

LISTY EKONOMICZNE

studenckie czasopismo naukowe

Numer 1
2020

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 hab. Adam Rudzewicz
dr hab. Anna Strychalska-Rudzewicz
dr Robert Podstawski
dr Paweł Merło

Kolegium redakcyjne: prof. nadzw. dr hab. Andrzej Buszko,
prof. nadzw. dr hab. Małgorzata Cygańska, dr Artur Wyszyński

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, 2020

SPIS TREŚCI

1	DLACZEGO MŁODSZE POKOLENIE Y EMIGRUJE Z OLSZTYNA	4
	<i>Adam Paluszak</i>	
2	EURO JAKO JEDNA Z KLUCZOWYCH WALUT NA RYNKU MIĘDZYNARODOWYM	12
	<i>Sylwia Pełka</i>	
3	INNOWACYJNOŚĆ MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE A NAPŁYW BIZ	23
	<i>Wojciech Ruciński</i>	
4	PRZESTĘPCZOŚĆ BANKOWA NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH PAŃSTW UNIJNYCH	33
	<i>Katarzyna Przybyszewska</i>	
5	ROZWÓJ CROWDFUNDINGU W POLSCE NA PRZYKŁADZIE ZRZUTKA.PL	45
	<i>Natalia Zalewska</i>	
6	MARKETING TERYTORIALNY OLSZTYNA W OCZACH JEGO MIESZKAŃCÓW	53
	<i>Paweł Urbanowicz</i>	

Adam Paluszak

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Dlaczego młodsze pokolenie Y emigruje z Olsztyna?

Streszczenie

Obecnie coraz częściej spotykane jest zjawisko migracji wewnętrznych i zewnętrznych. Szczególnie dotyczy to ludzi młodych. Najczęstszym powodem są zbyt niskie zarobki lub tęsknota za domem rodzinnym. W tym artykule zbadano przyczyny migracji z Olsztyna osób urodzonych między rokiem 1990-2000. Narzędziem użytym do badania jest mapa kognitywna na podstawie metody eksperckiej wykorzystującą do modelowania metodę delficką.

Wprowadzenie

Zjawisko migracji zaobserwować można już w momencie tworzenia się skupisk ludzkich zamieszkujących dany obszar. Słowo „migracja” pochodzi od łacińskiego słowa „migratio” co oznacza „przesiedlenie się”. W słowniku języka współczesnego słowo to zostało wyjaśnione jako masowa wędrówka, czyli przemieszczanie się ludności w obrębie danego kraju lub pomiędzy krajami na pewien okres czasu lub na stałe, co powodować mogą czynniki religijne, ekonomiczne, etniczne lub polityczne. (Dunaj 1996) Na wstępie należy rozwinąć pojęcie pokolenia Y. Najbardziej adekwatna w tym przypadku będzie definicja Szafranca, pokolenie to jest pozbawione wzorca, jest wychowane na medialnych niewolników w dobie Internetu i telewizji oraz jest pokoleniem sukcesu, któremu bliżej jest do rówieśników z drugiego końca świata niż do braci i rodziców ze starszego pokolenia, pojawia się próżnia, między pokoleniami która staje się niemożliwa do wypełnienia. (Szafraniec 2000)

Migracje ich rodzaje, przyczyny i skutki

Procesy migracyjne są przedmiotem badań prowadzonych w ramach wielu dyscyplin naukowych. Rozważania dotyczące pojęcia migracji rozpoczęto od przedstawienia interpretacji zjawiska z punktu widzenia wybranych kryteriów. Migracja jest definicją bardzo ogólną. Migracje podzielić można na szereg kryteriów. Najczęściej wymieniane są:

- Kryterium przestrzenne – związane jest z przemieszczaniem się ludności z jednego obszaru na drugi w obrębie kraju (wieś-wieś, wieś-miasto, miasto-miasto) lub poza granice kraju.
- Kryterium pobytu – należy tutaj traktować migranta jako osobę zmieniającą miejsce zamieszkania. Migracja przez pryzmat kryterium pobytu może być przymusowa, dobrowolna i mieć charakter wewnętrzny lub zewnętrzny.
- Kryterium czasu - kryterium to pozwala odróżnić migrantów od turystów. Odnosi się do minimalnego czasu mobilności lub też przebywania w innej strefie ekonomiczno-społecznej (za minimalny okres przyjmuje się 12 miesięcy). Migracje krótkookresowe podzielić można na sezonowe, cyrkulacyjne oraz wahadłowe.
- Kryterium aktywności - odnosi się do zmiany miejsca wykonywania różnego rodzaju czynności, najczęściej odnosi się do pracy zawodowej. (MAKSIMCZUK, SIDOROWICZ 2007)

Migranci zmieniający miejsce zamieszkania najczęściej migrują ze względu na trudności, których starają się pozbyć bądź ograniczyć w nowym miejscu. W literaturze występuje wiele przyczyn decyzji migracyjnych wśród nich wyróżniamy:

- Migracje ekonomiczne spowodowane chęcią poprawy warunków życia, polepszenia warunków pracy a także chęcią uzyskania wyższych przychodów. Jest to najczęstsza przyczyna zmiany miejsca zamieszkania.
- Migracje rodzinne których celem jest zakładanie rodziny lub dołączenie rodziny do osoby, która wyemigrowała już wcześniej.
- Migracje polityczne związane zazwyczaj z wojną lub walką obozów politycznych. Tego rodzaju migracje charakterystyczne są dla ludzi szukających schronienia przed różnymi formami dyskryminacji.
- Migracje religijne Mają one na celu zapewnienie bezpieczeństwa wyznawania wiary oraz wypełnianie praktyk religijnych. Wyróżniamy migracje dobrowolne i przymusowe. Pierwsza forma spowodowana jest chęcią przebywania wśród współwyznawców. Przymusowe migracje religijne wiążą się z prześladowaniem na tle religijnym. (CABAŃSKA 2013)

Jedną z przełomowych i najbardziej wpływowych koncepcji teoretycznych, wyjaśniających czynniki wpływające na podjęcie decyzji o migracji jest teoria sformułowana przez Everetta Lee. W toku badań postawiono hipotezę, że o podjęciu decyzji o zmianie miejsca zamieszkania nie decyduje rachunek plusów i minusów, wymagany jest bodziec, który skłoni migranta do zmiany miejsca, do którego się przywiązał. Dodatkowo istnieją przeszkody, które mają decydujące znaczenie oraz uniemożliwiają zmianę miejsca zamieszkania. Lee nie tłumaczy jednak znaczenia czynników osobowych. (LEE 1966)

Za pomocą teorii czynników wypychających i przyciągających wyjaśniane są przyczyny migracji zarówno z perspektywy ekonomicznej i demograficznej, jak i politycznej, społecznej czy kulturowej. Przykładowy podział przyczyn migracji, uwarunkowanych czynnikami push-pull, został przedstawiony w tabeli 1.

Tabela 1

Przyczyny migracji	Czynniki wypychające	Czynniki przyciągające
ekonomiczne i demograficzne	wysokie bezrobocie, ubóstwo, niskie płace, wysoki przyrost naturalny, brak podstawowej opieki medycznej, braki w systemie edukacji	popyt na pracę, perspektywy poprawy standardów życia, wysokie zarobki, rozwój osobisty lub zawodowy
polityczne	niestabilność polityczna, korupcja, konflikty, niebezpieczeństwo, przemoc, łamanie praw człowieka	poczucie bezpieczeństwa, wolność polityczna
społeczne i kulturowe	dyskryminacja wynikająca ze względów etnicznych lub religijnych, brak równouprawnienia kobiet i mężczyzn	łączenie rodzin, migracja do kraju przodków, brak zjawiska dyskryminacji

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [Orłowska 2013]

Ekonomiści w badaniach nad zjawiskiem migracji koncentrują swoją uwagę na czynnikach gospodarczych wpływających na decyzję o migracji. U źródeł ekonomicznej teorii migracji leży przekonane sformułowanie po raz pierwszy już w 1932 roku przez Johna Hicksa, który w pewnym stopniu opierał się na wnioskach wynikających z pism Adama Smitha. Hicks stwierdził, że różnicowanie korzyści ekonomicznych netto, głównie zaś różnicowanie plac, to główna przyczyna migracji, dając podstawy jednej z najbardziej wpływowych szkół w badaniach migracji. Najbardziej powszechnym nurtem w

ekonomicznych teoriach migracji jest przedstawianie jej jako zjawiska opartego na zachowaniach ludzkich, wynikających z natury homo oeconomicus, zgodnie z którą człowiek przemieszcza się do miejsca, gdzie w oczekiwany przez niego sposób zostaną zaspokojone jego potrzeby. Podłożem rozważań ekonomistów na poziomie makro jest zatem sytuacja nierównowagi rynkowej, czyli niedoskonałości mechanizmu rynkowego, natomiast na poziomie mikro dodatkowo brany jest pod uwagę czynnik agencyjny, tj. decyzje jednostki. (HICKS 1932)

Teoria nowej ekonomii migracji wyrosła na gruncie teorii neoklasycznej. Przez wielu badaczy jest traktowana jako jedna z modyfikacji neoklasycznej teorii, gdyż w zasadzie ulepsza jej założenia mikroekonomiczne. Twórcy tej teorii dostrzegają głównie motywację finansową do migracji, ale nie jednostki a grupa osób dokonuje wyboru, najczęściej są to gospodarstwa domowe. Celem, do którego dążą członkowie gospodarstwa nie jest uzyskanie maksymalnych korzyści dochodowych, ale minimalizacja ryzyka trudności materialnych w różnych fazach cyklu rozwoju rodziny. Zgodnie z tezami Starka, którego uznaje się za głównego twórcę omawianej teorii, jednym ze sposobów zmniejszania ryzyka jest dywersyfikacja dochodów gospodarstwa domowego, która dokonuje się właśnie poprzez migracje. Niektórzy członkowie rodziny podejmują wówczas prace w oddaleniu od miejsca zamieszkania, aby w przypadku wystąpienia problemów gospodarczych w regionie, rodzina miała zapewnione stałe źródło dochodów. (STARK 1991)

Naukowcy zajmowali się badaniem przyczyn strukturalnych krajów wysyłających, stymulujących migrację, jak niedostateczne wykształcenie gospodarki rynkowej, którego skutkiem może być niepodołanie w sytuacji wystąpienia kryzysu czy klęskami żywiołowymi. Ze względu na to, iż rynek finansowy, hipoteczny i ubezpieczeniowy nie jest w stanie zagwarantować ludziom utrzymania standardów życia w sytuacji wystąpienia kryzysu, zmuszeni byłiby do funkcjonowania na najniższym poziomie. Zatem w związku z brakiem możliwości ubezpieczenia od zdarzeń losowych czy brakiem dostępu do źródeł kredytu migracje emigrację traktuje się jako źródło dochodów uzupełniające budżet rodzinny. (KUPISZEWSKI 1998)

Migracja ludności niesie za sobą konsekwencje, które ponosi zarówno państwo przyjmujące migrantów jak i również państwo wysyłające. Najczęściej są to skutki o charakterze ekonomicznym lub pozaekonomicznym oddziałujące na sferę gospodarczą i społeczną. Dla krajów przyjmujących migracja jest korzystna pod względem możliwości korzystania z wiedzy i umiejętności migrantów, ale także ze względów demograficznych w

postaci utrzymania/zwiększenia liczby ludności oraz zmianę w jej strukturze. (BUDNIKOWSKI 2001) W sytuacji, gdy w proces migracji nie ingeruje państwo, efekty migracji są pozytywne w obu krajach. Występuje wówczas równowaga korzyści, w kraju wysyłającym zmniejsza się bezrobocie i wzrastają płace, a w kraju przyjmującym zwiększa się podaż pracy, ograniczająca dalszy wzrost płac, co prowadzi do zwiększenia możliwości kreacji kapitału. (CABAŃSKA 2015)

Mapa kognitywna

Z angielskiego Cognitive Maps jest graficzną prezentacją wiedzy badanego podmiotu na określony temat, to rozwiązanie wywodzące się z nauk humanistycznych, zwane potocznie mapą skojarzeń. Jest to rozwiązanie opierające się na skojarzeniach przyczynowo -skutkowych, ale o bardziej złożonym charakterze, niż zwykło się stosować w naukach ekonomicznych. Mapa kognitywna umożliwia poszukiwanie zależności pomiędzy uwarunkowaniami badanego zjawiska w ujęciu statycznym i dynamicznym. Za twórcę tej metody uznaje się Roberta Axelord, który zastosował mapy kognitywne jako formalny sposób reprezentacji wiedzy oraz jako narzędzie wspomagające podejmowanie decyzji w systemach społecznych i politycznych. Użył on ich w celu prezentacji decyzji podjętych przez British Eastern Committee w 1918r. Mapa składa się z węzłów, oznaczonych strzałek kierunkowych i współczynników przyczynowości. Węzły reprezentują czynniki, a oznaczone strzałki kierunkowe zależności przyczynowe pomiędzy czynnikami. W literaturze występują dwa podejścia do tworzenia i wykorzystania metody mapy kognitywnej. Są to ujęcia: - ekonometryczne oparte na modelowaniu współzależności matematycznych, - eksperckie, w którym w miejsce modelowania wprowadza się metodę delficką oraz nieskomplikowane procedury obliczeniowe.

Częścią wspólną procedur jest:

- sporządzenie listy wyjściowych warunków, wyjaśniających badane zjawisko, - selekcja warunków, tworzących docelowy model,
- opracowanie macierzy współzależności pomiędzy warunkami (uwarunkowaniami),
- ustalenie grafu uporządkowanego,
- określenie kluczowych zależności

Punktem wyjścia procedury jest określenie liczby czynników objaśniających badane zjawisko, potem dokonuje się wyboru czynników wyjściowych i wejściowych. Następnie przeprowadza się inicjację macierzy relacji (macierzy obrazującej siłę powiązań pomiędzy czynnikami), po czym następuje adaptacja wag. Ostatnim etapem jest obserwacja dynamicznych zmian wartości czynników mapy.

Zbiór czynników wpływających na migracje

X1 Emigracja
X2 Tęsknota za rodziną
X3 Chęć usamodzielnienia
X4 Mało atrakcyjny rynek pracy

X5 Brak konkretnego kierunku studiów
X6 Chęć rozwoju osobistego
X7 Niskie zarobki

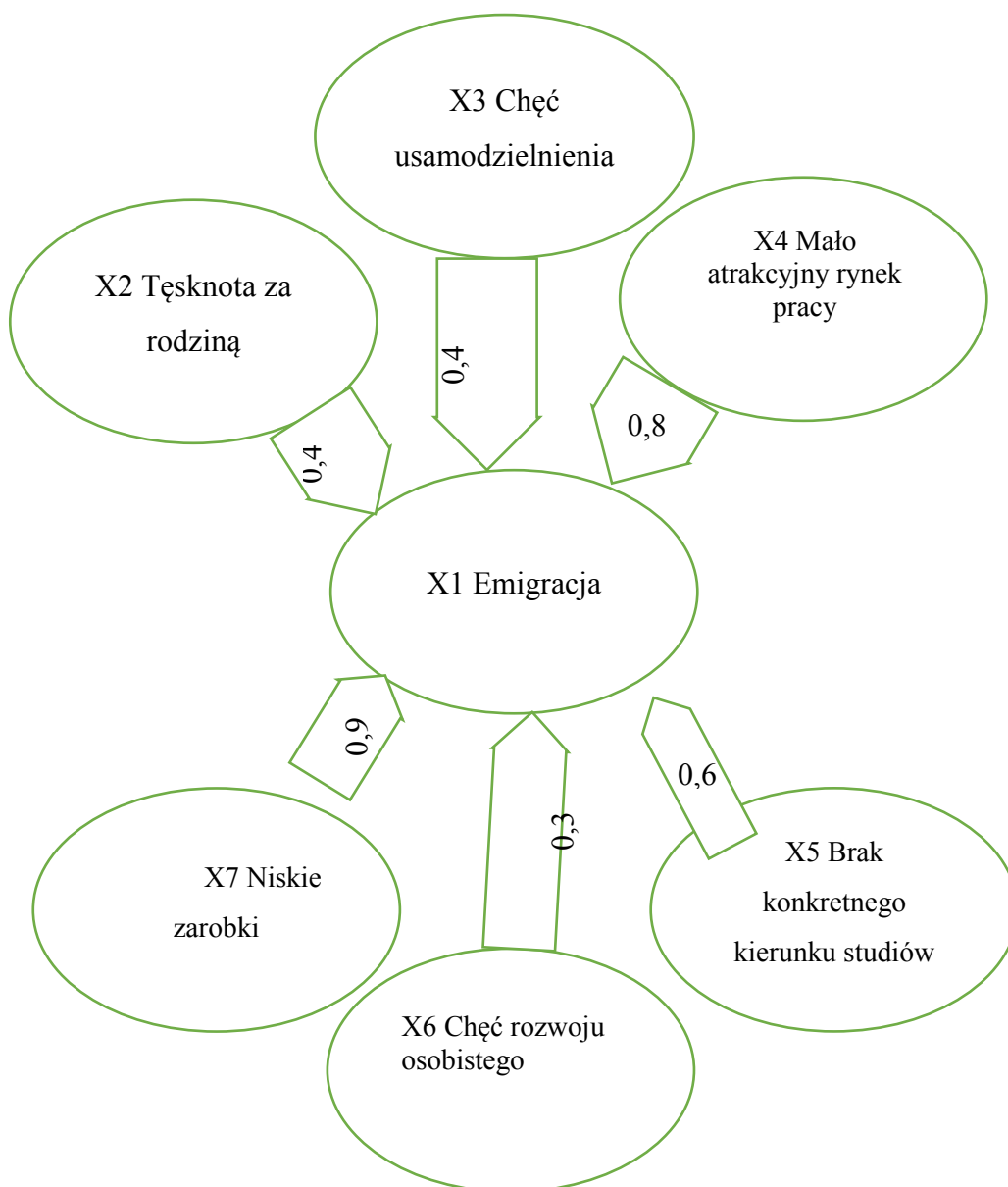


Tabela 2 Wartość czynników uwzględnionych w mapie kognitywnej

	x1	x2	x3	x4	x5	x6
x1	1	0,4	0,5	0,8	0,6	0,7
x2	0	1	0,6	0	0	0,6
x3	0	-0,6	1	0	0	0,7
x4	0,9	0,2	-0,4	1	0	-0,8
x5	0	0	0	0	1	0
x6	0	-0,4	0,9	0,7	0	1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań

