



LISTY EKONOMICZNE

studenckie czasopismo naukowe

Numer 1
2018

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
Wydział Nauk Ekonomicznych



ISSN 2657-3091

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Rada Naukowa

prof. nadzw. dr hab. Andrzej Buszko, dr h.c.
dr Jacek Michalak
dr Waldemar Kozłowski
dr Małgorzata Kobylińska
dr Marek Siemiński
dr Adam Rudzewicz
dr Anna Strychalska-Rudzewicz
dr Robert Podstawski
dr Paweł Merło

Kolegium redakcyjne: dr hab. Andrzej Buszko, prof. UWM,
dr Marcelina Zapotoczna, dr Małgorzata Cygańska, dr Joanna Długosz,
dr Artur Wyszynski, dr Andrzej Sołoma

Redaktor naukowy: dr hab. Andrzej Buszko, prof. UWM,
dr Artur Wyszynski - I zastępca

Sekretarz redakcji: Marta Walczewska

Redaktor statystyczny: Danuta Wilczyńska

Redaktor techniczny: Robert Popiołek

Kontakt i przesyłanie materiałów i formularzy
e-mail: listyekonomiczne@uwm.edu.pl

Wydawca: Wydział Nauk Ekonomicznych, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski
w Olsztynie

ISSN 2657-3091

© Copyright by Wydział Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu
Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, 2018

ul. M. Oczapowskiego 4/106
10-719 Olsztyn, POLSKA
tel. +48 89 523 3963



SPIS TREŚCI

1	ETYKA W DZIAŁALNOŚCI BANKOWEJ	5
	<i>Milena Kacperowska</i>	
2	POZYCJA KONKURENCYJNA POLSKI NA TLE INNYCH KRAJÓW CZŁONKOWSKICH UNII EUROPEJSKIEJ	12
	<i>Przemysław Sielski</i>	
3	BANKOWOŚĆ ELEKTRONICZNA JAKO NOWOCZESNA FORMA SPRZEDAŻY USŁUG BANKOWYCH	22
	<i>Joanna Kaczyńska</i>	
4	ROLA KREATYWNEJ RACHUNKOWOŚCI W ZNIEKSZTAŁCANIU RZECZYWISTEJ SYTUACJI FINANSOWEJ PRZEDSIĘBIORSTWA	31
	<i>Magdalena Jelińska</i>	
5	UPADŁOŚĆ KONSUMENCKA A ZADŁUŻENIE BANKOWE GOSPODARSTW DOMOWYCH W POLSCE	39
	<i>Justyna Podgórska</i>	

ETYKA W DZIAŁALNOŚCI BANKOWEJ

Milena Kacperowska*

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Streszczenie

W artykule zamieszczono rozważania nt. przejrzystych i etycznych działań biznesowych i ich wpływie na poziom zaufania społecznego do instytucji finansowych. Istotność ww. zagadnień dostrzeżono choćby w opracowanych na potrzeby funkcjonowania banków kodeksach etycznych, zasadach etyki w działalności instytucji ubezpieczeniowych, czy standardach dobrych praktyk w działalności towarzystw emerytalnych. Chociaż nie stanowią one we wszystkich przypadkach obowiązujących przepisów, czyli nie mają charakteru normatywnego, jednakże ich stosowanie przez przedsiębiorstwa na rynku usług finansowych pozwalają zarówno na podniesienie ich wiarygodności i budowania wizerunku, jak i wzrostu zaufania społecznego. Zagadnienia te są szczególnie istotne w dobie różnorodnych perturbacji na światowych rynkach finansowych po 2009 roku.

Słowa kluczowe: *etyka biznesu; działalność instytucji finansowych; zaufanie społeczne*

Wprowadzenie

Ludzkie zachowanie opiera się na dokonywaniu wyborów i ocenianiu postępowania innych. Człowiek zawsze zadaje sobie pytania co w życiu jest dobre i właściwe oraz jak należy postępować. Od urodzenia, przez całe życie uczymy się kultury oraz norm i wartości obowiązujących w danych społeczeństwie. Każdy nabywa umiejętności jak postępować wśród otoczenia zgodnie z przyjętymi regułami. Encyklopedia PWN definiuje etykę w sensie potocznym jako „ogół norm moralnych uznawanych w pewnym czasie przez jakąś zbiorowość społeczną jako punkt odniesienia dla oceny i regulacji postępowania w celu integracji grupy wokół pewnych wartości, synonim moralności”¹.

W niektórych dziedzinach etyka jest szczególnie ważna. Jedną z nich jest działalność bankowa. W działalności banku jako instytucji zaufania publicznego istotna jest realizacja dwóch funkcji: komercyjnej oraz społecznej odpowiedzialności, nakierowanej na tworzenie dostępu do dobrobytu społecznego (Korenik 2009, s. 19). Każda działalność gospodarcza powinna opierać się na zasadzie 3E, czyli powinna być:

- efektywna - przynosząca zysk,
- ekonomiczna - nakłady mniejsze od uzyskiwanych korzyści,
- etyczna- czyli zgodna z wartościami ważnymi dla danego społeczeństwa i normami przez nie akceptowanymi oraz uwzględniająca interes publiczny.

* milena.kacperowska@gmail.com

¹ www.encyklopedia.pwn.pl [dostęp: 05.01.2017]

Potwierdzeniem znaczenia zaufania w instytucjach bankowych są powiedzenia „masz to jak w banku”, „pewne jak w banku”. Banki poprzez fakt powszechności i dostępności są wystawione na publiczny i powszechny osąd zaufania i wiarygodności (Zieliński 2013).

Kodeksy etyczne dotyczące działalności banków

Etyka w działalności bankowej jest bardzo istotna, ponieważ poprzez stosowanie norm i zasad, banki zdobywają zaufanie klientów. Bez zaufania klientów działalność bankowa nie byłaby w stanie się rozwijać i nawet najlepsza oferta nie znalazłaby odbiorcy. Skutkiem było opracowanie Kodeksu Etyki Bankowej przez izbę gospodarczą reprezentującą banki: Związek Banków Polskich (Świdorska i in. 2016, s. 395-398). Można przedstawić również dokumenty zawierające zasady dobrych praktyk w relacjach wewnętrznych i zewnętrznych spółek publicznych tj.:

- Dobre Praktyki w Spółkach Publicznych (wprowadzone w 2002 r., rozwinięte w 2005 r.) - obowiązujące wszystkie spółki notowane na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych,
- Kodeks Dobrej Praktyki Domów Maklerskich,
- Zasady Etyki w Działalności Ubezpieczeniowej - wprowadzone przez zakłady ubezpieczeń, zrzeszone w Polskiej Izbie Ubezpieczeń,
- Podstawowe Zasady Dobrej Praktyki oraz Współpracy Zakładów Ubezpieczeń z Brokerami,
- Standardy Dobrych Praktyk w Zakresie Akwizycji i Transferów Powszechnych Towarzystw Emerytalnych, zrzeszonych w Izbie Gospodarczej Towarzystw Emerytalnych,
- Kodeks Dobrych Obyczajów Przy Prezentacji Wyników oraz Klasyfikacji Funduszy Inwestycyjnych STFI w Polsce (STFI - obecnie Izba Zarządzających Funduszami i Aktywami), (Lipiński 2008, s. 87-96).

Kodeks Etyki Bankowej

Biorąc pod uwagę Kodeks Etyki Bankowej (Zasady Dobrej Praktyki Bankowej), stanowi on zbiór zasad postępowania związanych z działalnością banków, odnoszących się odpowiednio do banków, osób w nich zatrudnionych oraz osób, za których pośrednictwem banki wykonują czynności bankowe². Składa się on z dwóch części: Kodeksu Dobrych Praktyk Bankowych oraz Kodeksu Etyki Pracownika Banku.

Pierwsza część kodeksu etyki bankowej szczegółowo reguluje:

- relacje banków z klientami,
- zasady postępowania ze skargami/reklamacjami klientów,
- relacje z pracownikami,
- relacje między bankami oraz innymi instytucjami finansowymi,
- relacje banków z partnerami biznesowymi,
- relacje ze środowiskiem lokalnym,
- zasady przetwarzania danych osobowych³.

² www.compliancepolska.pl [dostęp: 05.01.2017]

³ Kodeks etyki bankowej (Zasady dobrej praktyki bankowej), przyjęty na Walnym Zgromadzeniu ZBP w dniu 18 kwietnia 2013 r.

Relacje banków z klientami są szczególnie ważne ze względu na to, że bez zaufania klientów nie było by działalności bankowej. Nieuczciwe stosowanie praktyki bankowej może polegać między innymi na zaniechaniu lub pominięciu istotnych faktów dotyczących usług bankowych lub dostarczenie klientom nieprawdziwej informacji o produkcie lub usłudze. Żeby zapobiec takim zdarzeniom w Kodeksie Dobrych Praktyk Bankowych przyjęto zasadę, że w stosunkach z klientami banki postępują z uwzględnieniem szczególnego zaufania jakim są darzone oraz wysokich wymagań co do rzetelności, solidności i wiarygodności. Banki powinny kierować się uczciwością, odpowiedzialnością, profesjonalizmem oraz innowacyjnością. Aktywności te nie mogą jednak naruszać interesów klienta oraz powinny uwzględniać zapisy zawartych umów. Informacje dla klientów muszą być przekazywane w sposób precyzyjny, przejrzysty, zrozumiały i rzetelny. Banki również powinny traktować swoich klientów z szacunkiem, bez dyskryminacji oraz przedstawiać swój produkt w taki sposób aby klient mógł dokonać świadomego wyboru.

Kodeks Dobrych Praktyk Bankowych odnosi się również do działalności banków w zakresie współdziałania z nieusatysfakcjonowanymi klientami. Banki mają za zadanie powiadomić klientów o procedurach składania i rozpatrywania skarg/reklamacji. Wszystkie reklamacje składane przez klientów powinny być rozpatrywane rzetelnie, w sposób obiektywny, w możliwie najkrótszych terminach, a banki powinny dążyć do polubownego załatwiania sporów. W przypadku nie uwzględnienia skargi/reklamacji klienta, bank powinien poinformować go o instytucjach działających przy Związku Banków Polskich tj.: Arbitrze Bankowym, Sądzie Polubownym, Komisji Etyki Bankowej oraz o sposobie skontaktowania się z nimi. Poprzez analizę zgłoszonych skarg/reklamacji banki rozpoznają źródła ich powstania, w celu podjęcia działań ograniczających ich przyczyny oraz podniesienia jakości obsługi.

Prawidłowe funkcjonowanie banków uzależnione jest od rzetelnie wykonywanych obowiązków przez pracowników. Właśnie dlatego każdy pracownik powinien być taktowany przez pracodawcę z szacunkiem i godnością, a polityka kadrowa banku powinna mieć jasno określone zasady, zapewniające pracownikom równe szanse awansu i rozwoju, natomiast kandydatom do podjęcia pracy w banku, równe szanse zatrudnienia. Gwarancją dobrej obsługi są wykwalifikowani pracownicy, dlatego też banki nie mogą ignorować konieczności zapewnienia różnorodnych form szkoleń kształtujących rozwój osobisty pracowników. Banki muszą dążyć do stworzenia przyjaznego środowiska w pracy oraz zapobiegać dyskryminacji pracowników i mobbingowi. Kodeks Etyki Bankowej reguluje zapewnienie pracownikom możliwości zgłaszania nieetycznych zachowań mogących mieć wpływ na reputację banku oraz zagwarantowanie poufności danych zgłaszającej osobie⁴.

Zasady etyczne regulują również relacje między bankami oraz innymi instytucjami finansowymi (konkurentami). W tym zakresie obowiązuje zasada rzetelności, lojalności, wzajemnego zaufania i uczciwej konkurencji we wzajemnych stosunkach, kierując się przy tym zasadami równości i wzajemności. Banki są zobowiązane do podawania prawdziwych, aktualnych i rzetelnych informacji. Bez ważnych powodów instytucje te nie powinny wypowiadać między sobą umów, zwłaszcza tych o stałej współpracy. W razie powstawania jakichkolwiek sporów między instytucjami finansowymi, powinno dążyć się do polubownego załatwienia sporu, a w szczególności korzystać z sądu polubownego prowadzonego przez samorząd bankowy. Kodeks etyczny nor-

⁴ Kodeks etyki bankowej (Zasady dobrej praktyki bankowej), przyjęty na Walnym Zgromadzeniu ZBP w dniu 18 kwietnia 2013 r.

muje kwestie tego, że banki i ich pracownicy nie podważają publicznie profesjonalizmu, rzetelności i uczciwości konkurentów, a w szczególności przy wykorzystaniu Internetu, który daje poczucie anonimowości. W reklamach nie powinno się odnosić do ofert konkurentów, ich negatywnego wizerunku, poddawania w wątpliwość ich solidności czy ich działalności.

W Kodeksie Dobrych Praktyk Bankowych uregulowane są także relacje banków z partnerami biznesowymi. W zakresie tych relacji kodeks określa, że banki nie podejmują współpracy z partnerami biznesowymi, których sposób prowadzenia działalności może stanowić zagrożenie dla reputacji banku lub środowiska bankowego. Współpraca instytucji finansowych z partnerami biznesowymi powinna odbywać się z poszanowaniem zasad ochrony informacji, w tym ochrony danych osobowych oraz tajemnicy bankowej i handlowej. Banki w celu zapewnienia jak najlepszej realizacji powierzonych czynności i zachowania standardów instytucji zaufania publicznego, wspierają budowanie wysokich standardów etycznych w duchu uczciwej konkurencji wśród partnerów biznesowych.

Zawarte w kodeksie kwestie relacji ze środowiskiem lokalnym wskazują na to, że banki poprzez kształtowanie i rozwój odpowiedzialności w biznesie, a także tworzenie podstaw wzrostu ekonomicznego sprzyjają inicjatywom lokalnym. Instytucje bankowe powinny podejmować współpracę z organizacjami dążącymi do podniesienia jakości życia lokalnej społeczności. Zaangażowanie banków w te działania odbywa się w miarę ich możliwości. Banki ze względu na fakt, że są instytucjami zaufania publicznego mają obowiązek - według Kodeksu - angażować się charytatywnie na rzecz lokalnej społeczności i zachęcać do tego swoich pracowników. Działania te przede wszystkim obejmują edukowanie społeczności, współpracę ze szkołami, pomoc dla małych przedsiębiorców czy wspieranie rolników w pozyskaniu dotacji. Banki w planach swojego rozwoju powinny również uwzględniać wpływ swojej działalności na lokalne środowisko w perspektywie długookresowej.

Ważnymi kwestiami zawartymi w Kodeksie Etyki Bankowej są zasady przetwarzania danych osobowych. Mimo, że od około dwudziestu lat obowiązuje w Polsce ustawa o ochronie danych osobowych⁵ banki uznały, że w Kodeksie należy dodatkowo przypomnieć o zasadach przetwarzania danych osobowych, z uwagi na konieczność szczególnej ochrony danych objętych tajemnicą bankową. Wskazano na konieczność informowania klientów o celu przetwarzania danych osobowych. Samo przetwarzanie danych powinno być zgodne z zasadami legalności, celowości, merytorycznej poprawności, adekwatności oraz ograniczenia czasowego. Banki powinny przede wszystkim pilnować aby dane osobowe klientów nie trafiły do osób nieuprawnionych i zapobiegać ich wykorzystaniu niezgodnemu z przeznaczeniem. W przypadku naruszenia tych praw instytucje finansowe ponoszą pełną odpowiedzialność.

Produkty i usługi bankowe mają niematerialny charakter. Większość z nich jest wystandaryzowana w stopniu umożliwiającym ich dystrybucję w zautomatyzowanych i elektronicznych kanałach obsługi. Jednak wciąż znacząca część jest sprzedawana w bezpośrednim kontakcie pracownika banku z klientem. Dlatego istotne znaczenie posiada Kodeks Etyki Pracownika Banku. Zamieszczone są w nim trzy rozdziały:

- podstawowe zasady postępowania pracownika banku,
- relacje wewnętrzne,
- relacje zewnętrzne.

⁵ Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (tekst jednolity), Dz.U z 2015 r, poz.2135

Podstawowe zasady postępowania pracownika banku regulują przestrzeganie tajemnicy bankowej przez pracowników oraz zachowanie poufności informacji dotyczących instytucji finansowej i jego klientów. Uczciwość, wysoka jakość pracy oraz sumienność są obowiązkowymi cechami pracowników. Osoby pracujące w banku nie posiadające kompetencji zawodowych, nie będą w stanie obsłużyć klientów, dlatego też pracownicy zobowiązani są do znajomości procedur, obowiązujących przepisów i regulacji wewnątrz instytucji finansowej. Powinni również stale rozszerzać swoją wiedzę zawodową oraz rozwijać umiejętności w trosce o dobro banku i klientów. Przede wszystkim pracownicy muszą być odpowiedzialni i staranni w wykonywaniu swoich czynności. Kodeks etyczny zabrania im podejmowania czynności dla osiągnięcia osobistych korzyści, z działań konkurencyjnych wobec banku, w którym pracują, co mogłoby spowodować powstanie konfliktu interesów pomiędzy zatrudnionym a bankiem.

Kodeks Etyki Pracownika Banku kładzie duży nacisk na relacje wewnętrzne pracowników. Koleżeńska i życzliwa atmosfera wpływa w dużej mierze na jakość wykonywanych czynności przez zatrudnionych. Zakazuje się naruszania praw pracowniczym tj. dyskryminacji, mobbingu, molestowania oraz gróźb. Kierownik banku powinien motywować swoich pracowników poprzez tworzenie perspektyw rozwoju i nagradzanie, co wpływa na chęć lojalnej i chętniej pracy. Zatrudnieni powinni unikać powiązań personalnych w relacjach podległości służbowej. Dobry pracownik banku nie przyjmuje różnego typu łapówek od klientów, ani ich nie przekazuje. Dotyczy to także działań lub uzyskanych korzyści majątkowych lub rekompensat za świadczoną usługę. Niedopuszczalne jest zgadzanie się na uprzywilejowane traktowanie klientów w zamian za prezenty, których nie wolno przyjmować.

Wszyscy pracownicy banku mają obowiązek zachowania poprawnych relacji zewnętrznych, są zatem odpowiedzialni za tworzenie relacji biznesowych z klientami i partnerami biznesowymi, niezależnie od ich płci, koloru skóry, pochodzenia, wieku, niepełnosprawności, wyznania religijnego oraz nie stosują żadnych innych form dyskryminacji. Zatrudnieni kierują się zasadą dobrze pojętego interesu banku i klienta, przekazując, osobom zainteresowanym daną usługą, w sposób uprzejmy i taktowny zrozumiałą informację o wykonywanych przez bank usługach, wyjaśniając ich istotę oraz warunki umów.

Przestrzeganie zasad etyki jest bardzo ważne w prawidłowym funkcjonowaniu banku. Bank Lehman Brothers był jednym z najbardziej prestiżowych banków inwestycyjnych. Został uhonorowany wieloma nagrodami przyznawanymi przez media, organizacje charytatywne i stowarzyszenia biznesowe⁶. W 2005 r. Lehman Brothers osiągnął rekordowy poziom zysku we wszystkich segmentach i regionach prowadzonej działalności. Lata 2006 i 2007 to kolejne rekordowe poziomy przychodu netto, dochodu netto i zysku na akcje⁷. Jednakże oszustwa pracowników banku rozpoczęły w roku 2008 efekt domina doprowadzając do największego nowożytnego kryzysu finansowego. Dziś wielu ekspertów uznaje, że ten stan był wywołany nie złą polityką gospodarczą czy monetarną państw, ale deficytem etyki w biznesie. To nie kryzys doprowadził do działań nieetycznych, ale działania nieetyczne do kryzysu. Warto więc pamiętać, że etyka w działalności bankowej jest bardzo istotna. Poprzez uczciwe relacje banki zdobywają klientów i ich zaufanie.

⁶ www.wybrocza.pl [dostęp:07.01.2017]

⁷ www.bankier.pl [dostęp: 07.01.2017]

Tajemniczy klient

Tajemniczy Klient, czyli metoda oceny zachowań pracowników w sytuacjach zawodowych, polega na tym, że specjalna osoba udaje się do banku i wnikliwie obserwuje czy cała jego wizyta przebiega według ściśle określonych zasad. Dziś mimo upływu czasu ten rodzaj badań marketingowych jest nadal bardzo popularny w sektorze bankowym. Główną techniką badawczą tajemniczego klienta jest obserwacja. Pożądanymi cechami są: dobra pamięć, obiektywizm oceny, rzetelność i terminowość⁸.

