pektyn, ekstraktów o dużej pojemności przeciwtleniającej, preparatów zagęszczających, a wytloki powstające z kolorowych owoców, do otrzymywania preparatów barwiących¹¹.

Na rynku owoców i warzyw, jak również w segmencie przetworów owocowo-warzywnym oprócz wprowadzenia przez producentów innowacji produktowych, zauważalny jest wzrost innowacyjnych metod marketingowych. Można do nich zaliczyć zmiany w wielkości, kształcie, rodzaju i masie opakowań. Innowacje te polegają także na zmianie materiału wykorzystywanego do produkcji opakowań, umożliwiającego przygotowanie przetworzonych owoców i warzyw np. w kuchence mikrofalowej. Wykonane są ze specjalnej folii, która pod wpływem ciepła dostarczonego z mikrofal gotuje produkty. W obszarze opakowań mogą zostać wprowadzone dodatkowo innowacje związane z wielkością opakowania. Producenci muszą dostosować wielkość opakowania w zależności od grupy konsumentów do której kierowany jest dany produkt. Zmniejszenie opakowania powiązane jest ze zmniejszeniem ilości produktu, a przez to ze spadkiem ceny za produkt. Przy odpowiednim sposobie wprowadzenia zmian cenowych, przedsiębiorstwo może wpłynąć na wzrost sprzedaży produktów¹².

W opakowaniach można dokonać również innowacji w zakresie zmian szaty graficznej, dzięki niej producent komunikuje się z konsumentem. Między innymi firma

⁹ Jeżewska-Zychowicz M., *Uwarunkowania akceptacji konsumenckiej innowacyjnych produktów żywnościowych*. Żywność. Nauka. Technologia. Jakość 2014, 6(97), 5-17

¹⁰ Targosz R.: *Promocja innowacyjnych rozwiązań technicznych i organizacyjnych w sektorze przetwórstwa żywności*. Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2015, s. 24.

¹¹ Czapski J.: *Owoce i warzywa oraz ich przetwory*. W: Żywność prozdrowotna - składniki i technologia (red. J. Czapski, D. Górecka). Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, Poznań 2015. s. 87-89

¹² Grębowiec M.: *Znaczenie innowacji produktowych w rozwoju przedsiębiorstw na przykładzie branży owocowo-warzywniej*. Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie - Problemy Rolnictwa Światowego 2011, 11(26), nr 2, 26-36

Agros Nova¹³ zmodyfikowała logo marki Łowicz. Spółka najpierw zajmowała się produkcją dżemów, a następnie poszerzyła swój asortyment o sosy, koncentraty czy też zupy gotowe, stąd konieczność wprowadzenia logo bez wisienek, które jest bardziej uniwersalne.

Ważnym czynnikiem mającym wpływ na działalność innowacyjną przedsiębiorstw jest także ich kultura organizacyjna. Określa się nią sposób myślenia oraz działania pracowników. Czynniki innowacyjności wewnątrz przedsiębiorstw zależą bardzo często od osobowościowych cech zarządzających, ale również od zaangażowania personelu oraz odpowiedniego kontrolowania i zarządzania zasobami materiałowymi, a także infrastrukturą firmy¹⁴. Duża konkurencja wymusza w przedsiębiorstwach poszukiwania nowych rozwiązań, ale to człowiek jest bodźcem napędzającym wszystkie procesy, dlatego wymóg osobistego kontaktu pomiędzy przełożonym a pracownikami oraz eliminacja wszelkich wewnętrznych barier komunikacyjnych jest konieczna¹⁵.

Material i metodologia badań

Dla lepszego poznania preferencji i procesu postrzegania innowacyjności sektora owoców i warzyw w Polsce z punktu widzenia konsumenta, przeprowadzono badanie empiryczne. Zastosowano w nich metodę badań ankietowych, wykorzystując technikę ankiety internetowej. Badanie przeprowadzono w grudniu 2017 roku. Wzięło w nim udział 502 osoby w różnym przedziale wiekowym, dochodowym itp. Badanie miało charakter anonimowy. Opiniodawcami były osoby przypadkowo dobrane do próby. Badania opracowano przy pomocy arkusza kalkulacyjnego programu Microsoft Office Excel, a wyniki szczegółowo omówiono i przedstawiono w formie wykresów.

Badana próba składała się w większości (62,4%) z kobiet, zaś mężczyźni stanowili 37,6% ankietowanych. Najliczniejszą grupę respondentów stanowiły osoby w wieku do 25 lat (53%), natomiast najmniej liczną osoby powyżej 56 roku życia (6,9%). Pozostałą część stanowiły osoby z przedziału 25-55 lat, w tym z przedziału 25-40 lat (28,2%), a z przedziału 41-55 lat było 11,9% wszystkich ankietowanych.

Większość badanych posiadało wyższe wykształcenie (77,2%), średnim wykształceniem legitymowało się 13,9% badanych. Zaledwie 5,9% podało, że posiada wykształcenie zawodowe, a 3%, wykształcenie podstawowe.

Sytuacja materialna ankietowanych kształtowała się na zbliżonym poziomie. Najwięcej badanych (25,7%) zadeklarowało dochód z przedziału 1500-2000 zł. netto miesięcznie na osobę, natomiast najmniej, bo tylko 11,4% osoby określiły swój miesięczny dochód netto na osobę w przedziale 2501-3000 zł. 22,3% zaznaczyło, że ich dochody miesięczne netto na osobę wynosiły 2001-2500 zł. Tyle samo respondentów określiło dochód poniżej 1500 zł. Pozostałe 18,3% badanych posiadało dochód powyżej 3000 zł. netto miesięcznie na osobę.

¹³ W lipcu 2015 roku Firma Agros Nova sprzedała wybrane aktywa Grupie Maspex Wadowice, w tym marki: Łowicz, Krakus, Kotlin, DrWitt, Włocławek, Tarczyn, Fruktus.

¹⁴ Barczak B., Walas-Trębacz J.: *Działalność innowacyjna sektora MSP - determinanty rozwoju*. Prace i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego 2005, nr 4, 407.

¹⁵ Tyłzanowski R.: *Determinanty innowacyjności polskich przedsiębiorstw. W: Innowacyjność organizacji w strategii intelektualnego i zrównoważonego rozwoju* (red. J. Wiśniewska, K. Janasz). Wydawnictwo Difin Warszawa. 2012, s. 77.

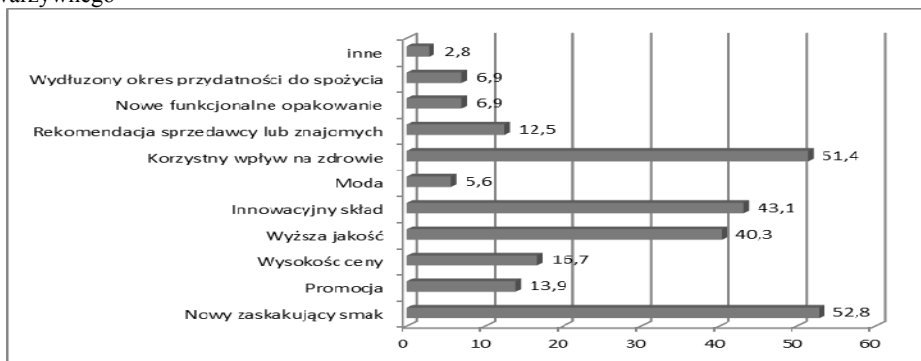
Wyniki badań

Wiedza konsumentów o produktach innowacyjnych sektora owoców i warzyw oraz motywy postępowania w procesie ich akceptacji

Badania na temat innowacyjnych produktów rozpoczęto od pozyskania informacji od respondentów na temat pierwszego skojarzenia wiążącego się z hasłem - „innowacja w sektorze owoców i warzyw”. Ponad połowa (52,1%) respondentów niezależnie od płci, miejsca zamieszkania, wykształcenia, sytuacji zawodowej uznała, że jest to produkt o nowych, oryginalnych smakach. Z całkowicie nowym produktem utożsamiało się 43,8% ankietowanych. 39,6% ankietowanych (w większości były to osoby do 40 roku życia), stwierdziło, że produkt innowacyjny to produkt funkcjonalny o korzystnym udokumentowanym oddziaływaniu na zdrowie. Kolejnymi skojarzeniami jakie podali respondenci były: ulepszona linia produktowa (30,2%), zastosowanie ekologicznych surowców w procesie produkcji (27,1%), produkt w nowym opakowaniu (26%). W dużo mniejszym stopniu badani kojarzyli innowacje sektora owoców i warzyw z nowymi sposobami promocji (14,6%), z produktami już istniejącymi ale sprzedawanymi pod inną marką (9,4%) oraz ze zmianą zasad działania przedsiębiorstwa (6,3%).

Obecnie, konsumenci nie tylko oczekują od żywności zaspokojenia głodu, ale również pozytywnego wpływu na ich zdrowie, między innymi poprzez obniżenie poziomu cholesterolu, czy też zachowania równowagi mikroflory jelitowej. Ważny jest także innowacyjny skład, czyli wzbogacenie produktów w nowe składniki (43,1%) jak i jego wyższa jakość (40,3%). Cena jako czynnik motywujący bądź też demotywujący do zakupu deklarowana była przez 16,7% badanych, natomiast reklama przez 13,9% osób, zaś rekomendacja sprzedawcy lub znajomych przez 12,5% opiniodawców. Pozostałe czynniki takie jak: moda, nowe funkcjonalne opakowanie czy zwiększony okres przydatności do spożycia były rzadziej wybierane przez respondentów i nie przekroczyły progu 7%. Warto zaznaczyć, że to kobiety częściej podawały modę jako czynnik motywujący w porównaniu do mężczyzn, dla których zwiększony okres przydatności do spożycia był cenniejszy. Jako inny przykład ankietowani podali ciekawość nowości, jako czynnik motywujący do zakupu takich produktów (wykres 1).

Wykres 1. Oczekiwania respondentów wobec innowacyjnych produktów sektora owocowo-warzywnego



Źródło: Badanie własne.

Deklaracje respondentów dotyczące podejścia do czynników związanych z procesem nabywania nowych produktów były bardzo zróżnicowane. Jak wynika z przeprowadzonych badań największą grupę wśród ankietowanych (43,6%), stanowiły osoby deklarujące, że kupowali nowe produkty żywnościowe po wypróbowaniu ich przez znajomych i wyrażaniu przez nich pozytywnych opiniach o takich produktach. Prawdopodobnie wynika to z postrzeganego niskiego ryzyka nieudanego zakupu. Te osoby nazywane są zazwyczaj późnymi naśladowcami. Do grupy wczesnych naśladowców kupujących nowe produkty stosunkowo szybko należało 36,1% ankietowanych. Osoby, które niechętnie nabywały innowacyjne produkty owocowo-warzywne stanowiły niecałe 12% wskazań, a respondenci deklarujący, że byli tradycjonalistami i nie kupowali nowych produktów było zaledwie 4%.

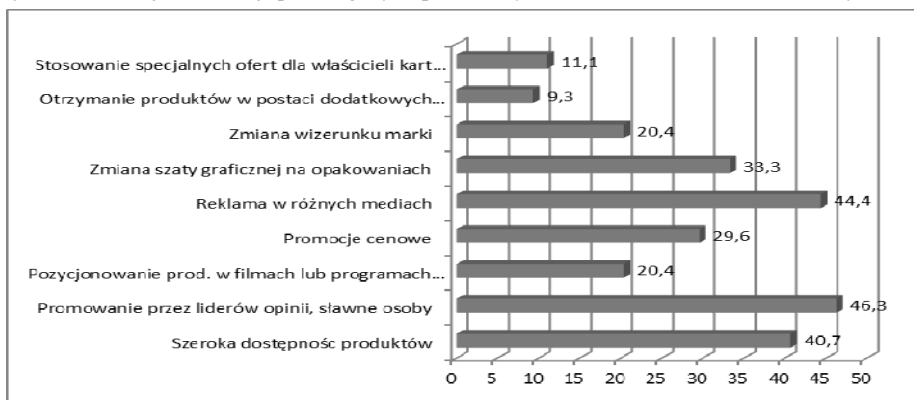
Respondenci najczęściej kupowali produkty uznane przez nich za innowacyjne kilka razy w miesiącu (41,7% wskazań). Najliczniejszą grupą, która zaopatrywała się z taką systematycznością okazały się być osoby poniżej 40 roku życia, a w tym ponad połowa to osoby bardzo młode posiadające nie więcej niż 25 lat, a ponadto ich dochód nie był wyższy niż 2000 zł netto miesięcznie. Kilkukrotne zakupy w ciągu roku zadeklarowało 34,7% ankietowanych. Ponad 15% osób nabywało innowacyjne produkty sektora owoców i warzyw kilka razy w tygodniu. Rzadziej niż kilka razy w roku zaledwie 4,2%, a codziennie jeszcze mniej bo 2,8% badanych. Zaobserwowano także zależność pomiędzy częstotliwością nabycia, a miejscem zamieszkania. Osoby mieszkające na wsi rzadziej nabywali innowacyjne produkty sektora owoców i warzyw, niż osoby mieszkające w mieście. Wynika to z większej dostępności na wsi tradycyjnych produktów, pochodzących z własnych upraw.

Najczęstszym miejscem nabywania takich produktów przez konsumentów były super i/lub hipermarkety – 70,8% wskazań. Kolejnym dość znaczącym miejscem zakupu okazały się być sklepy dyskontowe (48,6%). Pozostałe warianty odpowiedzi nie przekroczyły 20% deklaracji i były to bazy (19,4%), osiedlowe sklepiki, sklepy z żywnością ekologiczną, sklepy internetowe (wszystkie trzy po 18,1% wskazań), czy kiermasze i targi (15,3%). W sklepach specjalistycznych taką żywność nabywało zaledwie 8,3% respondentów, a jeszcze mniej, bo 6,9% badanych w barach czy restauracjach.

Ankietowani zostali także zobligowani do określenia stopnia rozpoznawalności innowacji marketingowych i produktowych. 75% respondentów była w stanie rozpoznać innowacje marketingowe, natomiast pozostali nie potrafili tego zrobić. Innowacje produktowe potrafiło określić aż 81,9% ankietowanych, a 18,1% badanych z takowymi innowacjami miało problem. Na pytanie o najczęściej rozpoznawalne innowacje marketingowe ankietowani, wybierali w szczególności promowanie produktów przez liderów opinii czyli sławnych ludzi (46,3% wskazań), reklama danego produktu w różnych miejscach spotykana była przez 44,4% respondentów. Dostępność danego produktu w wielu miejscach deklarowało 40,7% badanych co potwierdza coraz bardziej rozbudowującą się sieć dystrybucji w Polsce. Zmienność szaty graficznej na etykietach i opakowaniach oraz promocje cenowe były wskazywane przez odpowiednio 33,3% oraz 29,6% opiniodawców. Zmiana wizerunku marki i pozycjonowanie produktów w filmach lub programach telewizyjnych zadeklarowało 20,4% ankietowanych. W tym przypadku zdecydowaną większością, która określiła te warianty były osoby starsze i osoby w średnim wieku, wiąże się to z większą możliwością i częstotliwością oglądania telewizji.

11,1% badanych uznało za innowacje stosowanie specjalnych ofert dla właścicieli kart lojalnościowych oraz otrzymywanie produktów w formie profitów (9,3%), (wykres 2).

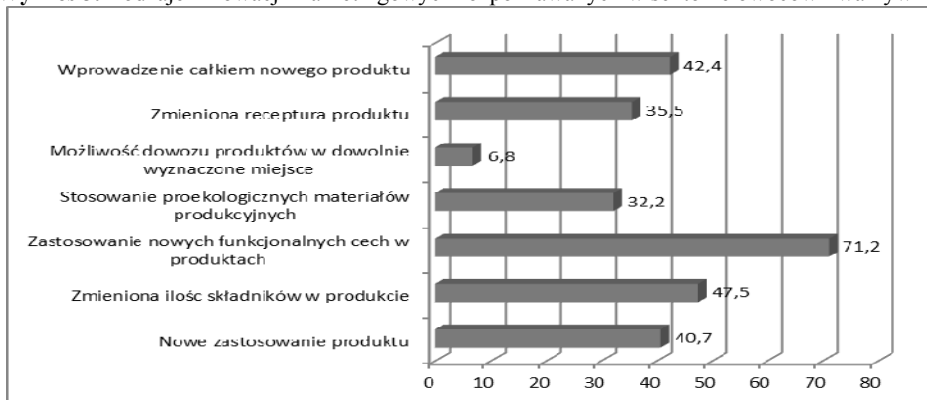
Wykres 2. Rodzaje innowacji postrzeganych przez nabywców w sektorze owoców i warzyw



Źródło: Badanie własne.

Badani konsumenci oczekują jednak od innowacyjnych produktów korzystnego wpływu na zdrowie i zaskakujących smaków. Kolejnymi innowacjami jakie określili ankietowani była zmieniona ilość składników (47,5%) oraz wprowadzenie na rynek zupełnie nowego produktu (42,4%). Zmienioną recepturę produktu zadeklarowało 35,6% badanych przeważająca część to osoby młode. Grupa 32,2% respondentów określiła stosowanie przyjaznych dla środowiska materiałów produkcyjnych jako istotne innowacje, a nowe zastosowanie istniejącego już produktu 28,8% osób. Zaledwie 6,8% badanych uważa za ważną innowację produktową możliwość dowozu produktu w wyznaczone miejsce (wykres 3).

Wykres 3. Rodzaje innowacji marketingowych rozpoznawanych w sektorze owoców i warzyw



Źródło: Badanie własne.

Źródła informacji o produktach innowacyjnych

Najczęstszym źródłem czerpania informacji o innowacyjnych produktach owocowych i warzywnych przez respondentów okazały się być wiadomości zawarte w internecie. Taką możliwość wybrało aż 60,4% ankietowanych, a ponad 80% z tych odpowiedzi wybrali ludzie młodzi poniżej 40 roku życia, w tym zdecydowaną większością były osoby poniżej 25 lat, dla których internet w obecnych czasach stał się nieodzownym elementem życia.

Prawie połowa badanych czerpała wiedzę z własnych obserwacji sklepowych (47,9%), były to w znacznej większości osoby z wykształceniem wyższym. Niewiele mniej, bo 41,7% respondentów wskazywało na telewizję i na informacje zawarte na opakowaniach (30,2%). Można stwierdzić, że współcześnie, w dobie wszechobecnego Internetu w zachowaniu obywateli dostrzega się jednak silną potrzebę dotknięcia produktu i zweryfikowania, czy informacje o promowanych produktach są zgodne z informacjami zawartymi w tradycyjnych mediach, a dodatkowo przeczytać informacje zawarte na etykietach. Kolejnymi źródłami wybieranymi przez ankietowanych była rodzina i znajomi (21,9%), którzy zazwyczaj posiadają cechy liderów opinii i w znacznym stopniu wpływają na postawy innych konsumentów, prasa (14,6%) oraz szkoła i studia (14,6%). Zaledwie 8,3% badanych wybrało radio, a 6,3% respondentów jarmarki i bazy kojarzone bardziej z żywnością tradycyjną, aniżeli z produktami innowacyjnymi.

Badani respondenci mimo wielu pozytywnych cech związanych z innowacjami na rynku przetworów owocowo-warzywnych, wskazywali jednak również na bariery ograniczające możliwości zakupu tych produktów. Pierwszym i zdecydowanie najliczniejszym wskazaniem respondentów było określenie, że wolą produkty tradycyjne (66,7%), natomiast drugim była ich wysoka cena (37,5%). Kolejnymi ważnymi barierami były: nieznanostwo wielu innowacyjnych produktów owocowych i warzywnych na rynku (29,2%), brak wiedzy bezpośrednio na ich temat (25%) oraz trudność w rozróżnieniu jej od innej żywności (20,8%). Często konsumenci mają obawy przez nieznanym produktem. W mniejszym stopniu przeszkodą okazała się być opinia innych oraz niewiedza o możliwościach nabycia takich produktów (po 12,5% odpowiedzi).

Podsumowanie

Przedsiębiorstwo, aby odnosić sukcesy a przede wszystkim zaspokoić potrzeby klientów musi wprowadzać nowe produkty lub doskonalić obecne. Odbywa się to poprzez wprowadzanie innowacji w technologii produkcji, modyfikację składu, zmianę opakowań. Zmieniająca się ciągle moda, trendy, styl życia konsumentów spowodowały, że oczekują oni nie tylko zaspokojenia swoich potrzeb, ale także osiągnięcia dodatkowych korzyści ze spożywania innowacyjnej żywności. Jednocześnie spore znaczenie przy dokonywaniu zakupu mają opinie innych, ceny, czy dostępność takich produktów. Producenci zobligowani są do poznania czynników psychospołecznych, marketingowych, demograficzno-ekonomicznych, społeczno-kulturowych, które w znacznej mierze wpływają na zachowania konsumentów na rynku innowacyjnych produktów. Nasycony już rynek spożywczy stawia coraz wyższe wymagania

konsumentów wobec dostępnych na nich produktów spożywczych. Taka żywność musi posiadać odpowiednie walory jakościowe, dietetyczne, a przede wszystkim sensoryczne.

Przeprowadzone badanie empiryczne, na podstawie którego określono bariery, motywy, trendy oraz zachowania konsumentów na rynku innowacyjnych produktów owoców i warzyw. Badani w zdecydowanej większości kojarzyli innowacje sektora owoców i warzyw z produktem całkowicie nowym, o nowych i oryginalnych smakach.

Dla dużej liczby respondentów informacje zamieszczone na opakowaniu były podstawą do określenia, że dany produkt to produkt innowacyjny, natomiast najczęstszym źródłem czerpania wiedzy o tych produktach okazał się być Internet. Wiedza konsumentów na temat innowacyjnych produktów owocowych i warzywnych była zadowalająca. Mimo wszystko stwierdzono spore możliwości, aby tę wiedzę poszerzać poprzez częstsze reklamy i akcje marketingowe. Natomiast wiedza związana bezpośrednio z innowacjami produktowymi oraz marketingowymi sektora owocowo-warzywnego osiągnęła dosyć wysoki poziom znajomości.

Respondenci nabywali innowacyjne produkty kilka razy w miesiącu zważywszy na ich wyróżniające się właściwości poprawiające zdrowie czy samopoczucie. Konsument kupował innowacyjne produkty owocowo-warzywne najczęściej w super i hipermarketach. Spowodowane jest to bogatą ofertą produktową i dość szerokim asortymentem dostępnych produktów.

Przekazywane informacje o innowacjach wpływają na adaptację tych produktów przez konsumentów. Stąd większość ankietowanych korzystała z własnych obserwacji, a istotnym czynnikiem motywującym badanych do zakupu ich pozytywny wpływ na zdrowie.

Badania wykazały również jedną główną barierę nabywania innowacyjnych produktów sektora owoców i warzyw, a była to większa chęć do spożywania tradycyjnych i już sprawdzonych produktów.

Bibliografia

- Barczak B., Walas-Trębacz J.: *Działalność innowacyjna sektora MSP - determinanty rozwoju*. Prace i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego 2005, nr 4.
- Baruk J.: *Zarządzanie wiedzą i innowacjami*. Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2006.
- Czapski J.: *Owoce i warzywa oraz ich przetwory*. W: *Żywność prozdrowotna - składniki i technologia* (red. J. Czapski, D. Górecka). Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, Poznań 2015.
- Grębowiec M.: *Znaczenie innowacji produktowych w rozwoju przedsiębiorstw na przykładzie branży owocowo-warzywnej*. Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie - Problemy Rolnictwa Światowego 2011, 11(26), nr 2.
- Grzybowska B.: *Innowacyjność przemysłu spożywczego - ujęcie regionalne*. Wydawnictwo UWM, Olsztyn 2012.
- Jeżewska-Zychowicz M.: *Uwarunkowania akceptacji konsumenckiej innowacyjnych produktów żywnościowych*. *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość* 2014, 6(97).
- Kruczyńska D.: *Nowe odmiany jabłoni*. Wydawnictwo Hortpress, Warszawa 2008.
- Lemanowicz M.: *Aktywność innowacyjna przedsiębiorstw w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem branży spożywczej*. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu* 2014, 16(6).
- Oslo Manual : Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. 3rd Edition. OECD and Eurostat 2005.

Szymańska A. I.: *Innowacyjność produktowa przedsiębiorstw produkcyjnych a preferencja konsumentów*. Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, 2012(20).

Targosz R.: *Promocja innowacyjnych rozwiązań technicznych i organizacyjnych w sektorze przetwórstwa żywności*. Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2015.

Tylżanowski R.: *Determinanty innowacyjności polskich przedsiębiorstw. W: Innowacyjność organizacji w strategii intelektualnego i zrównoważonego rozwoju* (red. J. Wiśniewska, K. Janasz). Wydawnictwo Difin Warszawa. 2012.

www.portalspozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/sektor-owocow-i-warzyw-rozwija-sie-w-rytmie-convenience,138286.html, dostęp w dniu 18.06.2017 r.

Summary

Fashion, health and convenience shape today's consumer market in innovation. The knowledge of the consumer is the key to the success of the company. The aim of the study was to evaluate the innovativeness of the fruit and vegetable sector in Poland in the opinion of Polish consumers. Based on the available literature, articles and professional journals and the information published on websites characterized by changes in the Polish market in fruit and vegetables, innovative fruit and vegetable sector, types of innovation related to new technologies and processes, and new methods of marketing and organizational and also described trends and consumer barriers in the fruit and vegetable sector. For a full presentation of the degree of knowledge and recognition of selected innovations and the relation to this type of products of the consumer survey was conducted.

Keywords - innovation, market, consumer, fruit and vegetables, innovative food products.

Informacje o autorze

Dr inż. Mariusz Grębowiec

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Wydział Nauk Ekonomicznych

Katedra Polityki Europejskiej i Marketingu

ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa

tel. 22 523 40 88

e-mail: mariusz_grebowiec@sggw.pl

ORCID: 0000-0002-2631-3940

Anna Jakubczak

Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy

Strategie greenwashing w wybranych sieciach handlowych w Polsce

GREENWASHING STRATEGIES IN SELECTED RETAIL CHAINS IN POLAND

Problemem poruszonym w artykule jest zjawisko greenwashing, które jest coraz częściej stosowane przez biznes, aby wprowadzić konsumentów w błędne przekonanie o wizerunku firmy lub produktu, jako przyjaznego środowisku naturalnemu. Celem artykułu jest analiza strategii greenwashing stosowanych przez sklepy dyskontowe w ofercie produktów spożywczych i na ich opakowaniach przez producentów. Przeanalizowano kilkadziesiąt produktów żywnościowych organicznych oraz "udających" organiczne w dwóch popularnych sieciach dyskontowych w Polsce. Analiza wyników potwierdza, że w wybranych sieciach stosuje się nieodpowiedzialnie społecznie praktyki sprzyjające stosowaniu strategii greenwashing.

Słowa kluczowe: greenwashing, społeczna odpowiedzialność biznesu, społeczna odpowiedzialność konsumentów, green consumerism

Wprowadzenie i metoda

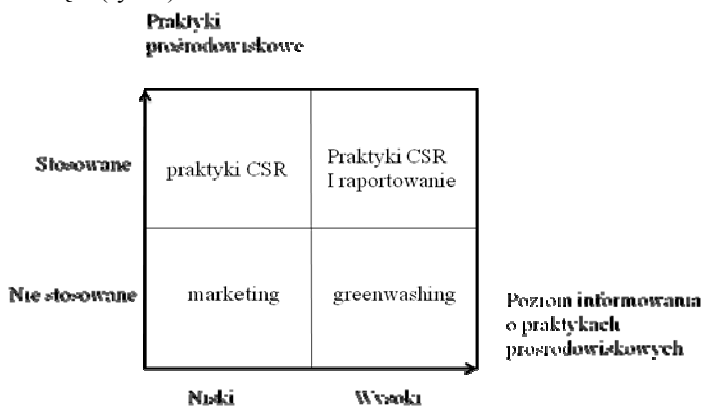
Zjawisko zwane "Greenwashing" jest definiowane w marketingu jako rozpowszechnianie dezinformacji, aby przekonać konsumentów do tego, że dana organizacja działa społecznie odpowiedzialnie w zakresie środowiska naturalnego. Problem ten pojawia się coraz częściej na różnych rynkach, a badań na ten temat jest stosunkowo niedużo, szczególnie w zakresie reakcji konsumentów.

Wyniki badań rynkowych wskazują, że zjawisko dezinformacji konsumentów, niezależnie czego by dotyczyło, narusza ich pozycję przetargową i prowadzi do błędnych, wynikających z nieświadomości, zachowań na rynku. Z tego względu, poznanie przez konsumentów mechanizmów unikania wpadnięcia w pułapkę greenwashing stanowi cenny fragment wiedzy¹.

Ostatnia dekada charakteryzuje się rozwojem na rynku produktów i usług ekologicznych. W 2009 roku obroty na nim wyniosły 230 miliardów dolarów a 2015 roku szacowany był na około 850 miliardów dolarów. Wobec tego, firmy coraz częściej korzystają z zielonych praktyk, aby zwiększyć swoje korzyści. Szacunkowe wyniki informują, że rynek zielonej reklamy wzrósł ponad 10 krotnie w ostatnich 20 latach. Coraz więcej firm, podążając tym nurtem, angażuje się w praktykowanie greenwashing,

¹ Wyniki badań własnych, 2026-2018,

wprowadzając konsumentów w błąd. Konsekwencją tych działań może być spadek zaufania konsumentów do produktów i usług ekologicznych w ogóle². Działania z obszaru *greenwashing* wykorzystują asymetrię informacyjną i wprowadzają kupujących w błąd³ (rys. 1).



Rysunek 1. Klasyfikacja praktyk firm pod względem działań i komunikacji o odpowiedzialności środowiskowej

Źródło: opracowanie własne.

Według analizy danych raportu Terrachiose, aż 95% przypadków w USA, przeanalizowane informacje o produktach były nieprawidłowe⁴. Z tego względu można zjawisko *greenwashing* uznać za powszechne. Firmy decydują się na tego typu działania ze względu na to, że przynoszą one oczekiwane efekty w postaci sympatii i lojalności konsumentów. Tworzenie przyjaznego środowisku naturalnemu wizerunku, czy produktu, napotyka się coraz częściej z silną aprobatą konsumentów (Jakubczak, 2015), która przekłada się wprost na zyski firm praktykujących taki proceder.

Celem artykułu jest analiza strategii *greenwashing* stosowanych przez sklepy dyskontowe w ofercie produktów spożywczych oraz na opakowaniach przez producentów tych produktów.

Badania rozpoczęto od przedstawienia definicji i podejścia do *greenwashing* w literaturze o marketingu i bieżących badaniach umieszczonych w czasopismach fachowych. Kolejnym obszarem badawczym były strategie *greenwashing*, zaobserwowane w sześciu podmiotach badawczych, reprezentujących dwie wiodące na rynku polskim sieci dyskontowe. Wybór obiektów badawczych miał charakter celowo-przypadkowy. Celowo wybrano dwie wiodące na rynku polskim sieci dyskontowe, a następnie, w sposób przypadkowy, dla każdej z nich wytypowano po trzy sklepy. W wybranych obiektach prowadzono obserwację oraz dokonywano dokumentacji

² M.A. Delamas, V.C. Burbano: The Drivers of Greenwashing, CMR.BERKELEY.EDU, Vol. 54, No.1/2011, s. 64-87.

³ A. Jakubczak, M. Gotowska, Greenwashing on food market in opinion of young consumers from some European countries, MIC 2018, Ekonomska istrazivanja - Economic Research, w recenzji.

⁴ TerraChoice, Greenwashing Report 2010: The Seven Sins of Greenwashing: Environmental Claims in Consumer Markets. 2010, <http://sinsofgreenwashing.com/findings/index.html> (23.03.2018).

fotograficznej⁵. Następnie zdjęcia poddano analizie i na tej podstawie opracowano wyniki w ujęciu tabelarycznym i opisowym.

Strategie *greenwashing*

W literaturze przedmiotu nie ma dotychczas ustalonej jednej spójnej definicji *greenwashing*, jednak badania prowadzone w tym zakresie umożliwiły określenie pewnych wyróżniających cech dla tego procederu. Po pierwsze, firmy stosujące *greenwashing* robią to, bo chcą poprawić swój wizerunek⁶. Dążą do uzyskania *image* formy ekologicznej lub przyjaznej dla środowiska naturalnego. Spodziewanym efektem tego działania ma być wzrost akceptacji w otoczeniu organizacji np. wśród klientów, potencjalnych pracowników, inwestorów, czy kontrahentów⁷. Po drugie, niestety, tworzenie wizerunku firmy, chcącej uchodzić za przyjazną w swojej działalności, nie zawsze idzie w parze z jej wizerunkiem rzeczywistym. Dzieje się tak, bo firmy intencjonalnie wprowadzają otoczenie w błąd⁸. Po trzecie, często trudno jest grupom docelowym zweryfikować podawane przez te firmy informacje w sposób merytoryczny. Informacje ze strony firm o ich działalności są ograniczone, niekompletne a nawet nadawane podprogowo⁹.

Typowe strategie *greenwashing* przedstawiono na rysunku 2. Odnoszą się one do dwóch poziomów: przedsiębiorstwa - przedstawianie praktyk środowiskowych oraz produktu - przedstawianie korzyści dla środowiska wynikających z cech produktu lub usługi¹⁰.

⁵ Autor wszystkich zdjęć: Anna Jakubczak

⁶ M.A. Delamas, V.C. Burbano, *The Drivers of ...* s. 64-87.

⁷ F. Bowen, J. A. Aragon-Correa, *Greenwashing in corporate environmentalism research and practice: The importance of what we say and do*. *Organization & Environment*, No. 27/2014, s. 107-112.

⁸ T. P. Lyon, J. W. Maxwell, *Greenwash: Corporate environmental disclosure under threat of audit*. *Journal of Economics & Management Strategy*, No. 20(1)/2011, s. 3-41.

⁹ Y. S. Chen, C. H. Chang, *Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk*. *Journal of Business Ethics*, No. 114/2013, s. 489-500.

¹⁰ TerraChoice Group, Inc. [op. cit.] definiuje *greenwashing* jako "the act of misleading consumers regarding the environmental practices of a company or the environmental benefits of a product or service."

Ukrycie konfliktu celów	• Przekazywanie informacji o jednym działaniu na rzecz środowiska naturalnego podczas, gdy inne działalności nie są przyjazne dla środowiska
Brak dowodów	• Informacje o działalności przyjaznej dla środowiska nie są poparte naukowymi badaniami
Abstarkcyjne, niejasne stwierdzenia	• Celowe używanie abstrakcyjnego języka, aby łatwo można było je zinterpretować jako działania przyjazne środowisku np. zielony, eko, przyjazny dla środowiska itp.
Niwiłaściwe etykiety i slogany	• Wymysłone etykiety w celu uwiarygodnienia działania jako przyjaznego środowisku
Elementy graficzne	• Projektujący kolory, symbole, zdjęcia np. roślin, zieleń, sugerujące działania przyjazne dla środowiska

Rysunek 2. Przykłady strategii greenwashigu

Źródło: opracowanie własne na podstawie: K.M. Griese, K. Werner, J. Hogg., Avoiding Greenwashing in Event Marketing: An Exploration of Concepts, Literature and Methods. Journal of Management and Sustainability; Vol. 7, No. 4/2017, s. 4.

Po czwarte, *greenwashing* charakteryzuje się tym, że firma sugeruje swoją zasobooszczędność, chociaż nie ma to potwierdzenia w realnych działaniach. Ostatnią cechą *greenwashing* jest przekazywanie tych informacji o rzekomych działaniach, które dotyczą znanych i szeroko omawianych w przestrzeni publicznej problemów, związanych z zagrożeniami środowiska np. emisja CO₂, gospodarka odpadami komunalnymi, natomiast ukrywania lub pomija w informowaniu te działania, w których firma przyczynia się do pogorszenia kondycji środowiska¹¹.

Grupa TerraChoice wyróżnia siedem elementów składających się na praktyki firm stosujących *greenwashing*: ukryty kompromis - czyli sugerowanie, że produkt, działanie, czy wydarzenie jest zielone w oparciu o nieuzasadnione cechy; kłamstwo - fałszywe orzeczenia środowiskowe; bez dowodu; nieokreśloność; nieistotność; pomniejszanie zła i fałszywe etykiety¹².

¹¹ M. J. Polonsky, Transformative green marketing: Impediments and opportunities, Journal of Business Research, No. 64(12)/2010, s. 1311-1319.

¹² TerraChoice, Greenwashing...,

Charakterystyka produktów organicznych - wybrane aspekty

Rynek produktów ekologicznych (organicznych) rośnie w Europie i w Polsce, jak wynika z danych Instytutu Badań na rzecz Rolnictwa Ekologicznego. Konsumenci cenią tego typu produkty za walory smakowe i zdrowotne. Ich produkcja łączy się ze zmniejszonym stosowaniem nawozów sztucznych, obniżeniem emisji gazów cieplarnianych. System produkcji ekologicznej sprzyja rozwojowi lokalnych producentów, także poprzez różnicowanie działalności na obszarach wiejskich, tworzeniu miejsc pracy, daje gwarancję lepszego bardziej humanitarnego traktowania zwierząt hodowlanych^{13, 14, 15, 16}.

Wyniki badań wskazują, że konsumenci przy zakupie produktów ekologicznych kierują się kryteriami związanymi z ochroną środowiska. Liczne skandale spożywcze przyczyniły się do tego, że wybierane są chętnie produkty naturalne. Wzrastający popyt na edo-produkty jest związany z głębszymi zmianami we współczesnym modelu konsumpcji. Obecny trend można nazwać *green consumerism*. Trend ten można scharakteryzować jako postępowanie konsumentów dążące do zachowania możliwości konsumpcji przez przyszłe pokolenia, przejawia się on w unikaniu produktów niebezpiecznych dla zdrowia konsumenta i jego otoczenia oraz wytwarzających szkody w środowisku naturalnym poprzez proces produkcji, używania oraz w fazie pokonsumpcyjnej a także zużywających nieproporcjonalnie dużo zasobów, czy przyczyniają się do niepotrzebnego marnotrawstwa np. przez obfite opakowania, nadmiar cech lub zbyt krótki okres przydatności do spożycia¹⁷.

Rozporządzenie Komisji Wspólnoty Europejskiej wskazuje jednoznacznie, że żywność może być oznakowana jako "ekologiczna" w przypadku, gdy co najmniej 95% składników pochodzenia rolniczego jest wyprodukowana w sposób ekologiczny. Jednym z podstawowych założeń rolnictwa organicznego jest eliminacja z zastosowania nawozów sztucznych, syntetycznych pestycydów, dodatków a także polepszaczy i konserwantów¹⁸.

Analiza strategii *greenwashing* w sieciach dyskontowych

Analizę strategii *greenwashing* przeprowadzono łącznie w 6 sklepach, z których każde 3 reprezentowały inną sieć dyskontową. Obiekty dla celów analizy nazwano A: A1, A2, A3 i B: B1, B2, B3. Badano następujące aspekty dotyczące produktów

¹³ K. Wasilik, Rolnictwo ekologiczne i rynek eko-produktów w Polsce na tle innych krajów europejskich, Handel Wewnętrzny Nr 3 (350)/2014, s. 157-168.

¹⁴ B. Klepacki, Organizacyjne i ekonomiczne uwarunkowania postępu technologicznego w gospodarstwach indywidualnych (na przykładzie produkcji roślinnej). Rozprawy Naukowe i Monografie. SGGW-AR 124/1990, s. 88.

¹⁵ M. Adamowicz, M. Zwolińska -Ligaj, Koncepcja wielofunkcyjności jako element zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich, www.wne.sggw.pl/czasopisma/pdf/PEFIM_nr_51_2009_s11.pdf (28.03.2018), s. 11-38.

¹⁶ M. Adamowicz, Zrównoważony i wielofunkcyjny rozwój rolnictwa a agronomia, Annales UMCS Setion E 60/2005, s. 71-91.

¹⁷ L. Witek, Zachowania konsumentów na rynku produktów ekologicznych w Polsce i innych krajach Unii Europejskiej, Handel Wewnętrzny Nr 1(354)/2014, s. 281-290.

¹⁸ J. Gadomska, T. Sadowski, M. Buczkowska, Ekologiczna Żywność jako czynnik sprzyjający zdrowiu. Problemy Higieny i Epidemiologii, Nr 95(3)/2014, s. 556-560.

żywnościowych w opakowaniach oferowanych w tych sklepach w okresie pomiędzy 20 lutym a 10 marca 2018:

1. Występowanie produktów ekologicznych oraz Fit lub Bio (organicznych) oraz ich rodzaj;
2. Liczba produktów ekologicznych oraz Fit lub Bio;
3. Liczba produktów z oznaczeniami ekologicznymi certyfikowanymi i z oznaczeniami sugerującymi żywność ekologiczną oraz Fit lub Bio;
4. Informacje na opakowaniach produktów oznaczonych jako ekologiczne oraz Fit lub Bio;
5. Skład produktów oznaczonych jako ekologiczne oraz Fit lub Bio;
6. Usytuowanie i sposób eksponowania produktów oznaczonych jako ekologiczne oraz Fit lub Bio;
7. Występowanie świeżych warzyw i owoców typowo sezonowych w Polsce np. truskawki, groszek itp. poza sezonem.

Szczegółowe wyniki zamieszczono w tabelach i na rysunkach.

W tabeli pierwszej znajdują się wyniki dotyczące badań, głównie w aspekcie ilościowym. W obu rodzajach placówek handlowych zanotowano występowanie produktów organicznych. W sieci A możliwych do zbadania i spełniających przyjęte kryteria było 28 produktów, a w sieci B - 16. Liczba produktów organicznych w ofercie była większa w sieci A niż w sieci B ponad trzykrotnie i obejmowała 60% przebadanych w sieci A towarów. Sieć B posiadała w ofercie stosunkowo mniejszy udział produktów posiadających certyfikaty potwierdzające ich organiczne pochodzenie(31%). W porównaniu do sklepów sieci A na półkach sieci B znajdował się większy odsetek produktów "udających" produkty organiczne, było ich prawie 70% podczas gdy w sieci A niespełna 40% (tab. 1).

Tabela 1. Wyniki badań w sklepach dwóch różnych sieci dyskontowych

Lp.	Zagadnienie/obiekt	A	B
1.	Występowanie produktów oznaczonych jako Eko, Fit lub Bio np. symbol, kolor opakowania sugerujący ekoprodukt	tak	tak
3.	Liczba produktów zbadanych	28	16
4.	Liczba produktów z oznaczeniami ekologicznymi certyfikowanymi oraz udział w ogóle i w (%)	17 (60)	5 (31)
5.	Liczba produktów oznaczonych etykietami sugerującymi je jako Eko, Fit lub Bio oraz/lub kolorem zielonym lub brązowym na opakowaniu oraz bezpośrednim sąsiedztwem z produktami organicznymi w ogóle (%)	11 (39)	11 (69)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Asortyment przeanalizowanych produktów był bardziej urozmaicony w podmiotach sieci A. Zanotowano tam ponad 20 rodzajów produktów. Największa liczba produktów, w obu sieciach, obejmowała produkty zbożowe, takie jak musli, płatki zbożowe czy chleb oraz makaron. Była tam też kawa, oliwa, suszone warzywa lub owoce, soki i surówki (tab. 2).

Tabela 2. Rodzaj produktów oznaczonych jako Eko, Fit lub Bio

A	B
- płatki śniadaniowe BIO, - musli crunch BIO, - musli, płatki pełnoziarniste - musli owocowe, - owsianka, - płatki owsiane BIO, - płatki jaglane Vit - płatki pszenno-ryżowe Vit - chleb żytni razowy BIO, - przekąska - suszone jabłko z cynamonem, - mus owocowy BIO, - chipsy warzywne BIO,	- oliwa BIO, - olej kokosowy BIO, - produkty sypkie: soja, kasza, - ksylitol, - kawa BIO, - soki BIO, - syrop klonowy BIO, syrop z agawy BIO, - makaron BIO, - baton owocowy , - dżem BIO, - kapusta kiszona BIO, ogórki kiszane BIO, surówka z kapusty BIO; - owoce suszone BIO: figa i morele, żurawina, - musli, musli Fit - płatki śniadaniowe, Fit, crunchy - chipsy ziemniaczane, - suszone owoce: mango i jabłko - smoothie truskawka, porzeczka i cytryna

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

W obu sieciach produkty "udające" towary organiczne zawierały różnego rodzaju składniki, które mogą być uważane za szkodliwe dla zdrowia i powodujące, że nie mogą one być uznane za produkty organiczne. Były to najczęściej substancje konserwujące lub poprawiające smak. Analizując skład stwierdzono również odstępstwa od sugerowanego na opakowaniach składu (tab. 3).

Tabela 3. Skład wybranych produktów oznaczonych jako Eko, Fit lub Bio

A	B
Np.: - baton z truskawkami: sorbinian potasu, olej palmowy, dwutlenek siarki, tylko 1,5% liofilizowanych truskawek; - musli owocowe: cukier; - musli BIO: cukier z rolnictwa ekologicznego; - musli śniadaniowe: cukier, dwutlenek siarki, olej palmowy, węglan sodu, cukier skarmelizowany; - owsianka: cukier trzcinowy 14,3% - płatki jaglane, pszeno-ryżowe: cukier 7%, syrop glukozowy, ekstrakt słodu, mono- i diglicerydy kwasów tłuszczowych, sól, kwas cytrynowy - - płatki pełnoziarniste: cukier 9,3%, syrop glukozowy, mono- i diglicerydy kwasów tłuszczowych, mieszanina tokoferoli, aromat	Np.: - suszona żurawina w bezpośrednim sąsiedztwie moreli i fig suszonych BIO, która zawiera 34% cukru; - suszone morele: dwutlenek siarki - płatki śniadaniowe - pełne ziarno, <i>crunchy</i> zawierają: cukier, syrop cukru inwertowanego, melisę cukru, syrop glukozowy, mieszaninę tokoferoli, siarczyn sodu; - płatki Fit - cukier 16%, utwardzony tłuszcz palmowy, syrop glukozowy dwutlenek siarki, fosforan sodu, węglan sodu; - suszone owoce - cukier, kwas cytrynowy, kwas askorbinowy - chipsy ziemniaczane: śmietanka w proszku, cukier - smoothie: zawiera większość składników nie podanych w nazwie: przecier bananowy suszony, jabłko suszone z przecierem bananowym, burak suszony, zagęszczony sok z granatu suszony;

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

W jednej i drugiej sieci znajdowały się produkty z oznaczeniami sugerującymi pochodzenie organiczne towarów, ich prozdrowotne działanie, dużą zawartość korzystnych dla zdrowia składników, brak składników szkodliwych dla zdrowia, naturalność, prawdziwość i wysoką jakość (tab. 4). Jednak część tych informacji mogłaby zostać uznana za fałsz, ponieważ wymienione w tabeli 1 produkty tak oznaczone, nie posiadały certyfikatów, a przede wszystkim posiadały substancje szkodliwe dla zdrowia lub ich skład nie był zgodny z sugestiami zawartymi na opakowaniu.

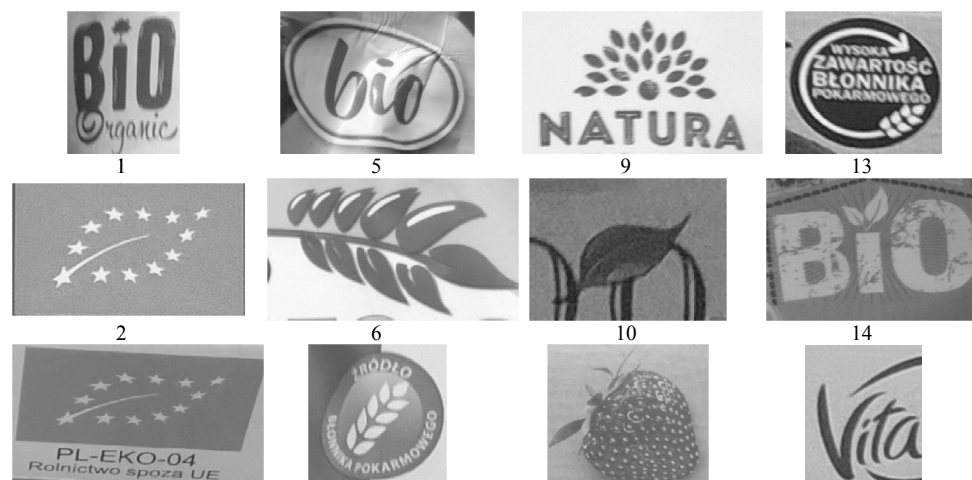
Oznakowania graficzne oraz użyta kolorystyka na produktach certyfikowanych BIO znajduje się na rysunku 3 od numeru 1 do 3. Pozostałe elementy grafiki zostały sfotografowane na opakowaniach produktów "udających" produkty organiczne. Należy zwrócić uwagę, że na opakowaniach tych produktów dominują motywy roślinne: liść, kłosa oraz kolory różnych odcieni zieleni i brązu, czyli kolory natury. Cześć tych elementów graficznych wprost naśladuje symbolikę znajdującą się na towarach certyfikowanych np. 5, 14.

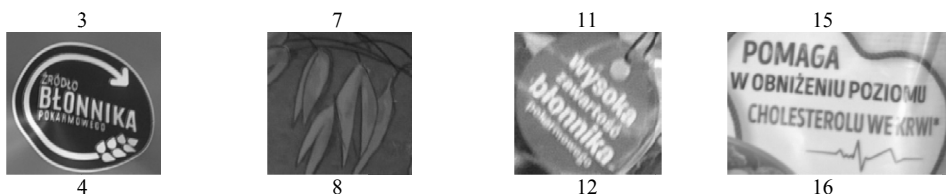
Tabela 4. Informacje na opakowaniach produktów oznaczonych jako Eko, Fit lub Bio

Naturalne źródło ...
Z pełnego ziarna ...
Pełnoziarniste
Źródło błonnika ...
Gluten free
Nowa jakość
Zawartość witamin, 8 witamin + żelazo
Natura ...
Z dodatkiem superfoods z owoców i warzyw
Bez substancji konserwujących, bez dodatku cukru, bez dodatku aromatów
Prawdziwe... Dobre...
Bio
Naturalnie na zdrowie
Organic
Pomaga w prawidłowym funkcjonowaniu układu pokarmowego
Pomaga w obniżeniu cholesterolu we krwi
Bez dodatku cukrów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

W ofercie sieci A znalazły się, w marcu, produkty sezonowe jak truskawki, borówki, czy maliny. W sieci B produktem takim był groszek cukrowy w strączkach. Jasne jest, że towary te pochodzą z importu i wymagały transportu z daleka. A przecież jedną z zasad zrównoważonego handlu jest dostarczanie konsumentom produktów z zachowaniem zasad efektywności nie tylko ekonomicznej ale także ekologicznej.





Rysunek 3. Symbole na opakowaniach produktów oznaczonych jako Eko, Fit lub Bio

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.



A
Skoncentrowane, większa liczba produktów Bio na jednym regale

B
Rozproszone, wmieszane, produkty Bio razem z produktami podobnego asortymentu

Rysunek 4. Usytuowanie i sposób eksponowania produktów oznaczonych jako Eko, Fit lub Bio

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

W obu sieciach zaobserwowano zróżnicowane podejście do eksponowania produktów organicznych. W sieci A produkty te umieszczane były w większości na osobnym regale. Kilka produktów organicznych, certyfikowanych znajdowała się w różnych miejscach na sali sprzedaży, a obok pojedynczych produktów tego typu znajdowały się zwykle także towary "symulujące" pochodzenie organiczne. W sieci B tendencja w rozproszeniu towarów organicznych była znacznie większa. właściwie nie było dla nich osobnego regału, gdzie występowały by w dominacji (rys. 4).

Często, jak wynika z przeprowadzonych obserwacji, obok produktów BIO umieszczane są produkty podobnego rodzaju, nie posiadające certyfikatów, ale wygląd ich opakowań może wprowadzać kupujących w błąd. Na rysunku 5 zauważyć można, że musli BIO, posiadające oznaczenia certyfikowania, jest w bliskim sąsiedztwie innych rodzajów musli, które tego certyfikatu nie posiadają. Na ich opakowaniach dominuje kolor zielony lub opakowania są przezroczyste i przedstawiają zawartość widoczną gołym okiem. Natomiast skład zawartości tych opakowań znacząco różni się od składu produktów oznaczonych znakiem certyfikowanym.



Rysunek 5. Usytuowanie produktów Bio i nie posiadających certyfikatu w obiekcie A3
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Podsumowanie

Przeprowadzone badanie i uzyskane wyniki pozwalają zauważyć, że sprzedawcy w analizowanych jednostkach handlowych nie biorą odpowiedzialności za sprzedawane produkty w zakresie rzetelnego informowania konsumentów. Najczęściej popełniane działania dezinformacyjne, w tym przypadku, to umieszczanie produktów BIO, czy to w opakowaniach jednostkowych czy zbiorczych, w różnych miejscach sklepu w towarzystwie podobnego asortymentu produktów symulujących wyglądem opakowań produkty BIO. Kolejną praktyką jest brak wydzielonego regału na produkty organiczne. Oba te działania mogą być odebrane jako celowe wprowadzanie konsumentów w błąd.

Wielu producentów towarów eksponowanych w badanych sklepach dyskontowych stosuje strategie *greenwashing*. Najczęściej umieszczane są elementy graficzne oraz kolorystyka opakowania sugerująca prozdrowotną zawartość, wyższą jakość, naturalność. Producenci, w ten sposób, w większej mierze korzystają z braku odpowiedzialności sprzedawców za prawidłowe informowanie konsumentów.

Z powyższego wynika, że konsumenci mają utrudnioną sytuację podejmowania decyzji zakupowych zarówno ze strony producentów jak i handlowców. Z tego względu, aby zadbać o swoje dobro, muszą oni podejmować większy wysiłek podczas dokonywania zakupów przeznaczony na czytanie składu na opakowaniu, czy też wykazać większą koncentrację w rozpoznawaniu pożądanej kategorii produktów po etykietach.

Bibliografia

- Adamowicz M., Zrównoważony i wielofunkcyjny rozwój rolnictwa a agronomia, Annales UMCS Setion E 60/2005.
- Adamowicz M., Zwolińska -Ligaj M., Koncepcja wielofunkcyjności jako element zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich, www.wne.sggw.pl/czasopisma/pdf/PEFIM_nr_51_2009_s11.pdf.

Bowen F., Aragon-Correa J. A.: Greenwashing in corporate environmentalism research and practice: The importance of what we say and do. *Organization & Environment*, 27/2014.

Chen Y. S., Chang C. H.: Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk. *Journal of Business Ethics*, 114/2013.

Delamas M.A., Burbano V.C., The Drivers of Greenwashing, *CMR.BERKELEY.EDU*, 54, 1/2011.

Gadomska J., Sadowski T., Buczkowska M.: Ekologiczna Żywność jako czynnik sprzyjający zdrowiu. *Problemy Higieny i Epidemiologii*, 95(3)/2014.

Griese K.M., Werner K., Hogg J., Avoiding Greenwashing in Event Marketing: An Exploration of Concepts, Literature and Methods. *Journal of Management and Sustainability*, 7(4)/2017.

Jakubczak A., Gotowska M.: Greenwashing on food market in opinion of young consumers from some European countries, *MIC 2018, Ekonomska istrazivanja - Economic Research*, w recenzji.

Klepacki B., Organizacyjne i ekonomiczne uwarunkowania postępu technologicznego w gospodarstwach indywidualnych (na przykładzie produkcji roślinnej), *Rozprawy Naukowe i Monografie. SGGW-AR 124/1990*.

Lyon T. P., Maxwell J. W.: Greenwash: Corporate environmental disclosure under threat of audit. *Journal of Economics & Management Strategy*, 20(1)/2011.

Polonsky M. J.: Transformative green marketing: Impediments and opportunities, *Journal of Business Research*, 64(12)/2010.

TerraChoice: Greenwashing Report 2010: The Seven Sins of Greenwashing: Environmental Claims in Consumer Markets. 2010, <http://sinsofgreenwashing.com/findings/index.html> (23.03.2018).

Wasilik K.: Rolnictwo ekologiczne i rynek eko-produktów w Polsce na tle innych krajów europejskich, *Handel Wewnętrzny* 3 (350)/2014.

Witek L.: Zachowania konsumentów na rynku produktów ekologicznych w Polsce i innych krajach Unii Europejskiej, *Handel Wewnętrzny* 1(354)/2014.

Summary

The problem raised in the article is the phenomenon of greenwashing increasingly used by business to introduce consumers into a misconception about the image of a company or product as environmentally friendly. The aim of the article is to analyze greenwashing strategies used by discount stores in the offer of food products in packaging and by producers of these products. Several dozen organic and organic "pretending" food products were analyzed in two popular discount chains in Poland. The analysis of the results confirms that in selected networks irresponsibly social practices favoring the use of greenwashing strategies are applied.

Key words: greenwashing, corporate social responsibility, consumer social responsibility, green consumerism

Informacje o autorze:

Dr inż. Anna Jakubczak

Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy
Wydział Zarządzania
im. J.J. Śniadeckich w Bydgoszczy
ul. Fordońska 430
85-790 Bydgoszcz
e-mail: ajakubczak@utp.edu.pl
ORCID: 0000-0001-9140-8658

Agata Marcysiak
Adam Marcysiak
Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

Zarządzanie majątkiem jednostek gospodarczych o różnym potencjale ekonomicznym

MANAGEMENT OF ECONOMIC ASSETS WITH VARIOUS ECONOMIC POTENTIAL

Celem niniejszego opracowania jest próba ukazania zakresu zarządzania majątkiem podmiotów gospodarczych o różnym potencjale ekonomicznym. Materiałem badawczym były dane o gospodarstwach charakteryzujących się zróżnicowaną wielkością ekonomiczną, które prowadziły rachunkowość rolną dla potrzeb Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej. Majątek gospodarstwa przedstawiono w formie syntetycznej jako sumę dwóch grup aktywów: trwałych i obrotowych. W obrębie aktywów trwałych analizie poddano cztery składniki a w przypadku aktywów obrotowych trzy składniki. Dla oceny efektów działań zarządczych analizie poddano produktywność i dochodowość podstawowych czynników produkcji. Najwyższym poziomem dochodowości odznaczały się gospodarstwa o wielkości ekonomicznej 100-500 tys. Euro. Istotnym parametrem efektywności gospodarowania był wskaźnik rentowności kapitału własnego ROE. Dodatnią jego wartością odznaczały się gospodarstwa o wielkości ekonomicznej powyżej 25 tys. Euro. Wyższa rentowność poprawiała perspektywy rozwojowe gospodarstwa i sprawiała, że więcej środków można było przeznaczyć na zakup poszczególnych składników majątku.

Słowa kluczowe: majątek trwały i obrotowy, wielkość ekonomiczna, zarządzanie majątkiem, efektywność gospodarowania.

Wprowadzenie

Prowadzenie działalności gospodarczej wiąże się z wieloma obowiązkami. Zakres odpowiedzialności dotyczy szczególnie zadań związanych z zarządzaniem majątkiem¹. Specyfiką produkcji rolniczej jest ścisły związek z przyrodniczymi warunkami produkcji. Rolnicy, dążąc choćby do częściowego uniezależnienia się od warunków zewnętrznych, zmuszeni są do ponoszenia znacznych nakładów finansowych skierowanych na zakup środków trwałych służących osłonie niektórych procesów produkcyjnych. Rodzi to konieczność inwestowania w budynki i budowle zarówno o charakterze produkcyjnym jak i pomocniczym².

Inną specyfiką produkcji rolniczej jest zróżnicowanie zabiegów ze względu na różnorodność produkcji oraz pór roku. To z kolei zmusza rolników do wyposażania gospo-

¹ J. Grzywacz (red): Zarządzanie majątkiem obrotowym w przedsiębiorstwie. SGH Warszawa 2006, 57-71.

² E Niedzielski, B Fedejko: Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem rolniczym. Wyd. ART. Olsztyn 1995, 26-31.

darstw w różnorodny sprzęt techniczny (maszyny, narzędzia i środki transportu), który niejednokrotnie wykorzystywany jest zaledwie przez kilkanaście, a nawet kilka dni w roku. Wiąże się to z wysokim udziałem środków trwałych w większości gospodarstw, co nie pozostaje bez wpływu na okres zwrotu zainwestowanych w nie środków finansowych oraz rezultaty produkcyjne i finansowe prowadzenia gospodarstw³.

Rolnicy, dążąc do poprawy swojej sytuacji finansowej, inwestują w środki trwałe, zwracając większą uwagę na ich ilość i ewentualnie jakość, mniejszą wagę przywiązując do ich efektywnego wykorzystania. Często więc gospodarstwa, zwłaszcza te o mniejszym potencjale produkcyjnym, są przeinwestowane, a okres zwrotu środków finansowych zainwestowanych w środki trwałe jest bardzo długi⁴. Cechą charakterystyczną większości gospodarstw rolnych w Polsce jest wysoka wartość środków trwałych w stosunku do posiadanego obszaru użytków rolnych oraz wysoki udział środków trwałych w wartości aktywów ogółem.

Istotnym parametrem oceny siły ekonomicznej i potencjału produkcyjnego gospodarstw w UE jest wielkość ekonomiczna. Określana jest ona na podstawie sumy Standardowych Produkcji uzyskanych ze wszystkich działalności rolniczych występujących w danym gospodarstwie rolnym. Wyrażana jest ona bezpośrednio w euro.

Metodyczne aspekty opracowania

Celem niniejszego opracowania jest próba ukazania zakresu zarządzania majątkiem podmiotów gospodarczych o różnym potencjale ekonomicznym.

Materiałem badawczym były dane o gospodarstwach charakteryzujących się zróżnicowaną wielkością ekonomiczną, które prowadziły rachunkowość rolną dla potrzeb Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej. Szczegółową analizą objęto rok 2016.

Podstawowymi kategoriami ekonomicznymi, przyjętymi dla potrzeb procesu badawczego były: wartość produkcji ogółem oraz poziom dochodu z gospodarstwa rolniczego. Obliczeń tych kategorii dokonano metodą stosowaną w europejskim systemie rachunkowości rolnej FADN (Farm Accountancy Date Network)⁵.

Majątek gospodarstwa przedstawiono w formie syntetycznej jako sumę aktywów trwałych i obrotowych. W obrębie aktywów trwałych analizie poddano cztery składniki a w przypadku aktywów obrotowych trzy składniki.

Dla oceny efektów działań zarządczych analizie poddano produktywność i dochodowość podstawowych czynników produkcji. Produktywność obliczono jako wartość produkcji rolniczej przypadającą na 1 ha UR, na 1 jednostkę przeliczeniową pracy AWU i na 1000 zł wartości rzeczowych środków trwałych i obrotowych. Dochodowość ukazano jako wartość dochodu z gospodarstwa rolniczego przypadającą na 1 ha UR, na 1 jednostkę przeliczeniową pracy AWU i na 1000 zł wartości rzeczowych środków trwa-

³ S. Mańko, R. Płonka: Struktura aktywów a wyniki działalności gospodarstw rolnych w świetle danych polskiego FADN Zagadnienia Ekonomiki Rolnej nr 4 (325) Warszawa 2010, 134-145.

⁴ L. Goraj, S. Mańko: Rachunkowość i analiza ekonomiczna w indywidualnym gospodarstwie rolnym. Difin, Warszawa 2009, 185-209.

⁵ Z Floriańczyk, B. Malanowska, D. Osuch, M. Bocian: Opis realizacji planu wyboru próby gospodarstw rolnych dla Polskiego FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017, s. 8-15.

łych i obrotowych. Poszczególne wielkości ukazano w przeliczeniu na jedno gospodarstwo w zł. Skalę zróżnicowania przedstawiono w ujęciu procentowym.

Charakterystyka badanych gospodarstw

Średni obszar badanego gospodarstwa w 2016 roku wynosił 19,5 ha UR. Analizowane gospodarstwa reprezentowały różną wielkość ekonomiczną. W próbie badawczej polskiego FADN liczącej 12 302 gospodarstw dominującymi były gospodarstwa o wielkości ekonomicznej 8-25 tys. Euro. Ich udział wynosił 34,0 %. Równie liczną była grupa gospodarstw średnio małych o wielkości ekonomicznej 25-50 tys. Euro (30,8%). Gospodarstwa średnio duże (50-100 tys. Euro) i duże (100-500 tys. Euro) stanowiły odpowiednio 20,2% i 8,9%. Stosunkowo najmniejszy udział posiadały gospodarstwa bardzo małe (do 8 tys. Euro - udział 5,3%) i bardzo duże (powyżej 100 tys. Euro - udział 0,8%). W tej ostatniej grupie znajdowały się zarówno gospodarstwa indywidualne, jak i te posiadające osobowość prawną.

Zakres zróżnicowania wyników produkcyjnych i ekonomicznych poszczególnych grup gospodarstw wydzielonych ze względu na wielkość ekonomiczną przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Charakterystyka gospodarstw według grup wielkości ekonomicznej w 2016 roku

Wyszczególnienie	Ogółem	Wielkość ekonomiczna gospodarstwa					
		do 8 tys. Euro	8-25 tys. Euro	25-50 tys. Euro	50-100 tys. Euro	100-500 tys. Euro	powyżej 500 tys. Euro
Liczba gospodarstw	12302	649	4188	3793	2474	1098	100
Powierzchnia UR w ha	19,5	8,0	15,1	26,8	44,8	99,4	742,5
Nakłady pracy w AWU na 1 gosp.	1,68	1,24	1,63	1,94	2,27	4,34	24,27
Plony pszenicy w dt/ha	53,7	44,3	48,9	52,2	54,7	59,3	61,4
Wydajność mleczna krów w litr.	5545	3049	3976	5149	6286	7471	9459
Produkcja zwierz. na 1 LU	4493	3404	3292	3786	4458	6599	6264
Koszty ogółem na 1 ha	5897	3636	4377	5395	6251	9811	9977
Koszt czynników zewnęt. na 1 ha	546	135	241	297	429	1074	1963

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2016 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017, s. 42-49.

Wielkość ekonomiczna okazała się czynnikiem różnicującym zarówno obszar jak i wyniki produkcyjne gospodarstw. 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 44,8 ha.

Obszar jest tradycyjnym miernikiem wielkości gospodarstwa rolnego powszechnie uznawanym w literaturze przedmiotu⁶. Powierzchnia użytków rolnych gospodarstwa determinuje kształtowanie się podstawowych relacji produkcyjno-ekonomicznych.

⁶ 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.

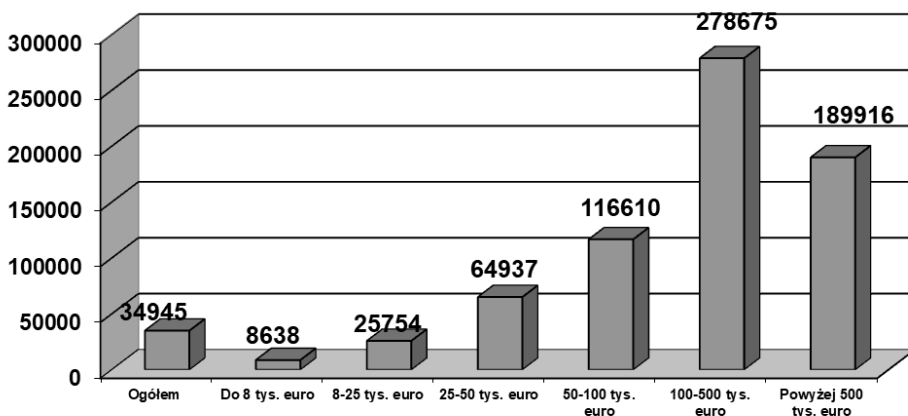
Wzrost wielkości ekonomicznej gospodarstwa wpływał także na zwiększenie nakładów pracy w AWU. Sprzyjał on także osiąganiu wyższych plonów pszenicy i większej wydajności mlecznej krów. W gospodarstwach o wielkości ekonomicznej powyżej 500 tys. Euro wydajność mleczna krów była ponad trzykrotnie wyższa niż w tych o wielkości ekonomicznej poniżej 8 tys. Euro.

Jednym z mierników pozwalających mierzyć stopień intensywności produkcji jest wielkość nakładów w przeliczeniu na 1 ha. W analizowanych gospodarstwach zarówno koszty ogółem jak i koszt czynników zewnętrznych rosły wraz ze wzrostem potencjału ekonomicznego.

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 euro⁷.

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



Rysunek 1. Poziom dochodu z gospodarstwa rolniczego według wielkości ekonomicznej w 2016 roku [w zł]

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2016 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017, s. 57.

Poziom dochodu pochodzącego z działalności rolniczej w gospodarstwach prowadzących rachunkowość rolną dla potrzeb IERiGŻ w 2016 roku wynosił średnio 34945 zł. W przeliczeniu na 1 ha UR była to kwota 1792 zł. W gospodarstwach o wielkości eko-

⁷ Z. Florianczyk, B. Małanowska, D. Osuch, M. Bocian: Opis realizacji planu wyboru próby gospodarstw rolnych dla Polskiego FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017, 9-15.

onomicznej do 8 tys. Euro ta kategoria dochodu wynosiła 8638 zł. Zgodnie z oczekiwaniami wraz ze wzrostem wielkości ekonomicznej poprawie ulegała także sytuacja ekonomiczna. Poziom dochodu pochodzącego z działalności rolniczej w gospodarstwach o wielkości ekonomicznej 100-500 tys. Euro wynosił już 278675 zł. W gospodarstwach o wielkości ekonomicznej powyżej 500 tys. Euro w 2016 roku dochód wyniósł 189916 zł.

Na sytuację ekonomiczną gospodarstw wpływ miały także instrumenty Wspólnej Polityki Rolnej UE. Wielkość płatności bezpośrednich do gruntów rolnych w gospodarstwach prowadzących rachunkowość rolną dla potrzeb IERiGŻ w 2016 roku wynosiła średnio 8886 zł. Udział tych płatności w ogólnej kwocie środków Wspólnej Polityki Rolnej UE przekazywanych do tych gospodarstw stanowił 70,3%. Dla porównania w 2014 udział ten wyniósł 76,4%.

Zakres zróżnicowania poziomu płatności bezpośrednich do gruntów rolnych analizowanych gospodarstw w zależności od wielkości ekonomicznej gospodarstwa przedstawia tabela 2.

Tabela 2. Wielkość wsparcia środkami WPR UE według wielkości ekonomicznej gospodarstwa w roku 2016

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	8886	3545	6910	12896	20616	45827	342517
Płatności z tytułu ONW	1758	1083	1774	2710	3330	3470	4480
Płatności rolno-środowiskowe	1415	843	1257	1701	3353	5312	22496
Inne dopłaty do rozwoju obszarów wiejskich	580	71	1050	721	206	321	194
Łącznie środki wypłacane w ramach WPR UE	12639	5542	10991	17428	27505	54930	369687

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2016 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017, s. 56-58.

Średnia wielkość środków pochodzących z płatności bezpośrednich w gospodarstwach o wielkości ekonomicznej do 8 tys. Euro wynosiła 3545 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 20616 zł, a w gospodarstwach o wielkości ekonomicznej powyżej 500 tys. Euro aż 342517 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 wydłużaniu się obszarów wiejskich i zatracaniu ich rolniczego charakteru.

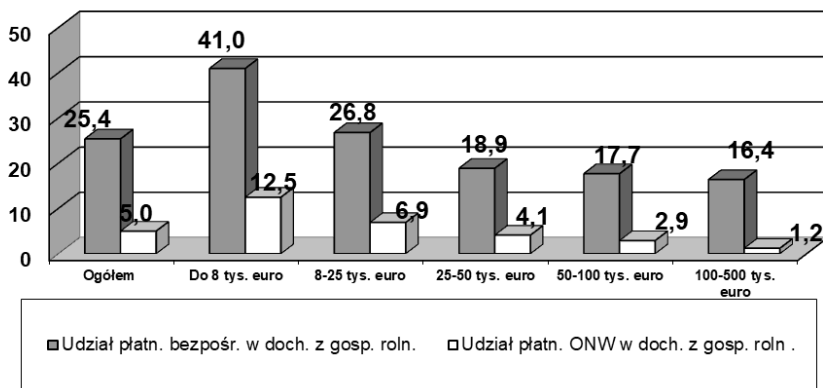
Wielkość płatności z tytułu ONW w gospodarstwach prowadzących rachunkowość rolną dla potrzeb IERiGŻ w 2016 roku wynosiła średnio 1758 zł. Również i w tym przy-

padku 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 1083 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 3330 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 2016 roku odpowiednio 1415 zł i 580 zł. Najwyższe kwoty płatności rolno-środowiskowych otrzymały gospodarstwa o wielkości ekonomicznej powyżej 500 tys. Euro (22496 zł). W przypadku dopłat do rozwoju obszarów wiejskich największe kwoty skierowano do gospodarstw małych o wielkości ekonomicznej 8-25 tys. Euro (średnio na gospodarstwo 1050 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 2016 roku stanowiła 36,2% 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 2016 roku [w %]

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2016 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017, s. 56-58.

W gospodarstwach do 8 tys. Euro płatności bezpośrednie stanowiły 41,0%. 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 26,8% a w gospodarstwach o wielkości 50-100 tys. Euro odpowiednio 17,7%.

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 (12,5%). Zdecydowanie najslabsze oddziaływanie płatności z tytułu ONW na wyniki ekonomiczne miały miejsce w przypadku gospodarstw o wielkości ekonomicznej 100-500 tys. Euro.

Wielkość i struktura majątku

Spośród trzech podstawowych czynników produkcji w rolnictwie kapitał zasługuje na szczególną uwagę. Wynika to m.in. z faktu, iż czynnik ten ma właściwości zarówno zastępowania (substytucji), jak i wspomagania pozostałych czynników wytwórczych. Ma on również właściwości bezpośredniego oddziaływania na wielkość produkcji a w konsekwencji i wielkość dochodów gospodarstw⁸. Wyposażenie gospodarstw w środki trwałe odgrywa ważną rolę w kształtowaniu się wyników ekonomicznych i sposobów zarządzania (tabela 3).

Tabela 3. Wielkość i struktura aktywów trwałych według wielkości ekonomicznej gospodarstwa w roku 2016

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
Wartość w zł na 1 gospodarstwo							
Aktywa trwałe	648798	808618	550945	992179	1611870	3092174	8334653
Ziemia i uprawy trwałe	373977	193014	333499	563334	897346	1616780	2789790
Budynki i budowle	156531	85187	127142	210760	309800	808147	3554484
Maszyny i urządzenia	102953	27763	80386	183723	343962	607455	1524169
Stado podstawowe	15337	2655	9917	34361	60762	59793	466210
Struktura w %							
Aktywa trwałe	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ziemia i uprawy trwałe	57,6	62,5	60,5	56,8	55,7	52,3	33,5
Budynki i budowle	24,1	27,6	23,1	21,2	19,2	26,1	42,6
Maszyny i urządzenia	15,9	9,0	14,6	18,5	21,3	19,6	18,3
Stado podstawowe	2,4	0,9	1,8	3,5	3,8	1,9	5,6

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2016 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017, s. 57-58.

Aktywa trwałe stanowią najważniejszy element majątku podmiotu gospodarczego. Cechą charakterystyczną jest ich długi okres użytkowania, dzięki któremu przenoszą swoją wartość na wyroby gotowe lub usługi, zachowując jednocześnie swoją postać naturalną przez cały okres eksploatacji. Z kolei stosowne wyposażenie jednostki w środki trwałe oraz właściwe ich wykorzystanie warunkują ciągłość działalności gospodarczej i dalszy rozwój. Cechą wyróżniającą środki trwałe spośród reszty

⁸ K. Karbowski: Majątek trwały a zróżnicowanie dochodów rolniczych w gospodarstwach rodzinnych. (w:) Zróżnicowanie dochodowe rodzin rolniczych w Polsce. A.P. Wiatrak[red.], wyd. SGGW, Warszawa 1998, s. 149.

składników majątku, jest ich forma rzeczowa i przewidywany czas ekonomicznej użyteczności dłuższy niż jeden rok⁹.

W odniesieniu do analizowanych gospodarstw widoczna była zależność, iż wraz ze wzrostem wielkości ekonomicznej zwiększała się wartość aktywów trwałych. Zależność ta dotyczyła także składników tworzących aktywa trwałe, to jest: ziemi i upraw trwałych, budynków i budowli oraz maszyn i urządzeń. Brak tego typu zależności dotyczył jedynie stada podstawowego.

W strukturze aktywów trwałych pozycję dominującą posiadała ziemia i uprawy trwałe. Sytuacja ta nie dotyczyła grupy gospodarstw o wielkości ekonomicznej powyżej 500 tys. Euro. W tej grupie dominującym elementem (42,6%) okazały się budynki i budowle. Zdecydowanie najmniejszy udział w tak dokonanym zestawieniu, w każdej z grup gospodarstw, miało stado podstawowe.

Drugą częścią majątku podmiotu gospodarczego są aktywa obrotowe. Są one przeznaczone do zbycia lub zużycia w ciągu dwunastu miesięcy od dnia bilansowego lub w ciągu normalnego cyklu operacyjnego właściwego dla danej działalności. W rolnictwie do aktywów obrotowych zalicza się: stado obrotowe, zapasy oraz pozostałe aktywa obrotowe (tabela 4).

Tabela 4. Wielkość i struktura aktywów obrotowych według wielkości ekonomicznej gospodarstwa w roku 2016

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
Wartość w zł na 1 gospodarstwo							
Aktywa obrotowe	89487	28485	62468	129493	210658	524821	4587172
Stado obrotowe	19716	5419	15301	33916	53850	97449	680815
Zapasy produktów	26917	9839	22126	42540	69190	126639	732578
Pozostałe aktywa obrotowe	42853	13226	25042	53036	87617	300733	3173780
Struktura w %							
Aktywa obrotowe	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Stado obrotowe	22,0	19,0	24,5	26,2	25,5	18,6	14,8
Zapasy produktów	30,1	34,5	35,4	32,8	32,9	24,1	16,0
Pozostałe aktywa obrotowe	47,9	46,5	40,1	41,0	41,6	57,3	69,2

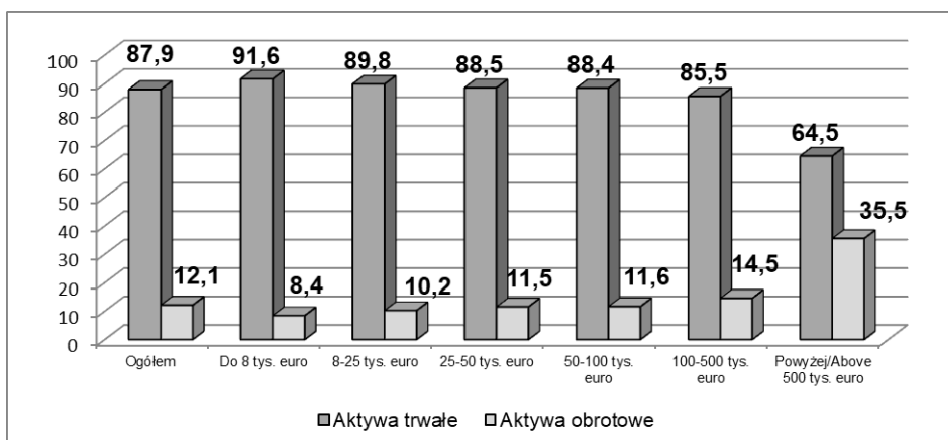
Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2016 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017, s. 57-58.