Na podstawie mapy kognitywnej zaobserwować można, że największy wpływ na migracje pokolenia Y mają niskie zarobki w Olsztynie. Porównanie zarobków między Olsztynem a Gdańskiem prowadzi do wniosków, że wynagrodzenie w Olsztynie za wykonywanie tej samej pracy jest o wiele niższe co skłania młodych ludzi do opuszczenia Olsztyna. Na tak niską wartość wpływa mało atrakcyjny rynek pracy który oferuje pracę z o wiele zaniżonym wynagrodzeniem, niż w przypadku miast bardziej rozwiniętych. Kolejnym czynnikiem skłaniającym Pokolenie Y do migracji jest Brak konkretnego kierunku studiów oferowanego przez uczelnie znajdujące się w Olsztynie, co uniemożliwia studentom rozwój i zdobywanie wymarzonego doświadczenia. Najczęściej wybieranym kierunkiem w tym przypadku jest Uniwersytet Gdański oraz Szkoła Główna Handlowa w Warszawie. Tęsknota za rodziną wzmagana jest niskimi zarobkami oraz ofertami pracy z najniższym możliwym wynagrodzeniem, kiedy studenci nie są w stanie sobie poradzić z wydatkami i wspominają lata młodości. Przy niskich zarobkach i braku możliwości usamodzielnienia się studenci nie mogą myśleć o samorealizacji i rozwoju zawodowym.

Podsumowanie

Na podstawie literatury i przeprowadzonego badania można zaobserwować, że główną przyczyną migracji ludzi młodych są migracje zarobkowe. Młodzi ludzie poszukują wyższych zarobków, a co za tym idzie lepszej pracy co w konsekwencji prowadzi do ogólnej poprawy warunków bytowania. Wraz ze wzrostem wynagrodzenia wśród młodych ludzi rośnie chęć usamodzielnienia się i rozwoju, niestety na przykładzie Olsztyna zaobserwować można, że niskie zarobki i mała atrakcyjność rynku pracy nie sprzyja

rozwojowi, a wzmacnia tęsknotę za rodziną najczęściej w przypadku, gdy osoby spotykają trudności finansowe. Mało atrakcyjny rynek pracy odstrasza przykładowych pracowników jak i również inwestorów, młodzi ludzie wybierają większe miasta, gdzie zarobki są relatywnie większe za wykonywanie pracy na tym samym stanowisku. Rozwój miasta Olsztyn wymaga ingerencji w lokalny rynek pracy który musi przyciągać potencjalnych pracowników, zwiększenie średnich zarobków w Olsztynie rozwiązałoby ten problem. Respondenci deklarowali, że pozostaliby w Olsztynie ze względu na dobre położenie oraz piękny krajobraz pod warunkiem, że wynagrodzenie za wykonywaną pracę będzie wyższe.

Bibliografia

1. DUNA J. B., 1996, *Słownik współczesnego języka polskiego*, Warszawa
2. Szafraniec K., 2000, *Stawanie się nowego aksjonormatywnego ładu. Perspektywa ujęcia międzygeneracyjnego*, Socjologia wychowania XIV, zeszyt 339.
3. MAKSYMOWICZ A., SIDOROWICZ L., 2007, *Ochrona granic i obsługa ruchu granicznego*, Lexis Nexis, Warszawa.
4. CABAŃSKA J., 2013, *Swoboda przepływu osób w Unii Europejskiej na przykładzie Polski*, w: Gołomska E. (red.), 2013, *Studia Doktorantów Gospodarka globalna, Technologia. Społeczeństwo*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
5. BUDNIKOWSKI, A., 2001, *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
6. CABAŃSKA J., 2015, *Uwarunkowania migracji ludności na jednolitym rynku europejskim na przykładzie nowych państw członkowskich Unii Europejskiej*, Poznań.
7. ORŁOWSKA R., 2013, *Uwarunkowania i skutki rozwoju migracji ekonomicznych w Unii Europejskiej w świetle wybranych teorii migracji międzynarodowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk
8. LEE, J., 1966, *A Theory of Migration*, Demography, Vol. 3
9. HICKS, J., 1932, *The Theory of Wages*, MacMillan, London
10. KUPISZEWSKI M., REES P., 1998, *Arbeitslosigkeit, Binnenwanderung und regionale Bevölkerungsentwicklung – Ergebnisse der gesamteuropäischen Forschung. Informationen zur Raumentwicklung*, Heft 11/12.1998, Wanderungen – regionale Strukturen und Trends
11. STARK, O. (1991) *The Migration of Labor*, Basil Blackwell, Cambridge

Sylwia Pełka

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

EURO JAKO JEDNA Z KLUCZOWYCH WALUT NA RYNKU MIĘDZYNARODOWYM

Streszczenie

Przedmiotem niniejszego artykułu jest analiza roli euro pod względem pełnionych funkcji pieniądza oraz obecnej pozycji tej waluty na rynku finansowym. Waluta ta jest oficjalnie obowiązującą walutą w krajach UE będących w strefie euro. Celem artykułu jest przedstawienie roli euro jako waluty międzynarodowej. Określona zostanie obecna pozycja i znaczenie euro, a także podjęta zostanie próba wskazania czynników kształtujących przyszłe znaczenie euro jako waluty międzynarodowej. Do przeprowadzenia analizy znaczenia waluty euro na rynku międzynarodowym wykorzystano dostępne pozycje literatury oraz dane statystyczne pozyskane z Eurostat, United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), International Monetary Fund (IMF) oraz European Central Bank (ECB).

Wprowadzenie

Wprowadzenie wspólnej waluty przez państwa członkowskie Unii Europejskiej jest postrzegane w literaturze przedmiotu jako sukces jednoczącej się Europy. Uważa się, że zabieg ten pozytywnie wpłynął na efektywność gospodarowania oraz zwiększył konkurencyjność Unii Europejskiej na świecie.

1 stycznia 1999 r. w 11 krajach Unii Europejskiej wprowadzony został zapowiadany od wielu lat wspólny pieniądź – euro. Dla wielu było to duże zaskoczenie, ponieważ do tej pory uważano to za niemożliwe do osiągnięcia. Mimo licznych głosów sprzeciwu państwa Unii Europejskiej osiągnęły najwyższy poziom integracji ekonomiczno-walutowej poprzez wprowadzenie wspólnej polityki monetarnej. W strefie euro znajduje się obecnie dziewiętnaście z dwudziestu siedmiu krajów członkowskich Unii

(bez Wielkiej Brytanii)¹. Wszystkie państwa członkowskie Unii Europejskiej należą do unii gospodarczej i walutowej (UGW) i koordynują swoją politykę gospodarczą w taki sposób, aby wspierać cele gospodarcze UE. W strefie euro żyje ponad 340 milionów ludzi – blisko 5% ludności świata. To więcej niż w Stanach Zjednoczonych. Strefa euro jest więc jedną z największych gospodarek na świecie. Odkąd powstała, dołączyło do niej siedem kolejnych państw, i oczekuje się, że ich śladem pójdą następne. Tak jak w innych gospodarkach rozwiniętych największy udział w PKB w strefie euro ma sektor usługowy, na drugim miejscu znajduje się sektor przemysłowy, natomiast sektor rolny jest stosunkowo niewielki².

Celem artykułu jest ukazanie bieżącej sytuacji waluty na rynku finansowych oraz poziom spełnionych funkcji waluty międzynarodowej przez euro. Podjęto próbę określenia obecnej pozycji i znaczenia euro jako waluty międzynarodowej.

Rola euro na rynku międzynarodowym

Waluta międzynarodowa jako pieniądź powinna znaleźć zastosowanie jako miernik wartości, środek płatniczy i akumulacji. Funkcja ta powinna wykraczać poza obszar obowiązywania tej waluty. (Bergsten 1997). Dana waluta może stać się walutą międzynarodową, wykorzystywaną w handlu międzynarodowym i międzynarodowych transakcjach finansowych, w przypadku gdy istnieje jej pełna wymienialność. Waluta kluczowa sprawuje istotną rolę jako pieniądź w wymiarze międzynarodowym w sferze oficjalnej oraz prywatnej. Odnosi się to przede wszystkim do posługiwania się tą walutą w prowadzeniu polityki monetarnej innych państw a także korzystania z tej waluty do rozliczeń transakcyjnych czy też inwestycji (Misztal 2001).

Tabela 1. Funkcje waluty międzynarodowej

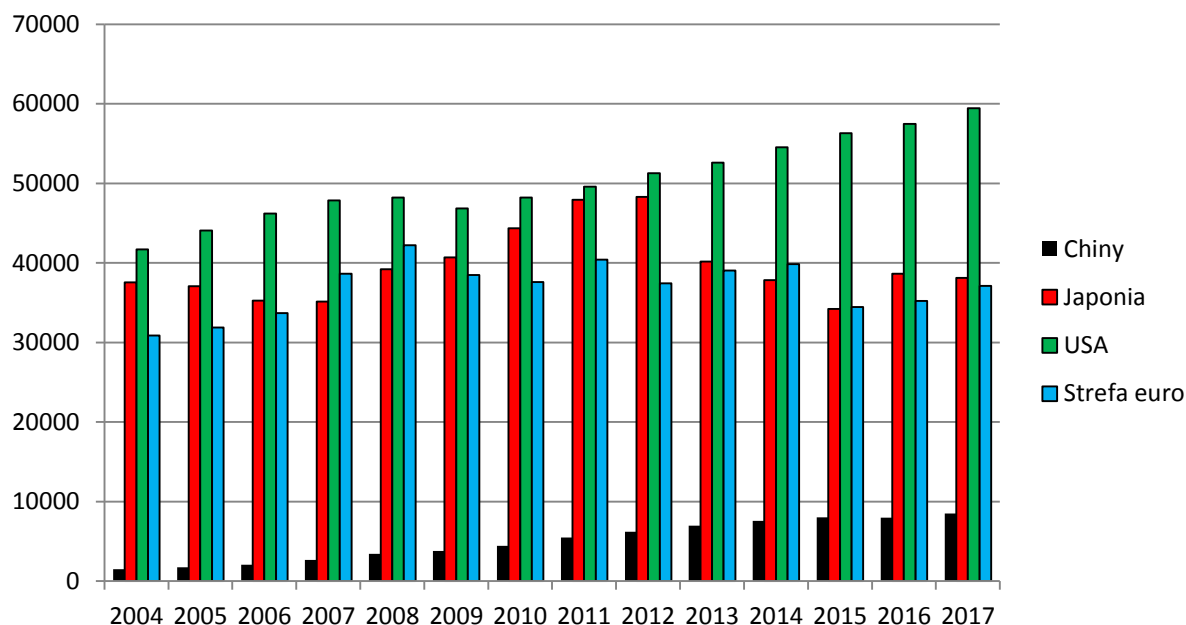
Funkcja	Sfera prywatna	Sfera oficjalna
Miernik wartości	Waluta fakturowania	Waluta referencyjna
Środek płatniczy	Waluta przejścia	Waluta interwencyjna
Środek akumulacji	Waluta inwestycyjna	Waluta rezerwowa

Źródło: Kenen 1983

¹ https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/euro-area/what-euro-area_pl

² Eurostat

Waluty o znaczeniu międzynarodowym swoje miano uzyskują poprzez spełnienie kilku istotnych warunków. Kraj lub obszar emitujący taką walutę powinien mieć duży potencjał gospodarczy wyrażony wielkością PKB, znaczny udział w światowym eksporcie oraz dobrze rozwinięte, a przez to płynne, rynki finansowe. Strefa euro, dzięki sile gospodarek tworzących ją krajów, spełnia wszystkie te warunki. Spełnienie wymogów związanych z potencjałem gospodarczym pozwoliło euro, uzyskać status drugiej waluty międzynarodowej. Euro zyskało miano uznanego i akceptowanego na świecie pieniądza.

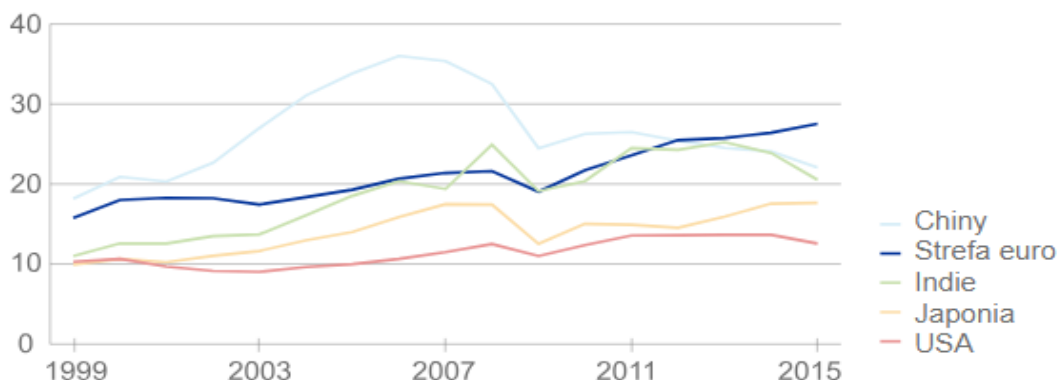


Rys. 1. PKB per capita w cenach bieżących w wybranych krajach [mld USD]

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)

Dzięki wysokiemu PKB strefa euro jest jedną z największych gospodarek na świecie. Wśród czołowych gospodarek zajmuje drugie miejsce pod względem PKB per capita, co przekłada się na wysoki standard życia jej mieszkańców. Strefa euro jest gospodarką wysoce uprzemysłowioną, która znaczną część wytworzonych przez siebie towarów i usług eksportuje na rynki światowe. Porównanie wielkości głównych gospodarek świata przedstawia rysunek nr 1., który pokazuje ich PKB per capita. W 2017 roku strefa euro osiągnęła niższy od USA poziom PKB per capita i zbliżony do poziomu Japonii. Strefa euro powstała w 1999 roku i od tego czasu utrzymuje, a nawet umacnia swoją wiodącą pozycję w handlu międzynarodowym. Jej głównymi partnerami handlowymi są Stany Zjednoczone, Wielka Brytania i Chiny. W porównaniu z innymi potęgami ekonomicznymi strefa euro jest gospodarką otwartą. Jej otwartość handlowa wyraźnie wzrosła od 2004 roku, głównie w wyniku rozwoju wymiany handlowej

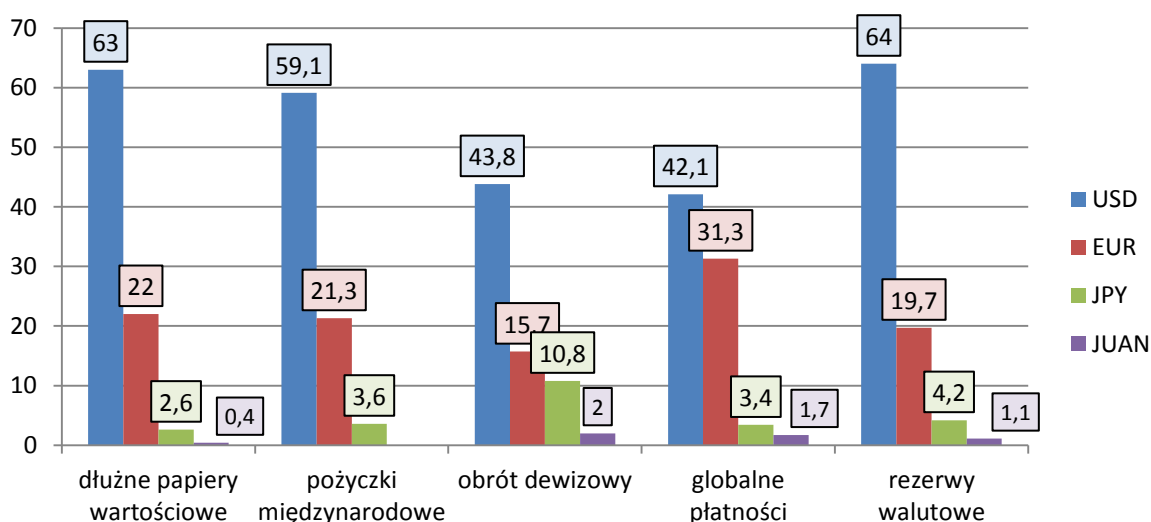
z nowymi państwami członkowskimi i Chinami. Strefa euro ma też centralne miejsce w wielu międzynarodowych łańcuchach produkcyjnych. Wysoki eksport (rys.2) pozytywnie wpływa na zatrudnienie, wzrost gospodarczy i inwestycje w strefie euro, co przekłada się na powszechny dobrobyt jej mieszkańców.