Tajemniczy klient (*Mystery Shopper*) to przede wszystkim bezstronny i wnikliwy obserwator rzeczywistości. Nie oceniający, nie wyciągający wniosków a jedynie obserwujący i odnotowujący zaobserwowane wydarzenia i zachowania. Jedynie bowiem na podstawie takich obiektywnych obserwacji możliwe jest wnioskowanie o jakości obsługi klienta, rekomendowanie zmian i programów naprawczych. Klienci oceniając daną placówkę, informują swoich znajomych o niezadowoleniu z usługi, którzy następnie, nawet nie będąc w danej firmie, oceniają ją jako niewartą odwiedzenia. Dlatego Tajemniczy klient jest obiektywnym i rzetelnym badaniem, oceniającym placówki, które bardzo dobrze sprawdza się w instytucjach bankowych przy ocenie etycznych bądź nieetycznych zachowań pracowników i banku.

Bank jako spółka giełdowa a działania etyczne

Indeksy giełdowe spełniają bardzo rozmaite role. Najczęściej kojarzone są jako miary, które obrazują sytuację na giełdzie i pokazują jak prosperuje cały sektor spółek. Jednak ich rola jest jeszcze bardziej doniosła. W obecnych czasach oprócz indeksów mówiących w spójnej formule o tym co dzieje się na rynku, istnieją także indeksy giełdowe, sprzężone ze społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR). Podmioty gospodarcze notowane w tych indeksach wyróżniają się wysokim poziomem poszanowania środowiska naturalnego i wdrażają rozmaite postulaty na rzecz rozwoju społeczności lokalnych, a przede wszystkim działają zgodnie z przepisami prawa, jak i etyką biznesu⁹.

Spółeczna odpowiedzialność jest dobrze postrzeganą koncepcją zarządzania przez polskich menadżerów i praktyków gospodarczych. Do indeksów, które obrazują CSR należą: notowany w Londynie FTSE4Good, nowojorski Dow Jones Sustainability Index (DJSI) oraz funkcjonujący od 2009 r. na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie (GPW) - RESPECT Index. Ten ostatni jest, jak do tej pory, jedynym indeksem tego typu funkcjonującym w Europie Środkowo-Wschodniej (Bartkowiak, Koszel 2013). RESPECT Index pierwotnie obejmował 16 spółek notowanych na warszawskiej giełdzie. Obecnie w skład wchodzi 20 spółek, a w tym 5 banków. Są to: Bank Handlowy w Warszawie, Bank Millennium, ING Bank Śląski, Bank Zachodni WBK, Bank Polska Kasa Opieki (PEKAO).

Projekt RESPECT Index ma na celu wyłonienie spółek zarządzanych w sposób odpowiedzialny i zrównoważony, a ponadto mocno akcentuje atrakcyjność inwestycyjną spółek, którą charakteryzuje m.in. jakość raportowania, poziom relacji inwestorskich czy ład informacyjny. Dzięki uwzględnieniu wśród kryteriów kwalifikacyjnych parametru płynności RESPECT Indeks, podobnie jak inne indeksy giełdowe, stanowi realną referencję dla profesjonalnych inwestorów. W skład RESPECT Index, w wyniku weryfikacji stopnia spełnienia przyjętych kryteriów, wchodzi każda-

⁸ www.tajemniczyklient.net [dostęp: 07.01.2017]

⁹ www.kalkulator.pl [dostęp: 19.01.2017 r.]

zowo wyłącznie spółki giełdowe działające zgodnie z najlepszymi standardami zarządzania w zakresie ładu korporacyjnego (corporate governance), ładu informacyjnego i relacji z inwestorami, a także w obszarach czynników ekologicznych, społecznych i pracowniczych¹⁰.

Podsumowanie

Etyka w działalności bankowej pełni ważną rolę. Stosowanie się do zasad etycznych pozwala zdobyć zaufanie klientów. Fakt ten jest najważniejszym czynnikiem, który przyczynia się w dużej mierze do rozwoju instytucji finansowych. Banki komercyjne stosując się do kodeksów etycznych, a przede wszystkim Zasad Dobrej Praktyki Bankowej z pewnością zyskają dobrą reputację i satysfakcjonujące wyniki poprzez zdobycie nowych klientów, którzy będą gotowi im zaufać i skorzystać z ich usług. Niestosowanie się do tych zasad oraz różnego rodzaju oszustwa mogą doprowadzić działalność bankową do utraty klientów, wizerunku oraz powstania kryzysów finansowych, a nawet do bankructwa, jak było w przypadku banku Lehman Brothers. Etyczne zachowania są dla tych instytucji podstawą i powinny być opłacalne a przede wszystkim mają kapitalne znaczenie w budowaniu pozytywnego wizerunku banków.

Bibliografia

- Bartkowiak P. Koszel M. (2013). *Indeksy giełdowe spółek społecznie odpowiedzialnych*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Korenik D. (2009). *Odpowiedzialność banku komercyjnego. Próba syntezy*. Difin, Warszawa.
- Lipiński Cz. (2008). *Etyka w bankowości - dylematy pracownika bankowego*. Annales, Uniwersytet Łódzki, Łódź.
- Świdarska J. Galbarczyk T. Klimontowicz M. Marczyńska K. (2016). *Bank komercyjny w Polsce. Podręcznik akademicki*. Difin, Warszawa.
- Zieliński T. (2013). *Współczesny bank wobec paradygmatu zaufania publicznego*. Annales UMCS, Lublin.

Akty prawne:

- Kodeks etyki bankowej (Zasady dobrej praktyki bankowej), przyjęty na Walnym Zgromadzeniu ZBP w dniu 18 kwietnia 2013 r.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (tekst jednolity), Dz.U z 2015 r, poz.2135

Strony internetowe:

- www.bankier.pl
- www.compliancepolska.pl
- www.encyklopedia.pwn.pl
- www.kalkulator.pl
- www.odpowiedzialni.gpw.pl
- www.tajemniczyklient.net
- www.wyborcza.pl

¹⁰ www.odpowiedzialni.gpw.pl [dostęp: 19.01.2017]

POZYCJA KONKURENCYJNA POLSKI NA TLE INNYCH KRAJÓW CZŁONKOWSKICH UNII EUROPEJSKIEJ

Przemysław Sielski

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Streszczenie

Celem badań było określenie konkurencyjności polskiej gospodarki w latach 2004-2015, w okresie poakcesyjnym. Do realizacji wyżej wymienionego celu posłużono się metodą porównawczą i zastosowano porównawcze zestawienia z innymi państwami. Podjęto próbę sformułowania najtrafniejszej definicji konkurencyjności, która ze względu na swój interdyscyplinarny charakter jest pojęciem złożonym, w związku, z czym należy oceniać ją relatywnie. Jako punkt wyjścia przyjęto analizę mikroekonomiczną tj. z perspektywy widzenia małych i średnich przedsiębiorstw, które łącznie stanowią w Polsce około 75% ogółu przedsiębiorstw. Przytoczone zostały także czynniki wpływające na aktualną pozycję konkurencyjną gospodarki Polski oraz możliwości zmiany pozycji na arenie międzynarodowej tego kraju w przyszłości.

Słowa kluczowe: *konkurencyjność; konkurencja; działalność B+R; innowacje*

Wprowadzenie

Konkurencyjność jest przedmiotem zainteresowań wielu podmiotów gospodarczych. Wynika to z faktu, że jest ona prawdopodobnie jednym z najważniejszych elementów życia społeczno-gospodarczego w XXI wieku. Jeszcze kilka dekad temu konkurencyjność była rozpatrywana na poziomie rynków regionalnych lub narodowych, a rozpatrywanie jej w porównaniu do ogółu państw na świecie nie było tak rozpowszechnione. Powodem takiego podejścia były głównie bariery geograficzne i związane z nimi koszty transportu, ale także obostrzenia instytucjonalne stosowane przez poszczególne kraje, bądź ich grupy. Jednakże okres ostatnich trzydziestu lat to czas wielu przemian społeczno-gospodarczych, jakie dokonały się na świecie, tj. zastąpienia gospodarek centralnie planowanych gospodarkami wolnorynkowymi. Istotne znaczenie w całym procesie przemian ma także globalizacja, która zmusiła kraje do konkurowania nie tylko na poziomie międzynarodowym, ale także globalnym. Ograniczanie się do badania konkurencyjności w porównaniu do danego regionu czy też państwa nie daje nam pełnego obrazu rzeczywistości i nie jest w stanie wpłynąć na jej poprawę, wręcz przeciwnie, uznanie danego poziomu konkurencyjności za satysfakcjonujący powoduje, że zadowolamy się tym, co jest obecnie i nie idziemy na przód, w celu poprawy warunków konkurowania.

Konkurencja jest główną siłą sprawczą wzrostu gospodarczego, co przekłada się na podniesienie dobrobytu społecznego. A więc dzięki temu zjawisku występują przeobrażenia jakościowe w gospodarce. Wysoka pozycja konkurencyjna kraju umożliwia ponadto wzmocnienie jego pozycji na arenie międzynarodowej, a także wzrost atrakcyjności terytorium dla inwestycji bezpośrednich (*ang. greenfield*), (Frejtag-Mika 2008, s. 42). Próby ograniczenia, bądź wyeliminowania

konkurencji jak to miało miejsce w przypadku Polski po wprowadzeniu gospodarki centralnie planowanej, wywołały negatywne efekty jak np. wzrost ubóstwa. Jednakże konkurencyjność budzi wiele kontrowersji, szczególnie w przypadku krajów słabo rozwiniętych, których konkurencyjność opiera się głównie na posiadaniu tanich zasobów siły roboczej, przez co jej poprawa stanowi bardzo poważne wyzwanie dla takiego kraju i rządzących nim.

Pojęcie konkurencyjności

W literaturze przedmiotu można znaleźć kilkadziesiąt określeń konkurencyjności (Pierścionek 2003, s. 165). Potocznie konkurencyjność rozumiana jest, jako zdolność do konkurowania, czyli zwiększania swojego udziału w rynku lub utrzymania dotychczasowej pozycji. Przedstawione pojęcie konkurencyjności dotyczy produktu, przedsiębiorstwa, branży, sektora np. przemysłu. Do końca lat 60. konkurencyjność była atrybutem przedsiębiorstwa, jego związków lub branży oraz gałęzi. Stąd też podjęte próby jej określenia w literaturze zachodniej nawiązują do dorobku ekonomii klasycznej i neoklasycznej (Bożyk 2004, s. 45).

Mnogość czynników rzutujących na konkurencyjność wpływa na to, że trudne jest zdefiniowanie tego pojęcia w sposób kompleksowy, a jednocześnie jasny i zwięzły. Jedną z definicji konkurencyjności zaproponował Marek Stankiewicz. Definiuje on konkurencję, jako „zjawisko, którego uczestnicy rywalizują między sobą do analogicznych celów, co oznacza, że działania podejmowane przez jednych dla osiągnięcia określonych celów, utrudniają (a nawet uniemożliwiają) osiąganie takich samych celów przez innych. Tak rozumiana konkurencja może być rozpatrywana według różnych kryteriów. Są nimi: arena konkurencji, podmioty konkurencji, przedmiot konkurencji, zakres (zasięg) konkurencji, charakter konkurencji, intensywność konkurencji” (Stankiewicz 2002, s. 18). Ta krótka definicja konkurencyjności wskazuje na jej wielopłaszczyznowy charakter. Zatem wydaje się naturalne, że powinna być ona przedmiotem badań na poziomie mikro, mezo i makroekonomicznym. Warto również wziąć pod uwagę rolę zarządzania konkurencyjnością, czyli określenie poziomu konkurencyjności oraz sposobów jej poprawy przy jednoczesnym uwzględnieniu możliwości danego podmiotu. Weresa oraz Rapacki uważają, że konkurencyjność „wyraża się w poziomie dobrobytu społeczeństwa”¹¹.

Ożywione zainteresowanie tą kategorią zachodnich ekonomistów od początku lat 70. wynikało z kryzysów paliwowo-energetycznych i załamania się systemu walutowego, którego efektem było m.in. przejście na płynne kursy walutowe (Karpiński 2013, s. 59).

Pod wpływem nasilonych procesów integracyjnych i globalizacyjnych pojęcie konkurencyjności zaczęto odnosić także do gospodarki, jako całości. Za zastosowaniem pojęcia konkurencyjności w kontekście gospodarki, przemawia to, że jej stan może przyciągnąć inwestorów zagranicznych z ich kapitałem. Ponadto rozszerzył się zakres analizowanych źródeł przewag konkurencyjnych, które w coraz mniejszym stopniu wiążą się z wymianą handlową, a dotyczą teraz transferu kapitału, technologii, innowacji, zarządzania działalnością rozwojową, a także działaniami zmierzającymi do rozwoju sfery B+R.

Konkurencyjność w skali makro jest postrzegana, jako zdolność do tworzenia w długim okresie czasu większego bogactwa w porównaniu z innymi krajami oraz zdolność do sprostania presji konkurencyjnej i siłom rynkowym (Pierścionek 2002, s. 165). To także zdolność adaptacji do

¹¹ M. A. Weresa, R. Rapacki, Pozycja Polski w rozszerzonej Unii Europejskiej, [w:] Polska. Raport o konkurencyjności 2006. Rola innowacji w kształtowaniu przewag konkurencyjnych, s. 217.

zmieniającego się otoczenia międzynarodowego, a w szczególności dopasowania do zmian w strukturze gospodarki światowej np. zmian w strukturze światowego handlu zagranicznego, prowadzących do wzrostu realnych dochodów i standardów życia obywateli, podobnie jak zwiększenia szansy zatrudnienia osób poszukujących pracy.

Kraj jest konkurencyjny względem innych krajów, bądź grup krajów, jeżeli w warunkach konkurencji światowej jest w stanie osiągać ustabilizowane i wyższe od średniej tempo wzrostu dochodu narodowego, podnosić wydajność pracy oraz poprawiać jakość życia. Osiąga on wówczas równowagę bilansową i dodatnie *terms of trade*, umacnia realny kurs walutowy, a jednocześnie zapewnia względnie wysoką dynamikę wzrostu dochodów realnych *per capita* (Bossak i Bieńkowski 2004, s. 259).

Współcześnie przedmiotem szczególnego zainteresowania są konkurencyjność przedsiębiorstwa oraz gospodarki narodowej, między którymi zachodzą wzajemne związki i współzależności (Bossak i Bieńkowski 2004, s. 40).

Ze względu na różnorodność czynników przyczyniających się do konkurencyjności poszczególnych krajów powstała konieczność jej oceny i możliwości porównywania. Poprzez określenie stopnia konkurencyjności mamy możliwość powziąć odpowiednie działania i zastosować odpowiednie środki w celu poprawy konkurencyjności gospodarki.

Oprócz wynikowego podejścia do konkurencyjności, czyli badań nad konkurencyjnością udokumentowaną, coraz większego znaczenia nabierają dynamiczne ujęcia konkurencyjności od strony jej uwarunkowań i czynników. Wyróżnić, bowiem możemy dwie płaszczyzny konkurencyjności tj. na rynku produktów (dla odbiorców) oraz na rynkach czynników produkcji (dla producentów), (Ślusarczyk 2011, s. 35).

Do głównych czynników kształtujących konkurencyjność gospodarek, zgodnie z postanowieniami Światowego Forum Ekonomicznego z Davos, zaliczono: wewnętrzny potencjał gospodarczy, umiędzynarodowienie gospodarki, rząd, finanse, infrastrukturę, naukę i technikę oraz czynnik ludzki¹².

Reasumując można dojść do wniosku, że pomimo różnorodności w podejściu do problemu konkurencyjności, jest ona ściśle związana z ideą relatywności. Nie należy postrzegać jej absolutnie, lecz określać względnie, w relacji do innego podmiotu, będącego na tym samym poziomie agregacji.

Konkurencyjność polskiej gospodarki

Po 1989 roku w Polsce nastąpiła radykalna transformacja ustrojowo-systemowa. Dokonujące się przeobrażenia wywarły wpływ na tempo wzrostu gospodarczego i kształtowanie się pozostałych makroekonomicznych wskaźników obrazujących tendencje społeczno-ekonomiczne kraju znajdującego się w procesie transformacji, w tym także na tempo, kierunki i zakres wymiany międzynarodowej. Lata 90 XX wieku przyniosły między innymi istotne zmiany w zakresie rozmiarów wymiany, struktury geograficznej i towarowej handlu zagranicznego Polski (Karpiński i in. 2013, s. 47).

Jeszcze bardziej dynamiczne zmiany nastąpiły pod wpływem przystąpienia Polski do ugrupowania integracyjnego, jakim jest struktura Unii Europejskiej. Przystąpienie Polski do UE oznaczało wejście polskich eksporterów na jednolity rynek UE, pozbawiony wszelkiego rodzaju barier

¹² The Global Competitiveness Report 2014, World Economic Forum 2014.

celnych i ograniczeń w przepływie towarów. Stworzyło to jednak pewne zagrożenie dla polskich firm ze strony zagranicznych konkurentów zmuszając tym samym rodzime przedsiębiorstwa do zweryfikowania swojej strategii konkurencyjnej i odejścia od przewagi kosztowej na rzecz poprawy jakości wytwarzanych produktów, bądź też świadczonych usług (Ślusarczyk 2011, s. 225). Na podstawie rosnących z roku na rok obrotów w handlu zagranicznym należy stwierdzić, że polscy eksporterzy potrafili odnaleźć się w nowej sytuacji i wykorzystać korzyści płynące z członkostwa w unii celnej. Przystąpienie Polski do UE spowodowało wymierne korzyści, które skutkowały m.in. zniesieniem barier celnych i ograniczeń w obrocie towarami, to stanowiło również wyzwanie dla polskich eksporterów, którzy odtąd musieli konkurować ze znacznie większymi i bardziej doświadczonymi w internacjonalizacji przedsiębiorstwami.

Konkurencyjność gospodarki Polski zostanie ukazana na przykładzie analizy dwóch wskaźników konkurencyjności gospodarek: wskaźnika *IMD* opracowanego przez Instytut Rozwoju Zarządzania (*Institute for Management Development*) w Lozannie (Szwajcaria) oraz wskaźnika *WEF* opracowanego przez Światowe Forum Ekonomiczne (*World Economic Forum*). Zaprezentowane dane nie wyczerpują tematyki konkurencyjności, aczkolwiek umożliwiają dostrzeżenie pewnych istotnych zależności (Bożyk 2004, s. 16).

Na podstawie wyników badań konkurencyjności polskiej gospodarki przeprowadzone przez *IMD* oraz *WEF* trzeba stwierdzić, że konkurencyjność Polski na arenie międzynarodowej uległa znacznej poprawie (tabela 1). Były to odpowiednio miejsca: 57 w 2004 r., 33 w 2015 r. (ranking *IMD*) oraz 60 (2004 r.) i 41 w 2015 r. (ranking *WEF*). Zestawienie wyników konkurencyjności Polski z innymi gospodarkami UE opracowanych przez *IMD* i *WEF* ukazuje rosnącą potęgę gospodarki Polski¹³. Do najbardziej konkurencyjnych gospodarek Europy (i świata) można zaliczyć kraje skandynawskie tj. Danię, Finlandię i Szwecję. W czołówce krajów, które uzyskały podobny poziom konkurencyjności znajdują się również Niemcy, Wielka Brytania, kraje Beneluxu. Kraje byłego „bloku radzieckiego” zajmują niskie pozycje konkurencyjności gospodarek (Ślusarczyk 2011, s. 69).

Tabela 1. Pozycja Polski w badaniach konkurencyjności prowadzonych przez *Institute for Management Development (IMD)* i *World Economic Forum (WEF)* w latach 2004-2015.

Lata	Miejsce Polski Ranking <i>IMD</i>	Liczba badanych krajów	Miejsce Polski Ranking <i>WEF</i>	Liczba badanych krajów
2004	57	60	60	104
2006	58	61	48	125
2008	44	55	53	134
2010	32	58	39	139
2012	33	60	41	140
2014	36	60	43	144
2015	33	61	41	140

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *IMD World Competitiveness Yearbook* - za odpowiednie lata oraz *World Economic Forum The Global Competitiveness Report* - za odpowiednie lata.

¹³ Badania przeprowadzone przez *WEF* obejmują prawie dwukrotne większą liczbę krajów niż próba badawcza zastosowana przez *IMD*.

Pozycja Polski w obu zestawieniach tj. przygotowanych przez Instytut Rozwoju Zarządzania w Lozannie (*IMD*) oraz wskaźnika *WEF* opracowanego przez Światowe Forum Ekonomiczne wynika ze struktury polskiego eksportu (nadal znaczny udział w naszym eksporcie zajmują towary słabo przetworzone m.in. żywność), stosunkowo wysokiej stopy bezrobocia (jednak od dłuższego czasu wykazuje ona tendencję malejącą), niskiego poziomu oszczędności gospodarstw domowych, czyli niską skłonnością do oszczędzania. Istotnym czynnikiem są jednak niskie nakłady na naukę i edukację, a w szczególności na badania i rozwój, które stanowią ważny czynnik dla wzrostu konkurencyjności.