W odniesieniu do analizowanych gospodarstw widoczna była zależność, iż wraz ze wzrostem wielkości ekonomicznej zwiększała się wartość aktywów obrotowych. Zależność ta dotyczyła także poszczególnych składników tworzących aktywa obrotowe takich jak: stado obrotowe, zapasy oraz pozostałe aktywa obrotowe.

W strukturze aktywów obrotowych pozycję dominującą posiadały te wyszczególnione jako pozostałe aktywa obrotowe. W grupie gospodarstw o wielkości ekonomicznej powyżej 500 tys. Euro ten rodzaj aktywów stanowił aż 69,2%. Na drugim miejscu w zestawieniu znalazły się zapasy.

⁹ J. Aleszczyk: Rachunkowość finansowa od podstaw, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2000, s. 111.

Zestawiając ze sobą aktywa trwałe i aktywa obrotowe stwierdza się, iż pierwsze z nich biorą udział w wielu cyklach produkcji przez okres dłuższy niż jeden rok, z kolei drugie biorą udział tylko w jednym cyklu operacyjnym. Aktywa trwałe wymagają zamrożenia środków finansowych na dłuższy czas, z reguły przekraczający jeden rok, natomiast przy aktywach obrotowych ten okres jest krótszy i nie przekracza jednego roku. Pierwsze z nich trudno dostosowują się do zmian i są mało elastyczne, z kolei drugie łatwo dostosują się do zmian panujących na rynku. Aktywa trwałe wymagają dużego zaangażowania własnych środków finansowych, natomiast aktywa obrotowe są z reguły finansowane z dużym udziałem źródeł obcych, takich jak kredyty i pożyczki. Z posiadaniem pierwszych wiąże się duże ryzyko gospodarcze, zaś w drugim przypadku to ryzyko jest niewielkie. W końcu aktywa trwałe pośrednio wpływają na tworzenie wyniku finansowego. Z kolei aktywa obrotowe bezpośrednio uczestniczą w generowaniu przychodów, a co za tym idzie także wyników finansowych¹⁰. Strukturę aktywów ogółem według wielkości ekonomicznej gospodarstw w 2016 roku przedstawia rysunek 3.



Rysunek 3. Struktura aktywów ogółem gospodarstw według wielkości ekonomicznej w 2016 roku [w %]

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2016 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017, s. 56-58.

W strukturze wartościowej aktywów ogółem pozycję dominującą posiadały aktywa trwałe. Średnio w badanych gospodarstwach ich udział wynosił w 2016 roku 87,9%. W odniesieniu do analizowanych gospodarstw widoczna była zależność, iż wraz ze wzrostem wielkości ekonomicznej zwiększał się udział aktywów obrotowych. Dla gospodarstw o wielkości ekonomicznej do 8 tys. Euro wynosił on 8,4%. W gospodarstwach o wielkości ekonomicznej powyżej 500 tys. Euro udział środków obrotowych stanowił już 35,5% aktywów ogółem.

¹⁰ W. Gabrusewicz, P. Gabrusewicz: Roczne sprawozdanie finansowe przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2015, s. 62-63.

Ocena sprawności zarządzania majątkiem trwałym i obrotowym w badanych podmiotach

Oceny sprawności zarządzania majątkiem można dokonywać na podstawie wielu kryteriów. Potencjał wytwórczy gospodarstwa rolnego tworzą trzy podstawowe czynniki produkcji: ziemia, praca i kapitał. Czynniki te oraz występujące między nimi relacje określają rozmiary możliwej do osiągnięcia produkcji i dochodu. Efektywność wykorzystania poszczególnych zasobów określono za pomocą produktywności i dochodowości ziemi, pracy i kapitału (tabela 5).

Tabela 5. Efektywność wykorzystania zasobów według wielkości ekonomicznej gospodarstwa w roku 2016

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
Produktywność w zł na 1 gospodarstwo							
Produktywność ziemi	6441	3577	4724	6359	7484	11540	9409
Produktywność pracy	74758	23075	43760	87851	147709	263695	287847
Produktywność kapitału	170	85	116	152	184	317	541
Dochodowość w zł na 1 gospodarstwo							
Dochodowość ziemi	1792	1080	1706	2423	2603	2803	255
Dochodowość pracy	20801	6966	15800	33473	51370	64211	7825
Dochodowość kapitału	47	26	40	58	64	77	15

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2016 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017, s. 57-58.

Pojęcia produktywności i dochodowości oznaczają wielkości produkcji i dochodu w przeliczeniu na jednostkę czynnika produkcji wyrażone w pieniądzu. Określając produktywność ziemi użytkowanej rolniczo wartością produkcji rolniczej na 1 ha UR można zauważyć, że wśród analizowanych gospodarstw najwyższą jej wartość (11540 zł) odnotowano w gospodarstwach o wielkości ekonomicznej z przedziału 100-500 tys. Euro. Miało to związek ze skalą intensywności produkcji prowadzonej w tych gospodarstwach. W odniesieniu do produktywności pracy – mierzonej wartością produkcji rolniczej przypadającej na jednostkę przeliczeniową pracy (AWU) oraz produktywności kapitału - wyrażonej wartością produkcji rolniczej przypadającej na 1000 zł wartości rzeczowych środków trwałych i obrotowych, w analizowanych gospodarstwach występowała zależność polegająca na wzroście ich wielkości wraz ze wzrostem wielkości ekonomicznej gospodarstwa.

Wartość produkcji rolniczej osiąganej przez poszczególne typy analizowanych gospodarstw w sposób oczywisty determinowała ich wyniki ekonomiczne. Dochodowość ziemi w gospodarstwach o wielkości ekonomicznej 100-500 tys. Euro była 2,6 razy wyższa niż w gospodarstwach o wielkości ekonomicznej do 8 tys. Euro. Ten sam typ relacji w odniesieniu do dochodowości pracy wynosił 9,2 razy a w przypadku dochodowości kapitału 2,9 razy.

Istotnym parametrem oceny zdolności gospodarstw do rozwoju jest wielkość wyniku finansowego netto. Jest on rozumiany jako różnica między dochodem z

rodzinnego gospodarstwa rolnego a kosztami pracy własnej rolnika i jego rodziny (tabela 6).

Tabela 6. Wynik finansowy netto i parytet dochodowy według wielkości ekonomicznej gospodarstwa w roku 2016

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						
Koszt pracy własnej w zł	50105	40090	52445	63117	67780	64004	20122
Wynik finansowy netto w zł	-15160	-71542	-26691	1820	48830	214671	169794
Dochód z działalności rolniczej na 1 godz. pracy własnej	10,66	3,29	7,51	15,73	26,30	66,57	144,31
Parytet dochodowy	0,69	0,21	0,49	1,02	1,72	4,35	9,44

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2016 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017, s. 57-58.

Koszty pracy rolnika zostały obliczone jako iloczyn nakładów pracy własnej wyrażonej w godzinach i stawki parytetowej. Stawka ta w 2016 roku wynosiła 15,29 zł i odpowiadała średniorocznemu wynagrodzeniu netto w gospodarce narodowej określoneemu przez GUS¹¹. Średnio na jedno analizowane gospodarstwo koszty pracy własnej wyniosły 50105 zł.

Przewaga kosztów pracy własnej rolnika nad dochodem wystąpiła w gospodarstwach o wielkości ekonomicznej 25 tys. Euro i poniżej. Konsekwencją tego był ujemny wynik finansowy netto. Dodatnią jego wartość odnotowano w gospodarstwach o wielkości ekonomicznej powyżej 25 tys. Euro. Ten rodzaj gospodarstw w literaturze przedmiotu określany bywa jako gospodarstwa rozwojowe¹². Ich właściwe zarządzanie aktywami trwałymi i obrotowymi sprawia, iż osiągają one wyższy poziom dochodu z pracy w gospodarstwie niż dochód parytetowy. Parytet dochodowy obliczono jako relację dochodu z rodzinnego gospodarstwa w przeliczeniu na 1 godzinę pracy własnej do stawki parytetowej określonej według GUS.

Poziom dochodu z rodzinnego gospodarstwa rolnego decyduje o konkurencyjności tych podmiotów. Im wyższy jest jego poziom, tym większa skłonność rolników do rozwijania gospodarstwa poprzez inwestowanie w środki trwałe. Prowadzenie działalności inwestycyjnej w gospodarstwach rolnych jest jednym z ważniejszych mierników przy ocenie perspektyw rozwoju. Sprawne i efektywne funkcjonowanie gospodarstw rolnych nie jest możliwe bez wprowadzania innowacyjnych rozwiązań i inwestowania w trwałe środki produkcji. Prowadzi to do poprawy efektywności ogółu posiadanych czynników wytwórczych.

Działalność inwestycyjna świadczy o sytuacji ekonomicznej i jest wyrazem właściwie prowadzonego procesu zarządzania majątkiem w gospodarstwie rolnym. O rzeczywistym przyroście inwestycji informuje wartość inwestycji netto. W przypadku

¹¹ A. Skarżyńska: Koszty jednostkowe i dochody wybranych produktów w 2016 roku –wyniki badań w systemie AGROKOSZTY. Zagadnienia Ekonomiki Rolnej nr 2 (355), Warszawa 2018, 140-142.

¹² Z. Gołaś: Uwarunkowania rentowności kapitału własnego w rolnictwie. Zagadnienia Ekonomiki Rolnej nr 4, Warszawa 2008 76-89.

gdy wartość ta jest ujemna oznacza to, że następuje w nich dekapitalizacja majątku trwałego. Świadczy o tym również ujemna stopa reprodukcji majątku trwałego. Można przypuszczać, wówczas że wartość podejmowanych inwestycji jest zbyt mała i nie rekompensuje utraty wartości majątku na skutek jego amortyzacji (tabela 7).

Tabela 7. Charakterystyka działalności inwestycyjnej i sytuacji finansowej gospodarstw według grup wielkości ekonomicznej w 2016 roku

Wyszczególnienie	Ogółem	Wielkość ekonomiczna gospodarstwa					
		do 8 tys. Euro	8-25 tys. Euro	25-50 tys. Euro	50-100 tys. Euro	100-500 tys. Euro	powyżej 500 tys. Euro
Inwestycje brutto (w zł na gosp.)	11551	11	5990	17839	43896	153777	389891
Amortyzacja (w zł na gosp.)	20695	8367	17073	30869	50968	106501	503622
Inwestycje netto (w zł na gosp.)	-9144	-8356	-11083	-13030	-7072	47276	-113730
Stopa reprodukcji majątku trwałego w %	-1,41	-2,71	-2,01	-1,31	-4,39	1,52	-1,36
Wskaźnik rentowności kapitału własnego ROE w %	-2,17	-21,32	-4,45	0,17	2,92	7,17	1,54
Wskaźnik bieżącej płynności finansowej	8,41	50,06	16,77	9,64	6,21	3,99	13,15
Wskaźnik płynności przyspieszonej	5,88	32,77	10,83	6,47	4,17	3,02	11,06

Źródło: obliczenia własne na podstawie Wyniki Standardowe 2016 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017, s. 57-58.

W odniesieniu do analizowanych gospodarstw tylko w przypadku tych o wielkości od 100 do 500 tys. Euro wartość inwestycji netto była dodatnia i wynosiła 47276 zł. Stopa reprodukcji majątku trwałego obliczana jako relacja wartości inwestycji brutto do wartości środków trwałych w tym przypadku wyniosła 1,52%. Występująca reprodukcja rozszerzona świadczy o tym, że dokonuje się tutaj nie tylko proste odtworzenie zużytych środków produkcji, ale ma miejsce także zwiększenie i unowocześnienie aparatu wytwórczego.

Efektywność gospodarowania, świadcząca o jakości zarządzania, można określić także na podstawie oceny kondycji finansowej gospodarstw rolnych. Wskaźnik rentowności kapitału własnego ROE oblicza się jako relację wyniku finansowego netto i kapitału własnego. Przedstawia on zdolność gospodarstwa do wypracowania zysku netto z jednej złotówki kapitału własnego. Jest on najbardziej syntetycznym wskaźnikiem rentowności, gdyż uwzględnia wszelkie skutki decyzji i działań operacyjnych, inwestycyjnych i finansowych. Dodatnią rentownością kapitału własnego odznaczały się gospodarstwa o wielkości ekonomicznej powyżej 25 tys. Euro. Im większa jest rentowność tym lepsze są perspektywy rozwojowe gospodarstwa i więcej środków można przeznaczyć ono na zakup środków trwałych i obrotowych. Relatywnie najwyższą rentownością (7,17%) odznaczały się gospodarstwa o wielkości od 100 do 500 tys. Euro.

O zdolności gospodarstwa do funkcjonowania na rynku informuje również wskaźnik płynności finansowej. Z danych przedstawionych w tabeli 7 wynika, że we wszystkich porównywanych grupach gospodarstw wskaźnik bieżącej płynności finansowej znacząco odbiegał od wartości optymalnych (powinny one wynosić 1,5-

2,0¹³). Specyfika rolnictwa sprawia, iż występuje tutaj wolny obrót kapitału. Środki zainwestowane w aktywa obrotowe są zwracane dopiero po zakończonym cyklu produkcyjnym, który zazwyczaj trwa jeden rok. Nie ma wówczas możliwości wcześniejszego zbycia części tego majątku, nawet jeśli rachunek ekonomiczny na to wskazuje. Wśród analizowanych gospodarstw szczególnie wysokie wartości wskaźnika bieżącej płynności finansowej odnotowano w przypadku gospodarstw o niskim potencjale produkcyjnym. W przypadku gospodarstw o wielkości ekonomicznej z przedziału 8-25 tys. Euro wielkość wskaźnika wyniosła 16,77 a gospodarstw o wielkości ekonomicznej do 8 tys. Euro nawet 50,06. Właściciele tych gospodarstw zbyt mało inwestowali w rozwój, a zasób środków obrotowych, nie był wykorzystywany racjonalnie. Diametralnie inna sytuacja miała miejsce w przypadku gospodarstw o dużym potencjale produkcyjnym. W gospodarstwach o wielkości ekonomicznej 100-500 tys. Euro wskaźnik bieżącej płynności finansowej wynosił 3,99 a podwyższonej płynności finansowej 3,02. Właściciele ich dysponując optymalnymi zasobami środków trwałych i obrotowych posiadali świadomość inwestowania jako niezbędnego warunku utrzymania pozycji konkurencyjnej.

Wnioski

- Reasumując dotychczasowe rozważania można sformułować następujące wnioski:
- Potencjał ekonomiczny gospodarstw okazał się czynnikiem różnicującym wielkość i strukturę ich majątku. Jego wartość wzrastała wraz ze wzrostem wielkości ekonomicznej gospodarstw. W strukturze wartościowej aktywów ogółem, pozycję dominującą posiadały aktywa trwałe. Średnio w badanych gospodarstwach ich udział wynosił w 2016 roku 87,9%. W odniesieniu do analizowanych gospodarstw widoczna była zależność, iż wraz ze wzrostem wielkości ekonomicznej zwiększał się udział aktywów obrotowych. Dla gospodarstw o wielkości ekonomicznej do 8 tys. Euro wynosił on 8,4%. W gospodarstwach o wielkości ekonomicznej powyżej 500 tys. Euro udział środków obrotowych stanowił już 35,5% aktywów ogółem.
 - Jednym z parametrów oceny sprawności zarządzania majątkiem była efektywność wykorzystania zasobów. W odniesieniu do produktywności kapitału - wyrażonej wartością produkcji rolniczej przypadającej na 1000 zł wartości rzeczowych środków trwałych i obrotowych, w analizowanych gospodarstwach występowała zależność polegająca na wzroście jej wielkości wraz ze wzrostem wielkości ekonomicznej gospodarstwa. Najwyższym poziomem dochodowości odznaczały się gospodarstwa o wielkości ekonomicznej 100-500 tys. Euro
 - Wyrazem właściwie prowadzonego procesu zarządzania majątkiem w gospodarstwie rolnym jest działalność inwestycyjna. O rzeczywistym przyroście inwestycji informuje wartość inwestycji netto. W odniesieniu do analizowanych gospodarstw tylko w przypadku tych o wielkości od 100 do 500 tys. Euro wartość inwestycji netto była dodatnia. Stopa reprodukcji majątku trwałego w tym przypadku wyniosła 1,52%. Występująca reprodukcja rozszerzona świadczy o realnym zwiększeniu i unowocześnieniu aparatu wytwórczego.

¹³ W. Gabrusewicz: Podstawy analizy finansowej. PWE Warszawa 2002, 250-254.

- Efektywność gospodarowania, świadcząca o jakości zarządzania, można określić także na podstawie oceny kondycji finansowej gospodarstw rolnych. Wskaźnik rentowności kapitału własnego ROE jest najbardziej syntetycznym wskaźnikiem rentowności, gdyż uwzględnia on wszelkie skutki decyzji i działań operacyjnych, inwestycyjnych i finansowych. Dodatnią rentownością kapitału własnego odznaczały się gospodarstwa o wielkości ekonomicznej powyżej 25 tys. Euro. Relatywnie najwyższą rentownością (7,17%) odznaczały się gospodarstwa o wielkości od 100 do 500 tys. Euro. Im większa jest rentowność, tym lepsze są perspektywy rozwojowe gospodarstwa i więcej środków można przeznaczyć na zakup poszczególnych składników majątku.

Bibliografia

- Aleszczyk J.: Rachunkowość finansowa od podstaw, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2000.
- Floriańczyk Z., Malanowska B., Osuch D., Bocian M.: Opis realizacji planu wyboru próby gospodarstw rolnych dla Polskiego FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017.
- Gabrusewicz W., Gabrusewicz P.: Roczne sprawozdanie finansowe przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2015.
- Gabrusewicz W.: Podstawy analizy finansowej. PWE Warszawa 2002.
- Gołaś Z.: Uwarunkowania rentowności kapitału własnego w rolnictwie. Zagadnienia Ekonomiki Rolnej nr 4, Warszawa 2008.
- Goraj L., Mańko S.: Rachunkowość i analiza ekonomiczna w indywidualnym gospodarstwie rolnym. Difin, Warszawa 2009.
- Grzywacz J. (red): Zarządzanie majątkiem obrotowym w przedsiębiorstwie. SGH Warszawa 2006.
- Karbowiak K.: Majątek trwały a zróżnicowanie dochodów rolniczych w gospodarstwach rodzinnych. (w:) Zróżnicowanie dochodowe rodzin rolniczych w Polsce. A.P. Wiatrak [red.], wyd. SGGW, Warszawa 1998.
- Mańko S., Płonka R.: Struktura aktywów a wyniki działalności gospodarstw rolnych w świetle danych polskiego FADN Zagadnienia Ekonomiki Rolnej nr 4 (325) Warszawa 2010.
- Niedzielski E., Fedejko B.: Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem rolniczym. Wyd. ART. Olsztyn 1995,
- Skarżyńska A.: Koszty jednostkowe i dochody wybranych produktów w 2016 roku –wyniki badań w systemie AGROKOSZTY. Zagadnienia Ekonomiki Rolnej nr 2 (355), Warszawa 2018.
- Wyniki Standardowe 2016 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. IERiGŻ, Warszawa 2017,
- Zegar J.S., Chmielewska B.: Dochody ludności wiejskiej: źródła, zróżnicowanie i zakres ubóstwa. (w:) Raport o stanie wsi. Polska wieś 2016. Wyd. Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2016.

Summary

The aim of this study is to show the scope of asset management of economic entities with various economic potential. The research material was data on farms characterized by diversified economic size, which carried out agricultural accounting for the needs of the Institute of Agricultural Economics and Food Economy. The property of the holding was presented in a synthetic form as the sum of two groups of assets: fixed and current. Within the area of non-current assets, four components were analyzed and three components in the case of current assets. To assess the effects of management actions, the productivity and profitability of basic production factors were analyzed. The highest level of profitability was noted for farms with an economic size of 100-500 thousand. Euro. An important parameter of the efficiency of management was the return on equity

ratio of ROE. Its positive value was characterized by farms with an economic size above 25,000. Euro. Higher profitability improved the development prospects of the farm and made more money available for the purchase of individual assets.

Key words: fixed and current assets, economic size, property management, management efficiency.

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
agata.marcysiak@ uph.edu.pl
ORCID: 0000-0003-2534-9877

Dr inż. Adam Marcysiak

Katedra Logistyki
Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach
ul Żytnia 17/19
08-110 Siedlce
adam.marcysiak@ uph.edu.pl
ORCID: 0000-0002-3132-8565

Paulina Matracka

Aleksandra Wicka

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Znaczenie sposobu ustalania sumy ubezpieczenia w procesie zarządzania ryzykiem poprzez ubezpieczenie (studium przypadku)

THE IMPORTANCE OF THE METHOD OF DETERMINING THE SUM INSURED IN THE PROCESS OF RISK MANAGEMENT THROUGH INSURANCE (case study)

Celem artykułu jest przedstawienie konsekwencji ustalania, przy zawieraniu umowy ubezpieczenia, sumy ubezpieczenia w oparciu o niewłaściwą wartość przedmiotu ubezpieczenia. Wnioski w nim zawarte oparte zostały na analizie polis dotyczących ochrony obiektu sakralnego i jednostki samorządu terytorialnego. W opracowaniu przedstawiono problem niedoubezpieczenia opierając się na literaturze przedmiot i dokumentacji szkodowej firm ubezpieczeniowych. Wyniki analizy potwierdzają tezę, że niedoubezpieczenie jest przyczyną nieprawidłowego i niesatysfakcjonującego ubezpieczonego zakończenia procesu zarządzania ryzykiem poprzez ubezpieczenie.

Słowa kluczowe: ubezpieczenia, suma ubezpieczenia, wartość przedmiotu ubezpieczenia, umowa ubezpieczeniowa, zarządzanie ryzykiem, odszkodowanie

Wstęp

Ubezpieczenie jako metoda zarządzania ryzykiem ma za zadanie zamienić dotkliwą stratę finansową, która może powstać w związku z wystąpieniem negatywnego zdarzenia losowego, na niewielki, przewidywalny koszt, czyli składkę ubezpieczeniową. Zawarcie umowy ubezpieczenia daje więc gwarancję wypłaty odszkodowania w sytuacji wystąpienia wypadku ubezpieczeniowego¹. Wybór tej formy manipulacji ryzykiem² zapewnia poczucie bezpieczeństwa zarówno klientom indywidualnym jak i podmiotom gospodarczym, które nie muszą odkładać środków na wypadek zaistnienia zdarzenia losowego. Nadrzędnym celem tych działań jest, szczególnie w przypadku firm, zapewnienie przedsiębiorstwu jak najlepszych warunków do wzrostu i rozwoju.³

Zdecydowanie lepiej jest ponieść mniejszy koszt za zakup ubezpieczenia niż ogromne wydatki na odbudowę zniszczonego mienia. Często do wypadku w ogóle nie

¹ A. Wicka, *Finanse ubezpieczeń gospodarczych* [w:] *Finanse-teoria i praktyka*. Podstawka M. (red.) PWN, Warszawa 2017

² G. Strupczewski, *Ryzyko i zarządzanie ryzykiem* [w:] *Współczesne ubezpieczenia gospodarcze*, pod red. W. Sułkowskiej, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2013

³ A.C. Williams J r., M.L. Smith, P.C. Young, *Zarządzanie ryzykiem a ubezpieczenia*, PWN, Warszawa 2002

dochodzi i odszkodowanie nie jest wypłacane. Co jednak w sytuacji gdy cykl produkcyjny produktu ubezpieczeniowego zrealizuje się do ostatniej fazy⁴ i zajdzie zdarzenie losowe? Wówczas warto mieć zabezpieczenie finansowe w postaci ubezpieczenia, pod warunkiem że suma ubezpieczenia, która stanowi górną granicę odpowiedzialności ubezpieczyciela jest właściwie określona. Ustalenie odpowiedniej wartości sumy ubezpieczenia jest więc jednym z najistotniejszych elementów na które trzeba zwrócić uwagę dokonując zakupu ubezpieczenia.

Towarzystwa ubezpieczeniowe przeprowadzają bardzo szczegółową analizę statystyczną zawartych umów ubezpieczeniowych. Skupiają się one jednak głównie na analizie i ocenie przyjmowanych do ubezpieczenia ryzyk. Decyzję o wysokości sumy ubezpieczenia podejmuje klient i to on musi liczyć się z konsekwencjami niewłaściwego jej określenia. Częściej klienci zaniżają niż zawyżają wartość ubezpieczanego mienia. Prowadzi to do sytuacji niedoubezpieczenia, a co za tym idzie do zaniżenia wypłacanego odszkodowania. Z punktu widzenia zakładu ubezpieczeń nie jest to aż tak istotne, gdyż nie ponosi on dodatkowego ryzyka związanego z wyborem sposobu jej ustalania. Jedyne konsekwencje, z którymi może się mierzyć dotyczą wizerunku marketingowego, skarg do Rzecznika Finansowego, czy straty klienta. Duża część skarg wpływających do Rzecznika Finansowego dotyczy właśnie wysokości przyznanego odszkodowania lub świadczenia, a dokładniej ustalenia przez zakład ubezpieczeń nieadekwatnej do rozmiaru szkody wysokości odszkodowania. Znaczna liczba sporów dotyczy również sposobu i nieprawidłowości w działaniach zakładów ubezpieczeń podejmowanych w procesie likwidacji szkody oraz odmowy wypłaty odszkodowania. To właśnie poziom finansowego pokrycia strat, nieterminowość procesu likwidacji szkód, wydłużony termin realizacji odszkodowania, liczne wyłączenia oraz poziom ceny bardzo wpływają na niezadowolenie klientów z usług ubezpieczeniowych.

Cel i metody badawcze

Celem artykułu jest przedstawienie konsekwencji jakie niesie ze sobą dla klienta ustalenie sumy ubezpieczenia na podstawie zaniżonej wartości przedmiotu ubezpieczenia. Przedmiotem analiz były zawarte umowy ubezpieczenia, w których wystąpił problem niedoubezpieczenia oraz skutki tych sytuacji, z punktu widzenia wypłaty odszkodowania.

Materiał źródłowy stanowiła literatura przedmiotu składająca się artykułów branżowych i analiza zapisów Kodeksu Cywilnego, Ustawy o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnym i Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych oraz Ustawy o działalności ubezpieczeniowej.

Metoda dokumentacyjna polegała na analizie zaistniałych szkód w Towarzystwie Ubezpieczeń Wzajemnych „TUW” oraz Uniq Insurance Group S.A w latach 2014-2017. Badaniu poddane zostały materiały wewnętrzne towarzystw ubezpieczeniowych tj. umowy ubezpieczeniowe i teczki szkodowe, na podstawie których opracowano przedstawione w artykule studium przypadku.

⁴ A. Szromnik, Rynek ubezpieczeniowy. Społeczne problemy kształtowania i funkcjonowania, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2001

Suma ubezpieczenia a wartość ubezpieczenia

Suma ubezpieczenia określa maksymalną wartość odpowiedzialności zakładu ubezpieczeń.⁵ W ubezpieczeniu odpowiedzialności cywilnej nazywana jest sumą gwarancyjną. W przypadku ich wyczerpania ustaje odpowiedzialność ubezpieczyciela. Ubezpieczyciel nie ma obowiązku wypłacać świadczenia przekraczającego wartość przewidzianą w umowie ubezpieczenia. Dla zakresu ochrony ubezpieczeniowej, istotne znaczenie ma wysokość sumy ubezpieczenia, sposób jej ustalania, ewentualne limity i sublimity, odnoszące się do zdarzeń, postaci szkody lub klauzul.

Sposób ustalania sumy ubezpieczenia, w zależności od rodzaju ubezpieczenia, jest różny. W ubezpieczeniach osobowych, w których przedmiotem ubezpieczenia jest życie, zdrowie, zdolność do pracy, trudno jest ocenić wartość sumy ubezpieczenia. W związku z tym ma ona charakter umowny. Jedyny wyjątek stanowią ubezpieczenia kosztów leczenia, gdyż tam możliwa jest wycena zabiegów medycznych, wchodzących w skład pokrywanych przez ubezpieczyciela świadczeń. W ustalaniu wysokości sumy ubezpieczenia, można posłużyć się wielkością zarobków ubezpieczonego, pełnioną przez niego rolę w gospodarstwie domowym oraz poziomem zadłużenia gospodarstwa domowego. Można ją również ustalić na poziomie odpowiedniej krotności zarobków ubezpieczonego lub rat kredytu, czy wartości zadłużenia gospodarstwa domowego. W przypadku zdarzenia ubezpieczeniowego, suma ubezpieczenia może być w całości wypłacona poszkodowanemu (dzieje się tak w przypadku śmierci ubezpieczonego) albo stanowi część sumy ubezpieczenia, odpowiednio pomnożonej przez procent uszczerbku.

W przypadku ubezpieczeń odpowiedzialności cywilnej, suma gwarancyjna jest najwyższą wartością świadczenia za konsekwencje jednego zdarzenia ubezpieczonego lub sumą wszystkich świadczeń na zdarzenia ubezpieczeniowe w czasie trwania okresu ubezpieczenia. Różne sumy ubezpieczenia wyznaczone dla różnych ryzyk, zawarte są w jednej umowie ubezpieczenia. Wyznaczone są one nie tylko przez umowę ubezpieczenia ale również przez ustawę o ubezpieczeniach obowiązkowych⁶. Specyfiką sumy gwarancyjnej jest to, że powinna zabezpieczać nie tylko ubezpieczonego, ale również potencjalnie poszkodowanych działaniem lub zaniechaniem działania przez ubezpieczonego.

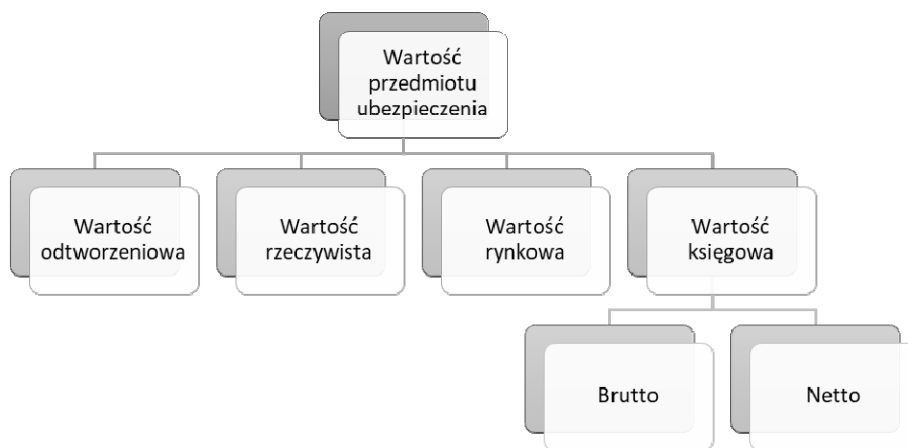
W ubezpieczeniach majątkowych suma ubezpieczenia powinna odpowiadać wartości przedmiotu ubezpieczenia.⁷ W zależności od składnika majątku, może być ustalana opierając się na wartości: odtworzeniowej⁸, rzeczywistej, upłynnienia, księgowej brutto, księgowej netto lub rynkowej (rys.1).

⁵ Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 – Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 121) art. 824 ust. 1

⁶ Ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnym i Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych (t.j. Dz.U.2018.0.473)

⁷ W. Ronka-Chmielowiec, *Ubezpieczenia*, CH BECK, Warszawa 2016

⁸ R. Stempel. *Ubezpieczenia inżynieriino-techniczne*, wyd. UWM Olsztyn, Olsztyn 2013



Rysunek 1. Rodzaje wartości przedmiotu ubezpieczenia, którym może odpowiadać suma ubezpieczenia

Źródło: Opracowanie własne

Wartość odtworzeniowa odpowiada kosztom poniesionym w celu przywrócenia przedmiotu ubezpieczenia do stanu sprzed szkody. Zalicza się do niej koszty odbudowy, remontu lub zakupu mienia o tych samych parametrach technicznych, co mienie zniszczone w wyniku zajścia zdarzenia losowego. Powiększona jest dodatkowo o koszty transportu i montażu. Oparcie sumy ubezpieczenia o wartość odtworzeniową zapewnia, w przypadku szkody całkowitej, odtworzenie ubezpieczonego mienia do stanu nowego. W razie szkody częściowej, zapewnia przywrócenie mienia do dalszego funkcjonowania, bez żadnych negatywnych konsekwencji. Stosowana jest do wyceny majątku o małym stopniu zużycia. Większość ubezpieczycieli zakłada, że mienie można ubezpieczyć według wartości odtworzeniowej, jeśli stopień zużycia technicznego nie przekracza od 40% do 60%.

Wartość rzeczywista jest równa wartości odtworzeniowej pomniejszonej o stopień zużycia technicznego w dniu szkody. Zużycie techniczne nieruchomości wynika z jego wieku, sposobu użytkowania, trwałości materiałów i jakości budownictwa. Stosowana jest do wyceny majątku o znacznym stopniu zużycia.

Wartość rynkowa ustalana jest za pomocą przeciętnych cen rynkowych możliwych do uzyskania za dane mienie. Stosowana jest do wyceny elementów majątku o dużym stopniu zużycia, który nie pozwala na ich dalsze użytkowanie zgodnie z przeznaczeniem.

Wartość księgowa brutto odpowiada początkowej wartości księgowej mienia, uwzględniając kolejne przeszacowania wartości, według obowiązujących przepisów. Zwyczajowo jest niższa od wartości odtworzeniowej. Wartość księgowa netto to wartość początkowa budynków, budowli czy innych środków trwałych po uwzględnieniu tzw. odpisów amortyzacyjnych. Nie jest to jednak metoda korzystna z punktu widzenia ubezpieczającego. Dla większości składników majątku, wartość ta będzie znacznie

zanizowana w stosunku do kwot potrzebnych na naprawę lub odtworzenie zniszczonej maszyny lub jej części. Zgodnie z zasadami, przy ubezpieczeniu na wartość księgową brutto, odszkodowanie za szkodę częściową nie może przekroczyć tej części wartości księgowej początkowej mienia dotkniętego szkodą, jaka odpowiada procentowemu stopniowi jego uszkodzenia.⁹

Wartość księgowa netto ustalana jest poprzez pomniejszenie wartości księgowej brutto o odpisy amortyzacji. Ubezpieczenie na jej podstawie jest bezcelowe, gdyż nie daje żadnej ochrony ubezpieczeniowej. Może zaistnieć sytuacja, że zakład nie wypłaci odszkodowania za szkodę, ponieważ zniszczony sprzęt w całości został zamortyzowany.

Problem wyznaczenia wartości czy sum ubezpieczenia jest najpoważniejszym problemem przed jakim staje ubezpieczający. Nieprawidłowe określenie wartości wpływa na wysokość składki ubezpieczeniowej oraz ostateczną wartość odszkodowania lub świadczenia. Spowodowane jest to schematem ustalania wysokości odszkodowania, w którym bierze się pod uwagę relację między wartością mienia a sumą ubezpieczenia.

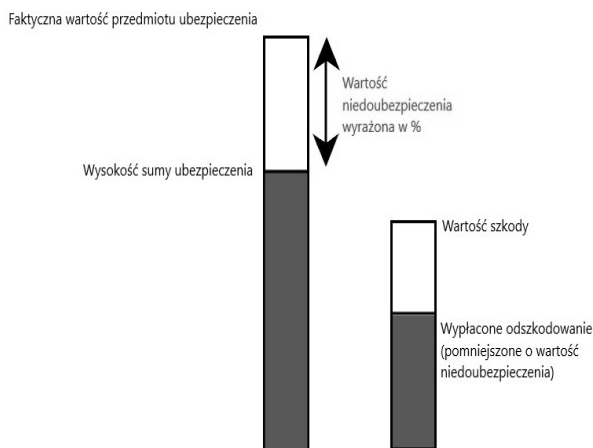
W przypadku gdy, wartość przedmiotu ubezpieczenia równa jest sumie ubezpieczenia, świadczy to o pełnym ubezpieczeniu.

Jeśli wartość przedmiotu ubezpieczenia jest mniejsza od sumy ubezpieczenia, ma miejsce zjawisko nadubezpieczenia. Nawet jeśli ubezpieczający płaci wyższą składkę ubezpieczeniową, świadczenie wypłacane jest do wysokości wartości przedmiotu ubezpieczenia. Ustalanie wyższej sumy ubezpieczenia, w takim razie jest bezcelowe, gdyż nie przynosi ubezpieczonemu żadnych korzyści w postaci podwyższonego odszkodowania.

Jeśli wartość przedmiotu ubezpieczenia jest większa od sumy ubezpieczenia, występuje zjawisko niedubezpieczenia. Wówczas odszkodowanie wypłacane jest do wysokości szkody pomniejszonej o wskaźnik niedubezpieczenia. Ubezpieczający zazwyczaj zaniża wartość przedmiotu ubezpieczenia, po to aby płacić niższą składkę ubezpieczeniową. Musi się on jednak liczyć z konsekwencjami pozornej oszczędności.

W przypadku szkody całkowitej, zakład ubezpieczeń nie ponosi odpowiedzialności za część szkody przewyższającą wartość ubezpieczonego mienia. Ubezpieczającemu zostanie wypłacone odszkodowanie w wysokości sumy ubezpieczenia, uwzględniając zasadę proporcji (rys.2), jeśli ma ona zastosowanie.

⁹ M. Kaczmarek, *Ubezpieczenia majątkowe dla podmiotów gospodarczych* [w]: E. Wierzbicka, *Ubezpieczenia non-life*, CeDeWu Sp. z o.o, Warszawa 2010



Rysunek 2. Zasada proporcji

Źródło: Opracowanie własne

W przypadku, gdy brak w umowie zapisu o odpowiedzialności proporcjonalnej, ubezpieczenie wypłacane jest zgodnie z przyjętym systemem odpowiedzialności tj. w wysokości wartości szkody. Taki system to odpowiedzialność za pierwsze ryzyko.

Jeśli wystąpiła szkoda częściowa, zakład ubezpieczeń wypłaci odszkodowanie według systemu odpowiedzialności proporcjonalnej lub zgodnie z przyjętym systemem odpowiedzialności. Zasada proporcji polega na wypłacie odszkodowania w wysokości, która pozostaje w takiej relacji do wielkości szkody, w jakiej suma ubezpieczenia do wartości ubezpieczeniowej.¹⁰ Oznacza to, że nawet jeśli wysokość szkody nie przekracza sumy ubezpieczenia, wypłacone odszkodowanie nie wystarczy na pokrycie szkody (Tab.1).

Tabela 1. Wysokość odszkodowania przy niedoubezpieczeniu w różnych systemach odpowiedzialności

Suma ubezpieczenia	Wartość mienia	Wysokość szkody	Odszkodowanie - odpowiedzialność pierwsze ryzyko	Odszkodowanie - Odpowiedzialność proporcjonalna
10 000	15 000	8 000	8 000	5 360
10 000	15 000	12 000	10 000	8 040

Źródło: Opracowanie na podstawie Hadyniak B., Monkiewicz J., Ubezpieczenia w zarządzaniu ryzykiem przedsiębiorstwa tom 1, Warszawa 2010

Sumy ubezpieczenia mogą być modyfikowane przez klauzule sumy przezornej lub klauzule Leeway. Łączą one lub wyłączają skutki niedoubezpieczenia.

¹⁰ M. Orlicki, *Umowa ubezpieczenia*, CH Beck, Warszawa 2002

W klauzuli sumy przejrzystej, wskazana jest konkretna kwota o którą wartość ubezpieczeniowa może być wyższa od podanej przez ubezpieczającego wartości.

W klauzuli Leeway, różnica między wartością ubezpieczeniową mienia, a wartością podaną przez ubezpieczającego, zawarta jest ramach procentowych. Oznacza to, że jeśli niedoubezpieczenie nie przekroczy 20-30% sumy ubezpieczenia, zasada proporcjonalności nie będzie stosowana.

Niedoubezpieczenie w umowach mienia instytucji sakralnych i publicznych – studium przypadku

Z sytuacją niedoubezpieczenia mienia można się spotkać dość często w przypadku umów ubezpieczeniowych instytucji publicznych i sakralnych. W niniejszym opracowaniu przytoczono przykłady dwóch szkód precedensowych.

Pierwsza z nich to szkoda pożarowa z 1 lipca 2017 r. Katedry Wniebowzięcia Najświętszej Marii Panny w Gorzowie Wielkopolskim. Katedra ubezpieczona była w Towarzystwie Ubezpieczeń Wzajemnych „TUW”. Analizując tę szkodę, należy najpierw przybliżyć zasady funkcjonowania towarzystw ubezpieczeń wzajemnych, które są odmienne od zasad funkcjonowania towarzystw ubezpieczeniowych w formie spółek akcyjnych. Opierają one swoją działalność na wzajemności¹¹, a w przeciwieństwie do towarzystw ubezpieczeniowych działających w formie spółek akcyjnych, nie są nastawione na zysk gdyż są instytucjami non-profit. Ich głównym celem jest zabezpieczenie potrzeb osób w nich ubezpieczonych oraz zapewnienie im pełnej i stosunkowo taniej ochrony ubezpieczeniowej. Główną różnicą między towarzystwem ubezpieczeń wzajemnych, a towarzystwem ubezpieczeń działającym jako spółka akcyjna jest to, że posiadają one klientów w bardzo ograniczonym zakresie. W momencie zawarcia umowy ubezpieczeniowej, ubezpieczający staje się zazwyczaj członkiem tuw-u i dzięki opłacaniu składek, ma prawo do udziału w walnych zgromadzeniach, wyboru władz i kontroli zarządu. Członkowie decydują również o tym, na co przeznaczona zostanie nadwyżka wynikająca z różnicy między zebraną składką a wypłaconym odszkodowaniem. W zależności od decyzji środki finansowe wracają do ubezpieczających, przyjmując postać zwrotu składki, obniżenia kosztów ubezpieczenia, podwyższenia sumy ubezpieczenia. Przyjęło się, że towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych ubezpieczają niektóre grupy społeczne i zawodowe m.in. rolników, gminy i kościoły. W przypadku ubezpieczeń kościołów, sum ubezpieczenia i warunki umowy ustalane są na spotkaniu towarzystwa z dyrektorami ekonomicznymi kurii diecezjalnych. Spotkania te mają na celu zmianę świadomości ubezpieczeniowej opierającej się, w kościele, na błędnym myśleniu, że ubezpieczenie jest uciążliwą płatnością, a nie powinnością mającą zabezpieczyć wybudowany kościół. Niestety często obiekty sakralne ubezpieczone są na zbyt niskie sumy ubezpieczenia. Powoduje to, że w przypadku szkody całkowitej wypłacone odszkodowanie nie pokryłoby w pełni kosztów odbudowy kościoła. Ustalona suma ubezpieczenia jest niewystarczająca. Spowodowane jest to brakiem wystarczających dochodów na pokrycie wysokich składek

¹¹ Ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o działalności ubezpieczeniowej (Dz. U. 2003 Nr 124 poz. 1151) – Obecnie obowiązuje : Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej Dz. U. Rzeczypospolitej Polskiej, poz.1844

ubezpieczeniowych. Dlatego w przypadku wielu szkód, do odbudowy muszą dokładać się wierni. Wypłacane odszkodowanie stanowi jedynie podstawę do szybszego rozpoczęcia odbudowy. W przypadku diecezji ubezpieczonych w Towarzystwie Ubezpieczeń Wzajemnych kierują się one zasadą wewnętrznego solidaryzmu. Parafie wpłacają wcześniej ustaloną przez kurie sumę, która w całości trafia do towarzystwa na rzecz ubezpieczenia. O jej wysokości decyduje zazwyczaj kubatura kościoła. Wiąże się to z tym, że ewentualna wycena zabytkowego kościoła byłaby znacznie wyższa niż składka ubezpieczeniowa. Powszechnie stosowaną metodą jest ubezpieczenie diecezji jako całości, wówczas przedmiotem ubezpieczenia są parafie, diecezjalne seminarium, dom biskupi. Często zdarza się, że mienie znajdujące się w kościołach nie jest ubezpieczane od kradzieży. Główną przyczyną jest brak zabezpieczeń antywłamaniowych, gdyż proboszczów po prostu nie stać na zakup profesjonalnego sprzętu. W przypadku takich obiektów firmy ubezpieczeniowe nie chcą ryzykować i odmawiają ubezpieczenia. Kościoły i mienie ruchome jest więc ubezpieczone jedynie od ognia i innych zdarzeń losowych, wyłączając kradzież.

Przykładem omawianej powyżej sytuacji jest ta, która dotyczy przypadku Katedry w Gorzowie Wielkopolskim. Umowa obejmowała budynki wraz z mieniem sakralnym od ognia i innych zdarzeń losowych. Ubezpieczenie zawarte było na zbyt niską kwotę w porównaniu z właściwą wartością. Spowodowało to wypłatę odszkodowania, które nie pokryje w pełni remontu wieży i przywrócenia jej do stanu sprzed pożaru. Z ustaleń biegłych pożarnictwa wynika, że przyczyną pożaru było zwarcie w instalacji elektrycznej, powyżej poziomu dzwonów wieży katedralnej. Zniszczeniu uległa drewniana konstrukcja wieży z XVII w. Na szczęście udało się uratować dwie trzecie wieży. Straty powiększyły się podczas akcji gaśniczej, gdyż woda zaalała wszystkie kondygnacje wieży i katedry, w tym empore organową. Dodatkowo, zniszczeniu uległy tarcza zegara i blacha na kopule. Szacowany koszt remontu wnętrza i wieży zegarowej, ze względu na konieczność wykonania go „pod okiem” konserwatora zabytków może wynieść nawet **24 mln. zł**. Jest to kwota znacznie przewyższająca wypłacone odszkodowanie. Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych TUV po wnikliwym procesie likwidacyjnym **wypłaciło odszkodowanie w wysokości 3 mln. zł**. Pierwsza wypłata nastąpiła praktycznie miesiąc po pożarze i wyniosła 1 mln. zł. Była to tzw. kwota bezsporna. Nawet pomimo wypłaty pieniędzy z budżetu państwa, odbudowa Katedry wspierana musi być przez parafian, prywatnych darczyńców, górników i przedsiębiorców.

Przykładem innej szkody precedensowej, jest pożar mostu Łazienkowskiego. Analizując tę szkodę trzeba zwrócić uwagę na specyfikę ubezpieczeń przez jednostki samorządu terytorialnego. Każda posiadająca osobowość prawną jednostka samorządu terytorialnego posiada majątek, którym dysponuje i zarządza. Czerpane z niego dochody służą do wykonywania przypisanych jej obowiązkowych zadań publicznych. Do majątku jednostek samorządu terytorialnego należą grunty, budynki, obiekty, sprzęt elektroniczny infrastruktura, floty pojazdów, maszyny i urządzenia, podmioty gospodarcze m.in. przedsiębiorstwa komunalne. Mienie to może być zróżnicowane, a niektóre jego składniki mogą mieć kompletnie inne znaczenie dla poszczególnych jednostek. Wymienione elementy majątku narażone są na ryzyko dlatego też, identyfikacja i ocena ryzyk musi zawierać wszystkie realizowane przez jednostkę

samorządu terytorialnego i podmioty jej podlegające, cele i zadania. Do ryzyk z którymi mierzą się jednostki samorządu terytorialnego należą:

- skutki różnych zdarzeń losowych w mieniu,
- skutki kradzieży z włamaniem, rabunku i aktów wandalizmu,
- odpowiedzialność cywilna z tytułu prowadzonej działalności,
- skutki różnych zdarzeń losowych powodujących utratę zdrowia lub życia pracowników.

Jednostki samorządu terytorialnego najczęściej ubezpieczają swoją mienie od ognia i innych zdarzeń losowych, kradzieży z włamaniem, wandalizmu. Wybierają również ubezpieczenie szyb od stłuczenia i sprzętu elektronicznego oraz komunikacyjne flot pojazdów (ubezpieczenia OC, AC, NNW oraz assistance). Jednak największym powodem cieszą się ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej za szkody na osobie lub mieniu z odpowiedzialnością wobec osób trzecich. Zgodnie z ustawą z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo Zamówień Publicznych¹², zawarcie ubezpieczenia podlega postępowaniu w sprawie udzielania zamówienia publicznego. Szczegółowo opisywany jest przedmiot zamówienia, zakres ubezpieczenia, program ubezpieczenia oraz ustalenia sumy ubezpieczenia. Wystandardyzowany program ubezpieczeniowy, zostaje ogłoszony do publicznej wiadomości jako Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia. Biorąc udział w przetargu, towarzystwa ubezpieczeniowe również muszą spełnić omawiane warunki. Dodatkowo upublicznione są kryteria doboru i oceny oferty. Powinny w głównej mierze uwzględniać jakość i zakres ochrony ubezpieczeniowej. Jednakże dość często głównym kryterium wyboru jest cena, a dokładniej wysokość składki. Jednostki samorządu terytorialnego bardzo często uzupełniają polisę o klauzule dodatkowe rozszerzające zakres ochrony. Przykładowo mogą dotyczyć:

- przewłaszczenia mienia – zachowanie ochrony ubezpieczeniowej pomimo przeniesienia własności ubezpieczonego mienia między jednostkami organizacyjnymi, zmianą lokalizacji lub przeniesienia własności na nowo powołaną jednostkę samorządu terytorialnego.
- przepięcia – rozszerzenie ochrony ubezpieczeniowej o szkodę powstałą bezpośrednio lub pośrednio w wyniku wyładowania atmosferycznego, zmiany natężenia, częstotliwości i przepięcia.
- automatycznego pokrycia – objęcie ochroną nowo nabytych środków trwałych, wyposażenia oraz tych środków trwałych i ich wyposażenia, których wartość wzrosła w okresie ubezpieczenia, dzięki modernizacji lub remontom.

Bardzo ważne jest dokładne ocenienie stanu, wielkości i wartości posiadanego przez jednostkę samorządu terytorialnego mienia. Chroni to jednostkę samorządu terytorialnego od niedoubezpieczenia. Szczególnie jeżeli towarzystwo zastrzega użycie zasady proporcji w przypadku wystąpienia szkody przy niedoubezpieczeniu. Odszkodowanie wówczas wypłacone zostałoby proporcjonalnie do stosunku sumy ubezpieczenia do faktycznej wartości mienia. Trzeba jednak zauważyć, że procedura zamówienia publicznego, realizowana przez jednostki samorządu terytorialnego pozwala przynajmniej na swobodne ustalenie warunków i zakresu ubezpieczenia. Warunkiem jest jednak ustalenie takiej sumy ubezpieczenia aby gwarantowała pełne pokrycie szkody.

¹² Ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo Zamówień Publicznych (Dz.U. 2004 Nr 19 poz. 177)

Do pożaru mostu Łazienkowskiego doszło 14 lutego 2015 r. Rozpoczął się niegroźnie, bo od niewielkiego pożaru desek, znajdujących się w składzie pod nim po praskiej stronie Wisły. Niestety ogień szybko się rozprzestrzenił i objął drewniany podest pomostu technicznego i rozprzestrzenił się dalej. Bardzo wysoka temperatura spowodowała dodatkowo zniszczenia i odkształcenia nawierzchni przeprawy. Z ekspertyzy wynikało, iż ze względu na duże szkody, niezbędna była wymiana całej konstrukcji mostu, za wyjątkiem filarów. Prace remontowe prowadzone przez konsorcjum PORR Polska Infrastructure i Przedsiębiorstwo Usług Technicznych „Intercor” przez 6 miesięcy spowodowały spore utrudnienia komunikacyjne w Warszawie. **Koszt odbudowy obiektu wyniósł ponad 100 mln zł**, z czego połowa została przekazana przez rząd.

Program ubezpieczenia majątku i działalności cywilnej m.st. Warszawy rozpoczął się w 2011 roku. Stworzenie tego programu miało na celu ujednolicenie sposobu zabezpieczania majątku i odpowiedzialności cywilnej jednostek samorządu terytorialnego, które miały odmienne podejście do ubezpieczenia. Jedne z nich nie ubezpieczały się wcale, inne kompleksowo, a jeszcze inne chroniły tylko część majątku lub odpowiedzialność cywilną. Ponadto wiele zawieranych umów było niedopasowanych pod kątem wysokości sumy ubezpieczenia i limitów do specyfiki działalności jednostki. Przetarg mający wyłonić ubezpieczycieli na lata 2014-2015 dotyczył trzech rodzajów ubezpieczeń:

- Ubezpieczenia OC związanego z działalnością prowadzoną przez miasto i z majątkiem miejskim,
- Ubezpieczenie majątku,
- Ubezpieczenie komunikacyjne.

Zadeklarowane do ubezpieczenia mienie obejmowało budynki i budowle (w szczególności: drogi, mosty, wiadukty), przejścia podziemne, tunele, kładki, chodniki, płoty, bariery energochłonne, ekrany akustyczne, bramy, balustrady, infrastrukturę kanalizacji deszczowej i sanitarnej, torowisko Węzła Komunikacyjnego Młociny, szalety miejskie, wiaty i słupki przystankowe, fontanny i inne obiekty małej architektury, pomniki, rzeźby i kompozycje przestrzenne, punkty informacyjne, pionowe oznakowanie dróg, zadaszenia basenów, zadaszenia kortów tenisowych, zadaszenia lodowisk, boiska sportowe, studnie oligoceńskie, sygnalizację świetlną wraz z infrastrukturą towarzyszącą, słupy oświetleniowe i wiele innych. Dotyczyło to również mienia, które nie było użytkowane przez miasto lub zostało przekazane przez osoby trzecie. Zgodnie z Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia, o wyborze oferty ubezpieczyciela decydowała największa liczba zdobytych punktów. Za klauzule dodatkowe, ubezpieczyciel otrzymywał 20% punktów, natomiast za najlepszą cenę brutto, aż 80%. Elementy umowy, w tym zakres, wysokość sum ubezpieczenia, zbiór klauzul były jednakowo ustalane przez Ratusz dla wszystkich oferentów. Ubezpieczenia mienia podjęło się Towarzystwo Ubezpieczeniowe Uniqą. Wartość ubezpieczonych składników mienia wynosiła 10 mld zł. Niestety nie wszystkie zabezpieczone elementy mienia ubezpieczone były na sumy odpowiadające ich wartości. Podniesienie sumy ubezpieczenia zwiększało bowiem wysokość składki. Dlatego też, wiele jednostek organizacyjnych ubezpieczonych było w ramach klauzul. Jedną z nich dotyczyła infrastruktury drogowo-mostowej podlegającej ubezpieczeniu od wszystkich ryzyk,

zawierająca limit wypłat na kwotę 3 mln. zł dla konkretnego zdarzenia. Umowa zawierała jeszcze inne ograniczenia. Należały do nich:

- limit wypłat odszkodowań za dany rok,
- limit wypłat w przypadku majątku niewskazanego do ubezpieczenia w pełnej wartości,
- limit uzyskania odszkodowania w przypadku złego oszacowania wartości jakiegoś składnika mienia,
- wyłączenie z ubezpieczenia infrastrukturę, w tym drogi i tunele wybudowane przez 1990 r.
- limit wypłaty odszkodowań związanych z zamieszkami i dewastacjami w wyniku zdarzeń o charakterze społecznym – wynosił 5 mln zł,
- limit na szkody związane z powodzią – 200 mln zł.

W wyniku zaistniałych zapisów w umowie ubezpieczenia, **maksymalne odszkodowanie za pożar mostu Łazienkowskiego wyniosło 3 mln. zł.** Decyzja o takim limicie podjęta została na podstawie statystycznych wyliczeń wysokości wypłat z ubezpieczenia na pokrycie szkód w infrastrukturze drogowo-mostowej. Więcej szkód w tej infrastrukturze pokrywanych było z ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej sprawcy. Jest to ewidentny przykład nieprawidłowego oszacowania ryzyka oraz determinowania sumy ubezpieczenia wysokością składki. Gdyby klauzula dotycząca infrastruktury drogowo-mostowej była zniesiona, m.st. Warszawa musiałoby wówczas zapłacić składkę w wysokości około 50 mln. zł rocznie, a nie 12,5 mln zł. Wybór wysokości tego limitu argumentowano tym, że jest kwota najwyższa w Polsce, w przypadku tego przedmiotu ubezpieczenia. Wiele mostów w Polsce w ogóle nie jest ubezpieczonych. Dotyczy to jedynie nowych konstrukcji, które i tak ubezpieczane są na niższe kwoty. Ich wysokość przedstawia Tabela 2.

Tabela 2. Wysokość limitów odszkodowań w innych miastach Polski

Miasto	Limit odszkodowania
Toruń	500 tys. zł
Rzeszów	1 mln zł
Zielona Góra	1 mln zł
Gdańsk	2 mln zł

Źródło: Opracowanie własne na podstawie protokołu VIII/5 obrad VIII sesji Rady m.st. Warszawy z dnia 26.03.2015 r.

Omówione powyżej zdarzenie nie spowodowało znaczących zmian w polityce ubezpieczeniowej m.st. Warszawy. Proporcje zastosowane w ocenie ofert zostały nieznacznie zmienione – 70% cena, 30% zakres ubezpieczenia. Głównym wyznacznikiem wyboru oferty nadal jest wysokość składki, czyli cena ubezpieczenia.

Wnioski

Nieprawidłowo dobrana suma ubezpieczenia przyczynia się do zmniejszenia wypłacanego odszkodowania za powstałą szkodę. Niedoubezpieczenie charakteryzuje się zbyt niską sumą ubezpieczenia w stosunku do wartości przedmiotu ubezpieczenia. Największy problem dla klientów taka sytuacja stanowi w przypadku szkód całkowitych. Wypłata odszkodowania, zgodnie z OWU ograniczona jest zawsze sumą

ubezpieczenia. W przypadku niedoubezpieczenia ubezpieczony musi samodzielnie dofinansować naprawę, gdyż wypłacone odszkodowanie jest niewystarczające na pokrycie szkody. Powodem zaniżania sumy ubezpieczenia jest chęć obniżenia wysokości płaconej składki. Dodatkowo problemem w przypadku niedoubezpieczenia są niektóre zapisy w umowach ubezpieczenia. Szczególnie zapis wprowadzający zasadę proporcji przy ustalaniu wysokości odszkodowania. W przypadku stwierdzenia niedoubezpieczenia przekraczającego np. 30%, wartość odszkodowania pomniejszona zostanie w takim stopniu, w jakim suma ubezpieczenia przedmiotu ubezpieczenia jest zaniżona w stosunku do faktycznej jego wartości w dniu zaistnienia szkody.

Tania polisa ubezpieczeniowa często nie jest najlepszą opcją ubezpieczenia dla klienta, gdyż nie jest w stanie zapewnić naprawienia zaistniałej szkody. Dlatego też dokładne ustalenie sumy ubezpieczenia jest bardzo ważne. Dodatkowo przy zawieraniu umowy ubezpieczenia trzeba zwrócić uwagę na inne jej warunki np. dotyczące rodzaju sum ubezpieczenia, wyłączeń czy franszyzy.

W przypadku zakupu ochrony ubezpieczeniowej bardzo ważna jest znajomość poprawnego sposobu szacowania wartości mienia. Klienci często szacują wartość mienia „na oko”. Wartość mienia, powinna być szacowana na podstawie wartości odtworzeniowej, wartości rynkowej, wartości rzeczywistej, wartości księgowej brutto lub wartości księgowej netto.

W ubezpieczeniu mienia, wartość majątku najczęściej określana jest na podstawie wartości odtworzeniowej, wartości rzeczywistej lub wartości księgowej brutto. Wybór właściwego sposobu określania wartości mienia jest bardzo istotny, gdyż to on określa wysokość przyznanego odszkodowania. Ubezpieczenie na wartość księgową brutto jest najszybszym i niewątpliwie najłatwiejszym sposobem ustalania wartości mienia. Sposób ten sprawdza się jedynie dla nowego majątku. Im dawniej zakupiony majątek, tym większa różnica między wartością początkową i rzeczywistą. Otrzymane odszkodowanie nie pokryje wówczas odbudowy majątku. Najbardziej racjonalnym sposobem jest określanie wysokości mienia na podstawie wartości odtworzeniowej. Daje on możliwość odtworzenia mienia w całości. Jest to jednak sposób znacznie droższy niż ubezpieczenie na wartość rzeczywistą bądź wartość księgową brutto. Należy jednak pamiętać o aktualizacji sumy ubezpieczenia. Każde powiększenie majątku powinno skutkować zwiększeniem wysokości sumy ubezpieczenia.

Problem ten dotyczy nie tylko klientów indywidualnych ale również obiektów sakralnych i jednostek samorządu terytorialnego. Gdyby parafie przeznaczały większe kwoty na ubezpieczenie, diecezje mogłyby ubezpieczyć mienie na znacznie wyższe kwoty, a wypłacane odszkodowanie pokryłoby koszty napraw. Niestety parafie nie stać na wyższe stawki ubezpieczeniowe. Proboszcz przeznacza maksymalną kwotę jaką może przeznaczyć na ubezpieczenie swojej parafii. W konsekwencji nie są usatysfakcjonowani z wysokości odszkodowania, jednak mają świadomość, że jest to jedyna możliwa wielkość jaką mogą otrzymać na podstawie takich warunków i zakresu ubezpieczenia.

Zadziwiające jest, że jednostki samorządu terytorialnego, posiadające większe zasoby pieniężne również determinują wybór oferty ubezpieczeniowej wysokością składki. Dodatkowo szacowanie ryzyka na podstawie wysokości wcześniejszych wypłat odszkodowań też nie jest metodą zadowalającą. Być może gdyby zastosowano inną metodę szacowania ryzyka, uwzględniającą możliwość wystąpienia jednej najwyższej

szkody, skutki pożaru mostu Łazienkowskiego nie byłyby tak dotkliwe. Składka ubezpieczeniowa byłaby wyższa ale szkoda zostałaby pokryta w całości.

Przedstawione w opracowaniu przykłady w formie studium przypadku dowodzą, że próba oszczędzania na składce powoduje, iż w sytuacji realizacji zdarzenia ubezpieczający musi częściowo pokryć naprawę zniszczonego mienia. Ubezpieczający decydując się na ustalenie niższej sumy ubezpieczenia musi liczyć się z wypłatą odszkodowania nierekompensującego szkodę. Występujące w takiej sytuacji niedoubezpieczenie, jest przyczyną niezadowolającego klientów zakończenia procesu zarządzania ryzykiem poprzez ubezpieczenie. To właśnie skargi dotyczące wypłaty odszkodowania są jednymi z najczęściej trafiających do Rzecznika Finansowego. W praktyce jednak ostateczna decyzja odnośnie wysokości sumy ubezpieczenia należy do klienta, który mimo przedstawienia mu wszystkich aspektów niewłaściwego jej określenia i tak decyduje się na zaniżenie wartości ubezpieczonego mienia, ze względu na wysokość składki ubezpieczeniowej.

Dużym krokiem poczynionym w kierunku naprawy sytuacji wynikających z przyjęcia przez strony umowy ubezpieczeniowej złej wartości ubezpieczenia jest rozstrzygnięcie przez Sąd Najwyższy na korzyść ubezpieczającego, spraw dotyczących niedoubezpieczenia. Zdaniem Sądu Najwyższego to ubezpieczyciel powinien dopilnować aby suma ubezpieczenia odpowiadała wartości ubezpieczonego mienia. Ubezpieczający nie jest specjalistą w dziedzinie ubezpieczeń, dlatego nie powinno się obciążać go dodatkowym zaniżeniem odszkodowania. Skoro składka ubezpieczeniowa odpowiada ryzyku ubezpieczyciela i jest pobierana od kwoty ubezpieczenia, wówczas wysokość odszkodowania powinna być ustalana od sumy ubezpieczenia, a nie od wartości mienia. Dlatego też, wiele towarzystw ubezpieczeniowych postanowiło znieść zasadę proporcji.

Dobrze dobrane do potrzeb ubezpieczającego ubezpieczenie na etapie ustalania warunków umowy, to punkt wyjścia, który determinuje wszystko to, co zdarzy się później w procesie likwidacji szkody. Oznacza, to że likwidacja szkody zaczyna się na etapie zakupu ubezpieczenia. Decyzje podejmowane przez ubezpieczyciela w trakcie likwidacji szkody są ściśle uzależnione od treści umowy ubezpieczenia. Jej właściwy zakres powoduje, że w przypadku szkody wysokość odszkodowania jest satysfakcjonująca dla poszkodowanego, a sama likwidacja szkody może zostać przeprowadzona sprawnie i w znaczący sposób pomóc klientowi. Dobrze dobrane ubezpieczenie ułatwia sprawną likwidację nawet przy skomplikowanej szkodzie o dużej wartości.

Bibliografia

- Hadyniak B., Monkiewicz J., *Ubezpieczenia w zarządzaniu ryzykiem przedsiębiorstwa* tom 1, Warszawa 2010
- Kaczmarek M., *Ubezpieczenia majątkowe dla podmiotów gospodarczych* [w]: E. Wierzbicka, *Ubezpieczenia non-life*, CeDeWu Sp. z o.o. Warszawa 2010
- Orlicki M., *Umowa ubezpieczenia*, C.H. Beck, Warszawa 2002
- Protokół VIII/5 obrad VIII sesji Rady m.st. Warszawy z dnia 26.03.2015 r.
- Ronka-Chmielowiec W., *Ubezpieczenia*, C.H. Beck, Warszawa 2016

Stempel R., Ubezpieczenia inżynieryjno-techniczne, wyd.UWM Olsztyn, Olsztyn 2013
<http://www.uwm.edu.pl/pro-edu/upload/file/podreczniki/Zad.2/Ubezpieczenia%20inzynieryjno%20-%20techniczne.pdf>
 Strupczewski G., Ryzyko i zarządzanie ryzykiem [w:] Współczesne ubezpieczenia gospodarcze, pod red. W. Sułkowskiej, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2013
 Szromnik A., Rynek ubezpieczeniowy. Społeczne problemy kształtowania i funkcjonowania, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2001
 Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej Dz. U. Rzeczypospolitej Polskiej, poz.1844
 Ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o działalności ubezpieczeniowej (Dz. U. 2003 Nr 124 poz. 1151)
 Ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnym i Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych (t.j. Dz.U.2018.0.473)
 Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 – Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 121) art. 824 ust. 1
 Ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo Zamówień Publicznych (Dz.U. 2004 Nr 19 poz. 177)
 Wicka A. Finanse ubezpieczeń gospodarczych [w:] Finanse-teoria i praktyka. Podstawka M. (red.) PWN, Warszawa 2017
 Williams A.C. J r., Smith M.L., Young P.C., Zarządzanie ryzykiem a ubezpieczenia, PWN, Warszawa 2002

Summary

The importance of the method of determining the sum insured in process of risk management through insurance The purpose of this thesis is to present the consequences of determining the sum insured based on the improper value of the subject of insurance. The conclusion is based on the analysis underwriting contracts for a church and a local government unit. The study presents the problem of underinsurance based on the source literature and loss documentation. The results of the analysis confirm the thesis that underinsurance is the cause of incorrect and unsatisfactory completion of the risk management process through insurance.

Key words: insurances, sum insured, value of the subject of insurance, underwriting contract, risk management, insurance indemnity

Informacja o Autorach:

Paulina Matracka

Dr inż. Aleksandra Wicka

Katedra Polityki Europejskiej i Marketingu

WNE SGGW w Warszawie

Ul. Nowoursynowska 166

02-787 Warszawa

e-mail: aleksandra_wicka@sggw.pl.

ORCID: 0000-0001-7713-4953

Anna Mazurkiewicz-Pizło

Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie

Wojciech Pizło

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Tajemniczy klient jako metoda badawcza – wybrane problemy

MYSTERY SHOPPING AS THE RESEARCH METHOD – SELECTED PROBLEMS

Specyfika usług implikuje konieczność monitorowania ich jakości. Stale poszukiwane są metody oceny usług nieangażujące konsumentów. Jedną z nich jest metoda tajemniczego klienta. Celem publikacji jest diagnoza procedur stosowanych w badaniach marketingowych, a w szczególności wykorzystanie metody tajemniczego klienta w której ocena jest prowadzona przez zespół osób. Dla sprawdzenia tego podejścia zastosowano ocenę jakości usług gastronomicznych w wybranych placówkach sieci restauracji, takich jak: Pizza Hut, Pizzeria Da Grasso, Bobby Burger i Bierhalle. Innowacją w badaniu było wykorzystanie grupowej oceny usługi. Przyjęta metodyka pozwoliła na przeprowadzenie badania w zbliżonych do rzeczywistych warunków, gdyż zwykle ludzie idą do restauracji w kilka osób. Budowanie zespołów, które wspólnie oceniałyby jakość usług, daje również możliwość redukcji zróżnicowanej percepcji i różnych doświadczeń osób uczestniczących w badaniu.

Słowa kluczowe: metody badawcze, fenomenologia, pozytywizm, obserwacja uczestnicząca, badania marketingowe, konsument, usługi, *mystery shopper*, E. Husserl, A. Comte

Wstęp

W latach 90. XX w. w Polsce na skutek przemian politycznych i gospodarczych, nastąpiło umiędzynarodowienie dostawców usług badawczych. Wprowadzenie nowych reguł rynkowych sprawiło, że wiele podmiotów z branży badawczej, oferującej zbieranie informacji marketingowych miało ułatwione rozpoczęcie działalności w naszym kraju. Dla konsumentów w Polsce możliwość uczestniczenia w badaniach marketingowych było zjawiskiem wcześniej niespotykanym. W pierwszym okresie korzystano głównie z badań ilościowych takich jak różnego rodzaju ankiety. Potem wraz z rozwojem infrastruktury badawczej stosowano także ankiety internetowe, wywiady indywidualne oraz grupowe. Z kolei rozwój i upowszechnienie Internetu, w końcu lat 90. XX w. spowodował systematycznie rosnącą liczbą aktywnych użytkowników sieci, co stworzyło możliwości przeniesienia różnorodnych działań marketingowych, w tym badawczych, do środowiska wirtualnego, znacznie przyspieszając zbieranie informacji rynkowych. Dane zaczęto zbierać z pomocą, np. computer-assisted telephone interviewing, czyli wspomagany komputerowo wywiad telefoniczny CATI czy *computer-assisted web interviewing* (CAWI). Początek XXI wieku, dzięki rozwojowi

nowoczesnych technologii, umożliwił zwiększenie rozpoznania indywidualnych potrzeb nabywców, budowanie baz danych oraz możliwość głębokiej i szybkiej analizy spowodowało wyłonienie się tzw. „*insight management*”¹, stwarzające potencjał dokładniejszego wglądu w potrzeby, emocje i oczekiwania nabywców.

W badaniach marketingowych wykorzystuje się różne metody w celu poszukiwania prawdy o zjawiskach rynkowych. Polegają one na pozyskiwaniu informacji, aby zarządzający organizacjami mogli podejmować trafne decyzje odnoszące się do efektywnego wykorzystywania swoich zasobów i realizacji celów. Zapotrzebowanie na konkretny rodzaj informacji zależy od rodzaju problemu, który menedżerowie muszą rozwiązać. Badania marketingowe nie dotyczą tylko przedsiębiorstw, ale obejmują znacznie szerszy krąg zainteresowanych takich jak: instytucje rządowe, samorządy, partie polityczne, organizacje non-profit i szereg innych podmiotów. Można zatem wskazać, że badania marketingowe² to całokształt działań, których celem jest uzyskanie informacji potrzebnych do usprawnienia procesów decyzyjnych w organizacji. Złożoność rynku, szybko zachodzące zmiany w otoczeniu rynkowym, silna konkurencja, zmieniające się oczekiwania i zwyczaje nabywców powodują coraz większe trudności w realizacji celów organizacji, dlatego ważne jest, aby stale rozwijać metody badawcze monitorujące oczekiwania i potrzeby nabywców.

Badania marketingowe – przegląd literatury

W literaturze przedmiotu wymienia się wiele podziałów badań marketingowych³. Jednym z wcześniejszych, dokonanych pod koniec lat 70. XX w., było rozróżnienie badań marketingowych na badania defensywne, pasywne i ofensywne⁴. Badania defensywne prowadzone są w celu uniknięcia nieprzewidywalnych wydarzeń biznesowych. W tym celu monitoruje się otoczenie i przewiduje ewentualne zagrożenia, które mogą wydarzyć się na rynku. Pozwalają one dostrzec większe zmiany w otoczeniu organizacji. Badania pasywne polegają na zbieraniu i porównywaniu danych własnych z konkurencją i używaniu ich do ustalania celów swojej organizacji. Z kolei badania ofensywne są podstawą do identyfikacji szans, które bez procesu badawczego mogłyby nie być zdiagnozowane. Inny podział badań uwzględnia dwa paradygmaty: fenomenologiczny i pozytywistyczny, które w znaczący sposób różnicują kwestie zbierania danych i ich interpretację. Paradygmat fenomenologiczny koncentruje się na subiektywnym znaczeniu badanego tematu. Autorem tej koncepcji, powstałej w XX wieku był E. Husserl, który głosił pogląd, że możliwości poznawcze człowieka wynikają z jego zdolności docierania do istoty zjawisk, a nie jak twierdzili pozytywiści, z wszelkich procedur empirycznych. Husserl podkreślał zdolność tzw. intuicji ejdetycznej⁵

¹ Marketing research tools and techniques, Nigel Bradley, Oxford University Press, 2013, p. 4-5.

² Mazurkiewicz-Pizło A., Pizło W., Marketing, Wiedza ekonomiczna i aktywność na rynku, wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2017, s. 69-85.

³ M.J. Schmidt, S. Hollenson Marketing research. An international approach, FT Prentice Hall, 2006, Marketing research, tools and techniques, Nigel Bradley, Oxford University Press, 2013, oraz Crouch S., Housden M., Marketing Research for Managers, Routledge Francis and Taylor 2003.

⁴ Marketing research, tools and techniques, Nigel Bradley, Oxford University Press, 2013, p. 4-5.

⁵ J. Szacki, Historia myśli socjologicznej, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 481-484.

w paradygmacie fenomenologicznym, który koncentruje się na faktach i przyczynach zjawisk społecznych⁶. Twierdził, że jedynie metoda rozpoczynająca badanie uniezależnione od jakiejkolwiek teorii może stanowić właściwą podstawę do dalszych analiz⁷. Z kolei w paradygmacie pozytywistycznym, którego tezę sformułował A. Comte w XIX w., podstawą było twierdzenie, że prawdziwa wiedza opiera się wyłącznie na zdobytej empirycznie, pozytywnie zweryfikowanej metodą naukową, teorii naukowej. Zatem badania jakościowe odnoszą się do paradygmatu fenomenologicznego, a badania ilościowe opierają się na paradygmacie pozytywistycznym. Różnice w procesach badawczych jednego i drugiego typu są znaczące, np. struktura badań, sposób uzyskiwania informacji, sposób analizy etc. (patrz tabela 1).

Tabela 1. Porównanie badań jakościowych i ilościowych

Jakościowe	Ilościowe
Koncentrują się na wyrazach, narracji, koncepcjach, obrazach.	Koncentrują się na liczbach.
Analiza rozpoczyna się podczas zbierania danych.	Analiza rozpoczyna się po zebraniu wszystkich danych.
Analizy dopasowywane do każdego projektu, nieustrukturyzowane.	Wykorzystanie standardowych technik. Ustrukturyzowane.
Oryginalny sposób komunikacji wyników	Standardowy sposób komunikowania wyników
Cechy badań: miękkie, elastyczne, subiektywne, polityczne, studia przypadków, spekulatywne, ugruntowane w rzeczywistości.	Cechy badań: twarde, ustrukturyzowane, obiektywne, wolne od wartościowania, sondaże, testujące hipotezy, abstrakcyjne.

Źródło: Marketing research, tools and techniques, Nigel Bradley, Oxford University Press, 2013, s. 15 oraz D. Silverman, Interpretacja danych ilościowych, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, 2009, s. 39.

Do głównych metod badawczych stosowanych w badaniach jakościowych należą: obserwacja, analiza tekstów i dokumentów, wywiady oraz nagrywanie i transkrybowanie. Metody te zwykle stosuje się komplementarnie, np. wywiad często łączony jest z obserwacją, a analiza dokumentów z wywiadem. Każda z wymienionych metod może być stosowana również w badaniach ilościowych. Metody są bowiem technikami, które nabierają stosownego znaczenia w zależności od wybranej metodyki badań⁸. Wprawdzie w badaniach ilościowych metoda obserwacji nie stanowi znaczącej techniki zbierania danych, ponieważ trudno ją przeprowadzić na dużych próbach, jednak w pewnych warunkach może być również przydatna. U podstaw prowadzenia badań jakościowych leży teoria ugruntowana, której początki sięgają lat 60. XX wieku. Opiera się ona na trzech fundamentalnych zasadach⁹:

1. Badania terenowe należy rozpoczynać bez przyjmowania wstępnych hipotez. Pozwala to dostrzec sytuację w terenie, taką, jaką jest w rzeczywistości i wyeliminować wpływ istniejących teorii.
2. Należy stale porównywać ze sobą zebrane fragmenty materiałów empirycznych. Prowadzi to do określenia kodów, służących uporządkowaniu i

⁶ Marketing research tools and techniques, Nigel Bradley, Oxford University Press, 2013, p.15.

⁷ S. Judycki, Epistemologia XX wieku: przegląd stanowisk, Roczniki Filozoficzne, 1998/199, 46/47, s. 28.

⁸ D. Silverman, Interpretacja danych ilościowych, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, 2009, s. 39.

⁹ P. Hensel, B. Glinka, Teoria ugruntowana, w: Badania jakościowe. Podejścia i teorie, tom 1, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 89.

zinterpretowaniu danych w celu wyróżnienia najważniejszych kategorii, z których zbudowana będzie teoria dotycząca badanego zjawiska.