Rys. 2. Eksport towarów i usług jako % PKB

Źródło: Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), International Monetary Fund (IMF)

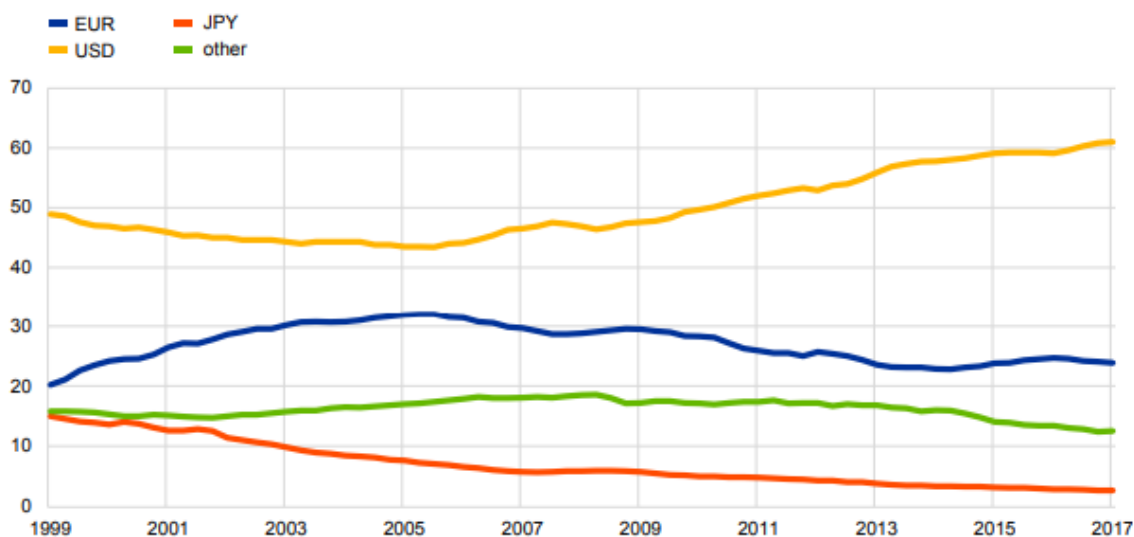
Euro jest drugą, co do wielkości walutą wykorzystywaną przy inwestycjach a także pozyskiwaniu kapitału. Niewątpliwym pionierem w tej kategorii jest dolar amerykański, a zaraz za euro plasuje się japoński jen. Mimo tego, że chińska gospodarka cały czas rośnie w siłę to niestety juana nie można nazwać jeszcze walutą kluczową. Waluta ta nie jest powszechnie używana na świecie.



Rys. 3. Udział waluty euro w międzynarodowym systemie walutowym w 2017r. [%]

Źródło: International Monetary Fund (IMF)

Mimo postępującej integracji rynków finansowych strefy euro od momentu powołania wspólnej waluty charakteryzują się one znaczną fragmentaryzacją. Jednym z powodów są odmienne systemy prawne w poszczególnych krajach unii walutowej. Przykładem jest rynek korporacyjnych papierów dłużnych, gdzie występują różnice dotyczące zasad rachunkowości, opodatkowania przedsiębiorstw, praw udziałowców, zasad przejęć, wpływające na rozbieżności między cenami korporacyjnych dłużnych papierów wartościowych. Innym przykładem jest rynek papierów udziałowych, gdzie wciąż istnieje tendencja do notowania akcji na krajowych giełdach papierów wartościowych. Wiąże się ona z barierami wynikającymi z regulacyjnych rozbieżności pomiędzy krajami w zakresie zasad rachunkowości, opodatkowania, ładu korporacyjnego (de Grauwe 2009). Ponadto rynki dłużnych papierów wartościowych krajów strefy euro znacznie różnią się wielkością rośnie zróżnicowanie rentowności emitowanych na nich obligacji. Jest to związane ze wzrostem zróżnicowania ryzyka poszczególnych emitentów oraz różną płynnością emitowanych przez nich instrumentów³.



Rys. 4. Udział poszczególnych walut w wyemitowanych międzynarodowych dłużnych papierach wartościowych [%]

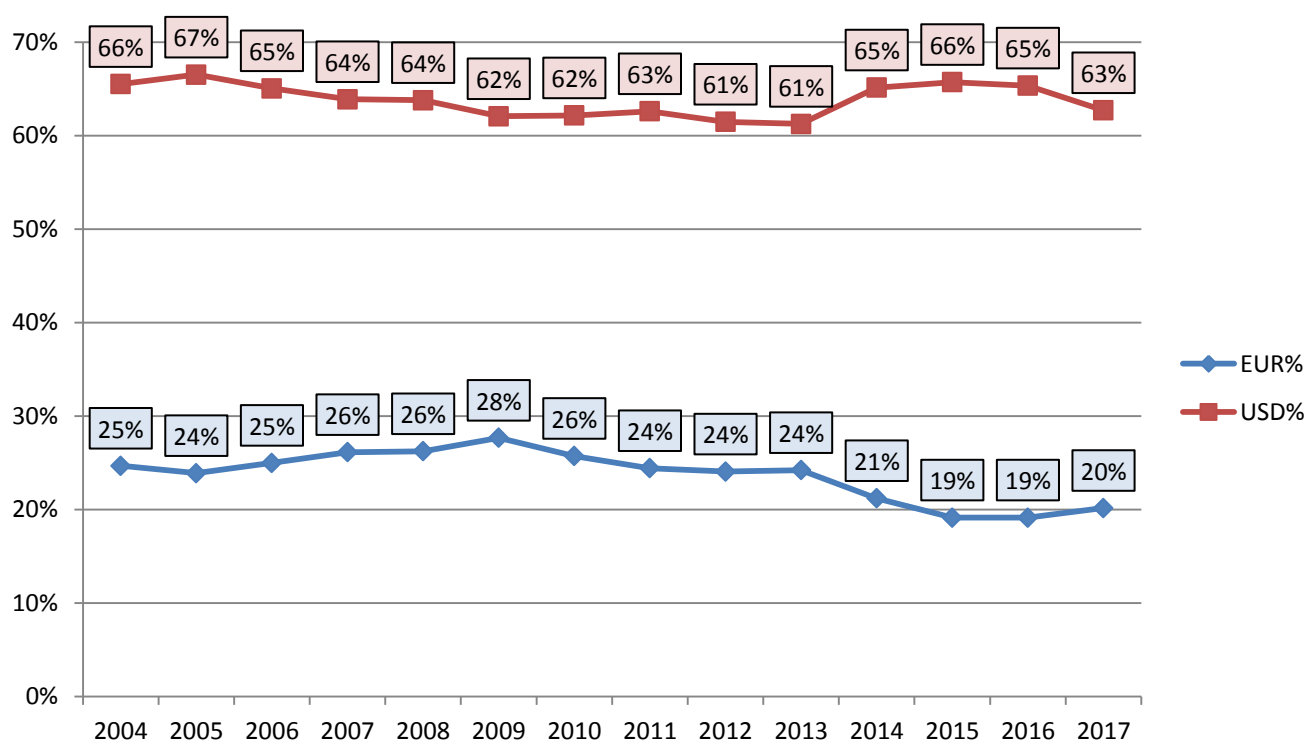
Źródło: European Central Bank (ECB)

Udział euro w stanie międzynarodowych dłużnych papierów wartościowych nieznacznie spadł w 2017 r. (Rys.4). Przy stałych kursach wymiany udział euro spadł o ponad pół punktu procentowego, do 23,4%. Udział ten pozostaje znacznie poniżej poziomów panujących przed nadejściem globalnego kryzysu finansowego. Dolar

³ https://www.nbp.pl/publikacje/o_euro/euro_III.pdf

amerykański rozszerzył swoją dominującą rolę na międzynarodowych rynkach długu, zwiększając swój udział o ponad punkt procentowy do 62,2%. Od szczytu 2004 r. udział euro spadł o około osiem punktów procentowych, podczas gdy dolar amerykański wzrósł o blisko 19 punktów procentowych.

Udział euro w globalnych oficjalnych zasobach rezerw walutowych w 2017 r. wzrósł. Przy obecnych kursach wymiany udział euro w globalnie ujawnianych zasobach rezerw walutowych wzrósł o pełny punkt procentowy do 20,1% w 2017 r. z 19,1% na koniec 2016 r. (Rys.5). Udział euro zaczął wyraźnie rosnąć w drugim kwartale 2017 r. Udział dolara amerykańskiego spadł o prawie trzy punkty procentowe z 65,3% na koniec 2016 r. do 62,7% w 2017 r., plasując się na najniższym poziomie od czterech lat. Słabość dolara amerykańskiego na rynku walutowym w 2017 r. może odzwierciedlać decyzje podejmowane przez oficjalnych zarządzających rezerwami w celu przesunięcia części ich udziałów z aktywów denominowanych w dolarach amerykańskich na inne waluty, takie jak euro.



Rys. 5 Udział EUR i USD w globalnych zasobach rezerw walutowych [%]

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych International Monetary Fund (IMF)

Międzynarodowe zasoby rezerw walutowych charakteryzują się tendencją wzrostową. W tabeli 2 przedstawiono zasoby rezerw walutowych na świecie. Na pierwszym miejscu plasuje się dolar amerykański, którego udział w przydzielonych rezerwach walutowych wynosił około 63% w 2017r. Drugą walutą o istotnym udziale w globalnych rezerwach walutowych jest euro (20%). Istotny jest tutaj także jen, którego znaczenie z roku na rok wzrasta (ok. 5%).

Tabela 2. Globalne zasoby rezerw walutowych (mld usd, wg aktualnego kursu walut)

Rok	Całkowite zasoby	Przydzielone rezerwy	EUR		USD		JPY	GBP	CHF	Inne	Nieprzydzielone rezerwy
			mld	%	mld	%					
2004	3748	2655	655	24,67	1739	65,50	114	93	4	50	1094
2005	4320	2843	679	23,88	1891	66,51	113	107	4	50	1477
2006	5254	3322	830	24,98	2161	65,05	115	150	6	60	1932
2007	6705	4122	1077	26,13	2633	63,88	131	199	6	76	2583
2008	7347	4210	1104	26,22	2685	63,78	146	178	6	92	3137
2009	8165	4591	1270	27,66	2849	62,06	133	195	5	139	3575
2010	9265	5163	1328	25,72	3209	62,15	189	203	7	229	4102
2011	10206	5654	1380	24,41	3539	62,59	204	217	4	310	4552
2012	10953	6088	1464	24,05	3742	61,47	249	246	13	374	4865
2013	11686	6226	1507	24,20	3813	61,24	238	248	17	304	5459

2014	11592	6803	1442	21,20	4431	65,13	241	252	16	419	4789
2015	10921	7416	1419	19,13	4874	65,72	278	350	20	475	3505
2016	10715	8421	1611	19,13	5502	65,34	333	366	14	596	2294
2017	11425	10019	2019	20,15	6282	62,70	490	455	18	756	1406

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych International Monetary Fund (IMF)

Rozwój wspierający wykorzystanie euro jako waluty finansującej na międzynarodowych rynkach długu może być stopniowym obniżeniem kosztu syntetycznych pożyczek w dolarach amerykańskich. Ważnym wskaźnikiem atrakcyjności euro jako międzynarodowej waluty finansowania jest zasada wymiany między walutami (CCS). Jak zauważono w zeszłorocznym raporcie, podstawa CCS jest ważna, ponieważ określa atrakcyjność euro jako międzynarodowej waluty finansowania syntetycznej emisji dolarów amerykańskich. Negatywna podstawa CCS jest równa wypłacie premii z tytułu pożyczania dolarów "syntetycznie" za pośrednictwem innej waluty finansowania, takiej jak euro. Operacja polega na pożyczaniu euro i zamianie wpływów pieniężnych za pomocą umowy CCS w celu zabezpieczenia się przed ryzykiem walutowym, którego podstawą jest premia ponad cenę bezpośredniego pożyczania w dolarach amerykańskich na hurtowym rynku pieniężnym (Pozsar 2018).. Cena może być np. LIBOR dla dolarów amerykańskich. Od wybuchu światowego kryzysu finansowego dekadę temu podstawa CCS pozostaje duża i negatywna, aczkolwiek niestabilna. Zniechęcało to do syntetycznej emisji w dolarach amerykańskich za pośrednictwem walut, takich jak euro, i zachęcało do bezpośredniego emitowania obligacji denominowanych w dolarach amerykańskich. Jednakże podstawowa struktura CCS dla różnych terminów zapadalności zmniejszyła się w ciągu 2017 r. Na przykład w pięcioletnim okresie zapadalności podstawa spadła z około 50 do około 30 punktów bazowych, a przy trzymiesięcznym terminie zapadalności, zmniejszył się z około 60 do około 10 punktów bazowych przy znacznej zmienności⁴.

⁴ <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/ire/ecb.ire201806.en.pdf>

Na podstawie przedstawionych dane dotyczące zastosowania głównych walut międzynarodowych w funkcjach należy stwierdzić, że kryzys gospodarczy nie zmienił hierarchii ich ważności w międzynarodowym, dwubiegunowym systemie walutowym, opartym na dolarze amerykańskim i euro. Wobec braku realnej alternatywy dla euro oraz dzięki efektom sieci związanym z zastosowaniem euro w Europie co najmniej w krótkim okresie pozostanie ono drugą walutą międzynarodową, pieniądzem o charakterze regionalnym.

Podsumowanie

W oparciu o pozycję euro na rynku globalnym wynika, że ma ona bardzo silną pozycję jednak w dalszym ciągu dominującą rolę odgrywa dolar. Dzieje się to głównie za przyczyną wyceniania w tej walucie głównych towarów rolnych na światowych rynkach. Siła euro w wyniku procesów integracyjnych UE nie jest jednak zagrożona. Waluta ta spełnia większość funkcji waluty międzynarodowej zarówno w strefie oficjalnej – 28 waluta referencyjna, rezerwowa oraz w sferze prywatnej- waluta fakturowania, przejścia, inwestowania.

Euro jest elementem obecnego procesu regionalizmu światowego, który idzie w kierunku utworzenia dwubiegunowego systemu walutowego opartego na euro i dolarze. Oznacza to, że euro jest bliski uzyskania statusu waluty międzynarodowej jednak znaczenie tej waluty szybko nie przeskoczy pozycji dolara. Nadal jest to waluta o dominującej sile na rynku towarowym i kapitałowym. Obecnie status euro sprowadza się natomiast do utrzymania pozycji waluty regionalnej. To rezultat najczęstszej emisji euro w krajach europejskich, głównie w Unii Europejskiej, krajach z nią sąsiadujących oraz wysokiego poziomu rezerw w nich tej waluty. Jak długo utrzyma się taka sytuacja zależy będzie od pojawiających się procesów integracyjnych na innych kontynentach. Warto jednak wspomnieć, że zmiany dominującej jednostki pieniężnej w globalnym systemie walutowych to bardzo długotrwały proces.

Waluta euro odgrywa znaczącą rolę na rynku międzynarodowym, niestety daleko jej jeszcze do pozycji dolara. Jej siła wynika przede wszystkim z tego, że znajduje swój rynek w krajach europejskich, natomiast dolar jest bezwzględnie obecny na całym świecie. Przedstawione dane wskazują na istotny udział euro w rynku światowym, a co za tym idzie jej duże znaczenie. Komisja Europejska chcąc podnieść pozycję euro powinna zwrócić uwagę i zachęcać do rozliczania kluczowych transakcji w euro. Obecnie zdarza się nawet,

że kraje strefy euro dokonują transakcji między sobą przy użyciu dolara amerykańskiego. Gdyby wszelkie rozliczenia w istotnych sektorach np. energetycznym dokonywane były w euro z pewnością poprawiłoby to rolę euro na rynku światowym.