Porter w artykule „Konkurencyjna przewaga narodów” zamieszczonym w książce „Porter o konkurencji” stwierdza, że zamożność krajów tworzy się, a nie dziedziczy i że nie wyrasta ona z naturalnych bogactw kraju, jego siły roboczej, jego stóp procentowych ani z wartości jego waluty. Jedynym kryterium oceny konkurencyjności na poziomie narodowym jest efektywność, pojmowana w tym przypadku, jako wartość wytworzonych dóbr na jednostkę pracy lub kapitału. Tak rozumiana efektywność jest czynnikiem decydującym o poziomie PKB *per capita* i wyznacznikiem poziomu życia narodu w długim okresie (Porter 2002, s. 18).

Ranking krajów UE-28 według wartości PKB na 1 mieszkańca liczonej wg PSN w latach 2004 i 2014 przedstawiono na rysunku 1.

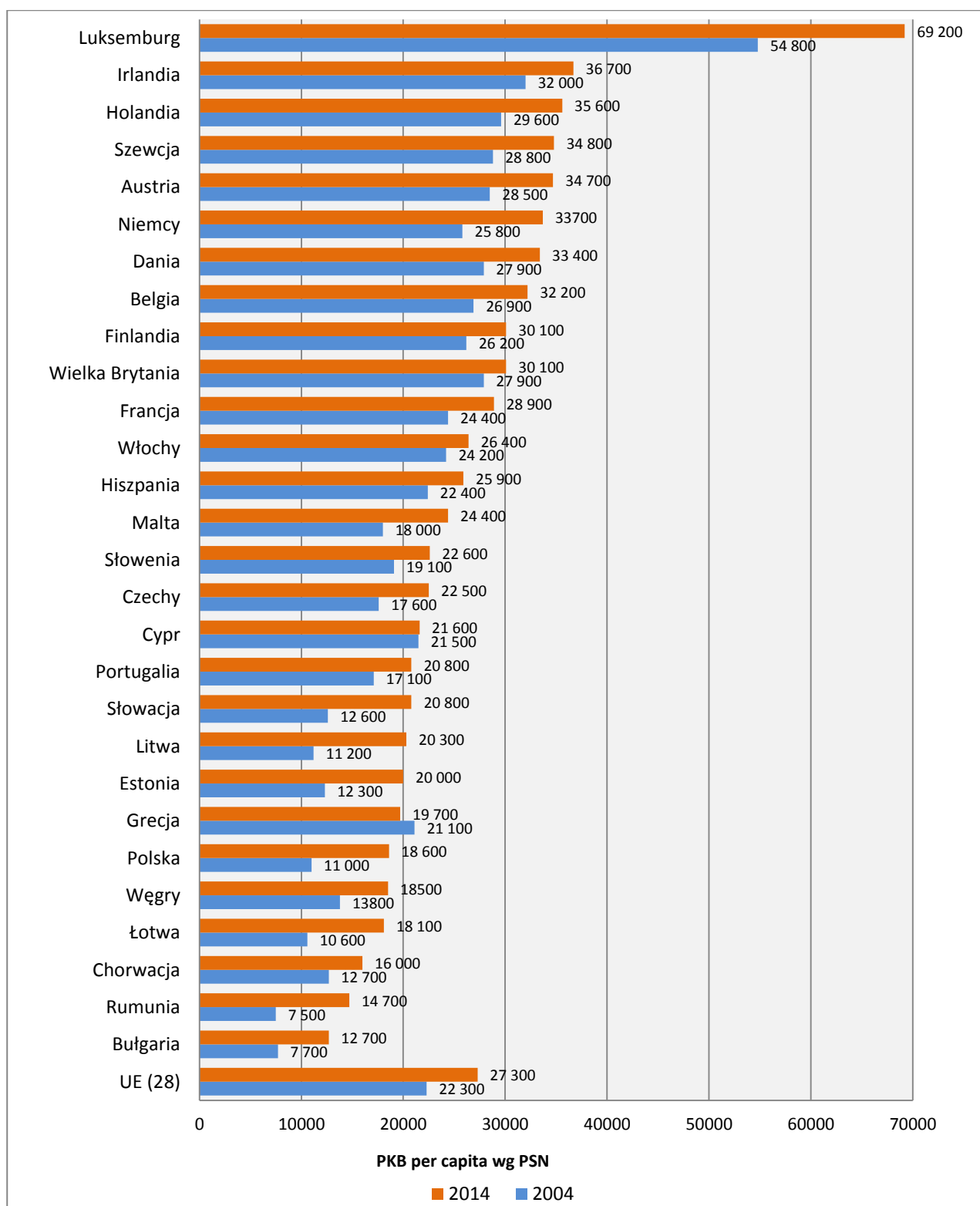
Według *European Commission* 2015, w 2014 r. przeciętny PKB na 1 mieszkańca w krajach rozszerzonej Unii Europejskiej (UE-28), liczony wg PSN, wyniósł 27,3 tys. EUR. W strefie euro w obecnym jej składzie (UE-19) wynosił on 29 tys. EUR, a w krajach wchodzących w skład Unii przed jej rozszerzeniem (UE-15) - 29,7 tys. EUR.

Poziom dochodów w krajach członkowskich UE jest nadzwyczaj zróżnicowany. Liderem pod względem poziomu PKB na 1 mieszkańca jest Luksemburg (69,2 tys. EUR wg PSN)¹⁴. Wysoki dochód na mieszkańca (około 30 tys. EUR wg PSN lub więcej) mają również: Holandia, Belgia, Dania, Szwecja, Austria, Niemcy, Irlandia i Wielka Brytania. Francja, Włochy i Hiszpania notują nieco niższe dochody na mieszkańca (od 25 tys. do 29 tys. EUR wg PSN). Mniej zaawansowane kraje Europy Zachodniej, jak Grecja, Portugalia, Cypr i Malta, mają znacznie niższe dochody (od 20 tys. EUR wg PSN do 24 tys. EUR wg PSN). W krajach Europy Środkowo-Wschodniej PKB na 1 mieszkańca (wg PSN) kształtuje się w przedziale od 13 tys. EUR w Bułgarii do około 22,5 tys. EUR w Czechach i Słowenii.

Pozycja Polski na tym tle nie wygląda najlepiej. Przy wartości PKB na 1 mieszkańca liczonej wg PSN równej 18,6 tys. EUR w 2014 r. zajmujemy miejsce w dolnej części rankingu krajów poszerzonej UE, wyprzedzając tylko Węgry, Łotwę, Chorwację, Rumunię i Bułgarię.

W ostatnich kilku latach nastąpiły duże przetasowania w tym rankingu z uwagi na zróżnicowaną reakcję poszczególnych krajów na globalny kryzys oraz kryzys w strefie euro. W rezultacie Polska wyprzedziła Węgry i Łotwę oraz zbliżyła się do Estonii i Litwy, ale dystans dzielący nas do Czech, Słowacji i Słowenii pozostaje nadal znaczący. Porównując dane o PKB *per capita* w latach 2004 i 2014, widzimy, że w okresie po wstąpieniu do Unii Europejskiej, Polska osiągnęła znaczny postęp w zmniejszaniu luki dochodowej dzielącej ją od wyżej rozwiniętych krajów Europy Zachodniej.

¹⁴ Wyjątkowo wysoka wartość PKB *per capita* w Luksemburgu nie odzwierciedla dokładnie różnicy w poziomie życia w tym kraju w stosunku do innych krajów Europy Zachodniej; wynika ona głównie z wysokich dochodów uzyskiwanych przez międzynarodowe koncerny, banki i instytucje finansowe lokalizujących swoje siedziby ze względu na znacząco niższe podatki w tym kraju.



Rys. 1. Zestawienie krajów UE ze względu na PKB na 1 mieszkańca wg PSN (w EUR).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *European Commission* oraz *IMF*.

W ciągu dziesięciu ostatnich lat wartość PKB *per capita* w Polsce mierzona wg PSN wzrosła o prawie 70%, podczas gdy ten sam miernik dochodu w krajach UE 15 wzrósł tylko o 17%, co jest dowodem dalszego postępu w zmniejszaniu luki dochodowej w stosunku do Europy Zachodniej. PKB *per capita* jest jedynie przybliżonym i orientacyjnym wskaźnikiem poziomu życia w danym kraju. Poziom życia mieszkańców zależy także w dużym stopniu od rozkładu dochodów oraz od posiadanych zasobów majątkowych. Niestety, w statystyce międzynarodowej nie zawarto prawie

żadnych danych o zasobach majątkowych gospodarstw domowych (finansowych i rzeczowych), a dane dotyczące nierówności w podziale dochodów, a w szczególności zakresu biedy, są niepełne i często mało aktualne.

Konkurencyjność oparta na innowacyjności

Kluczową rolę w budowaniu konkurencyjności w zglobalizowanej gospodarce opartej na wiedzy odgrywa innowacyjność. Innowacje są niezbędne do wzrostu produktywności czynników wytwórczych, wpływają również na przewagi konkurencyjne w otoczeniu międzynarodowym. Gospodarka, aby mogła się rozwijać dynamicznie i efektywnie, potrzebuje innowacji. Powodem dla którego innowacje będą powstawały w społeczeństwie i gospodarce jest konieczność istnienia skłonności do innowacji, czyli innowacyjności. Innowacyjność oznacza, bowiem skłonność i zdolność do tworzenia nowych i doskonalenia istniejących już produktów i procesów technologicznych oraz nowych systemów organizacji i zarządzania, a także innych imitacyjnych zmian, prowadzących do powstania nowych wartości w różnych podsystemach systemu przedsiębiorstw i adaptacji zagranicznych osiągnięć naukowo-technicznych (Pająk 2016, s. 54).

Skłonność do innowacji, jako cecha powszechna, ujawnia się jednak jedynie wówczas, gdy spełnione są określone warunki. Najważniejsze jest istnienie nieskrępowanego mechanizmu rynkowego, wspomaganego przez państwo poprzez tworzenie ram prawnych funkcjonowania gospodarki i ochronę interesów konsumentów, a także stymulowanie rozwoju gospodarczego (Marciniak 2009, s. 24). W praktyce oznacza to istnienie konkurencji na wszystkich rynkach tj. rynku towarów i usług, pracy, walutowym oraz rynku finansowym. Ingerencja państwa powinna dotyczyć obszarów, w których funkcjonowanie mechanizmu rynkowego zawodzi. Taka ingerencja powinna, więc mieć miejsce w zakresie badań podstawowych, polityki innowacyjności, rozwoju systemów edukacyjnych i tworzenia oraz rozwijania podstawowego kapitału, jakim jest kapitał ludzki.

Innowacyjność w gospodarce można rozpatrywać w dwojakim kontekście tj. jako innowacyjność przedsiębiorstw oraz jako innowacyjność gospodarki jako całości.

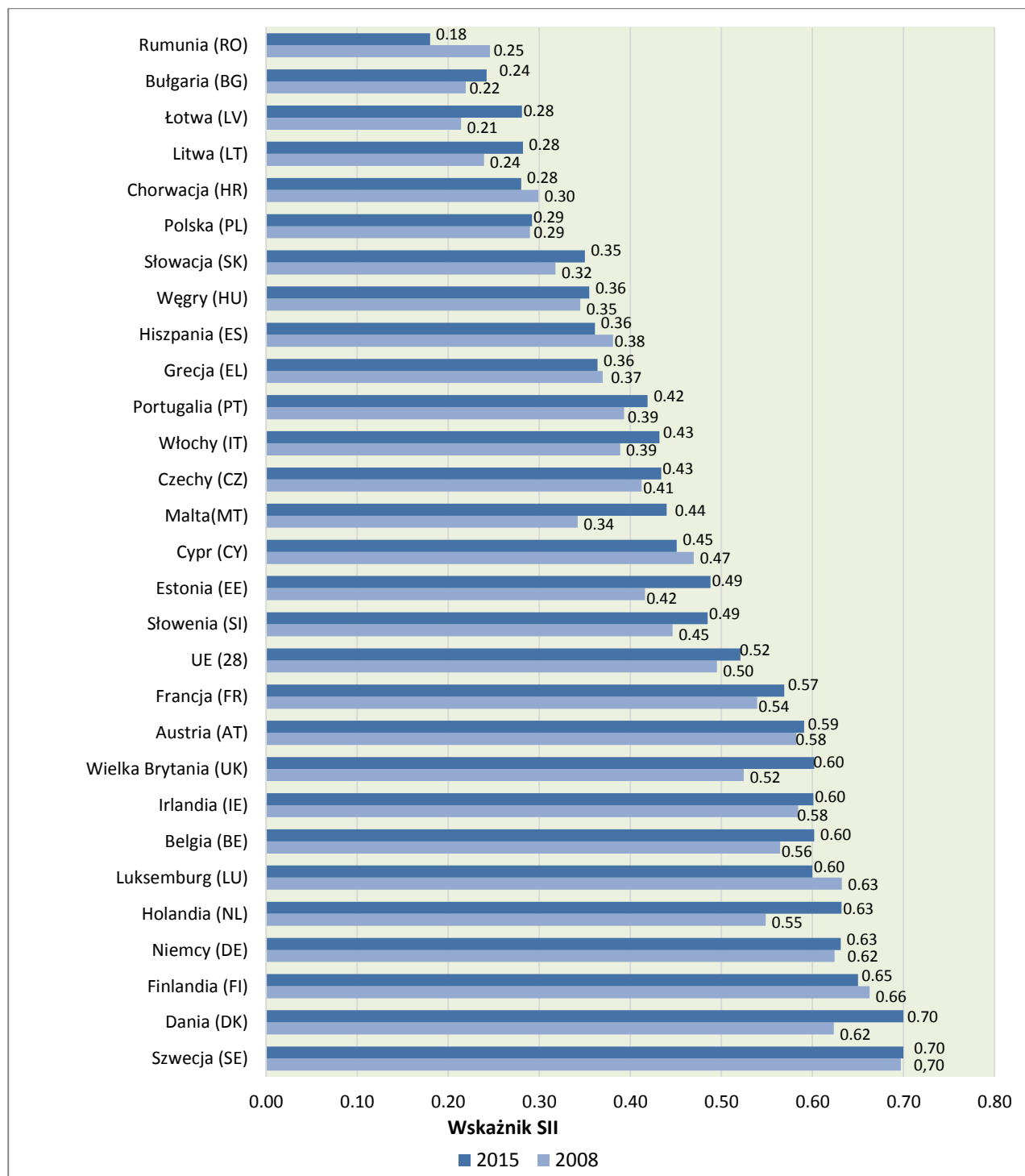
Poziom życia w danym kraju zależy od efektywności jego firm. Aby osiągnąć wysoką efektywność, firmy muszą tę efektywność nieustannie zwiększać przez podwyższanie jakości produktów doskonalenie technologii, innowacyjność w jak najszerszym zakresie działalności, w tym w nowych nieistniejących dotąd zakresach.

Publikowany systematycznie od 2001 roku *European Innovation Scoreboard (EIS)* zawiera sumaryczny wskaźnik innowacyjności (*Summary Innovation Index - SII*). Wskaźnik ten obliczany jest na podstawie dokonań związanych z działaniami innowacyjnymi w 29 zakresach, podzielonych na siedem grup. Do tych grup należą:

- 1) siły sprawcze innowacji obejmujące zasoby ludzkie, w tym kapitał ludzki;
- 2) Finansowanie i wsparcie, które obejmują m.in. udział wydatków publicznych na B+R w procencie PKB, wydatki na technologie informacyjne w procencie PKB;
- 3) działalność przedsiębiorstw, to m.in. wydatki przedsiębiorstw na B+R w procencie PKB, wydatki na technologie informacyjne w procencie PKB;
- 4) przedsiębiorczość i powiązania MSP wprowadzających własne innowacje, jako procent ogólnej liczby tej grupy firm;
- 5) wskaźniki związane z ochroną własności intelektualnej - przepustowość, liczba wynalazków zgłoszonych do ochrony w *European Patent Office (EPO)* na milion mieszkańców, bilans płatniczy w zakresie obrotu produktami wysokiej technologii;
- 6) wyniki MSP wprowadzających innowacje produktowe lub procesowe, marketingowe lub organizacyjne, innowatorzy zwiększający efektywność wykorzystania zasobów;

7) efekty ekonomiczne, m.in. procent zatrudnionych w gałęziach „wiedzochłonnych”, udział wyrobów wysokiej technologii, eksport usług „wiedzochłonnych”.

Przedstawiony wskaźnik *SII* jest niewątpliwie bardzo przydatny w kompleksowej analizie problemu innowacyjności. Polska plasuje się na końcu krajów UE o najwyższej innowacyjności mierzonej za pomocą sumarycznego wskaźnika *SII*. Autorzy opinii Ministerstwa Gospodarki na temat raportu *EIS 2016* stwierdzają, że chociaż poziom wskaźnika *SSI* jest dla Polski niski, to jednak tempo jego wzrostu jest wyższe od średniej UE. Nie zmienia to jednak faktu, iż osiągnięcie poziomu średniej *SII* dla Unii Europejskiej może nam zająć około 20 lat (Weresa 2015, s. 14).



Rys. 2. Sumaryczny wskaźnik innowacyjności (*SII*) w krajach UE (28) w 2008 i 2015.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *European Innovation Scoreboard 2016* i 2009.

Na podstawie wskaźnika *SSI* podzielono badane państwa na cztery grupy:

- 1) Liderzy innowacyjności (*Innovation Leaders*). Do tej grupy zostały zaliczone następujące państwa: Szwecja, Dania, Finlandia, Niemcy i Holandia. Szwecja ma najwyższy wskaźnik, jego podstawą są jednak bardzo duże nakłady na B+R.
- 2) Naśladowcy (*Innovation Followers*). Do tej grupy zaliczono kraje, dla których wartość wskaźnika *SII* jest niższa niż w grupie liderów, ale wyższa od średniej dla UE. Są to: Irlandia, Belgia, Wielka Brytania, Luksemburg, Austria, Francja. W tej grupie znalazła się również Słowenia, która ma wskaźnik *SII* niewiele niższy od średniej dla UE (28).
- 3) Umiarkowani innowatorzy (*Moderate Innovators*) to najliczniejsza grupa państw ze wskaźnikiem *SII* poniżej średniej UE - 28. Do tej grupy zaliczono: Cypr, Estonię, Maltę, Czechy, Włochy, Portugalię, Grecję, Hiszpanię, Węgry, Słowację, Polskę, Litwę oraz Chorwację.
- 4) Grupa „pościgowa” (*Catching- up Countries*). Wartości *SII* w tej grupie są zdecydowanie niższe od średniej unijnej. W 2015 r. do tej grupy należała Bułgaria oraz Rumunia. Warto zwrócić uwagę na wartość wskaźnika dla Rumunii, który w 2008 roku był znacznie wyższy (0,25) niż dla Bułgarii (0,22). Rumunia od 2008 roku plasowała się wyżej od Bułgarii ze względu na wartość sumarycznego wskaźnika innowacyjności. Niestety ten trend uległ znacznemu pogorszeniu w roku 2014 i 2015. Co ciekawe wartość wskaźnika *SII* dla Rumunii drastycznie spadła w roku 2015 w porównaniu do roku 2008 (-0,07). Ten niekorzystny trend nie dotyczył jednak Bułgarii, dla której wartość wskaźnika *SII* w 2015 r. wyniósł 0,24.

Biorąc pod uwagę 7 grup, z których składa się sumaryczny wskaźnik innowacyjności Polska najlepiej wypada pod względem sił sprawczych innowacji obejmujących zasoby ludzkie, w tym kapitał ludzki (1). Wskaźnik ten wynosił 0,497 w 2008 i wzrósł w 2015 r. do 0,556. Jest to niewątpliwie wynikiem popularyzacji szkolnictwa wyższego i zauważania w społeczeństwie relacji, że wyższe wykształcenie wiąże się na ogół z otrzymywaniem wyższego wynagrodzenia za pracę oraz zajmowaniem prestiżowych funkcji w firmie, przede wszystkim tych kierowniczych. Zauważalna jest również poprawa w działalności przedsiębiorstw związanej m.in. z wydatkami na B+R w procencie PKB oraz na nowoczesne technologie informacyjne w procencie PKB (3). Wskaźnik *SII* w grupie 3 wyniósł 0,284 i 0,361 odpowiednio w roku 2008 i 2015. Wzrost tego wskaźnika może wynikać z dynamicznie postępującej rewolucji informatycznej i technologicznej, jaka ma miejsce od wynalezienia komputera. Ponadto firmy zdają sobie sprawę, że muszą być „o krok” przed swoimi konkurentami, aby utrzymać się na rynku i zdobyć środki na dalszy rozwój swojej działalności.