3. Subiektywne pobieranie prób badawczych, polegające na takim wyborze osób i grup, aby poszerzyć znajomość problemu badawczego. W przeciwieństwie do klasycznych metod badań, w których dąży się do uzyskania prób reprezentatywnych. (tabela 2).

Tabela 2. Porównanie zastosowania wybranych metod w badaniach ilościowych i jakościowych

Metody	Badania ilościowe	Badania jakościowe
Obserwacja	Prace wstępne, np. sformułowanie problemu badawczego, wstępna lista pytań w kwestionariuszu.	Podstawa zrozumienia zachowań wybranych grup społecznych, ważne dla zrozumienia innych kultur.
Analizy tekstualne	Analizy treści, np. zliczenie i klasyfikacja informacji według kategoryzacji przyjętej przez badacza.	Próba zrozumienia kategorii stosowanych przez uczestników życia społecznego.
Wywiady	Badania sondażowe: głównie pytania zamknięte na losowo dobranych próbach	Pytania otwarte na małych próbach. Badania fokusowe.
Nagrania audio i wideo	Używane rzadko do sprawdzenia precyzji zapisu wywiadu.	Konieczne do zrozumienia jak konsumenci organizują swoją wypowiedź, ruchy ciała.

Źródło: opracowanie własne na podstawie D. Silverman, Interpretacja danych ilościowych, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, 2009, s. 39.

Kolejny podział badań, z którym można spotkać się w literaturze, wyróżnia badania eksploracyjne (ang. *eksploratory*) i rozstrzygające (ang. *conclusive*). Badania eksploracyjne, czyli wstępne, mają na celu rozwinięcie początkowych przeczuc lub wyobrażeń (intuicji), aby dostarczyć kierunku kolejnych, koniecznych badań. Podstawowym celem badań wstępnych jest naświetlenie specyfiki sytuacji, zidentyfikowanie podstawowych obiektów badań oraz potrzeb badawczych w kolejnych działaniach. Są użyteczne wówczas, gdy menedżer podejmujący decyzję potrzebuje lepszego zrozumienia sytuacji lub identyfikacji alternatywnych decyzji. Z kolei badania rozstrzygające (zwane również potwierdzającymi) mają na celu weryfikację spostrzeżeń i wsparcie menedżerów podejmujących decyzję w określonym obszarze działania.. Podstawowym celem badań rozstrzygających jest pomoc menedżerom w podjęciu właściwych działań w określonej sytuacji biznesowej. Są one szczególnie użyteczne, gdy podejmujący decyzję ma kilka alternatyw postępowania i szuka informacji mogących rozstrzygnąć dokonanie najwłaściwszego wyboru. Badania rozstrzygające są zwykle bardziej rygorystyczne i sformalizowane niż badania wstępne, ponieważ są ściśle sprecyzowane i mają na celu wspomóc ostatni etap procesu decyzyjnego (tabela 8)¹⁰.

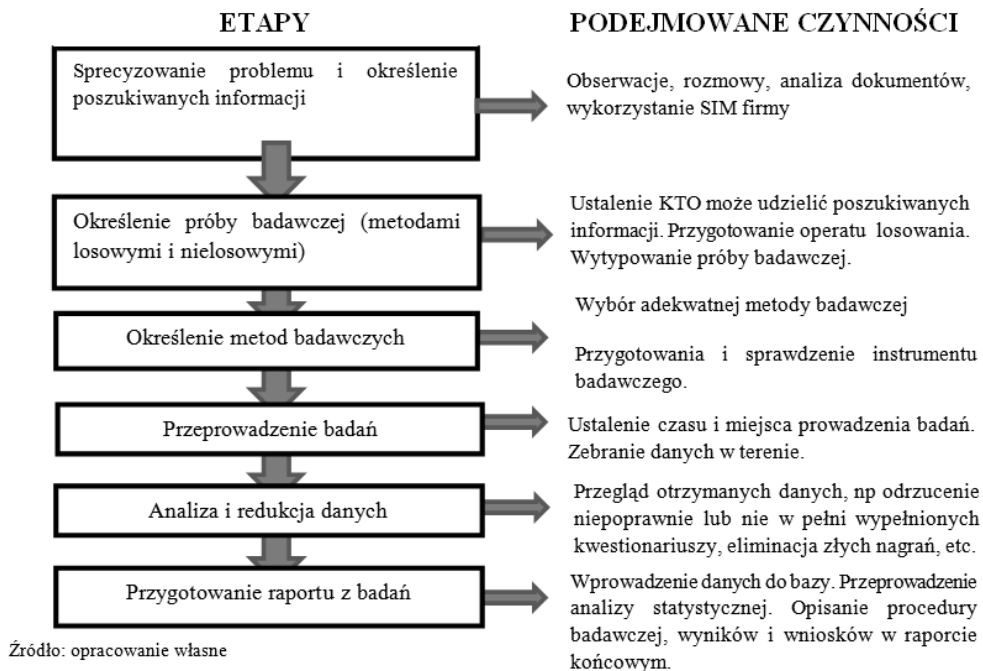
Proces badań marketingowych

W każdej organizacji powinien być opracowany system pozyskiwania i zbierania informacji przydatnych w prowadzeniu m.in. działań marketingowych. Jak już wspomniano wcześniej, informacje mogą pochodzić ze źródeł wtórnych oraz

¹⁰ A. Parasuraman, Dhruv Grewal, R. Krishnan, Marketing Research, Houghton Mifflin Company, Boston, New York, 2011, p. 56.

pierwotnych. Wykorzystanie tych pierwszych nie nastręcza dużego wysiłku, wymaga bowiem głównie umiejętności poszukiwania, przetwarzania i selekcji znalezionych danych. Biorąc powyższe pod uwagę, pierwszy etap planowania badań marketingowych z wykorzystaniem omawianych danych, powinien koncentrować się na sprecyzowaniu kluczowych, potrzebnych informacji, niezbędnych w procesie podejmowania decyzji. Następnie należy poszukać potencjalnych źródeł informacji, z których można je uzyskać. Ostatecznie w trzecim etapie, po analizie i odrzuceniu danych niepotrzebnych, uzyskuje się kluczowe informacje dla rozwiązania postawionego problemu. Proces badawczy, w którym wykorzystuje się istniejące już wyniki badań i informacje opracowane dla innych celów, znacznie skraca czas oczekiwania na rozstrzygnięcie problemu. Ponadto, jego przeprowadzenie, jest znacznie mniej kosztowne i wymaga zaangażowania mniejszej - liczby osób w proces badawczy. Ze względu na wysokie koszty prowadzenia badań marketingowych, w pierwszej kolejności należy wykorzystywać źródła wtórne. Dopiero w sytuacji, gdy dane z tych źródeł są niewystarczające, bo nie pozwalają na rozstrzygnięcie problemu, warto przeprowadzić badania pierwotne.

Rysunek 1. Etapy pozyskiwania informacji marketingowych z wykorzystaniem źródeł pierwotnych



Metody badań marketingowych

W rozwiązywaniu problemów marketingowych ważny jest dobór właściwych metod badawczych. Badania marketingowe oparte są na narzędziach badawczych zaczerpniętych z ekonomii, socjologii i psychologii. Najbardziej znane są metody sondażowe, w których wykorzystuje się takie instrumenty badawcze jak ankiety. W

praktyce, w zależności od potrzeb, stosuje się ankietę internetową, bezpośrednią, prasową, audytoryjną, opakowaniową. Ponadto wykorzystuje się wywiady o różnym stopniu standaryzacji: od wywiadu swobodnego (rozmowy) do wywiadu o wysokim stopniu standaryzacji, polegającego praktycznie na odczytaniu pytań ułożonych w określonej kolejności, obserwacje, metody projekcyjne oraz metody heurystyczne (tabela 3).

Tabela 3. Wybrane metody badań marketingowych - instrumenty i techniki pomiaru

Metody pomiaru	Instrument pomiaru	Technika pomiaru
Ankieta	Kwestionariusz	Opakowaniowa, internetowa, bezpośrednia, audytoryjna, radiowa, telefoniczna, internetowa, komputerowa.
Wywiad	Kwestionariusz lub notatka	Osobisty, grupowy Swobodny, o wysokim stopniu standaryzacji
Obserwacja	Arkusz obserwacyjny Dziennik Skaner	Jawna/ukryta np. tajemniczy klient Uczestnicząca /nieuczestnicząca
Metody projekcyjne	Kwestionariusz, Arkusz Test psychologiczny Skala podstaw Inwentarz osobowościowy	Techniki werbalne (skojarzeń słownych, uzupełnianie zdań, kończenie historyjek) Techniki obrazkowe (rysunkowy, komiksy, zdjęcia)
Metody heurystyczne	Kwestionariusz Kamera Rejestrator dźwięku Tablica	Metoda delficka Burza mózgów „Nowego spojrzenia” „Macierzy odkrywczej”
Metody fizjologiczne – naturalne	Naturalne: wzrok, słuch, smak, dotyk, powonienie	Degustacje Ocena próbek towarów
Metody fizjologiczne – sztuczne	Sztuczne: wizometr, galwanometr, tachistoskop Okulograf	Eksperymenty Symulacje Eye-tracking
Mix metod	Kwestionariusz Arkusz obserwacji Test Notatka	Mystery shopping (tajemniczy klient) obserwacja+wywiad Pomiar fizjologiczny + wywiad

Źródło: opracowanie własne.

Tajemniczy klient jako metoda badawcza

Wraz z rozwojem gospodarczym i wzrostem zamożności społeczeństw, wzrasta udział rynku usług w Produkcie Krajowym Brutto różnych krajów. Usługi utożsamiane w nomenklaturze marketingowej jako produkty, charakteryzują się szeregiem cech odróżniających je od innych typów produktów, np. dóbr materialnych (samochód, długopis, piłka etc.). Do najważniejszych atrybutów wyróżniających usługi zalicza się:

- Niematerialność,
- Związek z osobą wykonawcy usługi,
- Niemożliwość gromadzenia na zapas,
- Różnorodność,
- Nietrwałość,
- Heterogeniczność.

Specyfika usługi jako produktu implikuje konieczność monitorowania jej poziomu i jakości. W tym celu wykorzystuje się ankiety o charakterze ciągłym pozostawione w miejscu realizacji usługi (np. w hotelach, serwisach) oraz różnego rodzaju wywiady z konsumentami usług. Wspólną cechą tych metod jest konieczność angażowania respondentów, którzy mogą nie chcieć udzielać informacji. Klasyczne metody stały się zatem niewystarczające, dlatego zaczęto myśleć o wykorzystywaniu nowych. Jedną z nich jest tajemniczy klient. W latach 70. XX w. koncepcja ta była wykorzystywana w ok. 35 proc. największych banków w Stanach Zjednoczonych. Obecnie metoda tajemniczego klienta w szczególności wykorzystywana jest do ewaluacji jakości świadczenia usług w bardzo konkurencyjnych branżach, takich jak turystyczna, gastronomiczna czy handel detaliczny¹¹. Metoda ta jest formą obserwacji uczestniczącej, wykorzystującej badaczy do odgrywania roli konsumenta lub potencjalnego konsumenta w celu monitorowania procesu i procedur wykorzystywanych w dostarczaniu usług. W Wielkiej Brytanii jest często wykorzystywany przez organizacje usług finansowych, handlu detalicznego, dilerów samochodowych, hotele, catering, transport, zakładów użyteczności publicznej i departamentów rządu¹². Metoda ta znajduje szerokie wykorzystanie w różnych branżach. Daje też możliwości różnorodnych modyfikacji w jej zastosowaniu, np. można badanie przeprowadzić telefonicznie, za pomocą poczty elektronicznej czy chatów, w celu oceny przestrzegania standardów obsługi. Zaletą metody tajemniczego klienta jest możliwość redukcji potencjalnych wad, które występują w przypadku wywiadów i ankiet. Do najczęściej podkreślanych słabości tych metod zalicza się:

1. Rozbieżność pomiędzy zachowaniem realnym a relacjonowanym. Zdarza się, że oświadczenia udzielane podczas wywiadu nie odpowiadają faktycznym zachowaniom respondenta.
2. Respondent może być nieświadomy pewnych faktów, w związku z czym nie może udzielić oczekiwanych odpowiedzi.
3. Ograniczenie jakości zebranych informacji z powodu niewielkich umiejętności werbalnych respondenta.

Wymienione słabości nie dotyczą badań metodą tajemniczego klienta, jeśli spełnione są następujące warunki metodyczne to jest¹³:

- anonimowość osoby wykonującej badanie - pracownicy placówki usługowej nie mogą być świadomi odbywającego się procesu badawczego;
- odpowiednio opracowany arkusz obserwacji;
- dobrze wyszkolony badacz, który zapamiętał zdefiniowaną listę ocenianych elementów, na które powinien zwrócić uwagę podczas „tajemniczej” wizyty;
- naturalne zachowanie badacza, po badaniu arkusz musi być wypełniony i przygotowany raport, który jest wykorzystywany dla informacji zwrotnej.

¹¹ K. Schmidt, *Mystery Shopping, Leistungsfähigkeit eines Instruments zur Messung der Dienstleistungsqualität*, DUV Gabler Edition Wissenschaft, 2007, s. 3-4.

¹² A.M. Wilson, *The Use of Mystery Shopping in the Measurement of Service Delivery*, in: M.Gabbott, G. Hogg (ed.), *Service Industries Marketing: New Approaches*, Routledge, Francis & Taylor Group, London and New York, 2013, p. 148-163.

¹³ A.M. Wilson, J. Gutmann, *Public transport: the role of mystery shopping in investment decisions*, *Journal of the Market Research Society*, 1998, 40 (4), pp. 285-293.

Metodyka badań

Celem publikacji jest diagnoza procedur stosowanych w badaniach marketingowych, a w szczególności wykorzystanie metody tajemniczego klienta w której ocena jest prowadzona przez zespół osób. Dla sprawdzenia tego podejścia zastosowano ocenę grupową jakości usług gastronomicznych wybranych placówek w Warszawie należących do sieci ogólnopolskich lub międzynarodowych. W literaturze przedmiotu oraz praktyce marketingowej metoda tajemniczego klienta, odnosi się wyłącznie do jednostkowych obserwacji badacza. W prowadzonych badaniach dokonano modyfikacji polegającą na grupowych badaniach usług gastronomicznych. Przyjęta metodyka badań lepiej pozwala zmierzyć jakość tych usług, ponieważ zwykle korzysta się z nich grupowo, wspólnie spędzając wolny czas. Budowanie zespołów, które wspólnie oceniałyby jakość usług, daje możliwość redukcji zróżnicowanej percepcji i różnych doświadczeń osób uczestniczących w badaniu, co ma miejsce w przypadku oceny indywidualnej. Uśrednienie ocen zespołu może tę wadę badania zrównoważyć. Obserwację przeprowadzono przez 20 zespołów składających się z osób w wieku 23-24 lata. Dobór osób w podobnym wieku, o podobnych upodobaniach i doświadczeniach, był celowym działaniem autorów badania i wynikał z chęci redukcji zbyt dużego zróżnicowania oceniających usługę. Łącznie w badaniach uczestniczyło 76 osób. Zespoły odwiedziły następujące placówki gastronomiczne:

- Pizzeria Da Grasso – 5 zespołów-19 osób;
- Bierhalle – 4 zespoły-14 osób;
- Bobby Burger – 5 zespołów-20 osób;
- Pizza Hut – 6 zespołów-23 osoby.

Scenariusz badania był ściśle określony. W okresie 14.05.- 1.06.2018 grupy tajemniczych klientów udały się do wylosowanych placówek gastronomicznych w Warszawie. Założeniem było badanie miejsc gastronomicznych w ramach wybranych sieci. Warunkiem było istnienie przynajmniej 5 lokali w ramach sieci na obszarze Warszawy. Wykorzystano metodę obserwacji uczestniczącej, czyli badacz występuje w roli klienta, oraz obserwację bierną poprzez możliwość obserwacji obsługi innych klientów w lokalu. Ocenie podlegało pięć obszarów usług gastronomicznych:

1. Wygląd zewnętrzny placówek i jej otoczenie.
2. Wnętrze placówki
3. Personel.
4. Menu.
5. Miejsca specjalne, np. istnienie miejsca zabaw dla dzieci, miejsca dla osób palących.

Zadaniem każdego zespołu było przeprowadzenie badań w wylosowanej placówce. Dokonanie oceny czy była dobrze oznaczona i widoczna, czy nie było problemów z trafieniem do niej. Przeprowadzenie obserwacji pięciu omówionych wcześniej obszarów, szczegółowo zaprezentowanych w arkuszu obserwacji. Zdobyć odpowiedzi na ustalone w scenariuszu pytania, dotyczące oferty napojów i potraw oraz wizyta w toalecie w celu oceny czystości tego miejsca. Do oceny poszczególnych elementów w każdym obszarze, przyjęto 7-stopniową skalę (1- bardzo źle, 7- bardzo dobrze).

Wyniki badań

Badania przeprowadzono zgodnie z przyjętym wcześniej scenariuszem. Badacze zostali odpowiednio przeszkoleni w jaki sposób należy przeprowadzić obserwację uczestniczącą, dodatkowo otrzymali szczegółowy spis elementów podlegających ocenie w trakcie pobytu w restauracji. Pierwszym obszarem podlegającym obserwacji było otoczenie restauracji. Brano tutaj pod uwagę czytelność oznakowania, czystość najbliższego otoczenia oraz drzwi i witryn. W tym obszarze oceny można stwierdzić wysokie zadowolenie tajemniczych klientów. Problemem był brak parkingów w lokalach znajdujących się w centrum Warszawy. W Bobby Burgerze pojawił się kłopot z dostępnością lokalu dla rodziców z dziećmi w wózkach i osób niepełnosprawnych. Pozostałe elementy zostały ocenione powyżej średniej. Przy czym widać zróżnicowanie ocen dla poszczególnych placówek w ramach jednej sieci. Mimo, że firmowane są tą samą nazwą i teoretycznie standard w ramach franczyzy powinien być taki sam, jednak poszczególne średnie oceny zespołowe wskazują, że na występowanie różnic (patrz tabela 4).

Tabela 4. Ocena wybranych elementów wyglądu zewnętrznego placówek gastronomicznych przez zespoły tajemniczych klientów (1-bardzo źle 7-bardzo dobrze)

OTOCZENIE PLACÓWEK GASTRONO- MICZNYCH	Pizzeria Da Grasso					Bierhalle				Bobby Burger					Pizza Hut					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6
Czystość drzwi i witryn	3	6,5	4,4	4	4,8	6	5,5	5	7	2	5	5,5	3	4,3	6	4	3	3,8	1	6,3
Informacje o godzinach otwarcia	1,3	6,5	6,8	4	7	7	1,5	5	7	7	7	7	7	6,8	7	4	2	5,5	1	6,5
Widoczność oznaczenia	2	6,3	5,4	5	4,8	7	7	5	7	5	5	6	7	7	6	5	2	3,5	5	6,5
Dostępność lokalu dla osób z dziećmi i niepełnosprawnych	4,5	7	6,6	4	6,8	3	4,5	3	7	3	1	6	1	1,3	5	4	1	5,5	2	6
Czytelność oznakowania lokalu	1,8	6,3	4,2	4	3	7	6,8	7	7	6	5	6,8	7	5,3	6	4	2	3,3	6	6,3
Czystość najbliższego otoczenia	2	7	4,4	4	3,5	7	2,8	5	5	4	4	5,8	5	5,8	3	6	4	3	6	5,3
Dostępność parkingów	5,3	1,3	2,6	4	2	1	4,8	5	6	1	1	5	4	1	1	4	1	1,3	7	6,3

Źródło: badania własne, maj-czerwiec 2018.

Następny obszar oceny związany był z wejściem do placówki gastronomicznej i ewaluacją wnętrza. Ponownie zauważa się duże zróżnicowania pomiędzy lokalami tej samej sieci. Również oceny poszczególnych sieci różniły się. Najlepsze wrażenie na badaczach robiły restauracje Pizza Hut, 2 zespoły oceniły na 7 punktów, a kolejne 2 na 6 punktów. Podobnie oceniono zapach, panujący w restauracjach. Generalnie można powiedzieć, że wszystkie sieci otrzymały oceny średnie i wysokie. Największe problemy zaobserwowano w kwestii: wydzielonych kącików dla dzieci, wydzielonych miejsc dla palaczy oraz czystości w toalecie i wyposażeniu jej w podstawowe akcesoria takie jak: ręczniki papierowe, mydło, papier toaletowy (patrz tabela 5). Subiektywizm i

indywidualność oceny, stanowiące wadę stosowania metody tajemniczego klienta, najlepiej obrazuje ocena menu. Mimo, że we wszystkich lokalach znajdowała się identyczna karta potraw, to w ramach poszczególnych zespołów, odwiedzających różne palcówki należące do tej samej sieci, widać rozbieżności w ocenach, choć w przeważającej części dominują oceny pozytywne.

Tabela 5. Ocena wybranych elementów wnętrza placówek gastronomicznych przez zespoły tajemniczych klientów

WNĘTRZE PLACÓWEK GASTRONO- MICZNYCH	Pizzeria Da Grasso					Bierhalle				Bobby Burger					Pizza Hut					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6
Pierwsze wrażenie po wejściu	2,8	5,8	3,4	3	4,8	7	4,3	6	6	4	4	4,5	6	4,8	7	7	6	4,3	5	6
Zapach	5,8	3,5	4,8	3	7	6	5	5	6	5	4	3,8	4	4	7	7	6	4,3	5	6
Panujący nastrój	3	6	3,2	3	6	6	5,8	6	7	4	4	4,5	6	3,5	5	7	6	4	4	5,8
Wystroj wnętrza	2,3	5,3	3,6	4	5,3	6	5,5	4	7	3	4	5,3	6	4,8	6	7	4	4,5	6	6
Muzyka w tle	2	5,3	5,8	1	7	6	5,8	4	7	7	6	3,8	6	2	4	7	7	4,3	1	5,3
Czystość	3	6,5	2,4	4	7	7	4,3	5	6	3	5	4,5	5	5,3	5	5	5	4,3	4	6
Wydzielony kącik dla dzieci	4,5	5,3	1	1	1	1	1,5	5	7	1	5	1	3	1	2	1	6	1,3	1	1,5
Wydzielone miejsce dla palących	1,5	1	3	1	1,5	1	1	1	7	1	4	1	3	1	3	1	5	2	1	5,3
Zadbane meble	3,5	7	3,8	4	2,5	6	4,5	4	7	4	3	4,5	5	4,5	4	6	4	3,8	7	5
Czystość nakrycia	3,8	1	4,4	4	4	6	7	4	6	3	5	5,8	2	5,3	3	6	5	4,5	6	6,5
Dostępność serwetek	1,8	7	6,2	2	7	6	3,3	5	7	6	6	4,3	5	5	4	4	5	4,5	6	4
Czystość w toalecie	2	5,3	5,8	4	1,8	5	6,5	5	4	3	4	3,3	2	4,5	5	5	4	5	1	1
Wypożyczenie łazienki: ręczniki, mydło itd.	3,8	4,3	6,2	5	1,8	5	7	5	6	3	5	6	5	5,5	4	7	6	5	6	1
Dostępność Wi-Fi	1	6	6,8	1	7	6	7	5	6	7	4	6,3	5	1	6	7	7	7	6	5
Estetyka menu	5	6,3	5,8	4	5,3	7	3,3	6	5	6	6	7	6	3,8	7	7	5	5	4	7

Źródło: badania własne, maj-czerwiec 2018.

Ważnym ogniwem oddziałującym w sposób zasadniczy na ocenę standardu usług jest personel. W tym obszarze skoncentrowano się przede wszystkim na osobie kelnera, jego wyglądzie, zachowaniu i wiedzy na temat serwowanego menu. Badacze zadawali także dodatkowe, ustalone wcześniej pytania. Okazało się, że wiedza kelnerów na temat potraw i serwowanych produktów jest duża, natomiast występowało szerokie zróżnicowanie ocen w kwestii odpowiedniego zachowania się personelu. Wiele osób obsługujących gości, nie przywitało się, często badacze twierdzili, że weszli do placówki i nikt nie zwrócił na nich uwagi. Niewielu kelnerów również nawiązywało i podtrzymywało rozmowę. Dominowały w tych kwestiach oceny na poziomie 1-3

punktów. Narzekano również na fakt, że personel nie zęgał się z klientami na koniec wizyty, co odzwierciedlają oceny w tabeli 6. Nie wszyscy kelnerzy byli zadbani, zdarzało się, że nie mieli estetycznego stroju. Tego zarzutu nie formułowano w stosunku do lokali należących do Pizzy Hut. Najgorsze oceny przyznano pizzeriom Da Grasso. Kelnerzy nie mieli też często żadnych identyfikatorów (tabela 6).

Tabela 6. Ocena wybranych cech personelu

PERSONE L	Pizzeria Da Grasso					Bierhalle				Bobby Burger					Pizza Hut					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6
Przywitani e klienta	1	5,5	1	3	6,5	7	5	3	1	6	6	1,3	1	4,5	7	2	6	1,5	7	4
Nawiązani e rozmowy	1,3	4,3	1	1	5,8	7	5,8	4	3	5	3	2,8	1	3,8	6	2	1	1,8	6	2,3
Podtrzyma nie rozmowy	1	2,5	1	1	6,8	7	5,8	3	3	5	3	1,5	4	2,5	6	1	1	1,3	2	3
Pożegnanie przez kelnera	2	7	4,4	3	2	7	3,5	2	1	3	5	1,8	6	4	3	3	6	1,5	2	5,5
Fachowość obsługi	3	5	4,4	3	5,8	7	4,5	4	1	4	5	3,8	5	4	4	3	7	3	5	5,5
Zadbanie kelnera (czyste włosy, paznokcie etc.)	4,5	5,5	3,8	5	3,3	7	7	4	6	3	5	4	6	5,5	6	6	7	4,8	7	7
Estetyczny ubiór kelnerów	3,8	4,8	2,8	4	3,3	7	5,8	4	6	3	5	4,3	6	4,3	6	6	7	5	7	7
Identyfikat ory z imieniem kelnerów	1	7	1	1	5	7	2,5	5	7	1	1	1	1	1	3	7	7	4,8	1	7
Wiedza kelnera o menu	3,3	7	4,2	4	3,5	7	5	6	6	6	7	4,8	6	6	5	5	7	5,3	7	5,5

Źródło: badania własne, maj-czerwiec 2018.

Jakość posiłków, przejrzystość menu, spełnienie oczekiwań gościa w kwestii podanej potrawy były wysokie. Badający wykazywali niezadowolenie w kwestii przejrzystości menu, twierdząc często, że były chaotyczne, „za dużo różnych informacji na jednej stronie karty”. Interesujący jest również fakt, że nie we wszystkich restauracjach występowały nazwy dań w innych językach niż polski (patrz tabela 7).

Tabela 7. Ocena wybranych elementów menu przez zespoły tajemniczych klientów

MENU	Pizzeria Da Grasso					Bierhalle				Bobby Burger					Pizza Hut					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6
Estetyka menu	5	6,3	5,8	4	5,3	7	3,3	6	5	6	6	7	6	3,8	7	7	5	5	4	7
Przejrzysto ść menu	6,5	5,5	5,2	2	4	6	4,3	5	5	6	6	7	6	5,8	6	7	4	5,3	6	6,5
Świeżość składników	6	5,5	5	3	5	6	7	5	2	7	6	4,8	5	5,5	5	7	6	2,3	7	7
Spełnienie oczekiwań	4,3	3,3	4,6	3	6	6	6,5	7	3	6	6	3,3	4	5,5	5	5	6	6	7	7

- zamówione dania																				
Nazwy dań w innych językach	4	6,5	7	1	1	4	1	4	5	1	5	2	3	3,5	4	1	7	5	7	7
Odpowiedniość temp. podawanych potraw	6,8	5,5	6,4	4	7	7	7	5	3	7	6	7	6	6,8	6	7	6	6,8	7	7
Zniżki, promocje na serwowane potrawy	5	3,8	5,2	3	1	4	4,3	4	6	7	4	6,5	6	6	5	1	6	4	4	6,5

Źródło: badania własne, maj-czerwiec 2018.

Ostatnim obszarem badań były wybrane miejsca dla klientów mających specjalne potrzeby. Byli to rodzice z małymi dziećmi i palacze. Te kwestie oceniono najgorzej, z czego można wnioskować, że oczekiwania klientów z małymi dziećmi czy palących papierosy, nie brane są specjalnie pod uwagę. W większości placówek nie było wyznaczonych oddzielonych, wygodnych miejsc dla palących. Musieli oni sobie sami radzić wychodząc najczęściej na zewnątrz lokalu, co nie było komfortowe dla gości siedzących przy stolikach na świeżym powietrzu. Dla małych dzieci nie było przystosowanych łazienek, w większości przypadków nie było miejsc do przewijania niemowlaków, jeśli były to oceniano je nisko.

Tabela 8. Ocena przygotowania miejsc specjalnych i udogodnień dla klientów

WYBRANE MIEJSCA SPECJALNE	Pizzeria Da Grasso					Bierhalle				Bobby Burger					Pizza Hut					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6
Kącik dla dzieci	4,5	5,8	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	5	1	1	2,8
Udogodnienia dla dzieci	3,5	4,3	1,6	1	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	3	1	6	3	2	3,3
Toaleta dostosowana dla osób niepełnosprawnych	2,3	5,8	6,8	3	2	1	1	3	4	1	1	1	1	1	4	7	1	1	1	1
Miejsce do przewijania dzieci	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	7	6	1	1	1
Miejsce dla palących	5,3	1	2,4	3	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	5	7	6	4	1	5

Źródło: badania własne, maj-czerwiec 2018.

Podsumowanie i wnioski

Istotą badań marketingowych jest dostarczanie decydującym informacji i wiedzy, by mogli podejmować trafne decyzje odnoszące się do efektywnego wykorzystywania zasobów i realizacji celów organizacji. Pozyskanie wiedzy uzależnione jest od przyjętego podejścia metodycznego, bazującego na odmiennym widzeniu świata choćby w koncepcji fenomenologicznej lub w pozytywistycznej. Każdy z tych punktów widzenia silnie osadzony jest w filozofii m.in. E. Husserla i jego poglądów na źródła poznania lub A. Comte i jego pozytywistycznym widzeniu świata teorii naukowych. Ten swoisty dualizm badania fenomenologiczne versus badania pozytywistyczne

zastępowany jest praktycznym spojrzeniem: badania jakościowe akcentowane w paradygmacie fenomenologicznym, oraz badania ilościowe charakterystyczne dla podejścia pozytywistycznego.

Metoda tajemniczego klienta nawiązuje w swojej istocie poznawczej do podejścia fenomenologicznego, w większym stopniu akcentującego wagę badań jakościowych. Metoda ta jest kolejnym wariantem obserwacji uczestniczącej, w przypadku której badacz odgrywa ściśle określoną rolę konsumenta. W praktyce marketingowej, co warto jest tu szczególnie podkreślić, metoda tajemniczego klienta, odnosi się wyłącznie do jednostkowych obserwacji badacza. Jest to dobry sposób na uzyskanie wiedzy na temat przestrzegania standardów przez personel zatrudniony w restauracji. Jednak dużym problemem może być subiektywizm badacza oraz jego wcześniejsze doświadczenia, związane z konsumpcją określonych usług. Zdaniem Autorów, dobrym sposobem niwelowania tego typu ułomności metody badawczej w przypadku usług gastronomicznych może być prowadzenie badań przez grupę tajemniczych klientów. Powoduje to po pierwsze uśrednienie indywidualnych ocen każdego członka zespołu, uczestniczącego w badaniu. Po drugie, badanie odbywa się w bardziej naturalnej sytuacji, gdyż zwykle do restauracji ludzie umawiają się w grupie lub conajmniej z drugą osobą, aby wspólnie spędzić czas wolny: porozmawiać, pośmiać się, wymienić poglądy.

W związku z powyższym, autorzy publikacji zmodyfikowali dotychczasowe podejście metodyczne, realizując badanie tajemniczego klienta w zespołach, których zadaniem była – ocena standardu usług gastronomicznych. Potwierdzono w badaniach, że przyjęta metodyka lepiej pozwala zmierzyć jakość usług. Badania prowadzone w zespołach umożliwiły redukcję zróżnicowanej percepcji i różnych doświadczeń osób uczestniczących w badaniu. Subiektywizm i indywidualność oceny, stanowiące wadę stosowania metody tajemniczego klienta, najlepiej obrazuje ocena menu. Mimo, że we wszystkich lokalach jednej sieci znajdowała się identyczna karta potraw, to oceny poszczególnych zespołów, odwiedzających różne palcówki, były rozbieżne.

Badania usług gastronomicznych w warszawskich restauracjach wykazały różnice w świadczeniu usług w przedsiębiorstwach franchisingowych. Oceniając wejście i schłodność poszczególnych placówek najlepsze wrażenie na badaczach robiły restauracja: Pizza Hut. Najgorsze wrażenie, a przez to i najniższą punktację otrzymały badane restauracje za brak m.in. wydzielonych miejsc dla palaczy, brak czystości w toalecie oraz brak podstawowych środków higieny jak: ręczniki papierowe, mydło, papier toaletowy. Najlepiej we wszystkich restauracjach oceniono wiedzę personelu na temat serwowanych potraw. Natomiast wiele zastrzeżeń budziło zachowanie w zakresie przywitania, nawiązania rozmowy i pożegnania gości. Co może świadczyć o niedostatecznych szkoleniach personelu w zakresie *sovoir-vivre*. Ostatnim, ocenianym przez zespoły obszarem, były wybrane miejsca dla klientów mających specjalne potrzeby. Byli to rodzice z małymi dziećmi, osoby niepełnosprawne i osoby palące. W większości placówek nie było wyznaczonych oddzielonych, wygodnych miejsc dla palących. Najczęściej musieli wychodzić na zewnątrz, co z kolei sprawiało dyskomfort osobom siedzącym przy stolikach na świeżym powietrzu. Z kolei dla małych dzieci nie było przystosowanych łazienek, w większości przypadków brakowało również wygodnych miejsc do przewijania niemowlaków. Te elementy oceniono w badaniu

najgorzej, z czego można wnioskować, że oczekiwania klientów z małymi dziećmi czy palących papierosy uwzględniane są w małym stopniu.

Bibliografia

- Crouch S., Housden M., *Marketing Research for Managers*, Routledge Francis and Taylor 2003.
- Hensel P., Glinka B., *Teoria ugruntowana, w: Badania jakościowe. Podejścia i teorie*, tom 1, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- Judycki S., *Epistemologia XX wieku: przegląd stanowisk*, Roczniki Filozoficzne, 1998/1999, 46/47.
- Marketing research tools and techniques*, Nigel Bradley, Oxford University Press, 2013.
- Parasuraman A., Dhruv Grewal, R. Krishnan, *Marketing Research*, Houghton Mifflin Company, Boston, New York, 2011, p. 56.
- Schmidt K., *Mystery Shopping, Leistungsfähigkeit eines Instruments zur Messung der Dienstleistungsqualität*, DUV Gabler Edition Wissenschaft, 2007.
- Schmidt M.J., S. Hollenson *Marketing research. An international approach*, FT Prentice Hall, 2006, *Marketing research, tools and techniques*, Nigel Bradley, Oxford University Press, 2013.
- Silverman D., *Interpretacja danych ilościowych*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, 2009.
- Szacki J., *Historia myśli socjologicznej*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- Wilson A.M., Gutmann J., *Public transport: the role of mystery shopping in investment decisions*, *Journal of the Market Research Society*, 1998, 40 (4).
- Wilson A.M., *The Use of Mystery Shhopping in the Measurment of Service Delivery*, in: M. Gabbott, G. Hogg (ed.), *Service Industries Marketing: New Approaches*, Routledge, Francis & Taylor Group, London and New York, 2013.
- Zahavi D., *Femonologia Husserla*, Wyd. WAM, Kraków 2012.
- Mazurkiewicz-Pizło A., Pizło W., *Marketing, Wiedza ekonomiczna i aktywność na rynku*, wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2017.

Summary

The specificity of services implies the need to monitor their quality. Methods for assessing non-consumer services are constantly sought after. The mystery client method is one of them. The purpose of this publication is to diagnose the procedures used in marketing research, and in particular to use the mysterious client method in which the assessment is conducted by a team of people. To verify this approach, the quality assessment of gastronomic services was used in selected restaurant chains, such as Pizza Hut, Pizzeria Da Grasso, Bobby Burger and Bierhalle. The innovation in the study was the use of group to evaluate services. The adopted methodology allowed to conduct the study in close to real conditions, because usually people go to a restaurant together. Building teams that would jointly assess the quality of services gives also the opportunity to reduce the diversification in perception and different experiences of people participating in the study.

Informacja o autorach:

Dr inż. Anna Mazurkiewicz-Pizło

Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie

e-mail: annamazurkiewicz-pizlo@gmail.com

ORCID: 0000-0001-8273-2229

Dr hab. inż. Wojciech Pizło, prof. SGGW

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie,

Katedra Polityki Europejskiej i Marketingu,

ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa,

e-mail: wojciech_pizło@sggw.pl

ORCID: 0000-0002-5212-0990

Anna Milewska

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Centra usług wspólnych jako podmiot racjonalizujący koszty w organizacji – skala i zakres działania w Polsce

SHARED SERVICES CENTER AS AN ENTITY RATIONALIZING COSTS IN THE ORGANIZATION – SCALE AND SCOPE OF ACTION IN POLAND

Celem artykułu było zaprezentowanie specyfiki, zakresu i skali działania Centrów Usług Wspólnych w Polsce. Są to podmioty racjonalizujące koszty, tworzone głównie przez międzynarodowe organizacje działające w sferze biznesu.

W artykule zdefiniowane zostały determinanty lokalizacji tych jednostek oraz rodzaje usług świadczonych w ramach Centrów. Ponadto wskazano także na zależność dotyczącą rozwoju centrów usług wspólnych a wzrostem liczby miejsc pracy w innych branżach. Aby osiągnąć założony cel Autorka posłużyła się m.in. danymi publikowanymi w raportach Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL), który jest wiodącą organizacją reprezentującą nowoczesne usługi dla biznesu w Polsce. Podmiot ten skupia centra usług wspólnych, outsourcingu procesów biznesowych, outsourcingu, centra badawczo-rozwojowe (Research&Development, R&D) oraz firmy wspierające rozwój sektora.

Ponadto w artykule zwrócono także uwagę na instrumenty New Public Managment tj. możliwości tworzenia Centrów Usług Wspólnych w podsektorze samorządowym.

Słowa kluczowe: Centrum Usług Wspólnych, koszty, racjonalizacja.

Wstęp

Prowadzenie działalności gospodarczej, niezależnie od jej specyfiki, rozmiaru czy zakresu geograficznego jest nieuchronnie związane z potrzebą ponoszenia kosztów. Wraz z jej dynamicznym rozwojem niezbędną staje się również optymalizacja procesów, w tym także tych związanych z polityką wydatkową.

Utworzenie takiego podmiotu jak Centrum Usług Wspólnych pozwala na redukcję funkcji powielanych w oddziałach i skoncentrowanie ich w jednym miejscu. W konsekwencji daje to możliwości obniżki kosztów bezpośrednich oraz wzrostu korzyści skali świadczonych usług¹. Ze względu na możliwe do osiągnięcia efekty coraz więcej firm decyduje się na utworzenie centrum usług wspólnych. Wyniki badań przeprowadzonych przez Deloitte wykazały, że w ciągu dziesięciu lat liczba tworzonych SSC² podwoiła się³. Centrum Usług Wspólnych *Shared Services Center* to centrum

¹ S. M. Szukalski, Procesowe i organizacyjne innowacje w Centrach Usług Wspólnych, *Acta Universitas Lodziensis, Folia Oeconomia* 268, 2012, s. 110

² SSC – Shared Services Center

utworzone wewnątrz grupy kapitałowej przedsiębiorstwa, jako oddzielna spółka; zazwyczaj scentralizowana jednostka, ulokowana poza granicami kraju spółki matki, realizująca procesy dla klientów wewnętrznych i zewnętrznych na całym świecie.⁴ Zalety posiadania SSC dla wielkich holdingów są liczne i związane głównie ze standaryzacją i ujednoliceniem obsługi procesów, którymi się zajmują⁵. Jednakże biorąc pod uwagę wartość dodaną, jaką przynoszą lokalnej gospodarce nowe centra usług dla biznesu stały się one także, w ostatnich kilku latach jednym, z głównych celów Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych (aktualnie Polska Agencja Inwestycji i Handlu). Stąd też starania rządów poszczególnych krajów o nowe projekty inwestycyjne i bogata paleta instrumentów wsparcia, jakie oferują inwestorom⁶. Celem działalności centrów jest przede wszystkim redukcja kosztów działalności spółek macierzystych i to właśnie ta kosztowa efektywność sprawia, że liczba takich ośrodków rośnie zarówno w Polsce jak i innych krajach globalnie.⁷

W związku ze zmianami ustawy o samorządzie gminnym wprowadzonymi z dniem 1 stycznia 2016, także gmina jako jednostka samorządu terytorialnego może zapewnić wspólną obsługę dotyczącą spraw organizacyjnych, administracyjnych czy finansowych⁸. Obsługa ta może być realizowana na rzecz jednostek organizacyjnych gminy zaliczanych do sektora finansów publicznych, gminnych instytucji kultury czy osób prawnych utworzonych na podstawie odrębnych przepisów w celu wykonywania zadań publicznych. Zgodnie z ideą New Public Management zakłada się bowiem stopniowe eliminowanie biurokratycznego modelu administracji publicznej, w tym także samorządowej. Miejsce dotychczasowych rozwiązań, skupionych na realizacji wydatków zastąpić ma menadżerski model zarządzania środkami publicznymi. Koncepcja ta, polega także na wieloletnim zdefiniowaniu celów, beneficjentów a także określenia efektów podjętych przedsięwzięć. Ze względu na rosnące potrzeby społeczeństwa związane z jego rozwojem z jednej strony a ograniczonością dóbr i zasobów z drugiej, wdrożenie takich rozwiązań zdaje się być nieuniknione. Ze względu na specyfikę funkcjonowania samorządów, począwszy od ich istoty po realizację usług publicznych zabezpieczających potrzeby lokalnej wspólnoty, powołanie Centrum Usług Wspólnych na tej płaszczyźnie będzie charakteryzowało się odmiennością. Nie będzie zatem w tym wymiarze, co do zasady, wyłączną przesłanką ograniczenie czy racjonalizacja „kosztów”, tak jak to ma miejsce w podmiotach posługujących się

³ Richter, P. C. i Brühl, R. (2017). Shared service center research: A review of the past, present, and future. *European Management Journal*, 35(1), 26-38. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2016.08.004> za A. Hauke-Lopes, Proces tworzenia centrum usług wspólnych ba przykładzie grupy Euroflorist, *Studia Oeconomia Posnaniensia* 2018, vol. 6, no 4., s. 82

⁴ A. Wodecka – Hyjek, Outsourcing i co-sourcing jako formy współpracy dostawcy i odbiorcy usług, *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej*, nr 670, Kraków 2005, s. 5.

⁵ M. Błaszowska, Shared Services Center. Korzyści nie tylko dla dużych organizacji?, *Controlling i Rachunkowość Zarządcza* 4/2018

<https://www.controllingirachunkowosc.pl/autorzy/monika-blaszkowska> dostęp 19.10.2018

⁶ M. Kozak, Rozwój sektora nowoczesnych usług dla biznesu w Polsce, *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej, Zarządzanie* Nr 28 t. 1 (2017) s. 60

⁷ Przegląd 300 międzynarodowych centrów usług: definicje, segmentacja, zatrudnienie, planu i prognozy, Biuro Badawczo-Analityczne DiS, Warszawa 2008, s. 3. www.paiz.gov.pl/files/?id_plik=10380 dostęp 10.11.2018

⁸ Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym, Dz. U. 1990, Nr 16 poz. 95 tj. Dz. U. z 2018 r. poz. 994, 1000, 1349, 1432.

kategorią „zysków” a nacisk na sprawności i efektywność działania administracji publicznej.

Centrum Usług Wspólnych – istota i zakres

Według danych zamieszczonych w raporcie Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL), największy przyrost centrów usług z kapitałem zagranicznym⁹ w Polsce datuje się na lata 2010 – 2012, gdzie liczba istniejących podmiotów wzrosła z 90 do ponad 300 ośrodków. W Polsce funkcjonuje około 1000 centrów o kapitale zagranicznym, które zatrudniają łącznie ponad 212 tysięcy osób w dziesięciu największych ośrodkach biznesowych: Warszawie, Krakowie, Wrocławiu, Łodzi, Trójmieście, Poznaniu, Rzeszowie oraz w ramach aglomeracji katowickiej¹⁰ a liczba zatrudnień w tych podmiotach sukcesywnie wzrasta. Pojedyncze ośrodki zlokalizowane są także w mniejszych miastach, zapewniając nowe miejsca pracy ich mieszkańcom, np. w Szczecinie, Bydgoszczy, Lublinie, Opolu, Częstochowie, Radomiu, Olsztynie, Bielsko – Białej, Toruniu, Pile czy w Zielonej Górze. Największy przyrost zatrudnienia odnotowano przede wszystkim w Lublinie oraz Rzeszowie, gdzie jego poziom w roku 2016 był wyższy o blisko 100% w stosunku do 3 poprzedzających lat. Biorąc pod uwagę dotychczasowy rozwój branży można szacować, że w 2020 roku centra usług w Polsce będą zatrudniać co najmniej 300 tys. osób¹¹.

Wraz ze wzrostem liczby centrów, tendencję wzrostową wykazuje także liczba miejsc pracy. Według danych z autorskiego raportu ABSL, 83% zatrudnień w sektorze zawdzięcza się właśnie kapitałowi zagranicznemu. W latach 2013 – 2016, zagraniczne firmy wygenerowały bowiem 77 tysięcy nowych miejsc pracy, co średniorocznie stanowi 21% wzrost¹². Warto, w tym miejscu także nadmienić, iż podmioty te obok utworzenia oferują także dobrze płatne stanowiska pracy dla absolwentów uczelni. Pożądanymi są absolwenci zarówno kierunków związanych z informatyką, jak również finansów i rachunkowości czy ekonomii.

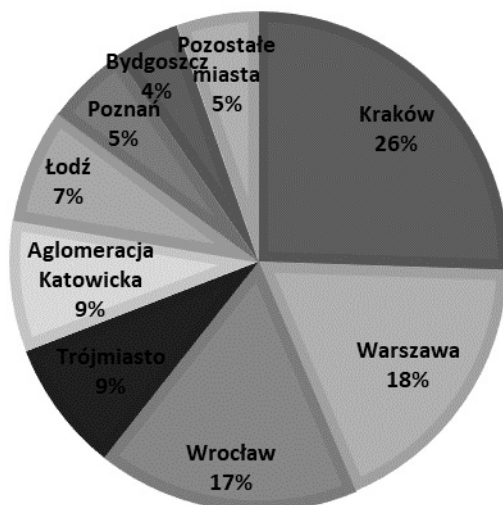
Analiza polskiej mapy w ramach sektora usług wspólnych wskazuje, iż największą posiadaną przewagą konkurencyjną jest geograficzna dostępność ośrodków, które stanowić mogą miejsce lokalizacji dla kolejnych inwestycji. W badaniu ankietowym przeprowadzonym przez pracowników ABSL na próbie 215 centrów usług wspólnych w Polsce, ich liderzy zwracali uwagę przede wszystkim na dogodną lokalizację Polski na tle innych krajów europejskich, Natomiast w kontekście samych ośrodków miejskich – na dostępność nowoczesnej powierzchni biurowej oraz bardzo dobrze rozwiniętą komunikację, zarówno w rozumieniu jakości komunikacji miejskiej, jak i dostępności kolejowej, portów lotniczych czy wodnych. Na rysunku 1 przedstawione zostały udziały wybranych lokalizacji w ogólnym zatrudnieniu w ramach sektora usług wspólnych w Polsce za rok 2016.

⁹ Przez centra usług z kapitałem zagranicznym należy rozumieć ogół centrów (w tym: BPO, SSC, IT, R&D)

¹⁰ J. Górecki, K. Gurszyńska, Ł. Karpiesiuk, M. Polkowski, Sektor Nowoczesnych Usług Biznesowych w Polsce 2016, Raport ABSL, Warszawa 2016, s. 9 i n. https://absl.pl/wp-content/uploads/2016/10/Raport_ABSL_2016_PL.pdf dostęp 09.10.2018

¹¹ Ibidem

¹² Ibidem, s. 21.



Rysunek 1. Udział lokalizacji w ogólnym zatrudnieniu w ramach sektora usług wspólnych w Polsce e za rok 2016.

Źródło: opracowanie własne na podstawie J. Górecki, K. Gurszyńska, Ł. Karpiesiuk, M. Polkowski, Sektor... op. cit., s. 14.

Znaczącą rolę dla obecnych oraz potencjalnych inwestorów odgrywają także współpraca z lokalnymi władzami, jak również wizerunek samego ośrodka (np. Warszawa – stolica Polski; Wrocław – centrum kulturowe, etc.).¹³ Z tego względu, część nowych centrów, które powstały po roku 2015 nie stanowią nowych inwestycji *per se* – są to reinwestycje tych firm, które z powodzeniem prowadzą już swoją działalność w innych miastach Polski. Przykładem takich działań jest szwajcarski bank UBS (*Union Bank of Switzerland*). W 2007 roku, pierwsze biuro banku w Polsce rozpoczęło pracę w Zabierzowie (w okolicach Krakowa), zatrudniając łącznie ponad 800 osób. Obecnie, UBS rozwija kolejną lokalizację – tym razem we Wrocławiu, która stanowić ma integralną część całości biznesu banku. Szacowana liczba zatrudnień dla biura wrocławskiego to 600 nowych pracowników.¹⁴ Firmy z sektora finansów to nie jedyny przykład rozwoju działalności o kolejne lokalizacje. Przykładem jest również firma Diebold – Nixdorf, która poza biurem warszawskim rozwija kolejne centrum w Szczecinie, bądź Luxoft w Krakowie i Trójmieście. Zarówno wzrost zatrudnienia jak i ekspansja o nowe oddziały w Polsce są świadectwem dużego sukcesu centrów usług wspólnych na polskim rynku pracy i mogą świadczyć o powstawaniu nowego trendu, jeśli taki wzrost zostanie utrzymany.

¹³ J. Górecki (red.), Sektor Nowoczesnych Usług Biznesowych w Polsce 2017, Raport ABSL, Warszawa 2017, s. 18.

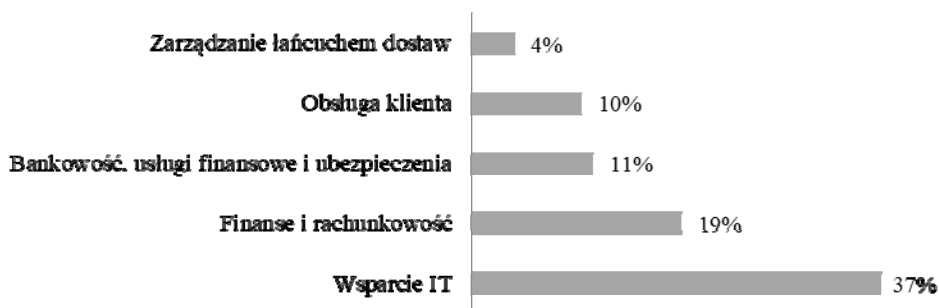
¹⁴ <http://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/1,35771,19539494,szwajcarski-bank-ubs-zatrudnia-po-cichu-otwiera-nowe-biuro.html?disableRedirects=true> dostęp 10.11.2017.

Rodzaje usług świadczonych w ramach centrów

Centra usług funkcjonujące w Polsce charakteryzują się znaczną różnorodnością. Wyróżnikiem takich podmiotów jest ścisła, wąska specjalizacja, jednak wiele z nich prowadzi swoją działalność w zakresie kilku różnych procesów biznesowych jednocześnie. Liderami są centra świadczące usługi z obszaru:

- IT (odpowiedzialne za utrzymywanie istniejących systemów oraz tworzenie nowych rozwiązań informatycznych),
- finansów i księgowości (prowadzenie rachunkowości podzielonej na wąskie specjalności, jak zobowiązania, należności, księga główna, podatki, część analityczna i raportowanie), a także
- obsługi klienta (zbieranie zgłoszeń, rozwiązywanie problemów, odpowiadanie na potrzeby klientów w trybie 24/7).

Łącznie, wymienione powyżej kategorie generują ponad 75% zatrudnienia w sektorze (rysunek 2).



Rysunek 2. Obsługiwane kategorie biznesów w ramach centrów usług w Polsce za rok 2016

Źródło: Opracowanie własne na podstawie J. Górecki, K. Gurszyńska, Ł. Karpiesiuk, M. Polkowski, Sektor... op. cit., s. 28.

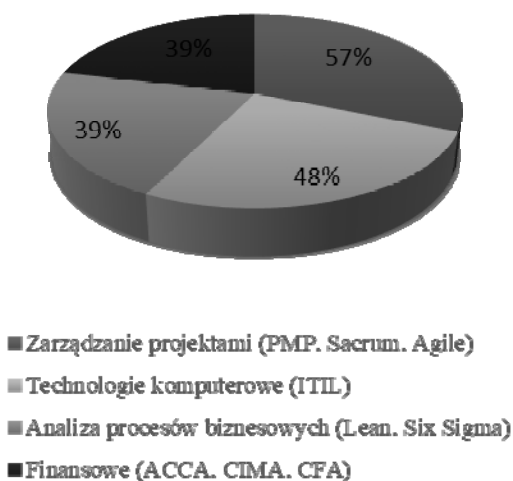
Rodzaje procesów obsługiwanych w ramach centrów w dużej mierze uzależnione są od potrzeb spółki macierzystej oraz kraju, w jakim jest ona zlokalizowana. Polscy specjaliści najczęściej wspierają firmy o kapitale lokalnym, amerykańskim, niemieckim, francuskim, brytyjskim, nordyckim, a także azjatyckim. Wynika to nie tylko z uwarunkowań geograficznych i komunikacyjnych, ale przede wszystkim z dostępności wysoko wykwalifikowanej kadry na polskim rynku pracy. Jednym z głównych atutów polskich specjalistów jest dobra znajomość języków obcych pożądaných przez pracodawców. Pod tym względem polscy kandydaci na pracowników prezentują wyższe umiejętności niż inni. Co trzeci Polak deklaruje znajomość przynajmniej jednego języka obcego, zaś pozostałych zakwalifikować można jako poliglotów, posługujących się minimum dwoma językami obcymi.¹⁵ W badaniu Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych na temat najbardziej pożądaných biznesowo języków w roku 2017, wzięli udział przedstawiciele 180 centrów w Polsce. Poza najbardziej popularnym językiem

¹⁵ U. Krassowska (red.), Znajomość języków obcych, Raport TNS Polska, Warszawa 2015, s. 2-3.

angielskim, którego znajomość staje się z roku na rok coraz większym standardem na rynku pracy, badanie wskazało na kilka innych języków obcych o kluczowym znaczeniu dla pracodawców. Należą do nich głównie: niemiecki, francuski, języki nordyckie, niderlandzki i portugalski¹⁶.

Kolejną ważną kwestią specjalizacja/usługą świadczoną przez centra usług są programy badawczo – rozwojowe R&D (Research & Development). Ich zainicjowanie i prowadzenie w Polsce, stanowi dowód wysokich kompetencji polskich specjalistów, co z roku na rok zwiększa liczbę takich inicjatyw dostępnych na polskim rynku pracy. Podstawowym celem takich programów jest utrzymywanie przewagi konkurencyjnej – zarówno poprzez powiększanie zasobów wiedzy jak i technologii. Zgodnie z danymi zamieszczonymi w *Przeglądzie...*, wśród centrów istniejących na naszym rynku, około 40% prowadzi taką działalność.¹⁷ Zakres programów skupia się głównie wokół zagadnień IT, motoryzacji czy elektroniki, np. w takich firmach jak Samsung, ABB, Alcatel – Lucent bądź Delphi.

Poza szkoleniami wdrożeniowymi oraz treningami umiejętności miękkich (jak komunikacja, inteligencja emocjonalna, zarządzanie czasem, umiejętności negocjacyjne, liderskie, coaching, etc.) organizacje kładą nacisk na szkolenia tzw. kompetencji „twardych” (rysunek 3).



Rysunek 3. Szkolenia oferowane pracownikom centrów usług wspólnych w Polsce za rok 2016

Źródło: Opracowanie własne na podstawie J. Górecki, K. Gurszyńska, Ł. Karpiesiuk, M. Polkowski, Sektor... op. cit., s. 37.

Należy w tym miejscu także dodać, iż część pracodawców rozwija ponadto nie tylko własne portfolio biznesowe, ale wspiera także rozwój swoich pracowników, czyniąc ich profile kompetencyjne jeszcze bardziej unikalnymi i wyspecjalizowanymi na polskim rynku pracy.

¹⁶ J. Górecki (red.), Sektor... op. cit., s. 18.

¹⁷ Przegląd... op. cit., s. 10.

Rozwoju centrów usług a wzrost miejsc pracy w innych branżach

Rosnąca konkurencja o talenty między centrami generuje także nowe miejsca pracy w ramach tych organizacji, które wspierają działania ośrodków na co dzień, np. agencji rekrutacyjnych. Zgodnie z danymi Krajowego Rejestru Agencji Zatrudnienia na dzień 1 stycznia 2016 roku, liczba zarejestrowanych agencji wynosiła ponad 6000 tysięcy.¹⁸ Według danych portalu *kariera.pl*, w połowie sierpnia 2017 roku, liczba zarejestrowanych agencji wzrosła już do 8400 tysięcy.¹⁹ Coraz więcej organizacji, a szczególnie centrów usług wspólnych, korzysta ze wsparcia rekruterów, przeprowadzających zewnątrz i samodzielnie cały proces rekrutacji. Zgodnie z definicją Mc Kenna, rekrutacja przy wsparciu dostawcy zewnętrznego to proces, który polega na zidentyfikowaniu a następnie wzbudzeniu zainteresowania określonej grupy docelowej pewnymi rolami/stanowiskami w ramach organizacji klientów.²⁰

Cechą charakterystyczną rekrutacji dla takich podmiotów, jak centra usług wspólnych, jest ich masowość. Oznacza to, że w tym samym czasie, pracodawca poszukuje kilkunastu – kilkudziesięciu nowych pracowników o zbliżonych kwalifikacjach, często na podobne bądź takie same stanowiska, np. tworząc nowy 10 – osobowy zespół specjalistów odpowiadających za konkretny obszar. Bardzo często organizacje, szczególnie takie, które dopiero tworzą swoje struktury na rynku, nie są w stanie samodzielnie zaadresować takich potrzeb. Wówczas zlecają projekty zewnętrznym agencjom rekrutacyjnym a wykwalifikowani w danej dziedzinie konsultanci, w imieniu firmy docierają do najlepszych specjalistów na rynku, prowadzą cały proces i udzielają klientowi porad, np. w zakresie mediany wynagrodzeń.

Poza umową formalną, agencje te podpisują również tzw. zobowiązanie etyczne – co oznacza, iż nie będą m.in. angażować pracowników firmy klienta w żadne procesy rekrutacyjne prowadzone ze swojego ramienia, zaś, jeśli w przeciągu 6 miesięcy zatrudniony kandydat zrezygnuje z podjętej pracy, zobowiązują się do darmowego znalezienia nowej osoby na to miejsce, np. w przeciągu 1 miesiąca.²¹ Dlatego też, rosnące zatrudnienie w obszarze SSC wpływa na wzrost zatrudnienia w sektorze agencji rekrutacyjnych – rynek dostosowuje się bowiem i odpowiada w ten sposób na własne zapotrzebowanie.

Pozytywny wpływ wzrostu liczby m.in. centrów usług wspólnych odczuwalny jest także na rynku nieruchomości. Deweloperzy, chcąc nadążać za potrzebami rynkowymi, inwestują w tworzenie nowych powierzchni biurowych, kreując w ten sposób kolejne miejsca pracy. Zgodnie z danymi ABSL za rok 2016, w samej Warszawie sektor usług dla biznesu wygenerował łącznie około 60% całkowitego wolumenu najmu. Powierzchnia biurowa w budowie wyniosła natomiast 1 500 000 m² za rok 2016 w całym kraju.²²

Centra przewidują także specjalne udogodnienia dla osób niepełnosprawnych, m. in. należą do nich specjalne miejsca parkingowe, wyposażenie budynków umożliwiające swobodne przemieszczanie się po biurze, a także specjalnie przygotowane miejsca pracy

¹⁸ www.stor.praca.gov.pl dostęp 10.11.2017

¹⁹ <https://www.kariera.pl/artykuly/polski-rynek-hr-wart-juz-7-mld-zlotych/> dostęp 11.11.2017

²⁰ E. Mc Kenna, N. Beech, Zarządzanie zasobami ludzkimi, Wydawnictwo PWE, Warszawa 1998, s. 83.

²¹ J. Woźniak, Rekrutacja. Teoria i Praktyka, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2013, s. 121.

²² J. Górecki (red.), Sektor... op. cit., s. 40.

i toalety. Dodatkową zachętą pozostaje również elastyczny czas pracy, dodatkowe dni wolne bądź możliwość pracy z domu, dodatkowe przerwy w ciągu dnia oraz bieżące wsparcie ze strony pozostałych pracowników.²³

Sektor usług biznesowych bardzo często nawiązuje współpracę z uczelniami wyższymi, przede wszystkim, w celu pozyskiwania przyszłych pracowników wśród studentów i absolwentów. Przedstawiciele biznesu oraz departamentów HR goszczą na uczelniach podczas konferencji, Dni Kariery, Dni Otwartych, przygotowując bezpłatne treningi, sesje, szkolenia czy kursy dla studentów i absolwentów, a w niektórych przypadkach, całe programy stażowe oraz projekty badawcze w ramach swoich organizacji. Dodatkowo, niektóre firmy, jak krakowskie Capgemini prowadzą programy ambasadorskie z możliwością odbycia płatnych praktyk.²⁴ W efekcie, pracodawcy sami kreują dojrzały oraz w pełni rozwinięty rynek pracy, który oferuje dostęp do specyficznych, a często niszowych kompetencji, co wykorzystują kolejne nowopowstające centra usług wspólnych w Polsce.

Podsumowanie

Powołanie i funkcjonowanie Centów Usług Wspólnych w znacznej mierze do końca 2015 r. dotyczyło organizacji międzynarodowych w sektorze prywatnym. Zakres i skala ich działań miały charakter dynamiczny. Na tle rozwiązań prawnych przyjętych przez ustawodawcę możliwość utworzenia takiego podmiotu od 2016 r. otrzymały także jednostki samorządu terytorialnego. Jednakże formy te charakteryzują się odmiennością.

Na tle przeprowadzonych analiz, Centra Usług Wspólnych tworzone przez sektor biznesowy można wysnuć wniosek, iż skuteczne zarządzanie i optymalizacja kosztów dla organizacji przyczynia się m.in. do wzrostu liczby miejsc pracy. Dotyczy to szczególnie tych obszarów, które są konkurencyjne wobec innych. Ich przewaga dotyczy głównie aspektów lokalizacyjnych, dostępności wykwalifikowanej i mobilnej kadry a także odpowiedzialnej współpracy rekrutacyjnej. Sektor publiczny w Polsce, ze względu na specyfikę swojego funkcjonowania i przesłanki związane z realizacją potrzeb społecznych (wiele z nich nie generuje żadnych dochodów) poszukuje optymalnego modelu zarządzania wydatkami. Przez wzgląd na to, iż w budżetach samorządowych nie są notowane kategorie: straty i zysku, a relacja dochodów i wydatków, Centra Usług Wspólnych przyczynić się mają do ich sprawnego funkcjonowania.

Bibliografia

Błaszowska M., Shared Services Center. Korzyści nie tylko dla dużych organizacji?, *Controlling i Rachunkowość Zarządcza* 4/2018 <https://www.controllingirachunkowosc.pl/autorzy/monika-blaszkowska> dostęp 19.10.2018

Górecki J., Gurszyńska, K., Karpiesiuk Ł., Polkowski M., Sektor Nowoczesnych Usług Biznesowych w Polsce 2016, Raport ABSL, Warszawa 2016, s. 9 i n. https://absl.pl/wp-content/uploads/2016/10/Raport_ABSL_2016_PL.pdf dostęp 09.10.2018

Górecki J. (red.), Sektor Nowoczesnych Usług Biznesowych w Polsce 2017, Raport ABSL, Warszawa 2017

²³ J. Górecki, K. Gurszyńska, Ł. Karpiesiuk, M. Polkowski, Sektor... op. cit., s. 38.

²⁴ Ibidem, s. 42

Hauke-Lopes A., Proces tworzenia centrum usług wspólnych na przykładzie grupy Euroflorist, *Studia Oeconomia Posnaniensia* 2018, vol. 6, no 4.

Mc Kenna E., Beech N, Zarządzanie zasobami ludzkimi, Wydawnictwo PWE, Warszawa 1998,

Kozak M., Rozwój sektora nowoczesnych usług dla biznesu w Polsce, *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej, Zarządzanie* Nr 28 t. 1 (2017)

Krassowska U., (red.), Znajomość języków obcych, Raport TNS Polska, Warszawa 2015

Przegląd 300 międzynarodowych centrów usług: definicje, segmentacja, zatrudnienie, planu i prognozy, Biuro Badawczo-Analityczne DiS, Warszawa 2008, www.paiz.gov.pl/files/?id_plik=10380 dostęp 10.11.2018

Richter P. C., i Brühl, R., Shared service center research: A review of the past, present, and future. *European Management Journal*, 35(1) (2017)., <https://doi.org/10.1016/j.emj.2016.08.004>

Szukalski S. M., Procesowe i organizacyjne innowacje w Centrach Usług Wspólnych, *Acta Universitas Lodziensis, Folia Oeconomia* 268, 2012

Ustawa z dnia 25 czerwca 2015 r. o zmianie ustawy o samorządzie gminnym oraz niektórych innych ustaw, Dz.U. z 2015 r., poz. 1045

Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym, Dz. U. 1990, Nr 16 poz. 95 tj. Dz. U. z 2018 r. poz. 994, 1000, 1349, 1432

Wodecka – Hyjek A., Outsourcing i co-sourcing jako formy współpracy dostawcy i odbiorcy usług, *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej*, nr 670, Kraków 2005

Woźniak J., Rekrutacja. Teoria i Praktyka, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2013.

Pozostałe źródła:
www.stor.praca.gov.pl **dostęp 10.11.2017**
<http://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/1,35771,19539494,szwajcarski-bank-ubs-zatrudnia-po-cichu-otwiera-nowe-biuro.html?disableRedirects=true> dostęp 10.11.2017.
<https://www.kariera.pl/artykuly/polski-rynek-hr-wart-juz-7-mld-zlotych/> dostęp 11.11.2017

Summary

The aim of the article was to present the specificity, scope and scale of operation of Shared Service Centers in Poland. It is a cost-rationalizing entity, created mainly by international organizations operating in the sphere of business. The article defines the main determinants of the location of these units and the types of services provided as part of the Centers. In addition, there was also indicated a dependence on the development of shared service centers and the increase in the number of jobs in other industries.

Key words: Shared Services Center, costs, rationalization.

Informacje o autorze:

Dr inż. Anna Milewska

Katedra Finansów

Wydział Nauk Ekonomicznych

e-mail: anna_milewska1@sggw.pl

ORCID: 0000-0003-4776-6049

Kamila Musiał

**Instytut Zootechniki Państwowy Instytut Badawczy, Zakład Systemów i Środowiska
Produkcji**

Wiesław Musiał

**Uniwersytet Rolniczy w Krakowie, Instytut Ekonomiczno-Społeczny, Zakład
Ekonomiki i Organizacji Rolnictwa**

Mimikra jako przykład decepcji w przyrodzie a przejawy oszustwa w ekonomii - wybrane problemy

MIMICRY AS AN EXAMPLE OF DECEPTION IN NATURE AND EXPRESSIONS OF FRAUD IN ECONOMY

W opracowaniu podjęto próbę poszukiwania i objaśnienia analogii pomiędzy uniwersalizmem zjawiska decepcji w przyrodzie i oszustwa w sferze ekonomii. W obydwu obszarach analizy, zjawisko to najczęściej przyjmuje formę mimikry obronnej lub agresywnej. Do wykształcenia złożonych form oszukiwania, czy zwodzenia w świecie zwierząt doprowadziło rozpowszechnienie modelu drapieżca-ofiara, który poprzez maskowanie się lub udawanie kogoś innego, miał zapewnić ochronę przed atakiem lub taki atak ułatwić. W ekonomii można natomiast spotkać postawy przybierające postać mimikry, a więc analogicznego do przyrody kreowania się na kogoś innego, poprzez oszukańcze strategie stosowane przez różnorodnych wyzyskiwaczy, żerujących na naiwności stereotypach i automatyzmach ludzkich reakcji. Najczęściej są one spotykane w sferze marketingu, przybierając bardzo profesjonalne i wyrafinowane formy postaw marketerów i podmiotów przez nich reprezentowanych. Można tam dostrzec pewien symetryzm i analogie postępowania w zakresie odnoszenia indywidualnych korzyści kosztem innych.

Słowa kluczowe: mimikra, przyroda ożywiona, oszustwo, ekonomia

Wstęp

Różnorodne organizmy, takie jak zwierzęta, rośliny, a nawet bakterie są w stanie skutecznie wprowadzać w błąd inne formy żywe, nie wyłączając człowieka. Decepcja w naturze jest zjawiskiem ubikwistycznym, co według terminologii przyrodniczej oznacza, że może występować w każdym dostępnym środowisku, „wszędobylskim”. Wyraża się ona w ukształtowanym na drodze ewolucji konkurowaniu pomiędzy sobą osobników różnych gatunków o zastane zasoby środowiska. Także człowiek stanowiący część przyrody, z powodzeniem rozwinął taką umiejętność. Decepcją, czy też oszustwem w ujęciu ekologicznym nazywamy taki typ oddziaływań pomiędzy podmiotami, a zatem osobnikami wchodzącymi w interakcje, który jest korzystny dla sprawcy danego aktu, natomiast szkodliwy dla jego odbiorcy. Zwykle wymaga on wystąpienia trzech podstawowych elementów: sygnału niosącego fałszywe informacje, nadawcy takiego sygnału czerpiącego korzyść z zaistniałej interakcji oraz odbiorcy na ogół ponoszącego straty. Przyroda uprawia sztukę zwodzenia na różne sposoby i obfituje w

„przebierańców” starających się wprowadzić w błąd wszystkie możliwe zmysły, przez co wiele takich działań wciąż jeszcze czeka na rozszyfrowanie i zrozumienie. W naukach przyrodniczych wiedza dotycząca decepcji oparta jest głównie o znajomość społecznych zachowań zwierząt oraz mechanizmów ich ewolucji, co umożliwia wyjaśnianie szeregu zjawisk obserwowanych w ich życiu, w tym szeroko rozpatrywanej mimikry. Jest ona swoistą mistyfikacją, której celem jest zapewnienie lepszego dostosowania się organizmów do stale zmieniających się warunków środowiska [12, 13, 19, 23].

Według Oczak [27], w zakresie postaw ludzkich decepcja jest konstruktem szerokim, najczęściej definiowanym przez badaczy jako celowe niepełne lub błędne informowanie strony biorącej udział w interakcji. Z kolei Pittenger [30], jest zdania że refleksja wokół problematyki „decepcji” powinna dotyczyć m.in. znaczenia nieprawdziwej informacji zwrotnej oraz rodzaju informacji, które zostały zatajone, co znajduje odzwierciedlenie także w ujęciu ekologicznym. Oznaczać ona może także celowe zatajanie niektórych informacji, które mają szkodliwe następstwa indywidualne lub społeczne, w tym także mieszczące się w sferze ekonomii. Człowiek jest organizmem zaliczanym do królestwa zwierząt, który wykazuje wybitne zdolności do uczenia się, przewyższając pod tym względem wszystkie pozostałe ssaki. Wynika to z wykształcenia niezwykle przydatnej umiejętności, która polega na szybkim analizowaniu i ocenie interakcji z innymi osobnikami, co także istotnie rozszerzyło sposoby różnych form manipulacji i decepcji. Być może także uważna obserwacja świata zwierząt, niegdyś m.in. w celach myśliwskich pozwoliła ludziom odnaleźć analogie do stosowania strategii oszustwa.

Ponadto na drodze swej ewolucji człowiek skutecznie nauczył się poszukiwać społecznej akceptacji dla takich aktów nieuczciwości, które na większą lub mniejszą skalę towarzyszyły ludzkości od zarania dziejów, w tym również niewątpliwie wywarły wpływ na rozwój cywilizacji. Także obecnie niemal powszechnym zjawiskiem w społeczeństwie ludzkim jest oszukiwanie i bycie oszukiwanym na różnych poziomach życia. Jest to uwarunkowane możliwością odniesienia korzyści, zwłaszcza w sytuacjach, gdy od umiejętności zwodzenia może zależeć przetrwanie lub zwiększenie dostosowania jednostki, wyrażające się chociażby w bogaceniu się i uzyskiwaniu przewagi nad innymi. Zatem oszustwo jest obok altruizmu jedną z dwóch podstawowych postaw społecznych, o wręcz fundamentalnym znaczeniu przystosowawczym. Dlatego też zrozumienie, a następnie manipulowanie takimi kwestiami miało istotny wpływ dla rozwoju naszego gatunku. Na takiej podstawie można wysunąć tezę, że przyroda może być świetną inspiracją dla badania metod, czy strategii decepcji, czy też różnych form oszustwa znanych z teorii i praktyki nauk ekonomicznych [24, 25].

Odniesienia do decepcji widoczne są w różnych dyscyplinach naukowych, a problem ten jest rozpatrywany zarówno ogólnie, np. w filozofii Kanta, jak i bardziej szczegółowo przez takie dziedziny wiedzy jak etyka, psychologia i socjologia. Istnieją tam wyraźne nawiązania zarówno do samej istoty „oszustwa” oraz jego przejawów, jak też kulturowych elementów „zaufania” społecznego [39, 40]. Według Wilsona [47], badanie różnych postaw społecznych w obrębie wszystkich organizmów żywych, w tym także człowieka, sprowadzane jest do jednolitej zbiorowości poddawanej analizie i ocenie. W teorii tej, człowiek traktowany jest jako kolejny gatunek zwierząt, którego rodzaje postępowania bardziej przypisywane są mechanizmom dziedziczenia, niż

efektom oddziaływania kultury na jednostkę. Cechy natury ludzkiej zdefiniowane zostały podobnie przez M. Keynsa, który zastosował określenie „zwierzęcy instynkt”, wskazujące na mocne osadzenie człowieka w zwierzęcej naturze, jako pozostałości po naszej ewolucyjnej przeszłości, przy założeniu że „dzikość nas nie opuściła”. Mieszczą się tu zarówno nieprzewidywalne ludzkie popędy jak i nieraz z pozoru nieracjonalne działania [34].

Na poziomie rozważań ekonomicznych termin oszustwo określa wiele pojęć, są to m.in. akty nieuczciwości jednostek wchodzących w interakcje ekonomiczne, w tym nieuczciwa konkurencja wynikająca np. z porozumienia pomiędzy stronami, a zatem ze zмовы [9]. Z kolei w nowszym spojrzeniu na zjawisko deceptions, rozpatrywanym przez Akerlof'a i Shillera [1], jego mechanizmy i skutki oceniane są poprzez jej wpływ na życie gospodarcze, społeczne oraz polityczne. Dla wyjaśnienia tego fenomenu, autorzy stosują aparaturę pojęciową przynależną do ekonomii behawioralnej i psychologii społecznej. Ich zdaniem w procesie badawczym nad oszustwem istotne są odniesienia do sfery marketingu, w tym swoiste narracje „wszczepiane ludziom przez marketerów, specjalistów od reklamy, czy różnych propagandystów”.

Celem opracowania było poszukiwanie analogii pomiędzy zjawiskiem mimikry, jako strategii zapewniającej lepsze dostosowanie do środowiska i w efekcie przeżycie różnych gatunków zwierząt, a wybranymi aspektami oszustwa w sferze ekonomii. Zjawisko to zostało przełożone na środowisko ekonomiczne ukształtowane przez człowieka, funkcjonującego w społeczeństwie, w tym w systemach gospodarczych, czy instytucjach opisywanych poprzez nauki ekonomiczne. Zachowania takie wykazują wielopostaciowy charakter oraz wielkość i różnorodność uczestniczących w nich podmiotów i stron. W opracowaniu analogie ze świata przyrody, w postaci strategii stosowanych przez zwierzęta, odnoszono do nieuczciwych postaw biznesowych, w tym strictly ekonomicznych i marketingowych.

Zakres pracy i metodyka

W opracowaniu o charakterze przeglądowym analizowano wybrane aspekty uniwersalizmu zjawiska oszustwa, czy też deceptions, które odnosi się zarówno do zachowań zwierząt, jak i do postaw ludzkich. Poprzez oszustwo rozumie się świadome wprowadzenie w błąd uczestnika takiej interakcji, w celu czerpania korzyści i realizacji własnych egoistycznych zamiarów, co często wiąże się ze stratą dla odbiorcy takiego aktu, jest zatem zachowaniem podstępным, kłamliwym [18]. Mimikra to przystosowanie ochronne występujące u różnych zwierząt, polegające na upodabnianiu się zwierząt bezbronnych do zwierząt zdolnych do obrony, np. jadowitych, lub upodobnianiu się do siebie różnych gatunków zwierząt zdolnych do obrony, poprzez przybranie ich kształtu, barwy, czy nietypowego zachowania. Jest zatem swoistą formą oszukiwania potencjalnego przeciwnika żyjącego, w tym samym środowisku. Taka deceptions w naturze jest szczególnie częsta w świecie zwierząt, gdzie rozpatruje się ją na dwóch podstawowych poziomach, jako mimikrę obronną, której celem jest uniknięcie drapieżcy oraz mimikrę agresywną, polegającą na maskowaniu się celem łatwiejszego pochwylenia ofiary. Zalicza się tu także zjawisko mimetyzmu, tj. umiejętności maskowania się osobników, pełniącego w istocie te same funkcje co mimikra [28, 42, 45]. W takim procesie zawsze uczestniczą trzy nieredukowalne przedmioty: naśladowca,

model oraz tzw. operator. Naśladowca tworzy zespół cech, upodabniających go do określonych elementów otoczenia, a zatem do modelu. Ma to utrudnić innej formie żywej, tj. operatorowi - potencjalnemu agresorowi prawidłowe rozpoznanie naśladowcy, a zatem ma go wprowadzić w błąd. W tym procesie naśladowca, poprzez określone formy zachowania lub budowanie upodobień strukturalnych, dąży do zdezorientowania, a więc wprowadzenia w błąd operatora - agresora. Istotne jest także, że wybór modelu nie jest przypadkowy, ale wyraźnie skorelowany z biologią operatora [6, 12, 32, 43, 48].