Bibliografia

BERGSTEN C. F., *The impact of the euro on exchange rates and international policy cooperation*, w: EMU and the international monetary system, red. P.R. Masson, T.H. Krueger, MASSON P.R., KRUGER T.H., TURTELBOOM B.G., 1997, *International monetary system*, Washington

DE GRAUWE P., 2009, *Economics of monetary union*, Oxford University Press, New York.

ECB: Review of the International Role of the Euro, June 2007, s. 13 i 14

KENEN P.B., 1983, *The Role of the Dollar As an International Currency*, Group of Thirty, Occasional Papers, New York

M. CHINN, J. FRANKEL: *Will the Euro Eventually Surpass the Dollar as Leading International Reserve Currency?* W: G7 Current Account Imbalances: Sustainability and Adjustment. Red. R. Clarida. NBER Report, University of Chicago Press 2007, s. 287 i 288

MISZTAL P., 2011, *Światowe waluty rezerwowe – obecna sytuacja i perspektywy*, w: Wzrost gospodarczy i finanse międzynarodowe, red. Bukowski S.I., Misala J., CeDeWu, Warszawa.

MUCHA-LESZKO B., KĄKOL M., *Perspektywy euro jako waluty międzynarodowej*, „Studia Ekonomiczne”, UE Katowice 2013

POZSAR, Z., *“Global Money Notes #12: BEAT, FRA-OIS and the Cross-Currency Basis”*, Investment Solutions & Products, Credit Suisse, 2018

Źródła internetowe:

https://www.nbp.pl/publikacje/o_euro/euro_III.pdf

https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/euro-area/what-euro-area_pl

<https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/ire/ecb.ire201806.en.pdf>

<https://data.imf.org/regular.aspx?key=41175>

<https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>

Wojciech Ruciński

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

INNOWACYJNOŚĆ MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE A NAPŁYW BIZ

Streszczenie: Celem badania było wykazanie zależności w skuteczności działania i innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw posiadających udział bezpośrednich inwestycji zagranicznych a przedsiębiorstw nieposiadających udziału kapitału zagranicznego. Materiał wykorzystany do badania pochodził z danych Głównego Urzędu Statystycznego. Wykorzystane dane dotyczyły sytuacji na rynku Polski w latach 2008 – 2017. Do przeprowadzenia analiz wykorzystano wskaźnik korelacji rang Spearmana.

Słowa kluczowe: Bezpośrednie inwestycje zagraniczne; Małe i średnie przedsiębiorstwa; Innowacyjność

Wstęp

Małe i średnie przedsiębiorstwa stale zmagają się ze zdobywaniem pozycji konkurencyjnej, aby mogły rywalizować z wielkimi firmami o znaczącej renomie. We współczesnej gospodarce powszechnie występuje tendencja do wykorzystywania wszelkich możliwych narzędzi pozyskiwania przewagi konkurencyjnej, dążenia do stabilnego zrównoważonego rozwoju. Wykazuje się jako jedno z głównych narzędzi dążenia do przewagi takie zjawiska jak dążenie do innowacyjności i pozyskiwanie wyróżniającej się technologii. Głównym źródłem pozyskiwania innowacyjności oraz nowoczesnej technologii jest wykorzystywanie inwestycji pochodzących z innych krajów. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne przyczyniają się do wzrostu możliwości firm korzystających ze wsparcia.

Istota bezpośrednich inwestycji zagranicznych w literaturze przedmiotu

Głównym zadaniem na jakie nastawione są działania przedsiębiorstw jest dążenie do osiągnięcia zysku i realizację zamierzonych celów strategicznych. Zwiększanie zysku może wystąpić w postaci przyrostu dochodów lub zmniejszenia kosztów. Działaniem mogącym przyczynić się do osiągnięcia wyższych zysków jest posiadanie większych zasobów inwestycyjnych. Jedną z form pozwalających na zwiększenie ilości kapitału jest zewnętrzne pozyskiwanie środków. Inwestowanie wymaga określonego wkładu, aby móc w przyszłości uzyskać efekty tych działań. Głównym celem inwestycji jest poprawa efektywności działania, wyniku finansowego oraz pozycji rynkowej. Wraz z realizowaniem inwestycji przedsiębiorstwa spełniają swoje główne cele rozwoju i przetrwania (RUDKOWSKI 2010, s. 213).

Powszechnie przyjętym stwierdzeniem definiującym inwestycje jest określenie ich, jako możliwości osiągnięcia korzyści kosztem rezygnacji z bieżącej konsumpcji (HIRSHLEIFER 1965, s. 510).

Proces inwestycji zachodzi zarówno wewnątrz gospodarki krajowej, jak również na arenie międzynarodowej. Jedną z form występowania międzynarodowego przepływu kapitału są inwestycje zagraniczne. Zalicza się do nich wszelki ruch kapitału zainteresowanych państw uwzględniony w ich bilansach płatniczych. Wśród inwestycji zagranicznych rozróżniamy inwestycje portfelowe oraz bezpośrednie inwestycje zagraniczne (KENEN 1994, s. 169).

Zaawansowaną formą wymiany międzynarodowej są bezpośrednie inwestycje zagraniczne (BIZ). Szerokie spojrzenie na to zjawisko pozwala na zdefiniowanie go, jako transfer kapitału w celu tworzenia oraz nadzorowania filii zagranicznych (MICHALET 1997, s. 14).

Sprecyzowanie tego stwierdzenia pozwoliło na określenie bezpośrednich inwestycji zagranicznych, jako lokowanie kapitału przez inwestora zagranicznego, skutkujące powstawaniem nowych podmiotów gospodarczych, bądź nabyciem władzy w istniejących przedsiębiorstwach, pozwalającej na sprawowanie kontroli oraz bezpośredni wpływ na zarządzanie (KARASZEWSKI 2004, s. 19).

W świetle prawa oraz klasyfikacji Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) za bezpośrednie inwestycje zagraniczne uznaje się inwestycje wywierające trwały wpływ na podstawową działalność zagranicznego przedsiębiorstwa. Polega to na sprawowaniu kontroli oraz ingerowaniu w wszelkie aspekty firmy. Wymagany jest 10% udział akcji zwykłych oraz efektywny wpływ na zapadające decyzje (LIPSEY 1996, s. 7).

Wśród bezpośrednich inwestycji zagranicznych wyróżniamy inwestycje typu greenfield polegające na tworzeniu nowych podmiotów gospodarczych poza granicą kraju macierzystego oraz inwestycje typu brownfield występujące w sytuacji przejęcia lub restrukturyzacji istniejącej działalności usługowej bądź produkcyjnej w kraju goszczącym. Rozpoczęcie nowej działalności poza granicami kraju często przyjmuje formę długoterminowej współpracy, pomiędzy rezydentem zagranicznym, a partnerem lokalnym. W odróżnieniu od inwestycji portfelowych, głównym celem nie jest osiąganie zysku wynikającego z oprocentowania ulokowanego kapitału, lecz występowanie długoterminowych korzyści związanych ze współpracą z przedsiębiorstwami. Transfer kapitału finansowego powoduje przepływ czynników produkcji pozwalających na rozwój działalności gospodarczej oraz wzrost jej pozycji. Dochodzi do dyfuzji wiedzy technicznej, kapitału ludzkiego, technologii, systemów zarządzania oraz marketingu, mających fundamentalne znaczenie w rozwoju firmy jak i również gospodarki kraju goszczącego (DUNNING 1979, s. 271, 272).

Bezpośrednie inwestycje zagraniczne charakteryzują się długim okresem trwania z uwagi na konieczność wystąpienia okresu pozwalającego na osiągnięcie zwrotu z inwestycji. Najczęściej podmiotem inwestującym są korporacje transnarodowe mające na celu objęcie władzy w danym przedsiębiorstwie, a co za tym idzie wzmocnienie pozycji w danej branży na arenie międzynarodowej. W transferze występuje nie tylko przepływ aktywów finansowych również licencje, patenty, know-how, wykwalifikowana siła robocza oraz wiele innych czynników kształtujących rozwój filii zagranicznych (SIKORSKI 1999, s. 222).

Bezpośrednie inwestycje zagraniczne pozwalają na transfer zasobów będących uzupełnieniem braków w kraju goszczącym. Państwo przyjmujące inwestycje otrzymuje również kapitał pozwalający na kreowanie oszczędności. Efektem inwestycji

bezpośrednich jest rozwój gospodarki, poprzez zwiększenie ilości zasobów w gospodarce oraz ich efektywniejsze wykorzystanie (LUC 2000, s. 34).

Determinantami napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do kraju goszczącego jest zespół czynników, które występują w otoczeniu zagranicznego przedsiębiorstwa, powodujących opłacalność inwestycji w skutek korzystnych uwarunkowań występujących w kraju przyjmującym (COSKUN 2001, s. 222-223).

Wyróżniamy cztery grupy takowych czynników: formalno-instytucjonalne, społeczno-kulturowe, ekonomiczne oraz naturalne (BANDELI 1999, s. 8-14)

Rola małych i średnich przedsiębiorstw

Małe i średnie przedsiębiorstwa uważane były za niekonkurencyjne i nie mogące rywalizować z dużymi przedsiębiorstwami korzystającymi z efektu skali. Sektor MSP silnie zaczął się rozwijać po okresie przemian ustrojowych w Polsce. Do ich rozwoju przyczyniły się trudności z utrzymaniem dużych przedsiębiorstw i ponoszonymi kosztami. Dzięki rozwojowi usług, technologii i modyfikacji procesów wytwórczych przedsiębiorstwa te niskim kosztem były w stanie utrzymać się na rynku. Ich niewielkie rozmiary pozwalały na szybkie przystosowywanie się do zmian, nowych warunków i potrzeb klientów (KOSZAREK I IN. 2008, s. 42).

W ujęciu międzynarodowym małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią przeważającą większość istniejących podmiotów, które łącznie stanowią bardzo silny element gospodarek krajowych i odgrywają ważną rolę na arenie międzynarodowej tworząc warunki uelastyczniania rynku. (DASZKIEWICZ, WACH 2013, s. 25).

Analizując rolę MSP szczególne znaczenie ma stymulowanie wzrostu gospodarczego. MSP pełnią także ważną rolę społeczno-polityczną. Cel ten wypełniany jest przez pochłanianie pojawiających się nadwyżek siły roboczej, jak i przez kreowanie przedsiębiorczych postaw, wskazywanie szans i możliwości (KAMIŃSKA 2011, s.31).

Rozwój sektora małych i średnich przedsiębiorstw zdeterminowany jest poszukiwaniem możliwości zwiększania innowacyjności i konkurencyjności za pomocą wewnętrznych oraz zewnętrznych metod. Do metod wewnętrznych zaliczamy potencjał rozwojowy pracowników i efektywność działań strategicznych, natomiast jako zewnętrzne źródła pozyskiwania zdolności konkurencyjnej wyróżnia się wykorzystanie udziału podmiotów spoza firmy (WASILCZUK 2005, s. 27-30)

Polskie prawo definiuje zagadnienie małych i średnich przedsiębiorstw w ujęciu ustaw Komisji Unii Europejskiej z dnia 3 kwietnia 1996 roku jako przedsiębiorstwa spełniające następujące wymogi:

- małe:
 - zatrudniają poniżej 50 pracowników;
 - osiągnęły przychody netto ze sprzedaży do 7 mln euro;
- średnie:
 - zatrudniają do 250 pracowników;
 - osiągnęły przychody netto na poziomie do 40mln euro (PRZYCHODZKA 2002, s. 7-8) .

Innowacyjność przedsiębiorstw jako warunek rozwoju

Stale zmieniający się rynek oraz preferencje obecnych na nim klientów wymaga ciągłego podążania za trendami i dostosowywania się do warunków tam panujących. Przedsiębiorczość ściśle powiązana jest z innowacyjnością przedsiębiorstw, które to mają zapewnić kierunek osiągnięcia sukcesu na rynku. Człowiek cechujący się przedsiębiorczością poszukuje możliwości zmian oraz dążenia do poprawy obecnej sytuacji (DRUCKER 1992, s.30-35).

Zdolność gospodarki do pozyskiwania oraz przyswajania wiedzy technicznej ma ogromne znaczenie w kreowaniu jej pozycji na rynku międzynarodowym. Podstawą rozwoju technologicznego jest działalność innowacyjna wewnątrz państwa, jednakże równie ważnym elementem jest czerpanie wiedzy z zewnątrz. Podczas wymiany międzynarodowej oraz między przedsiębiorstwami dochodzi do zjawiska transferu technologii, które polega na przepływie technologii, wiedzy oraz kapitału ludzkiego. Oddziałuje on na szerokie grono potencjalnych użytkowników, którzy są w stanie stworzyć nowe produkty bądź procesy. Przekazywanie technologii może przyjąć dwie formy: poziomą, kiedy dyfuzja wiedzy technicznej przebiega pomiędzy zainteresowanymi przedsiębiorstwami oraz pionową, w sytuacji gdy innowacyjne rozwiązania przekazywane są, zgodnie z wcześniejszymi regulacjami, od ośrodków badawczych do poszczególnych przedsiębiorstw (SZCZEPANIK 2006, s. 18).

Korzyści pozwalające na zwiększenie innowacyjności gospodarki, w skutek międzynarodowego transferu technologicznego mają charakter potencjalny. Zależą one głównie od zdolności kraju do adaptacji danej technologii, wynikającej głównie z prowadzonych prac badawczo rozwojowych oraz występującej kadry specjalistów, jak i również od rodzaju transferu technologii. Importowanie dóbr inwestycyjnych przynosi relatywnie niewielki przyrost potencjału inwestycyjnego, natomiast przy wykorzystaniu złożonych transakcji, takich jak bezpośrednie inwestycje zagraniczne, siła oddziaływania jest na dużo wyższym poziomie. Główną przyczyną tego zjawiska jest przenoszenie zaawansowanej technologii wraz z wykwalifikowaną siłą roboczą oraz nowoczesnymi rozwiązaniami systemowymi oraz organizacyjnymi (OZAWA 1992, s. 30-50).

Prowadzenie, przez państwa wysokorozwinięte, działalności badawczo rozwojowej oraz utrzymywanie wykwalifikowanej kadry powoduje powstawanie luki technologicznej, względem państw słabiej rozwiniętych nie posiadających funduszy na własną działalność inwestycyjną (UMIŃSKI 2000, s. 47)

W tym celu podmioty gospodarcze powinny prowadzić własną działalność innowacyjną ukierunkowaną na dany sektor tak, aby w pełni wykorzystać potencjał transferu technologii (CIBOROWSKI 2004, s. 41).

Inwestycje podmiotów zewnętrznych w postaci know-how czy też bezpośrednich inwestycji kapitałowych pozwalają znacząco wpłynąć na innowacyjność małych przedsiębiorstw. Przedsiębiorcy inwestujący pełnią także funkcję nadzorczą nad jednostką, w którą inwestują, aby w efekcie zmniejszyć występujące luki technologiczne i informacyjne (KARASZEWSKI 2003, s. 298-299).

Metodyka badań

W pracy jako metodę badań wykorzystano współczynnik korelacji rang Spearmana, który wykazuje współzależność badanych zjawisk. Korelacja rang pozwala ukazać kierunek oddziaływania między dwiema zmiennymi. Współczynnik korelacji rang to narzędzie wykorzystywane do badania oddziaływania w małych próbach o liczebności do $n=20$. Obliczony wynik zawsze mieści się w przedziale od -1 do 1. Jeśli współczynnik wynosi zero ($r=0$), to wiemy, że mamy do czynienia z brakiem korelacji pomiędzy dwoma cechami. Jeśli wynik jest dodatni ($r>0$), to znaczy, że mamy do czynienia z korelacją dodatnią. Wraz ze wzrostem wartości jednej cechy można spodziewać się wzrostu wartości drugiej cechy. W przypadku ujemnych wartości współczynnika ($r<0$), mówimy o korelacji ujemnej. Czyli dla wyższych wartości jednej cechy można spodziewać się spadku wartości drugiej cechy. Współczynnik korelacji rang Spearmana jest obliczany w dwóch etapach najpierw wykonywane jest rangowanie, czyli zastąpienie każdej zaobserwowanej wartości przez jej numer w posortowanym zbiorze. Następnie obliczany jest zwykły współczynnik korelacji liniowej.

Jeśli chodzi o poziom zależności, to dla przeprowadzonej analizy przyjęto następującą skalę:

$< 0,7 ; 1 >$ - Silna korelacja dodatnia;

$(0,5 ; 0,7)$ - Średnia korelacja dodatnia;

$< -1 ; -0,5 >$ - Silna korelacja ujemna;

$(-0,7 ; -0,5)$ - Średnia korelacja ujemna.