Niekorzystnie wygląda sytuacja MSP wprowadzających innowacje produktowe lub procesowe, marketingowe, bądź organizacyjne. Wskaźnik ten wyniósł w 2015 r. 0,101 i choć wzrost nieznacznie w porównaniu do roku 2008 (+0,024), to nadal jest jednym z najniższych w Europie (5). Niższy wskaźnik w tym obszarze posiadają jedynie Bułgaria i Rumunia, a więc państwa, które należą do najslabiej rozwiniętej grupy innowatorów w UE, biorąc pod uwagę wartość wskaźnika *SSI*. Jest to niewątpliwie obszar, nad którym należałoby się skupić w najbliższej przyszłości zachęcając np. do opracowywania wynalazków i patentów.

Pozytywną obserwacją jest fakt, iż finansowanie i wsparcie, które obejmują m.in. udział wydatków publicznych na B+R w procentach PKB, a także wydatki na technologie informacyjne wzrosły w 2015 roku do 18 060,7 mln zł, a ich relacja do PKB wyniosła 1%.

Podsumowanie

Polska była jedynym krajem w Unii Europejskiej, który uniknął recesji podczas globalnego kryzysu ekonomiczno-finansowego w latach 2008-2009. Chociaż zjawisko to było głównie rezultatem statystycznej poprawy salda handlu zagranicznego (w związku z głębszym spadkiem importu niż eksportu), to jednak sam fakt, że Polska uniknęła podczas kryzysu spadku realnego PKB, był niewątpliwym sukcesem, świadczącym zarówno o dużej odporności na wstrząsy zewnętrzne, jak i dobrej ogólnej kondycji gospodarki. Podsumowując ogólną kondycję gospodarki wyniki uzyskane przez Polskę w 2015 r., są w kontekście ogólnej sytuacji gospodarczej w Europie stosunkowo dobre. Ocena aktualnego stanu polskiej gospodarki zawarta w najnowszym raporcie *OECD* poświęconym ocenie naszej gospodarki (*OECD 2015*) jest wysoce pozytywna. Raport podkreśla, że ogólne wyniki osiągnięte przez Polskę w rozwoju gospodarczym są imponujące, a stosunkowo szybki wzrost gospodarczy w ostatnim dziesięcioleciu pozwolił znacznie skrócić dystans dzielący Polskę od przeciętnego poziomu życia w Unii Europejskiej. Jednak niewątpliwe osiągnięcia odnotowane w procesie transformacji systemowej i integracji europejskiej oraz niezłe wyniki makroekonomiczne uzyskane w 2015 r. nie powinny przestaniać wielu nierozwiązanych wciąż problemów ekonomicznych i społecznych oraz poważnych zagrożeń dotyczących przyszłego rozwoju polskiej gospodarki.

Bibliografia

- Bossak J. W., Bieńkowski W. (2004). *Międzynarodowa zdolność konkurencyjna kraju i przedsiębiorstw. Wyzwania dla Polski na progu XXI wieku*. Wydawnictwo SGH, Warszawa.
- Bożyk P. (red.) (2004). *Konkurencyjność polskiej gospodarki w warunkach członkostwa w Unii Europejskiej*. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomiczno-Informatycznej w Warszawie, Warszawa.
- Breński W., Oleksiuk A. (2008). *Strategiczne szanse polskiej gospodarki w kontekście globalizacji*. Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Frejtag-Mika E. (red.) (2009). *Wpływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych na konkurencyjność polskiej gospodarki*. PWE, Warszawa.
- Jasiński A. (2014). *Innowacyjność w gospodarce Polski*. Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Karpiński A. i in. (2013). *Jak powstawały i upadały zakłady przemysłowe w Polsce*. Wydawnictwo Muza S.A., Warszawa.
- Marciniak S. (2010). *Innowacyjność i konkurencyjność gospodarki*. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.
- Noga M., Stawicka M. (red.) (2008). *Co decyduje o konkurencyjności polskiej gospodarki?* Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa.
- Pająk K. (red.) (2016). *Innowacyjność wyzwaniem dla współczesnej gospodarki*. Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa.
- Pierścionek Z. (2002). *Konkurencyjność Polskiej Gospodarki*. Wydawnictwo Rządowego Centrum Studiów Strategicznych, Warszawa.
- Pierścionek Z. (2003). *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstw*. PWN, Warszawa.
- Porter M. E. (2001). *Porter o konkurencji*. PWE, Warszawa.
- Radło M., Ciesielska D. (2013). *Polska w pułapce średniego dochodu? Perspektywy konkurencyjności polskiej gospodarki i regionów*. Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Stankiewicz M. J. (2002). *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*. Wyd. TNOiK, Toruń.
- Ślusarczyk B. (2011). *Międzynarodowa pozycja konkurencyjna Polski*. Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa.
- Weresa M. (red.) (2015). *Raport o konkurencyjności 2015. Innowacje, a pozycja konkurencyjna polskiej gospodarki w latach 2007-2014*. Wydawnictwo SGH, Warszawa.
- The Global Competitiveness Report 2014*, World Economic Forum 2014.

BANKOWOŚĆ ELEKTRONICZNA JAKO NOWOCZESNA FORMA SPRZEDAŻY USŁUG BANKOWYCH

Joanna Kaczyńska

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Streszczenie

Celem badań była próba oceny rozwoju bankowości elektronicznej, w tym bankowości internetowej jako nowej formy obsługi klienta. Realizacja tak postawionego celu przeprowadzono poprzez krytyczną analizę literatury przedmiotu na temat bankowości elektronicznej głównie w odniesieniu do jednej z najważniejszych obecnie jej form - bankowości internetowej. Opisano istotę, zakres usług, a także sposób zapewnienia bezpieczeństwa obrotu, które jest bardzo ważne, wręcz fundamentalne w tej formie bankowości.

Słowa kluczowe: *bankowość elektroniczna; usługi bankowe; kanał dystrybucji*

Wprowadzenie

Współcześnie technologia jest głównym źródłem funkcjonowania wielu dziedzin działań gospodarczych. Urzeczywistnia się wizja świata, który oparty jest na informacji łatwej i szeroko dostępnej. Internet przyczynia się istotnie do takiego postrzegania świata. Poprzez ten kanał informacyjny możliwe jest zawieranie transakcji finansowych, jak i handlowych. Rolą banku jest to, aby społeczeństwo lokujące w nim środki, było zadowolone ze swoich decyzji przy wyborze usługodawcy. Banki nieustannie zaczynają wdrażać do swojej oferty nowe sposoby dostępu do swoich produktów. W okresie przed rewolucją internetową środki finansowe na rachunkach były dostępne wyłącznie za pośrednictwem placówki banku. Później wprowadzono bankomaty, jako małe oddziały bankowe, a następnie wykorzystywano do tego celu Internet. Poprzez internetowy sposób dostępu do rachunku, społeczeństwo może korzystać ze zgromadzonych oszczędności przez 24h na dobę (Białas 2013).

Bankowość elektroniczna i ewolucja bankowości internetowej

Szybki rozwój technologii informatycznych wpływa na dynamiczne zmiany zachodzące na rynku finansowym. Tym samym oczekiwania i wymagania społeczeństwa we wszystkich dziedzinach życiowych wzrastają, przez co instytucje - takie jak banki - muszą unowocześniać swoje oferty, produkty bankowe oraz kanały ich dystrybucji, aby potrzeby ich klientów zostały zaspokojone. Banki, które nie zagospodarują platformy elektronicznej mają małe szanse przetrwania na rynku. W przeciwnym razie banki mogą generować większe zyski.

Powstanie nowych kanałów dystrybucji produktów bankowych zwiększa szansę dotarcia do nowych klientów, a także może obniżyć koszty działalności bankowej. Podstawowym celem tej odmiany bankowości jest umożliwienie dostępu do pieniędzy zgromadzonych na rachunkach klientom (indywidualnym i instytucjonalnym) w prosty i bezpieczny sposób. Bankowość elektro-

niczna jest prężnie rozwijającym się obszarem bankowości. Jest to gałąź bankowości, która ciągle ewoluuje, co powoduje, że inaczej wygląda jej postać i zakres dzisiaj, a inaczej będzie wyglądała za kilka lat. Bankowość elektroniczna jest już stosunkowo dobrze ugruntowaną formą działalności bankowej (Stępień 2015).

Według W. Chmielarza podstawową koncepcją bankowości elektronicznej jest dążenie do stworzenia systemu, w którym rozliczenia finansowe odbywać się będą bez obiegu mediów papierowych, komunikacja pomiędzy bankiem a jego klientami oraz w obrębie samego banku odbywać się będzie na drodze teletransmisji, natomiast wszelkie dane będą przechowywane i przetwarzane w bazach danych informatycznego systemu wspomagającego zarządzanie bankiem (Chmielarz 2005).

Według B. Świeckiej bankowość elektroniczna jest (...) nowoczesną formą usług oferowanych przez banki, polegającą na umożliwieniu klientowi dostępu do jego rachunku za pośrednictwem elektronicznych urządzeń, takich jak: komputer (...), telefon stacjonarny (...), i komórkowy (...), a także telewizję interaktywną (...), bankomaty, terminale POS czy też kioski multimedialne (Świecka 2012).

A. Janc i G. Kotliński (2000) uważają, iż bankowość elektroniczna jest całościową koncepcją, zakładającą wykorzystanie w praktyce operacyjnej systemów informatyczno-komunikacyjnych do usprawnienia i przyspieszenia obiegu pieniądza bezgotówkowego. D. Korenik natomiast definiuje bankowość elektroniczną w oparciu o pieniądz elektroniczny jako zestaw środków techniczno-informatycznych, magnetycznych, elektronicznych i teletransmisji, pozwalający na obrót pieniężny bez nośnika papierowego i zakładający trójstronne związki między bankiem, handlem i konsumentami, który mieści się w ogólnym procesie komputeryzacji stosunków finansowych, jaki rozwija się na świecie od lat siedemdziesiątych (Korenik 2006).

T. Porębska-Miąc przyjmuje, że istotę bankowości elektronicznej stanowi możliwość korzystania z usług bankowych niezależnie od miejsca i czasu. Natomiast najszerszej chyba rozumiane pojęcie bankowości elektronicznej widnieje w raporcie EDS, którego autorzy uważają ją za wszelkie rozwiązania biznesowe i technologiczne umożliwiające interakcje banku i jego klientów przy użyciu urządzeń technicznych przekazujących dane kanałami elektronicznymi, przy jednoczesnym zintegrowaniu takiego kanału wymiany usług i informacji w strukturze organizacyjnej i technologicznej banku. Ta ostatnia definicja jest najtrafniejszą próbą opisu bankowości elektronicznej, gdyż nie ogranicza ona tego pojęcia do tylko niektórych usług bankowości elektronicznej jak bankowości internetowej czy home-bankingu, ale daje pełen obraz i zakres tego rodzaju bankowości (Porębska-Miąc 2014).

Podobnie określa ją Rada Bankowości Elektronicznej, która wskazuje, że: „Bankowość elektroniczna jest formą usług oferowanych przez niektóre banki, polegającą na umożliwieniu klientowi dostępu do jego rachunku za pośrednictwem komputera (bądź innego urządzenia elektronicznego, np. bankomatu, POS, czy telefonu) i łącza telekomunikacyjnego (np. linii telefonicznej)”. Definicja RBE jest najczęściej stosowana przez fachowe pisma bankowe oraz portale internetowe. Wiek XX był wiekiem bardzo szybkiego rozwoju technologii. Dla bankowości znaczyło to (tak jak dla każdej branży) zwiększenie możliwości usługowych.

Pierwszy bank powstał we Włoszech, w Wenecji w 1156 roku i dokonywanie wszystkich (jakie w tym czasie były dostępne) operacji bankowych wiązało się z fizycznym kontaktem klienta z bankiem. Upięknęło ponad 800 lat jak banki, mając techniczne możliwości, ograniczają tradycyjną formę komunikacji z klientem na rzecz zaspakajania rosnących potrzeb ich klientów. Dla sa-

mych banków są to formy wygodniejsze. Klient już nie musi godzinami stać przed okienkiem kasowym w oddziale banku, a bank ponosić związanych z tym kosztów obsługi. Zaczęto rozwijać nowe sposoby dostępu do rachunku klienta (Tapscott 2016).

Pierwszym krokiem w tym kierunku była możliwość telefonicznego kontaktu z bankiem, na początku była to linia wyłącznie informacyjna. Później przyszedł czas na bankomaty, które były na samym początku pewnymi „skrzynkami z pieniędzmi”, gdyż pozwalały one tylko na pobranie gotówki. Dzisiaj bankomaty są już bardzo zaawansowane, jeżeli chodzi o ilość operacji przez nie obsługiwanych (wpłaty, przelewy, zasilanie konta telefonu w sieci GSM, itp.). Bankomatów dostępnych na rynku jest bardzo dużo, a dzięki prostocie ich obsługi, dużej ich popularności u społeczeństwa oraz faktowi, iż pozwalają one pobrać gotówkę 24 godziny na dobę w prawie każdym miejscu na świecie. Bankomaty to pewnego rodzaju komputery. Zatem kolejną innowacją było połączenie banku i komputera domowego użytku z Internetem, a otrzymano bankowość internetową, która jest najnowszym kanałem komunikacji klienta z jego bankiem (Korenik 2006).

Prekursorem bankowości internetowej jest tzw. *home banking*, polegający na bezpośredniej komunikacji klienta z bankiem przy użyciu modemu, komputera oraz specjalnego oprogramowania, które klient otrzymuje od banku. Później pojawiła się bankowość internetowa, która zastąpiła niemal całkowicie *home banking*. Zasadnicza różnica między nimi polega na tym, że w pierwszym przypadku użytkownik łączy się przy pomocy specjalnego bankowego oprogramowania (często specjalną, dzierżawioną linią) bezpośrednio z serwerem bankowym, podczas gdy w drugim wystarcza popularna przeglądarka internetowa.

Początkowo witryny internetowe służyły bankom w celach informacyjnych. Internet był miejscem dla banku, gdzie mógł on zamieszczać informacje, robić reklamę swojej oferty, produktów bankowych. Następnie wprowadzono pewne interakcje klienta z bankiem. Ten pierwszy mógł wypełnić wniosek o kartę kredytową czy skorzystać z kalkulatora on-line, a także udostępniano listę oddziałów, bankomatów oraz adres poczty elektronicznej banku, poprzez który można było pisać „elektroniczne” listy do swojego banku. Pojawiały się na stronach internetowych mini-poradniki i słowniczki pozwalające zapoznać się z nomenklaturą bankową oraz umożliwiające lepsze rozeznanie się i zrozumienie ofert bankowych. Tego typu narzędzia on-line miały także na celu zbudowanie więzi pomiędzy człowiekiem a bankiem, co miało zaowocować długą współpracą obu stron. Następnym tego był pełen dostęp do konta z domowego komputera klienta banku oraz dużo innych możliwości (Macierzyński 2008).

Rodzaje bankowości elektronicznej

Bankowość elektroniczna dzieli się na rodzaje wg różnorodnych kryteriów, z czego najczęściej pojawiającym się w literaturze jest to w oparciu o jaki rodzaj urządzeń elektronicznych stworzono określone rozwiązanie. Bazuje się na różnorodności kanałów dystrybucji usług bankowych. Z tego punktu widzenia do podstawowych narzędzi bankowości elektronicznej zalicza się: systemy *home/corporate banking*, systemy *self-banking* (bankomaty), systemy EFT-POS, bankowość telefoniczną, bankowość internetową.

Pojęcia *home banking* i *corporate banking* oznaczają usługi umożliwiające korzystanie przez klienta z zasobów systemu informatycznego banku poprzez wykorzystanie systemu informatycznego klienta, przy czym termin *home banking* używa się w odniesieniu do klientów indywidualnych, natomiast *corporate banking* (lub *telebanking*) oznacza usługę skierowaną do klientów instytucjonalnych.

Home bankingiem można nazwać wszelkie usługi bankowe, z jakich korzysta się bez konieczności odwiedzania oddziału - nie jest więc to jedynie, wbrew opinii niektórych, możliwość korzystania z usług bankowych przy pomocy Internetu. W skład wchodzi także obsługa telefoniczna rachunku, czy dokonywanie transakcji przy pomocy telefonu komórkowego. Aby klient mógł korzystać z usług *home-bankingu*, konieczna jest wizyta pracownika banku u klienta instalacja specjalistycznego oprogramowania, itp. Bank BRE S.A. jako pierwszy w Polsce wprowadził w połowie lat dziewięćdziesiątych systemy *home/corporate banking*. *Home banking* umożliwia klientowi przede wszystkim całodobowy dostęp do aktualnych danych o wysokości salda, wolnych środkach i obrotach na wszystkich rachunkach w banku, składanie zleceń płatniczych krajowych i zagranicznych, zakładanie lokat terminowych, składanie dyspozycji bankowych takich, jak zastrzeżenie i anulowanie zastrzeżenia czeków, wydanie opinii bankowej itd. stały dostęp do informacji o kursach walut, oprocentowania lokat i kredytów, korzystanie z poczty elektronicznej. Natomiast systemy *self-bankingu* i EFT-POS charakteryzują się tym, że karta płatnicza jest niezbędnym środkiem transakcji bankowej. Systemy bankowe *self-bankingu* realizowane są poprzez tradycyjne tzw. bankomaty, a zatem są najstarszą formą bankowości elektronicznej (Białas 2013).

Bankowość telefoniczna (*Phone Banking*) jest kolejnym kanałem komunikacyjnym łączącym klienta z bankiem. Wszystko, co jest wymagane do przeprowadzenia na przykład transakcji finansowych to telefon komórkowy, a nawet telefon stacjonarny (wymagana jest funkcja tonowego wybierania numerów). Operacje dokonywane w ten sposób nazywane są również operacjami z udziałem *call-center*. Zarządzać środkami na rachunku można po prawidłowym wpisaniu na telefonie naszego numeru konta i tzw. numeru PIN (znany on jest tylko właścicielowi rachunku). Od strony teleinformatycznej proces ten przypomina korzystanie z poczty głosowej czy zasilanie telefonu komórkowego (telefon „na kartę”, bez abonamentu). Od strony banku uruchomiona zostaje automatyczna obsługa (nagrane sekwencje zdań), która „prowadzi” nas do czynności, którą chcemy wykonać. Obecnie wszystkie banki mające uruchomioną bankowość telefoniczną, mają dodatkowo opcję połączenia się z operatorem obsługującym bardziej skomplikowane operacje. Proces obsługi jest naprawdę bardzo prosty i każdy człowiek używający telefonu jest w stanie przejść przez niego bez jakichkolwiek trudności (Cecchetti 2006).

Taki tryb komunikacji klienta z bankiem jest zdecydowanie tańszy dla banku, a co ważniejsze dla odbiorców usługi. Koszt telefonu do banku (nie do oddziału, tylko do specjalnej infolinii) jest zdecydowanie mniejszy niż koszt fizycznego odwiedzenia placówki banku. Operacje dokonywane za pomocą telefonu dzielimy na operacje aktywne oraz pasywne. Te ostatnie dotyczą klientów, którzy chcą tylko pobrać informacje o zmianie czy stanie salda swojego konta. Dodatkowo czasami teleserwisy pozwalają na sporządzenie historii zmian salda czy udzielenie informacji o oprocentowaniu depozytów, kredytów czy wreszcie kart płatniczych, wszystko jedynie poprzez wykorzystanie telefonu. Dodatkowym atutem i możliwością w bankowości telefonicznej jest kontaktowanie się klienta z bankiem za pomocą komunikatów SMS (*SMS Banking*) wysyłanych przez telefony komórkowe (sieć GSM). Nie istnieje zatem nawet komunikacja werbalna czy potrzeba funkcjonowania automatycznych bankowych operatorów.

Istnieją dwa sposoby dostępu do usługi SMS - powiadamianie (*push*) i pobieranie (*pull*), (Matthews 2005). Pierwszy sposób to wysyłanie SMS przez klienta do banku z żądaniem określonych informacji - salda rachunku, historii transakcji na rachunku czy notowań kursów walut. Drugi sposób jest bardzo przydatny dla klienta, gdyż jest to zdawanie przez bank relacji o tym, co

dzieje się na określonym rachunku. Bank informuje o zmianie stanu rachunku czy pojawieniu się debetu na koncie.