Oszustwo w sferze ekonomii ma wiele postaci i bogactwo treści. Różne mogą być także podmioty uczestniczące w takim procesie i to zarówno po stronie oszukującego jak też i oszukiwanego. Mogą to być podmioty gospodarcze oszukujące się wzajemnie poprzez stosowanie różnych form decepcji, np. korporacje, banki czy firmy, jak i osoby fizyczne w sposób nieuczciwy „grające” o różnorakie korzyści, w tym np. najrozmaitsze formy oszukańczych postaw stosowanych w sferze marketingu. W opracowaniu przyjęto symetrycznie opis wybranych rodzajów podstępnych działań i mistyfikacji wykorzystywanych przez różne zwierzęta, jak również pokretnych postaw człowieka, uwidaczniających się w sferze ekonomii. Symetryzm prowadzonych analiz oznacza, że do mimikry obronnej i agresywnej, które w przyrodzie są strategiami zwodzenia przeciwnika, odniesiono pojęcie oszustwa w ekonomii, na przykładzie szczególnych poczynań i relacji firm oraz konsumentów. Poszukiwano analogii w ich zachowaniu, zwłaszcza w budowie dominacji na rynku, w tym poprzez różnorodne działania marketingowe. Metoda analogii posłużyła zatem jako sposób poznawania i analizy obserwowanych zjawisk, w oparciu o założenie, że nauki przyrodnicze mieszcząc w sobie wiele dziedziczn poznawania, są starsze i bardziej zaawansowane metodycznie w zakresie opisu procesów i struktur niż nauki ekonomiczne [23, 26].

Ograniczanie analiz do decepcji obronnej i agresywnej wynika z niewielkich rozmiarów opracowania, z zachowaniem świadomości istnienia rozległego obszaru obserwacji i opisu określonych postaw. Pomimo, że według Stachaka [35] analogia należy do niepewnych metod rozumowania, to jednak sposób ten może być twórczy i wносить do badań wątek interdyscyplinarności oraz uniwersalności wyrazu i ocen. Analogia oparta jest tutaj o poszukiwanie podobnych relacji pomiędzy podmiotami analiz lub stosowanie tych samych schematów w zakresie postaw i ich spodziewanych następstw. O ile w świecie przyrody opisy zachowań zwierząt odnoszono do konkretnych rodzajów lub nawet gatunków, to jednak w sferze ekonomii podawane przykłady, ze zrozumiałych względów (zwłaszcza prawnych) potraktowano anonimowo.

Poszukiwanie symetryzmu dla zjawiska decepcji w przyrodzie oraz oszustwa w ekonomii

W świecie ożywionym do uniwersalizmu zjawiska mimikry doprowadziło rozpowszechnienie modelu drapieżca-ofiara. Objawia się on tym, że obecność drapieżników wpływa na wykształcanie różnych przystosowań u organizmów będących ich potencjalnymi ofiarami. Jednym z przykładów takiej decepcji, szeroko określanej jako mimikra obronna, jest wykorzystanie strategii polegającej na byciu nieprzydatnym dla drapieżnika, poprzez postawienie na bycie niejadalnym. Można to uzyskać dzięki wykształceniu obrony chemicznej w postaci jadów i trucizn, które są niegroźne dla

produkującego je organizmu, a śmiertelne dla drapieżnika. Takie zjawisko obserwowane jest m.in. wśród niezwykle jaskrawo ubarwionych, trujących żab południowo-amerykańskich oraz pewnych gatunków ptaków z rodzaju *Pitohui*, występujących w lasach równikowych Nowej Gwinei. Istotnym elementem jest tu postawienie na wykształcenie cech sygnalizujących niejadalność potencjalnej ofiary, poprzez charakterystyczny wygląd i zapach, określane jako *cechy aposematyczne*.

Pomimo, że jak podają różni badacze, drapieżcy szybko uczą się rozpoznawać i unikać organizmów o takich właściwościach, proces ten przy okazji doprowadził do wykształcenia innej, interesującej adaptacji nazywanej *mimikrą müllerowską*. Polega ona na upodabnianiu się do siebie osobników różnych niebezpiecznych lub niesmacznych gatunków, zamieszkujących ten sam obszar, co ma zwiększyć szansę tych zwierząt na przeżycie w obliczu ewentualnego ataku drapieżcy [5, 45]. Innym przystosowaniem, a zarazem wyrafinowanym oszustwem jest strategia nazywana *mimikrą batesjańską*, występująca wówczas, gdy bezbronne gatunki udają formy posiadające mechanizmy obronne. Ta forma mimikry jest szczególnie często spotykana u różnych owadów, zwłaszcza wśród motyli. Jej skuteczność polega na tym, że gdy dwa gatunki są podobne, drapieżnik będzie je ze sobą mylił i zanim nauczy się je wreszcie odróżniać, zginie mniejszy procent osobników obu gatunków. Ponieważ obydwie strony korzystają na tym podobieństwie, nie ma jasnego podziału na oryginał i naśladowcę, choć jest on wyraźniejszy, gdy jeden z gatunków występuje rzadziej od drugiego, niż gdy mają zbliżoną liczebność [21, 22, 45, 46].

Odrębny rodzaj mimikry obronnej stanowi zjawisko *mimetyzmu*, polegające na zdolności do maskującego upodabniania się wyglądem do otoczenia, dzięki czemu zwierzę zyskuje dodatkową ochronę przed naturalnymi wrogami. Nierzadko stanowi to wizualnie perfekcyjną ułudę. Strategia taka jest niezwykle rozpowszechniona u różnych grup systematycznych, m.in. pośród owadów czy ryb i dotyczy gatunków u których plan budowy ciała podporządkowany jest funkcji ukrycia się przed okiem drapieżnika. Mimetyzm może polegać na upodabnianiu się niektórych gatunków zwierząt kształtem, barwą lub deseniem na powierzchni ciała, do otaczającego środowiska lub do innych organizmów. Daje to szansę na uniknięcie szkodliwych i niebezpiecznych dla nich kontaktów z innymi organizmami, poprzez „podawanie się za kogoś innego”. Mimetyzm obserwowany jest głównie u owadów, które mają zdolność upodabniania się do elementów otoczenia barwą oraz kształtem. Przykładem jest *zjawisko homochromii*, polegające na przybieraniu przez zwierzę barwy podłoża, co może zapewnić bezpieczne schronienie przed drapieżnikami. Tego typu rozwiązania stosują np. gąsienice ćmy kapturnicy byliczanki, które ze względu na barwny wzór na ciele bardzo trudno odróżnić od pędów rośliny na której żerują, a zatem od bylicy. Owady wprowadzają w błąd napastnika w jeszcze inny sposób, niektóre motyle posiadają wzory barwne na ciele, imitujące głowę lub oczy. Skrajnym przykładem jest tropikalny motyl z Trynidadu i Tobago, *Dynastor darius darius*, który po przeistoczeniu się w poczwarkę zaczyna przypominać wyglądem węża. Ogólnie pojęcie mimetyzmu należy rozumieć w szerokim zakresie, gdyż obejmuje nie tylko przystosowanie ochronne potencjalnych ofiar, lecz również maskowanie się drapieżników czatujących na potencjalne zdobycze [28, 42, 45].

Odwrotną strategię stosują zwierzęta używające mimikry agresywnej, uznawanej za majstersztyk przewrotności, która także jest bardzo rozpowszechniona w świecie

organizmów żywych. Dla nich kamuflaż i decepcja służą nie uniknięciu drapieżcy, lecz skuteczniejszemu schwytaniu ofiary. W tej formie decepcji drapieżnicy używają różnych sygnałów podobnych do niegroźnych modeli, dzięki czemu nie zostają rozpoznani przez ofiarę. Niekiedy drapieżca upodabnia się pod określonym względem do swej ofiary, co można obserwować u samicy jednego z drapieżnych świetlików z Ameryki Północnej z rodzaju *Photuris*. Wabia one, a następnie pożerają męskie osobniki innych rodzajów świetlików, np. z rodzaju *Photinus*. Jest to możliwe ponieważ gody u świetlików odbywają się nocą i warunki zewnętrzne sprawiają, że poszczególne gatunki nie mogą rozpoznać się na podstawie cech morfologicznych, a jedynie poprzez sygnały świetlne charakterystyczne dla danego rodzaju. Jest to oczywiście świetną okazją do zastosowania jakiegoś mechanizmu decepcji. Samice *Photuris* wykonują świetlne wzory imitujące sygnały godowe samic robaczek świętojańskich należących do tego drugiego rodzaju, przez co są w stanie oszukać i przyciągnąć do siebie odpowiednie samce, które padają ich łupem. Samice te rozpoznają i posługują się sygnałami świetlnymi co najmniej dwunastu gatunków innych świetlików, przez co znaczna część ich męskich osobników jest przez nie pożerana. Wydaje się, że ich świetlne, bioluminescencyjne sygnały wyewoluowały niezależnie i w końcu zaadaptowały się do ofiary, należącej do innego rodzaju. Zatem u świetlików forma niebezpieczna, upodabnia się do tego, co dla operatora wydaje się bezpieczne, a więc do samicy jego gatunku. Upodabnianie się naśladowców do określonego modelu ponad wszelką wątpliwość służy wprowadzaniu operatora w błąd [4, 11, 12, 15, 16, 32, 36, 44].

Mistrzem decepcji jest także żyjący w Ameryce Północnej pająk z rodzaju *Mastophora*. Znany jest dzięki stosowanej przez samice unikatowej techniki łapania ofiar, polegającej na wytwarzaniu cienkiej jedwabnej nici, wyposażonej w bardzo klejące zakończenie oraz wykorzystywaniu strategii określanej jako *chemiczna mimikra agresywna*. Takie pajęczce „*femme fatale*” specjalizują się w jedzeniu ciem płci męskiej, gdy te się zbliżają pająk używa jednego odnóża, aby wirować nić wokół ofiary, aż ta zostaje oblepiona, a następnie przyciąga ćmę i pożera. W tym przypadku sygnał jest chemiczny, ponieważ pająki uwalniają mieszanki związków, które pasują składem do feromonów wytwarzanych w trakcie okresu godowego przez samice tych ciem. Może tworzyć łańcuch powiązań: ćma, agresywny pająk-mimik i fałszywe feromony. Co więcej, dokładniejsze badanie tego modelu decepcji ujawniło, że istnieje ponad 60 gatunków takich pajaków, w obrębie trzech rodzajów, a wiele potencjalnych gatunków motyli nocnych służy jako możliwa zdobycz. Pojedyncza samica takiego pajaka w ciągu jednej nocy może przyciągnąć męskie ćmy należące do więcej niż jednego gatunku [8, 10, 37, 49].

Innym przykładem mimikry agresywnej jest fortel, jaki stosują zamieszkujące pustynie USA chrząszcze z rodzaju *oleic*. Pośród traw będących typowym miejscem żerowania pszczoł, samice tych chrząszczy składają jaja z których równocześnie wylęgają się larwy. Tysiące larw zbijają się w jajowaty kłęb, tworząc coś w rodzaju jednego organizmu, przez co z daleka na żdźble trawy prezentują się jako pszczoła samotnica. Ponadto taka kolonia larw zaczyna rozsiewać substancję do złudzenia przypominającą feromony wydzielane przez samice pszczoł, co służy przyciągnięciu trutni. Kiedy zjawi się samiec, larwy rzucają się na niego i uczepiają odwłoka, zanim ten spostrzeże się, że został oszukany, wiezie już na sobie gromadę „pasażerów na gapę”. W trakcie zbliżenia z prawdziwą samicą przekaże jej niejako przy okazji larwy *oleic*, które

dzięki temu zdobędą dostęp do obficie zaopatrzonego w pokarm gniazda prawdziwej pszczoły samotnicy. Tam będą konsumować nektar, pyłek, a przede wszystkim jaja „gospodyni”. Strategia gdzie wiele organizmów upodobnia się do pojedynczego przedstawiciela innego gatunku, nazywana jest *mimikrą grupową* [33].

Przykłady mimikry u bezkręgowców mogą być mnożone bez końca, a grupa szczególnie obfitująca we wszelakie rodzaje stosowanych zabiegów decepcji są owady. Wśród kręgowców rzadziej można napotkać tego typu strategię, co wynika m.in. z niewielkiej liczby gatunków zwierząt kręgowych w stosunku do tej drugiej grupy, niemniej różne strategie oszukiwania przeciwnika stosowane są np. przez ptaki czy płazy. Z punktu widzenia człowieka istotne w tej kwestii wydaje się być przede wszystkim niedopasowanie między wizualnym światem ludzi, a światami: chemosensorycznym, słuchowym i dotykowym większości innych kręgowców i bezkręgowców. Stąd skutecznie ukrywały one przed nami wiele przejawów mimikry, a człowiek długo nie był w stanie wychwycić takich strategii. Jednak systematyczne badania informacji, które zwierzęta przekazują za pomocą tych metod sensorycznych, prawdopodobnie ujawnią szereg dodatkowych przykładów mimikry [31].

Mimikra oraz mimetyzm bardzo często występują także w sferze ekonomii, tj. w odniesieniu do gospodarstw domowych, poszczególnych konsumentów, czy też firm. W tym wydaniu jest to specyficzny sposób zachowania adaptacyjnego, kiedy określone podmioty reprezentowane m.in. przez konkretne jednostki lub ich liderów, świadomie zniekształcają przyjęte systemy wartości normatywnych, tworząc zarazem nowe, zamaskowane role społeczne, czy funkcje ekonomiczne. Biorąc pod uwagę, że społeczność ludzka ma w mierzalnym czasie źródło swego pochodzenia w świecie zwierząt, a czas ten z punktu widzenia trwania ewolucji biologicznej jest bardzo krótki, można założyć, że wiele cech zwierzęcych zostało przeniesionych bezpośrednio do populacji ludzkich, a dalej do sfery ekonomii. Zdolność do takiej mimikry jest genetycznie zaprogramowana w mózgu człowieka, ale też formuje się pod wpływem danej przestrzeni społecznej i czasowej, w której konkretna jednostka socjalizuje się i prowadzi działalność ekonomiczną i życiową. Oznacza to, że do „mimikryzacji”, a zatem naśladownictwa przyczyniają się zakodowane w nas cechy nie tylko społeczne, ale i zwierzęce, nabywane w trakcie rozwoju osobniczego. Stąd można odnaleźć jakiś sens w odwoływaniu się do oszustwa, będącego wynikiem przebiegłości, jako elementu zapewniającego łatwiejsze dostosowanie do przestrzeni społeczno-czasowej [17].

Analizując fenomen oszustwa, będącego strategią wykorzystywaną szeroko w sferze ekonomii, powstaje kwestia ukazania pokrętnych lub nieszczerých postaw różnych podmiotów, których celem jest osiągnięcie wymiernych korzyści w jakiejś przestrzeni, w sposób najłatwiejszy, najtańszy oraz najszybszy. Egoizm przedsiębiorstw lub wprost przedsiębiorców, jeśli poddamy ich personifikacji oraz chęć zysku i bogacenia się na drodze nieuczciwej konkurencji, od wieków były ważnymi lub wręcz głównymi siłami napędzającymi światową gospodarkę. Dlatego też jednostki potrafiące efektywnie lokować zarówno swój kapitał, jak i życiową energię, odnosiły sukces skuteczniej od innych [2, 3, 41]. Dzięki temu także efektywnie rosła ich siła i konkurencyjność, która według Milczarek-Andrzejewskiej [20], definiowana jest jako: „prawdopodobieństwo, że jeden z podmiotów w sieci związków społecznych zrealizuje swoją wolę, pomimo oporu innych”. Wiąże nas to wyraźnie ze światem zwierząt, a o życiu w społeczeństwie mówi się czasem jako o „ludzkiej dżungli”, gdzie można

napotkać strategię mimikry pod postaciami najróżniejszych wyzyskiwaczy, żerujących na ludzkich automatyzmach, stereotypach czy kulturze.

Różnego typu oszustów, manipulatorów czy wyzyskiwaczy stosunkowo najłatwiej odnaleźć można w sferach działalności o charakterze ekonomicznym, zwłaszcza w obszarze marketingu. Ta rozbudowana dziedzina nauki i praktyki gospodarczej wypracowała olbrzymi zasób wiedzy naukowej i potocznej odnośnie kreowania produkcji i sterowania rynkiem oraz produktami, m.in. poprzez wywołanie w konsumentach silnych mechanizmów zainteresowania i chęci posiadania. W tym zakresie można odnaleźć bardzo wiele przykładów, zarówno w literaturze przedmiotu jak też poprzez doświadczenia osobiste. Często akcje promocyjne w sklepach poprzedzone są najpierw podwyżkami cen, aby później móc je obniżyć i w podobnej cenie sprzedać towar jako tani, a więc stosowane jest oszustwo poprzez „kreowanie” tzw. okazji [29]. W takiej metodzie sprzedaży towarów, można by upatrzeć się pewnych analogii do wzorców opisujących np. strategię *mimikry batezjańskiej*, a zatem pomimo że brak jest danej cechy, osobniki lub podmioty udają, że są w nią zaopatrzone.

Niezwykle często spotykane są także różne sposoby podstępного ataku na klienta, przybierające niejednokrotnie wyrafinowane postacie manipulacji psychologicznej, których celem jest „złowienie” nabywcy. Wspomniana strategia marketingowa może się także odnosić do metody określanej jako „*fishing*”, polegającej właśnie na „złowieniu” amatora, którą w przyrodzie można by odnieść np. do zarzucania jedwabnej, z pozoru niewinnej, lecz bardzo lepkiej nici samicy pająka z rodzaju *Mastophora*. Podobnie istota „*fishingu*” sprowadza się do generowania sytuacji niekorzystnych dla biorcy aktu, z wierzchu wyglądających na niegroźne, a wręcz korzystne. Polegają one na poszukiwaniu i nakłanianiu ludzi do podejmowania decyzji niezgodnych z ich własnym interesem, lecz korzystnych dla strony manipulującej, wykorzystującej ich naiwność, łatwowierność lub brak wiedzy. Sytuację tą można także określić jako tzw. „niewinne oszustwo”, które w sferze ekonomii wskazuje na trudności w jego dostrzeganiu, instytucjonalizację, ale także jego uznanie i legalizację, co zwłaszcza odbywa się w sferze dużego biznesu korporacyjnego [7]. Wspomniane łowienie nabywcy, to zwykle zespół takich działań jak: manipulowanie, kombinacje i stosowanie „sztuczek”, co może mieć miejsce także w warunkach równowagi rynkowej. Jest tu zarówno „rybka” - ofiara, jak i przynęta (wabik), czyli przedmiot oferowany na sprzedaż. I nie chodzi o to, że w gospodarce rynkowej w sferze obrotu działają wyłącznie źli ludzie, lecz jest to cecha naszego systemu ekonomicznego. Kupujemy zatem rzeczy niekoniecznie potrzebne i zadłużamy się w bankach korzystając z bardzo dobrze przygotowanych ofert kredytowych „najlepszych” kart płatniczych, zbyt łatwo akceptując wyrafinowaną narrację marketingową. Jesteśmy często „rybkami”, które łatwo złowić, a potem wręcz je „hodować”, tak aby rosła ich wartość i jak najdłużej mogły przynosić korzyści, aby ciągle kupowały i odnawiały to dobro, które często może być po prostu zbędne.

Inny przykład stanowią strategię marketingowe, często stosowane w różnych supermarketach, polegające na rozdawaniu darmowych próbek towarów. W efekcie potencjalny klient czuje się w jakimś stopniu zobowiązany do zakupu reklamowanego produktu, jedynie z racji tego że nie wypada „być niewdzięcznikiem”. Przez to wzrasta prawdopodobieństwo, że zakupi on towar, którego wcale nie uwzględniała jego wcześniejsza lista zakupów. Można tutaj odnieść dobrze funkcjonującą w przyrodzie i opisaną w socjobiologii metodę określaną jako zasada wzajemności [47]. Efektywność

jej działania w przypadku relacji międzyludzkich wiąże się z kulturowo ukształtowaną wolą odwzięcenia się za otrzymane dobro, które tu jednak jest jedynie sprytnie zastawioną pułapką [1]. Nie jest ona w rzeczywistości niczym innym jak tylko rodzajem *mimetyzmu*, według wzoru że nasze prawdziwe intencje są niewidoczne i maskowane, zgodnie ze *zjawiskiem homochromii* znanym ze świata zwierząt. Strategia ta może także przybierać formę typową dla *mimikry agresywnej*, tym bardziej podstępnej, że *mimik* podaje się za altruistę i sprytnie zastawia pułpkę, aby zrealizować swe egoistyczne cele, a więc osiągnąć jak największy zysk.

Podobnie jak robią to niektóre gatunki zwierząt, także różni specjaliści zajmujący się np. reklamą, zwiększają sprzedaż stosując wyrafinowane sposoby manipulacji marketingowej „imitujące określone sygnały” dla potencjalnych klientów, a więc stosują mechanizm analogiczny do mimikry i mimetyzmu. Korzystając z wiedzy psychologicznej o naturze i rodzajach ludzkich zachowań warunkowanych: wiekiem, wykształceniem, wykonywanym zawodem, czy kulturą środowiska w którym żyją, korzystają oni z szerokiego instrumentarium sposobów na zdobycie klienta. Stosują w tym celu sprawdzone narracje rozbudzające pragnienia posiadania i wyróżniania się. Dotyczyć to może zarówno codziennie kupowanego chleba, „specjalnie dla nas pieczonego”, jak też samochodów, mieszkań czy domów. Szczególnie nachalny, moralnie wątpliwy, a nawet naganny jest marketing leków. Ma on długą historię, a stąd i bardzo dużo, świetnie opracowanych metod prowadzenia kampanii marketingowych. Walka toczy się o to aby dany lek, czy też paralek kupowali nie tylko chorzy, ale także osoby zdrowe, rekrutujące się np. z kręgu rodzinnego pacjenta lub jego najbliższego otoczenia. Ponadto taki farmaceutyk powinien także uzyskać refundację od Państwa, co dodatkowo zwiększy jego dostępność oraz zyski producenta, jak również być promowany przez łatwo dostępne czasopisma. Ponadto według filozofii marketerów dobrze byłoby także aby odstawienie takiego leku okazało się szczególnie nieprzyjemne, co skutecznie wydłuży czas jego zażywania [2].

Oszustwo w ekonomii ma miejsce w tych dziedzinach życia, w których pomysłowość i przebiegłość człowieka może przynieść mu korzystne, a nawet spektakularne efekty. Zwłaszcza w ekonomii Zachodu powszechnie znane są tzw. bankructwa dla zysku, będące także formą mimikry. Stanowią one zwykle wyrafinowane formy kolejno postępujących po sobie działań oszukańczych, np. poprzez: zomowę, kreatywną księgowość, wyprowadzanie pieniędzy poza firmę, tworzenie pozornych problemów kadrowych itp. Udając słabą kondycję, czy „chorobę firmy”, w rzeczywistości prowadzony jest rabunek wielu kontrahentów, dzięki czemu generowane są duże zyski dla danego podmiotu. Jest to niczym innym jak znanym z natury stosowaniem ubarwienia ostrzegawczego, które ma zniechęcić potencjalnych napastników. Nawiązuje to zatem do wykształcania przez niektóre zwierzęta tzw. *cech aposematycznych*, wskazujących na daną właściwość osobnika czy podmiotu. Metody takie w odniesieniu do firm stosowane były dość powszechnie i wydaje się, że nadal mogą być stosowane na rynku nieruchomości i firm w USA, szczególnie w okresach recesji gospodarczej [1].

Inny przykład przedstawiają firmy nie radzące sobie na rynku, borykające się z problemami finansowymi lub prawnymi, które jednak przybierają wizerunek liderów w branży. Budują one swój zwodniczy *image*, analogicznie do strategii stosowanej przez bezbronną poczwarkę wspomnianego motyla z Trynidadu i Tobago, której obroną jest

udawanie groźnego węża. Podobnie jak w przypadku motyla *Dynastor darius darius*, strategia ta służy przetrwaniu, jednak w odniesieniu do firm generuje ona także wiele dalszych konsekwencji w postaci: narażania na straty finansowe dostawców, podwykonawców i odbiorców finalnych. Praktyki takie, często spotykane są w budownictwie, zwłaszcza wśród deweloperów. Takie małe firmy bronią się, aby nadal móc pozostać na rynku, stosując również znaną wśród zwierząt *mimikrę müllerowską*, a więc upodabniają się do innych wedle zasady, że w większej grupie jednostka jest stosunkowo słabo widoczna. Odbywa się to poprzez dołączanie do sieci franczyzowych, dzięki czemu mały sklep, piekarnia, czy fryzjer może stać się częścią dużego, szanowanego i mocno reklamowanego biznesu. Dzięki temu zyskuje uznanie, zajmuje nową i lepszą pozycję na rynku, choć właściciel jest nadal relatywnie biedny, a biznes nisko opłacalny. Podmioty takie dzięki zastosowaniu strategii oszustwa mogą przetrwać, poprzez uzyskanie wsparcia lidera a klient nie wie, że ta „potęga” jego partnera rynkowego to jedynie pozory i swoista mistyfikacja. Innym przykładem mogą być obwoźni sprzedawcy, zwłaszcza prowadzący sprzedaż na targowiskach w formie jarmarcznej, którzy z reguły występują w większych grupach. Na targach, np. sobotnich, organizowanych w małych miasteczkach wystawiają i sprzedają oni podobne do innych lub tożsame towary. Wśród nich zdarzają się jednak tacy handlowcy, którzy sprzedają towar niskiej jakości lub wręcz wadliwy. Upodabniają się jednak do otoczenia stosując strategię *mimetyzmu*, bądź też wspomnianej *mimikry batesjańskiej*. Dzięki temu mogą „schować się w tłumie” i chronić, a nawet dalej rozwijać swój biznes.

Częstymi działaniami oszukańczymi w ekonomii są także przejęcia lub zawłaszczenia firm poprzez agresywne i ekspansywne grupy kapitałowe, które przygotowują, w tym celu wyrafinowane i sprawdzone praktyki biznesowe. Przykładem takich postaw może być kupno małej firmy z danej branży, celem rozpoznania stanu, potencjału i sytuacji rynkowej podobnych firm, a nawet nawiązania kontaktów partnerskich z ich liderami. W fazie drugiej następuje mniej lub bardziej podstępne ich podkopywanie i niszczenie, czyli „pożeranie” np. poprzez stosowanie metody dumpingu. Można tutaj zaobserwować pewną analogię do drapieżnych świetlików z rodzaju *Photuris*, które wysyłają błędne sygnały mające zdezorientować osobniki należące do innego rodzaju, po to aby móc je pożreć. Ten typ oszustwa można zatem odnieść do *mimikry agresywnej* w świecie zwierząt. W sferze ekonomii znanych jest wiele metod takiego „łapania ofiar”. Często bankrutujące firmy są tanio kupowane, przy czym ich bankructwem mniej lub bardziej steruje tzw. „łowca”. Następnie dzięki zatrudnieniu zdolnych managerów takie przejęte już firmy są uzdrawiane i wyprowadzane na prostą, a managerowie zaraz po tym jak już osiągną sukces rynkowy są zwalniani, a firmy wyceniane i ponownie sprzedawane. Strategia taka może być stosowana okazjonalnie, sytuacyjnie lub też stanowić stały sposób utrzymania się „biznesmenów”, działających analogicznie jak drapieżnicy w przyrodzie [14].

Kolejny przykład na występowanie takich analogii stanowią praktyki mieszczące się w sferze marketingu terytorialnego, które są wprost zapożyczone od świata zwierzęcego, gdzie małe zwierzęta poprzez swe zachowania udają duże. W zjawisku tym można dostrzec także analogie do tzw. *mimikry grupowej*, w której wiele drobnych organizmów, będzie upodabniać się do jednego dużego, jak w przypadku dużej liczby larw chrząszczy, udających pojedynczą samicę pszczoły. Zwierzęta poprzez mimikrę udają większe, silniejsze, jak również mogą dostosowywać się barwą i kształtem do

otoczenia. Sytuację tą można odnieść także np. do niektórych miast, które są mało atrakcyjne dla potencjalnych zwiedzających, ale leżą na szlaku turystycznym. Władze takiego miasta mogą stosować agresywny marketing terytorialny, oparty na promocji oraz nachalnej reklamie, lansując symboliczną „kupę kamieni” jako coś oryginalnego i godnego uwagi [38]. Takie działania podobnie jak wiele innych strategii mimikry, zwodzenia, czy wręcz akceptowanego prawnie oszustwa, oceniane są jednak negatywnie w kategoriach moralnych, przez co mogą być sprawdzalne jedynie na krótką metę.

Podsumowanie

Oszukiwanie i zwodzenie na drodze mimikry jest bardzo rozpowszechnione pośród różnych gatunków zwierząt. Stąd ważna jest świadomość istnienia możliwości ekstrapolacji pewnych strategii funkcjonujących w przyrodzie, np. do wybranych mechanizmów działania firm. Znajomość złożoności takich aktów może pomóc w osiągnięciu sukcesu, ale także w ustrzeżeniu się przed nieuczciwymi konkurentami. A zatem człowiek w swoich dążeniach do zwiększenia sukcesu ekonomicznego, np. w postaci dobrze prosperującej firmy, może uczyć się dzięki czerpaniu wiedzy ze strategii stosowanych przez najróżniejsze gatunki zwierząt, pochodzących z różnych części świata oraz grup systematycznych. Przypadki takiego zwodzenia mogą być przeniesione na poziom ludzki, zwłaszcza kiedy myślimy o intencjonalnym oszukiwaniu w odniesieniu do sfery marketingu. Pomimo, że zwierzęta działają instynktownie, w niektórych świadomych postawach ludzkich można odnaleźć analogię do ich reakcji. Być może znajomość praw rządzących przyrodą mogłaby dać podstawy dla polepszania mechanizmów działania różnych przedsiębiorstw, co jest obecnie sporym wyzwaniem m.in. dla ekonomistów, ale także psychologów oraz socjologów.

W analizowanych zjawiskach mimikry i mimetyzmu, stanowiących strategię decepcji w przyrodzie, ale także oszustwa w ekonomii, można dopatrzyć się także pewnych podobieństw w ich podłożu oraz przebiegu. Podobnie jak ludzie wychowujący się w rodzinie, szkole, czy też ujmując szerzej w społeczeństwie, zyskują kod kulturowy warunkujący ich zachowanie w otoczeniu i w świecie gospodarczym, zwierzęta uczą się od rodziców walki o pokarm i terytorium. W obydwu rozważanych grupach, w wielu formach postaw i zachowań można doszukać się zatem pewnych postaci symetryzmu, czy też analogii. W sferze marketingu wypracowano najróżniejsze, często niezwykle wyrafinowane metody zwodzenia. Niektóre koncepcje marketingowe mogą stosować połączenie kilku strategii znanych ze świata zwierząt, a zatem przyroda może być nieskończoną wręcz inspiracją dla poczynąń ekonomicznych, zarówno dla poszukiwania nowych, niestosowanych dotąd metod zwodzenia, jak i możliwości ochrony przed byciem oszukanym. Jednak o ile w świecie zwierząt dla strategii decepcji nie stosuje się odniesień etycznych, to postawy ludzkie w sferze ekonomii niewątpliwie podlegają takim ocenom. Jest to być może główna determinanta odróżniająca mimikrę w przyrodzie od oszustwa w ekonomii.

Bibliografia

Akerlof G.A., Shiller R.J. 2017. Złować frajera. Ekonomia manipulacji i oszustwa. PTE, Warszawa: XII-XV.

- Cameron R., Neal L. 2004. Historia gospodarstwa świata. Wyd. Książka i Wiedza, Warszawa: 104-131.
- Cialdini R.B. 2016. Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka. Wyd. GWP. Sopot: 20-58.
- Dawkins R., Krebs J.R. 1978. Animal signals: information or manipulation? [W:] Krebs JR, Davies N.B, editors. Behavioural ecology: an evolutionary approach. Oxford: Blackwell Scientific Publications: 282-309.
- Diamond J.M. 1975. Assembly of species communities. [W:] Ecology and evolution of communities, red. J.M. Diamond, M.L. Cody. Cambridge, M.A., Belknap Press.
- Gabriel A. J. 2017. Signals, cues and the nature of mimicry. Proc Biol Sci. 284: 1849.
- Galbraith J.K. 2004. Gospodarka niewinnego oszustwa. Prawda naszych czasów. Wyd. MT Biznes, Warszawa: 13-75.
- Gemeno C., Yeargan K.V., Haynes K.F. 2000. Aggressive chemical mimicry by the bolas spider *Mastophora hutchinsoni*: identification and quantification of a major prey's sex pheromone components in the spider's volatile emissions. J. Chem. Ecol. 26:1235-1243.
- Haffer R. 2002. System zarządzania jakością w budowie przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw. Wydawnictwo UMK. Toruń.
- Haynes K.F., Gemeno C., Yeargan K.V., Millar J.G., Johnson K.M. 2002. Aggressive chemical mimicry of moth pheromones by a bolas spider: how does this specialist predator attract more than one species of prey? Chemoecology. 12: 99-105.
- Horn D.J. 1978. Biology of insects. W.B. Saunders Company, Philadelphia, London, Toronto.
- Koszteln J. 2005. Zjawisko mimikry a problem decepcji. Philosophia vitam alere. WSF-P Ignatianum", Wyd. WAM, Kraków: 277-303.
- Kośmicki E. 1994. Socjobiologia - nauka o społecznych zachowaniach zwierząt i człowieka. Uwagi na marginesie książki Eckarta Volanda. Przegląd Antropologiczny. 57(1-2): 107-112.
- Kubiczek A. 2015. Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy. Czasopismo Uniwersytetu Rzeszowskiego. 42(2): 266-280.
- Lloyd J. 1975. Aggressive mimicry in *Photuris* fireflies: signal repertoires by femmes fatales. Science. 187(4175): 452-453.
- Lloyd J.E. 1981. Mimicry in the sexual signals of fireflies. Scientific American. 245(1): 110-117.
- Lobanova A. 2014. Mimikra społeczna w sferze nauki: treść i formy jej przejawiania się. Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Seria: Organizacja i Zarządzanie. 72: 115-124.
- Mały słownik języka polskiego 1997. PWN Warszawa: 584.
- Maynard-Smith J., Harper D. 2003. Animal Signals. Oxford Series in Ecology and Evolution.
- Milczarek-Andrzejewska D. 2014. Zagadnienia siły w ekonomii - na przykładzie sektora rolno-spożywczego w Polsce. IRWIR PAN. Warszawa: 17-43.
- Müller F. 1878. Ueber die Vortheile der Mimicry bei Schmetterlingen. Zoologischer Anzeiger. 1: 54-55.
- Müller F. 1879. *Ituna* and *Thyridia*; a remarkable case of mimicry in butterflies (translated by Meldola, R.). Proclamations of the Entomological Society of London: 20-29.
- Musiak K., Musiak W. 2011. Ekstrapolacja hipotezy Czerwonej Królowej z nauk przyrodniczych do ekonomicznych w aspekcie konkurencyjności i postępu. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu. 13(8): 159-164.
- Musiak K., Musiak W. 2016. Konkurencja w naturze a natura konkurencyjności w gospodarce. Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich. 103(3): 22-31.
- Musiak W., Musiak K. 2012. Altruism in biology regarding disinterested forms of action in economy (selected aspects). Acta Scientiarum Polonorum. Seria Oeconomia. 11(2): 45-55.
- Nowak S. 2008. Metodologia badań społecznych. PWN Warszawa.
- Oczak M. 2007. O możliwości stosowania procedury „decepcyjnej” z punktu widzenia ogólnych zasad etycznych. Przegląd Psychologiczny. 50(3): 273-286.
- Olszowska M. 2011. Kolory przyrody. Wszechświat. 112(4-6): 148-153.
- Piercy N. 2003. Marketing. Strategiczna reorientacja firmy. Wyd. Felberg SJA. Warszawa: 23-78.

- Pittenger, D. J. 2002. Deception in research: Distinctions and solutions from the perspective of utilitarianism. *Ethic and Behavior*. 12(2): 117-142
- Pough H.F. 1988. Mimicry of vertebrates: are the rules different? *The American Naturalist*. 131.
- Russell E.S. 1938. *The behaviour of animals. An introduction to its study*. Edward Arnold & Co., London.
- Saul-Gershenz L., Millar J. 2006. Phoretic nest parasites use sexual deception to obtain transport to their host's nest. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 103: 38.
- Sedlacek T. 2011. *Ekonomia dobra i zła. W poszukiwaniu istoty ekonomii. Od Gilgamesza do Wall Street*, Wyd. Studio Emka: 287-293.
- Stachak S. 2013. *Podstawy metodologii nauk ekonomicznych*. Wyd. Difin: 77-86.
- Stanger-Hall K., Lloyd J., Hillis D. 2007. Phylogeny of North American lightning bugs (*Coleoptera: Lampyridae*). Implications for the evolution of light signals. *Molecular Phylogenetics and Evolution*. 45(1): 33-49.
- Stowe M.K., Tumlinson J.H., Heath R.R. 1987. Chemical mimicry - bolas spiders emit components of moth prey species sex pheromones. *Science*. 236: 964-967.
- Szromnik A. (red.) 2015. *Marketing terytorialny. Nowe obszary i narzędzia*. Edu-Libri. Kraków-Legionowo: 56-71.
- Sztompka P. 2010. *Socjologia. Analiza społeczeństwa*. Wyd. Znak: 506-207.
- Tatarkiewicz W. 1978. *Historia filozofii* PWN Warszawa: 177-183.
- Tobarowicz J. 2016. Rola ekonomii behawioralnej i idei umiaru w ekonomii W: *Ekonomia umiaru realna perspektywa?*. Nowy paradygmat Grzegorza W. Kołodko. PWN Warszawa: 79-89.
- Urich C., Emmel T. 1991. Life histories of neotropical butterflies from Trinidad. *Dynastor darius darius* (*Lepidoptera: Nymphalidae: Brassolinae*). *Tropical Lepidoptera*. 2(2): 145-149.
- Vane-Wright R. L. 1980. On the definition of mimicry. *Biol. J. Linn. Soc.* 13(1): 1-6
- Vencl F.V., Carlson A.D. 1997. Proximate mechanisms of sexual selection in the firefly *Photinus pyralis* (*Coleoptera: Lampyridae*). *J. Insect Behav.* 11: 191-207.
- Weiner J. 1999. *Organizm wśród organizmów, [W:] Życie i ewolucja biosfery*. PWN, Warszawa: 329-371.
- Wiens D. 1978. Mimicry in plants [W:] Hecht M.K., Steere W.C., Wallace B. (red.) *Evolutionary biology*. 11, Plenum Press, New York, London: 365-403.
- Wilson E.O. 2000. *Socjobiologia*. Wyd. Zysk i Ska, Poznań: 162-196.
- Wilson R. and Angiletta M. 2015. Dishonest signaling during aggressive interactions: theory and empirical evidence. [W:] Duncan J., Irschick M., Briffa J. - *Animal Signaling and Function*: 205-227.
- Yeargan K.V. 1994. Biology of bolas spiders. *Annu Rev Entomol*. 39: 81-99.

Summary

The aim of the study was to find and evaluate the analogy between the universality of the phenomenon of deception in nature and in economy. In both areas of the analysis, this most often takes a form of mimicry (defensive or aggressive). To create such complex forms of deception among animals, mostly contributed the prevalence of predator-victim model, and using guises or pretending to be something else, was supposed to provide protection against attack or just to facilitate such attack. In the economy one can find attitudes that take the form of mimicry, and thus analogous to the nature, which are also based on pretending to be someone else. This is used by some exploiters, reaping on stereotypes and automatisms of human behaviour. They are most often found in the marketing sphere, taking up very professional and sophisticated forms of attitudes of marketers and represented by them entities. Also there may be found some symmetry and analogies of behaviours in terms of gaining individual benefits at the expense of others.

Key words: mimicry, nature, deception, economy

Informacja o autorach:

dr Kamila Musiał

Instytut Zootechniki, Państwowy Instytut Badawczy
Zakład Systemów i Środowiska Produkcji
ul. Krakowska 1, 32-083 Balice
e-mail: kamila.musial@izoo.krakow.pl
ORCID: 0000-0002-6713-341X

prof. dr hab. Wiesław Musiał

Uniwersytet Rolniczy w Krakowie
Instytut Ekonomiczno-Społeczny
Zakład Ekonomiki i Organizacji Rolnictwa
al. Mickiewicza 21, 31-120 Kraków
e-mail: wieslaw.musial@urk.edu.pl
ORCID: 0000-0002-8213-4859

Agnieszka Parlińska

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Kinga Jeziorska

Rozwój rynku gwarancji ubezpieczeniowych w Polsce

DEVELOPMENT OF THE GUARANTEE INSURANCE MARKET IN POLAND

Gwarancje ubezpieczeniowe są instrumentami przeznaczonymi w głównej mierze dla przedsiębiorców, którzy uczestniczą w przetargach oraz zajmują się wykonywaniem kontraktów jako forma zabezpieczenia bez blokowania ich własnych środków finansowych. Celem artykułu była ocena rozwoju i znaczenia gwarancji ubezpieczeniowych na tle ubezpieczeń finansowych w Polsce w latach 2005-2016. Przedstawiono aspekty prawne i konstrukcje gwarancji ubezpieczeniowych. Dokonano analizy rozwoju gwarancji ubezpieczeniowych pod względem liczby zakładów ubezpieczeń, liczby wystawionych polis, wartości składki przypisanej brutto, liczby wypłat oraz wartości wypłaconych odszkodowań i świadczeń brutto.

Słowa kluczowe: ubezpieczenia finansowe, gwarancja ubezpieczeniowa, gwarant,

Wprowadzenie

Prowadzenie każdego rodzaju działalności gospodarczej wiąże się z ryzykiem i niepewnością.¹ Przedsiębiorca nie ma możliwości przewidzenia, jak postąpi osoba, z którą dokonuje on transakcji. W przypadku podmiotów, z którymi współpracuje on od długiego czasu, może domniemywać ich przyszłe zachowania w oparciu o wcześniejsze doświadczenia. Nie ma on jednak pewności, że jego domysły się sprawdzą. Ryzyko jest obecne w związku z każdym podejmowanym kontraktem i nie da się go w żaden sposób wykluczyć. Jest to nieodłączny element współuczestnictwa w obrocie gospodarczym. Co więcej, poziom ponoszonego ryzyka rośnie im bardziej otoczenie, w którym dane przedsiębiorstwo funkcjonuje narażone jest na zmiany. Z punktu widzenia przedsiębiorcy, szczególnie znaczenie mają ubezpieczenia finansowe², które pomagają mu zabezpieczyć sytuację finansową oraz uniezależnić ją w największym możliwym

¹ Wicka A., 2012, „Ubezpieczenia finansowe i ich wykorzystanie w zarządzaniu ryzykiem przedsiębiorstw”, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 690, „Finanse, Rynki finansowe, Ubezpieczenia” nr 51, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, str. 157.

² Określenie „ubezpieczenia finansowe” występuje na rynku polskim od początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku. Jest ono rozumiane na wiele sposobów, w zależności od tego, jakie ryzyka zostaną zakwalifikowane do objęcia ochroną. Zgodnie z rozumieniem szerokim zakłada się, że asekuracja obejmuje ryzyko polegające na tym, że kontrahent nie wywiąże się ze swoich zobowiązań, które zostały złożone wobec danego wierzyciela w umowie. Na tej podstawie w ramach ubezpieczeń finansowych zostały wyróżnione następujące grupy: ubezpieczenie kredytu (grupa 14), gwarancje ubezpieczeniowe (grupa 15), a także ubezpieczenie różnych ryzyk finansowych (grupa 16).

stopniu od skutków zdarzeń losowych. Produkty te dają możliwość przejścia przez okresy załamania gospodarczego z względnie najmniejszymi stratami.³

Jedną z istotnych grup ubezpieczeń finansowych są gwarancje ubezpieczeniowe. To instrumenty przeznaczone w głównej mierze dla przedsiębiorców, którzy uczestniczą w przetargach oraz zajmują się wykonywaniem kontraktów. Gwarancje ubezpieczeniowe pozwalają im na prowadzenie tego typu działalności bez konieczności blokowania znacznych środków pieniężnych. Daje to szansę rozwoju przedsiębiorstwom, poczynając od najmniejszych, dopiero rozpoczynających swoją działalność, kończąc na dużych, które występują na rynku od lat i dążą do dalszego poszerzania swoich wpływów. Gwarancja ubezpieczeniowa jest również bardzo często elementem bezwzględnie wymaganym przez inwestora do wzięcia udziału w danym przetargu. Dodatkowo, produkty te są łatwo dostępne na rynku, co czyni je jeszcze bardziej atrakcyjnymi.

Cel i metody badań

Celem podjętych badań była ocena rozwoju rynku gwarancji ubezpieczeniowych na tle ubezpieczeń finansowych w Polsce w latach 2005-2016. Zbadano jakie zmiany i tendencje występowały na rynku gwarancji ubezpieczeniowych, w szczególności:

- liczby zakładów oferujących gwarancje ubezpieczeniowe oraz podmiotów nabywających gwarancje ubezpieczeniowe.
- liczby i wartości składki przypisanej brutto wystawionych gwarancji ubezpieczeniowych na tle ubezpieczeń finansowych ogółem.
- liczby i wartości wypłaconych odszkodowań i świadczeń brutto z gwarancji ubezpieczeniowych i ubezpieczeń finansowych.

Równocześnie zwrócono uwagę na czynniki mające wpływ na zachodzące zmiany.

W artykule wykorzystano literaturę przedmiotu oraz obowiązujące akty prawne. Dla analizy wykorzystano dane pochodzące z raportów KNF za lata 2005-2016.

Na etapie zbierania danych wykorzystano metodę studiów literaturowych oraz metodę dedukcji. W zakresie metod przetwarzania danych zastosowano metody statystyki opisowej.⁴ Analizy danych dokonano w oparciu o wnioskowanie statystyczne, wskaźniki dynamiki zmian i struktury.⁵ Dane liczbowe zaprezentowano w formie tabelarycznej i graficznej.

³ Parlińska A., 2011, „The importance and role of the financial insurance sector in Poland”, *Acta Scientarum Polonorum. Oeconomia*. nr 10 (4) 2011, s. 93-94.

⁴ Pytkowski W., 1981, „Organizacja badań i ocena prac naukowych”, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, s.213-217.

⁵ Wasilewska E., 2011, „Statystyka opisowa od podstaw”, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, s.77-78.

Aspekty prawne i konstrukcja gwarancji ubezpieczeniowych

Regulacje Unii Europejskiej w zakresie ubezpieczeń finansowych zawierają dwa akty prawne⁶, jednakże znaczące kwestie gwarancji ubezpieczeniowych zostały zdefiniowane w poniższych dyrektywach:

1. Dyrektywie 2000/35/EC z 2000 roku w sprawie ograniczenia opóźnionych płatności w transakcjach handlowych⁷,
2. Dyrektywie 2002/92/EEC z 9 grudnia 2002 roku w sprawie pośrednictwa ubezpieczeniowego⁸,
3. Dyrektywie 2000/31/EC z 2000 roku w sprawie handlu elektronicznego⁹

Zaprezentowane powyżej dyrektywy Unijne znalazły swoje odzwierciedlenie w prawie polskim. Początkowo była to Ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o działalności ubezpieczeniowej, natomiast w 2015 roku wprowadzono Ustawę z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej. Prowadzenie działalności ubezpieczeniowej na terytorium Polski wymaga uzyskania odpowiedniej koncesji. Koncesja ta określa, w zakresie jakich ryzyk wskazana firma ubezpieczeniowa może świadczyć swoje usługi. Grupy dotyczące ubezpieczeń finansowych to grupa 14-ubezpieczenie kredytu, grupa 15- gwarancje ubezpieczeniowe (pośrednie i bezpośrednie) oraz grupa 16- ubezpieczenie różnych ryzyk finansowych.. Jednakże umowa gwarancji ubezpieczeniowej nie została w polskim prawie szczegółowo określona. Pozwolenie na jej zawieranie opiera się na zasadzie swobody umów ukazanej w art. 353 Kodeksu Cywilnego (k.c.)¹⁰.

Gwarancja ubezpieczeniowa jest definiowana jako dokument, który potwierdza objęcie ochroną ryzyka zagrażającego wierzycielowi, w sytuacji, gdy dany podmiot, określany jako dłużnik, nie wywiąże się ze swoich zobowiązań wobec wierzyciela, lub też realizacja świadczenia nastąpi w sposób nieodpowiedni czy nienależyty. W przypadku tej relacji, możemy wyróżnić trzech uczestników: wierzyciela (uprawnionego)¹¹, dłużnika (zobowiązanego)¹² oraz gwaranta¹³.

⁶ 1. Dyrektywa 84/568/EEC z 27 listopada 1984 roku, która wskazuje obowiązki ciążące na zakładach ubezpieczeń, które obejmują ochroną ryzyko wynikające z kontraktu realizowanego z udziałem podwykonawców pochodzących z różnych krajów Unii Europejskiej.. 2. Dyrektywę 87/343/EEC z 22 czerwca 1987 roku – wprowadza ona nieograniczoną swobodę w kwestii prowadzonej przez firmy ubezpieczeniowe działalności.

⁷ Directive 2000/35/EC of the European Parliament and the Council of 29 June 2000 on combating late payment in commercial transactions, Official Journal L 200, 08/08/2000, <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/en/TXT/?uri=CELEX:32000L0035> [dostęp: 04.02.2018]

⁸ Directive 2002/92/EC of the European Parliament and the Council of 9 December 2002 on insurance mediation, Official Journal L 9, 15/01/2002, <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02002L0092-20140702> [dostęp: 04.02.2018]

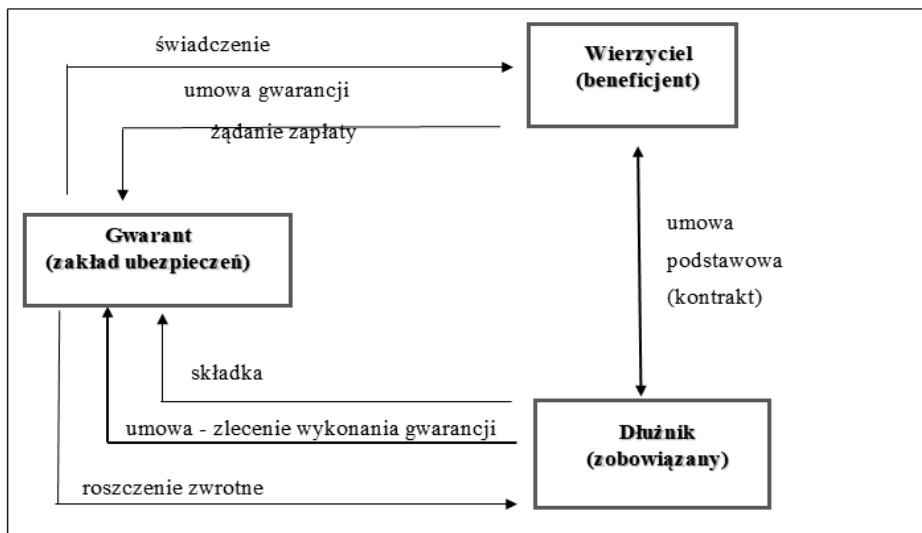
⁹ Directive 2002/92/EC of the European Parliament and the Council of 9 December 2002 on insurance mediation, Official Journal L 9, 15/01/2002, <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02002L0092-20140702> [dostęp: 04.02.2018]

¹⁰ Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny, t. j. Dz. U. z 2017 r. poz. 459, 933, 1132.

¹¹ Podmiot, wobec którego ma być wykonane przez dłużnika, w sposób odpowiedni, zobowiązanie; wymaga on zabezpieczenia ryzyka związanego z daną transakcją, na wypadek, gdyby owe zobowiązanie nie zostało wykonane; w tym celu przyjmuje on gwarancje i z momentem jej przyjęcia zyskuje miano beneficjenta, co uprawnia go do uzyskania ewentualnej zapłaty w razie niewywiązania się przez dłużnika ze złożonych w umowie obietnic.

Mechanizm, zgodnie z którym działają gwarancje ubezpieczeniowe został zaprezentowany na Rysunku 1. Na tej podstawie możemy wyróżnić następujące relacje między podmiotami:

- relacja wierzyciel-dłużnik jest oparta na umowie podstawowej (stosunku podstawowym), czyli kontrakcie, który wiąże wierzyciela i dłużnika;
- relacja dłużnik-gwarant umowa pomiędzy tymi dwoma stronami nosi nazwę umowy o udzielenie gwarancji/ umowy o gwarancję/ umowy zlecenia wystawienia gwarancji/ zlecenia wystawienia gwarancji¹⁴;
- relacja gwarant-wierzyciel - podmioty te są połączone umową gwarancji.



Rysunek 1. Mechanizm działania gwarancji ubezpieczeniowej

Źródło: opracowanie własne na podstawie Holly R., 2004, „Ubezpieczenia finansowe i gwarancje ubezpieczeniowe”, Wydawnictwo Poltext, Warszawa, s.78-82.

Spośród wyżej wymienionych relacji za najistotniejszą uznaje się relację wiążącą gwaranta i wierzyciela, czyli umowę gwarancji. Polskie prawo, podobnie jak inne obowiązujące systemy prawne, nie określają szczegółowo formy tego produktu. Najważniejszą cechą gwarancji ubezpieczeniowych jest to, że ma ona postać umowy. Aby została ona zawarta potrzebne są dwie strony, czyli gwarant i wierzyciel. Gwarant poprzez wystawienie gwarancji zobowiązuje się wobec wierzyciela- przyjmuje to postać oświadczenia o charakterze jednostronnym. Dopiero w momencie, gdy gwarancja

¹² W jego obowiązku pozostaje wykonanie danego zobowiązania na rzecz wierzyciela i z woli wierzyciela dłużnik musi zaprezentować określone zabezpieczenie tego, że jakoś wykonania owego zobowiązania będzie należała; podmiot ten jest określany także jako zleceniodawca czy wnioskodawca gwarancji, gdyż to on udaje się do gwaranta z prośbą o udzielenie gwarancji zabezpieczającej ryzyko wierzyciela.

¹³ Zakład ubezpieczeń, który sporządza i wystawia gwarancję; tym samym zobowiązuje się wobec wierzyciela obejmując ochroną jego interes; podejmuje on to działanie na zlecenie dłużnika.

¹⁴ Kukiela J., Poniewierka D., 2003, „Ubezpieczenia finansowe. Gwarancje ubezpieczeniowe. Ubezpieczenia transakcji kredytowych”, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Warszawa, s. 72.

zostanie zaakceptowana przez wierzyciela, złożone wcześniej oświadczenie przekształca się w obowiązujące zobowiązanie. Umowa, która łączy te dwa podmioty jest określana umową nienazwaną. Dodatkowo, w związku z powyższą zasadą możemy stwierdzić, że wystawiać gwarancje mogą wszystkie podmioty, które są zdolne do czynności prawnych. W praktyce jednak, aprobowane na rynku są te gwarancje, których wystawcami są banki i zakłady ubezpieczeń. Jest to efektem tego, że instytucje te są postrzegane jako bezpieczne i wiarygodne finansowo.¹⁵

Gwarancje ubezpieczeniowe na polskim rynku ubezpieczeniowym

Analizując rozwój rynku gwarancji ubezpieczeniowych w Polsce wyszczególnione zostaną trzy elementy, a mianowicie liczba zakładów oferujących te produkty, liczba i wartość składki przypisanej brutto udzielonych gwarancji, a także liczba i wartość wypłaconych odszkodowań i świadczeń brutto.

Tabela 1. Liczba zakładów ubezpieczeń oferujących ubezpieczenia finansowe oraz gwarancje ubezpieczeniowe w Polsce w latach 2005-2016

Rok	Ubezpieczenia finansowe	Gwarancje ubezpieczeniowe	Gwarancje ubezpieczeniowe/ Ubezpieczenia finansowe
2005	29	24	82,76%
2006	27	22	81,48%
2007	29	24	82,76%
2008	31	22	70,97%
2009	31	23	74,19%
2010	29	22	75,86%
2011	27	22	81,48%
2012	25	20	80,00%
2013	25	20	80,00%
2014	25	22	88,00%
2015	26	23	88,46%
2016	28	24	85,71%

Źródło: opracowanie własne na podstawie roczników „Rynek ubezpieczeń” Komisji Nadzoru Finansowego z lat 2005-2016.

W latach 2005-2016 liczba ubezpieczycieli posiadających w swej ofercie gwarancje ubezpieczeniowe wahała się od 20 do 24 zakładów (Tabela 1). Maksymalne odchylenia liczby zakładów, które występowały na przełomie poszczególnych lat wynosiły 2 zakłady ubezpieczeń, zatem można twierdzić, że liczba ubezpieczycieli grupy 15 była stabilna. Nie jest to zjawisko niepokojące czy niekorzystne. Świadczy to o tym, że ubezpieczyciele funkcjonujący na rynku zapewniają klientom dostęp do tego typu usług w wystarczającym stopniu. Nie zachodzi potrzeba zwiększania liczby zakładów, gdyż mogłoby to wywołać przesycenie rynku. Proponowanie gwarancji ubezpieczeniowych przez stałą grupę ubezpieczycieli daje klientom pewność, że usługi te są świadczone rzetelnie, czego dowodem jest długoterminowa obecność tych podmiotów na rynku.

¹⁵ Kukielka J., Poniewierka D., 2003, „Ubezpieczenia finansowe. Gwarancje ubezpieczeniowe. Ubezpieczenia transakcji kredytowych”, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Warszawa, s. 73-74.

Wśród firm ubezpieczeniowych wyspecjalizowanych w udzielaniu kontrahentom gwarancji ubezpieczeniowych możemy wyróżnić: PZU S.A., TUiR WARTA S.A., UNIQA TU S.A. czy GOTHAEER TU S.A.. Ubezpieczyciele oferujący gwarancje ubezpieczeniowe stanowili w latach 2005-2016 zdecydowaną część ubezpieczycieli finansowych (udział w granicach 70,97%-88,46%). Dowodzi to, że ubezpieczenia grupy 15 odgrywały ważną rolę w ofercie ubezpieczycieli finansowych już od dłuższego czasu.

Analizując udział i znaczenie gwarancji ubezpieczeniowych na tle ubezpieczeń finansowych w oparciu o liczbę wystawionych polis oraz wartość składki przypisanej brutto należy rozpatrzyć, jakie czynniki wpływają na kształtowanie się powyżej wymienionych wielkości. Liczba wystawionych gwarancji zależy przede wszystkim od popytu na tego typu produkty wykazywanego przez potencjalnych klientów. Klientami takimi są w głównej mierze kontrahenci biorący udział w przetargach oraz kontraktach. Gwarancje są wymagane zazwyczaj przez organizatora przetargu stanowiąc element niezbędny do wzięcia w nim udziału oraz uprawniający do złożenia przez danego kontrahenta oferty. Gwarancje są istotne również po podpisaniu kontraktu, gdyż zabezpieczają one interesy beneficjenta i wpływają na płynność finansową przedsiębiorstwa realizującego ten kontrakt. Stanowią one alternatywę dla zabezpieczenia w formie gotówki. W związku z tym, duży wpływ na liczbę wystawionych gwarancji ma liczba realizowanych w gospodarce kontraktów. To zaś wiąże się bezpośrednio z zamówieniami publicznymi, gdyż to właśnie zamówienia publiczne w dużej mierze regulują liczbę kontraktów, które są realizowane. Z kolei liczba zamówień publicznych jest kształtowana przez zapotrzebowanie na kontrakty o charakterze publicznym i budżet, który został na to przeznaczony.

W przypadku gwarancji ubezpieczeniowych wysokość składki jest ustalana zawsze przez przedstawiciela zakładu ubezpieczeń w drodze indywidualnych negocjacji z kontrahentem. Kryteria, które brane są pod uwagę to zazwyczaj:

- okres, na jaki ma być wydana gwarancja - stosuje się tu zasadę proporcjonalności, która mówi, że dłuższy okres gwarancji wiąże się z wyższym poziomem transferowanego na zakład ubezpieczeń ryzyka, co w konsekwencji kształtuje składkę na wyższym poziomie,
- sytuacja finansowa zobowiązanego - podmioty prowadzące działalność gospodarczą od wielu lat, generujące dodatnie wyniki finansowe są postrzegane przez ubezpieczycieli za bardziej wiarygodne, rzetelne i stabilne, co wpływa na możliwość negocjowania większych zniżek oraz oferowane tego rodzaju klientom niższe prowizje,
- forma zabezpieczenia - zabezpieczenie odgrywa istotną rolę z punktu widzenia sytuacji gdy zobowiązany nie wywiąże się ze swoich zobowiązań wobec beneficjenta, a ubezpieczyciel-gwarant będzie musiał odpowiedzieć w jego imieniu na roszczenia beneficjenta; kolejnym krokiem jest regres zakładu ubezpieczeń względem zobowiązanego, w którym to przypadku kluczowe znaczenie odgrywa wartość i forma złożonego zabezpieczenia,
- wysokość sumy gwarancyjnej - im wyższa suma tym wyższa składka,
- fakt wcześniejszej współpracy z danym ubezpieczycielem lub jego brak.

Tabela 2. Liczba polis wystawionych w ramach ubezpieczeń finansowych w Polsce w latach 2005-2016 (tys. sztuk)

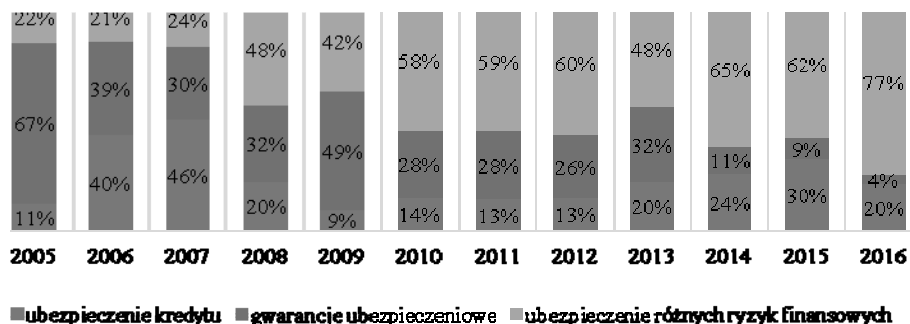
Rok	Ubezpieczenia finansowe ogółem	Grupa 14	Grupa 15 Gwarancje ubezpieczeniowe	Grupa 16
2005	104,96	11,69	70,25	23,02
2006	181,30	72,21	70,42	38,66
2007	262,33	120,70	79,82	61,81
2008	405,11	82,15	127,72	195,25
2009	859,06	73,37	424,80	360,89
2010	534,80	73,56	148,58	312,66
2011	563,74	73,91	158,58	331,25
2012	611,99	82,39	160,26	369,35
2013	535,18	106,83	170,02	258,33
2014	1 546,09	369,20	168,24	1 008,65
2015	1 887,20	561,69	164,19	1 161,32
2016	4 042,12	794,32	154,52	3 093,28

Źródło: opracowanie własne na podstawie roczników „Rynek ubezpieczeń” Komisji Nadzoru Finansowego z lat 2005-2016.

W Tabeli 2 zaprezentowano liczbę polis wystawionych w ramach ubezpieczeń finansowych w Polsce w latach 2005-2016 wraz z podziałem na poszczególne grupy ubezpieczeń. Porównując początek i koniec analizowanego okresu, dla każdej z grup zanotowano tendencję wzrostową. Grupa 15, czyli gwarancje ubezpieczeniowe w porównaniu z grupami 14 i 16 wykazały najmniejszy wzrost. W latach 2005-2009 oraz 2010-2013 liczba wystawionych gwarancji rosła, natomiast lata 2009-2010 i 2013-2016 to lata z ujemną dynamiką zmian.

Znaczenie gwarancji ubezpieczeniowych na tle ubezpieczeń finansowych w Polsce mierzone liczbą wystawionych polis na przestrzeni lat 2005-2016 zaprezentowano na Wykresie 1. Analizując tendencje dotyczące liczby udzielonych gwarancji ubezpieczeniowych oraz ich udziału w ubezpieczeniach finansowych warto zauważyć, że analizowany okres można podzielić na podokresy dotyczące spadku i wzrostu znaczenia. W latach 2005-2007 znaczenie gwarancji ubezpieczeniowych mierzone liczbą wystawionych polis zmalało z 67% do 30%. Dynamika zmian liczby wystawionych gwarancji była niższa niż w przypadku grupy 14, co spowodowało wzrost znaczenia ubezpieczenia kredytu kosztem znaczenia gwarancji ubezpieczeniowych. Grupa 16 utrzymywała się na stabilnym poziomie. W latach 2008-2009 nastąpił gwałtowny wzrost znaczenia gwarancji. Było to powiązane bezpośrednio z faktem organizacji w Polsce w 2012 roku Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej. W związku z tym przedsięwzięciem, wystąpiła konieczność rozbudowania i dostosowania istniejącej infrastruktury. W konsekwencji, wzrosła liczba ogłaszanych zamówień publicznych i przetargów. Kontrakty te dotyczyły głównie robót budowlanych. Przedmiotem prac były autostrady, drogi ekspresowe, nowe nawierzchnie dróg dotychczas istniejących, mosty, stadiony oraz wiele innych obiektów pozostających w zakresie branży budowlanej. Aby mieć możliwość wzięcia udziału w przetargu kontrahenci korzystali z gwarancji wadialnych. Następnie, po rozstrzygnięciu przetargu i wyborze najkorzystniejszej oferty, gwarancje służyły jako zabezpieczenie składane przez zobowiązanego beneficjentowi. Przełożyło się to na dynamiczny wzrost liczby udzielonych gwarancji i ich udziału w

ubezpieczeniach finansowych. Wzrost ten przypadł na lata 2008-2009, zatem na 3-4 lata przed organizacją mistrzostw, gdyż realizacja projektów wymagała znacznego nakładu pracy, a co za tym idzie czasu. W latach 2010-2012 grupy 14-16 wykazywały prawie niezmiennie udziały. W związku ze skutkami kryzysu gospodarczego z lat 2008-2009, gospodarka osłabła. Ze względu na mniejszą liczbę realizowanych inwestycji i przetargów, zmniejszył się popyt na gwarancje ubezpieczeniowe. Dla lat 2012/2013 nastąpił krótkotrwały wzrost udziału grupy 15 w ubezpieczeniach finansowych ogółem mierzony liczbą wystawionych polis. Od roku 2013 zanotowano stały kierunek zmian-spadek udziału.



Wykres 1. Struktura ubezpieczeń finansowych wg liczby wystawionych polis w Polsce w latach 2005-2016 (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie roczników „Rynek ubezpieczeń” Komisji Nadzoru Finansowego z lat 2005-2016.

W latach 2005-2013 największy popyt na ubezpieczenia finansowe, jak i same gwarancje ubezpieczeniowe wykazały przedsiębiorstwa. Stanowiły one ponad połowę wszystkich podmiotów sięgających po produkty grupy 15. Co ciekawe, w latach 2007-2009 odnotowano dynamiczny, lecz trwający zaledwie 2 lata wzrost udziału osób fizycznych w tej kategorii. Powodów ich znacznej ekspansji można dopatrywać się w kryzysie gospodarczym, który miał w tym okresie miejsce. W związku ze spowolnieniem gospodarczym, zaburzeniami na rynku oraz w konsekwencji zwiększoną liczbą ogłoszonych przez przedsiębiorstwa upadłości, osoby fizyczne zyskały szansę na rozwój swojej działalności. Zbliżające się EURO 2012 oraz dużą liczbą realizowanych kontraktów spowodowały częstszy wybór tego typu podmiotów. Tym samym, rosło ich zapotrzebowanie na gwarancje, które były wymagane przez zlecających wykonanie kontraktów. W konsekwencji rola osób fizycznych jako nabywców produktów grupy 15 zyskała w tym czasie na znaczeniu.

Z ekonomicznego punktu widzenia składka przypisana brutto to cena bądź opłata jaką ubezpieczający musi uiścić na rzecz ubezpieczyciela w zamian za świadczoną przez niego ochronę ubezpieczeniową.¹⁶ W Tabeli 3 zaprezentowano przypis składki brutto z tyt. ubezpieczeń finansowych z podziałem na grupy 14-16 w Polsce w latach 2005-2016. Dla każdej z grup odnotowano wzrost w odniesieniu do roku 2005: dla grupy 14 -

¹⁶<https://rf.gov.pl/vademecum-ubezpieczonego/encyklopedia-ubezpieczen> (dostęp:28.04.2018)

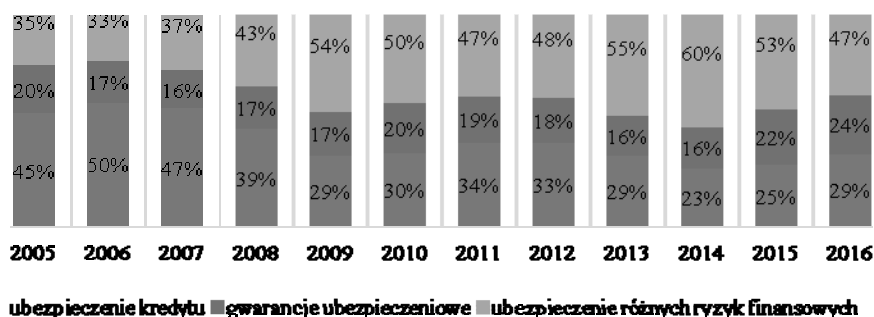
31%, dla grupy 15 - 147%, a dla grupy 16 - 174%. Porównując to z danymi zaprezentowanymi dotyczącymi liczby polis wystawionych w ramach ubezpieczeń finansowych ogółem w Polsce w latach 2005-2016 można zaobserwować, że grupa 16 odnotowała największy wzrost zarówno pod względem liczby wystawionych polis, jak i zainkasowanej z nich składki przypisanej brutto. Biorąc pod uwagę grupy 14-15, gwarancje ubezpieczeniowe w ujęciu liczbowym (liczba udzielonych gwarancji) odnotowały mniejszy wzrost niż produkty grupy 14, jednak dla produktów grupy 15 wzrost w ujęciu wartościowym (wartość składki przypisanej brutto) był znacznie większy. Zaobserwowany dla grupy 15 mniejszy wzrost liczby gwarancji przy jednoczesnym większym wzroście wartości składki przypisanej brutto świadczy o tym, że przypis z tytułu gwarancji ubezpieczeniowych przypadający na jedną udzieloną gwarancję przewyższał wartość składki przypisanej brutto z tytułu ubezpieczenia kredytu w przeliczeniu na jedną polisę. Tendencję taką odnotowano od 2014 roku do końca okresu badań. Co ciekawe, na przełomie lat wartość składki przypisanej brutto przypadającej na jedną polisę w przypadku grup 14 i 16 zmalała, natomiast grupa 15 to jedną grupą z tendencją wzrostową.

Tabela 3. Wartość składki przypisanej brutto z tyt. ubezpieczeń finansowych w Polsce w latach 2005-2016 (mln zł)

Rok	Ubezpieczenia finansowe ogółem	Grupa 14	Grupa 15 Gwarancje ubezpieczeniowe	Grupa 16
2005	694,42	315,42	136,12	242,88
2006	890,88	445,46	150,24	295,17
2007	1 194,64	567,23	187,02	440,39
2008	1 251,18	491,99	214,97	544,21
2009	1 604,22	460,10	277,30	866,82
2010	1 571,01	465,14	317,97	787,90
2011	1 612,19	544,73	302,84	764,61
2012	1 500,81	502,61	274,66	723,54
2013	1 840,80	526,57	294,61	1 019,62
2014	2 111,73	494,54	347,18	1 270,01
2015	1 615,61	403,45	356,79	855,37
2016	1 418,13	414,36	336,30	667,48

Źródło: opracowanie własne na podstawie roczników „Rynek ubezpieczeń” Komisji Nadzoru Finansowego z lat 2005-2016.

Na Wykresie 2 przedstawiono, jaką część wartości składki przypisanej brutto z tytułu ubezpieczeń finansowych ogółem wygenerowały grupy 14-16. Znaczenie gwarancji ubezpieczeniowych na tle ubezpieczeń finansowych w ujęciu wartościowym na przestrzeni lat wzrosło. Udział ten wahał się w granicach 16%-24%. Największą wartość osiągnął w roku 2016, co oznaczało wzrost udziału o 20% w relacji do roku 2005. W latach 2005-2007 produkty grupy 15 wygenerowały odpowiednio od 20% do 16% łącznej składki przypisanej brutto z tyt. ubezpieczeń finansowych. Lata 2008-2009 to lata ze stabilnym udziałem na poziomie 17%.



Wykres 2. Struktura ubezpieczeń finansowych wg wartości składki przypisanej brutto w Polsce w latach 2005-2016 (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie roczników „Rynek ubezpieczeń” Komisji Nadzoru Finansowego z lat 2005-2016.

Nawiązując do Wykresu 1 - Struktura ubezpieczeń finansowych wg liczby wystawionych polis w Polsce w latach 2005-2016, w badanym okresie tym nastąpił dynamiczny wzrost liczby udzielonych gwarancji. Z związku z organizacją EURO 2012 oraz wynikającymi z tego licznymi przetargami, możemy wnioskować, że gwarancje te były w głównej mierze gwarancjami wadialnymi. Produkty te charakteryzują się stosunkowo krótkim okresem gwarantowania oraz stosunkowo niskimi sumami gwarancyjnymi (w zależności od danego towarzystwa, limit ten wynosi zazwyczaj 50 tys. zł). Przełożyło się to bezpośrednio na wysokość składki płaconej przez ubezpieczającego danemu ubezpieczycielowi z tytułu udzielonej gwarancji. Możemy przypuszczać, że w efekcie tego, dynamiczny wzrost liczby udzielonych w tym okresie gwarancji nie wywołał znacznego wzrostu udziału płynącej z nich składki przypisanej brutto w składce przypisanej brutto z ubezpieczeń finansowych ogółem. W kolejnych latach udział ten wahał się od 20% (2010) do 18% (2012). Mogło zostać to spowodowane tym, że część spośród kontrahentów nabywających ówczesnie gwarancje wadialne wygrała przetargi i realizowała kontrakty. W związku z tym korzystała ona z gwarancji usunięcia wad i usterek czy należytego wykonania kontraktu. Produkty te odznaczają się dłuższym okresem gwarantowania (od 2 do nawet 8 lat) oraz wyższymi sumami gwarancyjnymi (w zależności od danego towarzystwa, limit ten wynosi zazwyczaj 500 tys. zł), co mogło znaleźć odzwierciedlenie w większej wartości składki przypisanej brutto z tyt. tych produktów. Tym samym mogło to spowodować zwiększenie udziału gwarancji ubezpieczeniowych w ubezpieczeniach finansowych w ujęciu wartościowym. Od roku 2014 do końca okresu badań odnotowano stały wzrost udziału produktów grupy 15 w ubezpieczeniach finansowych ogółem w ujęciu wartościowym. Tendencja ta wskazuje, że kontrahenci nabywający te produkty, wykorzystywali je w zdecydowanej części przy realizacji długoterminowych, zaawansowanych kontraktów, co wpłynęło bezpośrednio na dłuższe okresy gwarantowania i wyższe sumy gwarancyjne kształtujące składkę z tego tytułu na wyższym poziomie. Co ciekawe, w tym samym okresie, grupa 14 wykazywała dodatnią tendencję zmian, co miało miejsce kosztem malejącego udziału grupy 16.

Największy popyt na gwarancje ubezpieczeniowe w ujęciu wartościowym (wartość składki przypisanej brutto) wykazywały przedsiębiorstwa.¹⁷ Składka pobrana od nich stanowiła dominującą część składki przypisanej brutto z tytułu gwarancji ubezpieczeniowych ogółem – w granicach 78%-97%. Świadczy to o tym, że przedsiębiorstwa chętnie wykorzystują w prowadzonej przez siebie działalności ubezpieczenia grupy 15. W efekcie koszty ponoszone przez nie na te produkty odznaczają się tendencją wzrostową.

Wyплаты z tytułu gwarancji ubezpieczeniowych stanowiły niewielki odsetek wypłat z ubezpieczeń finansowych ogółem. Wynika to bezpośrednio z procedur udzielania gwarancji. Zakłady ubezpieczeń dokonują wnikliwej i rzetelnej weryfikacji sytuacji finansowej podmiotu ubiegającego się o zawarcie umowy gwarancji. Klienci wybierani do współpracy to zazwyczaj podmioty stabilne, które rzetelnie wykonują kontrakty. W efekcie polisy nie są zazwyczaj realizowane. Inaczej wygląda sytuacja w przypadku ich udziału w ujęciu wartościowym. Przyjmuje on znacznie wyższe wartości, co wynika z tego, że gwarancje są udzielane zazwyczaj na długie okresy, z wysokimi sumami gwarancyjnymi, zatem jeśli odszkodowania lub świadczenia są już wypłacane, są to z reguły duże kwoty.¹⁸

Podsumowanie

W latach 2005-2016 liczba firm oferujących gwarancje ubezpieczeniowe była stabilna, podobnie jak ich udział w ubezpieczycielach finansowych. Usługi te są świadczone od lat przez te same, wyspecjalizowane firmy, których znaczenie na rynku jest ugruntowane wieloletnim doświadczeniem, wśród nich można wyróżnić: PZU S.A., TUiR WARTA S.A., UNIQA TU S.A. oraz GOTHAER TU S.A.. Dowodzi to tego, że klienci wykazują popyt na gwarancje ubezpieczeniowe, zatem ubezpieczyciele finansowi umieszczają te produkty w swojej ofercie, co wskazuje na duże ich znaczenie w odniesieniu do pozostałych grup należących do ubezpieczeń finansowych.

Udział gwarancji ubezpieczeniowych w ubezpieczeniach finansowych mierzony liczbą wystawionych polis na przestrzeni lat zmalał (spadek z 67% do zaledwie 4%). Zwiększenie znaczenia produktów grupy 15 miało miejsce w latach 2008-2009, co było związane bezpośrednio z organizacją w Polsce w 2012 roku Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej i wynikającymi z tego licznymi kontraktami.