W celu obliczenia wartości korelacji rang wykorzystano współczynnik korelacji rang Spearmana.

Wyniki i dyskusja

Tabela 1. Liczba MSP 2008-2017

Rok	Liczba MSP z kapitałem zagranicznym	Liczba MSP bez udziału BIZ
2008	21 092	17 541
2009	22 176	18 299
2010	23 078	17 525
2011	24 910	17 346
2012	25 914	17 594
2013	26 128	17 239

2014	26 464	17 022
2015	24 686	17 194
2016	24 780	17 481
2017	22 102	17 852

Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS

Tabela 2. Rentowność MSP według typu finansowania 2008-2017

Rok	Rentowność obrotów netto przedsiębiorstw z BIZ	Rentowność obrotów netto przedsiębiorstw bez BIZ
2008	2,2	3,3
2009	4,2	4,1
2010	4,1	4,4
2011	4,3	4,5
2012	3,8	3,4
2013	3,4	3,8
2014	3,2	3,7
2015	3,4	3,6
2016	3,9	4,2
2017	4,2	4,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS

Tabela 3. Wskaźniki finansowe MSP z kapitałem zagranicznym

Rok	Liczba przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym	% zmiana liczby podmiotów (rok/rok)	Rentowność obrotu netto	Udział kapitału zagranicznego
2008	21 092	5,58%	2,2	87,26%
2009	22 176	5,14%	4,2	87,49%
2010	23 078	4,07%	4,1	86,12%
2011	24 910	7,94%	4,3	86,98%
2012	25 914	4,03%	3,8	89,53%
2013	26 128	0,83%	3,4	92,42%
2014	26 464	1,29%	3,2	93,45%

2015	24 686	-6,72%	3,4	93,95%
2016	24 780	0,38%	3,9	94,77%
2017	22 102	-10,81%	4,2	95,44%

Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS

Przedstawione dane zostały zbadane pod względem korelacji rang alby wykazać istnienie związku występowania kapitału zagranicznego w osiąganey rentowności z rentownością firm bez udziału BIZ.

Tabela 4. Współczynnik korelacji rang

Rok	Rentowność z BIZ	Rentowność bez BIZ	R1	R2	D=R1-R2	D^2
2008	2,2	3,3	10	10	0	0
2009	4,2	4,1	2	5	-3	9
2010	4,1	4,4	4	2	2	4
2011	4,3	4,5	1	1	0	0
2012	3,8	3,4	6	9	-3	9
2013	3,4	3,8	8	6	2	4
2014	3,2	3,7	9	7	2	4
2015	3,4	3,6	7	8	-1	1
2016	3,9	4,2	5	4	1	1
2017	4,2	4,4	3	3	0	0

Źródło: opracowanie własne

W celu wyliczenia korelacji rang przeprowadzono następujące wyliczenia:

- przeprowadzono sortowanie danych w kolumnie rentowności firm z BIZ
- sortowanie danych w kolumnie rentowności firm bez BIZ
- obliczono różnica w przyporządkowanych rangach (kolumna D)
- wyliczono kwadrat wartości D (kolumna D^2)
- obliczona sumę wartości kolumny D^2 = **32**

Powyższe wyliczenia pozwoliły na oszacowanie wartości współczynnika korelacji rang

$$1 - ((6 \cdot 32) / (10 \cdot (100 - 1))) =$$

$$1 - (192 / 990) =$$

$$1 - 0,1939 = 0,8061$$

0,8061~0,81

Teoretycznie istnieje związek między rentownością MSP posiadających BIZ i MSP nieposiadających BIZ. Na podstawie przeprowadzonej korelacji według przyjętej skali przedziałów korelacji stwierdzić można że występuje w badanym zjawisku silna korelacja dodatnie 0,81. Stwierdzić można na tej podstawie, że posiadanie przez przedsiębiorstwa kapitału zagranicznego nie jest czynnikiem decydującym o jej możliwościach osiągnięcia rentowności obrotów netto.

Podsumowanie

Przedsiębiorstwa na rynku krajowym sektora małych i średnich przedsiębiorstw stale wykazują tendencje rozwojowe na przestrzeni 10 lat wykazują zwiększający się udział w PKB. Posiadają one różnorodne źródła finansowania inwestycji. Coraz częściej stawiają na inwestycje w badania i rozwój, to właśnie te czynniki pozwalają na uzyskiwanie stałej przewagi konkurencyjnej.

Udział kapitału zagranicznego pozwala na szybsze dążenie do wykorzystywania najnowszych technologii, stwarza korzystne warunki do analizy rynku i przełamywania barier w pozyskiwaniu informacji.

Na podstawie przeprowadzonych analiz wykazano jednak że Bezpośrednie Inwestycje Zagraniczne nie są czynnikiem gwarantującym uzyskiwanie znaczącej przewagi w rentowności. Udział kapitału zagranicznego związany jest też z ponoszeniem kosztów na rzecz inwestor. Kapitał zagraniczny pozwala na zwiększenie obrotów finansowych i utrzymywanie płynności finansowej, stwarza też korzystne warunki do rozwoju i ochrony w sytuacjach kryzysowych.

Zdecydowanie BIZ są zjawiskiem korzystnym pozwalają na rozwój stosunków partnerskich międzynarodowych, szybszy przepływ informacji i pozyskiwanie nowoczesnej technologii. Korzystne warunki zapewniają możliwość długofalowej współpracy.

Bibliografia

- BANDELI N. 1999. *Embedded economies, determinants of foreign direct investment in central and eastern Europe*. Princeton.
- CIBOROWSKI R. (red.) 2004. *Ekonomia i zarządzanie innowacjami w warunkach zrównoważonego rozwoju*. Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok.
- COSKUN R. 2001. *Determinants of direct foreign investment in Turkey*. European Business Review.
- DASZKIEWICZ N., WACH K. 2013. *Małe i średnie przedsiębiorstwa na rynkach międzynarodowych*. Wyd. Uniwersytet Ekonomiczny, Kraków

- DUNNING J. 1979. *Explaining Changing Patterns of International Production: In Defense of the Eclectic Theory*. Oxford Bulletin of Economic and Statistics, 41.
- HIRSHLEIFER J. 1965. *Investment Decision Under Uncertainty: Choice-Theoretic Approaches*. The Quarterly Journal of Economics, 4.
- KAMIŃSKA A. 2011. *Regionalne determinanty rozwoju małych o średnich przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa
- KENEN P. 1994. *The International Economy*. Cambridge University Press, Cambridge.
- KARASZEWSKI W. (red.) 2003. *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Polsce*, UMK, Toruń.
- KARASZEWSKI W. 2004. *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne. Polska na tle świata*. Dom Organizator, Toruń
- KOSZAREK M., MILEWSKI G., RYBACKA M., SZULTKA S., 2008: *Analiza czynników konkurencyjności sektora MŚP w Polsce*. Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową. Gdańsk.
- LIPSEY R. 1996. *Foreign Direct Investment and the Operations of Multinational Firms: Concepts, History, and Data* OECD 1996. *Benchmark Definition of Foreign Direct Investment*, 7
- LUC S. 2000. *Zagraniczne inwestycje bezpośrednie a przekształcenia strukturalne w przemyśle polskim*. SGH, Warszawa.
- MICHALET C. 1997. *Strategies of Multinationals and Competition for Foreign Direct Investment: The Opening of Central and Eastern Europe*. The World Bank, Washington.
- OZAWA T. 1992. *Foreign direct investment and economic development*. Transnational Corporation,.
- PRZYCHOCKA I. 2002. *Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce*. PWE, Warszawa
- RUDKOWSKI A. 2010. *Zarządzanie finansami*. PWE, Warszawa.
- SIKORSKI CZ. 1999. *Zachowania ludzi w organizacji*. PWN, Warszawa.
- SZCZEPANIK A. (red.) 2006. *Organizacja transferu technologii w sieciach instytucji otoczenia biznesu*. Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Akademi Ekonomicznej w Krakowie, Kraków.
- UMIŃSKI S. 2000. *Znaczenie zagranicznych inwestycji bezpośrednich dla transferu technologii do Polski*. Organizacja i Kierowanie, 4: 47.
- WASILCZUK J. E. 2005. *Wzrost małych i średnich przedsiębiorstw. Aspekty teoretyczne i badania empiryczne*. Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, Gdańsk

Strony internetowe:

<https://www.statystyczny.pl/wspolczynnik-korelacji-rang-w-przykladach/>

<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/podmioty-gospodarka-wyniki-finansowe/przedsiębiorstwa-niefinansowe/>

<https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/temat>

<https://bdm.stat.gov.pl/>

http://stat.gov.pl/files/gfy/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5502/5/7/1/dzialalnosc_podmiotow_posiadajacych_jednostki_zagraniczne_w_latach_2008-....pdf

Spis tabel:

Tabela 1. Liczba MSP 2008-2017

Tabela 2. Rentowność MSP według typu finansowania 2008-2017

Tabela 3. Wskaźniki finansowe MSP z kapitałem zagranicznym

Tabela 4. Współczynnik korelacji rang

Przestępczość bankowa na przykładzie wybranych państw unijnych

Streszczenie. W badaniach podjęto określenie skali prania brudnych pieniędzy w wybranych krajach Unii Europejskich. Problem tej jest niezmiernie istotny, gdyż może podważyć funkcjonowanie rynków finansowych. Pranie brudnych pieniędzy występuje w prawie w każdym kraju, różni się jedynie skalą i wpływem na procesy ekonomiczne.

Wstęp

Postępująca integracja na terenie Unii Europejskiej, której konsekwencją jest m.in. tworzenie się jednolitego rynku bez granic wewnętrznych, opartego na swobodzie przepływu osób, towarów, usług i kapitału nie oznacza wyłącznie korzyści, ale także poważne zagrożenia. Czynniki te sprzyjają bowiem szerzeniu się międzynarodowej przestępczości, wykorzystującej, powstałe w wyniku zniesienia naturalnych barier, luki w zakresie bezpieczeństwa i kontroli. W związku z powyższym zapewnienie bezpieczeństwa obywatelom Unii Europejskiej, a także państw nienależących do niej, wymaga ścisłej współpracy organów ścigania w walce z przejawami przestępczości transgranicznej.

Układ Schengen, znoszący granice wewnętrzne między członkami Unii Europejskiej, to jeden z czynników sprzyjających rozwojowi przestępstw związanych z rynkiem bankowym. Banki zaliczane są do tak zwanych instytucji zaufania publicznego ze względu na rodzaj świadczonych usług oraz dysponowanie środkami powierzonymi przez klientów.

Z powodu tak dużej akumulacji środków pieniężnych sektor bankowy znajduje się wśród najbardziej narażonych sektorów gospodarki na działania przestępcze.

Niniejsza praca ma na celu przedstawienie skali oraz dynamikę wykroczeń popełnianych w sektorze bankowym. Jako problem badawczy przeanalizowany zostanie proceder prania pieniędzy w Europie na przykładzie Polski oraz innych członków Unii Europejskiej (Chorwacja, Francja, Szwecja). W tym celu niezbędne jest dokonanie charakterystyki przestępstw bankowych oraz przedstawienie sytuacji w jakiej się znajdują poszczególne kraje.

1. Przestępstwa na rynku bankowym

1.1 Rodzaje przestępstw na rynku bankowym

Do podstawowych funkcji banków należy zaspokajanie za pomocą kredytów zapotrzebowanie na pieniądź, obsługiwanie obiegu pieniężnego, a także skupywanie wolnych środków i zamianę ich w środki funkcjonujące, udostępniając je podmiotom gospodarczym. Według O. Górniok przestępczość bankowa jest przejawem przestępczości gospodarczej⁵.

Jak wynika z przeglądu literatury do przestępczości bankowej można zaliczyć odmiany przestępstwa oszustwa i nadużycia zaufania, w tym także wyodrębnione w

⁵ Zientara A. "Przestępstwo nadużycia zaufania z art. 296 kodeksu karnego", Oficyna Wolters

odrębne kategorie pranie brudnych pieniędzy i korupcja gospodarcza. Szczególne w tym rodzaju przestępstw jest to, że w ramach tego zjawiska bank może odgrywać tu podwójną rolę: sprawcy – przez działania pracowników, którzy szkodzą interesom innych podmiotów,

a także rolę poszkodowanego kiedy działania placówki są torpedowane przez poczynania pracowników (od wewnątrz), jak i przez osoby postronne, np. ze strony kredytobiorcy.

Wyróżnia się trzy fundamentalne kategorie działań przestępczych nastawionych przeciwko bankom⁶:

1. przestępstwa pospolite, gdzie m.in. wyróżnia się rozboje i wymuszenia rozbójnicze czy kradzieże z włamaniem;
2. przestępstwa finansowe, (oszustwa finansowe, kredytowe, 'pranie brudnych pieniędzy', fałszerstwa dokumentów bankowych);
3. przestępstwa komputerowe związane z uzyskiwaniem informacji, zazwyczaj popełniane przez sprawców indywidualnych;

Nowo powstałe, a przy tym niosące duże niebezpieczeństwo, kolejne odmiany naruszenia prawa w sektorze bankowym to:

- *phishing* – zdobywanie danych dostępu do usług e-bankowości lub danych kart kredytowych, wyłudzanych zazwyczaj w wyniku spamu;
- *pharming* – odmiana *phishingu* polegająca na uzyskiwaniu loginów i haseł za pomocą fałszywych stron internetowych usług bankowości elektronicznej);
- *skimming* – nielegalne kopiowanie zawartości paska magnetycznego kart bankowych w celu wytworzenia kopii i wykonywania płatności za towary i usługi oraz płatności

z bankomatów bądź też wykorzystanie kart zbliżeniowych.

Inne nowe technologie bankowe coraz częściej wykorzystywane przez zorganizowane grupy przestępcze to między innymi: karty płatnicze przedpłacone (*pre-paid*), rachunki bankowe zakładane on-line. Stosowany jest także tzw. *artbanking*, polegający na wykorzystywaniu fałszywych dzieł sztuki jako zabezpieczenia kredytów/pożyczek.

Zaobserwować można wzrost liczby oszustw na szkodę klientów banków z wykorzystaniem stosunkowo nowej metody na tzw. *księgowego* lub *prezesa*, polegające na wykorzystaniu metod socjotechniki, w którym skutkiem jest wykonanie przelewu określonej kwoty pieniędzy (zazwyczaj bardzo wysokiej) przez zmanipulowanego pracownika firmy lub innego podmiotu na rachunek bankowy kontrolowany przez przestępców.

1.2 Istota prania pieniędzy

Początków określenia „pranie brudnych pieniędzy” należy doszukiwać się w okresie prohibicji w USA w latach 20. XX w., co miało związek z tworzącymi się wtedy przestępczymi strukturami o charakterze mafijnym⁷. Wówczas to właśnie zorganizowane grupy przestępcze czerpały wysokie zyski z nielegalnej produkcji, sprzedaży, przemytu napojów alkoholowych, hazardu, jednakże oficjalnym źródłem ich dochodów była działalność handlowa czy usługowa. Zwykle prowadziły one działalność gospodarczą w

⁶ K. Schneider „*Patologie i oszustwa gospodarcze po transformacji ustrojowej*” Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Szczecin 2016, s. 1162-1163

⁷ M. M. Żołna, *Zjawisko prania brudnych pieniędzy w prawie Unii Europejskiej*, „Edukacja Prawnicza” nr 10(82), październik 2006

postaci sklepów spożywczych, myjni, a także publicznych pralni odzieży (stąd nazwa) czyli miejsc, w których łatwo było ukryć rzeczywisty obrót. W tych miejscach księgowano dochody nielegalne, jako przychód z legalnej sprzedaży towarów czy usług.

W literaturze można odnaleźć wiele definicji terminu „pranie brudnych pieniędzy”. Według Emila Pływaczewskiego jest „to ukrywanie za pomocą różnorodnych działań nielegalnego pochodzenia uzyskanych korzyści, co warunkuje możliwość bezpiecznego (bezkarnego) ich włączenia do legalnego obrotu finansowego i gospodarczego”⁸. Z kolei zdaniem Brunona Hołysta „pranie pieniędzy to działalność przestępcza mająca na celu legalizację przestępczych dochodów”⁹. Wobec tego można stwierdzić, że brudne pieniądze to takie, które pochodzą z nielegalnej działalności, związanej najczęściej z przemysłem, handlem narkotykami, bronią i materiałami wybuchowymi, oszustwami finansowymi, działalnością terrorystyczną, prostytutką i handlem ludźmi, kradzieżami itd. Jednak nie jest to tylko zjawisko o charakterze wewnątrz krajowym, lecz coraz częściej o zasięgu międzynarodowym.