Na rynku pojawiły się telefony komórkowe z możliwością obsługi protokołu WAP (*WAP Banking*). *Wireless Application Protocol* służy także do komunikacji klienta z bankiem. Obecnie już prawie każdy telefon dostępny w punktach sprzedaży, posiada tę funkcję, przez co możliwości korzystania z niego stoją otworem. Nowa technologia WAP korzysta z zasobów sieci Internet. Strony z WAP nie można jednoznacznie zaliczyć do usług telefonicznych, gdyż mimo iż znajdują się one w telefonie, są to usługi, które wykorzystują Internet jako drogę kontaktu dwóch stron. Niektórzy autorzy klasyfikują tą formę bankowości do „*mobile banking*” czyli bankowości mobilnej. Zaletą bankowości telefonicznej wykorzystującej kanał komunikacyjny za sprawą protokołu WAP jest fakt, że jest to usługa wysoko mobilna, gdyż telefon komórkowy jest osobistym telefonem, a zatem w każdym momencie użytkownik tej usługi ma dostęp do swojego konta (Chmielarz 2005).

Poczta elektroniczna okazuje się również znakomitym narzędziem wykorzystującym globalny zasięg i powszechne użytkowanie na całym świecie. Służy zazwyczaj do komunikowania się ze znajomymi, rodziną, a więc umożliwia wymianę dowolnego rodzaju informacji. Jest to łatwy sposób komunikacyjny poprzez komputer, a zatem można ją zastosować do wymiany informacji klienta z bankiem. Użytkownik musi otworzyć konto (na którym z góry umieszcza pewną kwotę) u tego dostawcy, z którym zamierza prowadzić transakcje. Transakcje są uznawane za dokonane po wysłaniu przez użytkownika do sprzedawcy wiadomości elektronicznej, w której zawarte są informacje dotyczące konta. Niektóre banki oferują również dokonywanie przelewów za pomocą tego kanału komunikacyjnego. Znając adres poczty elektronicznej odbiorcy można przekazać mu pieniądze. Wystarczy zalogować się na stronie banku, podać przekazywaną kwotę oraz adres e-mail osoby, do której mają trafić pieniądze, wpisać pytanie, na które ma odpowiedzieć odbiorca (zabezpieczenie podobne do hasła). Odbiorca otrzymuje wiadomość (email) w swojej skrzynce odbiorczej poczty elektronicznej z informacją o nadejściu pieniędzy. Odbiorca, jeśli odpowie prawidłowo na zadane mu pytanie, podaje numer swojego rachunku, a pieniądze wpływają na jego konto. Tak zwany *email-Banking* (poczta elektroniczna) jest najlepszym rozwiązaniem w przypadku niewielkich kwot (zakup plików muzycznych mp3 z odpowiednich witryn). Poczta elektroniczna może być wykorzystywana również poprzez telefon komórkowy. Opcja poczty elektronicznej w telefonach komórkowych jest już standardem rynkowym.. Niektóre banki (np. PKO BP) posiadają usługę polegającą na wysyłaniu na przykład wyciągów bankowych e-pocztą. Po każdej operacji tworzącej zmiany na saldzie rachunku, bank wysyła list elektroniczny na skrzynkę pocztową odbiorcy (założoną przez bank i istniejącą na jego serwerze) ze szczegółami tejże operacji adres bankomatu (pod warunkiem, że była to operacja bankomatowa), godzina operacji, zmiana salda rachunku itp. (Jonc, Kotliński 2000).

Do grupy mniej używanych oraz mniej atrakcyjnych form obsługi klienta zaliczyć można telegazetę. Usługę wykorzystującą telegazetę jako kanał przeprowadzenia operacji bankowych (faktycznie to jest to tylko kanał informacyjny) wprowadził Invest Bank, która polega na informowaniu o stanie konta klienta (saldo konta, ostatnie 15 operacji - dane o operacji to: data, rodzaj, kwota). Usługa jest automatycznym serwisem telewizyjno-telefonicznym zintegrowanym z systemem bankowym. Do korzystania z usługi potrzebne są: pilot telewizora, telegazeta Polsatu oraz telefon tonowy. Każde skorzystanie z usługi rozpoczyna się od zadzwonienia do Telecentrum. Użytkownik zostaje uwierzytelniany przez PESEL oraz telekod (hasło). Następnie po wy-

braniu tonowo odpowiedniej pozycji system podaje przez telefon numer strony telegazety Polsat, na której zostaną wyświetlone informacje o koncie użytkownika. System automatycznie łączy połączenie telefoniczne. Od tej chwili na podanej stronie telegazety przez 3 minuty są wyświetlane dane konta. Teoretycznie w czasie wyświetlania danych konta inny użytkownik może wejść na stronę telegazety i zobaczyć wyświetlane informacje. W celu zapewnienia jakiegokolwiek poufności danych, strona telegazety jest wyświetlana tylko przez 3 minuty oraz nie zawiera żadnych danych osobowych ani numerów rachunków (Stępień 2015).

Karta bankowa (nazywana czasami zamiennie z kartą płatniczą) to karta umożliwiająca dokonanie płatności w sposób bezgotówkowy lub operacji bankowej (gotówkowej lub bezgotówkowej) o charakterze zautomatyzowanym lub w placówce bankowej. Kartę bankową utożsamia się z kartami płatniczą bądź kredytową. Natomiast karta płatnicza jest instrumentem umożliwiającym dokonywanie płatności bez użycia gotówki, a także jest ona zewnętrznym atrybutem rozbudowanego produktu bankowego, na który składa się: rachunek bankowy, powiązana z rachunkiem karta, tak zwany program karty. Powracając do strony technicznej karty bankowej, to jest to plastikowa płytka z wbudowanym paskiem magnetycznym lub mikroprocesorem (chipem) pozwalającym na identyfikację karty oraz jej użytkowania. Wymiary tworzywa sztucznego (plastiku) są ściśle określone przez normy ISO (akt prawny z 1985 roku), (Chmielarz 2005).

Na początku karty bankowe służyły wyłącznie do dokonywania transakcji bezgotówkowych i wydawane były tylko dobrym oraz znanym klientom. Wraz z rozwojem sieci bankomatów, karty szybko stały się podstawowym produktem, który banki mogły zaoferować każdemu klientowi. Pierwszy na świecie bankomat został uruchomiony w 1964 roku przez First Pennsylvania Bank w Stanach Zjednoczonych. W Polsce bankomaty pojawiły się dopiero 36 lat później (1990) za sprawą banku Pekao S.A. oraz Powszechnej Kasy Oszczędności Bank Państwowy. Większość banków rozpoczęła instalację bankomatów pracujących w trybie off-line. Wybór takiego rozwiązania podyktowany był głównie względami ekonomicznymi oraz możliwościami technicznymi banków. Instalowanie własnych sieci bankomatów pracujących w trybie off-line powodowało, iż bankomaty akceptowały wyłącznie własne karty bankomatowe i nie można było korzystać z karty wydanej przez inny bank i tymi wydanymi z logo międzynarodowych organizacji płatniczych. Rozwiązanie, które teraz powszechnie jest stosowane, wiązało się nie tylko z finansowymi nakładami, ale również z organizacyjnymi wyzwaniem (Korenik 2006).

Internet jako najmłodszy kanał dystrybucji dla banków, uważany jest za przyszłość bankowości. Rozwój technologii internetowych w ostatnich latach przyczynił się do tego, że banki mają możliwość zaoferowania oraz zaprezentowania klientom całej gamy swoich produktów. Jest to korzystne zjawisko dla banków, ponieważ redukuje to ich koszty (w porównaniu do bankowości tradycyjnej). Internet stał się popularnym rodzajem przekazu informacji, przy czym nie jest przyczyną powstania bankowości internetowej, raczej stwarza bankom nową jakość realizacji usług. Dzięki Internetowi możliwym stało się stworzenie tzw. banków wirtualnych, czyli banków nie posiadających tradycyjnych oddziałów. Jedynym oddziałem dla tych banków stała się przestrzeń internetowa.

W literaturze możemy znaleźć kilka definicji bankowości internetowej. M. Macierzyński o bankowości internetowej pisze: „w literaturze często można spotkać się z wyrażeniem «bankowość wirtualna». Używa się go zamiennie z bankowością internetową, co ma podkreślić, że chodzi o przedsiębiorstwo bankowe nie posiadające innych kanałów dystrybucji poza Internetem, względnie takie, w których inne kanały odgrywają rolę marginalną, zapasową. Fakt, iż banki te

nie posiadają sieci oddziałów. Odróżnia je to od klasycznych banków, które mogą również świadczyć podobne usługi, wykorzystując Internet jako jeden z kanałów dystrybucji” (Macierzyński 2008). Niektórzy autorzy definiują bankowość internetową, że jest to osobny dział bankowości. Jeszcze inni określają bank wirtualny jako bank, który prawie nie istnieje. To znaczy ma on swoją markę i serwis internetowy, zaś wszystkie jego usługi i produkty bankowe pochodzą z outsourcingu ich dostawcami są inne banki bądź instytucje finansowe. Początkowo Internet był narzędziem tylko informacyjno-reklamowym. Za pomocą przeglądarki internetowej klient wchodząc na stronę internetową banku, mógł tylko obejrzeć na monitorze swojego komputera oferty usług i produktów bankowych. Z biegiem czasu to się zmieniło. Kolejnym elementem stron internetowych banków było prezentowanie notowań giełdowych oraz kwotowanie walut. Obecnie za sprawą rozwoju technologii zabezpieczeń sieciowych banki są w stanie udostępniać klientom operacje na własnych kontach (Macierzyński 2008).

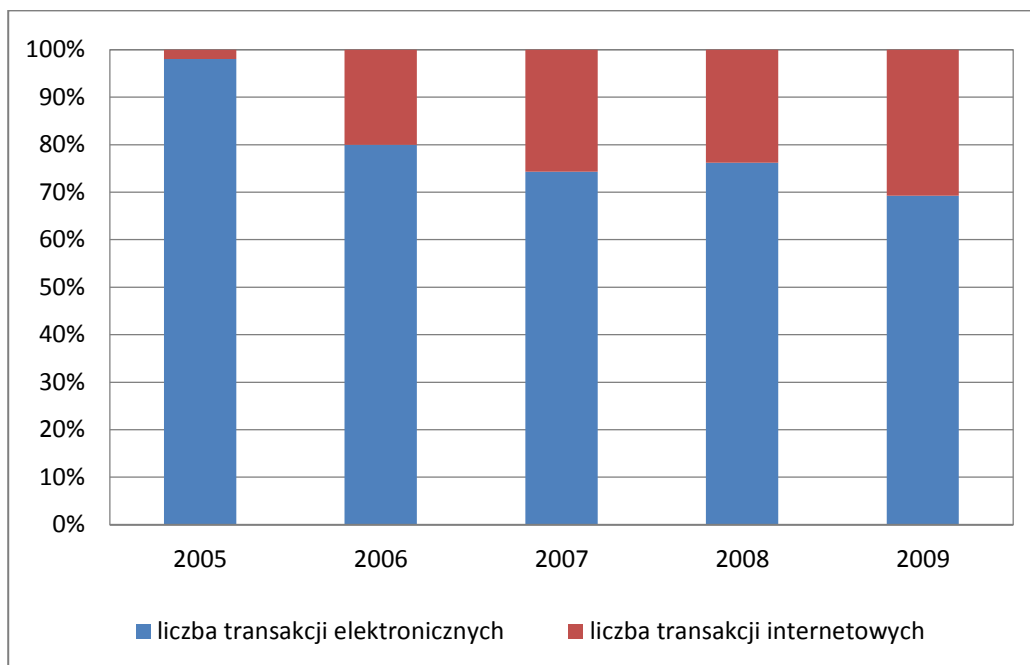
Polskie banki oferowały niedawno często mniejszy zakres informacji, od tego jaki klient mógł uzyskać za pośrednictwem Internetu w innych krajach. Jednak z biegiem czasu zakres polskiej bankowości internetowej coraz bardziej zaczął się zbliżać do tego oferowanego przez banki funkcjonujące na rynkach państw wysoko rozwiniętych takich jak Stany Zjednoczone czy Szwecja. Liczba usług realizowanych za pośrednictwem Internetu stale wzrasta. Przede wszystkim klient ma dziś możliwość:

- 1) otrzymywania podstawowych informacji o banku i jego operacjach (zaoszczędzanie czasu klienta i banku) tzn. klient pobiera z Internetu kopie wniosku kredytowego, listę wymaganych załączników i poprzez wydrukowanie ich za pomocą swojej drukarki jest przygotowany na spotkanie z inspektorem kredytowym banku;
- 2) dostępu do wykazu rachunków i historii operacyjnej (szczególnie ważne dla przedsiębiorstw, dawniej odbywało się to korespondencyjnie, co zajmowało kilka dni);
- 3) dokonywania przelewów (jedną z najbardziej rozpowszechnionych usług bankowych), także w odniesieniu do przelewów zagranicznych, które wcześniej nie pojawiały się tak często w ofercie banków. Przy przelewaniu pieniędzy na rachunki obce zaleca się używać tokenu (urządzenia elektroniczne zapewniające silne uwierzytelnianie użytkownika);
- 4) przekazywania przez Internet zleceń stałych, co rzeczywiście bardzo ułatwia comiesięczne opłaty (szczególnie jest to ułatwienie w przypadku przedsiębiorstw);
- 5) założenie lokaty, zastrzeżenie kart płatniczych i czeków itp.

Bank wykorzystujący sieć internetową do sprzedaży swoich produktów i usług ponosi znacznie mniejsze koszty działania. Wynika to z braku konieczności rozszerzania sieci oddziałów oraz minimalizacji kosztów realizacji samych operacji bankowych. Jak wynika z badań rynkowych, przeciętny koszt pojedynczej operacji bankowej dokonywanej za pośrednictwem tradycyjnego oddziału bankowego wynosi ok. 1,07 USD. Ta sama operacja dokonywana poprzez Internet kosztuje tylko 0,01 USD, jest więc ponad stukrotnie tańsza (Grzechnik 2000).

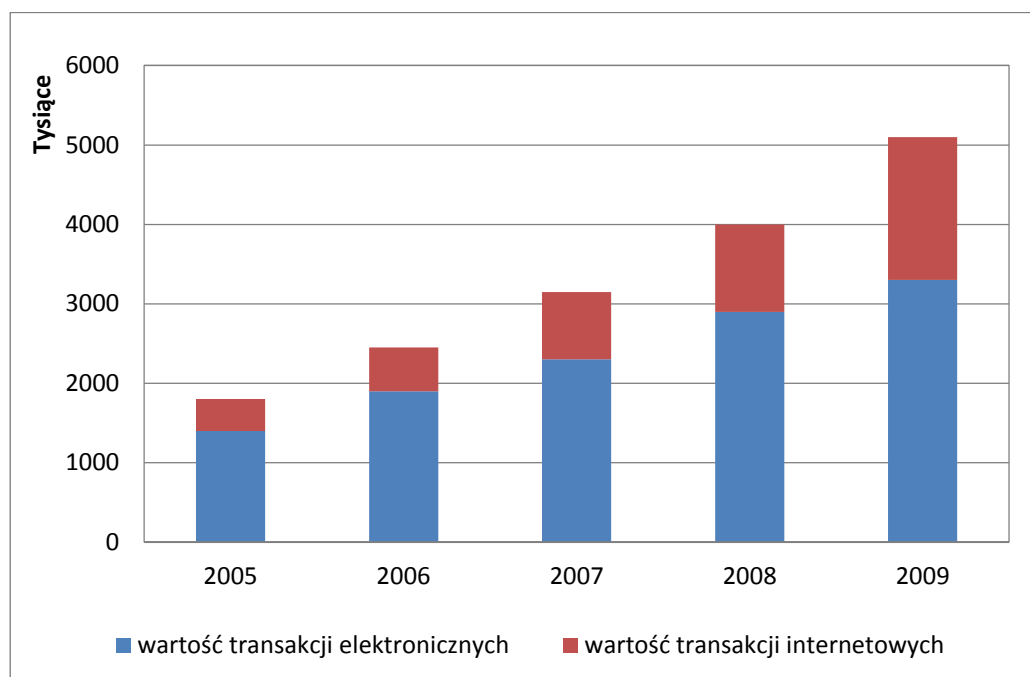
Liczba oraz wartość nominalna transakcji dokonanych przez klientów za pośrednictwem bankowości internetowej na tle liczby transakcji dokonanych za pośrednictwem wszystkich kanałów bankowości elektronicznej przedstawiona została na wykresach nr 17 i 18. Zarówno liczba jak i wartość transakcji dokonanych w ciągu kilku ostatnich lat za pośrednictwem wszystkich kanałów bankowości elektronicznej, a także za pośrednictwem samej bankowości internetowej ma wyraźną tendencję wzrostową. Liczba transakcji dokonanych przez Internet w 2009 roku w

stosunku do roku poprzedniego wzrosła o 49%, a liczba wszystkich transakcji elektronicznych wzrosła o 22%. Wartość samych transakcji internetowych w 2009 roku w stosunku do roku poprzedniego wzrosła o ok. 55%, a wartość wszystkich transakcji elektronicznych wzrosła o 16%. Można zatem stwierdzić, że transakcje dokonywane za pośrednictwem Internetu odgrywają coraz bardziej znaczącą rolę.



Rys. 1. Liczba transakcji bankowości internetowej na tle dokonanych za pośrednictwem wszystkich kanałów bankowości elektronicznej.

Źródło: Wyniki badań UKNF przeprowadzonych wśród krajowych banków komercyjnych, N = 31.



Rys. 2. Wartość transakcji bankowości internetowej na tle dokonanych za pośrednictwem wszystkich kanałów bankowości elektronicznej.

Źródło: Wyniki badań UKNF przeprowadzonych wśród krajowych banków komercyjnych, N = 24.

W bankach komercyjnych, które były przedmiotem analizy, występują znaczne różnice pod względem udziału liczby rachunków, do których uruchomiono dostęp za pośrednictwem Internetu w ogólnej liczbie rachunków bankowych. Różnice te wynikają głównie z profilu obsługiwanych klientów (skłonności do korzystania z bankowości internetowej), w mniejszym stopniu natomiast z uwarunkowań technicznych i funkcjonalności systemów bankowości internetowej. Na podstawie danych pozyskanych z banków można także stwierdzić, że rachunki, do których uruchomiono dostęp internetowy, charakteryzowały się wyższą średnią liczbą wykonywanych operacji i większym ich wolumenem w porównaniu z rachunkami, do których takiego dostępu nie uruchomiono.

Podsumowanie

Bankowość internetowa jest jedną z form bankowości elektronicznej. Dzięki faktowi, iż bank posiada własną stronę internetową, może on także prowadzić działalność reklamową zamieszczając pobudzając napływ dodatkowych środków pieniężnych do banku. Poprzez Internet bank może dotrzeć do tych klientów, którzy nie mają w swojej małej miejscowości oddziału określonego banku. Sieć internetowa pozwala oszczędzać na poszerzaniu sieci oddziałów, co wiąże się z ogromnymi kosztami zwłaszcza w przypadku klientów mieszkających w trudnych warunkach geograficznych czy w małych miejscowościach.

Banki mogą także ograniczać zatrudnienie w oddziałach. Największe jednak oszczędności wynikają z kosztów realizacji usług bankowych za pośrednictwem Internetu. Bankowość internetowa stwarza dobrą okazję dla banku, który poprzez zbieranie informacji o osobach wchodzących na stronę internetową banku, może lepiej poznać klienta i jego preferencje. Taki monitoring ze strony banku (podpatrywanie klienta, na jakie oferty najczęściej on klika, bądź ile czasu spędza na czytaniu pewnych ofert) pozwala na wysoką indywidualizację oferty przedstawianej klientom. Przy kolejnym wejściu na stronę banku, klient otrzyma specjalną ofertę z zakresu, którym jest najbardziej zainteresowany.

Bibliografia

- Białas M. (2013). *Bankowość wczoraj i dziś*. Difin. Warszawa.
- Chmielarz W. (2005). *Systemy elektroniczne bankowości*. Difin S.A. Warszawa.
- Grzecznik J. (2000). *Bankowość internetowa*. Zakład poligrafii Fundacji Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego. Gdańsk.
- Jonc A., Kotliński G. (2000). *Bankowość jako nowa forma komunikacji między bankiem a klientem*. Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu. Wrocław.
- Korenik D. (2006). *Innowacyjne usługi banku*. PWN SA. Warszawa.
- Macierzyński M. (2008). *Public relations w bankach wirtualnych*. Ce De Wu. Warszawa.
- Pańkowska M. (2001). *Zarządzanie zasobami informatycznymi*. Difin. Warszawa.
- Porębska- Mięć T. 2014. *Systemy wspomagające organizacje*. SWO. Warszawa.
- Stępień K. (2015). *Bankowość: podstawy*. Kabe. Krosno.
- Świecka B. (2012). *Bankowość elektroniczna*. DeWu Sp. z o.o., Warszawa.
- Tapscott D. (2016). *Blockchain revolution: how the technology behind bitcoin is changing money, business and the World*. Penquin. Bitcoin.
- Cecchetti S.G. (2006). *Money, banking and financial markets*. McGraw- Hill Irwin. Boston
- Matthews K. (2005). *The economics of banking*. John Wiley & Sons. Boston.