Udział gwarancji ubezpieczeniowych w ubezpieczeniach finansowych mierzony wartością składki przypisanej brutto na przestrzeni lat zwiększył się (wzrost z 20% do 22%). Wartość składki przypisanej brutto w przeliczeniu na jedną polisę w przypadku ubezpieczeń grupy 15 odznaczała się w analizowanym okresie tendencją wzrostową. Największy popyt na gwarancje ubezpieczeniowe, zarówno w ujęciu liczbowym, jak i wartościowym, wykazywały przedsiębiorstwa. Ponośliły one największe koszty związane z tego typu ochroną ubezpieczeniową, generując jednocześnie zdecydowaną część przychodów ubezpieczycieli.

¹⁷ Wicka A., 2012, „Ubezpieczenia finansowe i ich wykorzystanie w zarządzaniu ryzykiem przedsiębiorstw”, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 690, „Finanse, Rynki finansowe, Ubezpieczenia” nr 51, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, str. 158-160.

¹⁸ Opracowanie własne na podstawie roczników „Rynek ubezpieczeń” Komisji Nadzoru Finansowego z lat 2005-2015.

Rozwój rynku gwarancji ubezpieczeniowych w Polsce rozpatrzono w różnych aspektach. Każdy z tych aspektów zależy od innych czynników. Dużą rolę odgrywa także rodzaj wystawionych gwarancji, jednak ze względu na brak dostępności danych w zakresie poszczególnych gwarancji niemożliwe jest dokonanie takowej analizy. Na podstawie zebranego materiału można jednoznacznie stwierdzić, że dopóki na polskim rynku będą funkcjonowały przedsiębiorstwa, to do tego momentu gwarancje ubezpieczeniowe będą odgrywały istotną rolę wśród ubezpieczeń finansowych. Produkty te dają możliwość rozwoju każdego rodzaju podmiotom oraz stanowią element niezbędny do ich funkcjonowania, co wpłynęło na rozwój rynku gwarancji ubezpieczeniowych w Polsce.

Bibliografia

- Dane roczne (2005-2016), Biuletyn Roczny. Rynek ubezpieczeń (2005-2016); pozyskano z: www.knf.gov.pl/?articleId=57191&p_id=18, (dostęp: 14.12.2017r.)
- Directive 2000/35/EC of the European Parliament and the Council of 29 June 2000 on combating late payment in commercial transactions, Official Journal L 200, 08/08/2000, <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/en/TXT/?uri=CELEX:32000L0035> (dostęp: 04.02.2018)
- Directive 2002/92/EC of the European Parliament and the Council of 9 December 2002 on insurance mediation, Official Journal L 9, 15/01/2002, <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02002L0092-20140702> (dostęp: 04.02.2018)
- Directive 2002/92/EC of the European Parliament and the Council of 9 December 2002 on insurance mediation, Official Journal L 9, 15/01/2002, <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02002L0092-20140702> (dostęp: 04.02.2018)
- Kukielka J., Poniewierka D., 2003, „Ubezpieczenia finansowe. Gwarancje ubezpieczeniowe. Ubezpieczenia transakcji kredytowych.”, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Warszawa.
- Parlińska A., 2011, „The importance and role of the financial insurance sector in Poland”, *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*. nr 10 (4) 2011,
- Pytkowski W., 1981, „Organizacja badań i ocena prac naukowych”, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa
- Ronka-Chmielowiec W. (red.), 2016, „Ubezpieczenia”, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny, t. j. Dz. U. z 2017 r. poz. 459, 933, 1132.
- Ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o działalności ubezpieczeniowej, t.j. Dz. U. z 2015 r. poz. 1206, 1273, 1348.
- Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej, t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1170, 1089, 1926, 2102.
- Wasilewska E., 2011, „Statystyka opisowa od podstaw”, Wydawnictwo SGGW, Warszawa,
- Wicka A., 2012, „Ubezpieczenia finansowe i ich wykorzystanie w zarządzaniu ryzykiem przedsiębiorstw”, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego* nr 690, „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia” nr 51, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- www.rf.gov.pl (dostęp: 28.04.2018)

Summary

Insurance guarantees are instruments designed mainly for entrepreneurs who participate in tenders and deal with performance contracts as a form of security without blocking their own financial resources. The paper introduces the development and importance of insurance guarantees

on the background of financial insurance in Poland in the years 2005-2016. On the beginning the legal aspects and guarantees construction were presented. The analysis of the development of insurance guarantees in terms of the number of insurance undertakings, the number of issued insurance policies, values contributions assigned gross number of withdrawals and the value of the paid compensation gross were included.

Key word: Financial insurance, insurance guarantee, the guarantor,

Informacje o autorze:

dr inż. Agnieszka Parlińska

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Wydział Nauk Ekonomicznych,

Katedra Finansów

e-mail: agnieszka_parlisnka@sggw.pl

ORCID: 0000-0001-6640-3097

Monika Pawłowska

Artur Stefański

Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Wydział Finansów i Bankowości

Analiza wpływu rolników jako grupy kredytobiorców na rentowność i bezpieczeństwo banków spółdzielczych w Polsce w latach 2012-2017

THE ANALYSIS OF THE INFLUENCE FARMERS, AS DEBTORS, HAVE ON THE PROFITABILITY AND SOLVENCY OF COOPERATIVE BANKS IN POLAND BETWEEN 2012-2017

Głównym celem artykułu jest ocena znaczenia rolników jako kredytobiorców oraz wpływu tej grupy klientów na rentowność i bezpieczeństwo banków spółdzielczych w Polsce w latach 2012-2017. Analizę oparto na danych kwartalnych z okresu od grudnia 2012 do czerwca 2017 roku (19 obserwacji).

Postawiono następujące hipotezy: udział rolników w strukturze kredytów banków spółdzielczych maleje (H1), spadek udziału kredytów dla rolników w kredytach ogółem w bankach spółdzielczych powoduje spadek rentowności, mierzony wskaźnikiem ROA, a siła tej korelacji jest co najmniej umiarkowana (H2), spadający udział rolników w portfelu kredytowym banków spółdzielczych jest dodatnio skorelowany z poziomem łącznego współczynnika wypłacalności oraz współczynnika kapitałowego Tier-1 i że jest to korelacja co najmniej o umiarkowanej sile (H3).

Przeprowadzone badania pozwalają na wysunięcie następujących wniosków: udział kredytów dla rolników w łącznym portfelu kredytowym w bankach spółdzielczych w Polsce spada, jest on skorelowany z poziomem rentowności aktywów, korelacja jest dodatnia, a jej siła co najmniej umiarkowana, jednocześnie jest ujemnie skorelowany z poziomem współczynnika wypłacalności oraz współczynnika kapitałowego Tier-1. Zatem pozytywnie zweryfikowane zostały dwie z trzech postawionych hipotez.

Słowa kluczowe: banki spółdzielcze, rolnicy, rentowność, wypłacalność

Wprowadzenie

W ciągu ostatnich lat banki spółdzielcze uległy znaczącym przemianom. Z klasycznych podmiotów depozytowo-kredytowych przeobraziły się w dynamicznie działające konsorcja, funkcjonujące w każdym obszarze rynku finansowego oraz posiadające szeroką gamę świadczonych usług bankowych. Głównym celem artykułu jest ocena znaczenia rolników jako kredytobiorców dla banków spółdzielczych oraz wpływu tej grupy klientów na rentowność i bezpieczeństwo banków spółdzielczych w Polsce w latach 2012-2017.

Bankowość spółdzielcza podlegała w ostatnich latach silnym przeobrażeniom strukturalnym, prognozuje się, że te zmiany będą nadal zachodziły intensywnie. Banki spółdzielcze zmieniły swój profil z niszowego, skierowanego głównie do rolników i rzemiosła, na uniwersalny o bardziej zdywersyfikowanej ofercie produktowej¹. Członkostwo w UE spowodowało dostęp do nowych źródeł finansowania działalności rolniczej, jednocześnie ograniczyło protekcjonizm kredytowy. To wpłynęło na strukturę źródeł finansowania, relatywnie zmniejszyło rolę kredytów bankowych w finansowaniu rolnictwa. Tym samym banki spółdzielcze, które najczęściej kredytowały rolników poszukują innych grup klientów, w których lokują swoje kapitały, stąd hipoteza (H1), że udział rolników w strukturze kredytów banków spółdzielczych maleje.

Poszukiwanie nowej grupy klientów przez banki spółdzielcze związane jest z przygotowywaniem szerszej produktowo oferty, tym samym oczekiwać można zdynamizowania dochodów innych niż odsetkowe. Zmniejszenie udziału kredytowania rolników, dla których kredyty są wyżej dochodowe, powoduje obniżenie wyniku odsetkowego, przyczynia się również w konsekwencji do obniżenia wyniku netto banków. Spadek ten przy rozszerzeniu oferty produktowej powinien być częściowo kompensowany innymi przychodami, niemniej jednak trudno oczekiwać, że uda się ten uszczerbek zrekompensować w pełni, dlatego przyjmuje się hipotezę (H2), że spadek udziału kredytów dla rolników w kredytach ogółem w bankach spółdzielczych powoduje obniżenie rentowności tych banków, mierzonej wskaźnikiem ROA, a siła tej korelacji jest co najmniej umiarkowana.

Zakładany zmniejszający się udział kredytów dla rolników, które cechują się wysoką jakością portfela kredytowego i zwykle wyższą rentownością wynikającą ze stosowanych marż odsetkowych, w portfelu kredytowym banków spółdzielczych, wpływa na pogorszenie rentowności działalności banków. Z jednej strony może to mieć swój wyraz we wzroście kosztów tworzonych rezerw celowych, ponieważ kredyty dla rolników cechują się relatywnie lepszą jakością od przeciętnej w portfelu banków spółdzielczych. Z drugiej strony, pogorszenie rentowności może nastąpić również wskutek stosowania niższych marż odsetkowych wobec klientów innych niż rolnicy, co jest choćby konsekwencją próby pozyskiwania tych innych grup klientów kredytowych. Zmniejszenie wyniku netto banków spółdzielczych, który jest elementem funduszy własnych, bezpośrednio wpływa na poziom ich finansowego bezpieczeństwa. Stąd teza, że spadający udział rolników w portfelu kredytowym banków spółdzielczych jest dodatnio skorelowany z poziomem łącznego współczynnika wypłacalności oraz współczynnika kapitałowego Tier-1 (H3) i że jest to korelacja co najmniej o umiarkowanej sile.

¹ S. Kozak: Ewolucje strukturalne w sektorze banków spółdzielczych w latach 1996-2011. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach, nr 96, Siedlce 2013, s. 126-127; R. Kata: Bankowa obsługa rolnictwa w kontekście zmian modelu funkcjonowania bankowości spółdzielczej w Polsce. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, t. XVII, z. 4, Warszawa 2015, s. 129-130.

Rolnicy jako specyficzna grupa klientów banków spółdzielczych

Konkurencja na rynku bankowym jest coraz większa, dodatkowo rośnie zagrożenie ze strony placówek niebankowych, które oferują produkty zamiennie, przez co można uznać problem konkurencyjności za narastający². W bankowości szczególnie ważną pozycję zajmują klienci, to od ich satysfakcji zależy pozycja rynkowa banku³. Klienci są postrzegani za wyjątkowy zasób banku. Ich kapitał w banku spółdzielczym ma szczególne znaczenie i wpływa na działalność tych instytucji. Bliskie relacje z klientami, dobre rozeznanie ich potrzeb wynikają z lokalnego charakteru banków spółdzielczych. Dodatkowo klienci banków spółdzielczych często są współwłaścicielami banku, z usług którego korzystają, dlatego zainteresowani są kondycją finansową i rozwojem banków spółdzielczych podwójnie – jako klienci oraz jako właściciele. Banki spółdzielcze chętnie deklarują, iż zysk nie jest ich głównym celem działalności, tylko relacyjny charakter związków z klientami, co sprzyja tworzeniu wizerunku instytucji wartych zaufania. Jednocześnie warto zaznaczyć, że banki spółdzielcze mogą łatwo stracić zaufanie i dobrą reputację przez poszerzanie skali działania poza zasięg lokalny. Szybko w ten sposób mogą stracić bliskie relacje z klientami, działając w ten sam sposób jak banki komercyjne, zatracając swój unikatowy, lokalny charakter⁴.

Lojalność i homogeniczność klientów banków spółdzielczych są elementami tworzącymi ich przewagę konkurencyjną, ale też powodują, że banki te są uzależnione od swoich klientów. Jednorodność interesantów depozytowych powoduje brak różnicowania źródeł finansowania aktywności banku, natomiast ze względu na niezróżnicowanych klientów – kredytobiorców nie dochodzi do dywersyfikacji ryzyka kredytowego w banku spółdzielczym. Niemniej jednak klienci lojalni są bardziej rentowni dla banku. Często klient usatysfakcjonowany staje się klientem aktywnym, który chętniej korzysta z oferty banku, wobec tego staje się klientem rentownym i mniej skłonny do wyboru konkurencji⁵.

We współczesnej gospodarce rynkowej korzystanie przez rolników, a także gospodarstwa rolne, z obsługi bankowej i dostępu do finansowania zewnętrznego jest nieodzownym elementem ich stabilności finansowej i rozwoju. Głównym celem relacji rolników z bankami jest chęć alokacji osiągniętej nadwyżki finansowej, czy też pozyskanie zewnętrznych źródeł finansowania działalności rolniczej. Jednocześnie rolnicy będący nabywcami produktów i usług bankowych trafiają na szereg barier i ograniczeń, pośród których wiele jest specyficznych dla sektora rolnego. Aktywa jakimi dysponują i którymi zarządzają rolnicy są nieelastyczne i indywidualne dla danego gospodarstwa. Również charakter produkcji rolnej uzależniony jest w dużym stopniu od

² A. Nowakowska-Krystman, B. Kublik: *Strategia rozwoju sektora polskich banków spółdzielczych, w: Perspektywy rozwoju bankowości spółdzielczej w Polsce*, red. M. Stefański. Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna we Włocławku, Włocławek 2009, s. 34.

³ P. Snarski: *Metody pomiaru satysfakcji klientów bankowych wykorzystywanych do analizy konkurencyjności banków*. Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok 2012, s.9-92.

⁴ G. Woźniewska: *Analiza potencjału konkurencyjnego banku spółdzielczego – zarys koncepcji*. Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, Sectio H Oeconomia, UMCS, Lublin 2010, s. 330-331.

⁵ A. Szelągowska: *Współczesna bankowość spółdzielcza*. CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2012, s. 110-111.

okoliczności przyrodniczych. Gospodarstwa rolne charakteryzują się dużym zróżnicowaniem co do wariantu prowadzonej działalności, jak i kapitałochłonności⁶.

Rolnicy jest to segment klientów, któremu banki oferują swoje produkty, należycie dobrane do ich potrzeb. Rolnicy najczęściej korzystają z usług banków spółdzielczych, dla większości z nich są one jedynym bądź najistotniejszym bankiem w zakresie obsługi finansowej. W dużym stopniu o powiązaniach rolników z bankami spółdzielczymi decydują uwarunkowania mikroekonomiczne gospodarstw rolnych, w tym społeczno-osobowe. Indywidualny charakter rolnictwa i obszarów wiejskich, ma bezwzględne znaczenie przy doborze oferty produktów i usług bankowych, które odnoszą się do podmiotów znajdujących się na terenach wiejskich⁷. Rozpoznanie aktualnych i późniejszych potrzeb rolników, staje się coraz istotniejszą kwestią. W następstwie tego banki są zobowiązane cały czas analizować rynek, aby produkty i usługi, które proponują rolnikom, realizowały ich oczekiwania i były konkurencyjne⁸.

Wyniki badań oraz ich omówienie

Wzmocnienie rolnictwa i obszarów wiejskich w Polsce jest jednym z najistotniejszych wyzwań dla gospodarki narodowej, a tym samym dla banków spółdzielczych oraz innych podmiotów angażujących się w finansowanie rolnictwa⁹. Kredytowanie w rolnictwie jest uznawane za niezbędne do wspierania rozwoju obszarów wiejskich, skutecznej alokacji kapitału i potęgowania skłonności do inwestowania przez rolników. Znaczenie kredytów w rolnictwie zaczęło szybko wzrastać w wyniku liberalizacji gospodarki oraz przyłączenia się Polski do Unii Europejskiej, przez co wzmocniły się stosunki gospodarstw rolnych i innych podmiotów wiejskich z gospodarką finansową. Powolne gromadzenie kapitałów własnych niejednokrotnie były niedostateczne, aby dokonać całkowitej modernizacji rolnictwa¹⁰.

Kredyty dla rolnictwa udzielane są głównie przez banki spółdzielcze, które posiadają jedną z najlepiej rozwiniętych sieci oddziałów bankowych w Polsce. Funkcjonują one na rynkach lokalnych, obsługując przeważnie sektor rolnictwa, czy też drobną przedsiębiorczość. Banki spółdzielcze działając w pobliskich okolicach gospodarstw rolnych są naturalnym partnerem finansowym rolników¹¹. Zapotrzebowanie na kredyty w rolnictwie wynika głównie z wahań dochodów, spowodowanych m.in.

⁶ R. Kata: Korzystanie z usług bankowych przez rolników indywidualnych w Polsce. *Journal of Agrobusiness and Rural Development*, nr 4(22), Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów 2011, s. 87-88.

⁷ A. Rosa: Korzystanie z usług bankowych przez rolników pomorza środkowego. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu* nr 6, z. 6, Politechnika Koszalińska, Koszalin 2016, s. 415-416.

⁸ R. Kata: Bankowa obsługa rolnictwa w kontekście zmian modelu funkcjonowania bankowości spółdzielczej w Polsce. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, t. XVII, z. 4, Warszawa 2015, s. 127.

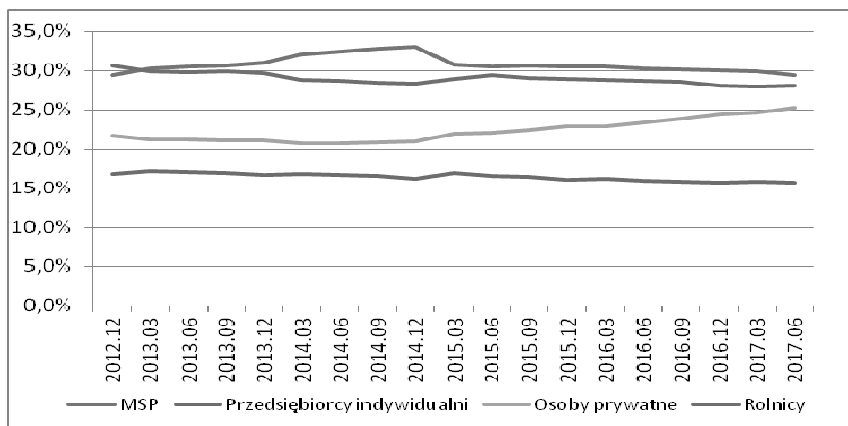
⁹ T. Siudek: Wpływ kredytów rolniczych udzielanych przez banki spółdzielcze na rozwój rolnictwa w Polsce. *Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie, Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, Warszawa 2008, s. 37-38.

¹⁰ T. Siudek: Banki spółdzielcze jako instytucje kredytujące rozwój rolnictwa i obszarów wiejskich w Polsce. *Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej we Wrocławiu* nr 540, Wrocław 2006, s. 47.

¹¹ R. Kata: Relacje rolników z instytucjami w aspekcie finansowania gospodarstw ze źródeł zewnętrznych, w: *Konkurencyjność podmiotów rynkowych*, red. D. Kopycińska. Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2009, s. 125-127.

następstwem warunków atmosferycznych. Ponadto popyt na kredyty w rolnictwie wzrasta w momencie występowania niezgodności między okresem poniesionych nakładów na produkcję, a okresem osiągniętych dochodów¹².

Reasumując, kredyt bankowy pozostaje najważniejszym źródłem zewnętrznego finansowania gospodarstw rolnych, a niezwykle istotnym jest zagwarantowanie rolnikom swobodnego dostępu do tego źródła finansowania gospodarstwa. Inaczej mówiąc banki spółdzielcze oferują rolnikom takie warunki kredytowania, które nie dyskryminują ich oraz nie ograniczają im korzystania z tego typu źródła finansowania. Szczególnie warto zwrócić uwagę, iż w ostatnich latach wzrosła wartość kredytów bankowych udzielonych przez banki spółdzielcze rolnikom, co powinno być odczytywane jako pozytywny symptom, ponieważ wydatki inwestycyjne generują przyrost produkcji w późniejszych okresach¹³. Jednak w tym samym czasie banki spółdzielcze rozwijały także portfel kredytowy dla innych niż rolnicy grup klientów. Wykres 1 prezentuje udział kredytów bankowych udzielonych przez banki spółdzielcze w Polsce rolnikom, na tle innych grup klientów tych banków wydzielonych ze względu na podmiot, w latach 2012-2017, dane kwartalne.



Wykres 1. Struktura należności od klientów niefinansowych w bankach spółdzielczych w Polsce w latach 2012-2017 (w%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji o sytuacji banków spółdzielczych i zrzeszających się w latach 2012-2017, <http://www.knf.gov.pl/index.html>, [dostęp: 31.10.2017]

Wartość udzielonych kredytów, w tym także kredytów dla rolników w badanym okresie generalnie wzrasta. W analizowanym okresie kredyty dla rolników wzrosły o ok. 3 mld zł, tj. o ok. 20%. Wolumen kredytów dla rolników w bankach spółdzielczych zwiększa się w tempie porównywalnym do zmian w zakresie kredytów dla przedsiębiorców indywidualnych (22%). Najsprawniej wzrastają wartości udzielonych

¹² R. Kata: Kredyty bankowe w strukturze zewnętrznych źródeł finansowania rolnictwa w Polsce. Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie, Problemy Rolnictwa Światowego, t. XXIII, Warszawa 2009, s. 85-86.

¹³ M. Utzig: Korzystanie z rynku depozytowo-kredytowego przez rolników w Polsce, Roczniki Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich, t. 99, z. 4, Warszawa 2012, s. 422-423.

kredytów osobom prywatnym, tj. 52%, podczas gdy cały portfel przyrasta w tempie 31%. Można zatem zauważyć, że dynamika portfela kredytów dla rolników jest niższa od dynamiki portfeli kredytowych dla wielu innych grup klientów, a także całego portfela kredytowego banków spółdzielczych, co musiało obniżyć znaczenie portfela kredytów dla rolników w działalności kredytowej banków spółdzielczych w Polsce w analizowanym czasie. Pomimo, iż wartość portfela kredytów rolniczych w bankach spółdzielczych w badanym okresie wzrastała, to ich udział w łącznym wolumenie należności od klientów niefinansowych banków spółdzielczych spada z poziomu 31% w roku 2012, do 28% w roku 2017. Fakt ten spowodował, że rolnicy przestali być dominującą grupą w podmiotowej strukturze kredytów w bankach spółdzielczych. Sytuacja ta utrzymuje się od I kwartału 2013 roku.

Na potrzeby niniejszego artykułu w celu weryfikacji hipotez H2 oraz H3, ustalono związek statystyczny odpowiednio między udziałem rolników w portfelu kredytowym w bankach spółdzielczych a rentownością aktywów oraz wypłacalnością banków spółdzielczych w Polsce w latach 2012-2017. Zastosowano współczynnik korelacji liniowej Pearsona, zbadano też jego statystyczną istotność (przyjęto próg istotności statystycznej 0,05 oraz 17 stopni swobody). Analizę oparto na danych kwartalnych – zawartych w tabeli 1 - począwszy od ostatniego kwartału roku 2012 do II kwartału roku 2017, łącznie 19 obserwacji.

Tabela 1. Rentowność aktywów, łączny współczynnik wypłacalności i współczynnik wypłacalności Tier-1 oraz udział rolników w portfelu kredytowym banków spółdzielczych w Polsce w latach 2012-2017 (%)

Wyszczególnienie		ROA (X1)	Współczynnik kapitałowy (X2)	Tier-1 (X3)	Udział kredytów dla rolników (Y)
kwartał	rok				
IV	2012	1,2	13,8	13,1	30,6
I	2013	1,0	14,0	13,1	29,9
II	2013	0,9	13,8	13,6	29,8
III	2013	0,9	14,2	13,4	29,9
IV	2013	0,8	14,1	13,4	29,6
I	2014	0,9	14,7	13,3	28,9
II	2014	0,9	16,1	14,8	28,7
III	2014	0,9	15,8	14,9	28,4
IV	2014	0,8	15,8	14,7	28,4
I	2015	0,8	15,6	14,9	27,5
II	2015	0,7	15,9	14,8	27,9
III	2015	0,7	15,6	14,5	29,0
IV	2015	0,4	13,7	12,6	29,0
I	2016	0,7	17,0	15,9	28,8
II	2016	0,7	17,4	16,2	28,8
III	2016	0,6	17,1	16,0	28,6
IV	2016	0,5	17,1	16,0	28,2
I	2017	0,8	17,0	16,0	28,1
II	2017	0,7	17,5	16,5	28,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji o sytuacji banków spółdzielczych i zrzeszających się w latach 2012-2017, <http://www.knf.gov.pl/index.html>, [dostęp: 31.10.2017]

Tabela 2 zawiera obliczenia dotyczące współzależności statycznej między zmiennymi.

Tabela 2. Współczynniki korelacji między zmiennymi X1 i Y, X2 i Y oraz X3 i Y w Polsce w latach 2012-2017

Zmienne	X1-Y	X2-Y	X3-Y
Współczynnik korelacji	0,541	-0,713	-0,688

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Tabeli 1

W oparciu o przeprowadzone badanie można stwierdzić, że między rentownością aktywów a udziałem rolników w portfelu kredytowym w bankach spółdzielczych w Polsce w latach 2012-2017 współzależność statystyczna jest dodatnia o umiarkowanej sile, a dodatkowo wyznaczony współczynnik korelacji jest istotny statystycznie. Oznacza to, że wzrostowi udziału kredytów dla rolników w portfelu kredytowym banków spółdzielczych towarzyszy wzrost rentowności aktywów tych banków i odwrotnie, spadającemu znaczeniu w portfelu kredytowym kredytów dla rolników towarzyszy spadająca rentowność aktywów.

Z kolei między współczynnikami kapitałowymi opisującymi wypłacalność finansową banków a udziałem rolników w portfelu kredytowym w bankach spółdzielczych w Polsce w latach 2012-2017 współzależność statystyczna jest ujemna, co oznacza, że wzrostowi znaczenia kredytów dla rolników w portfelu kredytowym banków spółdzielczych w Polsce towarzyszy spadek współczynników kapitałowych i odwrotnie. Siłę tej korelacji można ocenić jako znaczącą, przy czym wyznaczone współczynniki korelacji między zmiennymi nie są istotne statystycznie.

Podsumowanie

Na podstawie przeprowadzonych w pracy badań sformułowano następujące wnioski:

Wartość kredytów udzielonych rolnikom przez banki spółdzielcze w Polsce w latach 2012-2017 konsekwentnie wzrastała, jednak w tempie niższym od przyrostu należności od pozostałych grup klientów tych banków. Udział kredytów dla rolników w łącznym portfelu kredytowym w bankach spółdzielczych w Polsce wg stanu na koniec 2012 roku wynosił 30,6%, natomiast na półrocze 2017 roku 28,1%. Warto zwrócić uwagę, że początkowo była to najważniejsza grupa kredytobiorców pod względem udziału w wolumenie kredytowym, jednak już od 2013 roku zostali wyprzedzeni przez MSP i ta relacja została zachowana do końca badanego okresu. Powyższe wnioski potwierdzają hipotezę (H1), że systematycznie spada udział kredytów dla rolników w łącznym portfelu należności od klientów niefinansowych banków spółdzielczych w Polsce.

Poziom rentowności aktywów segmentu banków spółdzielczych w Polsce w całym badanym okresie zmniejszał się. Na początku badanego okresu wskaźnik ROA przyjmował wartość 1,2%, by na koniec przyjąć poziom 0,8%, choć najniższą wartość wskaźnika zanotowano w IV kwartale 2015, wówczas oscylował on wokół 0,4%. Jednocześnie zmniejszał się udział rolników jako grupy kredytobiorców. Pomiedzy udziałem kredytów dla rolników w portfelu kredytowym banków spółdzielczych w

Polsce w latach 2012-2017 a rentownością aktywów w badanym okresie wystąpiła korelacja dodatnia o umiarkowanej sile. Zatem przedstawione wnioski potwierdzają hipotezę (H2).

W całym badanym okresie wypłacalność sektora banków spółdzielczych mierzona łącznym współczynnikiem kapitałowym, jak i współczynnikiem Tier-1, pozostawała na wysokim poziomie. Łączny współczynnik kapitałowy banków spółdzielczych w Polsce w latach 2012-2017 przyjmował wartości w zakresie od 13,8% do 17,5%, w współczynnik kapitałowy Tier-1 odpowiednio: od 13,1% do 16,5%. Należy zauważyć, że w całym badanym okresie wartość współczynników wypłacalności była powyżej wymaganego przepisami prawa minimum. Między udziałem rolników w portfelu kredytowym a łącznym współczynnikiem kapitałowym i współczynnikiem kapitałowym Tier-1 wystąpiła korelacja ujemna, a nie jak zakładano - korelacja dodatnia, w związku z czym hipoteza (H3) nie została potwierdzona.

Uwzględniając przytoczone wyniki badań, można stwierdzić, że rolnicy pozostają dla banków spółdzielczych bardzo ważną grupą klientów i to niezależnie od tego, że udział kredytów od tej grupy klientów banków spółdzielczych w łącznym wolumenie kredytowym zmniejsza się. Z uwagi na relacyjny charakter bankowości na poziomie spółdzielczym, lokalny charakter działania takich banków, relatywnie wysoką jakość portfela kredytowego dla rolników (wielokrotnie lepszą w porównaniu do portfela kredytów MSP i przedsiębiorców indywidualnych) i zaobserwowaną korelację między udziałem kredytów dla rolników w całkowitym portfelu kredytowym a rentownością aktywów banków spółdzielczych, powinny one rozważyć podjęcie zintensyfikowanych działań w celu zwiększenia znaczenia rolników jako kredytobiorców.

Bibliografia

Informacja o sytuacji banków spółdzielczych i zrzeszających się w latach 2012-2017, <http://www.knf.gov.pl/index.html>

Kata R.: Bankowa obsługa rolnictwa w kontekście zmian modelu funkcjonowania bankowości spółdzielczej w Polsce, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, t. XVII, z. 4, Warszawa 2015

Kata R.: Korzystanie z usług bankowych przez rolników indywidualnych w Polsce, Journal of Agrobusiness and Rural Development, nr 4(22), Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów 2011

Kata R.: Relacje rolników z instytucjami w aspekcie finansowania gospodarstw ze źródeł zewnętrznych, w: Konkurencyjność podmiotów rynkowych, red. D. Kopycińska, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2009

Kata R.: Kredyty bankowe w strukturze zewnętrznych źródeł finansowania rolnictwa w Polsce, Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie, Problemy Rolnictwa Światowego, t. XXIII, Warszawa 2009

Kozak S.: Ewolucje strukturalne w sektorze banków spółdzielczych w latach 1996-2011, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach, nr 96, Siedlce 2013

Nowakowska-Krystman A., Kublik B.: Strategia rozwoju sektora polskich banków spółdzielczych, w: Perspektywy rozwoju bankowości spółdzielczej w Polsce, red. M. Stefański, Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna we Włocławku, Włocławek 2009

Rosa A.: Korzystanie z usług bankowych przez rolników pomorza środkowego, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu nr 6, z. 6, Politechnika Koszalińska, Koszalin 2016

Siudek T.: Wpływ kredytów rolniczych udzielanych przez banki spółdzielcze na rozwój rolnictwa w Polsce, Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie, Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej, Warszawa 2008

Siudek T.: Banki spółdzielcze jako instytucje kredytujące rozwój rolnictwa i obszarów wiejskich w Polsce, Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej we Wrocławiu nr 540, Wrocław 2006

Snarski P.: Metody pomiaru satysfakcji klientów bankowych wykorzystywanych do analizy konkurencyjności banków, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok 2012

Szelągowska A.: Współczesna bankowość spółdzielcza, CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2012

Utzig M.: Korzystanie z rynku depozytowo-kredytowego przez rolników w Polsce, Roczniki Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich, t. 99, z. 4, Warszawa 2012

Woźniewska G.: Analiza potencjału konkurencyjnego banku spółdzielczego – zarys koncepcji, Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, Sectio H Oeconomia, UMCS, Lublin 2010

Summary

The main objective of the article is to assess of the importance of farmers as debtors and the influence of this group of clients on the profitability and security of cooperative banks in Poland between 2012-2017. The analysis was based on quarterly data between December 2012 and June 2017 (19 observations).

The following hypotheses were introduced: the share of farmers in the credit structure of cooperative banks decreases (H1), the decrease in the farmers' credit share in the total number of credits in cooperative banks lowers their profitability measured by the ROA index, and the correlation magnitude is at least moderate (H2), the decreased share of farmers in the credit portfolio of cooperative banks is positively correlated with the level of the total solvency ratio and Tier-1 capital ratio, and this correlation is at least of moderate magnitude (H3).

The conducted research allows to conclude that: the share of credits for farmers in the total credit portfolio of cooperative banks in Poland is decreasing. It is correlated with the level of assets profitability, the correlation is positive, and its magnitude is at least moderate. Simultaneously, it is negatively correlated with the level of Tier-1 capital ratio. Hence, only two out of three hypotheses have been verified.

Key words: cooperative banks, farmers, profitability, solvency

Informacje o autorze:

Dr Artur Stefański

Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu,

Wydział Finansów i Bankowości

Ul Powstańców Wielkopolskich 5

61-895 Poznań

e-mail: artur.stefanski@wsb.poznan.pl

ORCID: 0000-0002-7235-337X.

Małgorzata Raczkowska
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

Kinga Gruziel
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

Ubóstwo i wykluczenie społeczne w Unii Europejskiej w relacji miasto-wieś

POVERTY AND SOCIAL EXCLUSION IN THE EUROPEAN UNION IN URBAN-RURAL RELATIONS

Artykuł podejmuje zagadnienia odnoszące się do istoty i pomiaru ubóstwa oraz wykluczenia społecznego w dużych miastach oraz na obszarach wiejskich w Unii Europejskiej. Praca została napisana na podstawie przeglądu literatury przedmiotu oraz danych statystycznych Eurostat-u. W części teoretycznej przedstawiono definicje oraz mierniki służące do oceny analizowanych zjawisk społecznych. Uzyskane wyniki potwierdziły wyższy poziom zagrożenia ubóstwem i wykluczeniem społecznym na obszarach wiejskich Wspólnoty. Ponadto w większości krajów unijnych ubóstwo relatywne na wyższym poziomie zaobserwowano na wsi, a głęboką deprivację materialną oraz niską intensywność pracy w dużych aglomeracjach miejskich.

Słowa kluczowe: ubóstwo, granice ubóstwa, wykluczenie społeczne, deprivacja materialna, niska intensywność pracy

Wstęp

Ubóstwo, wykluczenie społeczne z jednej strony mają charakter indywidualny, są synonimem określonych warunków życia jednostki – osoby, rodziny, gospodarstwa domowego – jej warunków materialnych oraz kondycji psychospołecznej. Z drugiej strony są ważnymi problemami społecznymi wówczas, gdy charakteryzujące ich sytuacje przybierają taką skalę i nasilenie, że stają się istotnym składnikiem warunków życia całych grup społecznych.

W systemach państw opiekuńczych brak jest dyskusji nad problemem czy redukować ubóstwo i wykluczenie społeczne. Przedmiot badań obejmuje przede wszystkim trafną identyfikację owych zjawisk i opracowanie skutecznych metod ich zmniejszania przez systemy społeczne.

W oparciu o dane empiryczne i kwerendę literatury celem głównym pracy była identyfikacja, porównanie oraz ocena rozmiarów ubóstwa i wykluczenia społecznego w krajach Unii Europejskiej w perspektywie terytorialnej. W związku z powyższym celem sprecyzowano ogólną hipotezę badawczą: ubóstwo i wykluczenie społeczne na

obszarach wiejskich¹ w krajach Unii Europejskiej przewyższa poziom ubóstwa i wykluczenia występującego w dużych miastach.²

Dane i metody

Do pomiaru wykluczenia społecznego wykorzystywane są różne wskaźniki opisujące poszczególne wymiary ekskluzji.³ Są one podstawą badań nad ubóstwem, gdyż identyfikują skalę, obszary i przyczyny wykluczenia społecznego oraz związanego z nim ryzyka.

Przyjmując uproszczone założenia dla potrzeb tego artykułu oraz uzależniając ubóstwo i wykluczenie społeczne jedynie od ekonomicznych aspektów do analizy wykorzystano sumaryczny wskaźnik „Ludność zagrożona ryzykiem ubóstwa i wykluczeniem społecznym”, obejmujący:⁴

1. wskaźnik zagrożenia ubóstwem po transferach socjalnych,
2. wskaźnik poważnej deprivacji materialnej,
3. wskaźnik niskiego wykorzystania zasobów pracy.

Wskaźnik zagrożenia ubóstwem lub wykluczeniem społecznym uwzględnia osoby, które zostały ujęte przynajmniej w jednym z trzech ww. wskaźników.

Pierwszy z mierników - wskaźnik zagrożenia ubóstwem - zaliczany jest do grupy wskaźników o charakterze relatywnym. Według metodologii Eurostatu za zagrożone ubóstwem uważa się „osoby żyjące w gospodarstwach domowych, których dyspozycyjny dochód ekwiwalentny jest niższy od granicy zagrożenia ubóstwem ustalonej na poziomie 60% mediany dyspozycyjnego ekwiwalentnego dochodu w danym kraju”.⁵

Deprivacja materialna rozumiana jest jako „wymuszony względami ekonomicznymi brak kombinacji pozycji z listy dóbr obrazujących materialne warunki życia, takie jak posiadanie konkretnych dóbr trwałego użytku oraz możliwości pozwolenia sobie na zaspokojenie określonych podstawowych potrzeb”.⁶ W takim ujęciu jest to wskaźnik ubóstwa bezwzględnego (absolutnego). W Strategii Europa 2020 za „dotknięte poważną deprivacją materialną” przyjęto osoby, które nie mogą pozwolić sobie na zaspokojenie co najmniej 4 z 9 następujących potrzeb/dóbr/urządzeń uznanych we współczesnych warunkach europejskich za podstawowe: opłacenia tygodniowego wyjazdu wszystkich członków gospodarstwa domowego na wypoczynek raz w roku; spożywania mięsa, ryb (lub wegetariańskiego odpowiednika) co drugi dzień; ogrzewania mieszkania odpowiednio do potrzeb; pokrycia niespodziewanego wydatku (w wysokości odpowiadającej miesięcznej wartości granicy ubóstwa relatywnego, przyjętej w danym kraju, w roku poprzedzającym badanie); terminowego regulowania opłat związanych z mieszkaniem, spłatą rat i kredytów; posiadania telewizora kolorowego; posiadania samochodu; posiadania pralki; posiadania telefonu (stacjonarnego lub komórkowego).⁷

¹ W pracy terminy: obszary wiejskie, tereny wiejskie, wieś stosowane są zamiennie.

² Za metodologią Eurostatu przyjęto: duże miasta o liczbie ludności > 50000, obszary wiejskie o ludności < 5000.

³ Terminy wykluczenie społeczne i ekskluzja w pracy stosowane są zamiennie.

⁴ Wskaźnik ten został opracowany przez Komisję Europejską w ramach Strategii Europa 2020.

⁵ Polska w Unii Europejskiej w 2004-2014, GUS, Warszawa 2014, s.80.

⁶ Combating poverty and social exclusion: A statistical portrait of the European Union 2010, Eurostat, <http://2010againstopoverty.europa.eu> <http://2010againstopoverty.europa.eu> [odczyt: 12.05.2018].

⁷ Polska w Unii Europejskiej w 2014-2014, GUS, Warszawa 2014, s.80.

Jedną z najczęściej wymienianych przyczyn ubóstwa jest brak pracy, dlatego trzeci wskaźnik dotyczy „osób żyjących w gospodarstwach domowych o bardzo małej intensywności pracy”. Intensywność pracy mierzona jest jako „stosunek liczby miesięcy jaką wszyscy będący w wieku zdolności do pracy pracowali w danym roku do łącznej liczby miesięcy, w ciągu których mogliby pracować”.⁸ Wskaźnik ten obejmuje osoby w wieku 0-59 lat żyjące w gospodarstwach domowych o bardzo niskiej intensywności wykorzystania pracy, tj. gdzie w minionym roku dorośli pracowali w wymiarze mniejszym niż 20% ich całkowitego potencjału pracy.

W analizie wykorzystano dane z lat 2013-2016. Zestawienie tych okresów pozwoliło na ocenę stopnia oraz dynamiki zmian badanych zjawisk. Metodyka zastosowana w artykule to analiza literatury przedmiotu oraz danych statystycznych Eurostatu.

Ubóstwo i wykluczenie społeczne – przegląd pojęć

Podstawowym elementem mającym istotne znaczenie dla pomiaru danej kategorii jest jej zdefiniowanie. Brak bowiem precyzyjnej i ogólnie akceptowanej definicji powoduje występowanie licznych rozbieżności zarówno w ocenach zasięgu, jak i w koncepcjach jego zwalczania. W literaturze przedmiotu prezentowane są różne sposoby pojmowania zarówno ubóstwa, jak i wykluczenia społecznego.

Problem ubóstwa istnieje od zawsze. Na przestrzeni wieków ulegał on różnym przeobrażeniom – zmianie podlegało zarówno rozumienie, definiowanie, mierzenie, jak i sposób traktowania go przez społeczeństwo.⁹ Pierwotnie ubóstwo było określane jako „brak możliwości zaspokojenia podstawowych potrzeb człowieka” i taka definicja została wprowadzona na początku XX wieku przez angielskiego socjologa Seebohma Rowntree.¹⁰ W 1901 roku opracował on kategorię minimum środków żywnościowych koniecznych do biologicznej i psychicznej egzystencji, odnoszącej się następnie do nierówności w rozkładzie własności środków produkcji i dystrybucji dóbr. Brytyjskiego badacza można określić mianem głównego autora podejścia do ubóstwa jako kategorii absolutnej, gdzie jednostki (osoby czy gospodarstwa domowe) są określane jako ubogie, kiedy ich potrzeby nie są zaspokojone w sposób wystarczający, przy czym poziom zaspokojenia tych potrzeb nie jest odnoszony do poziomu zaspokojenia potrzeb innych członków społeczeństwa.¹¹

Zgodnie z nurtem badawczym Rowntree ubóstwo definiowali Paul Samuelson i William Nordhaus. Według nich ubóstwo ma przede wszystkim wymiar materialny i odnosi się do „dochodu niewystarczającego do opłacenia podstawowych zasobów żywności, odzieży, dachu nad głową i innych artykułów pierwszej potrzeby”.¹² Inna z definicji ubóstwa wskazuje podobnie określając ubóstwo „jako stan oznaczający brak wystarczających zasobów do dyspozycji czyli taki stan braku wystarczających

⁸ Ibidem.

⁹ Kumor I., Ubóstwo ujęcie teoretyczne, Edukacja Humanistyczna nr 1 (24), Towarzystwo Wiedzy Powszechnej, Szczecin 2011, s.101.

¹⁰ Błaszczak-Przybycińska I., Metody pomiaru granic ubóstwa, Wiadomości Statystyczne nr 11, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 1990, s.10.

¹¹ Rusnak Z., Pomiar ubóstwa i wykluczenia społecznego – problemy metodologiczne, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu Nr 20/2011, Wrocław 2011, s.338.

¹² Samuelson P., Nordhaus W., Ekonomia, Rebis, Poznań 2014, str.333.

dochodów, który mógłby zapewnić minimalny standard życia”.¹³ Inaczej można powiedzieć, że ubóstwo jest sytuacją, która charakteryzuje się różnego rodzaju brakami, które uniemożliwiają danej jednostce zaspokojenie podstawowych potrzeb.¹⁴

Badaczami skłaniającymi się do postrzegania ubóstwa nie tylko w aspekcie niewystarczających dochodów byli między innymi Amartya Sen oraz Peter Townsend. Sen w definiowaniu ubóstwa, podobnie jak w podejściu do nierówności, najbardziej zwracał uwagę na psychologiczno-socjologiczne cechy ludzi. W jego opinii ubóstwo to „nie tylko niewystarczające dochody, ale także bariery w dostępie do realizacji potrzeb życiowych zgodnie z poziomem własnego rozwoju i aspiracji”.¹⁵ Z kolei Townsend w swoich badaniach odnosił się średniego społecznego standardu życia. Podkreślał zatem, że ubóstwo ma charakter relatywny, a nie absolutny. Według niego „ubóstwo stanowi bowiem brak wystarczających zasobów potrzebnych, by zaspokoić społecznie uznane potrzeby i uczestniczyć w życiu ogółu społeczeństwa”.¹⁶ Podobnie do koncepcji Townsenda stwierdza Kazimierz Frieske, według niego „ubóstwo to wcale nie tylko brak pieniędzy, to raczej takie szczególne okoliczności, które nie pozwalają ludziom nimi dotkniętymi na uczestnictwo w życiu zbiorowym i – zwłaszcza – w istotny sposób pomniejszają ich możliwości uczestnictwa w podstawowych instytucjach społecznych, od rodziny poczynając, na wymiarze sprawiedliwości kończąc. Mówiąc inaczej, ubóstwo to niezrealizowane warunki społecznej partycypacji”.¹⁷

Poprzez nawiązanie do wymiaru partycypacji społecznej, badania nad ubóstwem w sposób bezpośredni przełożyły się na politykę i działania w zakresie walki z ubóstwem i wykluczeniem społecznym. Bowiem ubóstwo to nie tylko kwestia przetrwania, ale zdolności do uczestnictwa w zwykłych aktywnościach, które składają się na normalne życie społeczności. Jeżeli zasoby (nie tylko dochody, ale też usługi społeczne i inne) są za małe by uczestniczyć w takich aktywnościach, to mamy do czynienia z ubóstwem, które często staje się zasadniczą przyczyną wykluczenia społecznego.

Często podkreśla się, że wykluczenie społeczne ma cechy ubóstwa i najczęściej jest jego bezpośrednim efektem. Stanisława Golinowska zwraca uwagę na fakt, że gdy rozszerza się kategorię ubóstwa, nie ograniczając jej wyłącznie do zasobów finansowych, lecz uwzględniając inne sfery życia (np. mieszkanie, edukację, zdrowie), wówczas pojęcie to przybliża się do pojęcia wykluczenia społecznego, jako że ubóstwo bardzo często współwystępuje z wykluczeniem społecznym lub oba zjawiska na siebie zachodzą.¹⁸

Idea wykluczenia społecznego pojawiła się na początku lat 70. XX wieku we Francji, w reakcji na nieszczelności francuskiego systemu zabezpieczenia

¹³ Szopa B., Wokół zagadnień ubóstwa i bogactwa, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2012, s.81.

¹⁴ Dyczewski L., Kościół katolicki wobec ubóstwa i ludzi ubogich, [w:] Polska bieda II, red. S. Golinowska, IPiSS, Warszawa 1997, s.370–371.

¹⁵ Sen A., Nierówności. Dalsze rozważania, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2000, s.98.

¹⁶ Chmielewski P., Znaczenie definicji biedy w wyznaczaniu granicy ubóstwa, *Finanse i Prawo Finansowe*, Journal of Finance and Financial Law, Łódź 2016, s.42.

¹⁷ Frieske K., Bieda – miary i interpretacje [w:] S. Golinowska (red.), Polska bieda. Kryteria. Ocena. Przeciwdziałanie, IPiSS, Warszawa 1997, s.236.

¹⁸ Golinowska S., Wykluczenie społeczne, [w:] S. Golinowska, Z. Morecka, M. Styrc, E. Cukrowska, J. Cukrowski (red.), Od ubóstwa do wykluczenia społecznego, IPiSS, Warszawa 2008, s.116-117.

społecznego.¹⁹ Po raz pierwszy użył tego terminu w 1974 r. francuski minister Dobrobytu Społecznego R. Lenoir w książce *Les Excluse* z w odniesieniu do osób żyjących na marginesie życia społecznego.²⁰

Koncepcja wykluczenia społecznego w literaturze przedmiotu jest z reguły utożsamiana z nierównościami społecznymi, dyskryminacją i powstaniem w strukturze społecznej grupy osób zaliczanych do kategorii *underclass*.²¹ Ze względu na wielowymiarowy charakter wykluczenia społecznego trudno jest stworzyć jego jedną, syntetyczną definicję. Dlatego dla porządku należy mówić o grupach definicyjnych, a nie o pojedynczych ujęciach zjawiska. Można wskazać na trzy najczęściej cytowane grupy.

Pierwsza z nich obejmuje definicje, gdzie wykluczenie społeczne odnoszone jest do kategorii ubóstwa relatywnego. W tym obszarze mieszczą się definicje Moisia czy Estivilla. Według definicji Pasi Moisia „być społecznie wykluczonym oznacza, że jednostka, rodzina albo nawet cała grupa są wyłączone ze sposobu życia, zasobów oraz warunków życia, jakie przeciętne występują w danej społeczności”²². Natomiast według Jordiego Estivilla „wykluczenie społeczne może być pojmowane jako stan stopniowego wypadania z centralnych obszarów ekonomii, polityki i społeczeństwa, wynikający z procesów zachodzących na tych obszarach i połączony ze stopniową izolacją osób, grup, społeczności i terytoriów oraz lokowaniem ich na pozycjach niższości/gorszych w odniesieniu do centrów rozwoju/możliwości, zasobów i dominujących wartości”.²³

Druga grupa to definicje, które określają ekskluzję jako proces. Charles Gore, Jose Figueiredo jednoznacznie definiują wykluczenie społeczne jako „dynamiczny i wielowymiarowy proces pełnego odcięcia lub częściowego ograniczania dostępu do różnych społecznych, gospodarczych, kulturowych i politycznych systemów, które pomagają jednostce w integracji ze społeczeństwem”.²⁴ Natomiast zgodnie z koncepcją Anthony Giddensa wykluczenie społeczne to „proces i efekt różnego rodzaju upośledzeń społecznych, wskutek których jednostka lub grupa nie może w pełni uczestniczyć w życiu gospodarczym, społecznym, ekonomicznym i politycznym społeczeństwa, do którego należy”.²⁵ Upośledzenia te trwają na tyle długo, że jednostka zostaje wykluczona z życia społecznego.

¹⁹ Becker-Pestka D., Kubiński G., Łojko M., Różne obszary wykluczenia społecznego w Polsce - wybrane zagadnienia, Exante, Wrocław 2017, s.7.

²⁰ Grewiński M., Polityka przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu w Polsce i UE [w:] M. Sabal (red.), Potencjał tkwi w relacjach. Działania Regionalnego Ośrodka Polityki Społecznej w Krakowie na rzecz poprawy relacji międzyludzkich, Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej, Kraków 2014, s.14.

²¹ Nowak A. Pojęcie, istota, przyczyny, mechanizmy marginalizacji i wykluczenia społecznego <http://bazhum.muzhp.pl/media/files/Chowanna/Chowanna-r2012-t1/Chowanna-r2012-t1-s17-32/Chowanna-r2012-t1-s17-32.pdf>, [odeczyt:5.06.2018].

²² Moisia P., The Nature of Social Exclusion – Spiral of Precariousness or Statistical Category?, [w:] Social Exclusion in European Welfare States, ed. by R.J.A. Muffels, P. Tsakoglou, D.G. Mayes, Edward Elgar Publishing, Cheltenham UK/Northampton USA 2002, s.12.

²³ Estivill J., Concepts and Strategies for Combating Social Exclusion. An overview, International Labour Office, Genewa 2003, s.19.

²⁴ Gore C., Figueiredo J.B., Wykluczenie społeczne i polityka przeciwdziałania ubóstwu, Problemy Polityki Społecznej nr 5, IPiSS, Warszawa 2003, s.18.

²⁵ Giddens A., Socjologia, PWN, Warszawa 2006, s.738.

Trzecia grupa koncentruje się na zjawisku partycypacji. Wskazuje się tutaj na jednostki czy grupy, które należą do określonej wspólnoty w sensie geograficznym, ale nie partycypują w życiu obywatelskim. Maria Jarosz określając wykluczenie społeczne nawiązuje do „życia poza nawiasem praw i przywilejów społeczeństwa”.²⁶ Zdaniem Satya R. Chakravarty, Conchita D'Ambrosio i Akerlofowa George, wykluczenie społeczne wiąże się z ubóstwem i deprywacją potrzeb oraz brakiem uczestnictwa/partycypacji w życiu społecznym lub zbiorowym (utrata społecznych więzi – rodzinnych, przyjacielskich czy z instytucjami społecznymi), a także problemami związanymi z prawami społecznymi i socjalnymi (odmowa, niekorzystanie, problemy z realizacją) oraz z dostępem (ograniczony, utrudniony) do zasobów, dóbr publicznych, instytucji i systemów społecznych.²⁷ Z kolei Lucyna Frąckiewicz wykluczenie traktuje jako „sytuację uniemożliwiającą lub też znacznie utrudniającą jednostce lub grupie pełnienie ról społecznych, korzystanie z dóbr publicznych i infrastruktury społecznej, gromadzenie zasobów i zdobywanie dochodów w godny sposób zgodnie z obowiązującym prawem”.²⁸ Podobny kontekst interpretacji wykluczenia społecznego prezentuje również Thomas Marshall, który definiuje je jako „niemożność stosowania praw obywatelskich, zarówno tych o charakterze ekonomicznym, politycznym, jak również uprawnień socjalnych”.²⁹ Według Narodowej Strategii Integracji Społecznej dla Polski wykluczenie społeczne to „brak lub ograniczenie możliwości uczestnictwa, wpływania i korzystania z podstawowych instytucji publicznych i rynków, które powinny być dostępne dla wszystkich, a w szczególności dla osób ubogich”.³⁰

Przedstawione definicje wykluczenia akcentują przede wszystkim problem alienacji z życia społecznego i instytucjonalnego jednostek czy grup społecznych poprzez niemożności uczestniczenia w istotnych aspektach życia społeczno-gospodarczego i polityczno-kulturalnego danego społeczeństwa, które nie jest wynikiem indywidualnego wyboru jednostki lecz przeszkód jakie ona napotyka.³¹

Reasumując należy zaznaczyć, iż zjawisko ubóstwa, czy wykluczenia społecznego jest różnie interpretowane w zależności od autora, miejsca występowania jak i czasu.³² Ubóstwo w zachodniej Europie ma inny wymiar, niż w biednych państwach afrykańskich. Ponadto gospodarstwo domowe o kondycji ekonomicznej dziś uznawane

²⁶ Jarosz M., Wstęp [w:] M. Jarosz (red.), *Naznaczeni i napiętnowani. O wykluczeniu politycznym*, Oficyna Naukowa s.c., Warszawa 2008, s.8.

²⁷ Chakravarty S. R., Conchita D'A., *The Measurement of Social Exclusion*, *Review of Income and Wealth* 52 (3), 2006, s.377-398.

²⁸ Frąckiewicz L., *Wykluczenie społeczne w skali makro i mikroregionalne* [w:] L. Frąckiewicz (red.), *Wykluczenie społeczne*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. K. Adamieckiego w Katowicach, Katowice 2005, s. 11.

²⁹ Golinowska S., Morecka Z., Stryc M., Cukrowska E., Cukrowski J., *Od ubóstwa do wykluczenia społecznego. Badania. Koncepcja. Wyniki. Propozycje*. Polska. Europa. Świat, IPiSS, Warszawa 2008, s.114.

³⁰ *Narodowa Strategia Integracji Społecznej dla Polski*, dokument Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa 2004.

³¹ Sobczak, M., *Wykluczenie społeczne i inkluzja społeczna z wykorzystaniem podmiotów ekonomii społecznej w Polsce na przykładzie województwa łódzkiego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016, s.13.

³² Panek T., *Ubóstwo, wykluczenie społeczne i nierówności. Teoria i praktyka pomiaru*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2011, s.12

za niewystarczającą jeszcze kilkadziesiąt lat temu nie byłoby klasyfikowane jako ubogie.³³

Wyniki badań empirycznych

W latach 2013-2016, pomimo ogólnej zamożności Unii Europejskiej, ubóstwo i wykluczenie społeczne na jej obszarze utrzymywało się na wysokim poziomie (tab. 1). W 2013 roku w UE-28 122 mln osób doświadczało różnych (z różnym natężeniem) deficytów – tzn. braku środków finansowych, braku dostępu do dóbr materialnych, czy też dostępu do pracy. W dużych miastach była to blisko jedna czwarta populacji (24,6%), a na terenach wiejskich niecała jedna trzecia - ponad 27% (tab. 1). W 2016 roku liczba osób zagrożonych omawianymi zjawiskami ogółem zmalała o ponad 4 mln osób – w miastach o ponad 1,8 mln (4%), a na wsi o ok. 2,2 mln (blisko 7%).

Tabela 1. Wskaźnik zagrożenia ubóstwem lub wykluczeniem społecznym w Unii Europejskiej w relacji miasto-wieś w latach 2013-2016 [w%]

Kraje	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
	MIASTO				WIEŚ			
UE	24,6	24,3	24	23,6	27,4	27,1	25,5	25,5
Austria	26,8	28,3	24,9	24,7	14,4	14,1	13,9	14,8
Belgia	30,2	28,6	29,7	29,3	19,5	21,1	19,1	19,7
Bułgaria	38,4	30	31,7	31,1	59,8	51,4	54,8	53,8
Chorwacja	22,2	22,8	20,3	20,9	36,3	34,9	34,9	33,5
Cypr	25,1	25,1	24,9	23,7	30,4	31	33,1	32,2
Czechy	13,7	13,9	13,8	14	15,2	15,2	12,8	11,4
Dania	24,1	24,2	24,3	23,3	15,1	14,8	15,8	13,4
Estonia	20,3	25	21,9	22,4	25,8	26,5	26,4	26,1
Finlandia	14,9	16,6	16,8	17,2	17,1	17,8	17,2	17,1
Francja	18,8	19,6	18,5	19,6	16,1	16,3	15,9	15,8
Grecja	33,9	34,1	33,7	33,6	38,3	39,9	38,6	38,9
Hiszpania	24	26,2	25,5	25,9	34,7	34,8	34	33,5
Holandia	18,7	18,6	20,9	19,9	12,5	15,5	12,8	12,4
Irlandia	26,4	26,3	25,2	23,9	31,6	27,9	25,3	22,4
Litwa	23,6	21,8	22,3	20,8	37,8	32,4	34,7	37,6
Luksemburg	17,6	16,1	16,8	20,1	16,2	16,6	15,7	15,7
Łotwa	29,6	26,5	25,6	22,1	40,9	38,6	37	35
Malta	24,1	23,7	22,8	20,4	-	-	-	-
Niemcy	23,2	24,1	24,3	23,7	19,9	18,8	16,9	17,2
Polska	19,8	17,8	16,7	16,2	32,5	31,2	30	27,9
Portugalia	26,9	26,8	26,6	24,2	31,6	30,9	30	29
Rumunia	33	27,2	24,1	24,3	52,7	51,9	50,8	51,7
Słowacja	17,6	15	16,1	13	21,5	20,8	20,6	21,8
Słowenia	20,4	20,2	19,5	-	21,7	21,6	19,4	-
Szwecja	19,2	19,1	20,5	19,9	18,6	18,4	18,4	18
Węgry	29,1	24	21,6	18,4	40,5	37,8	32,5	31,3
Wielka Brytania	28,5	27	27,3	24,5	17,5	20,5	20	17,4
Włochy	27,5	27,8	28,7	30,3	34,8	33,7	26,8	31

- brak danych dla Malty

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostat: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Urban_Europe_%E2%80%94_statistics_on_cities_towns_and_suburbs_%E2%80%94_94_poverty_and_social_exclusion_in_cities&oldid=345223 [odczyt: 12.05.2018].

³³ Sen A., Nierówności. Dalsze rozważania, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2000, s.98.

W latach 2013-2016, w ujęciu względnym, wyższe ryzyko ubóstwa lub wykluczenia społecznego w UE-28 odnotowano wśród osób mieszkających na obszarach wiejskich niż w przypadku osób zamieszkujących miasta. Należy jednak zaznaczyć, iż udział ludności zagrożonej powyższymi zjawiskami był szczególnie wysoki wśród mieszkańców dużych miast w znacznej części Europy Zachodniej, podczas gdy we wschodnich i południowych częściach UE częściej spotyka się najwyższe ryzyko ubóstwa wśród osób mieszkających na obszarach wiejskich.

W pięciu państwach Europy Zachodniej odsetek ludności zagrożonej ubóstwem lub wykluczeniem społecznym był najwyższy wśród mieszkańców miast: Belgii, Niemiec, Wielkiej Brytanii, Danii i Austrii – wartości wskaźnika powyżej 20%. W 2016 roku udział ludności zamieszkującej austriackie, belgijskie oraz duńskie duże miasta, które były zagrożone ubóstwem, był blisko dwa razy większy niż udział takich osób zamieszkujących na obszarach wiejskich.

W krajach Europy Południowej – Grecji, Hiszpanii, Portugalii, na Cyprze oraz we Włoszech odsetek osób zagrożonych ubóstwem i wykluczeniem społecznym był znacznie wyższy na terenach wiejskich - w badanych latach miernik przekraczał poziom 30% (z wyjątkiem Portugalii w 2016 roku). Natomiast najwyższy poziom wskaźnika na terenach wiejskich odnotowano w dwóch państwach Europy Wschodniej – w Bułgarii i Rumunii, gdzie ponad 50% mieszkańców tych obszarów zagrożonych było ubóstwem i wykluczeniem społecznym.

Polska znajduje się w czołówce państw Unii Europejskiej z najniższym poziomem zagrożenia ubóstwem lub wykluczeniem społecznym w dużych miastach – w 2016 roku wartość wskaźnika była niższa od średniego poziomu w UE o ponad 7 punktów procentowych. Natomiast na terenach wiejskich poziom wskaźnika był wyższy do przeciętnego w krajach Wspólnoty – w 2013 roku o 5 punktów procentowych a w 2016 o 2,4 punkty procentowe.

Rozpatrując osobno każdy z elementów przyczyniających się do zagrożenia ubóstwem bądź wykluczeniem społecznym widać zróżnicowane tendencje (tab. 2).

W większości krajów Wspólnoty obszary wiejskie charakteryzowały się wyższym stopniem zagrożenia ubóstwem relatywnym (tab.2). Różnice pomiędzy krajami były jednak bardzo wyraźne - na poziomie granicy ubóstwa nie osiągał dochodu co drugi mieszkaniec wsi w Rumunii, co trzeci w Bułgarii, co ósmy w Finlandii oraz co jedenasty w Danii i co dwunasty w Czechach. Ponadto 2016 roku w wskaźnik zagrożenia ubóstwem wśród osób zamieszkujących na obszarach wiejskich był w Rumunii blisko czterokrotnie wyższy niż w przypadku osób mieszkających w miastach, w Bułgarii i na Litwie trzykrotnie wyższy, podczas gdy w Szwecji i na Słowenii był tylko nieznacznie wyższy (o 0,6 i 2,8%).

W ponad połowie krajów UE-15 – w Luksemburgu, Austrii, Holandii, Wielkiej Brytanii, Belgii, Danii, Francji, Niemczech i Szwecji ubóstwem relatywnym zagrożeni byli w większym stopniu mieszkańcy miast. Przykładowo w 2014 roku udział ludności zamieszkującej austriackie miasta, które były zagrożone ubóstwem, był 2,0 razy większy niż udział osób mieszkających na obszarach wiejskich, podczas gdy ten sam wskaźnik w Belgii wynosił 1,6: 1.

W Polsce wskaźnik zagrożenia ubóstwem relatywnym był ponad dwukrotnie wyższy na wsi niż w dużych aglomeracjach miejskich. Jednocześnie Polska zaliczała się do grona krajów charakteryzujących się najniższym poziomem granic ubóstwa.

Ogólnie w latach 2013-2016 wskaźnik zagrożenia ubóstwem w dużych miastach unijnych zwiększył się, a na obszarach wiejskich utrzymywał się na relatywnie stabilnym poziomie. W 2016 roku wyraźny wzrost ubóstwa relatywnego w dużych miastach odnotowano w dwudziestu jeden krajach Wspólnoty, w tym największy w Estonii o blisko 35%, na Łotwie o 32% i w Hiszpanii o 21%, a w siedmiu spadek - największy w Grecji o 10%. Na terenach wiejskich wyraźny wzrost ubóstwa relatywnego zaobserwowano w dwóch krajach: w Rumunii - o ponad 16% oraz w Belgii - o 12%.

Pomimo, że średni poziom deprivacji materialnej w krajach członkowskich UE był nieznacznie wyższy na obszarach wiejskich, to w 2016 roku w większości państw Wspólnoty (w piętnastu) to właśnie mieszkańcy dużych miast nie mogli zaspokoić swoich egzystencjonalnych potrzeb w większym stopniu niż mieszkańcy wsi (tab.2). Poziom deprivacji materialnej pomiędzy krajami Unii Europejskiej (EU-28), bez względu na obszar, był również bardzo zróżnicowany. W 2013 roku rozpiętość wskaźnika obliczonego dla dużych miast wynosiła 33,3 punkty procentowe. Najwyższy poziom deprivacji odnotowano w Bułgarii i Rumunii tj. odpowiednio 35,3% i 26,1%. Najniższą deprivację, poniżej 3% odnotowano w 2013 r. tylko w Szwecji 1,9%, w Luksemburgu – 2,1% oraz w Finlandii - 2,5%. Na wsi wskaźnik pogłębionej deprivacji w 2013 roku wahał się od 0,9% w Holandii do aż 52,1% w Bułgarii. W 2016 roku w dużych miastach osiągał wartości od 1,2% w Szwecji do 25% w Bułgarii, a na terenach wiejskich od 0,5% w Holandii i w Szwecji do 40,6% w Bułgarii. Poziom wskaźnika w Bułgarii, która znacznie odstaje od pozostałych europejskich państw, jest bardzo niepokojący. Jak wynika z powyższych danych w kraju tym deprivacja materialna i społeczna dotyczy blisko połowy populacji wsi oraz jednej czwartej ludności dużych miast.

W Polsce w 2016 roku blisko 7% osób zamieszkujących obszary wiejskie jak i duże miasta nie mogło zaspokoić przynajmniej 4 z 9 podstawowych potrzeb. W latach objętych badaniem widoczne było wyraźne zmniejszanie się deprivacji materialnej w Polsce – w miastach o niecałe, a na wsi o ponad 40%.

Należy również odnotować, iż w badanym okresie przeciętne wartości wskaźnika pogłębionej deprivacji materialnej odnotowały spadek, co wskazuje na podniesienie poziomu życia w całej Unii Europejskiej (tab.2). W 2016 roku miernik ten w dużych miastach zmalał o 2,2 punkty procentowe do poziomu 7,7 %, co oznacza 4,4 mln osób mniej niż w 2013 r., a na terenach wiejskich o 2,6 punkty procentowe – 3,5 mln osób.

W ciągu analizowanych lat blisko co ósmy mieszkaniec dużych aglomeracji oraz co dziesiąty obszarów wiejskich w wieku poniżej 59 lat mieszkał w rodzinie, w której dorośli pracowali mniej niż 20% ich potencjału pracy (tab. 2). Wskaźnik ten w dużych miastach i na wsi w Unii Europejskiej ogółem w 2016 roku tylko w nieznacznym stopniu zmniejszył się w stosunku do notowanego w 2013 roku.

W większości krajów Europy Zachodniej mieszkańcy miast w większym stopniu charakteryzowali się niską intensywnością pracy niż mieszkańcy obszarów wiejskich. W 2016 roku szczególnie wysoką różnicę pomiędzy analizowanymi obszarami zaobserwowano w trzech krajach: w Austrii - 60%, w Niemczech – 53% oraz w Belgii – 43%. Natomiast w krajach dawnego bloku wschodniego to mieszkańcy obszarów wiejskich częściej niż w miastach żyli w gospodarstwach o niskiej intensywności pracy. W 2016 roku na Słowacji oraz w Bułgarii mieszkańcy wsi ponad trzykrotnie częściej charakteryzowali się niską intensywnością pracy niż mieszkańcy miast. W Polsce różnice pomiędzy obszarami były nieduże (średnio nie cały punkt procentowy) z niewielką przewagą na obszarach wiejskich.

Tabela 2. Wskaźniki częściowe składające się na wskaźnik zagrożenia ubóstwem lub wykluczeniem społecznym w Unii Europejskiej w relacji miasto-wieś w latach 2013-2016 [w%]

Kraje	Wskaźnik zagrożenia ubóstwem									Wskaźnik poważnej deprivacji materialnej						Wskaźnik niskiej intensywności pracy								
	MIASTO			WIEŚ			MIASTO			WIEŚ			MIASTO			WIEŚ								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030						
UE	15,9	16,4	16,7	16,7	19,9	20,1	19,8	19,8	9,9	9,2	8,4	7,7	10,7	9,8	8,2	8,1	12,1	12,6	12,3	11,7	10,3	10,4	9,2	9,2
Austria	20,9	20,9	19	19,2	11,4	10,5	10,3	11,6	9,2	7,9	6,2	6,2	6,2	1,4	1,2	1,6	1,6	12,9	15,5	13,1	13,5	4,5	5,3	5,3
Belgia	24,1	22,1	22	23,5	12,8	14,2	12,8	14,4	9,8	10,2	10,1	8,4	3,2	6,2	4,1	4,7	21,4	20,9	21,7	21,7	14,2	14,7	13,1	12,3
Bulgaria	10,7	12,3	12,4	14	33,9	33,7	35,8	36,6	35,3	25,9	27,7	25	52,1	40,6	42,6	40,6	6,5	7,7	6,1	7	23,1	20	23	21,9
Chorwacja	11,7	12,7	11,1	11,9	25,6	24,4	26,5	26,6	11,5	12,1	11,7	9,6	17,9	16,9	15,4	13,5	11,2	13,1	10,4	11,6	17,1	15,8	16,9	15,4
Cypr	12,5	12,6	13,6	13,2	18	16,1	18,1	18,3	15,4	14	12,7	11,5	17,5	17,7	18,8	16,2	7,7	8,9	10	10,3	7,4	10,6	11,2	10,7
Czechy	7,6	8,4	9,1	10,1	9,5	10,7	9,1	8,5	7	7,7	6	5,4	6,1	5,4	4	3,7	6,8	8	7,4	6,8	6,9	6	4,8	5,6
Dania	16,2	17	17,5	17,5	9,7	9,5	10,5	9,1	4,6	4,9	3,6	3,5	2,6	2,6	4,1	2,3	16,7	17,6	16,5	13,2	9,2	9,1	9,7	9,1
Estonia	14,4	20,2	19	19,4	28	23,3	24,1	23,6	8,1	6,7	4,5	4,6	6,4	4,9	4,3	5	6,1	6,1	5	4,1	10,4	9	8,4	7,7
Finlandia	10,4	12,1	11,5	11	13,1	13,4	13,8	12,8	2,5	3,1	2,3	2,2	2,5	2,3	1,8	2,3	8,8	10,3	12,4	13,9	8,9	8,7	8,4	9,1
Francja	14,1	14,2	13,9	14,2	11,9	11,6	12,6	12,1	5,8	6	5,7	5,6	4,1	3,2	2,5	2,7	8,8	10,7	10,2	9,2	5,5	7,4	5,7	6
Grecja	20,4	19,1	17,6	18,3	26,7	27	26,5	26,1	20,1	21,2	22,1	21,6	20,7	23,7	22,1	23,9	19,3	19,4	18,1	17,8	17,2	15,9	14,7	15,8
Hiszpania	16,6	19	19	20,1	27,6	27,9	27,6	28	6,7	7,3	6,5	6,2	5,8	6,4	5,3	5,2	14,7	16,2	14,4	14	18,9	18,8	16,3	17,2
Holandia	12,2	12,3	14,4	14,9	8,7	11,5	10,2	10,1	3,3	4,1	3,8	3,8	0,9	0,9	0,6	0,5	11,3	13,1	13,9	12,4	6,6	8,7	7,3	6,3
Irlandia	11,8	13,1	14,1	15,1	19,5	19,7	18,3	17,1	10,8	9,8	9,4	8,6	7,6	5,5	4,7	2,9	21,9	20,5	20	17,6	24,9	21,2	17,2	15,9
Litwa	11,8	11,9	13,7	11,5	29,4	25,2	28,7	30,1	15,6	13,8	12,5	12,5	16,4	14,4	15	14,4	7,1	6,6	6,2	5,4	15,2	11,8	11,4	14,1
Luksemburg	15,9	13,9	14,1	17,5	12,7	14	12,1	11,7	2,1	1,4	2,6	1,7	1,3	1,1	1,5	0,9	4,7	4,8	6,8	5,2	6,7	5,1	5,5	6,4
Łowia	12,7	14,9	16,8	16,3	26	27	29,2	27,7	21,5	16,2	13,1	9,3	26,4	21,8	19,4	15,8	8,9	6,3	6,7	6	11,1	12,3	9,3	9
Malta	15,6	15,5	16,4	16,8	-	-	-	-	9,7	10,4	8,7	4,7	-	-	-	9,4	10,4	9,7	7,7	-	-	-	-	-
Niemcy	18,3	19,3	19,9	19,4	16,4	15,3	14,5	15	6,3	6,3	6,2	4,8	5,3	4,2	2,9	2,7	14,2	14,4	14,4	13,4	6,9	6,8	6,4	6,3
Polska	10,6	9,6	9,6	10,9	25	24,1	24,8	23,9	11,1	9,4	8,1	6,8	12,6	11,2	8,8	7	6,8	6,3	6,8	6	7	7,9	7,1	6,8
Portugalia	17,1	18,1	18,2	17,3	23,8	23,8	24,2	24	13,3	12,8	11,8	9,4	8,5	8,4	7,9	7,4	12,6	12,7	11,4	9,4	13,7	13,7	12,3	10,4
Rumunia	10,2	9,2	11,1	10,3	34,5	38,4	40,4	40,1	26,1	20,4	16,8	17,2	35,6	30,8	29	29,6	6,8	5,4	6,1	5,9	7,8	7,8	9,3	8,5
Słowacja	8	8,2	9,2	7	15,4	16,2	15	17,3	10,4	7,9	7	6,2	10,3	10,9	9,4	8,7	3,3	2,6	3	2,2	10	9,9	9,5	8,3
Słowenia	13,9	14,2	14,8	14,6	16	16	14,8	14,7	7,5	6,3	5,2	5,5	6,6	6,8	5,9	4,8	9	9,5	7,9	7,3	8,3	6,8	7	7,2
Szwecja	16,7	15,9	17,8	17,3	16,9	16,1	16	16,5	1,9	1,7	1	1,2	0,9	0,3	1,5	0,5	9	9,9	9,8	9,7	9,4	8	7,7	7,2
Węgry	7,9	6,6	9,3	7,4	21,9	21	18,7	18,9	23,4	18,8	14,4	11,2	31,5	27,6	22,3	19,3	9,7	8,8	8,2	6,2	18,6	14,4	10	8,3
Wielka Brytania	17,9	18,6	18,8	17,2	12,6	14,7	15,5	12,6	10,3	9,5	7,9	6,4	2,7	3,7	3,4	2,4	15,4	13,9	13,6	12,4	9,2	10,1	8	8,2
Włochy	18,3	18,5	19,3	20,6	25,4	24,8	20,2	22	12,2	11,5	12	14,2	13,7	11,4	7,7	10,5	10,8	12	12	15,7	15,5	11,2	12,2	12,2

- brak danych dla Malty

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostat: <http://ec.europa.eu/eurostat/statistics->

explained/index.php?title=Urban Europe %E2%80%94 statistics on cities, towns and suburbs %E2%80%94 poverty and social exclusion in cities&oldid=345223 [odczyt: 22.05.2018].

Zbadano za pomocą współczynnika korelacji Pearsona zależności występujące pomiędzy wartościami wskaźnika zagrożenia ubóstwem i wykluczeniem społecznym a trzema jego podwskaźnikami (tab.3).

Tabela 3. Współzależność wskaźników ubóstwa i wykluczenia społecznego w krajach Unii Europejskiej*

Zmienne X/Y	Wskaźnik zagrożenia ubóstwem lub wykluczeniem społecznym	
	MIASTO	WIEŚ
	r (X,Y)	r (X,Y)
Wskaźnik zagrożenia ubóstwem	0,66	0,96
Wskaźnik poważnej deprivacji materialnej	0,63	0,99
Wskaźnik niskiej intensywności pracy	0,58	0,66

*Wartość badanych współczynników została wyliczona na podstawie średniej z lat 2013-2016

Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 1,2.

Spośród zbadanych miar w krajach Unii Europejskiej najwyżej skorelowany ze wskaźnikiem zagrożenia ubóstwem i wykluczeniem społecznym był wskaźnik poważnej deprivacji materialnej oraz wskaźnik zagrożenia ubóstwem. Współczynnik korelacji Pearsona obliczony dla terenów wiejskich osiągnął wartość odpowiednio $r=0,99$ i $r=0,96$. Można zatem stwierdzić, że wzrost powyżej deprivacji materialnej oraz ubóstwa relatywnego przyczynia się do wzrostu liczby osób zagrożonych ubóstwem i wykluczeniem społecznym na obszarach wiejskich w krajach Unii Europejskiej. Zależności obliczone dla dużych miast pokazują istnienie silnej zależności pomiędzy zmiennymi.

Wyniki oszacowania pomiędzy wskaźnikiem zagrożenia ubóstwem i wykluczeniem społecznym a wskaźnikiem niskiej intensywności pracy obliczonych dla dużych aglomeracji miejskich wykazują zależność umiarkowaną – jedna zmienna wyjaśnia drugą w 35%.