Mechanizm prania pieniędzy w ujęciu transgranicznym polega na „wyprowadzaniu” znacznych sum pieniędzy z państwa, w którym uzyskano nielegalne dochody, do krajów, których systemy prawne umożliwią ich „przetworzenie” na dochody legalne – zwykle określane mianem „rajów podatkowych”¹⁰. Sprawcą przestępstwa prania brudnych pieniędzy może być każda osoba zdolna do ponoszenia odpowiedzialności karnej. Sam wymóg umyślności jest o tyle istotny, że trzeba ustalić, czy sprawca był świadomy popełniania przestępstwa. Ogólnie można ująć, że pranie brudnych pieniędzy to czynności mające na celu ukrycie prawdziwego źródła pochodzenia nielegalnych dochodów i nadanie im cech legalnego pochodzenia. Proces prania brudnych pieniędzy polega na wprowadzeniu do legalnego obrotu środków płatniczych, papierów wartościowych lub wartości dewizowych pochodzących z nieujawnionych źródeł. Poziom zróżnicowania czynności wykonawczych może być odmienny w zależności od kraju w którym jest realizowany i profilu prowadzonej działalności przestępczej, lecz zawsze jest podporządkowany celom gwarantującym skuteczną realizację procesu legalizacji środków finansowych¹¹: ukrycia prawdziwego źródła pochodzenia środków finansowych oraz tożsamości ich właścicieli, prowadzenia stałego nadzoru oraz zapewnienie niezbędnego bezpieczeństwa brudnym pieniądзом podczas ich legalizacji, dokonania legalizacji nielegalnych dochodów przez wprowadzenie ich do oficjalnego systemu finansowego.

⁸ E. Pływaczewski, *Pranie brudnych pieniędzy nowym wyzwaniem dla systemu ekonomiczno-finansowego*

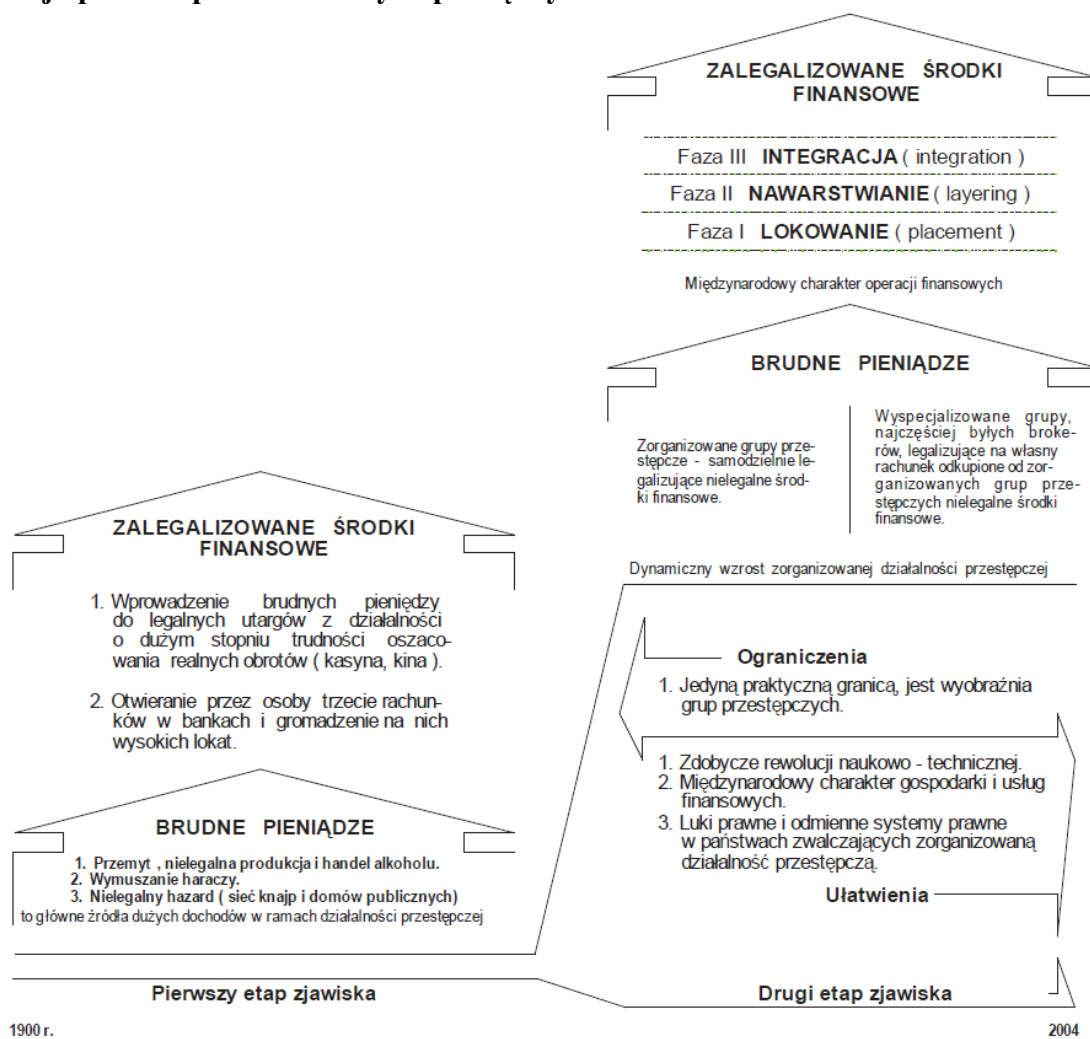
w Polsce, w: *Proceder prania brudnych pieniędzy. Studia i materiały*, Toruń 1993, s. 17.

⁹ B. Hołyst, *Kryminalistyka*, PWN, Warszawa 2000, s. 301.

¹⁰ M. Hryniewicka, *Pranie brudnych pieniędzy jako przykład przestępstwa gospodarczego*, Zeszyt 4, Poznań 2014

¹¹ jurcimierski.pl/publikacja-30-istota-zjawiska-prania-brudnych-pieniedzy.pdf

Rysunek 1.
Ewolucja procesu prania brudnych pieniędzy



Źródło: jurcimierski.pl/publikacja-30-istota-zjawiska-prania-brudnych-pieniedzy.pdf

W celu precyzyjnego zdefiniowania etapów, cech oraz zasad funkcjonowania, proces prania brudnych pieniędzy został oparty na konstrukcji trójfazowej, która nie tylko precyzuje i definiuje obszary działań operacyjnych piorących, ale przede wszystkim określa słabe punkty mechanizmu, w których wzrasta prawdopodobieństwo identyfikacji podejrzanych operacji finansowych.

Tabela 1.

Fazy i główne cele faz klasycznego procesu prania brudnych pieniędzy

Fazy procesu	Główne cele faz klasycznego procesu prania brudnych pieniędzy
Lokowanie (placement)	Pozbycie się brudnych pieniędzy poprzez zakup: - luksusowych dóbr konsumpcyjnych lub nieruchomości, - instrumentów finansowych, - dokonanie różnych form wpłat do instytucji finansowych.
Nawarstwienie (layering)	Oddzielenie brudnych pieniędzy od źródła ich pochodzenia poprzez: - zastosowanie krótkoterminowości lokat, - wykorzystanie dużej częstotliwości realizowanych operacji finansowych, - sztuczne wydłużanie przebiegu transakcji finansowej.
Integracja (integration)	Wprowadzenie brudnych pieniędzy do legalnego obrotu poprzez zasymilowanie wprowadzonych środków z innymi z legalnego pochodzenia.

Źródło: jurcimierski.pl/publikacja-30-istota-zjawiska-prania-brudnych-pieniedzy.pdf

2. Przestępczość na rynkach europejskich

2.1 Zjawisko prania pieniędzy w Polsce

W Polsce na straży "czystości" pieniądza wprowadzanego do obrotu stoi Generalny Inspektor Informacji Finansowej. Podstawą prawną jego działalności jest ustawa o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu z 16 listopada 2000 roku. GIIF nadzoruje Polską Jednostkę Analityki Finansowej (PJAF), do której spływają wszystkie informacje na temat podejrzanych transakcji. Dzięki temu kształtuje się system walki z działalnością przestępczą, która pierze brudne pieniądze¹².

Problematyka prania pieniędzy jest poruszana w aktach normatywnych jak np. w¹³:

- ustawie z 16 listopada 2000 r. o przeciwdziałaniu wprowadzaniu do obrotu finansowego wartości majątkowych pochodzących z nielegalnych lub nieujawnionych źródeł ze zm.
- ustawie z 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi (art. 172) ze zm.
- ustawie z 29 sierpnia 1997 r. – Prawo bankowe (art. 171) ze zm.
- Kodeksie karnym.

Ważnym dokumentem w tym obszarze jest Konwencja Narodów Zjednoczonych przeciwko międzynarodowej przestępczości zorganizowanej, która obowiązuje od 29 września 2003 r. Konwencja odnosi się tylko do takich przestępstw, które spełniają dwa warunki: mają charakter międzynarodowy i zostały popełnione w związku z działaniem zorganizowanej grupy przestępczej. Przestępstwo musi spełniać minimum jeden z czterech wymogów, tj. wystąpić na terytorium więcej niż jednego państwa; wystąpić na terytorium jednego państwa, jeżeli istotna część przygotowań do niego, planowania, kierowania lub kontroli nad nim odbywała się w innym państwie; wystąpić na terytorium jednego państwa, jeżeli dotyczy zorganizowanej grupy przestępczej, która angażuje się w zorganizowaną działalność przestępczą w więcej niż jednym państwie; wystąpić na terytorium jednego państwa, jeżeli spowodowało istotne skutki w innym państwie.

¹² <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Pranie-brudnych-pieniedzy-i-walka-z-terroryzmem-2253618.html>

¹³ M. Hryniewicka, *Pranie...* op. cit.

Tabela 2.**Pranie brudnych pieniędzy w Polsce w latach 2000-2015**

Rok	Liczba przestępstw stwierdzonych	Dynamika (%)
2015	422	2,01
2014	210	0,76
2013	278	0,76
2012	369	1,3
2011	277	0,9
2010	300	1,1
2009	277	1,1
2008	251	1
2007	255	1,7
2006	151	0,9
2005	161	1,6
2004	98	3,9
2003	25	1,9
2002	13	0,6
2001	21	7
2000	3	-

Źródło: <http://statystyka.policja.pl/st/kodeks-karny/przestepstwa-przeciwo-17/63924,Pranie-pieniedzy-art-299.html>

Liczba przestępstw stwierdzonych wykazuje tendencję wzrostową w podanym przedziale czasowym.

2.2 Penalizacja procederu prania pieniędzy w Chorwacji

W Chorwacji działa Biuro ds. Zapobiegania Praniu Pieniędzy ("Biuro")¹⁴, które jest centralnym organem odpowiedzialnym za składanie sprawozdań zgodnie z odpowiednim prawem w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy.

Tabela 3. zawiera dane dotyczące zjawiska prania pieniędzy na terenie Chorwacji w latach 2000-2015. Ponownie można zauważyć stopniowy wzrost przestępstw odnotowanych w danym przedziale czasowym.

¹⁴ <https://www.anti-moneylaundering.org/europe/Croatia.aspx>

Tabela 3.
Pranie brudnych pieniędzy w Chorwacji w latach 2000-2015

Rok	Liczba przestępstw stwierdzonych	Dynamika zmian (%)
2015	34	1,17
2014	29	9,7
2013	3	1,5
2012	2	0,07
2011	29	1,9
2010	15	1,7
2009	9	0,5
2008	18	0,9
2007	19	0,7
2006	27	1,8
2005	15	3
2004	5	0,8
2003	6	1,5
2002	4	0,3
2001	12	6
2000	2	-

Źródło: <http://stari.mup.hr/1261.aspx> MUP RH - Secretariat of the Ministry - Department of Strategic Planning, Analysis and Development

Biuro to niezależna jednostka administracyjna w Ministerstwie Finansów, która działa w oparciu o ustawę o zapobieganiu praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu (Dziennik Urzędowy Republiki Chorwacji nr 87/08, 25/2012 - "Ustawa") i związane z nimi przepisy. Jako jednostka wywiadu finansowego i centralna jednostka narodowa Urząd pełni następujące obowiązki¹⁵: gromadzenie i analiza określonych informacji dotyczących niektórych transakcji, przekazanie właściwym organom powiadomienia o podejrzanych transakcjach w celu dalszego przetworzenia, nałożenie odpowiednich środków na osoby zobowiązane na mocy ustawy ("podmioty"), wspólnie z władzami, nadzór administracyjny nad przedmiotami dotyczącymi prawidłowego wykonania ustawy, międzynarodowa wymiana informacji o podejrzanych transakcjach z właściwymi organami i departamentami obcych państw zajmującymi się zapobieganiem praniu brudnych pieniędzy pod warunkiem spełnienia wymogu wzajemności, inne obowiązki związane z rozwojem strategii zapobiegania praniu brudnych pieniędzy. Ponadto Urząd jest członkiem międzynarodowej grupy roboczej EGMONT, która reprezentuje międzynarodowe stowarzyszenie jednostek wywiadu finansowego zajmujące się zapobieganiem finansowaniu terroryzmu i praniu brudnych pieniędzy.

¹⁵ <https://www.anti-moneylaundering.org/europe/Croatia.aspx>

2.3 Zapobieganie zjawisku prania pieniędzy we Francji

We Francji banki są zobowiązane do przekazywania raz do roku do organu ds. kontroli ostrożnościowej (*Autorité de contrôle prudentiel*) odpowiedzi na specjalne kwestionariusze¹⁶. Dane odpowiedzi są analizowane w celu stwierdzenia ewentualnych nieprawidłowości w wewnętrznych mechanizmach prewencyjnych banków i po ich uzyskaniu może nastąpić skierowanie wniosku o wyjaśnienie lub – w poważnym przypadku – prawdziwa inspekcja. W niektórych systemach prawnych (np. we Francji i w Szwecji) istnieje jeden organ wyznaczony do sprawowania nadzoru bankowego oraz wymierzania kar za nieprzestrzeganie norm służących zapobieganiu praniu pieniędzy, w innych (np. w Portugalii i we Włoszech) uprawnienie organu odpowiedzialnego za nadzór bankowy do wymierzania kar dotyczy tylko nieprawidłowości dotyczących organizacji oraz kontroli wewnętrznych, zaś obowiązek stosowania kar administracyjnych za naruszenie obowiązków zgłaszania spoczywa raczej na właściwym ministerstwie.

Warto podkreślić, że organem na terenie Francji, do którego przesyłane są raporty o podejranych transakcjach jest "TRACFIN".

W tabeli 4. przedstawiono liczbę przestępstw w przeciągu 15 lat. Jak wynika z tabeli liczba przestępstw drastycznie wzrasta z każdym nowym rokiem.

Tabela 4.

Pranie brudnych pieniędzy we Francji w latach 2000-2015

Rok	Liczba stwierdzonych przestępstw	Dynamika zmian (%)
2015	43 231	1,2
2014	36 715	1,3
2013	27 477	1,2
2012	22 960	1
2011	22 856	1,2
2010	19 208	1,1
2009	17 310	1,2
2008	14 565	1,2
2007	12 469	1
2006	12 047	1
2005	11 553	1,1
2004	10 842	1,2
2003	9 019	1
2002	8 719	2,4
2001	3 598	1,4
2000	2 537	-

Źródło: <https://www.economie.gouv.fr/tracfin/publications-2>

2.4 Problem prania brudnych pieniędzy w Szwecji

W Szwecji istnieją przede wszystkim dwa prawa, które regulują zapobieganie praniu brudnych pieniędzy¹⁷:

¹⁶ ekonom.ug.edu.pl/pp/download.php?OpenFile=17563

¹⁷ <http://www.fi.se/en/bank/money-laundering/>

- Ustawa o finansowaniu prania pieniędzy i zapobiegania terroryzmowi (The Money Laundering and Terrorist Financing) zawiera przepisy administracyjne mające zastosowanie do firm z określonych sektorów. Celem regulacji jest zapobieganie wykorzystywaniu firm do prania brudnych pieniędzy lub finansowania terroryzmu.

Firmy, które podlegają ustawie o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy, są odpowiedzialne za należycie informujące o podejrzanych przypadkach prania pieniędzy lub finansowania terroryzmu w swojej działalności do Jednostki Wywiadu Finansowego Szwedzkiej Krajowej Rady Policji. Raporty powinny być zgodne z instrukcjami wyszczególnionymi przez Jednostkę Wywiadu finansowego.

- Ustawa o zapobieganiu praniu pieniędzy (The Money Laundering Offences Act) to regulacja karna dotycząca prania brudnych pieniędzy i finansowania terroryzmu. Na przykład w ramach tego czynu jest przestępstwo prania pieniędzy.

Tabela 5.