ROLA KREATYWNEJ RACHUNKOWOŚCI W ZNIEKSZTAŁCANIU RZECZYWISTEJ SYTUACJI FINANSOWEJ PRZEDSIĘBIORSTWA

Magdalena Jelińska

Uniwersytet Warmińsko Mazurski w Olsztynie

Streszczenie

Wydarzenia gospodarcze z początku XXI wieku (w szczególności afera Enronu i WorldComu), zapoczątkowały stosowanie terminu określanego mianem „kreatywnej księgowości”. Pojęcie to zdefiniowano jako nadużycia stosowane przez podmioty gospodarcze, w celu zaprezentowania przekłamanych danych w sprawozdaniach finansowych. Głównym celem wspomnianej rachunkowości jest manipulacja danymi finansowymi w taki sposób, aby wprowadzić w błąd odbiorców. Istnieje wiele sposobów fałszowania sprawozdań, można jednak wyróżnić pewne ogólne techniki, które są niewątpliwie uszczegółowieniem tego procederu. Celem badania było opisanie roli kreatywnej rachunkowości w kształtowaniu sytuacji finansowej przedsiębiorstwa. W związku z tym, zaprezentowane zostały najczęściej stosowane metody i techniki zniekształcania wyników.

Słowa kluczowe: *analiza finansowa; kreatywna księgowość; oszustwa księgowe*

Wprowadzenie

Rachunkowość, będąca najstarszym systemem ewidencji gospodarczej, jest źródłem wielu ważnych informacji dla różnych grup odbiorców. Powinna mieć zatem charakter uniwersalny, aby w sposób wiarygodny i rzetelny zaspokoić różnorodne potrzeby informacyjne podmiotów gospodarczych. Nierealne jest jednak zaspokojenie wszystkich potrzeb informacyjnych potencjalnych odbiorców. Dlatego też inwestorzy angażujący swój kapitał, obarczeni są pewnym ryzykiem. Najskuteczniejszym instrumentem minimalizującym ryzyko inwestycyjne powinno być sprawozdanie finansowe. Sprawozdanie jest kluczowym elementem bezpieczeństwa systemu finansowego, zatem w dużym stopniu powinno gwarantować, że dane w nim zaprezentowane są prawdziwe i godne zaufania. Dane te mają ułatwić inwestorom bezpieczne lokowanie kapitału, udzielanie pożyczek i kredytów, podejmowanie prawidłowych decyzji inwestycyjnych itp.

Mimo tego, iż sprawozdanie finansowe powinno przedstawiać wiarygodne i prawdziwe informacje, na początku XXI wieku nagminnie zaczęto stosować zjawisko zniekształcania wyników finansowych. Przyczyniło się to do utraty zaufania, wiarygodności i przejrzystości informacji, prezentowanych w sprawozdaniach finansowych wielu jednostek gospodarczych. Wątpliwości poddane zostały niektóre rozwiązania księgowe, a mianowicie, sposoby ustalania wyniku finansowego. Wpłynęło to na niewłaściwe wyobrażenie inwestorów na temat perspektyw funkcyjno-

wania przedsiębiorstwa. Konsekwencją tego stało się ograniczenie zaufania do firm audytorskich. Przykładem tego typu praktyk jest amerykańska firma Enron (gigant gałęzi energetycznej). Firma ta ukryła swoje straty i przedstawiła w pozytywnym świetle wyniki finansowe, m.in. w celu przyciągnięcia potencjalnych inwestorów. Oszustwa Enronu doprowadziły do jej bankructwa i zapoczątkowały dyskusję na temat kreatywnej rachunkowości. Wszelkie przypadki księgowania operacji finansowych przedsiębiorstwa sprzeczne z zasadami księgowania czy też ze stanem faktycznym z czasem zaczęto nazywać kreatywną rachunkowością.

W badaniach wykorzystano metodę opisową, w ramach której na podstawie informacji pochodzących ze źródeł wtórnych (dokumentacji), przedstawiono podstawowe zagadnienia dotyczące rachunkowości kreatywnej. Głównymi źródłami danych wtórnych były źródła zewnętrzne tj. oficjalne dokumenty, czasopisma i publikacje specjalistyczne, Internet i literatura specjalistyczna.

Formy kreatywnej rachunkowości

Z pojęciem kreatywnej rachunkowości, można spotkać się już od kilku lat. Publicznie o działaniach rachunkowości kreatywnej, a w szczególności kreowaniu danych prezentowanych w sprawozdaniach finansowych zaczęto mówić w czasie tzw. sprawy Enronu. Firma, na skutek upiększania wyniku finansowego, a także niedociągnięć audytora (firmy Arthur Andersen) musiała ogłosić swoją upadłość. Wydarzenie to odbiło się echem zarówno w Stanach Zjednoczonych jak i na całym świecie (w tym również w Polsce). Oszustwa Enronu zapoczątkowały dyskusję na temat kreatywnej rachunkowości. Wszelkie przypadki księgowania operacji finansowych przedsiębiorstw sprzeczne z zasadami księgowania czy też ze stanem faktycznym z czasem zaczęto nazywać kreatywną rachunkowością (Rybicki 2004).

Tabela 1. Przykłady firm wykorzystujących rachunkowość kreatywną.

Przedsiębiorstwa Europejski	Przedsiębiorstwa Amerykańskie
Altran, Big Bank Gdański, Comroad, Elektrim, Mostostal Export, Parmalat, Rafako, Royal Ahold, Softbank,	Adelphia Communications, Bristol Myers, Crossing, Enron, Freddie Mac, Global HIH, HealthSouth, Kmartm Peregrine Systems, Merck, Rite Aid, Sun-bean, Tyco, Waste Management, WorldCom

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Tokarski M., Tokarski A. (2007). *Rachunkowość kreatywna jako narzędzie zarządzania przedsiębiorstwem w warunkach globalizacji*, w: Mechanizmy i obszary przeobrażeń w organizacjach, Wydawnictwo Difin, Warszawa.

Pomimo iż kreatywna księgowość związana jest z wykorzystaniem wiedzy i umiejętności twórczego myślenia do kreowania oraz wdrażania nowatorskich rozwiązań, to bardzo często przedstawia się ją wyłącznie w negatywnym kontekście. Stanowi ona połączenie interesów przedsiębiorstwa z oczekiwaniami odbiorców oraz z wymogami prawa (Tokarski 2008).

Należy pamiętać, iż kreatywne rozwiązania mogą być działaniami pozytywnymi, zgodnymi z prawem, a przede wszystkim korzystnymi, dla odbiorców sprawozdań finansowych (Schneider 2007).

Kreatywną rachunkowość należy postrzegać zatem paradoksalnie jako rachunkowość twórczą. Prowadzenie ksiąg rachunkowych i sporządzanie sprawozdań finansowych, polega na rzeczywistym sposobie prezentacji podmiotu w układzie, który odpowiada jego specyfice. Wobec tego, kreatywna rachunkowość to takie podejście do rachunkowości, które dostrzega zmiany zachodzące w podmiotach i reaguje na nie, umożliwiając, prawidłowe zaprezentowanie danych w sprawozdaniach finansowych (Rybicki 2004).

Często zdarza się, że operacje gospodarcze nie są uregulowane formalnie w przepisach prawa. W takiej sytuacji konieczne jest rozumienie intencji przepisów oraz umiejętności twórczego ich interpretowania, w taki sposób, aby zaewidencjonować a następnie zaprezentować operacje gospodarcze zgodnie z ich rzeczywistą treścią ekonomiczną. Właściwie pojmowana kreatywność jest w rachunkowości niezbędna. Powinna mieć jednak pewne granice i wystrzegać się manipulacji dokonywanych w księgach rachunkowych i sprawozdaniach finansowych (Schneider 2007a).

Obecnie, kreatywną księgowość uważa się za jeden z bardziej interesujących tematów w badaniach rachunkowości. Definiowana jest jako nadużycia praktykowane przez podmioty gospodarcze, mające na celu nierzetelne zaprezentowanie danych w sprawozdaniach finansowych. Jej celem jest manipulacja danymi finansowymi w taki sposób, aby wprowadzić w błąd odbiorców. Przejawem świadczącym o stosowaniu kreatywnej rachunkowości może być np. zawyżenie zysków jednostki lub manipulacja wskaźnikami finansowymi na potrzeby kredytodawców lub rynku (Wiercińska 2008).

Takie działania, nie mają nic wspólnego z polityką rachunkowości, która powinna być postrzegana pozytywnie. Słowa jakie powinny zostać użyte podczas opisywania ww. czynności są oszustwo i przestępstwo. Można więc mówić w tym przypadku o rachunkowości przestępczej (Rybicki 2004a).

Oszustwo (księgowe) to celowe działanie podjęte przez kierowników czy osoby sprawujące nadzór w przedsiębiorstwie wykorzystujące kłamstwo, w dążeniu do uzyskania nielegalnej korzyści (Walińska 2007).

Wybrane techniki rachunkowości kreatywnej

Sprawozdanie finansowe jest finalnym (końcowym) rezultatem rachunkowości przedsiębiorstw. Obejmuje ono: bilans, rachunek zysków i strat, sprawozdanie z przepływu środków pieniężnych, zestawienie zmian w kapitale własnym oraz informacje dodatkowe (Wąsowski 2005).

Każde sporządzone sprawozdanie ma określony zakres tematyczny oraz zasady grupowania danych. Niektóre sprawozdania finansowe przedstawiają w danym momencie obraz ekonomiczny działalności jednostki gospodarczej. Inne ukazują zmiany, jakie wystąpiły w danym okresie. Dzięki temu sprawozdania umożliwiają ocenę tego, co wydarzyło się w przeszłości w przedsiębiorstwie. Oprócz oceny przeszłości, tworzą podstawy do przewidywania tego, co może wydarzyć się w przyszłości (Nowak 2008).

Prawidłowo sporządzone sprawozdanie finansowe ma na celu dostarczenie rzetelnych i prawdziwych informacji potencjalnym inwestorom, kontrahentom i innym zainteresowanym podmiotom. Informacje te mogą być przydatne w procesie podejmowania decyzji o tym:

- czy warto inwestować w akcje danego przedsiębiorstwa?
- czy warto współpracować z danym przedsiębiorcą jako dostawca lub odbiorca produktów itp.?

Dzięki poprawnie sporządzonemu sprawozdaniu finansowemu, można wstępnie ocenić, czy przedsiębiorstwo ma problemy z płynnością oraz jaki jest jego obecny stan zadłużenia. Można ocenić także efektywność wykorzystania majątku i jego rentowność oraz przewidzieć przyszłą sytuację firmy. W tym przypadku niezbędna jest znajomość analizy finansowej. Jest ona uznawana za integralną część rachunkowości, służącą do interpretacji danych udostępnianych w rachunkowości (Micherda 2002).

Interpretacji i ocenie najczęściej poddawane są:

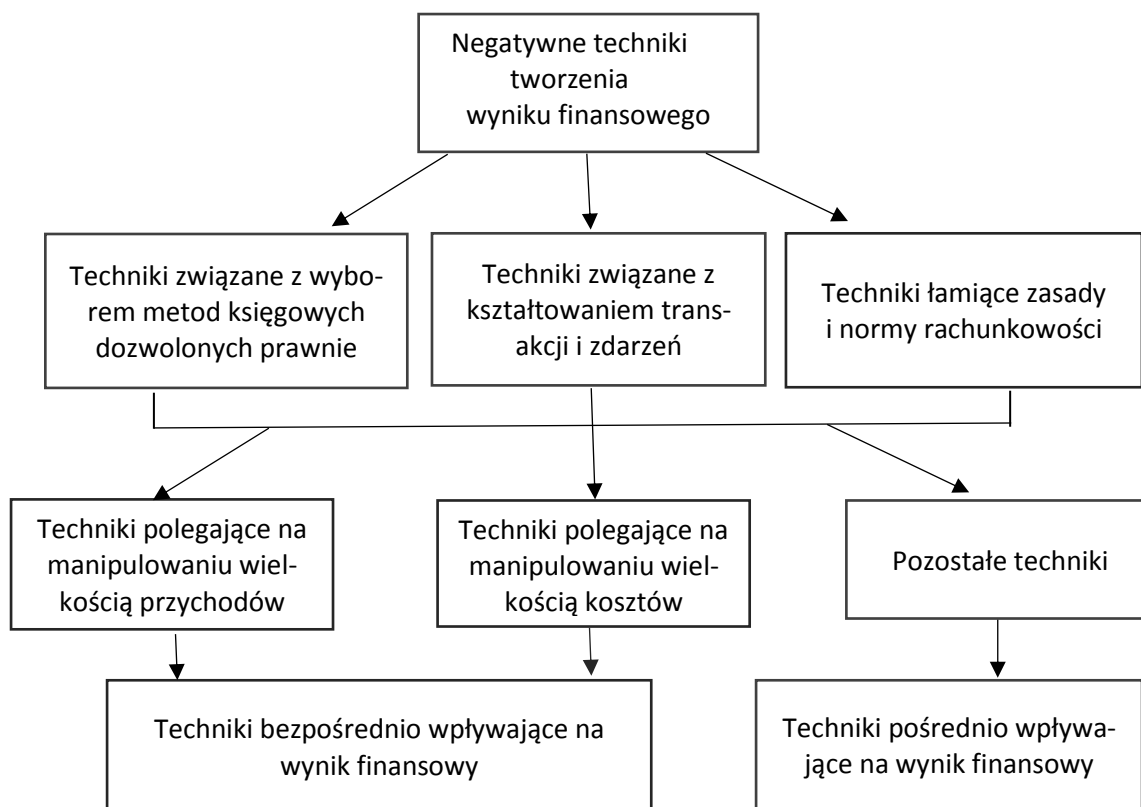
- wynik finansowy - dostarczający informacji o rentowności działalności przedsiębiorstwa, ewentualnej dywidendzie czy też możliwości wzrostu wartości akcji,
- zdolność jednostki do terminowej spłaty zobowiązań, a tym samym płynności finansowej i wypłacalności,
- struktura źródeł finansowania - stosunek kapitału własnego do kapitałów obcych, a tym samym zadłużenie (Maćkowiak 2015).

Niestety w ostatnich latach, zaostrzenie konkurencji w gospodarce światowej oraz przewartościowanie cen akcji przez inwestorów sprawiło, że coraz częściej zaczęto stosować techniki rachunkowości kreatywnej do fałszowania sprawozdań finansowych. Przedsiębiorstwa fałszujące sprawozdania finansowe, mają na celu pozorne uzyskanie lepszej sytuacji ekonomicznej niż jest w rzeczywistości (Micherda 2002a).

Motywy takiego działania mogą być różne. W literaturze często przedstawione są jako siedem „grzesznych celów”, które mają przyczynić się m.in. do:

- zwiększenia zysku i ukrycia strat,
- ukrycia ryzyka finansowego,
- przekonania kredytobiorców, pożyczkodawców i partnerów handlowych o swojej wiarygodności,
- uniknięcia negatywnych skutków kontroli ze strony akcjonariuszy (bezpośredniej i pośredniej),
- uzyskania dostępu do kapitałów, których otrzymanie w inny sposób nie byłoby możliwe,
- manipulowania podstawowymi wskaźnikami używanymi w analizie finansowej (Schilit 1993).

Podstawowym celem negatywnych praktyk księgowych jest świadome wprowadzenie odbiorców sprawozdań finansowych w błąd. Głównie poprzez przedstawienie wielkości zawartych w sprawozdaniach finansowych w taki sposób, aby zniekształciły postrzeganie sytuacji finansowej i majątkowej danego przedsiębiorstwa.



Rys. 1. Podział techniki oszustw finansowych.

Źródło: opracowanie własne

Oszustw finansowych nie da się przyporządkować do stałego i niezmiennego zbioru. Można natomiast wyróżnić kilka technik, które niewątpliwie są wyrazem tego procederu. Najczęściej stosowane oszustwa finansowe dotyczą fałszowania przychodów lub kosztów, co w relatywny sposób wpływa na wynik finansowy jednostki w okresie bieżącym lub w okresach następnych (Hołda, Kudera, Surdykowska 2006).

Techniki polegające na manipulowaniu wielkością przychodów (tzw. ciche lub fikcyjne rezerwy) opierają się na tworzeniu rezerw mimo braku podstaw faktycznych. Tworzenie rezerw bez ich uzasadnienia (tj. bez prawdopodobieństwa ich wystąpienia) ma na celu głównie stworzenie fałszywego obrazu firmy w przypadku przejść czy też fuzji spółek (Wąsowski 2010).

Wśród tych technik można wyróżnić:

- manipulowanie okresem ujęcia przychodów oraz przyspieszone fakturowanie,
- wycena składników majątkowych (wzrost wartości ujmowany w przychodach),
- wykorzystanie cen transferowych,
- tworzenie nieuzasadnionych rezerw,
- sprzedaż z klauzulą odkupu,
- fikcyjna sprzedaż (np. dostawy bez zamówień).

Do technik polegających na manipulowaniu wielkością kosztów można zaliczyć:

- wadliwe aktywowanie kosztów,
- nieprawidłowe przedstawienie kosztów prac rozwojowych,
- fałszowanie odpisami amortyzacyjnymi,

- tworzenie ukrytych rezerw,
- uwzględnienie nieprawidłowych rozmiarów działalności w wycenie zapasów.

Techniki w tej grupie najczęściej przejawiają się w:

- ujęciu rzeczywistych kosztów danego okresu jako kosztów podlegających rozliczeniu w czasie. Ma to na celu poprawienie wyników finansowych w krótkim okresie. Następuje tu przesunięcie czasowe kategorii kosztowych między okresami sprawozdawczymi.
- prezentowaniu rzeczywistych kosztów danego okresu w pozycjach aktywów poza rozliczeniami międzyokresowymi. Polega na wyłączeniu rzeczywistych kosztów danej jednostki poza krąg kosztów i nieustannym ich ujmowaniu w aktywach. Konsekwencją tego postępowania jest regularne zaniżanie kosztów jednostki oraz wzrost wybranych aktywów. To z kolei prowadzi do stałego zawyżania wyniku finansowego. Wzrost wartości aktywów, które mają istotne znaczenie dla odbiorców informacji (np. inwestycji) powoduje zasadnicze fałszowanie sprawozdawczości finansowej, jako całości (Hołda, Kutera, Surdykowska 2006a).

Przykładem firmy, która stosowała tego typu oszustwo jest WorldCom. Firma ta przez pięć kwartałów księgowała sumy wydatkowane na opłaty za korzystanie z sieci innych firm jako inwestycje. Ujawnienie sprzecznych z prawem manipulacji księgowych WorldComu, spowodowało, że indeksy giełdowe na Wall Street, spadły do najniższego od pięciu lat poziomu. W czerwcu 2005 r. sąd w Nowym Jorku uznał Bernarda Ebbersa, byłego szefa WorldCom za winnego fałszowania sprawozdań finansowych firmy i skazał go na 25 lat więzienia (Gut 2006).

Oszustwa związane z odpisami amortyzacyjnymi dotyczą zazwyczaj ustalenia nieodpowiednich stawek amortyzacyjnych w stosunku do ich rzeczywistego zużycia, braku ich korygowania, aż do momentu zrównania wartości początkowej składnika aktywów z wartością umorzenia lub dokonaniem ich korekty w wybranym okresie sprawozdawczym odpowiednim dla przedsiębiorstwa (Hołda 2006a).

Kreatywna rachunkowość obejmuje manipulowanie kwotą rezerw, mające na celu wprowadzenie w błąd odbiorców sprawozdań finansowych. Do oszustw związanych z rezerwami, zalicza się m.in. tworzenie rezerw zgodnie z istniejącymi regułami, poprzez niedokonywanie ich rozwiązania w należytych momencie, lecz w momencie korzystnym dla jednostki. Kolejnym rodzajem manipulacji jest tworzenie tzw. rezerw ukrytych. Są to rezerwy tworzone bez potwierdzenia wystąpienia zdarzeń, w celu stworzenia fałszywego obrazu firmy, najczęściej w przypadku przejęć czy też fuzji spółek. Zdarzają się sytuacje w których przedsiębiorstwa nie tworzą rezerw mimo obowiązku jaki na nich ciąży. Skutkuje to wykazaniem lepszego wyniku niż jest w rzeczywistości i nieujawnieniem realnego ryzyka (Wąsowski 2010a).