Wnioski

Na podstawie badań opisanych w niniejszym artykule można sformułować następujące wnioski:

1. W dyskursie naukowym można odnaleźć różnorodne definicje ubóstwa i wykluczenia społecznego, co stanowi poważny problem. Powszechność różnych kontekstów definicyjnych zwiększa bowiem ich nieostrość i przypadkowość. Przyjęte definicje stają się często punktem odniesienia do lepszego poznania i zrozumienia zjawiska, a także są pochodną celów i priorytetów działań instytucjonalnych.
2. W 2016 roku 23,4% populacji Unii Europejskiej było zagrożonych ubóstwem lub wykluczeniem społecznym. Oznacza to, że osoby te znajdowały się w jednym z trzech stanów: zagrożenia ubóstwem z powodów dochodowych, poważnego zagrożenia niedostatkiem materialnym lub zamieszkiwały w gospodarstwie domowym o bardzo niskiej intensywności pracy.
3. Oceniając w Unii Europejskiej ryzyko ubóstwa i wykluczenia społecznego w ujęciu terytorialnym można zauważyć wyższy ich poziom pośród mieszkańców wsi. Jednakże w latach objętych badaniem różnice pomiędzy analizowanymi

obszarami zmniejszały się. W 2013 roku przeciętnie w UE zagrożenie ubóstwem i wykluczeniem społecznym było wyższe o ponad 11% na wsi niż w dużych miastach, a w 2016 roku wyższe o 8%.

4. Ubóstwo relatywne w większym stopniu dotyczyło mieszkańców wsi niż mieszkańców dużych miast unijnych. Średnio we Wspólnocie na terenach wiejskich co piąta osoba nie osiągnęła dochodu na poziomie granicy ubóstwa, a w miastach – blisko co szósta.
5. Wskaźnik poważnej deprivacji materialnej w dużych miastach i na terenach wiejskich kształtował się na zbliżonym poziomie i bez względu na obszar ulegał systematycznemu zmniejszeniu. W większości krajów Europy Zachodniej to mieszkańcy dużych aglomeracji miejskich częściej nie mogli zaspokoić wszystkich potrzeb egzystencjonalnych. Odwrotna sytuacja występowała w nowych krajach członkowskich.
6. Od 2014 roku w większości krajów Unii gospodarstwa domowe mieszkańców miast w nieco większym stopniu charakteryzowały się niską intensywnością pracy niż mieszkańców obszarów wiejskich. Średnio 12% ludności dużych miast oraz 10% obszarów wiejskich na obszarze Wspólnoty w wieku poniżej 59 lat mieszkało w rodzinie o niskiej intensywności pracy.

Bibliografia

- Becker-Pestka D., Kubiński G., Łojko M., Różne obszary wykluczenia społecznego w Polsce- wybrane zagadnienia, Exante, Wrocław 2017.
- Błaszczak-Przybycińska I., 1990, Metody pomiaru granic ubóstwa, Wiadomości Statystyczne nr 11, GUS, Warszawa 1990, s.49-61.
- Boczoń J., Toczyski W., Zielińska A., Natura i kwestia ubóstwa, Ośrodek Badań Społecznych, Gdańsk – Warszawa 1991.
- Chakravarty S. R., Conchita D’A., The Measurement of Social Exclusion, Review of Income and Wealth 52 (3):, 2006, s. 377-398.
- Combating poverty and social exclusion: A statistical portrait of the European Union 2010, Eurostat, <http://2010againstopoverty.europa.eu>
- Chmielewski P., Znaczenie definicji biedy w wyznaczaniu granicy ubóstwa, Finanse i Prawo Finansowe, Journal of Finance and Financial Law, Łódź 2016, s.37-50.
- Dyczewski L., Kościół katolicki wobec ubóstwa i ludzi ubogich, [w:] Polska bieda II, red. S. Golinowska, IPiSS, Warszawa 1997.
- Estivill J., Concepts and Strategies for Combating Social Exclusion. An overview, International Labour Office, Genewa 2003.
- Frąckiewicz L., Wykluczenie społeczne w skali makro i mikroregionalne [w:] Wykluczenie społeczne, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. K. Adamieckiego w Katowicach, Katowice 2005.
- Frieske K., 1997, Bieda – miary i interpretacje [w:] S. Golinowska (red.), Polska bieda. Kryteria. Ocena. Przeciwdziałanie, IPiSS, Warszawa 1997.
- Giddens A., Socjologia, Wyd. PWN, Warszawa 2006.
- Golinowska S., Morecka Z., Stryc M., Cukrowska E., Cukrowski J., Od ubóstwa do wykluczenia społecznego. Badania. Koncepcja. Wyniki. Propozycje. Polska. Europa. Świat, IPiSS, Warszawa 2008.

Golinowska S., Wykluczenie społeczne, [w:] S. Golinowska, Z. Morecka, M. Styr, E. Cukrowska, J. Cukrowski (red.), *Od ubóstwa do wykluczenia społecznego*, IPiSS, Warszawa 2008.

Gore C., Figueiredo J.B., Wykluczenie społeczne i polityka przeciwdziałania ubóstwu, *Problemy Polityki Społecznej*, nr. 5, IPiSS, Warszawa 2003.

Grewiński M., Polityka przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu w Polsce i UE [w:] M. Sabal (red.), *Potencjał tkwi w relacjach. Działania Regionalnego Ośrodka Polityki Społecznej w Krakowie na rzecz poprawy relacji międzyludzkich*, Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej, Kraków 2014.

http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Urban_Europe_%E2%80%94_statistics_on_cities,_towns_and_suburbs_%E2%80%94_poverty_and_social_exclusion_in_cities&oldid=345223

Jarosz M., Wstęp [w:] M. Jarosz (red.), *Naznaczeni i napiętnowani. O wykluczeniu politycznym*, Oficyna Naukowa s.c., Warszawa 2008.

Kumor I., Ubóstwo ujęcie teoretyczne, *Edukacja Humanistyczna* nr 1 (24), Towarzystwo Wiedzy Powszechnej, Szczecin 2011.

Moisio P., *The Nature of Social Exclusion – Spiral of Precariousness or Statistical Category?*, [w:] *Social Exclusion in European Welfare States*, ed. by R.J.A. Muffels, P. Tsakoglou, D.G. Mayes, Edward Elgar Publishing, Cheltenham UK/Northampton USA 2002.

Narodowa Strategia Integracji Społecznej dla Polski, dokument Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa 2004.

Nowak A., Pojęcie, istota, przyczyny, mechanizmy marginalizacji i wykluczenia społecznego <http://bazhum.muzhp.pl/media/files/Chowanna/Chowanna-r2012-t1/Chowanna-r2012-t1-s17-32/Chowanna-r2012-t1-s17-32.pdf>

Panek T., *Ubóstwo, wykluczenie i społeczne nierówności*, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2011.

Polska w Unii Europejskiej w 2004-2014, GUS, Warszawa 2014.

Rusnak Z., *Pomiar ubóstwa i wykluczenia społecznego – problemy metodologiczne*, *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu* Nr 20/2011, Wrocław 2011, s.387-408.

Samuelson P., Nordhaus W., *Ekonomia*, Rebis, Poznań 2014.

Sen A., *Nierówności. Dalsze rozważania*, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2000.

Sobczak, M., *Wykluczenie społeczne i inkluzja społeczna z wykorzystaniem podmiotów ekonomii społecznej w Polsce na przykładzie województwa łódzkiego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.

Szopa B., *Wokół zagadnień ubóstwa i bogactwa*, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2012.

Summary

The article addresses issues related to measuring poverty and social exclusion in large cities and rural areas of the European Union and examines the essence of these phenomena. It was written on the basis of source literature and statistical data from Eurostat. In the theoretical part, definitions and standards used to assess the analysed social phenomena were presented. The results confirmed that the risk of poverty and social exclusion is higher in rural areas of the European Community. Furthermore, it was noted that in most EU countries relative poverty is higher in rural areas, whereas severe material deprivation and low labour intensity are characteristic of large urban areas.

Key words: poverty, poverty lines, social exclusion, income, material deprivation, low work intensity

Informacja o autorach:

Dr Małgorzata Raczkowska

Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
Wydział Nauk Ekonomicznych
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego
e-mail: malgorzata_raczkowska@sggw.pl
ORCID: 0000-0002-8540-8958

Dr Kinga Gruziel

Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
Wydział Nauk Ekonomicznych
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego
e-mail: kinga_gruziel@sggw.pl
ORCID: 0000-0003-2429-3795

Tomasz Rokicki

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Rynek ubezpieczeniowy w krajach UE

INSURANCE MARKET EU COUNTRIES

Celem głównym pracy było rozpoznanie i przedstawienie sytuacji oraz zmian na rynku ubezpieczeniowym w krajach Unii Europejskiej. Badania dotyczyły całego rynku ubezpieczeniowego w UE. Dane dotyczyły lat 2006-2015. Źródła materiałów stanowiła analiza dostępnej literatury z zakresu ubezpieczeń, dane z bazy danych Insurance Europe. W pracy wykorzystano metodę porównawczą, posługiwano się wskaźnikami dynamiki, obliczono współczynnik koncentracji Giniego oraz przedstawiono stopień koncentracji za pomocą krzywej Lorenza. Zastosowano również wskaźniki oceniające rozwój rynku ubezpieczeń. Do prezentacji wyników badań zastosowano metodę opisową, tabelaryczną i graficzną. Stwierdzono, że na rynku nieznacznie zmniejszyła się liczba działających firm i zatrudnionych w nich pracowników. Redukcja zatrudnienia była proporcjonalna. Występowała duża koncentracja tej działalności w kilku najbardziej rozwiniętych krajach UE. W przypadku wartości składek przypisanych brutto stopień koncentracji w dominujących krajach był jeszcze większy. Dotyczyło to zarówno ubezpieczeń ogółem, jak i ich grup. Sektor ubezpieczeń odczuł wpływy pogorszenia koniunktury gospodarczej w 2008 roku, bo w większości krajów nastąpił spadek wartości składek ubezpieczeń. W czołowych krajach zmiany w wartości składek nie były gwałtowne. Przy uwzględnieniu zmian w całym okresie 2006-2015 składki na ubezpieczenia na życie rosły wolniej niż na pozostałe ubezpieczenia. Taka prawidłowość występowała w przypadku państw generujących największą wartość składek. Można było też zauważyć zmianę struktury składek na ubezpieczenia, gdyż zmniejszył się udział ubezpieczeń an życie z 63,3% w 2006 roku do 61,5% w 2015 roku. Rynek ubezpieczeń w UE rozwijał się w wolniejszym tempie niż gospodarka. Świadczy o tym pogarszający się wskaźnik penetracji ubezpieczeń. W przypadku tego wskaźnika występowały widoczne dysproporcje między najbardziej i najmniej rozwiniętymi krajami UE.

Słowa kluczowe: ubezpieczenia, rynek ubezpieczeniowy, Unia Europejska, ubezpieczenia na życie

Wprowadzenie

Słowo ubezpieczenie jest definiowane różnorodnie. Łazowski [1948] określa je jako urządzenie gospodarcze, które zapewnia pokrycie przyszłych potrzeb majątkowych wywołanych przez odznaczające się pewną prawidłowością zdarzenia losowe. Potrzeby majątkowe są pokrywane przez wiele jednostek, którym te same zdarzenia losowe zagrażają. Banasiński [1997] określa ubezpieczenie jako multiregulator procesów ekonomii rozwoju gospodarki narodowej zakłócanym przez zdarzenia losowe, takie jak klęski żywiołowe, nieszczęśliwe wypadki. Wówczas koszt regulacji zostaje rozłożony bezpośrednio lub pośrednio na z góry określone jednostki (prawne lub fizyczne) korzystające z tego regulatora. Šmid [2012] definiuje ubezpieczenie jako funkcję ekonomiczną, której celem jest wypłata odszkodowań za szkody, zaistniałe w dobrach lub wyrządzone ludziom wskutek np. nieszczęśliwych wypadków. Uzyskanie

odszkodowania wynika z umowy, zawieranej pomiędzy ubezpieczycielem a ubezpieczającym. Takie prawo jest nabywane po wniesieniu opłaty, zwanej składką ubezpieczeniową. Ubezpieczenia są więc narzędziami ekonomicznego oddziaływania na rynek [Rokicki 2014, 2016]. Według artykułu 805 Kodeksu Cywilnego przez umowę ubezpieczenia ubezpieczyciel zobowiązuje się, w zakresie działalności swego przedsiębiorstwa, wykonać określone świadczenie w razie zajścia przewidzianego w umowie wypadku, a ubezpieczający zobowiązuje się zapłacić składkę. Świadczenie ubezpieczyciela oznacza wypłatę przy ubezpieczeniu majątkowym określonego odszkodowania za szkodę powstałą wskutek przewidzianego w umowie wypadku, a przy ubezpieczeniu osobowym wypłatę umówionej sumy pieniężnej, renty lub innego świadczenia w razie zajścia przewidzianego w umowie wypadku w życiu osoby ubezpieczonej [Ustawa... 1964]. Najczęściej stosuje się podział na dwie grupy ubezpieczeń, tj. na życie i inne niż na życie. Przykładowo w Polsce zgodne z tą metodyką są dwa działy. Do działu I są przypisane ubezpieczenia na życie, posagowe i zaopatrzenia dzieci, na życie, jeżeli są związane z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, rentowe, wypadkowe i chorobowe, jeśli są uzupełnieniem ubezpieczeń wcześniej wymienionych. W dziale II znajdują się pozostałe ubezpieczenia osobowe i ubezpieczenia majątkowe (NNW i choroby). Zgodnie z polskim prawem, jeden i ten sam ubezpieczyciel nie może jednocześnie oferować klientom ubezpieczeń majątkowych i na życie [Ustawa... 2015; www.piu.org.pl]. W terminologii europejskiej stosuje się podstawowy podział na ubezpieczenia na życie i na grupę pozostałych ubezpieczeń. W przypadku ubezpieczeń innych niż na życie wyróżnia się podgrupy: chorobowe, wypadkowe, komunikacyjne, majątkowe, ogólne OC, morski, lotnicze i transportowe, pozostałe (w tym ochrony prawnej) [

Ubezpieczenia wpływają na rozwój społeczny i gospodarczy na kilka sposobów. Jako instrument, który zawiera ryzyko, prawa ubezpieczeniowe, straty wywoływane przez niekorzystne zdarzenia, powoduje stabilizację funkcjonowania gospodarki. Dodatkowo ubezpieczyciele pomagają zarządzać oszczędnościami i inwestycjami w średnim i długim okresie, przyczyniając się do procesu tworzenia kapitału i przeciwdziałając wahaniom koniunktury gospodarczej. Ubezpieczenia zapewniają więc pewność, dynamikę i efektywność wyników gospodarczych oraz wpływają na wzrost dobrobytu społeczeństwa. Dla rozwoju rynku ubezpieczeń szczególnie ważne są wzrost gospodarczy i dystrybucja dochodów. Istnieją również inne elementy, które mogą je wzmocnić. Innowacyjne podejście polega na dostosowaniu ubezpieczenia do bardzo zróżnicowanych potrzeb i stale zmieniających się społeczeństw. Ważne jest także poszukiwanie nowych i ulepszonych kanałów dystrybucji. Innym stymulującym czynnikiem jest poprawienie edukacji w zakresie finansów, w tym ubezpieczeń. Możliwe jest również połączenie działań branży ubezpieczeniowej z władzami krajów, poprzez stosowanie zachęt podatkowych, czy też ubezpieczeń obowiązkowych [Insurance..., 2018].

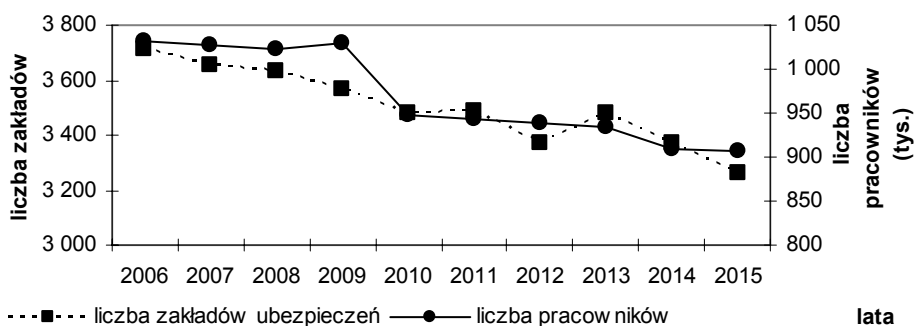
Cele i metodyka badań

Celem głównym pracy było rozpoznanie i przedstawienie sytuacji oraz zmian na rynku ubezpieczeniowym w krajach Unii Europejskiej. Na potrzeby pracy sformułowano cele szczegółowe, tj. określenie stopnia koncentracji działalności ubezpieczeniowej w

Unii Europejskiej, ukazanie dynamiki zmian wartości składek w grup ubezpieczeń w krajach UE, określenie związków wartości składek ubezpieczeń ze wzrostem gospodarczym. Badania dotyczyły całego rynku ubezpieczeniowego w UE. Obszar badań wybrano w sposób celowy. Dane dotyczyły lat 2006-2015. Źródła materiałów stanowiła analiza dostępnej literatury z zakresu ubezpieczeń, dane z bazy danych Insurance Europe. W pracy wykorzystano metodę porównawczą, posługiwano się wskaźnikami dynamiki, obliczono współczynnik koncentracji Giniego oraz przedstawiono stopień koncentracji za pomocą krzywej Lorenza. Zastosowano również wskaźniki oceniające rozwój rynku ubezpieczeń. Do prezentacji wyników badań zastosowano metodę opisową, tabelaryczną i graficzną

Wyniki badań i dyskusja

Stronę podaźową rynku ubezpieczeniowego tworzą firmy działające na rynku wewnętrznym UE. W poszczególnych krajach mogą działać spółki w ramach jednej międzynarodowej firmy. Wówczas traktuje się je jako oddzielne podmioty. W latach 2006-2015 liczba zakładów ubezpieczeń na rynku wewnętrznym w krajach UE zmniejszyła się o 12% z 3713 do 3259 firm. Jednocześnie nastąpiła proporcjonalna redukcja etatów, gdyż liczba pracowników zmniejszyła się z 1032 tys. do 907 tys. Najwięcej zakładów ubezpieczeń było w największych państwach, czyli kolejno w Niemczech (549 w 2015 r.), Wielkiej Brytanii (496), Francji (365). Z kolei najmniej tego typu firm funkcjonowało w najmniejszych krajach, jak na Łotwie (8 zakładów), Maltcie (11), w Słowenii i Estonii (po 17). W przypadku liczby etatów najwięcej osób było zatrudnionych w Niemczech (296 tys. w 2015 r.), Francji (147 tys.) i Wielkiej Brytanii (101 tys.), zaś najmniej na Maltcie (0,9 tys.), Cyprze 91,4 tys.) i w Estonii (1,5 tys.).



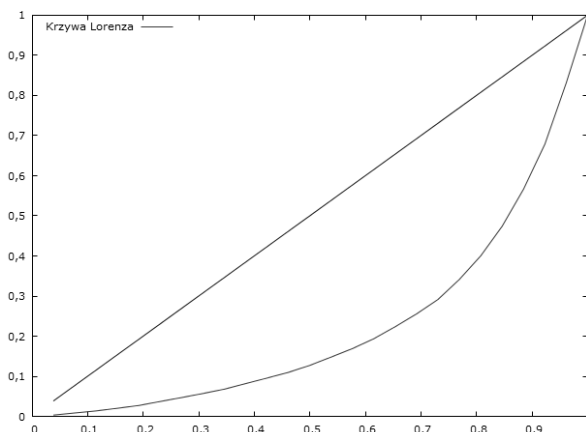
Rysunek 1. Liczba krajowych zakładów ubezpieczeń i zatrudnionych w nich pracowników na rynku wewnętrznym w krajach UE w latach 2006-2015

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Insurance Europe

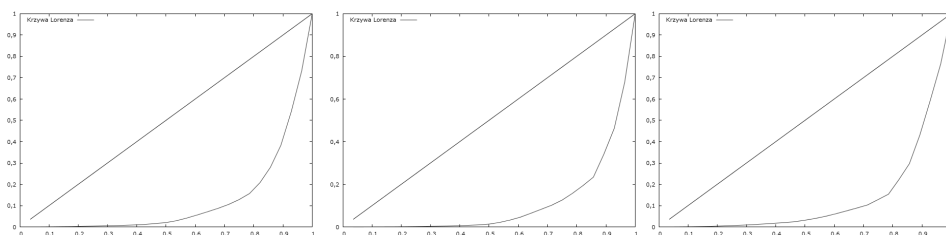
Do określenia stopnia koncentracji strony podaźowej rynku zastosowano współczynnik Giniego. Dane dotyczyły roku 2015, zaś liczba obserwacji wynosiła 28. Współczynnik Giniego obliczony z próby wyniósł 0,56, zaś estymowany współczynnik dla populacji 0,58. Oznacza to bardzo dużą koncentrację działalności ubezpieczeniowej i zróżnicowanie występujące w UE. Dodatkowo te zróżnicowanie przedstawia krzywa koncentracji Lorenza

(rys. 2). W 2007 roku współczynniki Giniego były wyższe, bo odpowiednio 0,58 z próby i 0,60 estymowany dla populacji. Oznacza to, że koncentracja działalności ubezpieczeniowej tylko nieznacznie zmniejszyła. Nadal najwięcej firm działało w największych krajach UE. W przypadku liczby pracowników zatrudnionych w zakładach ubezpieczeń występowała jeszcze większa koncentracja, bo dla danych z 2015 roku współczynnik Giniego obliczony z próby wyniósł 0,66, zaś estymowany współczynnik dla populacji 0,69. W tym przypadku identyczny poziom koncentracji był w 2006 roku, co oznacza, że struktura działalności ubezpieczeniowej nie podlegała dużym właściwie zmianom.

W przypadku strony popytowej ważna była łączna wartość składek przypisanych brutto. W latach 2006-2015 wzrosła ona we wszystkich krajach UE o 9,5% z 1020 mld euro do 1117 mld euro. W 2015 roku łączna wartość składek ubezpieczeń była najwyższa w Wielkiej Brytanii (254 mld euro), Francji (206 mld euro) i Niemczech (194 mld euro), zaś najniższa na Litwie i Łotwie (poniżej 0,2 mld euro) oraz w Estonii i Malcie (po 0,4 mld euro). Kolejność w przypadku państw z topu była inna niż przy liczbie zakładów i liczbie zatrudnionych pracowników. Liderem była Wielka Brytania. Współczynnik Giniego obliczony z próby wyniósł 0,76, zaś estymowany współczynnik dla populacji 0,78. Oznacza to bardzo dużą koncentrację środków finansowych w działalności ubezpieczeniowej i zróżnicowanie występujące w UE. Dodatkowo te zróżnicowanie przedstawia krzywa koncentracji Lorenza (rys. 3). W porównaniu do 2006 roku współczynniki były na identycznym poziomie, co oznacza dużą stabilizację. Podobnie wysoką koncentrację stwierdzono w przypadku ubezpieczeń na życie (life). W 2015 roku współczynnik Giniego obliczony z próby wyniósł 0,77, zaś estymowany współczynnik dla populacji 0,79. W porównaniu do 2006 roku nastąpiło bardzo małe zmniejszenie koncentracji składek na tego typu ubezpieczenia. W przypadku ubezpieczeń innych niż na życie (non-life) współczynnik Giniego obliczony z próby wyniósł 0,74, zaś estymowany współczynnik dla populacji 0,77. W przypadku tej grupy ubezpieczeń nastąpił wzrost koncentracji w porównaniu do 2006 roku. Przedstawione wyniki dla składek ubezpieczeń ogółem i jej dwóch grup wskazują na bardzo dużą koncentrację środków pieniężnych z tej działalności w kilku krajach UE.



Rysunek 2. Krzywa koncentracji Lorenza dla liczby zakładów ubezpieczeń w krajach UE w 2015 roku
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Insurance Europe



Rysunek 3. Krzywe koncentracji Lorenza dla sumy składki przypisanych brutto w krajach UE w 2015 roku (odpowiednio od lewej dla składki ogółem, dla składki od ubezpieczeń na życie, dla składki od pozostałych ubezpieczeń)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Insurance Europe

Wartość składki przypisanych brutto ubezpieczeń podlegała wahaniom. W tabeli 1 przedstawiono wskaźniki dynamiki łańcuchowe. Kraje zostały uszeregowane w kolejności malejącej według sumy składki za 2015 rok. Spadki składki brutto ubezpieczeń w większości państw wystąpiły w czasie kryzysu gospodarczego w 2008 roku. Największe były na Malcie (spadek o 57%), Cyprze (o 33%) oraz Litwie, Łotwie w Wielkiej Brytanii i Irlandii (po ponad 20%). Poza tym niewielkie spadki odnotowano w latach 2011-2012. Poza 2007 rokiem najkorzystniejszy dla branży był 2014 rok, gdy w większości państw suma składki brutto ubezpieczeń wzrosła znacząco. Sytuację wśród liderów europejskich, poza rokiem kryzysu gospodarczego, była dość stabilna. Nie występowały gwałtowne zmiany. Świadczy to o stabilizacji rynku ubezpieczeń w poszczególnych krajach, jak i całej UE.

Tabela 1. Wskaźniki dynamiki o podstawie zmiennej dla sumy składki przypisanych brutto ubezpieczeń w latach 2007-2015 (rok poprzedni = 100)

Kraj	Wskaźniki dynamiki łańcuchowe w latach 2007-2015 (rok poprzedni=100)								
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Wielka Brytania	125,06	78,58	92,37	97,06	103,11	103,42	99,92	99,14	100,00
Francja	99,28	93,54	109,18	103,85	91,57	95,31	103,80	106,19	104,26
Niemcy	100,62	100,98	104,19	104,32	99,61	101,97	103,19	102,77	100,62
Włochy	92,95	92,62	128,46	108,10	87,56	95,36	113,09	121,03	102,58
Holandia	101,90	104,67	98,98	100,26	101,16	95,30	100,53	97,88	97,97
Hiszpania	103,28	109,51	102,73	93,70	105,84	94,65	97,53	98,55	101,29
Szwecja	108,19	104,38	103,44	108,86	98,98	84,25	111,38	117,88	101,86
Belgia	106,21	93,18	96,86	103,24	99,30	110,18	85,35	100,75	97,04
Dania	110,27	106,37	97,24	106,64	105,33	103,80	100,81	93,95	104,29
Finlandia	100,68	104,70	102,56	115,00	97,28	109,50	111,22	105,96	103,46
Austria	101,92	101,89	101,23	101,83	98,80	98,79	101,84	103,01	101,75
Irlandia	112,35	73,63	93,28	101,60	89,76	95,61	103,67	123,89	112,86
Portugalia	100,78	113,08	92,52	113,24	70,13	94,44	121,57	108,06	88,81
Polska	117,05	134,95	86,33	105,83	104,72	109,02	92,41	94,78	98,43

Czechy	106,98	104,35	104,17	110,00	98,18	98,15	101,89	100,00	96,30
Grecja	113,64	102,00	105,88	96,30	94,23	87,76	88,37	100,00	92,11
Luksemburg	110,00	154,55	94,12	131,25	76,19	118,75	110,53	138,10	75,86
Węgry	111,54	96,55	92,86	103,85	96,30	92,31	108,33	103,85	100,00
Słowacja	105,56	110,53	95,24	100,00	100,00	100,00	110,00	100,00	100,00
Słowenia	111,76	105,26	105,00	100,00	95,24	100,00	95,00	100,00	100,00
Rumunia	150,00	133,33	85,00	105,88	94,44	94,12	112,50	100,00	105,56
Chorwacja	109,09	108,33	92,31	100,00	100,00	100,00	100,00	91,67	100,00
Bułgaria	133,33	112,50	88,89	100,00	100,00	100,00	112,50	100,00	111,11
Cypr	109,09	66,67	100,00	100,00	112,50	88,89	87,50	100,00	100,00
Malta	116,67	42,86	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	133,33	100,00
Estonia	133,33	75,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	133,33
Łotwa	133,33	125,00	60,00	100,00	100,00	133,33	100,00	50,00	100,00
Litwa	100,00	66,67	100,00	112,50	102,22	103,26	100,00	94,74	100,00
Razem UE	107,48	92,71	102,49	102,36	97,32	99,17	102,71	104,35	101,26

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Insurance Europe

Tabela 2. Wskaźniki dynamiki o podstawie stałej dla sumy składek przypisanych brutto ubezpieczeń w 2015 roku (rok 2006 = 100)

Kraj	Wskaźniki dynamiki o podstawie stałej w 2015 roku (rok 2006 =100)		
	Składka przypisana brutto		
	ogółem	dla ubezpieczeń na życie	dla pozostałych ubezpieczeń
Wielka Brytania	93,08	87,40	110,71
Francja	105,60	97,21	126,81
Niemcy	119,70	118,09	121,08
Włochy	140,13	165,56	90,14
Holandia	98,37	57,20	120,46
Hiszpania	106,17	109,87	103,15
Szwecja	141,81	174,36	74,03
Belgia	90,34	74,15	129,41
Dania	131,35	152,89	90,63
Finlandia	161,49	165,25	146,67
Austria	111,54	94,44	127,38
Irlandia	97,53	86,18	136,84
Portugalia	92,25	95,45	87,80
Polska	142,05	103,20	160,53
Czechy	120,93	140,00	110,71
Grecja	79,55	102,00	80,95

Luksemburg	220,00	260,00	180,00
Węgry a	103,85	107,69	100,00
Słowacja	122,22	150,00	111,11
Słowenia	111,76	100,00	116,67
Rumunia	190,00	200,00	187,50
Chorwacja	100,00	133,33	100,00
Bułgaria	166,67	200,00	160,00
Cypr	63,64	60,00	66,67
Malta	66,67	75,00	50,00
Estonia	133,33	100,00	150,00
Łotwa	66,67	68,00	65,00
Litwa	90,00	92,00	88,00
Razem UE	109,50	106,51	114,65

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Insurance Europe

Składki na ubezpieczenia na życie w latach 2006-2015 rosły wolniej niż na pozostałe ubezpieczenia (tab. 2). Taka prawidłowość występowała w przypadku państw generujących największą wartość składek, tj. w Wielkiej Brytanii, Francji i Niemczech. Wśród państw z topu wyjątkiem były Włochy, gdzie wzrost wartości składek ubezpieczeń na życie wyniósł aż 66%, wobec spadku dla pozostałych ubezpieczeń o 10%. Generalnie występowało duże zróżnicowanie pod względem skali wzrostów i spadków. Niemniej można było zauważyć zmianę struktury składek na ubezpieczenia. W 2006 roku składki na ubezpieczenia na życie stanowiły 63,3% wartości wszystkich ubezpieczeń, a w 2015 roku 61,5%.

W przypadku ubezpieczeń innych niż na życie można wyróżnić kilka podstawowych ich rodzajów, jak chorobowe, wypadkowe, komunikacyjne, majątkowe, ogólne OC, morskie, lotnicze, pozostałe (w tym ochrony prawnej). W 2006 roku dominowały w tej grupie ubezpieczenia komunikacyjne, które stanowiły 31,53% wartości składek ogółem (tab. 3). Znaczący był też udział ubezpieczeń chorobowych (22,54%) i majątkowych (19,29%). Prawie wszystkie z wymienionych grup były ubezpieczeniami obowiązkowymi. Najmniejsze znaczenie miały ubezpieczenia transportowe, inne niż samochodowe, a więc w transporcie morskim i lotniczym. W 2015 roku struktura uległa zmianie, bo zmniejszyło się znaczenie ubezpieczeń komunikacyjnych na rzecz chorobowych. Odnotowano też wzrost pozostałych ubezpieczeń, w tym związanych z ochroną prawną. Dokonuje się więc stopniowa zmiana struktury, gdyż zyskują na znaczeniu ubezpieczenia, które wcześniej miały marginalne znaczenie.

Tabela 3. Struktura wartości składek przypisanych brutto ubezpieczeń innych niż na życie w latach 2006-2015

Kraj	Udział składek na poszczególne ubezpieczenia w wartości ogółem w latach (%)									
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
chorobowe	22,54	22,96	23,69	24,33	24,80	25,37	25,16	25,80	26,30	25,80
wypadkowe	7,44	7,50	7,53	7,42	7,41	7,34	7,23	7,31	7,21	7,22
komunikacyjne	31,53	31,22	30,35	29,59	29,10	29,36	29,37	29,03	28,12	28,05
majątkowe	19,29	19,26	19,42	19,67	19,50	19,46	19,89	19,94	19,67	19,67
ogólna OC	8,75	8,65	8,83	8,74	8,10	7,89	8,00	7,40	7,50	7,42
morskie, lotnicze	3,92	3,90	3,90	4,35	4,47	4,41	4,25	3,95	3,98	3,95
pozostałe (w tym ochrony prawnej	6,53	6,51	6,28	5,90	6,62	6,17	6,10	6,57	7,22	7,89

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Insurance Europe

Do oceny rozwoju rynku ubezpieczeniowego służy także wskaźnik penetracji ubezpieczeń określany jako relacja składki przypisanej brutto do produktu krajowego brutto (PKB). W 2015 roku średni wskaźnik dla UE wyniósł 7,6%, w tym na ubezpieczenia na życie 4,7% i pozostałe 2,9%. W 2006 roku łączna wartość składek brutto stanowiła 9% PKB, w tym na ubezpieczenia na życie 5,7% i pozostałe 3,3%. Wskaźnik ten uległ pogorszeniu, co oznacza, że rynek ubezpieczeniowy w UE rozwijał się wolniej niż wzrastała wartość PKB. W 2015 roku najwyższy wskaźnik penetracji ubezpieczeń był w Finlandii (11,4% dla ubezpieczeń ogółem, w tym na życie 9,3% i pozostałe 2,1%). Wskaźnik poniżej 2% odnotowano na Łotwie, w Rumunii, Estonii i Grecji. Otrzymane wyniki świadczą o dużym zróżnicowaniu rynku ubezpieczeń w Unii Europejskiej.

Literatura dotycząca rynku ubezpieczeń w UE jest dosyć uboga. Według badań Fenna i jego zespołu [2008] w latach 1995-2001 na efektywność działania firm miała wpływ ich wielkość. Te większe i z dużym udziałem w rynku były mniej efektywne. Wówczas firmy działały w warunkach malejących kosztów i rosnących zysków. Podobne wyniki uzyskali Kasman Turgutlu [2011]. Według nich wszystkie systemy ubezpieczeniowe wykazują znaczny poziom nieefektywności kosztowej, a korzyści skali dotyczą małych i średnich firm ubezpieczeniowych. Wyniki były podobne dla krajów UE-15 i przyjętych po akcesji w 2004 roku. Ponadto autorzy stwierdzili, że procesy deregulacji i liberalizacji zmierzające do utworzenia jednolitego europejskiego rynku finansowego miały też duży wpływ na branżę ubezpieczeniową. Taką tezę potwierdziły badania Barrosa, Nektariosa i Assafa [2010], którzy na przykładzie rynku greckiego stwierdzili, że deregulacja wpłynęła na efektywność sektora ubezpieczeń. Konkurencja o udziały w rynku była główną przyczyną większej efektywności greckiego sektora ubezpieczeń. Klein [2013] w swojej książce podkreślił, że na rynek ubezpieczeniowy oprócz konkurencji wpływają ryzyko katastrof i ryzyko systemowe. Pierwsze ryzyko jest trudne do przewidzenia i przeciwdziałania.

Haiss i Sümegi [2008] w swoich badaniach podkreślali związek ubezpieczeń ze wzrostem PKB. Taką relację w odniesieniu do ubezpieczeń na życie stwierdzono w krajach UE-15 oraz w Szwajcarii, Norwegii i Islandii. W krajach Europy Środkowej i

Wschodniej tego typu zależności były widoczne w przypadku ubezpieczeń odpowiedzialności cywilnej. W badaniach stwierdzono też wpływ realnej stopy procentowej i poziomu rozwoju gospodarczego na wzrost ubezpieczeń. Zależności między PKB a ubezpieczeniami potwierdzają badania Čuraka, Lončara i Poposkiego [2009], którzy badali zależności w 10 państwach członkowskich UE w latach 1992-2007. Według autorów rozwój sektora ubezpieczeń wpływał znacząco na wzrost gospodarczy. Dotyczyło to zarówno ubezpieczeń na życie, jak i innych niż na życie, a także ubezpieczeń całkowitych.

Podsumowanie

Rynek ubezpieczeniowy w Unii Europejskiej charakteryzowany przez stronę podaźową nie podlegał gwałtownym zmianom. Liczba firm działających na rynku wewnętrznym zmniejszyła się, podobnie proporcjonalnie zatrudnionych było mniej pracowników. Świadczy to o powolnych zmianach strukturalnych. Firmy były skoncentrowane w największych państwach o dużym potencjale gospodarczym, jak Niemcy, Wielka Brytania i Francja. W latach 2006-2015 poziom koncentracji działalności ubezpieczeniowej został utrzymany na wysokim poziomie.

W latach 2006-2015 o 9,5% wzrosła łączna wartość składek przypisanych brutto w UE. Podobnie jak w przypadku podaży, wpływy ze składek były skoncentrowane w kilku krajach, tj. Wielkiej Brytanii, Niemczech i Francji. Współczynnik Giniego obliczony z próby wyniósł 0,76, co oznacza bardzo dużą koncentrację wartości składek z ubezpieczeń w kilku krajach UE. W przypadku podziału ubezpieczeń na dwa działy, czyli ubezpieczenia na życie i inne niż na życie (pozostałe) stwierdzono, że koncentracja była bardzo wysoka. Zwiększała się ona w przypadku ubezpieczeń innych niż na życie.

Sektor ubezpieczeń odczuł wpływy pogorszenia koniunktury gospodarczej w 2008 roku, bo w większości krajów nastąpił spadek wartości składek ubezpieczeń. Trudne były też lata 2011-2012. W pozostałych latach sytuacja była stabilna. W czołowych krajach zmiany w wartości składek nie były gwałtowne. W pozostałych krajach zdarzały się okresy dużych wzrostów lub spadków składek w danym roku.

Przy uwzględnieniu zmian w całym okresie 2006-2015 składki na ubezpieczenia na życie rosły wolniej niż na pozostałe ubezpieczenia. Taka prawidłowość występowała w przypadku państw generujących największą wartość składek. Można było też zauważyć zmianę struktury składek na ubezpieczenia, gdyż zmniejszył się udział ubezpieczeń an życie z 63,3% w 2006 roku do 61,5% w 2015 roku. W przypadku ubezpieczeń innych niż na życie zmniejszyło się znaczenie ubezpieczeń komunikacyjnych na rzecz chorobowych. Odnotowano też wzrost pozostałych ubezpieczeń, w tym związanych z ochroną prawną. Dokonuje się więc stopniowa zmiana struktury, gdyż zyskują na znaczeniu ubezpieczenia, które wcześniej miały marginalne znaczenie.

Rynek ubezpieczeń w UE rozwijał się w wolniejszym tempie niż gospodarka. Świadczy o tym pogarszający się wskaźnik penetracji ubezpieczeń. W przypadku tego wskaźnika występowały widoczne dysproporcje między najbardziej i najmniej rozwiniętymi krajami UE. Przedstawiony przegląd literatury potwierdził te różnice. W nielicznych badaniach potwierdzono związek wzrostu ubezpieczeń ze wzrostem gospodarczym. Dodatkowo badacze twierdzili, że rynek ubezpieczeniowy podlega dużej konkurencji, co przyczynia się do większej efektywności działających na nim firm..

Literatura

- Banasiniński A.: Ubezpieczenia gospodarcze, POLTEXT, Warszawa 1997.
- Barros C.P., Nektarios M., Assaf, A.: Efficiency in the Greek insurance industry, *European Journal of Operational Research*, 205(2), 2010, pp. 431-436.
- Čurak M., Lončar S., Poposki K.: Insurance sector development and economic growth in transition countries, *International Research Journal of Finance and Economics*, 34(3), 2009, pp. 29-41.
- Fenn P., Vencappa D., Diacon S., Klumpes P., O'Brien, C.: Market structure and the efficiency of European insurance companies: A stochastic frontier analysis, *Journal of Banking & Finance*, 32(1), 2008, pp. 86-100.
- Haiss P., Sümegi, K.: The relationship between insurance and economic growth in Europe: a theoretical and empirical analysis, *Empirica*, 35(4), 2008, pp. 405-431.
- Insurance Europe Annual Report 2017–2018, Insurance Europe, Brussels 2018, s. 6-8.
- Kasman A., Turgutlu E.: Performance of European insurance firms in the single insurance market, *International Review of Applied Economics*, 25(3), 2011, pp. 363-378.
- Klein R.W.: Insurance market regulation: Catastrophe risk, competition, and systemic risk, In *Handbook of insurance*, Springer, New York 2013, pp. 909-939.
- Łazowski J.: Wstęp do nauki o ubezpieczeniach, W. Mogiński (red.), PZUW, Warszawa 1948.
- Rokicki T.: Organizacja i ekonomika transportu, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2014, s. 61.
- Rokicki T.: Ekonomiczno-organizacyjne uwarunkowania towarowego rynku usług transportowych, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2016, s. 40-41.
- Šmid W.: Boss leksykon, Wydawnictwo Dr Lex, Kraków 2012.
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny, Dz. U. z 2014 r. poz. 121, 827, z 2015 r. poz. 4, 397, 539.
- Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej, Dz. U. z 2017 r. poz. 1170, 1089, 1926, 2102.
- www.piu.org.pl, strona internetowa Polskiej Izby ubezpieczeń (dostęp 05.01.2018).

Summary

The aim of the work was to recognize and present the situation and changes on the insurance market in the European Union. The research concerned the entire insurance market in the EU. The data concerned the years 2006-2015. Sources of materials were the analysis of available literature in the field of insurance, data from the Insurance Europe database. The work uses the comparative method, the dynamics indexes were used, the Gini concentration coefficient was calculated and the degree of concentration was presented using the Lorenz curve. Indicators assessing the development of the insurance market were also applied. The descriptive, tabular and graphical methods were used to present the results of the research. It was found, that the number of operating companies and their employees slightly decreased on the market. Employment reduction was proportional. There was a large concentration of this activity in several of the most developed EU countries. In the case of gross written premiums, the concentration level in the dominant countries was even greater. This concerned both total insurance and their groups. The insurance sector experienced the impact of the economic downturn in 2008, as in most countries the value of insurance premiums decreased. In top countries, changes in the value of premiums were not rapid. Taking into account changes throughout the period 2006-2015, life insurance premiums grew more slowly than for other insurance. Such regularity occurred in the case of countries generating the highest value of premiums. It was also possible to notice a change in the structure of insurance premiums, as the share of life insurance went down from 63.3% in 2006 to 61.5% in 2015. The insurance market in the EU has been growing at a slower pace than the economy. This is evidenced by the deteriorating insurance penetration rate. In the case of this indicator, there were visible disproportions between the most and least developed EU countries.

Key words: insurance, insurance market, European Union, life insurance

Informacje o autorze:

Dr hab. inż. Tomasz Rokicki

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Wydział Nauk Ekonomicznych

Katedra Logistyki

Ul. Nowoursynowska 166

02-787 Warszawa

e-mail: tomasz_rokicki@sggw.pl

ORCID: 0000-0003-3356-2643

Elżbieta Roszko-Wójtowicz
Uniwersytet Łódzki

Maria M. Grzelak
Uniwersytet Łódzki

Wielowymiarowe ujęcie zróżnicowania poziomu jakości życia w województwach w Polsce

A MULTIVARIATE APPROACH TO THE DIFFERENTIATION IN THE LEVEL OF QUALITY OF LIFE IN POLAND'S VOIVODSHIPS

Jakości życia wyrażana jest nie tylko poprzez konsumpcję dóbr materialnych i usług, ale przede wszystkim przez możliwość zaspokojenia potrzeb związanych np. ze stanem środowiska naturalnego, rodzajem i postacią więzi międzyludzkich, godnością i poszanowaniem praw człowieka, a także ilością i jakością wolnego czasu oraz samorealizacją. Rozległy wachlarz problemów i zjawisk pozostających w bezpośredniej relacji z jakością życia, sprawia, że jej pomiar jest zagadnieniem trudnym i cieszącym się niesłabnącym zainteresowaniem badaczy. Celem artykułu jest wielocechowa ocena jakości życia w województwach w Polsce z uwzględnieniem szczegółowego omówienia pomiarów jednowymiarowych i zmian w czasie. W wyniku przeprowadzonych analiz wykazano, że wyodrębniony zestaw zmiennych charakteryzuje się relatywną stabilnością w czasie. Ranking województw w roku 2016 nie odbiegał znacząco od rankingu przygotowanego dla roku 2010. Daje to podstawę aby sądzić, że wybrane zmienne można uznać, za kluczowych reprezentantów poszczególnych kategorii opisujących jakość życia.

Słowa kluczowe: jakość życia, porządkowanie liniowe, zróżnicowanie, metoda współczynników korelacji cząstkowej

Wprowadzenie

Jakość życia definiowana jest jako stopień zaspokojenia potrzeb materialnych oraz niematerialnych. Jest poziomem satysfakcji człowieka z ogółu swojej egzystencji. Należy do najważniejszych zagadnień współczesnej nauki tym samym jest jedną z podstawowych kategorii badawczych statystyki społecznej. Określa poziom spełniania standardów oraz realizacji wartości: biologicznych, psychicznych, duchowych, socjalnych, politycznych, kulturowych oraz ekonomicznych. Pojęcie to stosowane jest w polityce społecznej, psychologii, pedagogice, medycynie, filozofii, ekonomii oraz socjologii. Jakość życia łączy się z oszacowaniem stopnia usatysfakcjonowania potrzeb ludzkich, który jest oznaką zmian społecznych i gospodarczych występujących w kraju.

Jakość życia jest jednym z najpopularniejszych tematów nauk i kategorii życia dotyczących ludzkiej egzystencji. Ponieważ ma ona charakter wielowymiarowy współczesna nauka nie stworzyła dotychczas uniwersalnej koncepcji tego określenia. Od najdawniejszych czasów starano się zgłębić misterium szczęścia, poszukując czynników

koniecznych do uzyskania satysfakcji, zadowolenia z życia oraz świadomości dobrostanu. Nawet jeśli nie używamy tego pojęcia, jakość życia jest dla każdego człowieka pojęciem fundamentalnym, a większość wysiłków kierujemy na poprawę lub zachowanie poziomu jakości życia¹. Kategoria jakość życia jest współcześnie nie tylko aspektem rozważań teoretycznych, ale również rodzajem postrzegania i oceny sytuacji społecznej. Przyjęcie pojęcia jakości życia w świadomości społecznej jest kluczowym powodem przemawiającym za uczynieniem z niego dziedziny badań. Ze względu na wielowymiarowe ujęcie jakości życia, wynikające m.in. z zainteresowania tym zagadnieniem przedstawicieli różnych dziedzin nauki, pomiar tej kategorii jest zadaniem trudnym. Warto jednak podkreślić, że pełny obraz jakości życia danej zbiorowości uzyskać można tylko przy podejściu holistycznym, wielowymiarowym i interdyscyplinarnym².

W tym kontekście głównym celem artykułu jest wielocephowa ocena jakości życia w województwach w Polsce z uwzględnieniem szczegółowego omówienia pomiarów jednowymiarowych i zmian w czasie. Celem pośrednim było dokonanie pomiaru jakości życia w możliwie jak najwęższym zakresie. Dlatego też na potrzeby opisu jakości życia ograniczono się do wyodrębnienia dziewięciu głównych kategorii (domen). Każdej z nich został przypisany tylko jeden reprezentant, uznany za kluczowego. Postępowanie badawcze zostało zrealizowane dla dwóch punktów czasowych, był to rok 2010 oraz 2016. Zbiór zmiennych wejściowych powstał w oparciu o Bank Danych Lokalnych oraz statystyki policyjne.

Uzyskanie porównywalności wyników w czasie było dla Autorów kluczowe. Dlatego też wszystkie analizy zostały przeprowadzone na podstawie danych statystyki publicznej. Dodatkowo, w badaniu wykorzystano tylko mierniki mające charakter zagregowany. W związku z tym należy mieć na uwadze, że wyznaczony w artykule miernik syntetyczny, w pewnym sensie określa potencjalny poziom jakości życia w poszczególnych jednostkach terytorialnych.

Jakość życia – wybrane zagadnienia

Zainteresowanie różnych dyscyplin naukowych, między innymi: ekonomii, socjologii, pedagogiki, psychologii oraz medycyny, badaniami nad jakością życia społeczeństw, skutkuje interdyscyplinarnością oraz komplementarnością w ujmowaniu niniejszego zjawiska. Szczególnie warto przywołać tutaj osiągnięcia Organizacji Narodów Zjednoczonych. Przygotowana przez komisję ekspertów w 1954 roku definicja podaje, że „*Pojęcie poziomu życia obejmuje całokształt rzeczywistych warunków życia ludzi oraz stopień ich materialnego i kulturalnego zaspokojenia potrzeb poprzez strumień dóbr i usług odpłatnych, a także pochodzących z funduszy społecznych*”³. Jest to jedno z kluczowych określeń wykorzystanych w dalszej operacjonalizacji jakości

¹ J. Owsiański, T. Trachalski, *Współczesne Problemy Zarządzania. Pomiar jakości życia. Uwagi na marginesie pewnego rankingu*, Instytut Badań Systemowych PAN, Warszawa 2008, s. 61-67.

² A. Sompolska-Rzechuła, *Jakość życia jako kategoria ekonomiczna*, Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Oeconomica, nr 301 (71), 2013.

³ Nations Unies, *Rapport sur la définition et evaluation des niveaux de vie du point de vue international* (Report on the identification and assessment of living standards as an economic indicator internationally), New York 1954, s. 5.

życia. Właśnie ta definicja stanowiła podstawę dla rozwoju wielu kolejnych określeń tego pojęcia⁴.

Początkowo termin – jakość życia – utożsamiany był jedynie ze stanem posiadania danej jednostki. Przyjmowano, że więcej dóbr materialnych jakie posiadał człowiek, przekłada się na wyższy standard życia, co wprost było utożsamiane z lepszą jakością życia. Na przestrzeni lat, przekonano się jednak, że wzrost majątku nie musi oznaczać wzrostu jakości życia. Doprowadziło to do poszerzenia definicji o dodatkowy „poziom”. Jakość życia nie znaczyła już tylko „mieć” ale też „mieć i być”. Ludzie nie spełniają się jedynie poprzez powiększanie swojego majątku ale mają też potrzeby emocjonalne oraz duchowe, które choć są trudne do zmierzenia, dla większości osób są determinantami jakości życia i kształtują ich poczucie spełnienia oraz szczęścia. Luszniewicz⁵ (1982) wyróżnił siedem podstawowych rodzajów potrzeb: bezpieczeństwo, wyżywienie, ochrona zdrowia, warunki mieszkaniowe, komunikacja i transport, edukacja i kultura oraz ochrona środowiska.

Tym co wyróżnia pojęcie jakości życia od kategorii tradycyjnych takich, jak konsumpcja oraz warunki bytu jest rozległy wachlarz problemów i zjawisk zawierających się w jej zakresie. Jest ona wyrażana nie tylko poprzez konsumpcję dóbr materialnych i usług, ale przede wszystkim przez możliwość zaspokojenia potrzeb związanych np. ze stanem środowiska naturalnego, rodzajem i postacią więzi międzyludzkich, godnością i poszanowaniem praw człowieka, a także ilością i jakością wolnego czasu oraz samorealizacją⁶. Nie ma jednak jednoznacznej definicji opisującej jakość życia. Stanowi ona przedmiot badań nauk teoretycznych takich jak: socjologia, ekonomia i psychologia⁷. W ujęciu psychologicznym jakość życia bywa utożsamiana z sensem życia oraz ocenami wartościującymi życie i szczęście człowieka. Właśnie na gruncie psychologii powstało pojęcie jakości życia, pozwalające na zachowanie odpowiednich proporcji między subiektywną a obiektywną stroną życia. Tym samym, skierowano przedmiot badań naukowych na rozterki moralne i światopoglądowe człowieka, postawę wobec życia i systemu wartości, którymi się kieruje. Jakość życia w psychologii rozumiana jest najczęściej jako subiektywne doznania oraz doświadczenia, które są wynikiem codziennego życia. Te natomiast są składowymi poczucia zadowolenia z życia, doświadczenia oraz psychicznego dobrobytu.

Pojęcie to obecne jest również w badaniach socjologicznych, gdzie najistotniejsze są kwestie związane z potrzebami socjalnymi oraz materialnymi. Według socjologów występuje wiele ich odmian, lecz wspólną myślą przewodnią jest odzwierciedlenie sposobów oraz stopnia zaspokojenia potrzeb społeczeństwa. Pośród wielu definicji cechą charakterystyczną jest istota rozróżniania przez socjologów dwóch życiowych orientacji „mieć” i „być”. Podczas badania jakości życia należy skupić się na próbie odpowiedzi na

⁴ Por. m.in.: A. Luszniewicz, *Statystyka społeczna. Podstawowe problemy i metody*, PWE, Warszawa 1982; Cz. Bywalec, L. Rudnicki, *Podstawy teorii i metodyki badań konsumpcji*, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 1992; J. Piasny, *Poziom i jakość życia ludności oraz źródła i mierniki ich określania*, *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, Rok LV, Zeszyt 2, 1993; T. Słaby, *Poziom i jakość życia* [w:] T. Panek, A. Szulc (red.), *Statystyka Społeczna. Wybrane zagadnienia*, SGH w Warszawie, Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2007;

⁵ A. Luszniewicz, *Statystyka społeczna. Podstawowe problemy i metody*, PWE, Warszawa 1982.

⁶ J. Rutkowski, *Jakość Życia – Koncepcja i projekt badania*, ZBSE, Warszawa 1987, s. 7-10.

⁷ E. Jankowska, *Pojęcie i narzędzia pomiaru jakości życia*, *Toruńskie Studia Międzynarodowe*, nr 1(4), Toruń 2011, s. 34-37.

pytanie „jakim być?”. Pragnienie istnienia oraz pragnienie posiadania, które określają naturę ludzką to odmienne rodzaje odniesienia do siebie i świata, ukazujące całość ludzkich przymiśln, odczuć i działań. Analiza motywacji pragnienia życia oraz posiadania znacząco wpływa na określenie niskiej bądź wysokiej jakości życia. W ujęciu socjologicznym pojęcie jakości życia nawiązuje do zaspokajania potrzeb, takich jak potrzeba bezpieczeństwa, samorealizacji, czy uznania społecznego.

Ekonomia klasyfikuje jakość życia jako stopień zaspokojenia potrzeb materialnych, społecznych oraz duchowych, a także stan społecznej satysfakcji stanowiący rezultat postrzegania przez jednostkę warunków życia w sposób całościowy. Wszystkie z omówionych ujęć łączy jeden wspólny mianownik – potrzeba, którą najłatwiej zdefiniować jako odczucie braku czegoś. Odczuwany jest przy tym stan napięcia, który jest silnie związany z fizjologią organizmu, miejscem jednostki w społeczeństwie oraz indywidualnym doświadczeniem. Podstawowym modelem, który opisuje życiowe potrzeby jest tzw. hierarchia potrzeb Masłowa⁸. U jej podstaw znajdują się potrzeby fizjologiczne (biologiczne), po zaspokojeniu których, jednostka dąży do spełnienia potrzeb bezpieczeństwa i kolejno potrzeb przynależności. Po zaspokojeniu potrzeb niższego rzędu, jednostka pragnie spełniać te należące do wyższego poziomu. Są to potrzeby szacunku oraz samorealizacji. Masłow zakłada, iż potrzeby niższego rzędu są bardziej ograniczone od tych wyższego rzędu, ale jednocześnie bardziej wyraźne. Model ten pokazuje, jak zaspokojenie poszczególnych potrzeb może wpływać na odczucie dobrobytu jednostek.

Jakość życia można „zmierzyć” za pomocą wskaźników społecznych jak i ekonomicznych⁹. Odpowiedni miernik jakości życia powinien spełniać m. in. następujące warunki:

- powinien opierać się na danych aktualnych, których gromadzenie nie jest kosztowne i pracochłonne¹⁰;
- powinien być dobierany w taki sposób, aby istniała możliwość porównania analizowanych jednostek pod kątem procesów rozwojowych;
- powinien w głównej mierze odzwierciedlać efekty uzyskiwane przez instytucje oraz organizacje z tytułu prowadzonej działalności, natomiast w mniejszym stopniu nakłady wykorzystane na osiągnięcie owych efektów;
- powinna istnieć możliwość przeprowadzenia ponownych, porównywalnych pomiarów wartości wskaźników w celu zaobserwowania zmian w czasie;
- wskaźnik powinien mieć charakter normatywny, czyli jego zmiana powinna być postrzegana przez społeczeństwo za zjawisko pozytywne lub negatywne;
- powinien opisywać skutki realizowanej polityki gospodarczej, a także społecznej, ograniczając jednocześnie działania mające na celu jedynie poprawę w zakresie badanego zjawiska, opisanego przy pomocy danego wskaźnika.

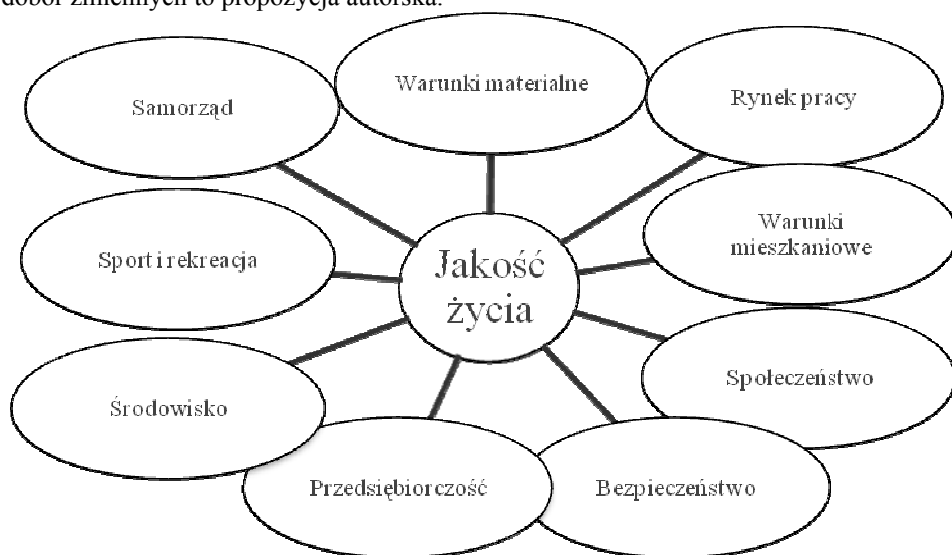
⁸ A. Miler-Zawodniak, *Teorie potrzeb jako współczesne teorie motywacji*, Obronność – Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania i Dowodzenia Akademii Obrony Narodowej, nr 4, 2012, s. 101-116.

⁹ J. Kordos, *Metodologia i wykorzystanie wskaźników społecznych*, Wiadomości Statystyczne, 1990, nr 12.

¹⁰ B. Sztaur-Jaworska, *Diagnoza i diagnozowanie w polityce społecznej*, [w:] G. Firlit-Fesnak, M. Szyłko-Skoczny (red.), *Polityka społeczna*, PWN, Warszawa 2009.

Źródła danych statystycznych w pomiarze jakości życia

Ze statystycznego punktu widzenia poziom szczęścia, poziom satysfakcji człowieka z ogółu swojej egzystencji nie należy do najłatwiejszych, gdyż dla każdej osoby oznacza on co innego. Dobór zmiennych adekwatnych do potrzeb badania jest zadaniem trudnym. Naukowcy prowadzą liczne dyskusje na temat najrzetelniejszego sposobu pomiaru szczęścia. W ostatnich latach stał się nim wskaźnik jakości życia ludności, którego zadaniem jest odzwierciedlenie odczuwanego przez ludzi zadowolenia łączącego w sobie zarówno cechy obiektywne jak i subiektywne. W obliczu globalnych dyskusji na temat jakości życia określono międzynarodowe standardy jej pomiaru¹¹. Zespół zadaniowy działający w ramach Europejskiego Systemu Statystycznego (ESS) przedstawił wytyczne dotyczące koncepcji badania jakości życia, w tym również definicje wybranych zmiennych charakteryzujących jakość życia. Zmienne te reprezentują umownie przyjęte różnorakie obszary tematyczne (domeny). Sposób pomiaru jakości życia w niniejszym badaniu opiera się na koncepcji przedstawionej przez Główny Urząd Statystyczny, która bazuje na międzynarodowych zaleceniach zespołu EES. Publikowane przez GUS zagregowane dane statystyczne opisujące jakość życia to wyniki badań ankietowych, danych spisowych, sprawozdawczości statystycznej oraz wyniki reprezentacyjnego badania gospodarstw domowych ludności. W koncepcji pomiaru jakości życia, przyjętej w artykule, uwzględniono obszary tematyczne, które prezentuje rys. 1. Koncepcja pomiaru jakości życia opracowana przez GUS stanowi podstawę dla postępowania badawczego opisanego w artykule. Przy czym, ostateczny dobór zmiennych to propozycja autorska.



Rysunek 1. Domeny/dziedziny jakości życia uwzględnione w konstrukcji miernika syntetycznego
Źródło: opracowanie własne

¹¹ A. Szukielojć-Bieńkuńska, T. Walczak, *Statystyczny pomiar postępu społeczno-gospodarczego w zmieniającym się świecie*, Wiadomości statystyczne, nr 7/8 (602/603) 2011, s. 23-24.

Celem prowadzonej analizy statystycznej jest dokonanie oceny i pomiaru jakości życia w polskich województwach w roku 2010 oraz 2016. Porównanie różnych aspektów jakości życia pozwoli w konsekwencji na dokonanie klasyfikacji województw w Polsce w oparciu o skonstruowany miernik syntetyczny. Ocena jakości życia w prowadzonym badaniu została przeprowadzona na podstawie wartości dziewięciu różnych wskaźników, z których każdy jest kluczowym reprezentantem tylko jednej dziedziny. Dzięki podejściu, w którym poszczególne domeny jakości życia zostały zmierzone za pomocą indywidualnych zmiennych, w postępowaniu badawczym nie było konieczne wyznaczanie agregatów cząstkowych.

Prezentowane zestawienie tabelaryczne zawiera informacje o poszczególnych reprezentantach przypisanych do uprzednio wyodrębnionych dziedzin jakości życia. W tabeli został również określony kierunek wpływu poszczególnych zmiennych diagnostycznych na jakość życia. Spośród dziewięciu cech diagnostycznych, dwie z nich to destymulanty. Stymulanty to zmienne, dla których pożądanymi są wartości jak najwyższe, w przeciwieństwie do destymulant, dla których sytuacja korzystna związana jest z niskimi wartościami¹².

Tabela 1. Zmienne diagnostyczne wraz z przypisanymi dziedzinami jakości życia oraz kierunkiem wpływu na zmienną syntetyczną

Kategoria	Zmienna	Oznaczenie zmiennej	Kierunek wpływu
Przedsiębiorczość	Liczba podmiotów gospodarczych w przeliczeniu na 1000 mieszkańców	X1	Stymulanta
Rynek pracy	Udział liczby bezrobotnych w liczbie osób w wieku produkcyjnym (%)	X2	Destymulanta
Warunki mieszkaniowe	Powierzchnia mieszkań oddanych do użytku w m ² na jednego mieszkańca (m ² /os.)	X3	Stymulanta
Spółeczeństwo	Gęstość zaludnienia (os./km ²)	X4	Stymulanta
Bezpieczeństwo	Wskaźnik wykrywalności przestępstw kryminalnych (%)	X5	Stymulanta
Środowisko	Emisja zanieczyszczeń pyłkowych na 1 km ²	X6	Destymulanta
Sport i rekreacja	Udział parków, zieleńców i terenów zieleni osiedlowej w powierzchni ogółem	X7	Stymulanta
Samorząd	Nakłady inwestycyjne na jednego mieszkańca w zł	X 8	Stymulanta
Warunki materialne	Średnie wynagrodzenie brutto w zł	X 9	Stymulanta

Źródło: opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych – www.stat.gov.pl oraz statystyk policyjnych.

W województwach w Polsce ujawniają się znaczące różnice w zakresie jakości życia. Szczególnie jest to widoczne w relacji do wartości indywidualnych wskaźników społecznych oraz gospodarczych. Wartości tych wskaźników, niejednokrotnie, mogą mieć istotny wpływ na decyzje dotyczące wyboru miejsca zamieszkania, lokowania siedziby przedsiębiorstwa, czy nawet wyboru ścieżki edukacyjnej. Ocena jednowymiarowa, choć bardzo ważna i wartościowa, może prowadzić do błędnych wniosków. Dlatego też wnikliwa i szczegółowa analiza rozkładu zbiorowości ze

¹² I. Kurzawa, A. Łuczak, F. Wysocki, *Zastosowanie metod taksonomicznych i ekonometrycznych w wielowymiarowej analizie poziomu życia mieszkańców powiatów w Polsce*, [w:] Prace naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Taksonomia 28. Klasyfikacja i analiza danych – teoria i zastosowania, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2017, s. 130.

względem na poszczególne zmienne została wsparta wielowymiarowym ujęciem jakości życia. W tym celu w artykule została podjęta próba konstrukcji miernika syntetycznego w oparciu o zestaw dziewięciu zmiennych diagnostycznych. Wyższa wartość wskaźnika zapisana przy konkretnym obiekcie będzie oznaczała, że województwo oferuje bardziej korzystne warunki dla życia i rozwoju. *Tabela 2* przedstawia wybrane miary statystyki opisowej zmiennych diagnostycznych w 2010 oraz 2016 roku, uwzględnione w budowie wskaźnika jakości życia oraz mające na celu ukazanie występowania wspomnianych różnic.

Tabela 2. Podstawowe miary statystyki opisowej

Rok	$\bar{x}$	M_e	S_x	V_s	K	A_s	MIN	MAX
Liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych w przeliczeniu na 1000 mieszkańców								
2010	97,58	97,4	17,3	0,18	-0,76	0,34	71,72 Podkarpackie	129,3 Mazowieckie
2016	104,86	101,7	19,1	0,18	-0,44	0,55	78,84 Podkarpackie	146,85 Mazowieckie
Udział liczby bezrobotnych w liczbie osób w wieku produkcyjnym (%)								
2010	8,36	8,2	1,6	0,19	-1,08	0,19	6,00 Śląskie	11,14 Warmińsko-mazurskie
2016	5,93	5,9	1,4	0,23	-1,27	0,11	3,6 Wielkopolskie	8,06 Warmińsko-mazurskie
Powierzchnia mieszkań oddanych do użytku w m ² na jednego mieszkańca (m ² /os.)								
2010	0,35	0,3	0,1	0,28	0,20	0,73	0,19 Świętokrzyskie	0,56 Mazowieckie
2016	0,37	0,3	0,1	0,25	-0,98	0,37	0,22 Opolskie	0,55 Mazowieckie
Gęstość zaludnienia (os./km ²)								
2010	129,87	116,2	74,4	0,57	7,15	2,43	59,62 Podlaskie	375,81 Śląskie
2016	129,17	116,3	73,7	0,57	6,68	2,35	58,78 Podlaskie	369,67 Śląskie
Wskaźnik wykrywalności przestępstw kryminalnych (%)								
2010	56,58	57,9	4,8	0,08	-0,91	-0,46	47,09 Mazowieckie	63,4 Lubuskie
2016	56,90	58,2	5,1	0,09	1,15	-1,25	43,88% Mazowieckie	63,23% Świętokrzyskie
Emisja zanieczyszczeń pyłowych na 1 km ²								
2010	0,23	0,2	0,2	1,01	12,38	3,33	0,05 Warmińsko-mazurskie	1,08 Śląskie
2016	0,14	0,1	0,16	1,12	13,90	3,62	0,03 Warmińsko-mazurskie	0,74 Śląskie
Udział parków, zieleni i terenów zieleni osiedlowej w powierzchni ogółem (%)								
2010	0,20	0,2	0,16	0,78	10,91	3,06	0,06 Podlaskie	0,76 Śląskie

2016	0,21	0,2	0,16	0,77	10,53	2,99	0,06 Podlaskie	0,77 Śląskie
Nakłady inwestycyjne na jednego mieszkańca (zł)								
2010	5367,88	5157,0	1095,1	0,20	1,94	1,31	3799 Lubelskie	8244 Mazowieckie
2016	5812,88	5501,5	1816,7	0,31	1,26	1,07	3505 Świętokrzyskie	10533 Mazowieckie
Średnie wynagrodzenie brutto (zł)								
2010	3181,44	3109,9	339,48	0,11	6,20	2,26	2877,43 Podkarpackie	4279,55 Mazowieckie
2016	3993,79	3909,6	396,96	0,10	5,18	2,05	3619,16 Warmińsko- mazurskie	5240,86 Mazowieckie

Źródło: opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych – www.stat.gov.pl oraz statystyk policyjnych.

$\bar{x}$ – średnia arytmetyczna, M_e – mediana, S_x – odchylenie standardowe, V_s – współczynnik zmienności, K – kurtoza, A_s – współczynnik asymetrii, Min – minimalna wartość zmiennej, Max – maksymalna wartość zmiennej.

Liczba podmiotów gospodarczych może świadczyć o potencjalnej liczbie miejsc pracy¹³. Większa ilość tych podmiotów gwarantuje większą atrakcyjność województwa, gdyż przyczynia się ona do aktywizacji bezrobotnych, a tym samym mniejszego bezrobocia w społeczności. Ilość zarejestrowanych podmiotów na 1000 mieszkańców w województwach waha się między blisko 79 podmiotami w województwie podkarpackim a 147 w województwie mazowieckim, które pod względem możliwości znalezienia stanowiska pracy jest najkorzystniejsze. Niemale znaczenia ma fakt, iż jest to województwo, w którym znajduje się Warszawa. Średnia liczba podmiotów na 1000 mieszkańców we wszystkich województwach wynosi 104,86. W połowie z nich liczba ta jest równa lub większa od 101,72. Są to województwa: opolskie, śląskie, małopolskie, lubuskie, wielkopolskie, pomorskie, dolnośląskie, zachodniopomorskie i mazowieckie. Najmniej podmiotów gospodarczych w przeliczeniu na 1000 mieszkańców jest zarejestrowanych w województwach: podkarpackim, lubelskim i podlaskim. Największy wzrost w porównaniu z rokiem 2010 zarejestrowano w województwie mazowieckim, wyniósł on 13,58%. Najmniejsze zmiany nastąpiły w województwie zachodniopomorskim (o 1,26%).

Kolejna ze zmiennych stanowi odbicie sytuacji panującej na rynku mieszkaniowym. Powierzchnia mieszkań oddanych do użytku w m² na jednego mieszkańca świadczy o atrakcyjności danego województwa. Dodatkowo, może być ważnym czynnikiem kształtującym poziom napływu nowych mieszkańców do danego województwa¹⁴. Województwa, w których oddawana jest do użytku większa ilość (a tym samym większa powierzchnia ogółem) mieszkań mogą uchodzić za korzystniejsze pod kątem migracji, gdyż mogą zwiększać komfort psychiczny osób migrujących. Decydenci pewniej podejmą decyzję o zmianie miejsca pobytu lub zamieszkania, będąc

¹³ W. Pryjmak, O. Gołubnyk, *Zarządzanie migracją ludności poprzez wpływ na czynniki społeczno-gospodarcze*, „Zeszyty Naukowe WSOWL”, nr 4(162), 2011, s. 361.

¹⁴ A. Mantaj, A. Ostromecki, D. Zajac, *Czynniki kształtujące migrację ludności w gminach wiejskich Polski Wschodniej*, *Wiadomości Statystyczne*, nr 11(678), 2017, s. 74-85.

świadomym o dogodnych warunkach mieszkaniowych w miejscu docelowym. W 2016 roku oddano do użytku średnio 0,37 m² powierzchni mieszkań na jednego mieszkańca. Blisko tej wartości utrzymuje się województwo zachodniopomorskie oraz podkarpackie. W połowie spośród wszystkich województw przeciętna wartość powierzchni wyniosła 0,34 m² lub więcej. Największą wartość zanotowano w województwie mazowieckim, bowiem na jednego mieszkańca przypadło 0,55 m². Najmniejszą natomiast w województwie opolskim – tam w przeliczeniu na jednego mieszkańca oddano do użytku 0,22 m². W porównaniu z rokiem 2010 – największą dynamikę wzrostu wykazało województwo podlaskie, w którym wzrost wyniósł 9,54%.

Między rozwojem społeczno – gospodarczym a zaludnieniem występuje silna zależność. Zmiany w zaludnieniu mogą stać się nie tylko przyczyną, ale także skutkiem zróżnicowania procesów rozwojowych. Gęstość zaludnienia generalnie stanowi potwierdzenie atrakcyjności województwa, jest stymulantą jakości życia. W ślad za gęstością zaludnienia powinien iść szerszy dostęp do infrastruktury, szersze perspektywy dla rozwoju zawodowego oraz bogatsza oferta kulturalno-rozrywkowa. Wysoka gęstość zaludnienia sprzyja jej dalszemu zwiększeniu, a mniejsza – dalszemu zmniejszaniu¹⁵. Najwyższą gęstość zaludnienia w 2016 roku odnotowano w województwie śląskim – blisko 370 osób na km². Najmniejszą natomiast w województwie podlaskim – niespełna 59 osób na km². Gęstość zaludnienia we wszystkich województwach wynosi średnio 129,55 osoby na km². W połowie województw wartość ta wyniosła 116,36 i więcej. Są to województwa: wielkopolskie, podkarpackie, pomorskie, łódzkie, dolnośląskie, mazowieckie, małopolskie i śląskie. W ujęciu dynamicznym – w porównaniu do roku 2010 tylko w czterech województwach zaobserwowano wzrost gęstości zaludnienia. Są to województwa: małopolskie, mazowieckie, pomorskie oraz wielkopolskie. Wśród nich największy wzrost wystąpił w województwie mazowieckim i wynosił 1,88%. W pozostałych województwach nastąpił spadek, największy w województwie opolskim (o 2,38%). Jedynie w województwie podkarpackim gęstość zaludnienia prawie nie uległa zmianie.

Poziom bezpieczeństwa może być jednym z czynników wpływających na jakość życia. Zapewnienie bezpieczeństwa należy do obowiązków policji. Warto pamiętać, iż jest ono jednym z najważniejszych problemów zarówno na poziomie międzynarodowym, jak i regionalnym¹⁶. Skuteczność policji została przedstawiona jako odsetek przestępstw wykrytych (stanowiących orzeczenie sądu o zaistnieniu przestępstwa) w ogóle przestępstw stwierdzonych. Największą skuteczność policji w 2016 roku zanotowano w województwie świętokrzyskim. Wskaźnik wykrywalności przestępstw kryminalnych wyniósł 63,23%. Na kolejnych miejscach uplasowało się województwo lubelskie (62,33%) i małopolskie (61,32%). Najmniejszą skutecznością wykazała się policja w województwie mazowieckim. W 2016 roku spośród wszystkich stwierdzonych przestępstw, wykryto jedynie 43,88%. Średni poziom wykrywalności przestępstw w roku 2016 to 59,60%. Blisko średniej wartości znalazło się województwo lubuskie oraz podlaskie. Dla tych województw wykrywalność jest na poziomie wynoszącym odpowiednio: 59,98% i 59,77%. W porównaniu do 2010 roku,

¹⁵ A. Mantaj, A. Ostromecki, D. Zajac, *Czynniki kształtujące migracje...* op. cit., s. 80-94.

¹⁶ J. Cheda, *Rola Europejskiego Urzędu Policji (Europolu) w zapewnieniu bezpieczeństwa wewnętrznego Unii Europejskiej*, Rocznik Polityczny Homo Politicus, nr 10/2015, 2015, s. 11-13.

największym postępem w zakresie skuteczności działania policji wykazało się województwo podlaskie, odsetek ten wzrósł o 14,5%. Spadek o ponad 10% odnotowano natomiast w województwie pomorskim.

Niedostateczny dostęp do terenów zielonych na terenach miast może mieć negatywny wpływ zarówno na samopoczucie mieszkańców, jak i na poziom zanieczyszczeń. Niemalże znaczenie ma także rosnąca świadomość ekologiczna i chęć obcowania z naturą blisko miejsca zamieszkania¹⁷. Największy udział terenów zielonych (0,74%) występuje w województwie śląskim. Jest to związane ze zlokalizowanymi w tym województwie licznymi kopalniami, które przyczyniają się do wysokiego zanieczyszczenia powietrza. Wysoki udział zieleni ma za zadanie przede wszystkim oczyszczać powietrze z zanieczyszczeń. Ponadto najbardziej zielonymi województwami są województwa: dolnośląskie (0,3%) i małopolskie (0,25%). Najmniejszy udział zieleni w terenach osiedlowych występuje w województwach: podlaskim (0,06%), warmińsko-mazurskim (0,08%) oraz świętokrzyskim (0,1%). Średnio udział ten wynosi 0,21%. W połowie spośród wszystkich województw udział ten jest równy 0,19% lub większy. Analizując zmiany, które nastąpiły od 2010 roku – spadek udziału zieleni wystąpił w trzech województwach: warmińsko-mazurskim, opolskim oraz niewielki w łódzkim. W przypadku województwa warmińsko-mazurskiego – był to spadek o ponad 23%. Największy wzrost natomiast zaobserwowano w województwie lubuskim (blisko o 32%).

Aktywność inwestycyjna podmiotów gospodarczych jest regulatorem rynku pracy, gdyż istotnie wpływa na popyt na pracę. Wyższa wartość inwestycji w regionie stwarza szansę na powstanie nowych miejsc pracy. Dzięki temu wzrasta zainteresowanie regionem nie tylko ze strony samych migrujących, ale również kolejnych potencjalnych inwestorów, którzy mogą stworzyć kolejne miejsca pracy¹⁸. Średnia wartość nakładów inwestycyjnych w Polsce w przeliczeniu na jednego mieszkańca w 2016 roku wyniosła blisko 5813 zł. W połowie województw wartość ta wyniosła 5501,50 zł lub więcej. Najwyższa wartość inwestycji na jednego mieszkańca wystąpiła w województwie mazowieckim i wyniosła 10533 zł. Najniższy poziom inwestycji w przeliczeniu na mieszkańca zanotowano w województwie świętokrzyskim (3605 zł). Niewiele większa wartość inwestycji przypada na mieszkańca województwa lubelskiego i wynosi odpowiednio 3517 zł. W porównaniu do 2010 roku, w siedmiu województwach nastąpił spadek wartości inwestycji w przeliczeniu na mieszkańca. W przypadku województwa świętokrzyskiego spadek ten wyniósł ponad 33%. Największą dynamiką wzrostu wykazało się województwo opolskie, wzrost ten wyniósł blisko 81%.

Wysokość wynagrodzenia jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na jakość życia. Choć odchodzi się od czysto materialnego ujęcia jakości życia, to jednak nie ulega wątpliwości, że zasobność portfela ma duży wpływ na zadowolenie z życia i miejsca pracy. Bieżące zarobki determinują możliwość zaspokajania podstawowych potrzeb oraz potrzeb wyższego rzędu. Przyjmuje się, iż większe zarobki

¹⁷ H. Michniewicz-Ankiersztajn, *Rola zieleni w kształtowaniu przestrzeni miast europejskich w kontekście jakości życia ich mieszkańców*, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Bydgoszcz 2014, s. 130-140.