Pranie brudnych pieniędzy w Szwecji w latach 2000-2015

Rok	Liczba przestępstw stwierdzonych	Dynamika zmian (%)
2015	10 170	1,1
2014	9 183	0,8
2013	11 185	1,2
2012	9 436	0,8
2011	11 410	0,9
2010	12 264	1,3
2009	9 086	0,7
2008	13 152	2,2
2007	6 005	1
2006	6 280	0,7
2005	9 252	0,9
2004	9 910	1
2003	9 906	1,2
2002	8 015	2
2001	4 050	1,4
2000	2 984	-

Źródło: https://polisen.se/Global/www%20och%20Intrapolis/Arsredovisningar/01%20Polisen%20nationellt/Fipos%20%C3%A5rsrapport/Finanspolisen_arsrapport_2015_webb.pdf

W tabeli 5. przedstawiono liczbę stwierdzonych przestępstw w latach 2000-2015. Jak wynika ze danych empirycznych liczba przestępstw stopniowo wzrosła, jednak w ostatnich latach oscyluje wokół dziesięciu tysięcy.

3. Zwalczanie naruszeń prawnych przestępczości bankowej

W zakresie przeciwdziałania i zwalczania przestępczości bankowej priorytetowe znaczenie odgrywa międzyinstytucjonalna współpraca zarówno w ramach organów ścigania, instytucji wymiaru sprawiedliwości oraz innych podmiotów uczestniczących w przeciwdziałaniu i zwalczaniu przestępczości finansowej, w tym również praniu pieniędzy.

Rada Europy znacznie wyprzedziła swoje czasy, przyjmując w 1980 r. pierwszy międzynarodowy instrument przeciwko „praniu brudnych pieniędzy”, w postaci Zalecenia nr R(80)10, dotyczącego metod zapobiegania transferom i przetrzymywaniu na rachunkach i depozytach środków finansowych ze źródeł przestępczych. W 1990 r. Komitet Ministrów zatwierdził Konwencję Rady Europy o praniu, ujawnianiu, zajmowaniu i konfiskacie dochodów pochodzących z przestępstw.

Przeciwdziałanie praniu pieniędzy w wybranych państwach europejskich przybiera najczęściej zbliżone formy. Pomimo, że rządy poszczególnych państw oraz służby i organy powołane do przeciwdziałania procederowi prania pieniędzy nie posługują się całkowicie jednolitymi zasadami zmierzającymi do eliminacji tego zjawiska, to podejmowane przez nie działania przynoszą zbliżone efekty. Podobieństwo to wynika przede wszystkim z międzynarodowego charakteru zjawiska prania pieniędzy oraz stosowania się do zaleceń i wytycznych organizacji ponadnarodowych takich jak FATF czy Rada Europy.

FATF (The Financial Action Task Force, franc. GAFI) to Grupa Specjalna ds. Przeciwdziałania Praniu Pieniędzy jest międzyrządowym ciałem powołanym do życia w 1989 r. podczas szczytu G7 w Paryżu i składa się z 35 członków¹⁸. FATF zajmuje się:

- wydawaniem zaleceń państwom członkowskim,
- pomocą w likwidowaniu niedociągnięć i trudności w realizacji zaleceń,
- monitorowaniem postępu państw członkowskich we wprowadzaniu w życie niezbędnych zmian proceduralnych i zaleceń FATF,
- analizowaniem oraz poszerzaniem wiedzy o sposobach i technikach prania brudnych pieniędzy i finansowania terroryzmu,
- propagowaniem i wprowadzaniem odpowiednich środków zapobiegawczych w wymiarze globalnym,
- określaniem członków "czarnej listy FATF" zawierającej państwa odmawiające współpracy w dziedzinach przeciwdziałania wspieraniu terroryzmu i przestępczości zorganizowanej oraz monitorowaniem ich poczynąń w tym zakresie.

W celu sprawnego i efektywnego wykonywania tych działań, FATF współpracuje z innymi organizacjami międzynarodowymi zajmującymi się ograniczeniem rozprzestrzeniania się podmiotów zajmujących się praniem brudnych pieniędzy i finansowaniem terroryzmu szczególnie w wymiarze globalnym i regionalnym.

Podejście do problematyki gromadzenia informacji o operacjach przeprowadzanych przez banki na zlecenie klientów, kształtuje się nieco odmiennie w poszczególnych państwach. We wszystkich omawianych państwach istnieje obowiązek ciążyący na instytucjach finansowych dotyczący raportowania operacji, wobec których istnieje uzasadnione prawdopodobieństwo, że źródłem tych transakcji są środki, których pochodzenie jest przestępcze, lub które opiewają na kwotę przekraczającą określony limit.

Zakończenie

Z uwagi na szybki rozwój techniczny i technologiczny, zwłaszcza w sferze zaawansowanych technologii, formy przestępczości w obszarze bankowym ciągle ewoluują. Proceder ukrywania faktycznego pochodzenia środków pieniężnych z działalności przestępczej związany jest przede wszystkim z funkcjonowaniem zorganizowanej przestępczości. W ostatnich latach problem ten rozrasta się i wywiera duży

¹⁸ <https://mfiles.pl/pl/index.php/FATF>

wpływ na międzynarodowy system finansowy i gospodarkę światową. Przestępcy, w celu wprowadzenia do systemu finansowego swoich nielegalnych dochodów, wykorzystują postępujący proces globalizacji i skomplikowania rynków światowych oraz rozwój technologiczny. Bazując na swobodzie przepływu kapitału, wielości instrumentów finansowych i nowoczesnych technologiach informatycznych, dokonują szeregu skomplikowanych transakcji w celu ukrycia źródeł swoich przychodów.

Narastające zatem zagrożenie ze strony transgranicznej zorganizowanej przestępczości, organizacji terrorystycznych oraz skala procederu prania brudnych pieniędzy spowodowały, że społeczność międzynarodowa, w tym na obszarze Unii Europejskiej, podejmują działania mające na celu zapobieganie oraz zwalczanie tego zjawiska.

Należy dodać, iż system przeciwdziałania zwalczania przestępczości (w tym prania pieniędzy) powinien być uzupełniony o czynnik tzw. społeczny. Z tego względu należy aktywizować obywateli poprzez edukację i uświadamianie negatywnego wpływu przestępczości na funkcjonowanie państwa, a także poprzez zachęcanie do współpracy z organami ścigania i innymi organami państwowymi.

Bibliografia:

1. P. Chlebowicz, *Zagrożenia w sektorze bankowym. Analiza kryminalna zjawisk oraz możliwości przeciwdziałania*, Olsztyn, 2013
2. M. Cicharska, M. Czaplewski, S. Kuczamer-Kłopotowska, K. Stępień, M. Grzelczak, N. Kumkowska, *Bankowość Mobilna*, Texter, 2015
3. J. Gąsiorowski, *Przestępstwa w bankowości elektronicznej w Polsce. Próba oceny z perspektywy prawnokryminalistycznej*, 2015
4. E. Gołębiowska, *Pranie pieniędzy*, Difin, Warszawa, 2014
5. J. Grzywacz, *Pranie brudnych pieniędzy*, SGH, Warszawa
6. E. Guzek, E. Ślęzak, *Innowacyjna bankowość internetowa*, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.
7. Z. Grudziński, *Wybrane zagadnienia z prawa bankowego*, Poligraf, Brzeźnia, Łąka 2012
8. B. Hołyst, *Kryminalistyka*, PWN, Warszawa 2000
9. Howard M., *Financial shenanigans*,
10. M. Hryniewicka, *Pranie brudnych pieniędzy jako przykład przestępstwa gospodarczego*, Zeszyt 4, Poznań 2014
11. M. Kaczmarek, *Przeciwdziałanie praniu pieniędzy*. Difin, Warszawa. 2016
12. R. Kaszubski, Ł. Obzejta, *Karty płatnicze w Polsce*, Wolters Kluwer Polska SA, Warszawa 2012.
13. M. Kutera, *Nadużycia finansowe*, Difin, Warszawa, 2016
14. M. Markiewicz, U. Mrzygłowski, *Finanse międzynarodowe. Wybrane problemy*. Warszawa, 2015
15. P. Masiukiewicz, *Piramidy finansowe. Teoria, regulacja, praktyka*. PWN, Warszawa, 2015
16. J. Moja, Z. Żywko, *Polskie i europejskie prawo bankowe w zarysie*, Wyższa szkoła ekonomii i innowacji w Lublinie, Lublin, 2013

17. W. Mądrzejowski, *Zwalczanie przestępczości. Wybrane metody i narzędzia*,
18. E. Pływaczewski, *Pranie brudnych pieniędzy nowym wyzwaniem dla systemu ekonomiczno-finansowego w Polsce*, w: *Proceder prania brudnych pieniędzy. Studia i materiały*, Toruń 1994
19. M. Polasik, *Bankowość elektroniczna, Istota – stan – perspektywy*, CeDeWu, Warszawa, 2018.
20. H. Schilit, *Financial Shenanigans: How to Detect Accounting Gimmicks & Fraud in Financial Reports*, McGraw-Hill Companies, 2002
21. K. Schneider „*Patologie i oszustwa gospodarcze po transformacji ustrojowej*” Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Szczecin 2016
22. R. Subramanian, *Bank Fraud: Using Technology to Combat Losses* (Wiley and SAS Business Series), Hardcover, 2014
23. M. M. Żoła, *Zjawisko prania brudnych pieniędzy w prawie Unii Europejskiej*, „*Edukacja Prawnicza*” nr 10(82), październik 2006
24. *Personal banking fraud : hearing before the Committee on Banking and Financial Services, House of Representatives, One Hundred Fourth Congress, second session*, United States, 1996.
25. S. Mills, *How to Steal from Banks: and Other Business Strategies*, Authors & Artists, Publishers of New York, 2004
26. Raport o stanie bezpieczeństwa w Polsce w 2015 roku

Źródła elektroniczne:

1. <http://www publikacje.edu.pl/pdf/10814.pdf>
2. jurcimierski.pl/publikacja-30-istota-zjawiska-prania-brudnych-pieniedzy.pdf
3. <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Pranie-brudnych-pieniedzy-i-walka-z-terroryzmem-2253618.html>
4. <https://www.anti-moneylaundering.org/europe/Croatia.aspx>
5. ekonom.ug.edu.pl/pp/download.php?OpenFile=17563
6. <http://www.fi.se/en/bank/money-laundering/>
7. <https://mfiles.pl/pl/index.php/FATF>

Natalia

Zalewska

Uniwersytet Warmińsko- Mazurski

ROZWÓJ CROWDFUNDINGU W POLSCE NA PRZYKŁADZIE ZRZUTKA.PL

Streszczenie

Crowdfunding najprościej mówiąc to forma pozyskiwania kapitału na przedsięwzięcia biznesowe jak i społeczne od Internautów. Choć w Polsce jest to dość nowa forma finansowania, cieszy się jednak coraz większą popularnością co udowadniają przedstawione wyniki badań. Celem artykułu była analiza dynamiki finansowania społecznościowego w Polsce w latach 2015-01.2019 na przykładzie platformy crowdfundingowej zrzutka.pl. Szczegółowo wykonano badania oparte na technice desk research, a także dokonano analizy wskaźnikowej mającej na celu zbadać dynamikę zmian zachodzących w sferze crowdfundingu. Finansowanie społeczne z roku na rok się zwiększa na co duży wpływ może mieć wzrost zamożności polskiej społeczności, a także wzrost zaufania do prowadzonych zbiórek. Rynek crowdfundingowy rośnie w siłę.

Słowa kluczowe: crowdfunding, modele finansowania, platforma crowdfundingowa

Wprowadzenie

Istotną barierą dla komercjalizacji nowych i innowacyjnych pomysłów jest dostępność finansowania na początkowym etapie. Trudności jakie napotykają na swojej drodze nowe przedsięwzięcia w otrzymaniu finansowania od banków, czy też funduszy venture capital skłoniły niektórych przedsiębiorców do poszukiwania alternatyw na sfinansowanie swoich projektów. Wówczas część z nich zaczęła korzystać z internetowych społeczności inwestorów konsumenckich (Bayus, Kuppuswamy 2018). Dość nowa i mało znana forma nieformalnego finansowania projektów zwana crowdfundingiem, daje możliwość przedsiębiorcom odwołać się bezpośrednio do opinii publicznej w celu pozyskania pomocy finansowej dzięki, której będą mogli wdrożyć w życie swoje plany i przedsięwzięcia.

Metodyka badań

Celem głównym przeprowadzonych badań była analiza dynamiki rozwoju crowdfundingu w Polsce na przykładzie platformy zrzutka.pl. Uzyskane wyniki zostały opracowane w oparciu o badania desk research, polegające na przeglądzie ogólnodostępnych danych (artykuły, raporty, Internet). Analiza badania obejmowała lata 2015-01.2019 i polegała na obliczeniu wskaźników dynamiki w tym przyrostów absolutnych, względnych (wyznaczających tempo zmian), oraz indeksów (wskaźników zmian).

Ogólna charakterystyka crowdfundingu

Pojęcie crowdfunding to neologizm, który jest angielskim połączeniem słów „crowd” i „funding”, czyli pozyskiwanie środków finansowych z internetowego tłumu. Twórcą tego terminu jest najprawdopodobniej Michael Sullivan, który w 2006 r. napisał na blogu fundavlog, iż gromadzenie środków pieniężnych od społeczeństwa jest bazą na podstawie, której wszystko jest tworzone i od, której wszystko zależy. Crowdfunding zapewnia przedsiębiorcom możliwość finansowania projektów, który znacznie przyczynia się do wzrostu ich zysku. Polega on na wysyłaniu środków pieniężnych za pośrednictwem platform sieci społecznościowych, które umożliwiają spekulantom komunikowanie się ze sobą oraz z odbiorcami finansowymi. W ujęciu szerszym przez crowdfunding należy rozumieć formę gromadzenia środków finansowych dzięki sieci komputerowej. Natomiast jeżeli chodzi o ujęcie węższe to uwypukla on proces przez, który przedsiębiorcy, organizacje non profit czy też artyści otrzymują środki pieniężne na potrzeby swoich pomysłów, przedsięwzięć, projektów i organizacji, bazując na wsparciu i pomocy wielu osób ze środowiska internetowego¹⁹.

Choć w obecnej literaturze istnieje wiele definicji crowdfundingu to zazwyczaj różnią się one stopniem szczegółowości. Jest to zjawisko wciąż młode, aczkolwiek finansowanie społecznościowe zachowuje pewne elementy (MALINOWSKI, GIELZAK 2015, KRÓL 2013):

- Wsparcie społeczności ma zawsze charakter finansowy;
- Każda zbiórka jest prowadzona i organizowana za pośrednictwem Internetu;
- Wspierający za oferowane wpłaty dostają zazwyczaj różnego rodzaju świadczenia zwrotne;
- Prowadzone akcje zamieszczane są zwykle w określonym przedziale czasowym;
- Kierowane kampanie mają charakter otwarty (czyli posiadają szeroką społeczność adresatów zamieszczonych wiadomości) w ramach dwóch poziomów: każda osoba może ofiarować datek z dowolnego miejsca, w którym się znajduje oraz w dowolnej wysokości, wiadomo również kto zbiera pieniądze, na jaki cel a także jaką kwotę chce uzbierać pomysłodawca;

Reasumując, definicję crowdfundingu można sformułować następująco: to proces dokonywany w środowisku internetowym, stymulowanym poprzez otwarte zgłoszenia oferty, polegający na pozyskiwaniu wolnych środków pieniężnych wśród uczestników rozproszonej społeczności. Charakteryzuje się szerokim wykorzystaniem technologii

¹⁹ <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jems.12093> (24.01.2019 r.)

teleinformatycznych, dobrymi warunkami transakcyjnymi, niską barierą wejścia a także ogólnodostępnością na rynku. Gromadzenie środków finansowych może odbywać się w formie bezzwrotnej darowizny wynikającej z motywów filantropijnych, celów charytatywnych, płatności w oczekiwaniu na rzeczową nagrodę, czy też potrzeby pożyczania środków w przyszłości. Zakres korzyści jest zależny od zastosowanego modelu crowdfundingu a także wykorzystywanej strategii nagradzania uczestników (DZIUBA 2012a).

Kampanie prowadzone w ramach crowdfundingu oparte są na nagrodach, które zwykle przekazywane są w oparciu o dwa modele. Pierwszy model „Keep-It-All” polega na działaniu takim, że przedsiębiorcza firma ustala cel pozyskiwania funduszy i zatrzymuje całą uzyskaną kwotę niezależnie od tego czy ostateczny cel został osiągnięty. Tym samym przekłada się ryzyko na społeczność internetową kiedy zostanie zrealizowany niedofinansowany projekt. Z kolei drugi model „All-Or-Nothing” angażuje przedsiębiorczą firmę, która określa swój cel fundraisingowy, gdzie nie zatrzymuje niczego dopóki nie zostanie on w pełni osiągnięty, co z kolei stanowi duże ryzyko dla przedsiębiorcy (CUMING ET AL. 2015).