Do pozostałych technik zaliczamy:

- nieprawidłowe ujęcie leasingu,
- nieprawdziwy podział rozrachunków ze względu na datę płatności,
- manipulowanie terminem płatności,
- ujęcie zobowiązań warunkowych,
- nieujawnienie zagrożeń prowadzonej działalności,

- brak prawidłowego podziału strumieni działalności kontynuowanej i niekontynuowanej.

W grupie manipulacji pośrednio wpływających na wynik finansowy najczęściej używanymi technikami są nieprawidłowe ujęcie leasingu i manipulowanie terminem płatności. Można wyróżnić dwa rodzaje leasingu: leasing finansowy i leasing operacyjny. W przypadku leasingu finansowego do kosztów uzyskania przychodów zaliczane są jedynie odsetki części każdej opłaty leasingowej. Natomiast w przypadku leasingu operacyjnego raty te zalicza się w całości do kosztów uzyskania przychodów. Nieuczciwe firmy w celu dostarczenia nieprawidłowych informacji o posiadanych aktywach oraz źródłach ich finansowania, bardzo często ujmują umowy dotyczące leasingu finansowego jako leasingu operacyjnego. Występują również przypadki zaliczania przyszłych przychodów z leasingu do bieżącej sprzedaży. Przykładem firmy stosującej tego typu praktyki jest amerykańska firma Xerox, produkująca urządzenia kopiujące i drukujące. Firma ta zawyżała swój wynik poprzez zaliczanie do bieżącej sprzedaży przyszłe przychody z leasingu kopiarek, poprawiając tym samym swój wizerunek (Stochniatek-Mulas, Fita 2011).

Technika polegająca na manipulowaniu terminem płatności ma na celu poprawę wartości aktywów inwestorów instytucjonalnych. Zarządzający aktywami pod koniec roku starają się zastąpić akcje na których tracili, papierami wartościowymi, które zyskiwały na wartości. Dzięki tej technice firmy mogą zwiększać swoje szanse na to, aby nie tłumaczyć się z nieudanych przedsięwzięć inwestorom którzy powierzyli im swoje pieniądze (Hołda 2006a).

Podsumowanie

Kreatywna księgowość, uważana jest za jeden z ciekawszych tematów poruszanych w badaniach dotyczących rachunkowości. Definiowana jest jako nadużycia praktykowane przez podmioty gospodarcze, mające na celu nierzetelne zaprezentowanie danych w sprawozdaniach finansowych. Sprawozdanie finansowe jest podstawowym dokumentem dostarczającym informacji o prowadzonej przez dane przedsiębiorstwo działalności.

Z informacji zawartych w sprawozdaniach, korzysta szerokie grono odbiorców zewnętrznych i wewnętrznych, w procesie podejmowania różnorodnych decyzji ekonomicznych. W wyniku tego, rachunkowość powinna jasno i rzetelnie przedstawiać faktyczną sytuację finansową danego przedsiębiorstwa. Wbrew powszechnym oczekiwaniom, rachunkowość a zwłaszcza sprawozdawczość finansowa, nie zawsze dostarcza prawdziwych informacji. Coraz częściej dostrzegany jest problem fałszowania sprawozdań finansowych a co za tym idzie „upiększanie” wizerunku przedsiębiorstwa.

Podmioty gospodarcze coraz częściej przedstawiają swoją sytuację finansową w korzystnych dla nich warunkach, aby tym samym pozyskać większą liczbę potencjalnych inwestorów czy kredytobiorców. Działania tego typu wywołują liczne skandale oraz spadek zaufania inwestorów do firm. Motywy działania mogą być różne. W literaturze często spotyka się tzw. siedem „grzesznych celów”, które przyczyniają się do zwiększenia zysku i ukrycia strat, ukrycia ryzyka finansowego, przekonania kredytobiorców, pożyczkodawców i partnerów handlowych o swojej wiarygodności itp.

Podstawowym celem negatywnych praktyk księgowych jest świadome wprowadzenie odbiorców sprawozdań finansowych w błąd. Stosowanie przez firmę kreatywnej rachunkowości, wpływa

na to, jak w dłuższej perspektywie czasu postrzegają ją potencjalni inwestorzy. W krótszym okresie czasu, wykrycie jej stosowania jest wręcz niemożliwe, przez co inwestorzy narażeni są na utratę swoich wkładów pieniężnych.

W literaturze przedmiotu znaleźć można wiele negatywnych technik stosowanych przy fałszowaniu sprawozdań finansowych. Zalicza się do nich m.in. techniki polegające na manipulowaniu przychodami, techniki polegające na manipulowaniu kosztami oraz pozostałe techniki. Świadomość istnienia tego typu praktyk, nie wpływa jednak na przeciwdziałanie manipulacjom księgowym. Zmniejszenie skali działań wymaga zmian w uregulowaniach prawnych. Jeżeli regulacje prawne nie zostaną odpowiednio dostosowane to proces fałszowania sprawozdań finansowych nie zostanie zahamowany. Rynek jako podstawowy odbiorca sprawozdań finansowych, może zacząć uważać je za mało wiarygodne źródła informacji o sytuacji finansowej jednostek gospodarczych.

Bibliografia

- Gut P. (2006). *Kreatywna księgowość a fałszowanie sprawozdań finansowych*. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.
- Hołda A. (2006). *Manipulowanie odpisami amortyzacyjnymi i nakładami na ulepszenia*. Rachunkowość nr 9, Warszawa.
- Hołda A., Kutera M., Surdykowska S. T. (2006). *Oszustwa księgowe*. Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Maćkowiak E. (2015). *Rachunkowość kreatywna a rachunkowość agresywna - próba poprawy wyniku finansowego jednostki gospodarczej*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 855, Wydawnictwo Naukowe UŚ.
- Micherda B. (2002a). *Plaszczyzny analizy finansowej*. Problemy Rachunkowości, Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Micherda B. (2002b). *Współczesna analiza finansowa*. Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie.
- Nowak E. (2008). *Analiza sprawozdań finansowych*. Wydawnictwo PWE, Warszawa.
- Rybicki P. (2004). *Rachunkowość kreatywna - wpływ zmian polityki rachunkowości na wynik finansowy*. Prawo przedsiębiorcy nr 48, INFOR, Warszawa.
- Schilit H. M. (1993). *Financial shenanigans: How to detect accounting gimmicks and fraud in financial reports*. McGraw-Hill, New York.
- Schneider K. (2007). *Błędy i oszustwa w dokumentach finansowo-księgowych*. Wydawnictwo PWE, Warszawa.
- Stochniątek-Mulas K., Fita K. (2011). *Sprawozdania finansowe w krzywym zwierciadle*. Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości. t 64 (120), Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Warszawa.
- Tokarski M. (2008). *Kreatywna księgowość a fałszowanie sprawozdań finansowych*. W: Ziolo Z., Rachwał T. *Rola przedsiębiorczości w gospodarce opartej na wiedzy*. Wydawnictwo Nowa Era, Kraków.
- Tokarski M., Tokarski A. (2007). *Rachunkowość kreatywna jako narzędzie zarządzania przedsiębiorstwem w warunkach globalizacji. Mechanizmy i obszary przeobrażeń w organizacjach*. Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Walińska E. (2007). *Międzynarodowe standardy rachunkowości. Ogólne zasady pomiaru i prezentacji pozycji bilansu i rachunku wyników*. Wydawnictwo Wolters Kluwer Business, Warszawa.
- Wąsowski W. (2005). *Kreatywna rachunkowość - fałszowanie sprawozdań finansowych*. Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Wąsowski W. (2010). *Kreatywna rachunkowość. Fałszowanie sprawozdań finansowych*. Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Wiercińska A. (2008). *Granice między kreatywną, agresywną i oszukańczą rachunkowością*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego.

UPADŁOŚĆ KONSUMENCKA A ZADŁUŻENIE BANKOWE GOSPODARSTW DOMOWYCH W POLSCE

Justyna Podgórska

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Streszczenie

Celem badań była ocena stopnia zadłużenia polskich gospodarstw domowych oraz określenie przyczyn i konsekwencji towarzyszących temu zjawisku. W badaniach posłużono się następującymi metodami: metoda analizy dokumentacji i porównań. W celu usystematyzowania podstawowych pojęć wchodzących w zakres obszaru badań została wykorzystana metoda analizy piśmiennictwa. Na podstawie analizy raportów i zebranych danych stwierdzono problem nadmiernego zadłużenia gospodarstw domowych oraz narastającą liczbę wniosków o uznanie gospodarstwa za upadłe. Niepokojącym zjawiskiem jest nie samo zadłużenie się gospodarstw domowych, ale idące za nieterminową spłatą zobowiązań konsekwencje zarówno finansowo-ekonomicznych jak i społeczne.

Słowa kluczowe: *zadłużenie gospodarstw domowych; upadłość konsumencka*

Wprowadzenie

W funkcjonowaniu gospodarstw domowych zadłużenie to naturalny stan w ich rozwoju, który jest wynikiem zaciągania zobowiązań, w tym kredytów i pożyczek. Zadłużenie jest „normalnym zachowaniem” członków wielu gospodarstw domowych, a na pewnym etapie życia wręcz nieuniknionym. Jest formą zdobywania środków finansowych, zwłaszcza we wczesnym stadium cyklu życia gospodarstwa domowego, ze względu na to, iż w początkowym okresie wykazują one największe zapotrzebowanie na środki finansowe. Z różnych powodów zadłużenie może wymknąć się z pod kontroli i stać trudne do spłaty. Patrząc na to zjawisko z jednej strony można zauważyć, że zadłużenie z tytułu kredytów i pożyczek powiększa zasób pieniężny, podnosi poziom możliwości, a także dostarcza doświadczenia w zaciąganiu i spłacaniu tego rodzaju zobowiązań. Z drugiej zaś strony istnieje ryzyko wystąpienia splotu niekorzystnych czynników i sytuacji, które mogą negatywnie wpłynąć na proces spłacania kredytów i pożyczek oraz doprowadzić do nadmiernego zadłużenia gospodarstwa domowego, a w niektórych przypadkach nawet do niewypłacalności i ogłoszenia upadłości konsumenckiej (Świącka 2009, s. 93).

Pionierem regulacyjnym podnoszącym kwestię upadłości konsumenckiej było prawodawstwo amerykańskie, z którego wzorce rozwiązań czerpały inne państwa, w tym również Polska. Upadłość konsumencka jest w Polsce dość nowym pojęciem, ponieważ ustawa o upadłości konsumenckiej obowiązuje dopiero od marca 2009 roku i obejmuje wąskie spektrum zarówno pod względem przedmiotowym jak i podmiotowym. Aspekt ten ma przełożenie na niewielką skalę wykorzystania rozwiązań ustawowych przez osoby fizyczne (Dąbrowska 2014, s. 33).

Patrząc na problematykę zjawiska oraz jego powszechną obecność wśród gospodarstw domowych celem artykułu jest ocena stopnia zadłużenia polskich gospodarstw domowych oraz określenie przyczyn i konsekwencji towarzyszących temu zjawisku.

Zadłużenie sektora gospodarstw domowych w monetarnych instytucjach finansowych

Gospodarstwa domowe mogą zadłużać się u różnych podmiotów i na różne sposoby. Podstawowym źródłem kredytów i pożyczek są monetarne instytucje finansowe, wśród których można wyróżnić banki komercyjne, banki spółdzielcze oraz SKOK-i (spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe). Mimo tego, że banki spółdzielcze oraz SKOK-i unowocześniły swoją ofertę, to nadal dominującą pozycję na rynku kredytów i pożyczek dla gospodarstw domowych zajmuje sektor banków komercyjnych (Wałęga 2013, s. 79).

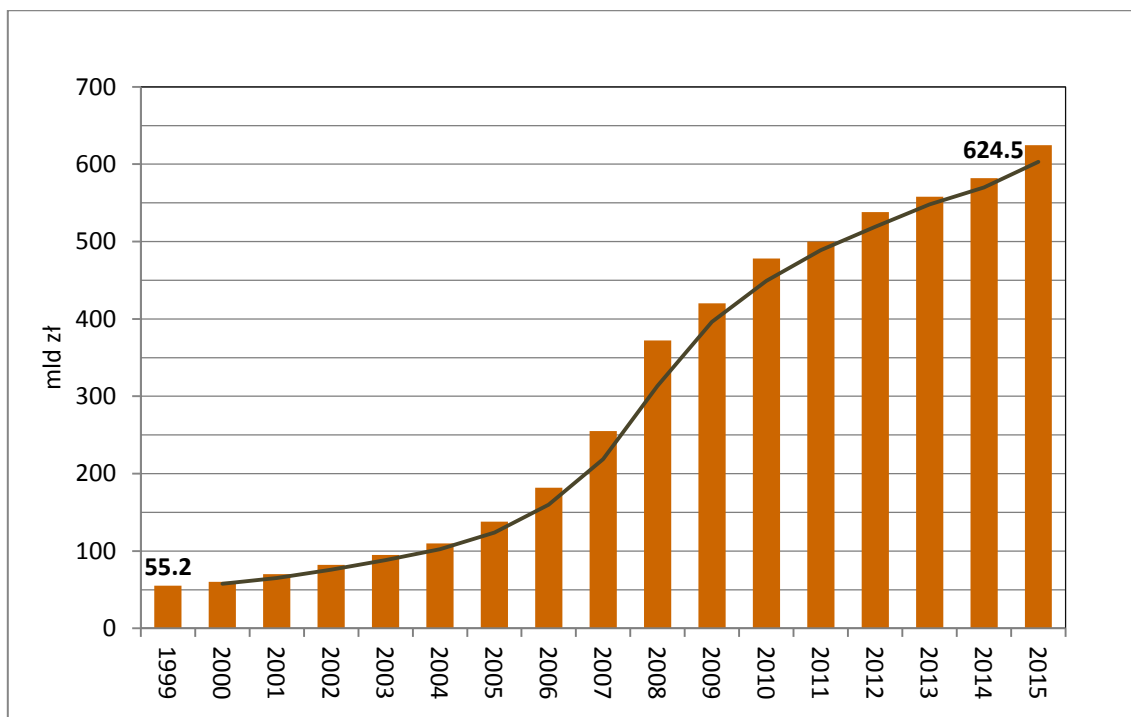
Do podmiotów, które mogą udzielać kredytów dla gospodarstw domowych, można zaliczyć pośredników kredytowych (licencjonowani pośrednicy-agenci kredytowi, firmy pracujące w systemie brokerskim, a także podmioty udzielające pożyczek z własnych środków), kasy (towarzystwa) budowlane i instytucje publiczne oferujące preferencyjne kredyty (np. kredyt studencki, preferencyjny kredyt dla rolników).

Źródłem pożyczek wykorzystywanym przez gospodarstwa domowe są również pracownicze kasy zapomogowo-pożyczkowe, ich podstawowym celem jest samopomoc pracownicza. Udzielają one także nieoprocentowanych (bądź o obniżonym oprocentowaniu) pożyczek. Kasy mogą być tworzone przez pracowników oraz emerytów i rencistów we wszystkich zakładach pracy. Jednakże w ostatnich latach ze względu na rozwój rynku finansowego ich znaczenie maleje.

Najistotniejszym źródłem podaży kredytów i pożyczek są monetarne instytucje finansowe (banki komercyjne, banki spółdzielcze i SKOK). Jeżeli chodzi o pozostałe podmioty oferujące sektorowi gospodarstw domowych możliwość zaciągania pożyczek nie ma wiarygodnych danych dla rozpatrywanego szeregu czasowego. Dodatkowo ich znaczenie w relacji do łącznej wartości zadłużenia gospodarstw domowych w Polsce jest niewielkie (Wałęga 2013, s. 83).

W ostatnich latach poziom ogólnego zadłużenia gospodarstw domowych w Polsce z tytułu kredytów i pożyczek charakteryzował się dużą dynamiką. Zadłużenie tego rodzaju w ciągu ostatnich siedemnastu lat wzrosło nominalnie ponad 12-krotnie z 55,2 mld zł na koniec roku 1999 do 679,5 mld zł na koniec czerwca 2016 roku. Wysokie tempo wzrostu wielkości kredytów i pożyczek zaciąganych przez gospodarstwa domowe widać zwłaszcza po 2005 roku. W ujęciu realnym średnioroczne tempo wzrostu kredytów dla gospodarstw domowych wynosiło 21,7%, co w skali całego okresu stanowiło blisko 6-krotne zwiększenie ich wartości.

Według danych NBP, udział pozostałych monetarnych instytucji finansowych w ogóle wartości kredytów i pożyczek udzielonych gospodarstwom domowym jest relatywnie mały i w analizowanym okresie oscyluje wokół 2%. W związku z tym można przyjąć, że w Polsce największym znaczeniem w finansowaniu gospodarstw domowych mają banki, natomiast wartość kredytów i pożyczek udzielanych przez SKOK-i jest nadal na niskim poziomie.



Rys. 1. Wartość kredytów udzielanych przez banki sektorowi gospodarstw domowych w latach 1999-2015 (w mld zł).

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych NBP, GUS oraz raportów AMRON-SARFiN

Żeby zobrazować znaczenie kredytów i pożyczek dla sektora gospodarstw domowych istotne jest by odnieść wartości nominalne do innych kategorii ekonomicznych.

W latach 2000-2012 wzrost wartości kredytów i pożyczek udzielanych gospodarstwom przekraczał dynamikę w pozostałych segmentach sektora niefinansowego. Wynikiem tego był w zasadzie nieprzerwany wzrost udziału należności od gospodarstw domowych w należnościach monetarnych instytucji finansowych. Na koniec 2012 roku stanowiły one około dwóch trzecich ogółu, natomiast dziesięć lat wcześniej było to niewiele ponad jedną trzecią. Od 2005 roku wartość kredytów i pożyczek udzielanych przedsiębiorstwom jest niższa niż ta sama wartość dla gospodarstw domowych. W 2015 roku kredyty udzielone sektorowi niefinansowemu wyniosły 956,5 mld zł (wzrost o 7,2% w stosunku do roku poprzedniego), w tym kredyty dla przedsiębiorstw 326,0 mld zł (wzrost o 8,3%), i dla gospodarstw domowych 624,5 mld zł (więcej o 6,6%). Kredyty dla gospodarstw domowych były przeznaczone głównie na nieruchomości mieszkaniowe (378,1 mld zł, w tym 137,7 mld zł w CHF) i kredyty konsumpcyjne osób prywatnych (126,4 mld zł)¹⁵.

Rynek kredytów konsumpcyjnych jak i mieszkaniowych w Polsce rozwija się dość prężnie. Pogłębienie się poziomu zadłużenia sektora gospodarstw domowych samo w sobie nie jest negatywnym zjawiskiem, gdyż dzięki kredytom następuje przyspieszenie realizacji planów związanych z różnymi formami konsumpcji, a jednocześnie zjawisko to wspiera wzrost gospodarczy. Problemem systemowym staje się jednak wzrost zadłużenia kredytobiorców mających trudności z terminową spłatą zobowiązań w dłuższym okresie czasu. Zaciąganie kolejnych kredytów i pożyczek przez gospodarstwa domowe bądź, zwłaszcza gdy wartości już istniejących zobowiązań przekracza osiągnane dochody, może spowodować nadmierne zadłużenie. Taki problem wymaga

¹⁵ Raport GUS „Wyniki finansowe banków w 2015 roku” z dnia 5.04.2015

przeciwdziałania, zapobiegania oraz zwalczania w celu poprawy kondycji finansowej zadłużonego gospodarstwa i powstrzymania pułapki pętli zadłużeniowej (Niczporuk, Talecka 2011, s. 289).