¹⁸ W. Pryjmak, O. Gołubnyk, *Zarządzanie migracją...*, op. cit., s. 361.

przekładają się na wyższy poziom jakości życia¹⁹. Można zatem stwierdzić, iż województwa stwarzające możliwości na uzyskanie wyższych zarobków są bardziej atrakcyjne. Średnie wynagrodzenie w 2016 roku wyniosło 3993,79 zł. Najbliżej tej wartości znalazła się średnia płaca w województwie małopolskim i zachodniopomorskim. Jest to odpowiednio 4077,91 zł i 3946,28 zł. Najwięcej zarabia się w województwie mazowiecki – średnio 5240,86 zł. Najniższą średnią pensję otrzymują mieszkańcy województwa warmińsko-mazurskiego: 3619,16 zł. We wszystkich województwach zaobserwowano od 2010 roku wzrost średnich płac o ponad 20%. Najbardziej wynagrodzenia wzrosły w województwie małopolskim – o ponad 28% (z 3169,90 zł w 2010 roku do 4077,91 zł w 2016 roku). Najniższą natomiast dynamikę zmiany poziomu wynagrodzeń zarejestrowano w województwie śląskim, był to wzrost o blisko 22% (z 3528,19 zł w 2010 roku do 4295,29 zł). Niezależnie od tego, i tak Ślązacy zarabiają lepiej niż mieszkańcy wielu innych województw.

Bezrobocie jest uważane za jeden z najistotniejszych wskaźników obrazujących sytuację panującą na rynku pracy. Wysoki odsetek osób bezrobotnych niewątpliwie wpływa negatywnie na postrzeganie regionu. Należy przyjąć, że województwa, o niskim udziale osób bezrobotnych wśród osób w wieku produkcyjnym powinny się również charakteryzować wysokim wskaźnikiem miejsc pracy w relacji do osób aktywnych zawodowo²⁰. Najmniejszy udział osób bezrobotnych w 2016 roku zaobserwowano w województwie wielkopolskim. Spośród 1000 osób w wieku produkcyjnym, jedynie 36 pozostawało bez pracy. Natomiast, najwięcej, bo aż 81 osób bezrobotnych przypadało na 1000 osób w wieku produkcyjnym w województwie warmińsko-mazurskim. Przeciętnie, w województwach w Polsce w roku 2016, na 1000 osób w wieku produkcyjnym przypadało blisko 6 bezrobotnych. Najbardziej zbliżoną wartość do średniej osiągnęło województwo łódzkie. Porównując rok 2016 z 2010, we wszystkich województwach odnotowano znaczący spadek udziału bezrobotnych w populacji osób w wieku produkcyjnym, a największy w województwie lubuskim. Jednocześnie w sześciu województwach spadek udziału bezrobotnych przekroczył 30%. Były to województwa: dolnośląskie, lubuskie, małopolskie, pomorskie, wielkopolskie i zachodniopomorskie.

Kwestia jakości powietrza jest ściśle powiązana ze stanem zdrowia mieszkańców, gdyż wysoki poziom zanieczyszczenia powietrza wpływa niekorzystnie np. na układ oddechowy organizmu. Mieszkańcy obszarów silniej zanieczyszczonych mają większą skłonność do zapadania np. na astmę, nowotwory lub choroby krążenia. Wysoce prawdopodobne jest to, iż moda na migrację na tereny wiejskie jest powiązana z większą świadomością ekologiczną, a także dbałością o zdrowie²¹. Średnia emisja zanieczyszczeń pyłowych w Polsce wynosi 0,141 t/km² w ciągu roku. W województwie małopolskim i opolskim są to wartości zbliżone do średniej i wynoszą odpowiednio 0,136 oraz 0,134 t/km². W połowie spośród wszystkich województw wartość ta wynosi 0,11 t/km² lub więcej. Warto jednak wspomnieć, iż w województwie śląskim wynosi 0,74 t/km², co znacząco wpływa na średnią ogólnokrajową. W pozostałych województwach bowiem są to wartości z przedziału od 0,034 (woj. warmińsko-

¹⁹ D. Kałuża, *Migracje wewnętrzne a poziom rozwoju społeczno-gospodarczego wybranych największych miast w Polsce*, Acta Universitatis Lodzensis. Folia Oeconomica, nr 237, 2010, s. 30-32.

²⁰ W. Janicki, A. Kubik-Komar, *Determinanty międzyregionalnych migracji ludności na obszarze Unii Europejskiej w latach 1986-1994*, Studia Demograficzne, nr 1(151), 2007, s. 111-136.

²¹ L. Kłos, *Uwarunkowania ekomigracji w Polsce*, Optimum. Studia Ekonomiczne, nr 1(85), 2017, s. 140-141.

mazurskie) do 0,164 t/km² (woj. wielkopolskie). Analizując zmiany od 2010 roku, w całym kraju zaobserwowano zmniejszenie emisji zanieczyszczeń pyłowych. Spadki te wahają się od ponad 12% do ponad 54%. Największy postęp w redukcji zanieczyszczeń (o 54,19%) osiągnęło województwo kujawsko-pomorskie, najmniejszy natomiast wielkopolskie (o 12,62%). Ze względu na dużą emisję warto wspomnieć także o województwie śląskim, w którym to udało się zmniejszyć poziom wskaźnika o blisko 32%.

Ranking województw w oparciu w wskaźnik jakości życia

Wykorzystana w artykule metoda badawcza może być zakwalifikowana do metod bezwzorcowych²², w których syntetyczny miernik agregatowy oblicza się wykorzystując jedynie znormalizowane wartości cech pochodzących ze zbioru wejściowego (początkowego). Dodatkowo, zmienne poddawane są procesowi transformacji. W tym miejscu, następuje określenie kierunku oddziaływania zmiennych wejściowych na zmienną syntetyczną oraz przekształcenie destymulant w stymulanty. Możliwe jest również przypisać wag poszczególnym zmiennym, które zostały zawarte w zbiorze wejściowym. W tym celu, jako funkcje agregujące, wykorzystywane są średnie: arytmetyczna, harmoniczna lub geometryczna²³.

W oparciu o dane pochodzące z Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego oraz statystyk policyjnych podjęto próbę konstrukcji syntetycznego wskaźnika jakości życia. Postępowanie badawcze została zrealizowane w następujących krokach.

Na potrzeby oceny jakości życia w poszczególnych województwach w Polsce dokonano obliczenia wskaźnika jakości życia bazując na metodologii zaproponowanej przez T. Panka (2015, s. 54), gdzie podstawę konstrukcji miernika syntetycznego stanowi formuła, zapisana wzorem²⁴:

$$H_j = \sum_{i=1}^9 w_i * H_{ij} \quad (1)$$

gdzie:

w_i – wagi poszczególnych czynników,

H_{ij} – wystandaryzowana i -ta zmienna dla j -tego województwa,

$i = 1, 2, \dots, 9$ – numer zmiennej

$j = 1, 2, \dots, 16$ – numer województwa

przy czym:

$$\sum_{i=1}^9 w_i = 1 \quad (2)$$

²² Z. Binderman, B. Borkowski, W. Szczesny, *O pewnych metodach porządkowania i grupowania w analizie źródnicowania rolnictwa*, Roczniki Nauk Rolniczych, Seria G, T. 96, z. 2, 2009, s. 78, http://sj.wne.sggw.pl/pdf/RNR_2009_n2_s77.pdf.

²³ T. Grabiński, *Wielowymiarowa analiza porównawcza w badaniach dynamiki zjawisk ekonomicznych*, Zeszyty Naukowe AE w Krakowie. Seria specjalna, Monografie, nr 61, 1984.

²⁴ T. Panek, *Jakość życia gospodarstw domowych w Polsce w układzie województw*, Zeszyty Naukowe – Instytut Statystyki i Demografii SGH, Nr 46/2015, Warszawa.

W artykule wagi poszczególnych zmiennych zostały wyznaczone w oparciu o metodę współczynników korelacji cząstkowych, podaną wzorem:

$$w_i = \frac{\sum_{i'=1}^9 r_{ii'}^2}{\sum_{i'=1}^9 \sum_{i''=1}^9 r_{ii''}^2} \quad (3)$$

gdzie:

$r_{ii'}^2$ – kwadrat współczynnika korelacji cząstkowej i – tego wskaźnika z i' – tym wskaźnikiem.

W artykule zaproponowany wejściowy zbiór zmiennych diagnostycznych jest dziewięcioelementowy. Można zatem przyjąć, że każda z nich opisuje inną dziedzinę jakości życia, a wyodrębnianie poddomen (sub-agregatów) jakości życia nie jest zasadne. W związku z tym współczynniki korelacji cząstkowych są obliczane pomiędzy wartościami kolejnych wskaźników indywidualnych dla poszczególnych województw w Polsce.

W kolejnym kroku dokonano ustalenia wag poszczególnych zmiennych za pomocą metody korelacji cząstkowej. Wartości wag dla poszczególnych zmiennych przedstawia Tabela 3.

Tabela 3. Wagi zmiennych uwzględnionych we wskaźniku jakości życia

Zmienna	2010	2016
Gęstość zaludnienia (os./km ²)	0,145	0,114
Udział parków, zieleńców i terenów zieleni osiedlowej w powierzchni ogółem (%)	0,144	0,122
Średnie wynagrodzenie brutto (zł)	0,139	0,148
Emisja zanieczyszczeń pyłowych na 1 km ²	0,131	0,103
Udział liczby bezrobotnych w liczbie osób w wieku produkcyjnym (%)	0,109	0,096
Powierzchnia mieszkań oddanych do użytku w m ² na jednego mieszkańca (m ² /os.)	0,094	0,072
Liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych w przeliczeniu na 1000 mieszkańców	0,092	0,123
Nakłady inwestycyjne na jednego mieszkańca (zł)	0,080	0,131
Wskaźnik wykrywalności przestępstw kryminalnych (%)	0,066	0,092

Źródło: opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych – www.stat.gov.pl oraz statystyk policyjnych.

Wagi dla poszczególnych zmiennych otrzymywane są w oparciu o macierz korelacji cząstkowej. Oznacza to, iż jeśli dana zmienna jest wysoce skorelowana z innymi – uzyskuje tym samym wyższą wagę, a zatem ma większy wpływ na wartość wskaźnika jakości życia. Otrzymane wyniki w Tabeli 3 wynikają ze wzajemnego skorelowania poszczególnych zmiennych. W przypadku wysokiej korelacji pomiędzy zmiennymi można oczekiwać, iż zmienna przyjmie wysoką wagę. Najwyższą wagę w 2010 roku uzyskała zmienna dotycząca średniej gęstości zaludnienia. Zawdzięcza to wysokiemu skorelowaniu między innymi: z udziałem osób bezrobotnych wśród osób w wieku 15-64 lata, emisją zanieczyszczeń pyłowych w ciągu roku w przeliczeniu na 1

km² oraz udziałowi powierzchni zielonej na terenach osiedlowych. Dla roku 2016 najbardziej wpływową zmienną okazało się średnie wynagrodzenie brutto, które wykazało silną korelację z inwestycjami przypadającymi na jednego mieszkańca, skutecznością policji oraz z liczbą zarejestrowanych podmiotów gospodarczych w przeliczeniu na 1000 mieszkańców. Najniższymi wagami w roku 2010 i 2016 były odpowiednio wskaźnik wykrywalności przestępstw kryminalnych oraz powierzchnia mieszkań oddanych do użytku w m² w przeliczeniu na jednego mieszkańca.

Zmienna H_{ij} przed podstawieniem do wzoru na sumaryczny wskaźnik jakości życia została poddana normalizacji. W tym miejscu wykorzystano metodę unitaryzacji z rozstępem wartości zmiennej jako punktem odniesienia²⁵. Polega ona na uzyskaniu zmiennych o ujednoliconym zakresie zmienności na podstawie różnicy pomiędzy ich wartościami maksymalnymi i minimalnymi (ujęcie klasyczne) lub maksimum z medianowych odchyłeń bezwzględnych w ujęciu pozycyjnym, równym stałe 1 (ujęcie pozycyjne). Formuła na unitaryzację klasyczną opisana jest wzorem²⁶:

$$\text{Dla stymulant: } H_{ij} = \frac{x_{ij} - \min_j\{x_{ij}\}}{\max_j\{x_{ij}\} - \min_j\{x_{ij}\}} \quad (4),$$

$$\text{Dla destymulant: } H_{ij} = \frac{x_{ij} - \min_j\{x_{ij}\}}{\min_j\{x_{ij}\} - \max_j\{x_{ij}\}} \quad (5),$$

gdzie:

$\max_j\{x_{ij}\}$, $i = 1, \dots, 9$, $j = 1, \dots, 16$ – maksimum i -tej zmiennej w danym roku,

$\min_j\{x_{ij}\}$, $i = 1, \dots, 12$, $j = 1, \dots, 16$ – minimum i -tej zmiennej w danym roku.

Po standaryzacji oraz obliczeniu wag, można przystąpić do obliczenia wskaźnika jakości życia danego wzorem:

$$H_j = \sum_i^9 w_i H_{ij} \quad (6),$$

gdzie:

w_i – wagi dla poszczególnych czynników,

H_{ij} – i -ta zmienna dla j -tego województwa.

Tabela 4 przedstawia wartości wskaźnika jakości życia dla każdego z województw. Zmienne zostały poddane standaryzacji, dzięki czemu wartości wskaźnika jakości życia znajdują się w przedziale $[0;1]$. Wyższa wartość jest równoznaczna z większym poziomem atrakcyjności, natomiast niska wartość oznacza niski poziom jakości życia.

²⁵ P. Kowalik, *Metoda unitaryzacji zerowanej w arkuszach kalkulacyjnych*, [w:] *Rola informatyki w naukach ekonomicznych i społecznych*, (red.) Z.E. Zieliński, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlowej, Kielce 2011, s. 204-209.

²⁶ Z. Kukuła, J. Skrzypek, A. Walkosz, *Badania operacyjne w przykładach i zdaniach*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 282-283, 288.

Tabela 4. Wartości wskaźnika jakości życia dla poszczególnych województw

Województwo	2010	2016	Pozycja 2010	Pozycja 2016	Zmiana
Dolnośląskie	0,513	0,550	4	3	+1
Kujawsko-pomorskie	0,275	0,275	14	12	+2
Lubelskie	0,295	0,267	11	13	-2
Lubuskie	0,416	0,390	7	9	-2
Łódzkie	0,361	0,336	10	10	0
Małopolskie	0,491	0,529	6	4	+2
Mazowieckie	0,674	0,674	1	1	0
Opolskie	0,384	0,410	9	7	+2
Podkarpackie	0,263	0,259	15	14	+1
Podlaskie	0,282	0,287	12	11	+1
Pomorskie	0,530	0,517	3	5	-2
Śląskie	0,574	0,554	2	2	0
Świętokrzyskie	0,276	0,248	13	15	-2
Warmińsko-mazurskie	0,258	0,224	16	16	0
Wielkopolskie	0,513	0,511	5	6	-1
Zachodniopomorskie	0,388	0,403	8	8	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych – www.stat.gov.pl oraz statystyk policyjnych.

Zarówno w roku 2010, jak i 2016 najwyższą wartością wskaźnika jakości życia charakteryzuje się województwo mazowieckie. Wynika to z faktu, iż: na 1000 mieszkańców przypada tam najwięcej podmiotów gospodarczych, na jednego mieszkańca przypada największa powierzchnia mieszkań oddanych do użytku oraz największa wartość nakładów inwestycyjnych. Ponadto, występują tam najwyższe średnie wynagrodzenia brutto.

W obu porównywanych jednostkach czasu swoją pozycję w rankingu utrzymały jeszcze cztery województwa: śląskie (miejsce 2), zachodniopomorskie (miejsce 8), łódzkie (miejsce 10) oraz warmińsko-mazurskie. Ostatnie z wymienionych województw zajęło w rankingu ostatnie miejsce, zarówno w roku 2010 jak i 2016. Najniższą pozycję województwa warmińsko-mazurskiego w rankingu wyjaśnia między innymi najwyższy odsetek osób pozostających bez pracy. Mając na uwadze, że zmienna ta ma negatywny wpływ na badane zjawisko, najbardziej pożądane są niskie jej wartości. Słaba pozycja województwa warmińsko-mazurskiego była również w pewnym stopniu wynikiem niskiego poziomu wskaźnika – gęstość zaludnienia. Również średnie wynagrodzenie brutto jest tutaj najniższe spośród wszystkich województw. Na korzyść jednak działa niska emisja zanieczyszczeń pyłowych w ciągu roku przypadająca na 1 km².

Sześć województw poprawiło swoją pozycję w rankingu w 2016 roku w porównaniu do roku 2010. W trzech spośród nich była to poprawa o więcej niż jedno miejsce. Są to województwa: kujawsko-pomorskie (z 14. miejsca na 12.), małopolskie (z 6. miejsca na 4.) oraz opolskie (z 9. miejsca na 7.). Pięć województw odnotowało spadki w rankingu jakości życia, z czego w czterech był to spadek o dwa miejsca. Są to

województwa: lubelskie (z miejsca 11. na 13.), lubuskie (z miejsca 7. na 9.), pomorskie (z miejsca 3. a 5.) oraz świętokrzyskie (z miejsca 13. na 15.). Jedynym województwem, które spadło w rankingu o jedną pozycję, było województwo wielkopolskie, które w 2016 roku zajęło 6. miejsce.

Podsumowanie

Wybrany zestaw zmiennych wydaje się być stabilny w czasie. Przeprowadzenie analizy porównawczej dla roku 2010 oraz 2016 nie wykazało znaczących różnic w rankingach województw ze względu na poziom jakości życia. Co więcej, zarówno w roku 2016 jak i 2010 ścisła czołówka województw była taka sama, pierwsze miejsce zajmowało województwo mazowieckie, a drugie – województwo śląskie. Poszczególne obiekty przesuwwały się w rankingu o co najwyżej dwa miejsca. Przy czym aż 5 spośród województw utrzymało swoją pozycję. Daje to podstawę aby sądzić, że wybrane zmienne można uznać, za kluczowych reprezentantów poszczególnych kategorii opisujących jakość życia.

Podsumowując, uzyskane wyniki badań potwierdziły wcześniejsze przypuszczenia, że najwyżej w rankingu jakości życia znajdzie się województwo mazowieckie, do którego jednak trzeba podchodzić z największą ostrożnością. Wpływ na wartości wskaźników indywidualnych w województwie mazowieckim w dużej mierze wywiera sytuacja społeczna i gospodarcza stolicy. Dlatego pomiar jednocechowy jest w dużej mierze odzwierciedleniem wartości charakterystycznych dla Warszawy, aniżeli dla całego województwa. Z badań geopolitycznych oraz ekonomicznych wynika, że warunki panujące w stolicy państwa zawsze znacznie odbiegają od tych występujących nawet na obszarach znajdujących się w bezpośrednim sąsiedztwie stolicy. Nie ulega jednak wątpliwości, że utrzymanie pierwszej pozycji w rankingu jakości życia województwo mazowieckie zawdzięcza przede wszystkim najwyższej dynamice wzrostu liczby podmiotów gospodarczych, ponad 18-procentowemu spadkowi odsetka osób bezrobotnych w grupie osób w wieku produkcyjnym, oraz znacznemu spadkowi zanieczyszczenia powietrza. Podobnie województwa, które przesunęły się w górę rankingu, awans zawdzięczają w dużej mierze znacznym spadkom odsetka osób bezrobotnych oraz poprawie warunków bezpieczeństwa wyrażonych wskaźnikiem wykrywalności przestępstw. W przypadku województwa małopolskiego ważnym czynnikiem, który zdecydował o pozycji województwa w rankingu jakości życia w 2016 była sytuacja na rynku mieszkaniowym i znaczący wzrost powierzchni mieszkań oddanych do użytku.

W artykule ukazano jakość życia w możliwie najwęższym ujęciu, przy jednoczesnym ukazaniu wielowymiarowości i wieloaspektowości tego zjawiska. Satysfakcjonujący jest fakt, przypisania tylko jednego reprezentanta uznanego za kluczowego każdej z dziewięciu wyodrębnionych głównych kategorii opisujących jakość życia. Warto jeszcze zwrócić uwagę, na różnice jakie wystąpiły w systemie ważenia cech w roku 2016 względem roku 2010. W przypadku prowadzenia analiz dla różnych punktów czasowych warto rozpatrywać w przyszłości rozwiązania, które umożliwią utrzymanie zbieżnych wag. Zwłaszcza, że w przypadku metod bezwzorcowych to wagi przypisane poszczególnym zmiennym w największym stopniu decydują o porządkowaniu liniowym obiektów. Uzyskane wyniki mogą stanowić

wartościowe źródło informacji dla decydentów politycznych, praktyków gospodarczych oraz działaczy społecznych, na temat poziomu jakości życia w poszczególnych województwach w Polsce.

Bibliografia

- Binderman Z., Borkowski B., Szczesny W., *O pewnych metodach porządkowania i grupowania w analizie zróżnicowania rolnictwa*, Roczniki Nauk Rolniczych, Seria G, T. 96, z. 2, 2009, s. 78, http://sj.wne.sggw.pl/pdf/RNR_2009_n2_s77.pdf.
- Bywalec Cz., Rudnicki L., *Podstawy teorii i metodyki badań konsumpcji*, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 1992.
- Cheda J., *Rola Europejskiego Urzędu Policji (Europolu) w zapewnieniu bezpieczeństwa wewnętrznego Unii Europejskiej*, Rocznik Polityczny Homo Politicus, nr 10/2015, 2015, s. 11-13.
- Grabiński T., *Wielowymiarowa analiza porównawcza w badaniach dynamiki zjawisk ekonomicznych*, Zeszyty Naukowe AE w Krakowie. Seria specjalna, Monografie, nr 61, 1984.
- Janicki W., Kubik-Komar A., *Determinanty międzyregionalnych migracji ludności na obszarze Unii Europejskiej w latach 1986-1994*, Studia Demograficzne, nr 1(151), 2007, s. 111-136.
- Jankowska E., *Pojęcie i narzędzia pomiaru jakości życia*, Toruńskie Studia Międzynarodowe nr 1(4), Toruń 2011, s. 34-37.
- Kałuża D., *Migracje wewnętrzne a poziom rozwoju społeczno-gospodarczego wybranych największych miast w Polsce*, Acta Universitatis Lodzensis. Folia Oeconomica, nr 237, 2010, s.30-32.
- Kłos L., *Uwarunkowania ekomigracji w Polsce*, Optimum. Studia Ekonomiczne, nr 1(85), 2017, s. 140-141.
- Kordos J., *Metodologia i wykorzystanie wskaźników społecznych*, Wiadomości Statystyczne, nr 12, 1990.
- Kowalik P., *Metoda unitaryzacji zerowanej w arkuszach kalkulacyjnych*, [w:] Z.E. Zieliński (red.), *Rola informatyki w naukach ekonomicznych i społecznych*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlowej, Kielce 2011, s. 204-209.
- Kukuła Z., Skrzypek J., Walkosz A., *Badania operacyjne w przykładach i zdaniach*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 282-283, 288.
- Kurzawa I., Łuczak A., Wysocki F., *Zastosowanie metod taksonomicznych i ekonometrycznych w wielowymiarowej analizie poziomu życia mieszkańców powiatów w Polsce*, [w:] *Prace naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, Taksonomia 28. Klasyfikacja i analiza danych – teoria i zastosowania, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2017, s. 130.
- A. Luszniwicz, *Statystyka społeczna. Podstawowe problemy i metody*, PWE, Warszawa 1982.
- Mantaj A., Ostromecki A., Zając D., *Czynniki kształtujące migracje ludności w gminach wiejskich Polski Wschodniej*, Wiadomości Statystyczne, nr 11(678), 2017, s. 74-85.
- Michniewicz-Ankiersztajn H., *Rola zieleni w kształtowaniu przestrzeni miast europejskich w kontekście jakości życia ich mieszkańców*, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Bydgoszcz 2014, s. 130-140.
- Miler-Zawodniak A., *Teorie potrzeb jako współczesne teorie motywacji*, Obronność – Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania i Dowodzenia Akademii Obrony Narodowej nr 4, 2012, s. 101-116.
- Nations Unies, *Rapport sur la definition et evaluation des niveaux de vie du point de vue international* (Report on the identification and assessment of living standards as an economic indicator internationally), New York 1954.
- Owsiński J., Trachalski T., *Współczesne Problemy Zarządzania. Pomiar jakości życia. Uwagi na marginesie pewnego rankingu*, Instytut Badań Systemowych PAN, Warszawa 2008, s. 61-67.
- Panek T., *Jakość życia gospodarstw domowych w Polsce w układzie województw*, Zeszyty Naukowe – Instytut Statystyki i Demografii SGH, Nr 46/2015, Warszawa.

Piasny J., *Poziom i jakość życia ludności oraz źródła i mierniki ich określania*, Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny, Rok LV, Zeszyt 2, 1993.

Pryjmak W., Gołubnyk O., *Zarządzanie migracją ludności poprzez wpływ na czynniki społeczno-gospodarcze*, „Zeszyty Naukowe WSOWL, nr 4 (162), 2011, s. 361.

Rutkowski J., *Jakość Życia – Koncepcja i projekt badania*, ZBSE, Warszawa 1987, s. 7-10.

Sompolska-Rzechuła A., *Jakość życia jako kategoria ekonomiczna*, Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Oeconomica, nr 301 (71), 2013.

Słaby T., *Poziom i jakość życia* [w:] T. Panek, A. Szulc (red.), *Statystyka Społeczna. Wybrane zagadnienia*, SGH w Warszawie, Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2007.

Sztaur-Jaworska B., *Diagnoza i diagnozowanie w polityce społecznej*, [w:] G. Firlit-Fesnak, M. Szyłko-Skoczny (red.), *Polityka społeczna*, PWN, Warszawa 2009.

Szukielój-Bieńkuńska A., Walczak T., *Statystyczny pomiar postępu społeczno-gospodarczego w zmieniającym się świecie*, Wiadomości Statystyczne, nr 7/8 (602/603), 2011, s. 9-29.

Summary

Quality of life is expressed not only through the consumption of material goods and services but above all by the ability to meet needs related to, for example, the state of the natural environment, the type and form of interpersonal relationships, dignity and respect for human rights, as well as the quantity and quality of free time and self-fulfilment. An extensive range of issues and phenomena that remain in direct relation to quality of life means that its measurement is a difficult problem and arouses the unflagging interest of researchers. The aim of the paper is a multivariate assessment of the quality of life in Poland's voivodships, including a detailed discussion of univariate measurements and changes over time. The conducted analyses indicate that the selected set of variables is characterised by relative stability over time. The ranking of the voivodships in 2016 did not differ significantly from the ranking prepared for 2010. This gives grounds to believe that the selected variables can be considered as key representatives of individual categories describing quality of life.

Keywords: quality of life, linear ordering, differentiation, method of partial correlation coefficients

Informacja o autorach

dr Elżbieta Roszko-Wójtowicz

Katedra Statystyki Ekonomicznej i Społecznej
Uniwersytet Łódzki
e-mail: eroszko33@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9337-7218

dr hab. Maria Grzelak, prof. UŁ

Katedra Statystyki Ekonomicznej i Społecznej
Uniwersytet Łódzki
e-mail: maria.grzelak@uni.lodz.pl
ORCID: 0000-0003-4353-9893

Joanna Średzińska
Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Zróżnicowanie poziomu dochodów rolników w gospodarstwach z różnych klas wielkości ekonomicznej w krajach Unii Europejskiej¹

DIVERSIFICATION OF THE LEVEL OF FARMERS' INCOME IN FARMS OF DIFFERENT ECONOMIC SIZE CLASSES IN THE EUROPEAN UNION COUNTRIES

Celem badań było określenie zróżnicowania dochodów uzyskiwanych przez rolników w gospodarstwach rolnych krajów UE z różnych klas wielkości ekonomicznej. Wykorzystano bazę FADN. Analizy wykonano w większości dla roku 2015. Część wyników porównano z danymi z roku 2004. Badaną zmienną był dochód z rodzinnego gospodarstwa rolnego na pełnozatrudnionego członka rodziny. Wykonano analizę wariancji (test rang Kruskala-Wallisa) oraz analizę post-hoc wartości p dla porównań wielokrotnych. Obliczono wskaźnik zróżnicowania decylowego oraz współczynnik Giniego. Zauważono, że wielkość ekonomiczna wpływa na dochodowość pracy własnej, szczególnie w gospodarstwach większych ekonomicznie. Zaobserwowano także, że stopień nierówności dochodowych w poszczególnych klasach wielkości jest różny. W niektórych klasach wielkości ekonomicznej odnotowano pogłębianie się nierówności dochodowych.

Słowa kluczowe: dochód z rodzinnego gospodarstwa rolnego, nierówności dochodowe, klasa wielkości ekonomicznej, FADN

Wprowadzenie

Pomimo wielu zmian zachodzących w jej funkcjonowaniu, sektor rolny w Unii Europejskiej (UE) pozostaje w centrum zainteresowania zarówno z przyczyn społecznych, jak i politycznych². Szczególną uwagę poświęca się wynikom generowanym przez ten sektor, zwłaszcza dochodowym. Przyczyną tego zainteresowania jest między innymi niski poziom dochodów producentów rolnych. Problemu tego nie udało się rozwiązać pomimo dezagraryzacji gospodarki, wdrażania postępu i nowych technik wytwórczych³. Jedną z przyczyn dysparytetu dochodowego jest deprecjonowanie gospodarki rolnej przez mechanizmy rynkowe⁴. Niski poziom

¹ Projekt został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2012/05/B/HS4/04134.

² W. Poczta, W. Czubak, K. Pawlak: Zmiany w wolumenie produkcji i dochodach rolniczych w warunkach akcesji Polski do UE, Zagadnienia Ekonomiki Rolnej, nr 4 (321), 2009, s. 40.

³ Z. Gołaś, M. Kozera: Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania zmian struktury dochodowej indywidualnych gospodarstw rolnych, Roczniki Akademii Rolniczej w Poznaniu, z. CCCLVIII, 2003, s. 37.

⁴ K. Babuchowska, R. Marks-Bielska: Płatności bezpośrednie w kontekście dochodów polskich rolników, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego,

dochodów części rolników wpływa na poziom rozwoju gospodarczego poszczególnych krajów. Poprzez obniżenie popytu wewnętrznego na produkty wytwarzane przez inne gałęzie gospodarki, staje się on hamulcem rozwoju⁵. Niskie dochody rolnicze stanowią problem nie tylko z punktu widzenia gospodarki narodowej. Są one także podstawową determinantą rozwoju gospodarstw rolnych. Według Niezgody, w warunkach przewagi podaży nad popytem, występujących na ogół w odniesieniu do produktów wytwarzanych przez rolników, pożądane jest uzyskiwanie takiego poziomu dochodu, który pozwoli rolnikowi na utrzymanie pozycji konkurencyjnej⁶.

Poziom dochodu gospodarstw rolnych zależy zarówno od czynników wewnętrznych, jak i otoczenia. Podstawowymi determinantami endogenicznymi są zmiany struktury i wielkości produkcji, potencjał wytwórczy i efektywność jego wykorzystania oraz przedsiębiorczość producentów rolnych. Wśród czynników zewnętrznych coraz częściej jako najważniejszy wymieniana jest polityka rolna⁷. Niektórzy autorzy⁸ zwracają uwagę na zależność sytuacji ekonomicznej gospodarstw (w tym osiąganych dochodów) od ich wielkości ekonomicznej.

Dochody rolnicze nie tylko odbiegają od tych uzyskiwanych w innych sektorach gospodarki. Ważnym zagadnieniem jest nierównomierny podział dochodu między gospodarstwa rolne. Problemem jest nie tyle występowanie nierówności, co ich pogłębianie się⁹. Duże zróżnicowanie dochodu narusza bowiem zasadę spójności społecznej, a narastanie nierówności podziału dochodów prowadzi w dłuższym czasie do zmian struktury podmiotowej gospodarstw oraz reguł konkurowania¹⁰.

Cel i metody

Głównym celem artykułu jest określenie zróżnicowania dochodów uzyskiwanych przez rolników w gospodarstwach rolnych krajów Unii Europejskiej z różnych klas wielkości ekonomicznej. Dla realizacji powyższego celu posłużono się bazą FADN (Farm Accountancy Data Network). Wykorzystano dane dla makroregionów FADN

t. 11, z. 1, 2011, s. 8 za S. J. Zegar: Przesłanki i uwarunkowania polityki kształtowania dochodów w rolnictwie, IERiGŻ, Warszawa, 2001, s. 108.

⁵ D. Niezgoda: Zróżnicowanie dochodu w gospodarstwach rolnych oraz jego przyczyny, *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej*, nr 1 (318), 2009b, s. 24.

⁶ D. Niezgoda: Uwarunkowania rentowności gospodarstw rolnych zróżnicowanych pod względem ich wielkości ekonomicznej, *Roczniki Nauk Rolniczych, Seria G*, t. 96, z. 4, 2009a, s. 155.

⁷ H. Runowski: Kształtowanie się dochodów gospodarstw rolnych w Unii Europejskiej, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, nr 361, 2014, s. 196.

⁸ M. in. A. Marcyśiak: Wielkość ekonomiczna gospodarstw jako element oceny ich pozycji konkurencyjnej, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, t. X, z. 2, 2008, s. 169-173, T. Felczak: Czynniki kształtujące wartość uzyskiwanego dochodu z rodzinnego gospodarstwa rolnego, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, t. XVI, z. 4, 2014, s. 82, D. Niezgoda: Uwarunkowania rentowności gospodarstw rolnych zróżnicowanych pod względem ich wielkości ekonomicznej, *Roczniki Nauk Rolniczych, Seria G*, t. 96, z. 4, 2009a, s. 155-165, D. Niezgoda: Zróżnicowanie dochodu w gospodarstwach rolnych oraz jego przyczyny, *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej*, nr 1 (318), 2009b, s. 24-37.

⁹ Wskazuje na to m. in. J. Mikołajczyk: Nakłady inwestycyjne w gospodarstwach indywidualnych według wielkości ekonomicznej w świetle Polskiego FADN, *Roczniki Nauk Rolniczych, Seria G*, t. 96, z. 3, 2009, s. 189.

¹⁰ D. Niezgoda: Zróżnicowanie dochodu w gospodarstwach rolnych oraz jego przyczyny, *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej*, nr 1 (318), 2009b, s. 28-29.

przedstawione dla sześciu klas wielkości ekonomicznej. W badaniu uwzględniono 558 przypadków¹¹.

Badania przeprowadzono dla następujących klas wielkości ekonomicznej gospodarstw¹²:

- bardzo małe ($2\,000 \leq \text{euro} < 8\,000$),
- małe ($8\,000 \leq \text{euro} < 25\,000$),
- średnio-małe ($25\,000 \leq \text{euro} < 50\,000$),
- średnio-duże ($50\,000 \leq \text{euro} < 100\,000$),
- duże ($100\,000 \leq \text{euro} < 500\,000$),
- bardzo duże ($\text{euro} \geq 500\,000$)¹³.

Do analiz wykorzystano zmienną systemową FADN SE430, tj. dochód z rodzinnego gospodarstwa rolnego w przeliczeniu na pełnozatrudnionego członka rodziny. Badania prowadzono dwuetapowo: najpierw zaprezentowano różnice w poziomie dochodów uzyskiwanych w gospodarstwach z różnych klas wielkości ekonomicznej, następnie podjęto próbę oceny nierówności w podziale dochodów pomiędzy jednostki wewnątrz poszczególnych klas. Analizą objęto rok 2015¹⁴. Współczynniki nierówności rozkładu dochodów porównano z analogicznymi wielkościami obliczonymi dla 2004 roku¹⁵. W badaniu nie uwzględniono Chorwacji z uwagi na zbyt krótki okres jej członkostwa w UE.

W pierwszym etapie badań, dla oceny, czy wielkość ekonomiczna wpływa na dochodowość pracy własnej, wykorzystano jednoczynnikową analizę wariancji (ANOVA). Jednym z głównych warunków, które muszą być spełnione, aby przeprowadzić analizę wariancji jest wymóg, aby zmienna zależna miała rozkład normalny w obrębie wszystkich porównywanych grup¹⁶. Założenie to zweryfikowano na podstawie histogramów zmiennej zależnej oraz testu Shapiro-Wilka. Test ten pozwolił stwierdzić, że założenie to nie zostało spełnione. Posłużono się zatem testem rang Kruskala-Wallisa, stanowiącym nieparametryczną metodę, będącą odpowiednikiem jednoczynnikowej analizy wariancji¹⁷. Na tej podstawie stwierdzono, że co najmniej dwie średnie różnią się między sobą. Aby sprawdzić, które pary różnią się od siebie, w następnej kolejności przeprowadzono analizę post-hoc wartości p dla porównań wielokrotnych.

Dla dopełnienia badań podjęto próbę analizy nierówności w podziale dochodu między gospodarstwa wewnątrz poszczególnych klas wielkości ekonomicznej. W tym

¹¹ Średnie z makroregionów dla poszczególnych klas wielkości ekonomicznej (32 w klasie gospodarstw bardzo małych, 75 małych, 108 średnio-małych, 131 średnio-dużych, 132 dużych i 80 bardzo dużych).

¹² W nawiasach podano zakresy wartości standardowej produkcji.

¹³ Wyniki Standardowe 2015 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. Część I. Wyniki Standardowe, IERiGŻ-PIB, Warszawa, 2016, s. 17.

¹⁴ Był to ostatni rok, za który dostępne były dane w bazie FADN w momencie prowadzenia badań.

¹⁵ Rok 2004 wybrano celowo, ze względu na fakt, że miało wówczas miejsce największe rozszerzenie UE.

¹⁶ A. Stanisł: Przystępny kurs statystyki z zastosowaniem STATISTICA PL na przykładach z medycyny. Tom 2. Modele liniowe i nieliniowe, StatSoft, Kraków, 2007, s. 337.

¹⁷ A. Stanisł: Przystępny kurs statystyki z zastosowaniem STATISTICA PL na przykładach z medycyny. Tom 2. Modele liniowe i nieliniowe, StatSoft, Kraków, 2007, s. 285, A. Stanisł: Przystępny kurs statystyki z zastosowaniem STATISTICA PL na przykładach z medycyny. Tom 1. Statystyki podstawowe, StatSoft, Kraków, 2006, s. 386.

celu posłużono się metodyką wykorzystaną przez Wołoszyna¹⁸. Wykorzystano wskaźnik zróżnicowania decylowego, który liczy się jako iloraz dziewiątego do pierwszego decyla rozkładu dochodów (D9/D1). Wyraża on relację najniższych dochodów osiąganych przez 10% najzamożniejszych gospodarstw do najwyższych dochodów osiąganych przez 10% najuboższych gospodarstw. Nie uwzględnia on zatem zróżnicowania dochodów dla 80% gospodarstw. Dlatego obliczono również współczynnik Giniego, który uwzględnia całe spektrum rozkładu dochodów. Interpretuje się go jako stosunek średniej różnicy dochodów pomiędzy wszystkimi parami gospodarstw do średniego dochodu w zbiorowości badanych gospodarstw¹⁹. Dochody mogą osiągać wartości ujemne, co szczególnie często zdarza się w gospodarstwach rolnych. Takie przypadki wyłączono z badań²⁰.

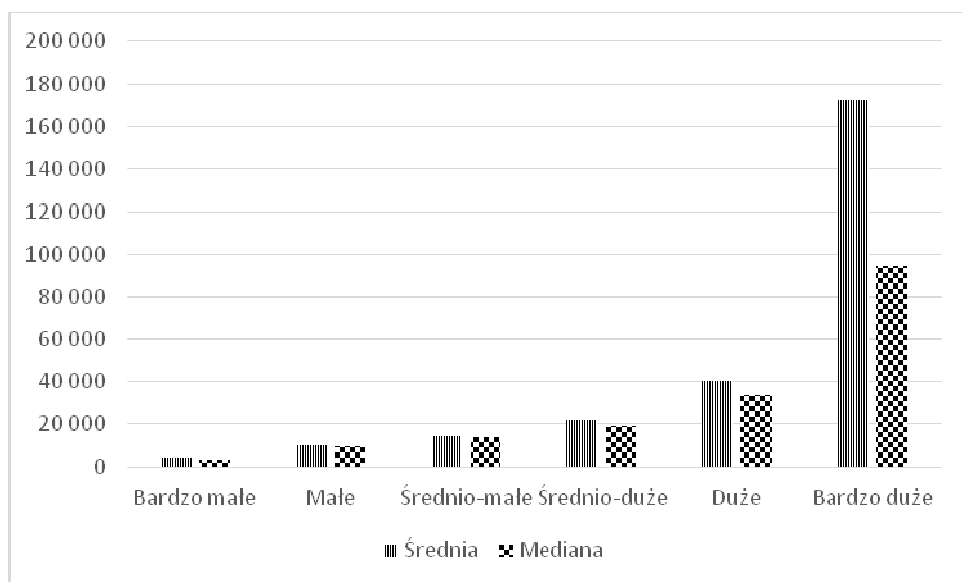
Wyniki badań i ich omówienie

Na rys. 1. oraz w tab. 3. przedstawiono poziom dochodowości pracy własnej w gospodarstwach rolnych krajów UE w 2015 roku. Średnia wartość dochodu w przeliczeniu na jednego pełnozatrudnionego członka rodziny wahała się od 4,2 tys. euro w gospodarstwach bardzo małych do prawie 172,3 tys. euro w jednostkach bardzo dużych. Im silniejsze ekonomicznie były zatem gospodarstwa, tym wyższa była ich efektywność. Wypracowywały one bowiem nie tylko wyższy średni dochód na gospodarstwo, ale i na jednostkę pracy własnej. Szczególnie wysokimi wynikami dochodowymi cechowały się podmioty największe w sensie ekonomicznym. Była to jedyna klasa, w której odnotowano występowanie wartości nie tylko odstających, ale i ekstremalnych. Należy to uzasadnić faktem, iż klasa ta stanowi przedział niedomknięty i obejmuje wszystkie gospodarstwa wytwarzające standardową produkcję o wartości równej lub przekraczającej 500 tys. euro. Znajduje to swoje odbicie także w różnicy między wartością mediany i średniej – mediana, wynosząca około 95 tys. euro, stanowiła bowiem zaledwie nieco ponad połowę wartości średniej.

¹⁸ A. Wołoszyn: Nierówności dochodowe w gospodarstwach domowych rolników na tle innych grup społeczno-ekonomicznych w Polsce w latach 2005 i 2010, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, t. XV, z. 6, 2013, 314.

¹⁹ A. Wołoszyn: Nierówności dochodowe w gospodarstwach domowych rolników na tle innych grup społeczno-ekonomicznych w Polsce w latach 2005 i 2010, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, t. XV, z. 6, 2013, 314.

²⁰ Por. np. P. Ulman: Nierówności ekonomiczne w Polsce w 2005 roku: ujęcie obiektywne i subiektywne, *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy w kontekście spójności społeczno-ekonomicznej*, z. 13, 2008, s. 169. W niniejszej analizie grupa gospodarstw o ujemnych dochodach była nieliczna – odsetek takich gospodarstw w poszczególnych klasach wielkości nie przekraczał 4%.



Rysunek 1. Średni dochód z rodzinnego gospodarstwa rolnego na osobę pełnozatrudnioną rodziny w gospodarstwach rolnych krajów UE w 2015 roku według klas wielkości ekonomicznej (w euro) (średnie dane z makroregionów FADN)

Źródło: opracowanie własne na podstawie http://ec.europa.eu/agriculture/rica/database/database_en.cfm

W celu analizy zależności między przynależnością do określonej klasy wielkości ekonomicznej a dochodowością pracy własnej posłużono się analizą wariancji. Badania rozpoczęto od sprawdzenia normalności rozkładu wartości dochodu na jednego pełnozatrudnionego członka rodziny. Wykorzystano test Shapiro-Wilka. Przy poziomie istotności $p = 0,05$, odrzucono hipotezę zerową o normalności rozkładu analizowanej zmiennej w aż pięciu z sześciu badanych klas wielkości ekonomicznej²¹. Stąd, zamiast jednoczynnikowej analizy wariancji, wykorzystano test rang Kruskala-Wallisa. Na jego podstawie, przy poziomie istotności $p = 0,05$, odrzucono hipotezę zerową o braku istotnego statystycznie wpływu wielkości ekonomicznej na dochodowość pracy własnej. Zatem średnia wartość zmiennej zależnej różniła się istotnie statystycznie dla co najmniej dwóch spośród analizowanych klas wielkości ekonomicznej. Istotność różnic dochodowości pracy własnej zbadano przy użyciu porównań wielokrotnych testu rang Kruskala-Wallisa (tab. 1.). Trzy klasy wielkości ekonomicznej (obejmujące gospodarstwa o wartości standardowej produkcji 50 tys. euro lub więcej), pod względem poziomu zmiennej zależnej, różniły się istotnie statystycznie z wszystkimi klasami wielkości ekonomicznej. Najmniej od pozostałych klas różniła się grupa gospodarstw małych, dla której odnotowano statystyczną istotność różnic średniego poziomu dochodu na pełnozatrudnionego członka rodziny tylko z trzema innymi klasami. Warto podkreślić, że zróżnicowanie średniej dochodowości pracy własnej pomiędzy klasami

²¹ Wyniki testu Shapiro-Wilka dla poszczególnych klas były następujące: bardzo małe: SW-W = 0,7991, $p = 0,00004$; małe: SW-W = 0,9449, $p = 0,0026$; średnio-małe: SW-W = 0,9819, $p = 0,1504$; średnio-duże: SW-W = 0,9338, $p = 0,00001$; duże: SW-W = 0,8776, $p = 0,00000$; bardzo duże: SW-W = 0,3166, $p = 0,0000$.

wielkości ekonomicznej wystąpiło na dużo większą skalę niż w przypadku typów rolniczych²².

Tabela 1. Wyniki analizy post-hoc wartości p dla porównań wielokrotnych (pogrubioną czcionką zaznaczono efekty istotne przy $p = 0,05$)

Wyszczególnienie	(1) R = 41,94	(2) R = 120,07	(3) R = 181,56	(4) R = 268,50	(5) R = 389,51	(6) R = 492,71
Bardzo małe (1)		0,325943	0,000253	0,000000	0,000000	0,000000
Małe (2)	0,325943		0,167358	0,000000	0,000000	0,000000
Średnio-małe (3)	0,000253	0,167358		0,000502	0,000000	0,000000
Średnio-duże (4)	0,000000	0,000000	0,000502		0,000000	0,000000
Duże (5)	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000		0,000094
Bardzo duże (6)	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000094	

Źródło: opracowanie własne na podstawie http://ec.europa.eu/agriculture/rica/database/database_en.cfm

W celu oceny nierówności dochodowych w poszczególnych klasach wielkości ekonomicznej, obliczono podstawowe statystyki opisowe oraz dwie miary nierówności rozkładu dochodowości pracy własnej, tj. wskaźnik zróżnicowania decylowego oraz współczynnik Giniego. Obliczenia wykonano nie tylko dla danych z 2015 roku, ale zestawiono je z wynikami dla roku 2004, aby ocenić zmiany w poziomie nierówności dochodowych w czasie (tab. 2. i 3.).

W obu badanych latach zauważalna była następująca prawidłowość: im silniejsze ekonomicznie były gospodarstwa, tym większe generowały dochody na jednostkę przeliczeniową pracy własnej. Dotyczyło to zarówno średniej, jak i mediany dochodu. We wszystkich klasach wielkości ekonomicznej mediana była niższa od średniej, a szczególnie duże rozbieżności między tymi miarami dotyczyły jednostek dużych i bardzo dużych. Jest to zjawisko charakterystyczne dla rozkładów dochodowych i świadczy o przewadze liczbeności gospodarstw o dochodach niższych od średniej²³.

Tabela 2. Wybrane statystyki opisowe oraz współczynniki nierówności rozkładu dochodu z rodzinnego gospodarstwa rolnego na osobę pełnozatrudnioną rodziny w gospodarstwach rolnych krajów UE w 2004 roku według klas wielkości ekonomicznej

Wyszczególnienie	Średnia (euro)	Min (euro)	Med. (euro)	Max (euro)	D1 (euro)	D9 (euro)	D9/D1	Gini
Bardzo małe	5 555	272	5 131	17 108	1 301	12 080	9,29	0,387
Małe	8 811	712	8 399	22 457	3 315	15 145	4,57	0,296
Średnio-małe	13 731	319	13 050	36 312	6 307	22 483	3,56	0,270
Średnio-duże	18 905	3 224	17 761	43 856	8 992	31 903	3,55	0,251
Duże	35 944	7 638	29 518	122 510	17 391	70 831	4,07	0,282
Bardzo duże	102 565	9 437	69 560	539 403	24 874	249 487	10,03	0,475

Źródło: opracowanie własne na podstawie http://ec.europa.eu/agriculture/rica/database/database_en.cfm

²² Por. J. Średzińska: Zróżnicowanie poziomu dochodów rolników w gospodarstwach o różnych typach rolniczych w krajach Unii Europejskiej, *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, nr 5 (89), cz. 1, 2017, s. 145-155 – w artykule przeprowadzono analogiczne badania w układzie typów rolniczych, choć należy podkreślić, że analizy wykonano dla 2013, a nie 2015 roku.

²³ A. Wołoszyn, F. Wysocki: Nierówności w rozkładzie dochodów i wydatków gospodarstw domowych rolników w Polsce, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, t. XVI, z. 6, 2014, s. 539.

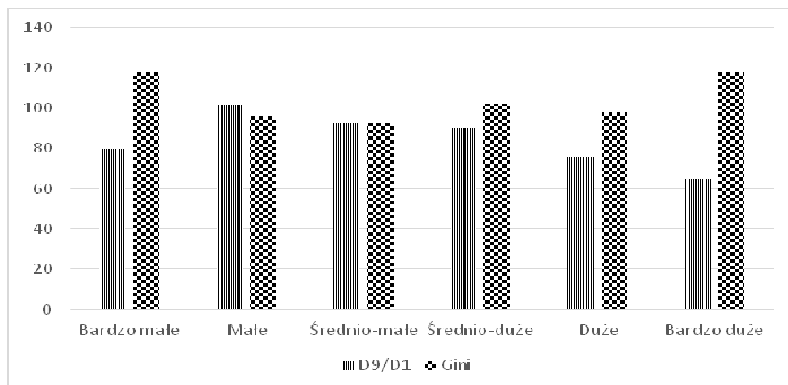
Tabela 3. Wybrane statystyki opisowe oraz współczynniki nierówności rozkładu dochodu z rodzinnego gospodarstwa rolnego na osobę pełnozatrudnioną rodziny w gospodarstwach rolnych krajów UE w 2015 roku według klas wielkości ekonomicznej

Wyszczególnienie	Średnia (euro)	Min (euro)	Med. (euro)	Max (euro)	D1 (euro)	D9 (euro)	D9/D1	Gini
Bardzo małe	4 240	431	2 812	16 325	1 220	8 996	7,38	0,458
Małe	10 318	1 095	9 859	29 132	3 901	18 073	4,63	0,284
Średnio-małe	14 545	421	14 099	30 857	7 149	23 580	3,30	0,249
Średnio-duże	22 001	1 960	19 261	58 173	11 714	37 501	3,20	0,256
Duże	40 436	1 564	33 761	122 563	21 407	66 182	3,09	0,278
Bardzo duże	172 267	4 494	95 181	3 121 781	39 614	257 937	6,51	0,561

Źródło: opracowanie własne na podstawie http://ec.europa.eu/agriculture/rica/database/database_en.cfm

Zarówno w 2004, jak i 2015 roku największe nierówności dochodowe, mierzone współczynnikiem Giniego, wystąpiły w gospodarstwach bardzo dużych (wartości współczynnika wyniosły odpowiednio 0,475 i 0,561). Fakt ten nie dziwi, jeśli wziąć pod uwagę, że jest to przedział niedomknięty. Co ciekawe, jedynie nieco niższe wartości odnotowano dla gospodarstw najmniejszych w sensie ekonomicznym. Na duże nierówności dochodowe we wspomnianych klasach wielkości ekonomicznej w obu badanych latach wskazują także wysokie wartości wskaźnika zróżnicowania decylowego. Najmniejszymi nierównościami cechowały się na ogół jednostki średnio-małe i średnio-duże (współczynnik Giniego nie przekraczał w nich 0,270, a dziewiąty decyl był około 3,5-krotnie wyższy od decyla pierwszego).

Jak wynika z rys. 2., nierówności dochodowe mierzone wskaźnikiem zróżnicowania decylowego w badanych latach w prawie wszystkich klasach wielkości ekonomicznej (poza gospodarstwami małymi) uległy zmniejszeniu. Największy spadek (o ponad 35%) odnotowano w grupie gospodarstw największych. Takiej tendencji nie zauważono w odniesieniu do współczynnika Giniego, który dla trzech klas (gospodarstwa małe, średnio-małe i duże) nieznacznie się zmniejszył (o nie więcej niż 7,5%). W pozostałych trzech klasach wartość współczynnika Giniego wzrosła, a szczególnie wyraźnie w przypadku jednostek ze skrajnych klas wielkości ekonomicznej (dla gospodarstw bardzo małych i bardzo dużych wzrost przekroczył 18%).



Rysunek 2. Zmiana współczynników nierówności rozkładu dochodu z rodzinnego gospodarstwa rolnego na osobę pełnozatrudnioną rodziny w gospodarstwach rolnych krajów UE w roku 2015 w stosunku do 2004 roku według klas wielkości ekonomicznej (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 2. i 3.

Podsumowanie i wnioski

Celem badań było określenie zróżnicowania dochodów uzyskiwanych przez rolników w gospodarstwach rolnych krajów Unii Europejskiej z różnych klas wielkości ekonomicznej. Przeprowadzone analizy pozwoliły sformułować następujące wnioski:

1. Przynależność do określonej klasy wielkości ekonomicznej wpływa na uzyskiwane przez rolników dochody. W największym stopniu od pozostałych klas różnią się gospodarstwa silniejsze ekonomicznie, wytwarzające standardową produkcję o wartości równej lub przekraczającej 50 tys. euro.
2. Skala nierówności rozkładu dochodu w przeliczeniu na jednostkę pracy własnej różni się w zależności od wielkości ekonomicznej gospodarstwa. Największe nierówności dochodowe pomiędzy gospodarstwami należącymi do określonej klasy wielkości zaobserwowano w przypadku jednostek najsilniejszych i najsłabszych ekonomicznie.
3. Zauważono, że stopień nierówności rozkładu dochodu mierzony wskaźnikiem zróżnicowania decylowego w badanym okresie na ogół zmniejszył się. Świadczy to o zmniejszających się różnicach pomiędzy najuboższymi i najzamożniejszymi gospodarstwami wewnątrz klas wielkości ekonomicznej. Jednocześnie pomiędzy rokiem 2004 a 2015 w gospodarstwach największych i najmniejszych w sensie ekonomicznym odnotowano wzrost nierówności dochodowych mierzonych współczynnikiem Giniego. Tak więc można powiedzieć, że pogłębiły się nierówności dochodowe pomiędzy wszystkimi gospodarstwami w klasach, w których zjawisko to występuje na największą skalę. Interpretacja uzyskanych wyników powinna być ostrożna, ale może stanowić asumpt do dalszych badań.

Bibliografia

- Babuchowska K., Marks-Bielska R.: Płatności bezpośrednie w kontekście dochodów polskich rolników, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego, t. 11, z. 1, 2011, s. 7-15.
- Felczak T.: Czynniki kształtujące wartość uzyskiwanego dochodu z rodzinnego gospodarstwa rolnego, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, t. XVI, z. 4, 2014, s. 80-84.
- Golaś Z., Kozera M.: Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania zmian struktury dochodowej indywidualnych gospodarstw rolnych, Roczniki Akademii Rolniczej w Poznaniu, z. CCCLVIII, 2003, s. 37-50.
- http://ec.europa.eu/agriculture/rca/database/database_en.cfm
- Marcysiak A.: Wielkość ekonomiczna gospodarstw jako element oceny ich pozycji konkurencyjnej, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, t. X, z. 2, 2008, s. 169-173.
- Mikołajczyk J.: Nakłady inwestycyjne w gospodarstwach indywidualnych według wielkości ekonomicznej w świetle Polskiego FADN, Roczniki Nauk Rolniczych, Seria G, t. 96, z. 3, 2009, s. 182-190.
- Nieżgoda D.: Uwarunkowania rentowności gospodarstw rolnych zróżnicowanych pod względem ich wielkości ekonomicznej, Roczniki Nauk Rolniczych, Seria G, t. 96, z. 4, 2009a, s. 155-165.
- Nieżgoda D.: Zróżnicowanie dochodu w gospodarstwach rolnych oraz jego przyczyny, Zagadnienia Ekonomiki Rolnej, nr 1 (318), 2009b, s. 24-37.

Pocza W., Czubak W., Pawlak K.: Zmiany w wolumenie produkcji i dochodach rolniczych w warunkach akcesji Polski do UE, *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej*, nr 4 (321), 2009, s. 40-52.

Runowski H.: Kształtowanie się dochodów gospodarstw rolnych w Unii Europejskiej, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, nr 361, 2014, s. 196-205.

Stanisz A.: Przystępny kurs statystyki z zastosowaniem STATISTICA PL na przykładach z medycyny. Tom 1. Statystyki podstawowe, StatSoft, Kraków, 2006.

Stanisz A.: Przystępny kurs statystyki z zastosowaniem STATISTICA PL na przykładach z medycyny. Tom 2. Modele liniowe i nieliniowe, StatSoft, Kraków, 2007.

Średzińska J.: Zróżnicowanie poziomu dochodów rolników w gospodarstwach o różnych typach rolniczych w krajach Unii Europejskiej, *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, nr 5 (89), cz. 1, 2017, s. 145-155.

Ulman P.: Nierówności ekonomiczne w Polsce w 2005 roku: ujęcie obiektywne i subiektywne, *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy w kontekście spójności społeczno-ekonomicznej*, z. 13, 2008, s. 167-178.

Wołoszyn A.: Nierówności dochodowe w gospodarstwach domowych rolników na tle innych grup społeczno-ekonomicznych w Polsce w latach 2005 i 2010, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, t. XV, z. 6, 2013, 313-319.

Wołoszyn A., Wysocki F.: Nierówności w rozkładzie dochodów i wydatków gospodarstw domowych rolników w Polsce, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, t. XVI, z. 6, 2014, s. 535-540.

Wyniki Standardowe 2015 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. Część I. Wyniki Standardowe, IERiGŻ-PIB, Warszawa, 2016.

Zegar, S. J.: Przesłanki i uwarunkowania polityki kształtowania dochodów w rolnictwie, IERiGŻ, Warszawa, 2001.

Summary

The aim of the study was to determine the diversification of income obtained by farmers in the EU countries' farms from different economic size classes. The FADN database was used. Most of the analyses were performed for 2015. Some of the results were compared with the data from 2004. The variable under analysis was income from a family farm per family work unit. A variance analysis (Kruskal-Wallis rank test) and post-hoc analysis of p values for multiple comparisons were performed. The income decile ratio and the Gini coefficient were calculated. It was noted that the economic size affects the profitability of own work, especially in economically larger farms. It was also observed that the degree of income inequalities in respective size classes is different. In some economic size classes a deepening of income inequalities was noticed.

Keywords: farm net income, income inequality, economic size class, FADN

Informacje o autorze:

Dr Joanna Średzińska

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu
Wydział Ekonomiczno-Społeczny
Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej w Agrobiznesie
Ul. Wojska Polskiego 28
60-637 Poznań
e-mail: sredzinska@up.poznan.pl
ORCID: 0000-0002-1189-8456

Monika Wakula

*Siedlce University of Natural Sciences and Humanities in Siedlce
Faculty of Economic and Legal Sciences*

SIZE DIVERSITY SHAPING FINANCIAL CONDITION OF RURAL COMMUNES OF SIEDLCE SUBREGION

Zróżnicowanie zmiennych kształtujących kondycję finansową gmin wiejskich podregionu siedleckiego.

Kondycja finansowa podstawowych jednostek samorządu terytorialnego jest zjawiskiem złożonym. Przez wielu autorów utożsamiana jest ona z sytuacją finansową danej gminy. Znajomość czynników wpływających na nią ułatwia organom zarządzającym jednostkami samorządu terytorialnego podejmowanie właściwych decyzji finansowych. Celem artykułu jest próba oceny zróżnicowania czynników kształtujących stan finansów gmin podregionu siedleckiego w latach 2014-2016. Niezbędne dane zostały zaczerpnięte z Banku Danych Lokalnych. Do opisu kształtowania się poziomu poszczególnych zmiennych w podregionie siedleckim wykorzystano miary tendencji centralnej, miary rozproszenia i koncentracji. W wyniku przeprowadzonych badań stwierdzono, że gminy z badanego terenu są najbardziej zróżnicowane pod względem dochodów własnych. Natomiast najbardziej jednorodną grupę stanowią pod względem cyklu rotacji środków budżetowych.

Słowa kluczowe: kondycja finansowa, gmina, podregion siedlecki, zróżnicowanie

Introduction

Units of local government play a significant role in fulfilling the needs of local and regional communities. Decision-making processes taking place within financial economy of basic units of territorial self-government have significant consequences concerning social and economic development, and finally they influence the quality of life of local communities. While making financial decisions, particular analytic tools as well as numerous financial instruments should be applied.

Being aware of the present and future financial situation is essential while making decisions concerning finance. Financial condition is a phenomenon influenced by many variables. Despite multifaceted character of the phenomenon, knowledge on the real financial condition of particular units of territorial government is undoubtedly essential. It allows local authorities to compare the situation in the unit with the one of neighboring units of the local government. The knowledge also provides those in power with important information while making financial decisions.

Financial condition of communes

As a result of political changes which took place in Poland after 1989, communes were transformed from a subject following top-down directives into an economic subject allowing for market demand and looking for an answer to the question: how to act to provide satisfaction to local communities while fulfilling their needs and how to be competitive and ensure commune development at the same time? To choose the appropriate way of conduct, units of territorial government have to make a number of

decisions. Some of the decisions concern only the process of accumulation, allocation and management of public funds. They are called financial decisions and are made by the authorities of units of the local government and by employees entitled to it within short and long-term periods (Filipiak, 2009). The decisions are a part of the management process. It results from the fact that they execute the manager's right to decide and co-decide about strategic directions and key objectives of a given unit of a local government. It allows us to state that financial decisions are a part of a financial management, understood as a part of the process of total management which deals with regulating and looking for sources of financing both current and investment activities. The effect of the decisions may influence the financial condition of a particular unit. In total, financial situation can be understood as a condition, form, location and efficiency of a given unit.

L. Bednarski and T. Waśniewski (1996) identify financial condition with the concept of financial situation. Its evaluation aims at identification mainly those areas which are managed in an improper way and may endanger the activity of the unit. The basic source of information necessary for the evaluation are financial reports and significant external information. An important instrument aiming at evaluating financial situation is ratio analysis, which is a part of a financial analysis.

A similar opinion is expressed by M. Sierpińska (1997). She claims that financial condition and financial situation are identical notions and lie within the area of interest of financial analysis. The analysis comprises an initial and developed analysis of financial reporting, sources of revenue and directions of expenditure, the analysis of the financial result. Evaluation of financial situation is mainly based on the analysis of financial liquidity, indebtedness and efficiency of the activity. It is the main tool for making all decisions.

Financial condition is a kind of a barometer of developmental possibilities of units expected by the authorities of the units.

J.Hozer, W. Tarczyński (1997) also claim that the notions of financial condition and financial situation are equivalent. They state that ratios used in financial analysis serve to describe the financial condition of an organization and the scope of the analysis will enable us to identify strengths and weaknesses of an economic entity as well as its opportunities and risks. It includes the evaluation of financial liquidity, management of assets and assessment of indebtedness.

The definitions of financial conditions presented above lead to the conclusion that it is most common to identify it with the financial situation of a particular unit. The assessment of the financial situation is carried out in key areas of its activity (liquidity, acting efficiency and indebtedness) with the use of a set of financial ratios. Account taken of the above, a financial condition of a unit of a local government can be defined as a condition of its finance which is the result of the authorities' activities aiming at generating enough financial means to settle its accounts in a particular period of time. The obtained financial position should enable local authorities to provide such a level of services to satisfy the inhabitants (Groves, 1984). In a wider scope, financial condition of a unit of local government may refer to a longer period of time and concern the possibility to cover all the expenditure arising in every budget year and the one that occurs only in a particular budget year or a few years (f.e. connected with some investments).

The definition of a financial condition applied in the article allows us to formulate a conclusion that it can be treated as a result of a broadly defined finance management (making financial decisions connected with looking for capital and investment decisions) as well as a determinant of managerial processes (Czekaj, Dresler, 2008). Therefore, it can be stated that there is a feedback loop between a financial situation and financial management. Finance is, thus, the reflection of all economic events taking place in the units (Bednarski, 2007).

As it was mentioned above, finance management in units of local government is a decision-making process which requires comprehensive information. Its relevance decides on its efficiency and economy of activities as well as on the level of execution of tasks set to local units. Preparation and making decisions in the conditions of huge changes occurring in the environment with a dynamic development of technology, globalization of economic processes and requirements for initiating cross-border and international cooperation require constant access to full, current and reliable information. It is necessary for making both strategic decisions concerning future functioning and development of units of local government and current decisions which focus on preparing on-going tasks of the units (Dylewski, 2009).

Analytical information, especially the one of financial and accounting character, is particularly crucial. It enables people responsible for making decisions at various levels of management of the sector of the public finance to analyse changes occurring in the market, their reasons and the objectives pursued, measures taken and factors confounding the process and task execution.

Essential information on financial situation of a unit of local government is provided by financial analysis. To achieve high quality reliable information as far as finance management is concerned, it is necessary to choose the appropriate research method. In case of financial analysis, the method consists of typical and repetitive ways of collecting, preparation, analysis and interpretation of empirical data used to achieve justified answers to factual questions (Dylewski, Filipiak, Gorzałczyńska-Koczkodaj, 2006).

A particular type of the methods applied in the financial analysis is the one based on financial indicators, which reflect the relation of two measures.

Ratio analysis is one of the most popular methods of measurement and evaluation of financial condition (Siemińska, 2003). It supplements analyses of basic financial documents and is based on the study of mutual relations between particular elements of financial reports.

Applying the method is advisable due to the following reasons (Pomykalska, Pomykalski, 2007):

- it enables standardization of analysis, which is significant mainly for banks because while applying for a loan, a local unit should present the same picture of the situation in various branches of a bank and obtain the same reply concerning credit credibility
- it gives an opportunity of comparison with average ratios for a given group of self-governing units
- it makes it possible to observe trends and progress within a few years

Ratio analysis of units of local government is used to evaluate its financial liquidity and credit credibility, allows us to identify possibilities of rationalization of the budget economy and indicate consequences of financial execution of various scenarios development.

Ratio analysis aims at determining strengths and weaknesses of finance of units of territorial government. The ability to generate revenue, directions in expenditure, financial result and possibility of taking a load are subject to it.

Ratio analysis deals with the following area covering distinct tasks:

- the analysis of financial balance
- the analysis of the turnover of budgetary funds
- the analysis of financial liquidity
- the analysis of indebtedness.

The goal of the analysis of financial balance is to identify the level of financial independence of the budget and the ability to pay long-term debt. The level of financial independence of a commune can be evaluated on the basis of budget expenditure coverage by non-refundable own income outside the scope of subsidising and subventions originating elsewhere than in a loan, as well as repayable revenue in the long term (Wakula, 2005).

A ratio of financial independence indicates to what extent own income of the budget covers its expenditure. The rest of the expenses must be covered by subsidies, subventions, loans and other external sources. The increase of the value of the ratio demonstrates a higher level of financing budgetary expenditure by own income. The longer own income covers budgetary spendings, the higher financial autonomy is.

The task of the ratios of the turnover of budget resources is to inform about the past of the turnover of resources, which is available in the budget as well as about the pace of turnover of particular elements of the resources of the significant meaning to maintain budgetary balance.

Budgetary balance is understood as an equality between budget income and expenditure. It is such a condition of the commune finance which enables timely fulfillment of current liabilities without using external means, not covered in the accepted budget.

The evaluation of the level of financial liquidity of the budget is also significant while analyzing financial situation of units of local government. The notion of financial liquidity in the subject literature is widely discussed. Due to that fact, definitions differ and depend on the point of view concerning the issue. Most frequently, financial liquidity is understood as:

- the ability to cover timely payment of current liabilities which are due to be covered within a year
- the ability to provide an adequate amount of means to finance current expenses
- availability of liquid assets in such amount that they can be easily cashed in when needed, and the means can be used to regulate due or predictable payments.

Thus, it can be stated that financial liquidity is the ability of a given entity to attain financial flow enabling the regulation of required liabilities and covering unexpected spendings (Wędzki, 2002).

Data and methods

The aim of the article is to evaluate diversity of basic categories shaping financial condition in rural communes of Siedlce subregion. The study was conducted on 31 basic units of local government. Data used to evaluate financial situation was taken from the Local Data Bank and concerned the period between 2014 and 2016. Taking into account substantial, formal and statistical criteria, a group of variables was selected which were used to describe financial condition of the studied communes. The research was carried out taking into consideration the following measures: total income, income per capita, own income, own income per capita, subventions, subsidies, total expenditure, expenditure per capita, assets-related spending and current spending. Among indicators of financial analysis, taking into account data availability, the following indicators were used: indicators of financial autonomy, subvention rate, subsidy rate, indicator of the turnover of budget resources, budget surplus ratio and debt ratio.

To evaluate the level of shaping the variables listed and their diversity the following criteria:

- measure of central tendency (arithmetic mean and median)
- measure of dispersion (standard deviation and variation)
- measure of concentration (Kurtosis)

Results

On the basis of data from Table 1, it can be stated that financial economy of the analysed communes was conducted in the conditions of a constant increase of income, which in 2016 amounted to 28,39%. It was mainly caused by the growth in subsidy (107%). Such a high increase of the subsidy was influenced by the introduction of child-support benefit resulting from the Act Of 11 February 2016 on State Aid In Child Rearing (the Family 500+ programme) and the increased number of applications concerning family benefits, higher number of events containing natural disaster elements resulting in the necessity to pay designated benefits for people who were victims of the events.

Table 1. Level, dynamics and structure of budgetary income of rural communes of Siedlce subregion between 2014 and 2016

Description	Level [in mln]			Dynamics 2014=100 [%]		Structure [%]		
	2014	2015	2016	2015	2016	2014	2015	2016
own income	183,49	196,55	201,57	107,12	109,85	36,19	36,11	30,96
subventions	214,17	216,75	222,04	101,21	103,67	42,24	39,83	34,11
subsidies	109,39	130,94	227,39	119,70	207,87	21,57	24,06	34,93
total income	507,04	544,24	650,99	107,34	128,39	100	100	100,00

Source: Own elaboration

In the structure of budgetary income, the most dominant group throughout the whole research period are subventions. Their share decreased in 2016 by 8,13%. In all

analysed communes, educational subsidy constituted the biggest part. What is worrying is the fact that the share of own income decreased in total income by 5,23 %. It is a very unfavourable phenomenon due to the fact that income from own economic basis allows basic units of local government to develop the process of forecasting the budget in an easier and more predictable way. It is also the income which is left to the disposal of the commune giving the feeling of financial security of the conducted activity.

Siedlce subregion is diverse with respect to size and structure of budgetary income. It is confirmed by the value of the coefficient of income inequality above 55%. Average income in communes of the analysed subregion in 2014 amounted to 15,8 mln, and in 2016 - 20,34 million PLN. 50% of the studied communes had revenue of 18,3 million PLN at most, whereas the income of the other half was at the level of at least 18,3 million PLN. The lowest value of income in total in 2016 was observed in Korczew commune (10,25 mln PLN), whereas the highest level of total sources of supply was noted in the commune of Siedlce (67,54 mln PLN). The coefficient of kurtosis amounted to 8,88 in 2016 and was higher than 3, which means higher concentration around mean income achieved by communes of Siedlce subregion than in a normal distribution.

Financial potential of communes may be achieved by the comparison of budgetary revenue per capita. In 2016, a mean income per capita in the studied communes amounted to 3879 PLN and was higher than the income in 2014 by 861,35 PLN. 50% of the analysed communes generated income per capita at the level of 3832,96 PLN at most. In this respect, the community of Siedlce subregion is homogeneous. The coefficient of variation for the variable was 9%. The lowest income per capita was observed in Sterdyń commune (3233,10 PLN), whereas the higher income was noted in the commune of Ceranów.

As it was mentioned above, own income is significant for proper functioning of basic units of local government. In the studied period of time, income from own economic base amounted to 6,30 mln PLN. Siedlce subregion is characterized by high diversity in this respect. The coefficient of variation was 82%. The commune with the lowest own income was Domanice. The highest level of own income was observed in Siedlce commune.

While analysing the diversity of income per capita (Table 2), it can be stated that the studied community is homogeneous with regard to own income per capita (coefficient of variation was 35% throughout all the analysed years). Basic units of local government in the analysed subregion in 2016 generated mean income per capita at the level of 1129,38 PLN. The lowest income was observed in Domanice commune, whereas the highest in the commune of Siedlce. Half of the basic units of local government achieved income per capita from own economic base at the level of at least 1096,14 PLN.

Table 2. Basic statistical characteristics of own income per capita

Description	Years		
	2014	2015	2016
Arithmetic mean	1050,33 zł	1131,84 zł	1129,38 zł
Median	1014,43 zł	1065,41 zł	1096,14 zł
Maximal value	1464,84 zł	1731,18 zł	1798,52 zł
Minimal value	686,83 zł	752,73 zł	760,65 zł
Standard deviation	223,48 zł	256,10 zł	243,26 zł
Coefficient of variation	19,56%	22,63%	21,54%
Coefficient of kurtosis	-0,83	-0,53	1,80

Source: Own elaboration on the basis of data from the Local Data Bank between 2014 and 2016.

In 2016, 11 communes generated own income above the mean. Most of them was from the poviát of Sokółów.

The direction and level of budgetary expenditure influence the financial situation of local governments. Analysed communes in 2016 met expenditure of 622,86 mln PLN and it was higher than in 2014 by 107,99 mln PLN. The level of the budget category increased more slowly than the level of income. The comparison of income and budgetary expenditure showed that the level of spending was higher than revenue in 2014. In 2015 and 2016 the situation was reverse. The income exceeded budgetary expenditure by 15,76 mln PLN and 28,13 mln PLN, respectively. It is a very positive situation. The communes have enough means to cover their spendings. With respect to budgetary expenditure, the studied community is diverse (the coefficient of variation was 52%). The lowest level of expenditure was observed in the commune of Korczew, whereas the highest - in Siedlce commune.

Among basic groups of expenditure (current and assets-related spending), current spending was characterized by the highest dynamics. Its level in 2016 increased by 28,96%. In the analysed year, assets-related spending decreased by 20,10%, which is a negative phenomenon. It may be seen as an inhibition of investment processes in basic units of local government of the analysed subregion. It is confirmed by the decrease of the share of this type of spending in total expenditure by 6,51%. The structure of expenditure of communes is dominated by current spending whose share increased by 5,52%. In all the studied years, more than a half of current expenditure of communes was intended for the payment of salaries.

Financial situation of the studied units indicates the level of expenditure per capita, as well. The value of the coefficient of variation at 10,50% confirms a low dispersion and the mean value characterises the level of expenditure of the analysed units in an accurate way. Average spending per capita in communes of Siedlce subregion was 3721,81 PLN in 2016 and was higher than in 2014 by 669,30 PLN. 50% of the studied communes had expenditure per capita at 3693,15 PLN at least. On the basis of the data included in Table 3, it can be noticed that there is a decreasing tendency of the indicators

of financial autonomy. In 2014, the studied communes could finance 128 budgetary day relying on their own income, whereas in 2016, it was possible to finance only 116 days. It can be considered to be a negative phenomenon. On the basis of the coefficient of variation (16%), it can be concluded that the studied community is homogeneous in this respect. Half of the communes of Siedlce subregion achieved the indicator of financial autonomy at the level of 29,53% at most, which translates into 106 days.

Table 3. The level of indicators of ratio analysis in communes of Siedlce subregion between 2014 and 2016.

Description	Level					
	2014		2015		2016	
	%	dni	%	dni	%	dni
Indicator of financial autonomy	35,63	128	37,41	133	32,36	116
Subvention rate	40,90	147	40,59	146	32,67	117
Subsidy rate	21,25	76	24,78	89	36,50	131
Cycle of the turnover of budget resources	-	354	-	370	-	376
Budget surplus ratio	-	-5	-	10	-	16

Source: Own elaboration on the basis of the Local Data Bank from 2014 to 2016.

Empirical values of the subvention rate indicate that in 2016 communes of Siedlce subregion used subvention to cover 32,67% of their spendings. It was less than in 2013 by 8,23%. The commune of Domanice financed its expenditure from the general transfer through the longest period of time. It was 173 budgetary days. The shortest period, only 82 days, concerned the commune of Siedlce.

The analysis of the subsidy rate allows us to state that the studied basic units of local government covered 131 days with subsidies in 2016. It was 55 days more than in 2014. It was the result of the Family 500+ programme mentioned above. On the basis of the analysis of the cycle of the turnover of budget resources, a positive phenomenon of the lengthening of the cycle can be noticed. In 2016, communes managed to finance their expenditure from their available funds throughout the whole year and attain a budget surplus at 28,13 mln PLN. Rzepki commune financed its expenditure the longest.

While analysing the budget surplus ratio, a significant improvement can be observed. In 2016, it was possible to use budgetary surplus to finance 16 days of the next budgetary year. In the studied community in the last analysed year, there were 6 communes with budget deficit. Their number decreased in comparison to 2014 by 12.

While analyzing the level of the total debt ratio, it can be stated that its average level in 2016 amounted to 18,2% and was lower than in 2014 by 8,7%. Half of the analysed local governments had no more than 47,6% of debt. The studied group is diverse in this respect. The highest level of the total debt ratio was observed in the commune of Stock (47,6%). Indebtedness of the commune is the result of undertaking a number of investments and the necessity to take loans for this purpose. It is confirmed

by the increase of investment expenditure in 2016 by 23%. The studied community contains two units which throughout the whole analysed period of time did not show any liabilities. These are the communes of Suchożebry and Stara Kornica.