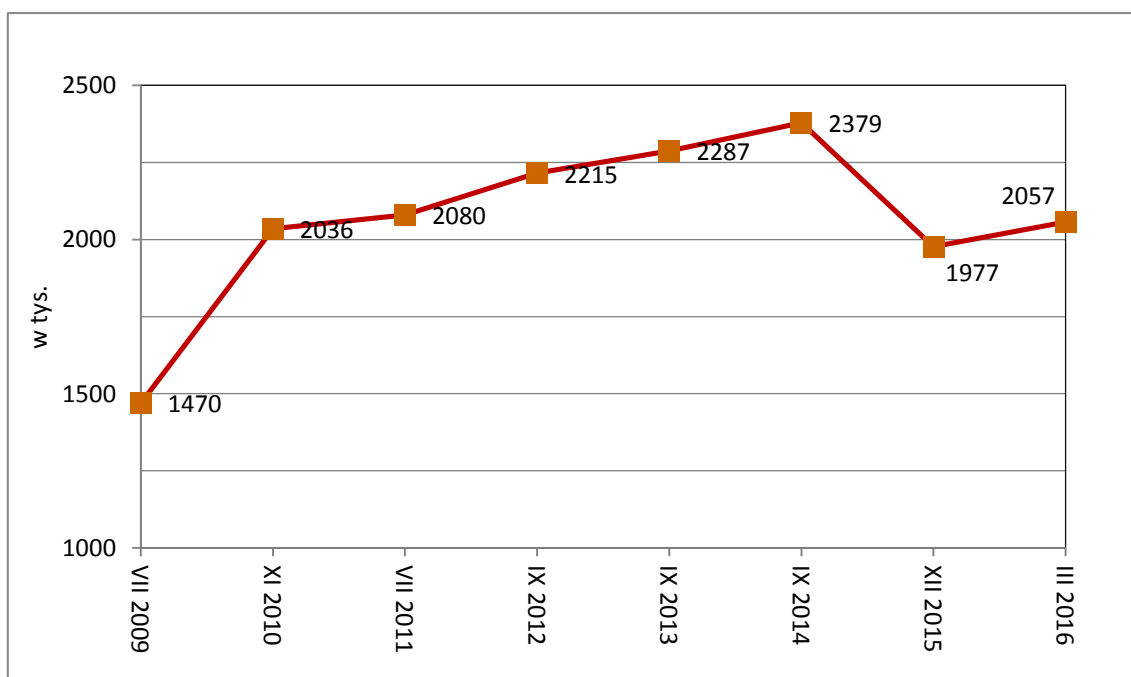
Poziom i struktura zadłużenia sektora gospodarstw domowych

Nadmierne zadłużenie jest wciąż w Polsce nowym zagadnieniem, nie ma do końca jasno sprecyzowanej definicji. Pojęcie to jest rozumiane jako (Świecka 2009, s.102):

- niemożność spłaty wszystkich swoich zobowiązań w całości i punktualnie o czasie,
- stan, w którym dochód gospodarstwa pomimo obniżenia standardu życiowego (koszt utrzymania) jest niewystarczający na uregulowanie wszystkich zobowiązań przez dłuższy okres czasu,
- zjawisko społeczne, w którym konsumenci nie są w stanie wywiązać się ze swoich zobowiązań w najbliższej przyszłości.

Biorąc pod uwagę powyższe definicje można stwierdzić, iż problem nadmiernego zadłużenia powstaje wówczas, gdy sytuacja finansowa kredytobiorcy ulega trwałemu pogorszeniu i nie jest on w stanie samodzielnie wywiązać się z zaciągniętych zobowiązań, w umówionym terminie i w najbliższym czasie. Efektem narastającego zadłużenia jest niewypłacalność, a więc trwała utrata możliwości obsługi zobowiązań przez dłużnika (Niczporuk, Talecka 2011, s. 290).

Nadmierne zadłużenie jest wynikiem szeregu następujących po sobie niewłaściwych wyborów, niewystarczającej konkurencji oraz braku odpowiednich i adekwatnych regulacji. Kluczowym elementem jest tu jednak potwierdzająca się niewystarczająca, a wręcz obiektywnie bardzo słaba wiedza, nawet wysoko sytuowanych konsumentów na temat produktów finansowych i kategorii ekonomicznych (Gębski 2013, s. 87). Na nadmierne zadłużenie sektora gospodarstw domowych ma również wpływ sytuacja na rynku walutowym i bankowym. Zwłaszcza negatywne zmiany niekorzystnie oddziałują na kondycje finansową zadłużonych gospodarstw domowych.



Rys. 2. Liczba klientów posiadająca zaległe zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek bankowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu InfoDług.

Utrzymującej się wzrostowej tendencji udzielanych kredytów gospodarstwom domowym towarzyszy również wysoka liczba klientów czasowo niewywiązujących się z zobowiązań (od 1 469 765 w sierpniu 2009 r., przez 2 035 560 w listopadzie 2010 r., po 2 056 528 w marcu 2016 r.). Kwota zaległych płatności Polaków w sierpniu 2011 r. wyniosła 32,51 mld zł, zaś 5,4% osób nie regulowało zobowiązań terminowo. W sierpniu 2011 r. łączne długi konsumentów i przedsiębiorstw wobec banków osiągnęły 61 mld zł, z tytułu niezapłaconych podatków wobec Skarbu Państwa 22,5 mld zł, zaległych zobowiązań wobec Jednostek Samorządu Terytorialnego 10 mld zł, zaś czynszów 2,5 mld zł. Natomiast w grudniu 2015 roku łączna kwota zaległych zobowiązań osób nieregulujących terminowo zobowiązań wynosiła 40,39 mld zł, z czego łączna kwota zaległych zobowiązań kredytowych wynosiła 29,21 mld zł, a liczba osób posiadająca takie zaległe zobowiązanie kredytowe wyniosła 1 053 125. Największym udziałem niespłaconych zobowiązań odznaczają się kredyty mieszkaniowe, następnie zaległe kredyty konsumpcyjne i wartość zaległości na karcie kredytowej lub koncie osobistym.

Na podstawie danych NBP należy stwierdzić, że prawie 95% Polaków spłaca zobowiązania terminowo, budując swoją pozytywną historię kredytową oraz wiarygodność finansową, natomiast 5,2% dłużników ma problem z nadmiernym zadłużeniem i terminowym regulowaniem swoich zobowiązań. Autorzy raportu InfoDług podkreślają, że w lutym 2009 r. liczba klientów podwyższonego ryzyka wyniosła w Polsce 1,29 mln osób, łączna kwota zaległych płatności kształtowała się na poziomie 8,59 mld zł, zaś średnie zaległe zadłużenie Polaka wobec banków, kontrahentów i firm dostarczających usługi masowe wyniosło 6,64 tys. zł.

Z kolei łączna kwota zaległych płatności podwyższonego ryzyka odnotowanych w Rejestrze Dłużników oraz w Biurze Informacji Kredytowej na koniec września 2012r. wyniosła 37,03 mld zł. Pomiędzy marcem a wrześniem 2012 r. wysokość zadłużenia wzrosła o 950 mln zł. Łączna kwota nieuregulowanych zobowiązań od końca sierpnia 2011 r. do września 2012 r. wzrosła o 14%, czyli o 4,52 mld zł. Na koniec września 2013 r. liczba klientów podwyższonego ryzyka wyniosła w Polsce 2,28 mln osób, czyli o prawie 1 mln osób więcej niż w 2009 r., zaś 6% Polaków nie regulowało swoich zobowiązań terminowo. Z kolei łączna kwota zaległych płatności podwyższonego ryzyka wyniosła 39,03 mld zł, co oznacza prawie czterokrotny wzrost w stosunku do 2009 r. Wartość łącznych zaległych płatności w styczniu 2015 roku wyniosła 40,94 mld zł co stanowi wzrost o ponad 1 mld w stosunku do stycznia 2014 roku.

Skutki niewypłacalności gospodarstw domowych wydają się znacznie bardziej poważne niż skutki upadłości przedsiębiorstw, gdyż mają charakter wielowymiarowy, w tym głównie ekonomiczny i społeczny. Zanim gospodarstwo domowe stanie się niewypłacalne, próbuje rozwiązywać problemy finansowe, zadłuża się jeszcze bardziej, poszerzając grono osób nadmiernie zadłużonych. Nie mając jednak zdolności kredytowej, korzystają z instytucji parabankowych udzielających pożyczek na znacznie większy procent, a tym samym zmniejszają swoje możliwości spłaty i tak dużego zadłużenia. Konsekwencją niewypłacalności jest zwiększenie kosztów życia związanych ze spłacaniem długów i życie na poziomie minimum socjalnego. Kolejnym ze skutków niewypłacalności gospodarstw domowych jest zjawisko wykluczenia społecznego. Wiąże się ono z problemem uczestnictwa w życiu społecznym i jest dodatkowym obciążeniem dla członków gospodarstwa domowego.

Upadłość konsumencka jako konsekwencja nadmiernego zadłużenia sektora gospodarstw domowych

Upadłość konsumencka to usankcjonowany prawnie stan niewypłacalności poprzez wejście na drogę sądową, co daje szansę gospodarstwu domowemu na rozpoczęcia negocjacji z wierzycielami, zawarcia odpowiednich układów i ustalenie sposobu i czasu spłaty zobowiązań oraz tzw. „odrodzenie się” (Odorzyńska-Kodek 2011). Zatem można stwierdzić, iż ogłoszenie upadłości gospodarstwa domowego jest uregulowaniem na nowo relacji z wierzycielami, której elementem może być częściowe, a w niektórych przypadkach całkowite oddłużenie osób fizycznych, które nie prowadzą działalności gospodarczej. Należy również pamiętać o tym, że upadłość konsumencka jest procedurą oddłużeniową, połączoną z zobowiązaniem (upadłego) dłużnika do pokrycia określonej części zobowiązań.

W Polsce procedura ogłaszania upadłości konsumenckiej została uregulowana w ustawie z 5 grudnia 2008 roku o zmianie ustawy Prawo upadłościowe i naprawcze oraz ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U nr 234, poz. 1572). Od 31 marca 2009 roku niewypłacalna osoba fizyczna nieprowadząca działalności gospodarczej, na mocy art. 491 wyżej wymienionej ustawy, może wystąpić o ogłoszenie upadłości, pod warunkiem, że stała się niewypłacalna na skutek wyjątkowych i niezależnych od siebie okoliczności (Zalega 2014).

Ocena uczciwości płatniczej konsumenta i tego, czy może skorzystać on z upadłości konsumenckiej dokonywana jest przez sąd, który w składzie jednego sędziego, rozpoznaje wniosek o ogłoszenie upadłości. Sąd bada, na podstawie oświadczeń konsumenta i dokumentów czy nie zachodzi choćby jedna z negatywnych przesłanek do oddalenia wniosku (np. umyślne doprowadzenie do swojej niewypłacalności przez konsumenta, albo istotnie zwiększył jej stopień umyślnie lub w skutek rażącego niedbalstwa)¹⁶.

Elementem postępowania upadłościowego, następującym po likwidacji majątku upadłego jest ustalenie przez sąd planu spłaty. Obejmuje on część wierzytelności niezaspokojonych z likwidacji majątku upadłego powstałych przed ogłoszeniem upadłości oraz wszystkie wierzytelności przypadające za czas po ogłoszeniu upadłości. Sąd ustala jaką część dochodów konsumenta przeznaczana będzie na zaspokojenie tych wierzytelności i w jakim okresie konsument będzie miał wykonywać obowiązki związane z planem spłaty. Ustalając plan spłaty wierzycieli, sąd bierze pod uwagę możliwości zarobkowe upadłego, konieczność utrzymania upadłego i osób pozostających na jego utrzymaniu, w tym ich potrzeby mieszkaniowe, wysokość niezaspokojonych wierzytelności i realność ich zaspokojenia w przyszłości. W postanowieniu o ustaleniu planu spłaty wierzycieli sąd określa, w jakim zakresie i w jakim czasie, nie dłuższym niż 36 miesięcy (w niektórych przypadkach 54 miesięcy), konsument jest obowiązany spłacać zobowiązania wynikające z listy wierzytelności i jaka część zobowiązań upadłego powstałych przed dniem ogłoszenia upadłości zostanie umorzona po wykonaniu planu spłaty. Plan spłaty jest, więc ustaleniem przez sąd warunków i okresu próby, w którym badana jest uczciwość i rzetelność płatnicza konsumenta. Jeżeli konsument będzie wykonywał swoje zobowiązania w sposób prawidłowy, może liczyć na oddłużenie (umorzenie części albo całości wierzytelności powstałych przed ogłoszeniem upadłości).

¹⁶ <https://www.ms.gov.pl/pl/szukaj/index,1.html?Query=upad%C5%82o%C5%9B%C4%87+konsumencka+poradnik&SenderPage=1> [dostęp w dniu 29.12.2016]

Cała procedura jest dość skomplikowana, a przyznawanie statusu upadłości konsumenckiej w polskiej praktyce jest nadal mało powszechne. W pierwszym roku obowiązywania w Polsce ustawy upadłościowej większość złożonych wniosków została oddalona (często z powodu niespełnienia przez dłużnika warunków ubiegania się o upadłość konsumencką) lub zwrócona (często z powodu złego przygotowania wniosku), (Jaślikowski 2011, s.160-164). Natomiast w drugim roku obowiązywania przepisów z procedurą upadłości gospodarstwa domowego zdecydowanie lepiej radzą sobie zarówno sądy, jak i pomagający w przygotowaniu wniosków adwokaci oraz sami konsumenci. Z tego też względu, w kolejnych latach coraz więcej składanych wniosków kończyło się ogłoszeniem upadłości konsumenckiej. W 2009 r. było to zaledwie ok. 1%, w 2010 r. 2,3%, w 2011 r. 3,7%, a w 2012 to już 8,4%. Z dniem 31 grudnia 2014 roku weszły w życie przepisy zmieniające ustawę Prawo upadłościowe i naprawcze (Dz. U. z 2014 r., poz. 1626 - j.t.) w zakresie postępowania upadłościowego osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej w związku, z czym 2015 roku upadłość ogłoszono w 38,3% złożonych wniosków.

Tabela 1. Ewidencja spraw o ogłoszenie upadłości konsumenckiej (w latach 2009-2015)

Wyszczególnienie	Lata						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Wpływ spraw o ogłoszenie upadłości	985	510	380	286	274	300	5616
Ogłoszenie upadłości obejmującej likwidację	10	12	14	24	28	32	2153
Oddalenie wniosku	335	254	171	107	120	98	599
Umorzenie postępowania	28	10	11	9	3	16	95
Prawomocne przekazanie wniosku	10	3	7	9	-	-	-
Połączenie sprawy	10	4	7	5	-	-	-
Prawomocny zwrot wniosku	422	265	169	138	104	123	872
Załatwienie w inny sposób	16	30	12	7	11	7	48

*dane po zmianie ustawy Prawo upadłościowe i naprawcze (Dz.U. z 2014 r., poz. 1626)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Sprawiedliwości.

Do sądów upadłościowych od 2009 r. do końca 2015 r. wpłynęło 8351 wniosków o ogłoszenie upadłości konsumenckiej. Ogłoszonych wyroków: jest jedynie 2273 w całym kraju (co stanowi 27%), mimo że rośnie liczba dłużników, a jeszcze bardziej rosną ich zadłużenia. W 2009 r. na 985 złożonych wniosków, upadłością zakończonych zostało zaledwie dziesięć. W kolejnym roku obowiązywania ustawy o upadłości konsumenckiej, zanotowano zmniejszenie o prawie połowę wpływu wniosków o niewypłacalność. W latach 2011-2012 tendencja ta utrzymywała się. Podstawowym powodem takiej sytuacji nie było zmniejszenie się liczby nadmiernie zadłużonych gospodarstw domowych, ale niezwykle rygorystyczne warunki zapisane w ustawie o upadłości konsumenckiej (Szymańska 2013, s. 63). Polska ustawa pozwalała na poddanie się procedurze

upadłościowej tylko wtedy, gdy zadłużenie jest konsekwencją działań niezależnych i niezawinionych przez dłużnika, obliguje do sprzedania mieszkania/domu, a także nie przewiduje zawarcia ugody z wierzycielami. Zmiana ustawy w 2015 roku spowodowała wzrost napływu wniosków do sądów oraz większą liczbę wydanych decyzji o upadłości konsumenckiej. Po tej zmianie możliwość zgłoszenia wniosku o ogłoszenie upadłości konsumenckiej posiadają również wierzyciele. Do tej pory wniosek mógł zgłosić wyłącznie sam dłużnik.

Wniosek o ogłoszenie upadłości konsumenckiej powinien być składany na urzędowym formularzu, którego wzór określony jest przez Ministra Sprawiedliwości w drodze rozporządzenia. Rozszerzony został również zakres zastosowania procedury upadłości konsumenckiej. Ponadto stworzony ma zostać Centralny Rejestr Restrukturyzacji i Upadłości, który będzie m.in. służył zamieszczaniu i obwieszczaniu postanowień, zarządzeń, dokumentów i informacji dotyczących postępowania restrukturyzacyjnego i upadłościowego. Rozpoznawanie spraw o upadłości konsumenckiej zostało przeniesione do wydziałów cywilnych sądów rejonowych.

Zdaniem wielu ekspertów, w dłuższej perspektywie liczba wniosków o upadłość konsumencką w Polsce będzie stale wzrastać, z uwagi na znaczny wzrost zadłużenia gospodarstw domowych w instytucjach finansowych, wzrost świadomości istnienia takiej procedury wśród konsumentów, a także presję społeczną.

Podsumowanie

Upadłość konsumencka jest konsekwencją sekwencji działań gospodarstw domowych. Dotarcie do punktu, w którym nie ma się zdolności do regulacji bieżących zobowiązań, a ich wielkość przekracza znacznie osiągnięte dochody w dłuższej perspektywie czasu prowadzi do niewypłacalności. Zadłużenie samo w sobie nie jest złym zjawiskiem, wręcz przeciwnie w gospodarczym spojrzeniu na ten aspekt wspomaga wzrost gospodarczy przez większą konsumpcję i napędza rynek finansowy. Jednakże problem pojawia się właśnie wtedy, gdy gospodarstwa nie radzą sobie z sukcesywnym regulowaniem zaciągniętych zobowiązań. Zjawiska gospodarcze jak kryzys finansowy czy zachwiania na rynku walutowym mają negatywny wpływ na regulację zobowiązań. Widoczne tego konsekwencje widać po gospodarstwach, które zaciągnęły kredyty we frankach szwajcarskich. Konsekwencje niewypłacalności i upadłości konsumenckiej są bolesne i nie ograniczają się jedynie do skutków ekonomicznych, ale także mają swoje podłoże psychologiczne. Dlatego tak istotna jest edukacja ekonomiczna i budowanie świadomości podejmowanych decyzji i zobowiązań. Ważne jest by rynek kredytowy i pożyczek bankowy się rozwijał, ale dużo ważniejsze jest to by nie było tak wielu klientów podwyższonego ryzyka, od których trudno odzyskać wypłacone środki. Upadłość konsumencka nie jest rozwiązaniem problemów jest tylko półśrodkiem i pewnego rodzaju szansą na „odrodzenie” się gospodarstwa domowego, co niestety nie jest łatwe.

Bibliografia

- Dąbrowska A. (2014). *Handel wewnętrzny, Upadłość konsumencka - ujęcie teoretyczno-empiryczne*. Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa, 4, s. 33-47.
- Gębski Ł. (2013). *Gospodarka Narodowa, Nadmierne zadłużenie gospodarstw domowych - problem finansowo-prawny czy społeczny?* Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, 4, s. 83-108.
- Jaślikowski M. (2011). *Handel wewnętrzny, Upadłość konsumencka w praktyce sądów powszechnych*. Instytut Wymiaru Sprawiedliwości, Warszawa.
- Niczporuk P. Talecka A. (2011). *Bankowość: podstawowe zagadnienia*. Wyd. TEMIDA 2, Białystok.
- Odorzyńska-Kondel J. (2011). *Handel wewnętrzny 1, Upadłość konsumencka w świetle wybranych przepisów prawnych*. Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa.
- Ogólnopolski Raport o Klientach Wysokiego i Podwyższonego Ryzyka w Obrocie Gospodarczym*. 2012. Centrum Informacji Gospodarczej InfoDług
- Ogólnopolski Raport o Zaległym Zadłużeniu i Klientach Podwyższonego Ryzyka*. 2013. BIG IfoMonitor
- Raport AMRON-SARFiN*. 2015. Związek Banków Polskich
- Raport o stabilności systemu finansowego*. 2015, NBP, Warszawa.
- Raport o wyniku finansowym banków*. 2016. GUS, Warszawa.
- Raport o zasobności gospodarstw domowych w Polsce*. 2015. NBP, Warszawa.
- Szymańska A. (2013). *Problemy zarządzania. Upadłość konsumencka w wybranych krajach Unii Europejskiej a kryzys gospodarczy*. Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa, 1, s. 54-67.
- Święcka B. (2009). *Niewypłacalność gospodarstw domowych: przyczyny, skutki, przeciwdziałanie*. Wyd. Dyffin, Warszawa.
- Wałęga G. (2013). *Kredytowanie gospodarstw domowych*. Wyd. PWE, Warszawa.
- Zalega T. (2014). *Nierówność społeczna a Wzrost Gospodarczy, Upadłość konsumencka a zadłużanie się miejskich gospodarstw domowych w Polsce w okresie kryzysu*. Uniwersytet Warszawski, 38, s.152-166.
- www.amron.pl www.ms.gov.pl
- www.ms.gov.pl/pl/szukaj/index,1.html?Query=upad%C5%82o%C5%9B%C4%87+konsumencka+poradnik&SenderPage=1 (dostęp 29.12.2016)
- www.nbp.pl
- www.stat.gov.pl