The consequence of using repayable sources is the increase of the costs of the service. In the last of the analysed years, the communes exceeded 3,7% of their income to cover debt service.

Summary

The conducted analysis of spatial differentiation of communes of Siedlce subregion with regard to variables shaping financial situation makes it possible to present observations and draw conclusions:

Among all the factors influencing financial condition of rural communes of Siedlce subregion, the biggest differences were observed with regard to own income.

The division of communes into groups of units of similar level of own income per capita indicated that the communes with the highest level of income included the biggest number of communes of the poviát of Sokółów. The group with the lowest own income per capita was dominated by communes of the poviát of Siedlce. The lowest diversity was observed in communes with regard to the turnover of budget resources.

The decrease in the share of own income in the total revenue is a worrying phenomenon. It leads to the decrease of the feeling of security concerning conducted activities.

Literatura

- B. Filipiak (red.).(2008), Ekonomiczne i organizacyjne instrumenty wspierania rozwoju lokalnego i regionalnego, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 530, Szczecin.
- Bednarski L. (2007), Analiza finansowa w przedsiębiorstwie, PWN, Warszawa.
- Bednarski L., Waśniewski T. (1996), Analiza finansowa w zarządzaniu przedsiębiorstwem, Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce, Warszawa 1996.
- Czekaj J., Dresler Z. (2008), Zarządzanie finansami przedsiębiorstw. Podstawy teorii, PWN, Warszawa.
- Dylewski M. (2009), Kierunki i kryteria wykorzystania metod oceny sytuacji finansowej jednostek samorządu terytorialnego w warunkach kryzysu.
- Dylewski M., Filipiak B., Gorzałczyńska – Koczkodaj M. (2006), Finanse samorządowe, Narzędzia, decyzje, procesy. PWE, Warszawa.
- Filipiak B. (2009), Metodyka kompleksowej oceny gospodarki finansowej jednostki samorządu terytorialnego, Difin, Warszawa.
- Groves S.M. (1984), An introduction to Evaluating Financial Condition, [w:] J. Matzer Practical Financial Management. New Techniques for local Government, ICMA, Practical Management Series, Washington.
- Hozer J., Tarczyński W., Gazińska M., Wawrzyniak K., Batóg J. (1997), Metody ilościowe w analizie finansowej przedsiębiorstwa, Seria statystyka w praktyce, Zeszyt 2, GUS, Warszawa 1997.
- Nowak S. (1985), Metodologia badań społecznych, PWN, Warszawa.
- Pomykańska B., Pomykański P. (2007), Analiza finansowa przedsiębiorstw, PWE, Warszawa 2007,
- Siemińska E. (2003), Finansowa kondycja firmy, metody pomiaru i oceny, Poltext, Warszawa 2003.
- Sierpińska M., Wędzki D. (1997), Zarządzanie płynnością finansową w przedsiębiorstwie, PWN, Warszawa.

Wakula (2005), *Samodzielność finansowa gminy*, Samorząd Terytorialny 2005 nr 5, KiK, Warszawa.

Wędzki D. (2002), *Strategie płynności finansowej przedsiębiorstwa*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków.

Financial condition of basic units of territorial government is a complex phenomenon. Some authors associate it with the financial situation of the particular commune. Knowledge of the conditions influencing the situation enables governing bodies of the territorial government to make proper financial decisions. The aim of the article is an attempt to evaluate the diversity of factors shaping financial condition of communes of Siedlce subregion between 2014 and 2016. Essential data was taken from the Local Data Bank. The following features were taken into account while shaping the level of particular variables in Siedlce subregion: the measure of central tendency as well as the measures of dispersion and concentration. The conducted research indicated that communes in the studied region were the most diverse as far as their own revenue was concerned. However, they were the most homogenous when it came to the cycle of rotation of budgetary appropriations.

Key words: financial condition, commune, Siedlce subregion, diversity.

Informacja o autorze:

dr Monika Wakula

Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych

Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach, Katedra Ekonomii

e-mail: monika.wakula@uph.edu.pl

ORCID: 0000-0001-9896-7997

Natalia Wasilewska
Jan Kochanowski University in Kielce

Tetiana Kaminska
Kyiv Cooperative Institute of Business and Law

PRECONDITIONS OF LAND RELATIONS DEVELOPMENT: ECONOMIC, LEGAL AND INSTITUTIONAL

This paper discusses the issues related to the implementation of the land reform in Ukraine. The purpose of the research is to work out a system of measures aimed at developing land relations, in particular, the introduction of the land market in Ukraine, as well as determining the economic impact of the effective turnover of land plots. The analysis of the economic situation in Ukraine over the past 10 years has been carried out. Issues related to land legislation, in particular land valuation, are briefly identified. The institutions without functioning of which the introduction of the land market is impossible, are established. The conducted analysis gave basis to the proposal of preconditions of economic, legal and institutional character, necessary for the successful development of land relations. The article also proposes mortgage refinancing mechanism through the issue of mortgage land securities.

Key words: economic, legal and institutional preconditions, land market, land evaluation, mortgage institution, moratorium on sale of agricultural land.

Introduction

Since 2008 the Ukrainian economy has felt the first and painful consequences of the global financial crisis. Ukraine was and is an import-oriented country. In 2007 Ukrainian commercial banks gave about 70% of credits in foreign currency. During short period the Ukrainian hryvnia had significantly lost its value. Thus, in the beginning of 2008 exchange rate of Hryvnia to US dollar was about 5:1, in 2009 – 8:1! It became a real challenge for Ukraine. Borrowers weren't be able to fulfill their financial obligations. Banks began to lose their liquidity, business began to decline, real estate markets were in a state of stagnation. All sectors of the Ukrainian economy were covered by the crisis. But in 2010 the difficult situation was changed. A lot of enterprises, banks and other institutions were adapted to the new environment.

Table 1. Dynamics of GDP of Ukraine during 2008-2017

Year	Gross Domestic Product of Ukraine			
	mln UAH	Year over year, %	mln USA	Year over year, %
2008	948 056	32,30	180 239	26,10
2009	913 345	-3,66	117 397	-34,87
2010	1 082 569	18,53	136 516	16,29
2011	1 316 600	21,62	165 402	21,16
2012	1 408 889	7,01	176 332	6,61
2013	1 454 931	3,27	182 094	3,27

2014	1 566 728	7,68	131 769	-27,64
2015	1 979 458	26,34	90 635	-31,22
2016	2 383 182	20,40	93 275	2,91
2017	2 982 920	25,17	112 478	20,59

Source: author's calculations based on statistical data of NBU and Minfin of Ukraine.

However, the political situation, war conflict that began in late 2013 led to the continuation of the "era of losses" – thus in 2014 the financial results of most enterprises were negative.

At the same time, agriculture is the only branch in Ukraine, which shows growth over the last 17 years, and the agro-industrial complex provides more than 14% of Ukraine's GDP. The information displayed in Figure 1 clearly shows that Ukraine is an agrarian country. The agrarian sector brings every third dollar that Ukraine receives. Without these foreign "exchange earnings", it would be difficult to hope for the hryvnia exchange rate stabilization and the NBU's gold and currency reserves increase. Therefore, for Ukraine the agrarian sector is one of the strategic directions of economic development.

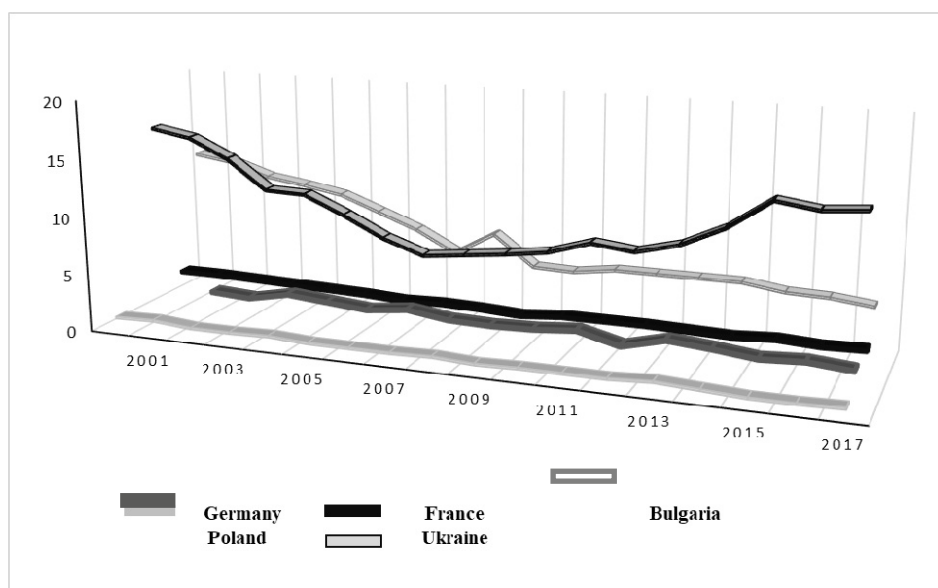


Figure 1. Share of agrarian products in GDP (%) during 2008-2017

Source: author's calculations based on World Bank Database

On the other hand, the analysis of the current situation in Ukraine is characterized by low efficiency of agrarian production, parceling of agricultural lands as one of the land reform consequences; almost 90% of the created land plots are leased, a moratorium

on the sale of agricultural land plots and some other circumstances make it impossible for the land market to develop legally¹.

Having analyzed the current state of the agrarian sector of Ukraine's economy and having compared some indicators characterizing agriculture to those in the EU countries, one can note the following: the value added in agriculture per one worker in Ukraine is about 3,5 thousand USD, while this indicator in the EU countries is from 5 to 60 thousand USD; the labor productivity in agriculture per one worker in Ukraine compared to the EU is very low too (Fig. 2).

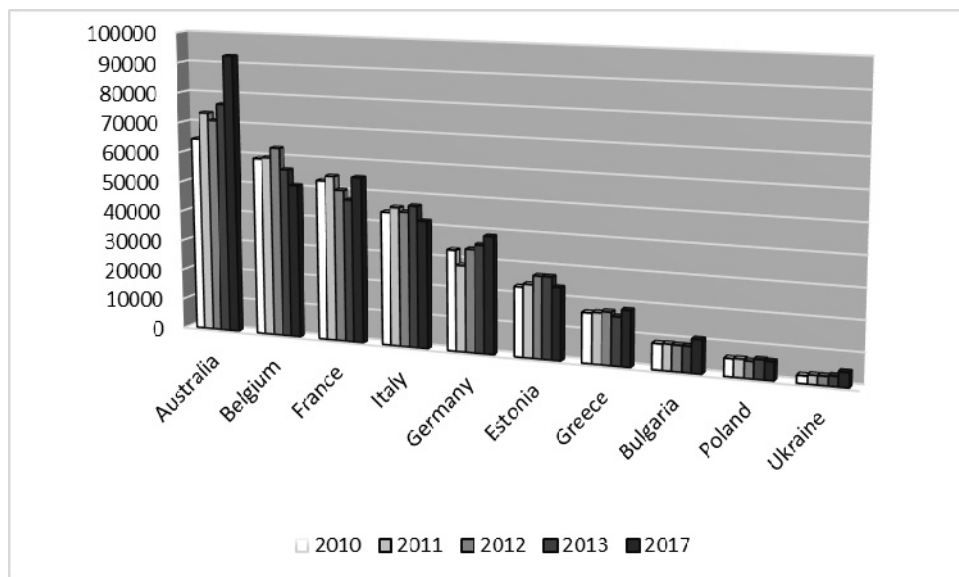


Figure 2. Agriculture value added per worker, US\$ (2010-2013 years - constant 2005 US\$, 2017 year - constant 2010 US\$)

Source: based on FAO's FAOSTAT Database and World Bank.

The main objective of the research is to develop a system of measures aimed at developing land relations, in particular the land market introduction in Ukraine.

Nowadays, the efficient functioning of the land market for Ukraine is not only an important prerequisite for the development of the agrarian sector, but also a necessary one. Economic turnover of agricultural land will contribute to attracting significant financial resources to agricultural production, in addition thereto it will contribute to additional revenue to the state budget.

Economic development is multi-faceted, and it can be argued that in rural areas relatively small-scale agricultural, forestry and fish farming developments are essential to economic development, providing jobs and stimulating the local economy².

¹ Kruchok N. Improving of land legislation in Ukraine. Scientific Papers of the NULES, No. 169, 2012.

² Macmillan, D.: An economic case for land reform. Land Use Policy, № 17, 2000.

The second objective of the research is to determine the economic impact of the effective turnover of land plots.

Literature review

Engaging land in economic turnover by buying, selling or exchanging land plots, etc. requires effective state regulation of processes connected to this turnover. A. Martyn in his study of the land market formation in Ukraine determined that „The issue of regulation of the land market is one of the most important spheres of the state economic policy. It influences almost all spheres of social and economic life starting from producing of agricultural products to preserving of landscape diversity. At the same time the modern land use in Ukraine has the features of former Soviet extensive methods of management so the agrarian sphere remains a “reservation” for non-market methods of management, legislative restrictions on private property, etc”³.

The land market is a specific market because land resources should be viewed as assets which have unique features. The peculiarity of the land market was pointed in the studies of M. Szymanska i W. Wielicki. The land market has a specific feature because land is not a good whose quantity could be increased by producing proportionally to demand⁴. Furthermore, an important question which was studied by a number of foreign scientists was an influence of a state policy on functioning of the land market. The results of studying of this questions show that the market of an agricultural land reflects a general macroeconomic situation and structural changes in agriculture. Accessing of Poland to the EU and appearing of different forms of financial support, including direct payments, whose amount depends on a size of a farm, led to an increase of the demand on an agricultural land. The prices of the agricultural land depend on a lot of factors, including demand, location, size of plots and possibility of changing the method of their use⁵. It is obvious that the strong relation between a situation of national economy, its development and effective functioning of land market exists that is directly correlated – the higher the level of economic and social development of the country the more developed the land market. The study of this relation was presented in works of different scientists, including A. Zaremba who concluded that the market of an agricultural land is a complex category, strongly related to a national economy and its proper functioning enables to rationally manage limited resources as for territories of local communities to a territory of the country. There is an urgent demand for a persistent research with an aim to search for relations and mechanisms of its functioning⁶.

Taking into consideration these facts it should be concluded that, in spite of a significant contribution of researchers from many countries to the theory of science in the sphere of land relations and to the research of different issues concerning a

³ Martin A.: Regulation of the land market in Ukraine: monograph. K. Agrar Media Group, 2011

⁴ Szymanska M., Wielicki W.: Rynek ziemi rolniczej w Wielkopolsce. Wyd. Akademii Rolniczej w Poznaniu, Poznan, 2005.

⁵ Kiszczak L., Szczecińska B.: Ceny sprzedaży ziemi rolniczej Skarbu Państwa w województwie zachodniopomorskim [w: Agrobiznes 2005. Zmiany w agrobiznesie po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej], T. 1. Pr. Nauk. AE Wroc. 1070, 2005.

⁶ Zaremba A.: Analiza rynku ziemi rolniczej Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa w wybranych powiatach województwa zachodniopomorskiego. Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia, № 3(1), 2004.

development of the land market in practical aspect, there is a number of unsolved questions. This proves the importance of the conducted research.

Result of scientific research

The analysis of the situation that has developed in the agrarian sector of the Ukrainian economy today enables us to propose a system of economic, institutional and legal measures aimed on successful completion of the land reform in Ukraine, which has been going on for several decades. The implementation of the proposed measures will enable the land market to eventually be introduced and achieve the effective use of land resources⁷.

These include:

1. Creation of favorable economic preconditions for the land market development.
2. Improvement of legal framework for land relations.
3. Abolition of the moratorium on the agricultural land sale with the simultaneous creation and operation of the land institutions such as the Land Mortgage Bank and the Specialized Land Management Agency.
4. Creation of a system of measures of environmental nature.

The above applies primarily to the *creation of favorable economic preconditions* for the land market development by ensuring sustainable economy development and the national currency stabilization.

The difficult economic situation in the country did affect the financial performance of enterprises. Thus, since 2014, Ukrainian companies report losses. In 2014, the losses amounted to more than 500 million UAH, until 2016 the situation began to gradually improve, but the companies continued to bear losses.

However, the situation is greatly worsened by the fact that over the past 10 years, the Ukrainian economy was characterized by an extremely high level of price growth. Thus, in 2016 the level of inflation reached 143 % (Table 2).

Table 2. Financial results of enterprises taking into account the inflation rate

Year	Financial result before tax		Consumer price index, (year over year)%	Accumulated inflation (2000 = 100), %
	thousand, UAH	growth rate/rate of decrease, %		
2008	8 954	7	122	225
2009	-42 415	-574	112	252
2010	58 334	238	109	275
2011	122 210	210	105	288
2013	101 885	83	100	287
2014	- 523 587	29	101	289
2015	- 340 100	-1888	125	361
2016	- 22 875	65	143	517

Resource: based on statistical data⁸, Minfin of Ukraine.

⁷ Kruchok N. Improving of land legislation in Ukraine. Scientific Papers of the NULES, No. 169, 2012.

⁸ Statistical Yearbook of Ukraine, 2016. Edited by I. E. Werner. Kiev. State Statistics Service of Ukraine, 2017.

In Fig. 2, an attempt was made to show the level of profitability / loss-making of Ukrainian enterprises given the inflation. Since, it is in this way that one can objectively assess the financial performance of enterprises at such high inflation rate. It should be noted that in 2016, the profitability of enterprises (operating in different sectors of the economy) was 7.4 %, however, taking into account inflation, the situation deteriorated considerably - the estimated loss of enterprises was 36 %.

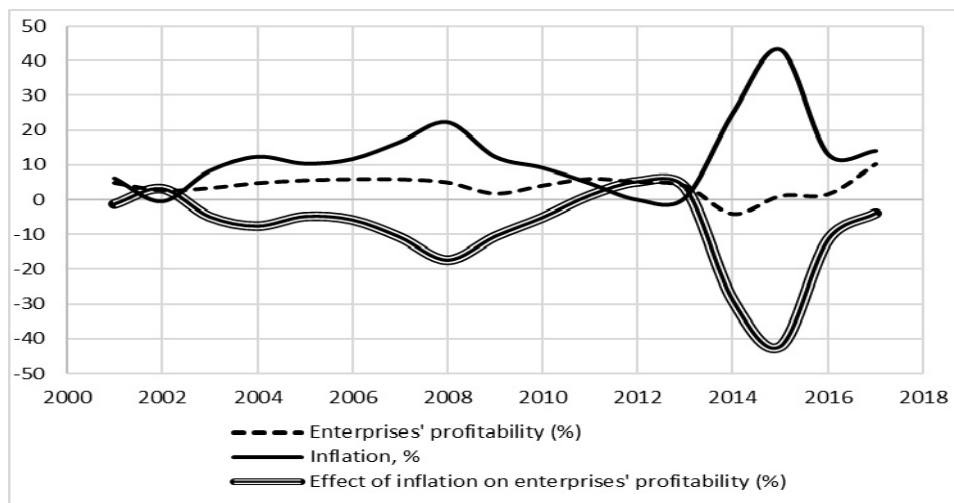


Figure 2. Enterprises profitability and effect of inflation on enterprises profitability (%), 2001-2017 years

Source: author's calculations based on statistical data.

Despite the complicated economic situation and the fact that in general the enterprises operate at a loss, the development of the domestic agricultural sector in recent years has been characterized by a significant increase in both the production and the main economic indicators, among which profit occupies a special place. According to the results of 2016, domestic farmers received 90.1 billion UAH of net profit, which is almost 13 % less than the record figure of 2015 (in 2015, net profit was 103.1 billion UAH)⁹.

Table 3. Financial results of agricultural enterprises

Year	Financial result (mln UAH)	Part of profitable enterprises (%)	Part of loss-making enterprises (%)
2010	17 292	70	30
2011	25 566	83	17
2012	26 992	78	22
2013	15 147	80	20
2014	21 677	84	16

⁹ Ukraine in figures. 2017. Statistical Yearbook of Ukraine. Edited by I. E. Werner. Kiev. Publisher LLC "Konsultant", 2018.

2015	103 138	89	11
2016	90 661	88	12

Source: based on statistic data ¹⁰

It should be noted that nowadays the economic efficiency of domestic agrarian production has a clear regional differentiation, which depends on available resources and investment opportunities, as well as on other factors of market influence and influence of other nature. The latter should also include regional specialization, since in agriculture different crops have a relatively uneven profitability of their cultivation (Table 4). An important sector problem is the significant advantage of exported raw materials over the exported finished products.

Table 4. Financial results of agricultural enterprises

Year	Agriculture				Food production			
	cereal	sunflower	beets	potatoes	veal	pork	meat	poultry milk
2008	16	18	7	8	-24	0	-11	4
2009	7	41	37	13	-33	12	-23	1
2010	14	65	17	62	-36	-8	-4	18
2011	26	57	37	18	-25	-4	-17	19
2012	15	46	16	-22	-30	2	-7	2
2013	2	29	3	23	-43	0	-10	14
2014	26	37	18	9	-36	6	-15	11
2015	43	81	28	24	-18	13	-6,1	13
2016	38	63	24	-3,2	-25	-4,5	5	18

Source: based on statistic data ¹¹.

In addition to the above, overstated revenues are caused by inflationary processes. As already mentioned, it is necessary to take into account the inflation rate, especially when we talk about agriculture, given the capital turnover. Profits reflected on paper, at a high inflation rate, can actually be a loss.

Another reason for the overstated revenues of agricultural producers is the rent rate. In 2016, the average rent rate was about \$ 30 per hectare. In 2017, this indicator increased somewhat but remained low.

Land owners, who are mostly retired, do not have any support from the government; moreover their rights are often violated. In addition to raider attacks that are increasingly taking place in Ukraine, which does not involve any payments for land use, rents are lower than they should be. Thus, agricultural producers overstate their incomes, taking away part of the landowner's income. This issue must be settled and it is impossible without government intervention. According to preliminary calculations,

^{10,11} Statistical Yearbook of Ukraine, 2016. Edited by I. E. Werner. Kiev. State Statistics Service of Ukraine, 2017.

after the land market introduction, the rent will increase by more than 2.5 times. And it will be about \$ 100 per 1 hectare of arable land.

Another direction without which the land market introduction could have catastrophic consequences for Ukraine is the **improvement of legislation regarding agricultural lands valuation** in order to improve the quality of normative and expert monetary valuation of such lands, as well as the abolition of the moratorium on the agricultural land sale.

The analysis of the legislation in the field of land valuation has made it possible to draw the following conclusions: the Law of Ukraine "On Land Valuation" contains general provisions on the procedure for boning of soils, and the economic valuation of land plots¹². The Law does not contain any provision as to how this valuation is made and what factors should be taken into account in addition to references to standards, norms, rules and other regulations. Almost 10 years have elapsed since the analysis, but, unfortunately, the relevant Law has not been amended accordingly¹³. Such a situation makes it possible to carry out corruption actions by persons, who conduct land valuation. The lack of specific requirements permits to make valuation upon request and, depending on the needs the price may be intentionally understated or overstated, despite the adoption of new approaches to the valuation of agricultural land. The objective expert monetary valuation of agricultural land during the land market establishment is particularly important.

Carrying out preliminary valuation of agricultural lands using the capitalized rent income method makes it possible to say that in case of the moratorium abolition, the price of a hectare of arable land would be about 1200 USD / ha in Ukraine on average. With the development of the Ukrainian economy and the land market, the price could grow at least several times.

The abolition of the moratorium on the agricultural land purchase and sale should be accompanied by the simultaneous creation and operation of the land institutions such as the Land Bank and the Specialized Land Management Agency¹⁴. These institutions should act as instruments for implementing state policy in the field of land relations. Such measures can be attributed to the **necessary institutional prerequisites (Fig. 3)**.

One of the key issues (by far not the only one), which hinders the development of the agro-sector, is the lack of cheap long-term loans. The reasons are known - periodic deep devaluation with the subsequent leap of inflation, cataclysms in the banking system, problems with the protection of the creditors' rights, lack of the land market and, of course, of the specialized agencies.

It should be noted that in 2012 an attempt was made to create a State Land Bank in Ukraine¹⁵. It was assumed that the financial institution will take care of loans for enterprises in the agrarian sector, as well as the implementation of state programs in this field. However, the attempt was not successful and already in 2014 the resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On liquidation of a Public Joint-Stock Company "State

¹² Law of Ukraine "On Land Valuation" No. 1808-IV dated 17.06.2004.

¹³ Kruchok N.: Effective land reform in Ukraine. Scientific Papers of the NULES, No. 177, 2012.

¹⁴ Kruchok N. Improving of land legislation in Ukraine. Scientific Papers of the NULES, No. 169, 2012.

¹⁵ Law of Ukraine "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on Facilitation of Mortgage Lending" dated 05.07.2012 No. 5059-VI // Official Bulletin of Ukraine, No. 60, p. 48, article 2410, 2012.

Land Bank" was approved. In 2016, the Bank was liquidated due to "insolvency". The real reason for the Bank liquidation was the failure to amend the legislation, which made the Land Bank unable to carry out banking activities provided for in the charter. This again confirms the reluctance of the state to create all the prerequisites for creating a transparent land market.

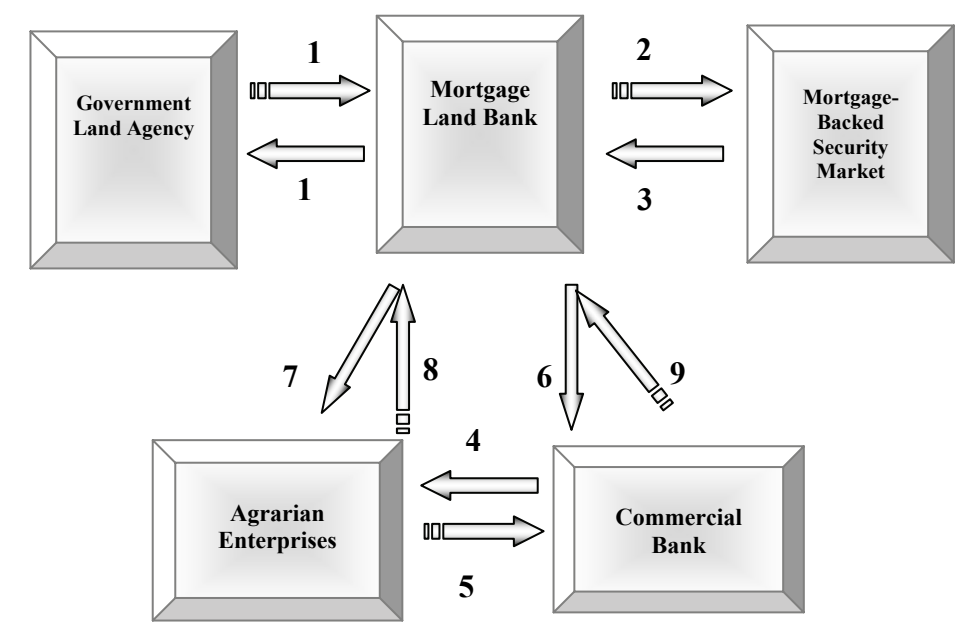


Figure 3. The mechanism of mortgage refinancing by the Mortgage Land Bank through the use of land plots of state ownership:

-  - mortgage assets
-  - financial resource

1. Use of land as a security for mortgage securities.
2. Issue and placement of mortgage securities.
- 3, 6. Credit resources.
- 4, 7. Mortgage loans.
- 5, 8, 9. Mortgage Assets.
10. Release of land plots.

Source: authors' research

For realization of the first steps in the real development of a transparent market of land plots of various purposes, especially agricultural one, it is expedient to establish an institution for the sale of land and title thereto, as well as the purchase of land for public

purposes - the Government Land Agency. And the main function of the Mortgage Land Bank - would be refinancing through the issue of mortgage bonds.

Conclusions

1. The analysis of the situation in the agrarian sector of the Ukrainian economy made it possible to propose a system of measures of economic, legal and institutional character, necessary for the creation and efficient functioning of the agricultural land market. Depending on whether the listed measures can be implemented, one can state that Ukraine is waiting for two options: receipt of significant investments in the agrarian sector of the economy and, consequently, its rapid development, or extremely negative consequences and land degradation, provided that Ukraine does not abandon corruption schemes and is not prepared at the appropriate level for such an important event as the land market introduction.
2. After the land market introduction, farmers will have more solid assets for collateral. This applies to both large and small players. The biggest obstacle to access to financing for small and medium-sized agricultural producers is the lack of collateral.
3. The introduction of the land market will provide the agricultural sector of Ukraine with an additional investment resource. After analyzing FAO and World Bank data, it can be argued that the required annual investment in the agro-industrial complex amounts to 4.2-5.2 billion USD.
4. The land market introduction will have the following effects:
 - the land will become a commodity and the rights of the landowners will not be violated;
 - attracting significant investments to the agrarian sector. According to forecasts, the amount of such investments will be about 5 billion USD by 2025;
 - increased investment in agro-industrial complex will cause labor productivity increase due to modernization and agricultural innovation at EU level;
 - investments will create new jobs in agriculture. In spite of the automation of many processes, the demand for labor in the production processes of a deeper processing of products will increase causing an increase in the number of specialists;
 - the state budget will receive proceeds from land sale and lease transactions. Thus, after the moratorium abolition, the total state budget revenues for the next 8 years can range from 2.5 to 4.3 billion USD.

References

- Deininger, K., Feder, G., Gordillo de Anda, G., & Munro-Faure, P.: Land policy to facilitate growth and poverty reductions. In Groppo, P. (Ed), Land Reform: Settlement and Cooperatives, FAO, 3 Special Edition, 2003.
- Deininger, K. W., & Binswanger, H.: The evolution of the World Bank's land policy: Principles, experience and future challenges. The World Bank Research Observer, № 14(2), 1999.
- Macmillan, D. C.: An economic case for land reform. Land Use Policy, № 17, 2000.
- Kiszczał L., Szczecińska B.: Ceny sprzedaży ziemi rolniczej Skarbu Państwa w województwie zachodniopomorskim [w: Agrobiznes 2005. Zmiany w agrobiznesie po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej], T. 1. Pr. Nauk. AE Wroc. 1070, 2005.
- Kruchok N.: Effective land reform in Ukraine. Scientific Papers of the NULES, No. 177, 2012.

Kruchok N. Improving of land legislation in Ukraine. Scientific Papers of the NULES, No. 169, 2012
 Law of Ukraine "On Land Valuation" No. 1808-IV dated 17.06.2004.
 Law of Ukraine "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on Facilitation of Mortgage Lending" dated 05.07.2012 No. 5059-VI // Official Bulletin of Ukraine. No. 60, p. 48, article 2410, 2012.
 Martin A.: Regulation of the land market in Ukraine: monograph. K. Agrar Media Group, 2011.
 Statistical Yearbook of Ukraine, 2016. Edited by I. E. Werner. Kiev. State Statistics Service of Ukraine, 2017
 Szymanska M., Wielicki W.: Rynek ziemi rolniczej w Wielkopolsce. Wyd. Akademii Rolniczej w Poznaniu, Poznan, 2005.
 Ukraine in figures. 2017. Statistical Yearbook of Ukraine. Edited by I. E. Werner. Kiev. Publisher LLC "Konsultant", 2018.
 World Bank: The World Bank report 2005 . The World Bank, Washington DC, 2005.
 Zaremba A.: Analiza rynku ziemi rolniczej Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa w wybranych powiatach województwa zachodniopomorskiego. Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia, № 3(1), 2004.
 Zaremba A.: Czynniki różnicujące ceny ziemi rolniczej w wybranych powiatach województwa zachodniopomorskiego. Folia Univ. Agric. Stetin., Ser. Oeconomica № 252 (46), 2007.
<http://www.fao.org>
<https://worldbank.org>
<https://bank.gov.ua>

Streszczenie

W opracowaniu omówiono zagadnienia związane z realizacją reformy rolnej na Ukrainie. Zasadniczą uwagę zwrócono na opracowanie systemu działań, mających na celu rozwój stosunków ziemskich na Ukrainie, w szczególności wprowadzenia rynku ziemi rolnej, a także określenia korzyści ekonomicznych z tytułu efektywnego obrotu działkami rolnymi. Przeprowadzono analizę sytuacji gospodarczej na Ukrainie w okresie ostatnich 10 lat. Zidentyfikowano zagadnienia związane z przepisami dotyczącymi gruntów, a w szczególności ich wyceną. Zaproponowano instytucje, bez których funkcjonowanie rynku ziemi rolnej jest niemożliwe. Przeprowadzona analiza dała podstawę do zaproponowania wstępnych warunków o charakterze ekonomicznym, prawnym i instytucjonalnym, niezbędnych do rozwoju stosunków ziemskich. Zaproponowano również mechanizm refinansowania hipotecznego, poprzez emisję hipotecznych papierów wartościowych.

Słowa kluczowe: warunki ekonomiczne, prawne i instytucjonalne, rynek ziemi, wycena gruntów, ziemski bank hipoteczny, moratorium na sprzedaż ziemi rolnej.

Informacja o autorach:

Dr hab. Natalia Wasilewska, prof. UJK
 Jan Kochanowski University in Kielce
 Faculty of Social Sciences
 Department of Economy and Management
 Żeromskiego st. 5
 25-369 Kielce
 E-mail: nwasilewska@unipt.pl
 ORCID: 0000-0001-8638-4735

Prof. dr hab. Tetiana Kaminska, Rector, Kyiv Cooperative Institute of Business and Law
 Lomonosova st. 18, Kyiv, Ukraine

Barbara Wieliczko

Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej-PIB

Michał Soliwoda

Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej-PIB

Jacek Kulawik

Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej-PIB

Inżynieria finansowa i instrumenty finansowe a problemy budżetowe UE

FINANCIAL ENGINEERING AND FINANCIAL INSTRUMENTS VS. EU BUDGET PROBLEMS

Obecnie intensywnie poszukiwane są możliwości efektywniejszego wykorzystania dysponowanych dochodów fiskalnych przez UE. Duże nadzieje w tym kontekście wiąże się z inżynierią finansową i instrumentami finansowymi. Podstawowym celem artykułu jest przybliżenie istoty, korzyści i zagrożeń oraz obszarów zastosowań inżynierii finansowej oraz instrumentów finansowych. Opracowanie ma charakter studium przeglądowego. Została wykorzystana metoda dokumentacyjna i studiów literaturowych. Rozległy interwencjonizm finansowy i kredytowy w dłuższym okresie może jednakże doprowadzić do osłabienia bodźców do wzrostu efektywności i produktywności. Szczególnie niebezpieczeństwo pojawia się wtedy, gdy interwencja publiczna zdominowana jest przez dotacje i subwencje. W przypadku UE poleganie na wsparciu dotacyjnym dotyczy głównie WPR oraz polityki spójności, które obecnie stanowią 70% wydatków Wspólnoty. W tym kontekście instrumenty finansowe, chociaż nie pozbawione wad, powinny w coraz większym stopniu stawać się substytutami subsydiów. Nie będzie to jednak łatwy i szybki proces, co znajdzie wyraz w ostrości negocjacji budżetu Wspólnoty na lata 2020+ oraz w jego finalnym kształcie.

Słowa kluczowe: instrumenty finansowe, polityka spójności, dotacje, budżet UE, sektor MŚP.

Wprowadzenie

Opuszczenie przez Wielką Brytanię struktur Unii Europejskiej (UE), zaplanowane na 29.03.2019, może spowodować spadek dochodów budżetowych UE najpierw o 8-9, a później o 10-12 mld euro rocznie. Równolegle zdecydowana większość krajów członkowskich musi zwiększyć swój wkład w finansowanie NATO, by Amerykanie nadal byli zainteresowani tym sojuszem. Wciąż nie rozwiązany do końca kryzys migracyjny wymagać będzie znacznych środków na wsparcie Turcji oraz ewentualnie Libii i może też innych krajów, by potencjalni migranci pozostali w swoich dotychczasowych ojczyznach. Część krajów UE chce ponadto trwale osiągać nadwyżki budżetowe, by móc amortyzować przyszłe szoki makroekonomiczne. Jak widać, zbilansowanie budżetu UE już w tej perspektywie może być dużym problemem. Skonstruowanie kolejnej perspek-

tywy obecnie rysuje się jeszcze jako poważniejsze wyzwanie. Nie dziwi zatem, że intensywnie poszukuje się możliwości efektywniejszego wykorzystania dysponowanych dochodów fiskalnych. Duże nadzieje w tym kontekście wiąże się z inżynierią finansową i instrumentami finansowymi. Podstawowym celem artykułu jest przybliżenie istoty, korzyści i zagrożeń oraz obszarów zastosowań inżynierii finansowej oraz instrumentów finansowych.

Kształt budżetu Wspólnoty po 2020 roku

Trwają prace nad budżetem Wspólnoty po 2020 roku¹. Budżet ma zostać przyjęty w grudniu 2018 roku. Motywem przewodnim propozycji budżetowej KE na okres 2021-2027 jest sprawienie, aby UE była gotowa silnego do roli globalnego aktora. Sam tytuł komunikatu KE brzmi „Nowoczesny budżet dla Unii, która chroni, wspiera i broni”² wskazuje na priorytety UE w kolejnych latach. Struktura nowego budżetu ma odzwierciedlać dążenie do tego, aby Unia była „bardziej zjednoczona, silniejsza i bardziej demokratyczna”³. KE oparła swój projekt budżetu na następujących zasadach⁴:

- Większy nacisk na europejską wartość dodaną.
- Lepiej funkcjonujący i bardziej przejrzysty budżet.
- Mniej biurokracji dla beneficjentów.
- Bardziej elastyczny, lepiej funkcjonujący budżet.
- Budżet, który przynosi efekty.

Komisja proponuje, aby wysokość zobowiązań w wieloletnich ramach finansowych na lata 2021-2027 wyniosła 1 279 mld euro. Stanowi to równowartość 1,114 % dochodu narodowego brutto UE-27. Propozycja KE przewiduje znaczne zwiększenie wydatków na następujące priorytety UE:

- Badania, innowacje, technologie cyfrowe – mnożnik wzrostu wydatków 1,6;
- Młodzież – 2,2;
- LIFE klimat i środowisko – 1,7;
- Migracja i granice – 2,6;
- Bezpieczeństwo – 2,8;
- Działania zewnętrzne – 1,3;
- Uwzględnianie kwestii klimatu przyczynianie się do celów klimatycznych – 1,6.

¹ Warto podkreślić, że tzw. biała księga (White Paper), będąca rezultatem wspólnej pracy KE, PE i RE (opublikowana 1 marca 2017 r.) zawiera aż 5 scenariuszy rozwoju UE do 2025 roku: (1) Kontynuacji, (2) Mniej wspólnych działań, (3) Niektóre państwa robią więcej, (4) Radykalna zmiana koncepcji, (5) Znacznie więcej wspólnych działań. Co więcej, każdy scenariusz składa się z trzech elementów: ogólne tendencje i wielkość (budżetu), wydatki (WPR; spójność gospodarcza, społeczna i terytorialna; nowe priorytety; reformy strukturalne), dochody budżetu wspólnotowego. Por. European Commission, 2016, European Structural and Investment Funds and European Fund for Strategic Investments complementarities Ensuring Coordination, Synergies And Complementarity February 2016.

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/thefunds/fin_inst/pdf/efsi_esif_compl_en.pdf, dostęp z dnia 1.07.2017.

² Komisja Europejska, Komunikat Komisji i Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-społecznego i Komitetu Regionów, Nowoczesny budżet dla Unii, która chroni, wspiera i broni. Wieloletnie ramy finansowe na lata 2021-2027, COM(2018)321, 2018.

³ Ibidem.

⁴ Ibidem.

W przypadku wspólnej polityki rolnej przewidziano budżet wynoszący 365 mld euro (w cenach bieżących), z czego na II filar WPR zaplanowano jedynie ok. 21,6% tej kwoty. Budżet WPR w tej wysokości oznacza spadek wydatków o 3% w stosunku do budżetu 2014-2020 (tab. 1), przy czym budżet Europejskiego Funduszu Rolnego Gwarancji, czyli I filara WPR ma wzrosnąć o 2%, zaś wydatki Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich mają być aż o 17% niższe. Kluczowym elementem wsparcia mają pozostać płatności bezpośrednie, a realizowane działania mają być jeszcze bardziej ukierunkowane na kwestie środowiskowe. Propozycje KE co do podziału środków na lata 2021-2027 oznaczają, iż udział wydatków na WPR i rybołówstwo spadnie do 28,5% i będzie zbliżony do udziału środków przeznaczonych na spójność gospodarczą, społeczną i terytorialną, a największy udział w budżecie będą miały wydatki na inne programy. Oznacza to istotną zmianę w strukturze wydatków i odzwierciedla nowe priorytety UE.

Tabela 1. Budżet WPR 2021-2027 (ceny bieżące; euro)

Wyróżnienie	A. UE-28 2014/2020	B. UE-27 2014/2020	C. UE-27 2021/2027	Zmiana B/C w %
1. EFRG	302 797	280 351	286 195	2%
2. EFRROW	100 273	95 078	78 811	-17%
3. WPR łącznie	403 070	375 429	365 005	-3%
4. Łącznie WRF	1 115 919	1 063 101	1 279 408	20%
5. % WPR (3/4)	36.1%	35.3%	28.5%	--

Źródło: B. Wieliczko: Planowany kształt WPR 2021-2027 a globalizacja i integracja, referat wygłoszony podczas IV Konferencji Naukowej pt. „Aktualne tendencje w międzynarodowych stosunkach gospodarczych” zorganizowanej przez SGGW, Kociszew 11.10.2018.

Instrumenty finansowe – dylematy definicyjne i klasyfikacyjne

Historycznie rzecz biorąc, instrumenty finansowe wyprowadzić można z ogólnych instrumentów ekonomicznych i rodzajów transakcji handlowych, typu: ceny, kursy czy podatki wraz z mechanizmami ich ustalania, produkty bankowe i reguły ich wyceny czy produkty będące przedmiotem obrotu na różnych giełdach i platformach obrotu. Współcześnie jednak przez powyższe instrumenty rozumie się kontrakty pieniężne, dokumentujące jakiś tytuł własności albo prawo dostarczenia lub otrzymania wartości pieniężnych. W tym znaczeniu wyróżnia się instrumenty:

1. Pieniężne, które wycenia się bezpośrednio na rynku. Mogą być to papiery wartościowe, pożyczki/kredyty lub depozyty.
2. Pochodne, gdzie ich wartość wynika z cen jakiś innych aktywów, indeksów, stóp procentowych albo ich kombinacji.

Z kolei Międzynarodowe Standardy Rachunkowości (IAS) 32 i 39 instrumenty finansowe definiują jako kontrakty, które generują powstanie jakiegoś aktywu, zobowią-

zania lub udziału w kapitale własnym podmiotu gospodarczego⁵. Z kolei, z perspektywy polskiego prawa bilansowego, termin „instrumenty finansowe”, o relatywnie szerokim zakresie, obejmuje „kontrakty, w wyniku których u jednej ze stron powstają aktywa finansowe, a u drugiej zobowiązania finansowe lub instrumenty kapitałowe”⁶.

Rosnące zainteresowanie instytucji ogólnounijnych instrumentami finansowymi wynika z niskiej efektywności tradycyjnych subsydiów oraz istnienia znanych niedoskonałości rynków finansowych, których pierwotnym źródłem jest asymetria informacji stron rozważających zawarcie kontraktu na ich dostarczenie. Jej pochodnymi są negatywna selekcja oraz hazard moralny, nazywany w Polsce często pokusą nadużycia. W ślad za tym podmioty gospodarcze mogą spotkać się z zewnętrznymi ograniczeniami kredytowymi/finansowymi, których częstym wyrazem jest racjonowanie kredytu, pojawienie się luki finansowej i nieoptymalnych inwestycji. Sporo rynków finansowych jest przy tym równocześnie niekompletnymi, a więc brakuje na nich wszystkich produktów niezbędnych do funkcjonowania i rozwoju współczesnych firm. Na negatywne następstwa niedoskonałości i niekompletności rynków finansowych szczególnie narażony jest sektor małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) oraz tzw. startupy⁷. W takich to warunkach instytucje ogólnounijne doszły po ostatnim kryzysie do wniosku, by zacząć interweniować na rynkach finansowych, ale równocześnie w minimalnym stopniu angażować szczupłe zasoby budżetowe Wspólnoty. Stwierdzono, że najlepszą strategią będzie kurs na inżynierię finansową i łączenie/partnerstwo kapitałów prywatnych z publicznymi.

Instrumenty finansowe są wykorzystywane w polityce finansowej UE już od 1994 – początkowo, w ramach funduszy strukturalnych⁸. Nowym elementem w latach 2014-2020 jest przyznanie poszczególnym krajom członkowskim dużej autonomii zarówno w zakresie planowania programów, jak również bardzo elastycznego dopasowania do nich odpowiedniego instrumentu finansowego. W procesie upowszechnienia i dystrybucji instrumentów finansowych zaangażowane zostały, co wynika naturalnie z ich funkcji, tzw. narodowe banki rozwoju (national development banks, NDBs). Przykładowo, nasz Bank Gospodarstwa Krajowego (BGK) wyodrębnił w swoim portfolio produktów następujące instrumenty pozadotacyjne⁹:

- podstawowe instrumenty inżynierii finansowej (IIF) – instrumenty zwrotne: pożyczka; poręczenie; wejście kapitałowe (*equity*);
- pozostałe instrumenty pozadotacyjne: umorzenie lub spłata części kapitału kredytu/pożyczki; umorzenie lub spłata części odsetek kredytu/pożyczki (tzw. dofinansowanie odsetek od kredytów).

⁵ IFRS Foundation, 2017, List of Standards. <http://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/>, dostęp z dnia 10.05.2017.

⁶ Art. 3 ust. 1 pkt 23 ustawy o rachunkowości; Dz. U. z 1994 r. nr 121, poz. 591.

⁷ J. Jędrzejczak-Gas: Samofinansowanie przedsiębiorstw, *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw*, nr 2(697), 2008, s. 69-74.

⁸ W. Wishlade, R. Michie: Financial instruments in 2014-20: learning from 2007-13 and adapting to the new environment, “Challenges for the New Cohesion Policy 2014-20: an Academic and Policy Debate”, 2 nd joint EU Cohesion Policy conference, Riga, 4-6 February 2014.

⁹ BGK: Zarządzanie instrumentami pozadotacyjnymi UE – doświadczenia BGK (prezentacja online) Łódź, 24.05.2012. https://www.mos.gov.pl/g2/big/2012_06/313bfcdb60caef8281fb41b94b5cf35e.ppt, dostęp z dnia 1.07.2017.

W tabeli 1 przedstawiono wady i zalety związane ze stosowaniem najbardziej kluczowych instrumentów finansowych, które mogą być wykorzystywane do realizacji celów założonych w polityce spójności. Warto wspomnieć o mikrokredytach, które mogą być przeznaczone „na zakup sprzętu, aby poprawić wartość dodaną i jakość zbiorów, lub dla wsparcia projektów w ramach strategii rozwoju kierowanego przez społeczność lokalną”¹⁰.

Tabela 1. Instrumenty finansowe wykorzystywane w polityce spójności – zalety i wady

Instrument	Wady	Zalety
Gwarancje kredytowe	• Trudności w osiągnięciu efektu „zachęty” • Kontrola zobowiązań w przypadku problemów z gwarancjami	• Zintegrowanie struktury finansowej dużej liczby projektów nawet przy znacznych ograniczeniach finansowych • Podstawa zmniejszenie premii za ryzyka w przypadku dalszego finansowania • Specyficzne ograniczenia możliwości akceptacji ryzyka dla danego segmentu rynku • Reakcja na ograniczenia płynności, a także akceptacja ryzyka w segmencie rynkowym • Wykorzystanie efektu rewolwingowego
Pożyczki	• Potrzebne jest znacznie większe wsparcie, szczególnie w fazie rozruchu funduszu pożyczkowego	• Współuczestnictwo w zarządzaniu projektami i dostęp do informacji o decydentach
Fundusze kapitałowe i venture	• Znaczny poziom ryzyka ponoszonego przez pośredników finansowych	• Mitygacja ryzyka straty w przypadku sytuacji niewypłacalności • Pokrycie luki kapitałowej, niezbędnej do pozyskania dodatkowych pożyczek
Mezzanine (fundusze quasi-kapitałowe, quasi-equity)	• Zbyt wysokie koszty transakcyjne, wynikające z relatywnie dużej złożoności produktów • Znaczne ryzyko (choć zredukowane w porównaniu do funduszy kapitałowych)	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Ecorys, 2016, Ocena ex ante celowości zastosowania instrumentów finansowych w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020. Raport dla MRiRW. Warszawa, 30.11.2016. <http://www.minrol.gov.pl/Ministerstwo/Biuro-Prasowe/Informacje-Prasowe/Ocena-ex-ante-celowosci-zastosowania-instrumentow-finansowych-w-ramach-PROW-2014-2020>, dostęp z dnia 1.07.2017; EIPA-Ecorys-PwC, 2014, Financial instruments in Cohesion Policy, 2014-2020: Ex-ante assessments. Managing Authority training, June 2014 (for European Commission and European Investment Bank). http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/thefunds/fin_inst/pdf/ex_ante_training.pdf, dostęp z dnia 1.07.2017.

Instrumenty finansowe, które do 2014 roku były zwane instrumentami inżynierii finansowej, są coraz powszechniej stosowane w unijnej polityce wsparcia rozwoju poszczególnych regionów i sektorów gospodarki Unii Europejskiej. Obecnie występują dwa typy zarządzania instrumentami finansowymi:

- zarządzanie centralne, w ramach którego Komisja Europejska jest bezpośrednio zaangażowana w projektowanie i strategię inwestycyjną. Instrumenty te dotyczą

¹⁰ Europejski Bank Inwestycyjny, 2015, Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich. Instrumenty finansowe. Europejski Bank Inwestycyjny, Luksemburg.

różnych obszarów aktywności UE, w tym m.in. badań, edukacji, kultury i przemysłu.

- zarządzanie dzielone między KE i państwa członkowskie realizowane w ramach poszczególnych funduszy tworzących unijną politykę spójności, w tym także Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW).

W okresie programowania 2007-2013 stosowanie instrumentów finansowych w ramach programów współfinansowanych ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (EFRR) i Europejskiego Funduszu Społecznego (EFS) było niemal powszechne. Instrumenty te stosowało 25 państw członkowskich w ramach EFRR, a w EFS jedynie siedem¹¹. W sumie ze środków EFRR realizowano 972 instrumenty finansowe, a z funduszy EFS jedynie 53¹². Jednakże poziom finansowania tych instrumentów wydaje się niewielki na tle łącznego budżetu wdrażanych programów. Do końca 2014 roku realizowane instrumenty finansowe wsparło łączną kwotą 16 mld euro¹³ (środki EFRR i EFS)¹⁴. Niemniej jednak oznacza to ponad dwunastokrotny wzrost w stosunku do okresu programowania 2000-2006, kiedy na instrumenty finansowe wydatkowano jedynie 1,3 mld euro z budżetu UE w ramach obu funduszy, a w okresie 1994-1999 tylko 0,6 mld euro¹⁵. Dodatkowo, w okresie 2007-2013 na 21 instrumentów finansowych bezpośrednio wdrażanych przez Komisję Europejską wydatkowano 5,5 mld euro¹⁶.

Twórcy wielu programów współfinansowanych ze środków UE przeszacowali popyt na instrumenty finansowe, w wyniku czego na koniec 2014 roku wykorzystano średnio 57% kapitału przeznaczonego na te działania w ramach programów operacyjnych. Co szczególnie istotne, instrumenty finansowe nie przyciągnęły kapitału prywatnego. Udział środków prywatnych w łącznym budżecie instrumentów finansowych w latach realizowanych przy współudziale środków EFRR i EFS szacowany jest na ok. 2%¹⁷. Dodatkowo opóźnienia w uruchamianiu instrumentów sprawiły, iż w większości z nich zwrócone przez beneficjenta środki nie mogły już być ponownie wykorzystane, co wynikało z przeciągającego się procesu przygotowania regulacji i procedur funkcjonowania wsparcia oraz negocjacji z pośrednikami finansowanymi. W związku z tym nie wystąpiła na znaczną skalę jedna z ważnych zalet stosowania instrumentów finansowych, czyli ich odnawialny charakter.

Ponadto, istotnym problemem jest kwestia kosztów funkcjonowania instrumentów finansowych. Nie chodzi tu oczywiście jedynie o fakt, iż w przypadku 2,2% instrumentów realizowanych w okresie programowania 2007-2013 ze współfinansowaniem środków z EFRR lub EFS łączne koszty zarządzania przekroczyły kwotę przekazaną końcowym beneficjentom¹⁸. Łączne koszty administracji i zarządzania funduszami w więk-

¹¹ European Court of Auditors, 2016, Implementing the EU budget through financial instruments – lessons to be learnt from the 2007-2013 programme period. Special Report no. 19/2016. Luxembourg: European Court of Auditors.

¹² Ibidem

¹³ Dla porównania środki EFRROW w okresie 2014-2020 to 96 mld euro; 12. Europejski Bank Inwestycyjny: Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich. Instrumenty finansowe. Europejski Bank Inwestycyjny, Luksemburg, 2015.

¹⁴ European Court of Auditors, 2016, Implementing the EU budget... op. cit.

¹⁵ Ibidem

¹⁶ Ibidem

¹⁷ Ibidem

¹⁸ Ibidem

szości państw wdrażających instrumenty finansowe sięgnęły co najmniej 10% kwoty przekazanej końcowym beneficjentom, a ich najwyższy poziom odnotowano na Słowacji – 75% środków wypłaconych ostatecznym odbiorcom i w Czechach – 47%, zaś w Polsce wyniosły one 10%¹⁹. W związku z wysokim poziomem kosztów funkcjonowania instrumentów finansowych w okresie programowania 2014-2020 wprowadzono dodatkowe regulacje mające na celu ich ograniczenie, wprowadzając określone pułapy i limity uzależnione od typu instrumentu. Należy jednocześnie dodać, iż pewne ograniczenia obowiązywały już w poprzednim okresie programowania, a obecne pułapy kosztów są niższe niż poprzednio²⁰.

Doświadczenia we wdrażaniu instrumentów finansowych w kolejnych okresach programowania stanowią istotny wkład w przygotowanie nowych rozwiązań prawnych ich funkcjonowania w kolejnych latach. Nadal jednak wykorzystywanie instrumentów finansowych nie jest popularne. Obecnie, poza samym rozpowszechnieniem korzystania z tych instrumentów, kluczowym wyzwaniem jest optymalizacja wielkości środków przeznaczonych na ten cel. Jest to jednocześnie zadanie niezwykle trudne, co pokazują wyniki badania przeprowadzonego przez Europejski Trybunał Obrachunkowy wśród zarządzających największymi funduszami oferującymi instrumenty finansowe współfinansowane ze środków EFRR, które wskazują, że wykorzystanie przeznaczonych na te działania środków w okresie programowania 2007-2013 w 26% badanych podmiotów sięgało 0-30% środków, zaś jedynie 12% funduszy w pełni wykorzystano zaplanowany budżet²¹. Oszacowanie wielkości popytu na instrumenty finansowe zależy nie tylko od warunków udzielania wsparcia, ale także m.in. od alternatywnych dla potencjalnych beneficjentów rozwiązań w zakresie pozyskiwania środków na inwestycje oraz od ogólnej koniunktury gospodarczej. W związku z tym, iż we wcześniejszych okresach programowania często brakowało niezależnej oceny wielkości luki finansowej²², co zresztą nie było wymagane²³, w okresie 2014-2020 wprowadzono obowiązek przeprowadzenia szczegółowej oceny ex-ante, jednak nadal nie jest wymagane przeprowadzenie jej niezależnej oceny. To wciąż może prowadzić do przeszacowania wielkości ww. luki, a co za tym idzie także wielkości popytu na wsparcie.

Fundusz Junckera jako przykład inżynierii finansowej

Niekiedy przez inżynierię finansową uznaje się nawet dostosowanie oferty kredytowej banków do potrzeb konkretnego podmiotu gospodarczego lub osoby fizycznej. Trudno jednak zaakceptować takie ujęcie. Bez porównania lepiej sens tego pojęcia oddaje definicja, w której rozumie się ją jako wykorzystywanie metod statystycznych i ekonometrycznych oraz matematyki finansowej do zarządzania ryzykiem przy zastosowaniu instrumentów finansowych i giełd papierów wartościowych. Współcześnie jednak dominuje znacznie szersza perspektywa. Zgodnie z nią inżynieria finansowa to integracja wielu dyscyplin, a więc teorii finansów, nauk inżynierskich, matematyki, informatyki,

¹⁹ Ibidem

²⁰ Ibidem

²¹ Ibidem

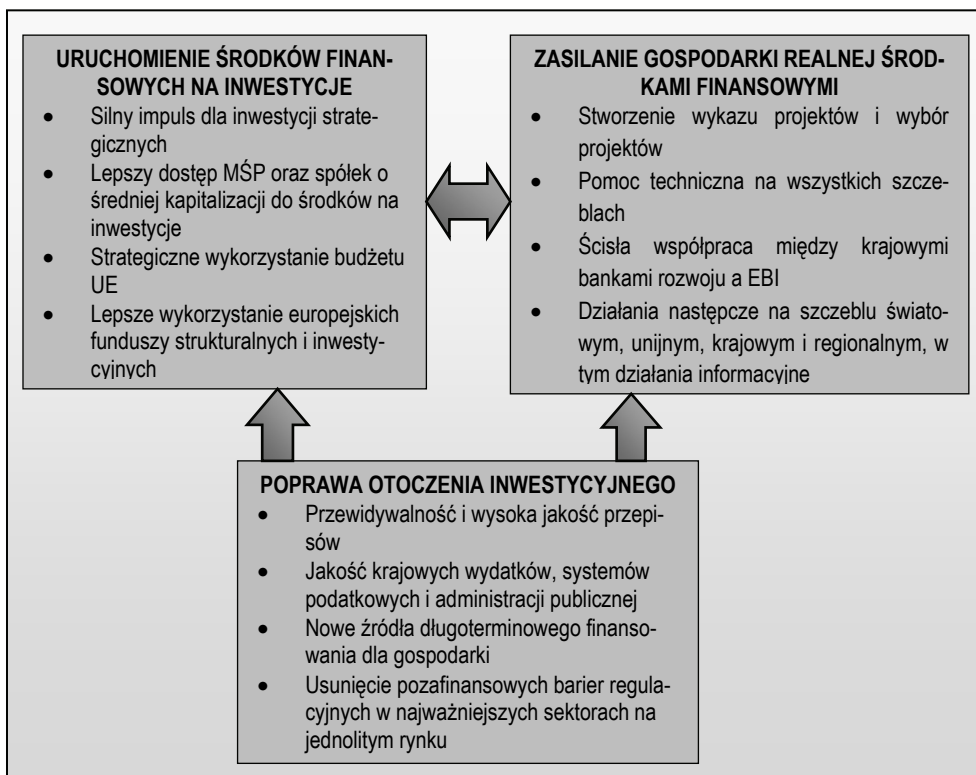
²² European Court of Auditors, 2012, Financial Instruments for SMEs Co-Financed by the European Regional Development Fund. Special Report no. 2/2012. Luxembourg: European Court of Auditors.

²³ European Court of Auditors, 2016, Implementing the EU budget... op. cit.

ekonometrii i rozmaitych technik programowania, która ma pozwolić przygotować nowe produkty i strategie finansowe, w tym dotyczące zarządzania ryzykiem, przy jednoczesnym przestrzeganiu obowiązujących regulacji. W ujęciu bardziej zdezagregowanym obszarami zastosowań powyższej inżynierii są: finanse korporacyjne, wycena derywatów i opcji, konstruowanie produktów strukturyzowanych, zarządzanie portfelem i ryzykiem. Trzeba od razu dodać, że inżynieria finansowa jest przedmiotem różnorodnej krytyki, która szczególnie nasiliła się po kryzysie z lat 2007-2008. Przede wszystkim zarzuca się jej nieprzejrzystość, oderwanie od realiów gospodarki oraz tworzenie nowych rodzajów ryzyka i propagację szoków w skali globalnej.

Stopniowe wdrażanie „Planu inwestycyjnego dla Europy”, określonego powszechnie jako tzw. Fundusz Junckera, będącego „odповідzią” KE na wyzwania stojące przed rozwojem UE, dotkniętej przez kryzys finansowy, fiskalny i ekonomiczny, ma zapewnić wzrost inwestycji, a co za tym idzie ożywienie gospodarcze i wzrost konkurencyjności wspólnotowej gospodarki. Komisja Europejska przedstawiła w listopadzie 2014 r. swój komunikat na ten temat (dokument COM(2014)903)²⁴. Plan inwestycyjny opiera się na trzech kluczowych „filarach”: (1) uruchomienie/aktywacja środków finansowych na inwestycje, (2) zasilanie gospodarki realnej środkami finansowymi oraz poprawa otoczenia inwestycyjnego (rys. 1).

²⁴ Komisja Europejska, 2014, Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Banku Centralnego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Inwestycyjnego, Plan inwestycyjny dla Europy. COM(2014)903. <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-16115-2014-INIT/pl/pdf>, dostęp z dnia 1.07.2017.



Rysunek 1. Trzy kluczowe elementy „Planu inwestycyjnego dla Europy”

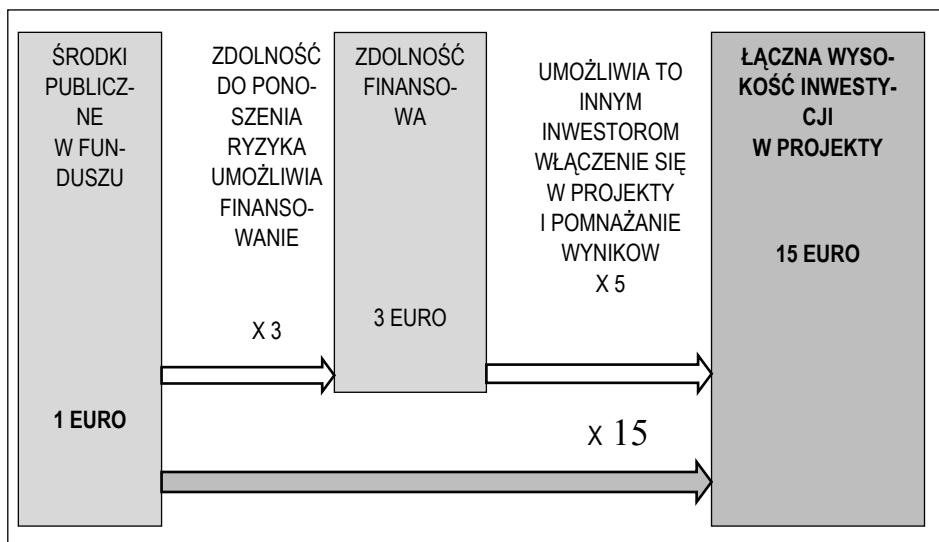
Źródło: Komisja Europejska, Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Banku Centralnego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Inwestycyjnego, Plan inwestycyjny dla Europy. COM(2014)903..., s. 5.

Europejski Fundusz na Rzecz Inwestycji Strategicznych (EFIS) jest głównym narzędziem realizacji „Planu inwestycyjnego...”. Służy on wsparciu inwestycji o charakterze strategicznym dla EU, a zwłaszcza inwestycji infrastrukturalnych. Jednocześnie jednak ma pomagać wspieraniu MŚP i spółkom o średniej kapitalizacji. Fundusz ten został utworzony wspólnie przez KE i Europejski Bank Inwestycyjny (EBI). Szacowany efekt mnożnikowy ma wynieść 15, tj. zaangażowanie przez KE 16 mld euro oraz 5 mld euro przez EBI powinno przynieść 315 mld euro w postaci inwestycji w gospodarkę. Zasady funkcjonowania EFIS określa rozporządzenie (UE) 2015/1017²⁵.

Na oczekiwany efekt mnożnikowy wynoszący 15 składa się iloczyn zwiększenia zdolności do ponoszenia ryzyka oraz zaangażowanie innych inwestorów (rys. 2). Dzięki zwiększeniu zdolności do ponoszenia ryzyka 1 euro środków w EFIS ma przynieść 3 razy tyle nakładów inwestycyjnych. Zwiększy to zdolność EFIS do 3 euro z każdego

²⁵ Komisja Europejska, 2015, Plan inwestycyjny dla Europy – pytania i odpowiedzi. Bruksela, 20 lipca 2015. http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-5419_pl.pdf, dostęp z dnia 1.07.2017.

zainwestowanego przez UE i EBI euro. Środki te natomiast zostaną pomnożone pięciokrotnie dzięki włączeniu innych inwestorów. Tym samym łączny efekt mnożnikowy zainwestowanych w EFIS środków wyniesie ww. 15²⁶.



Rysunek 2. Oczekiwany efekt mnożnikowy EFIS

Źródło: jak do rysunku poprzedniego, s. 9.

W ramach EFIS UE udziela EBI gwarancji pozwalających na stosowanie szerokiej gamy produktów finansowych obejmujących następujące instrumenty (rozporządzenie 2015/1017 art. 10 ust. 2):

- pożyczki EBI, gwarancje, kontrgwarancje, instrumenty rynku kapitałowego, wszelkie inne formy finansowania lub instrumenty wsparcia zdolności kredytowej, udziały kapitałowe i quasi-kapitałowe, w tym na rzecz krajowych banków lub instytucji prorozwojowych, platform lub funduszy inwestycyjnych;
- finansowanie lub gwarancje zapewniane przez EBI na rzecz EFI, umożliwiające temu drugiemu udzielanie pożyczek, gwarancji, kontrgwarancji, wszelkich innych form instrumentów wspierających zdolność kredytową, instrumentów rynku kapitałowego i udziałów kapitałowych lub quasi-kapitałowych, w tym na rzecz krajowych banków lub instytucji prorozwojowych, platform lub funduszy inwestycyjnych;
- gwarancje EBI udzielane krajowym bankom lub instytucjom prorozwojowym, platformom lub funduszom inwestycyjnym w ramach gwarancji UE²⁷.

²⁶ Ibidem.

²⁷ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/1017 z dnia 25 czerwca 2015 r. w sprawie Europejskiego Funduszu na rzecz Inwestycji Strategicznych, Europejskiego Centrum Doradztwa Inwestycyjnego i Europejskiego Portalu Projektów Inwestycyjnych oraz zmieniającego rozporządzenia (UE) nr 1291/2013 i (UE) nr 1316/2013 – Europejski Fundusz na rzecz Inwestycji Strategicznych, (Dz.U. UE L 169).

Rozporządzenie (UE) 2015/1017 dotyczy również Europejskiego Centrum Doradztwa Inwestycyjnego (ECDI) i Europejskiego Portalu Projektów Inwestycyjnych, czyli pozostałych narzędzi realizacji „Planu Inwestycyjnego dla Europy”. Zadaniem ECDI jest „rozbudowa istniejących struktur doradczych EBI i Komisji w celu udzielania wsparcia doradczego w zakresie identyfikowania projektów inwestycyjnych, ich przygotowania i rozwijania oraz pełnienia funkcji pojedynczego kompleksowego centrum doradztwa technicznego w dziedzinie finansowania projektów w Unii” (Art. 14 Rozporządzenia (UE) 2015/1017). Wsparcie doradcze ma charakter zarówno prawny, jak i techniczny. Odnosi się ono do pomocy w konstruowaniu projektów, wykorzystaniu do ich finansowania innowacyjnych instrumentów finansowych i tworzenia partnerstw publiczno-prywatnych²⁸.

Usługi świadczone przez ECDI generalnie są płatne. Jednakże w przypadku podmiotów sektora MŚP opłaty nie mogą przekraczać 1/3 kosztów usług doradczych, a usługi stanowiące uzupełnienie usług realizowanych w ramach programów unijnych udzielane publicznym promotorom projektów nie podlegają opłacie. UE na realizację usług ECDI przeznaczyła 20 mln euro (łącznie do końca 2020 r.).

Ostatnie z narzędzi „Planu inwestycyjnego dla Europy” to Europejski portal projektów inwestycyjnych (EPPI). Portal ten zawiera wykaz obecnie realizowanych i przyszłych projektów w Unii. Publicznie dostępny i łatwy w obsłudze portal ma służyć celom informacyjnym.

W budżecie UE na lata 2021-2027 KE zaproponowała, aby powołać fundusz InvestEU, który ma wchłonąć wszystkie dotychczasowe centralnie zarządzane instrumenty finansowe. Planowany poziom środków na rzecz tego funduszu to 15,2 mld euro. Środki te mają wygenerować inwestycje o łącznej wartości 650 mld euro²⁹.

Podsumowanie i wnioski

Niedoskonałości i niekompletności rynków finansowych, a kredytu w szczególności, mogą stanowić uzasadnienie dla rozważnej interwencji publicznej. W ten sposób można próbować łagodzić ograniczenia kredytowe i finansowe, szczególnie mocno dotyczące małe i średnie firmy, stymulować inwestycje i innowacje oraz poprawiać zarządzanie ryzykiem. Rozległy i niejako ponadczasowy interwencjonizm finansowy i kredytowy w dłuższym okresie może jednakże doprowadzić do osłabienia bodźców do wzrostu efektywności i produktywności. Szczególne niebezpieczeństwo pojawia się wtedy, gdy interwencja publiczna zdominowana jest przez dotacje i subwencje. Wykształca się wówczas swoista kultura dotacyjna, wyrażająca się m.in. w pogoni za rentami politycznymi i ekonomicznymi zamiast koncentracji na tworzeniu solidnych ram prowadzenia działalności gospodarczej. W przypadku UE poleganie na wsparciu dotacyjnym dotyczy głównie WPR oraz polityki spójności, które obecnie stanowią 70% wydatków Wspólnoty. W tym kontekście instrumenty finansowe powinny w coraz większym stopniu stawać się substytutami subsydiów. Szeroki pakiet zróżnicowanych instrumentów finansowych, chociaż wcale nie pozbawiony pewnych niedoskonałości

²⁸ Ibidem.

²⁹ European Commission, EU budget for the future. Investments, https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/budget-proposals-investments-may2018_en.pdf, 2018.

zarówno z punktu widzenia instytucji finansowej, jak i przedsiębiorstwa, będzie stopniowo wypierał dotychczas stosowane formy wsparcia dotacyjnego. Przesłanką za wykorzystaniem, a najpierw jednak skutecznym rozpowszechnieniem, nowoczesnych sposobów finansowania jest przede wszystkim dążenie do poprawy dostępu do kapitału dla szerokiego grona podmiotów z sektora MŚP³⁰. Nie będzie to jednak łatwy i szybki proces, co znajdzie wyraz w ostrości negocjacji budżetu Wspólnoty na lata 2020+ oraz w jego finalnym kształcie.

Bibliografia

BGK, Zarządzanie instrumentami pozadotacyjnymi UE – doświadczenia BGK (prezentacja online) Łódź, 24.05.2012.

https://www.mos.gov.pl/g2/big/2012_06/313bfcdb60caef8281fb41b94b5cf35e.ppt, dostęp z dnia 1.07.2017.

Dec P., Masiukiewicz P.: The Support System for Small and Medium Business: Case of Poland, *Research in World Economy*, Vol. 5 (2014), Iss. 2 (September), 2014, ss. 150-158.

Ecorys: Ocena ex ante celowości zastosowania instrumentów finansowych w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020. Raport dla MRiRW. Warszawa, 2016, 30.11.2016. <http://www.minrol.gov.pl/Ministerstwo/Biuro-Prasowe/Informacje-Prasowe/Ocena-ex-ante-celowosci-zastosowania-instrumentow-finansowych-w-ramach-PROW-2014-2020>, dostęp z dnia 1.07.2017.

EIPA-Ecorys-PwC: Financial instruments in Cohesion Policy, 2014-2020: Ex-ante assessments. Managing Authority training, June 2014 (for European Commission and European Investment Bank). http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/thefunds/fin_inst/pdf/ex_ante_training.pdf, dostęp z dnia 1.07.2017.

European Commission: EU budget for the future. Investments, https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/budget-proposals-investments-may2018_en.pdf, 2018.

European Commission: European Structural and Investment Funds and European Fund for Strategic Investments complementarities Ensuring Coordination, Synergies And Complementarity February 2016.

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/thefunds/fin_inst/pdf/efsi_esif_compl_en.pdf, dostęp z dnia 1.07.2017.

European Commission: White Paper on the Future of Europe. Reflections and scenarios for the EU27 by 2025. Brussels, 1.03.2017, https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/white_paper_on_the_future_of_europe_en.pdf, dostęp z dnia 1.07.2017.

European Court of Auditors: Are financial instruments a successful and promising tool in the rural development area? Special report No. 5/2015. Luxembourg: European Court of Auditors.

European Court of Auditors: Financial Instruments for SMEs Co-Financed by the European Regional Development Fund. Special Report no. 2/2012. Luxembourg: European Court of Auditors.

European Court of Auditors: Implementing the EU budget through financial instruments – lessons to be learnt from the 2007-2013 programme period. Special Report no. 19/2016. Luxembourg: European Court of Auditors.

³⁰ B. Lepeczyński, M. Penczar: Znaczenie instrumentów zwrotnych w ograniczaniu luki finansowej i podnoszeniu bezpieczeństwa finansowego przedsiębiorstw z sektora MŚP, *Zarządzanie i Finanse*, t. 4, nr 4, 2013, s. 83-99; P. Dec, P. Masiukiewicz, The Support System for Small and Medium Business: Case of Poland, *Research in World Economy*, Vol. 5 (2014), Iss. 2 (September), 2014, ss. 150-158.

European Investment Bank: 2016 EFSI Report. From the European Investment Bank to the European Parliament and the Council on 2016 EIB Group Financing and Investment Operations under EFSI, European Investment Bank, Luxembourg.

Europejski Bank Inwestycyjny: Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich. Instrumenty finansowe. Europejski Bank Inwestycyjny, Luksemburg, 2015.

IFRS Foundation: List of Standards, 2017 <http://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/>, dostęp z dnia 10.05.2017.

Jędrzejczak-Gas, J.: Samofinansowanie przedsiębiorstw, *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw*, nr 2(697), 2008, s. 69-74.

Komisja Europejska, 2016, Wniosek. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady zmieniające rozporządzenia (UE) nr 1316/2013 oraz (UE) 2015/1017 w odniesieniu do przedłużenia okresu obowiązywania Europejskiego Funduszu na rzecz Inwestycji Strategicznych oraz wprowadzenia usprawnień technicznych dla tego Funduszu oraz Europejskiego Centrum Doradztwa Inwestycyjnego, COM(2016)597.

Komisja Europejska: Komunikat Komisji i Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-społecznego i Komitetu Regionów, Nowoczesny budżet dla Unii, która chroni, wspiera i broni. Wieloletnie ramy finansowe na lata 2021-2027, COM(2018)321, 2018.

Komisja Europejska: Plan inwestycyjny dla Europy – pytania i odpowiedzi. Bruksela, 20 lipca 2015. http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-5419_pl.pdf, dostęp z dnia 1.07.2017.

Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Banku Centralnego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Inwestycyjnego, Plan inwestycyjny dla Europy. COM(2014)903.

<http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-16115-2014-INIT/pl/pdf>, 2014, dostęp z dnia 1.07.2017.

Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Inwestycyjnego Czysta energia dla wszystkich Europejczyków, COM/2016/0860 final/2

Lepczyński B., Penczar M: Znaczenie instrumentów zwrotnych w ograniczaniu luki finansowej i podnoszeniu bezpieczeństwa finansowego przedsiębiorstw z sektora MSP, *Zarządzanie i Finanse*, t. 4, nr 4, 2013, s. 83-99.

Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2015/1558 z dnia 22 lipca 2015 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/1017 poprzez ustanowienie tabeli wskaźników do celów stosowania gwarancji UE, (Dz.U. UE L 244).

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/1017 z dnia 25 czerwca 2015 r. w sprawie Europejskiego Funduszu na rzecz Inwestycji Strategicznych, Europejskiego Centrum Doradztwa Inwestycyjnego i Europejskiego Portalu Projektów Inwestycyjnych oraz zmieniającego rozporządzenia (UE) nr 1291/2013 i (UE) nr 1316/2013 – Europejski Fundusz na rzecz Inwestycji Strategicznych, (Dz.U. UE L 169).

Ustawa o rachunkowości. Dz. U. z 1994 r. Nr 121, poz. 591.

Wieliczko B.: Planowany kształt WPR 2021-2027 a globalizacja i integracja, referat wygłoszony podczas IV Konferencji Naukowej pt. „Aktualne tendencje w międzynarodowych stosunkach gospodarczych” zorganizowanej przez SGGW, Kociszew 11.10.2018.

Wishlade, W., Michie, R.: Financial instruments in 2014-20: learning from 2007-13 and adapting to the new environment, “Challenges for the New Cohesion Policy 2014-20: an Academic and Policy Debate”, 2 nd joint EU Cohesion Policy conference, Riga, 4-6 February 2014.

Summary

Opportunities for more efficient use of available fiscal revenues are currently being sought in EU. High hopes in this context are related to financial engineering and financial instruments. The main objective of the article is to present the essentials, benefits and risks, and areas of financial engineering and financial instruments. This paper is a review study. Documentary and literature review methods are employed. Extensive financial and credit interventions in the long run may, however, lead to a reduction in incentives for increased efficiency and productivity. Particular danger occurs when public intervention is dominated by subsidies. In the case of the EU, the reliance on subsidy support mainly concerns the CAP and cohesion policy, which currently account for 70% of EU spending. In this context, financial instruments, although not without defects, should increasingly become substitutes for subsidies. However, this will not be an easy and quick process, as will be reflected in the focus of the Community budget negotiations for 2020+ and its final form.

Key words: financial instruments, cohesion policy, subsidies, EU budget, SME sector.

Informacja o autorach

Dr Barbara Wieliczko

Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej-PIB,
Zakład Finansów Rolnictwa,
ul. Świętokrzyska 20,
00-002 Warszawa
e-mail: Barbara.Wieliczko@ierigz.waw.pl
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3770-0409>

Dr inż. Michał Soliwoda (autor korespondujący)

Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej-PIB,
Zakład Finansów Rolnictwa,
ul. Świętokrzyska 20,
00-002 Warszawa
e-mail: Michał.Soliwoda@ierigz.waw.pl
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4207-4641>

Prof. dr hab. Jacek Kulawik

Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej-PIB,
Zakład Finansów Rolnictwa,
ul. Świętokrzyska 20,
00-002 Warszawa
e-mail: Jacek.Kulawik@ierigz.waw.pl
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8731-1765>