Finansowanie społecznościowe może być realizowane również w oparciu o inne modele. Pierwszym z nich jest model donacyjny (charytatywny), którego istota opiera się na stworzeniu platformy (strony internetowej) służącej do porozumiewania się z tłumem uczestników oraz zgłaszania ofert projektów m.in.: zbiórki środków pieniężnych na określony cel (DZIUBA 2012a). Popularny jest także model pożyczkowy dzięki któremu możliwe jest pożyczanie środków pieniężnych z pominięciem takich instytucji jak np. bank. Jego działanie opiera się na pozyskiwaniu środków finansowych a następnie udzielaniu kredytu projektodawcom na określonych warunkach. Dość często wykorzystywany jest również model inwestycyjny gdzie uczestnicy (inwestorzy ze społeczeństwa internetowego) lokują swoje środki finansowe w różnych projektach i przedsięwzięciach licząc na korzyści finansowe. Takie rozwiązania najkorzystniejsze są dla firm będących we wczesnym stadium rozwoju lub start-upów. W praktyce występują również modele oparte na rozwiązaniach mieszanych czyli np. łączeniu udzielenia pożyczek z modelem inwestycyjnym (GŁOWACKA 2016)

Projekty finansowane w obrębie crowdfundingu można podzielić na trzy główne kategorie (HERMER 2011):

- podmiot, który poszukuje finansowania;
- cel realizowanego przedsięwzięcia, jaki można sfinansować dzięki finansowaniu społecznościowemu;
- sposób w jaki są wynagradzani inwestorzy przez projektodawcę.

Najczęściej na platformach crowdfundingowych swoje projekty zamieszczają podmioty, którymi mogą być: osoby prywatne, fizyczne, wszelkiego rodzaju organizacje publiczne a także start-upy (nowo utworzone przedsiębiorstwo lub też tymczasowa organizacja). Część platform ogranicza typ projektodawców np. do organizacji pozarządowych, przedsiębiorców czy fundacji, jednak znaczna większość dopuszcza wszystkie podmioty. Ze względu na charakter można wyróżnić projekty realizowane²⁰:

- nie dla zysku – projekty nastawione na realizację społecznych celów w sferze: infrastruktury publicznej, zdrowotnej, publicznych projektów badawczych, pomocy rozwojowej czy też open source software;

- dla zysku- inicjatywy, których celem jest komercyjne wykorzystanie zrealizowanego przedsięwzięcia np. przez założenie firmy lub wydanie płyty dzięki realizacji projektu;

Choć Polakom nie brak genialnych pomysłów, twórczych inicjatyw czy chęci do wspierania kreatywnych pomysłodawców, to jednak rozwój crowdfundingu znacznie ograniczają regulacje prawne. Pomimo, iż w pełni legalne jest finansowanie społecznościowe w Polsce, to należałoby jednak korzystać z metod i rozwiązań zarówno technicznych, jak i prawnych jakie poszczególne portale oferują. Dzięki temu zapewniają ochronę osobom wspierającym przedsięwzięcia, a także autorom projektów²¹.

Na przestrzeni kilku lat crowdfunding zmienił formę wspomagania projektów w Polsce. Obecnie za jego pomocą można finansować przez Internet szereg różnych inicjatyw poczynając od indywidualnych tj. eventy, organizacje koncertów czy urodzin, poprzez inicjatywy społeczne, biznesowe jak i akcje charytatywne. Crowdfunding znacznie uzależnił pomysłodawców od bogatych mecenasów czy inwestorów, przez co przełożył możliwość wsparcia na tysiące indywidualnych osób²²

Wyniki i dyskusja

Obecnie w Polsce jest zarejestrowanych około 20 aktywnych platform społecznościowych. Ich liczba ciągle się waha, gdyż jedne kończą swoją działalność a inne rozpoczynają, czy też zmieniają specyfikę działalności (KĘDZIERSKA-SZCZEPANIAK, SZOPIK-DEPCZYŃSKA 2017). Jednak na potrzeby badań skupiono się na platformie zrzutka.pl. Na podstawie czterech zmiennych zbadano dynamikę na lata 2015-01.2019. Wyniki zaprezentowano poniżej.

Tabela 1: Suma wpłat na platformie zrzutka.pl w latach 2015-01.2019

Rok	Suma wpłat (zł)	Przyrosty absolutne o podstawie stałej (podstawa 2015 r.)	Przyrosty absolutne o podstawie zmiennej (podstawa poprzedni rok)	Przyrosty względne o podstawie stałej (podstawa 2015 r.)	Przyrosty względne o podstawie zmiennej (podstawa poprzedni)	Indeksy o podstawie stałej (podstawa 2015 r.)	Indeksy o podstawie zmiennej (podstawa rok poprzedni)
2015	3041086	0	-	0%	-	100%	-
2016	6183260	3142174	3142174	103%	103%	203%	203%
2017	9128784	6087698	2945524	200%	48%	300%	148%
2018	63747939	60706853	54619155	1996%	598%	2096%	698%
01.2019	75823247	72782161	12075308	2393%	19%	2493%	119%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych platformy zrzutka.pl

²¹ <http://crowdfunding.pl/crowdfunding-w-polsce/> (26.01.2019)

²² <https://mambiznes.pl/finansowanie/ranking-polskich-platform-crowdfundingowych-87989> (22.01.2019 r.)

Bazując na danych zawartych w tabeli 1. można zauważyć wzrost sumy wpłat na platformie finansowania społecznościowego zrzutka.pl. Największy przyrost sumy wpłat w stosunku do roku bazowego nastąpił w styczniu 2019 r. i wyniósł 72782161 zł, czyli 2393%. Tak ogromna zwwyżka może być spowodowana wzrostem zamożności polskiego społeczeństwa, która coraz częściej włącza się i angażuje w projekty i przedsięwzięcia organizowane przez platformy crowdfundingowe. Najmniejsze zwiększenie wpłat przypada na rok 2016, gdzie suma wynosiła ta zaledwie 314217, czyli w stosunku do 2015 roku było to 103%. Mogło to wynikać z faktu, iż finansowanie społecznościowe w Polsce na przestrzeni tych lat było wówczas mało znane i popularne.

Jak przedstawiono w tabeli 2. widać również, iż systematycznie wzrastały wskaźniki liczby wpłat. W latach 2015-01.2019 odnotowano ich zwiększenie z roku na rok odpowiednio 51539; 46067; 855653; 192164 liczb wpłat, przy czym najwyższy wzrost miał miejsce w 2018 r. i wyniósł 581%. Na taki wzrost może mieć wpływ rosnące zaufanie wśród społeczności sieciowej do zbiorów internetowych, gdzie coraz więcej stosuje się zabezpieczeń chroniących przed oszustami. Średni przyrost względny z roku na rok wynosi 1132,5%, świadczy to tylko o tym jak potężnie rozwija się rynek crowdfundingowy w Polsce, szczególnie w ostatnich dwóch latach, gdzie przyrost w styczniu 2019 r. w porównaniu do 2015 r. wynosi aż 1145423 liczb wpłat (2308%).

Tabela 2: Liczba wpłat na platformie zrzutka.pl w latach 2015-01.2019

Rok	Liczba wpłat	Przyrosty absolutne o podstawie stałej (podstawa 2015 r.)	Przyrosty absolutne o podstawie zmiennej (podstawa poprzedni rok)	Przyrosty względne o podstawie stałej (podstawa 2015 r.)	Przyrosty względne o podstawie zmiennej (podstawa poprzedni)	Indeksy o podstawie stałej (podstawa 2015 r.)	Indeksy o podstawie zmiennej (podstawa rok poprzedni)
2015	49632	0		0%		100%	
2016	101171	51539	51539	104%	104%	204%	204%
2017	147238	97606	46067	197%	46%	297%	146%
2018	1002891	953259	855653	1921%	581%	2021%	681%
01.2019	1195055	1145423	192164	2308%	19%	2408%	119%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych platformy zrzutka.pl

W tabeli 3. zaprezentowano liczbę użytkowników platformy zrzutka.pl. Z danych wynika, iż Polacy pokochali wspierać inicjatywy, projekty i przedsięwzięcia, szczególnie na przełomie ostatnich lat. Wzrost społeczności na platformach może się wiązać z ogólnym dostępem do Internetu, który znacznie ułatwia wzięcie udziału we wszelkich inicjatywach. Z roku na rok prężnie zwiększa się liczba użytkowników, przełomem okazał się rok 2017 i 2018 gdzie stosunek osób wzrósł aż o 159760. Na podstawie przedstawionych danych można przypuszczać, że liczba aktywnych na platformach osób w kolejnych latach będzie wzrastać. Jest to możliwe dzięki prowadzonym kampaniom, które docierają do coraz większej liczby odbiorców. W roku 2015 zrzutka.pl miała tylko 10290 użytkowników, obecnie jest ich aż o 208046 osób więcej, czyli 2022%. W latach 2015-01.2019 liczba użytkowników wzrastała przeciętnie z roku na rok (średnioroczne tempo liczby użytkowników) o 180,25%.

Tabela 3: Liczba użytkowników w latach 2015-01.2019

Rok	Liczba użytkowników	Przyrosty absolutne o podstawie stałej (podstawa 2015 r.)	Przyrosty absolutne o podstawie zmiennej (podstawa poprzedni rok)	Przyrosty względne o podstawie stałej (podstawa 2015 r.)	Przyrosty względne o podstawie zmiennej (podstawa poprzedni)	Indeksy o podstawie stałej (podstawa 2015 r.)	Indeksy o podstawie zmiennej (podstawa rok poprzedni)
2015	10290	0		0%		100%	
2016	18089	7799	7799	76%	76%	176%	176%
2017	27799	17509	9710	170%	54%	270%	154%
2018	187559	177269	159760	1723%	575%	1823%	675%
01.2019	218336	208046	30777	2022%	16%	2122%	116%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych platformy zrzutka.pl

W ostatniej tabeli 4. zaprezentowano liczbę zrzutek. Wartość przyrostów zarówno absolutnych jak i względnych ukazują, iż w całym badanym okresie suma zrzutek wzrasta. Może to wynikać z faktu, iż pojawia się coraz więcej kreatywnych i pomysłowych przedsięwzięć oraz inicjatyw. A taka forma finansowania jak crowdfunding jest prostą metodą na zdobycie środków. Największy ich przyrost w stosunku do roku bazowego wystąpił w styczniu 2019 r. i wyniósł 236826, czyli aż 2375%. W latach 2015-01.2019 liczba zrzutek odpowiednio kształtowała się na poziomie 10302; 19960; 200743 oraz 236826. Największy wzrost z roku na rok odnotowano w 2018 r., gdzie wyniósł on 180783 (604%). W latach 2015-01.2019 liczba zrzutek wzrastała przeciętnie o 193%.

Tabela 4: Liczba zrzutek w latach 2015-01.2019

Rok	Liczba zrzutek	Przyrosty absolutne o podstawie stałej (podstawa 2015 r.)	Przyrosty absolutne o podstawie zmiennej (podstawa poprzedni rok)	Przyrosty względne o podstawie stałej (podstawa 2015 r.)	Przyrosty względne o podstawie zmiennej (podstawa poprzedni)	Indeksy o podstawie stałej (podstawa 2015 r.)	Indeksy o podstawie zmiennej (podstawa rok poprzedni)
2015	9970	0		0%		100%	
2016	20272	10302	10302	103%	103%	203%	203%

2017	29930	19960	9658	200%	48%	300%	148%
2018	210713	200743	180783	2013%	604%	2113%	704%
01.2019	246796	236826	36083	2375%	17%	2475%	117%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych platformy zrzutka.pl

Podsumowanie

W artykule przeanalizowano formę finansowania jaką jest crowdfunding. Szczególnie skupiono się na przeglądzie literatury oraz dynamice zmian zachodzących w obrębie finansowania społecznościowego w latach 2015-01.2019. Z przeprowadzonych badań wynika, iż crowdfunding w ciągu ostatnich lat zyskał na znaczeniu i długo będzie się cieszył popularnością. Szczególnie rok 2018 był przełomowym momentem na rynku crowdfundingu gdzie suma wpłat, liczba użytkowników i zrzutek wielokrotnie o kilkaset procent. Mogło być to spowodowane wzrostem zamożności wśród społeczności polskiej, rosnącym zaufaniem do zbiorów internetowych, czy też chęcią stworzenia kreatywnego projektu lub przedsięwzięcia. Na przestrzeni lat crowdfunding zmienił formę wspomagania projektów a tym samym otworzył wachlarz nowych możliwości.

Bibliografia

- CUMMING D., LEBOEUF G., SCHWIENBACCHER A. 2015. crowdfunding models: Keep-it-all vs. All or nothing, https://papers.ssrn.com/sol13/papers.cfm?abstract_id=2447567 (Access: 23.01.2019)
- DZIUBA D. 2012a. *Rozwój systemów crowdfundingu : modele, oczekiwania i uwarunkowania*. Problemy zarządzania, Vol. 10, Nr 3 (38), s. 83-103 .
- GŁOWACKA I. 2016. *Internet i tworzenie społeczności – problematyka crowdfundingu w środowisku sieciowym*. W: MYŚLAK D.A., SUDIĄK M.M. (red.) *Sieć: komunikacja, obecność, konsumpcja: od teorii do pragmatyki użytkowania*. Wyd. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn.
- HEMER J. 2011. *A snapshot on crowdfunding*. Working papers firms and region, No. R2/2011
- KAPPUSWAMY V., BAYUS, BARY L. 2018. *Crowdfunding Creative Ideas: The Dynamics of Project Backers*. The Economics of Crowdfunding, 151-182, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-66119-3_8
- KĘDZIERSKA-SZCZEPANIAK A., SZOPIK-DEPCZYŃSKA K. 2017. *Polskie platformy crowdfundingowe na przykładzie Polakpotrafi.pl*. Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia nr 5/2017 (89), cz. 1
- Król, K. 2013. *Crowdfunding. Od pomysłu do biznesu, dzięki społeczności*. Crowdfunding.pl, Warszawa.
- MALINOWSKI M., GIEŁZAK M. 2015. *Crowdfunding. Zrealizuj swój pomysł ze wsparciem cyfrowego tłumu*. Helion, Gliwice.

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jems.12093> (24.01.2019)

<https://mambiznes.pl/finansowanie/ranking-polskich-platform-crowdfundingowych-87989>
(22.01.2019 r.)

http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86197.asp?soid=EAB5FEAF802748F6ACA33D04F190096F (23.01.2019 r.)

<http://crowdfunding.pl/crowdfunding-w-polsce/> (26.01.2019)

Paweł Urbanowicz

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

MARKETING TERYTORIALNY OLSZTYNA W OCZACH JEGO MIESZKAŃCÓW

Streszczenie

Celem badań była identyfikacja opinii mieszkańców na temat wizerunku Olsztyna oraz sprawdzenie, jak oceniają oni wybrane działania z zakresu marketingu terytorialnego, prowadzone przez władze lokalne. W toku badań wykorzystano zarówno dane pierwotne, zgromadzone metodą CAWI (wspomagany komputerowo wywiad), jak i dane wtórne. Na podstawie uzyskanych wyników stwierdzono, że respondenci w większości pozytywnie oceniają wizerunek miasta oraz wybrane działania władz lokalnych. Uznaniem mieszkańców cieszyły się wszystkie inwestycje zrealizowane w latach 2014-2018 wymienione w ankiecie. Należy zauważyć, że pozytywna ocena projektów mogła być związana z faktem dobrego ich dopasowania do bieżących potrzeb miasta oraz wykorzystywania mocnych stron regionu.

Wprowadzenie

W ciągu ostatnich lat wzrosło znaczenie działań z zakresu marketingu terytorialnego prowadzonych przez władze lokalne w celu promocji miast i regionów. Tendencja ta jest efektem coraz silniejszej konkurencji między administratorami poszczególnych obszarów o uwagę i zainteresowanie turystów oraz inwestorów. Z biegiem czasu zaczęto bowiem dostrzegać, że obecność tych dwóch grupy interesów przyczynia się do rozwoju jednostki administracyjnej. Obecnie działania z zakresu marketingu terytorialnego nie skupiają się wyłącznie na klientach spoza regionu, lecz przede wszystkim na jego mieszkańcach. Nieustanne monitorowanie i zaspokajanie ich potrzeb jest korzystne z punktu widzenia jednostek administracji publicznej, ponieważ zwiększa szansę na utrzymanie władzy i także przyczynia się do przyspieszenia rozwoju danego obszaru.

Celem artykułu było sprawdzenie, jak mieszkańcy Olsztyna oceniają wizerunek miasta oraz jaki jest ich stosunek do wybranych działań władz lokalnych z zakresu marketingu terytorialnego. W toku badań wykorzystano zarówno dane pierwotne, jak i wtórne. Uzyskanie danych pierwotnych wiązało się z przeprowadzeniem w maju 2018 roku anonimowego badania ankietowego. W grupie badawczej znalazło się 124 mieszkańców Olsztyna w przedziale wiekowym 19-49 lat. Kwestionariusze zostały udostępnione i rozdysponowane w formie elektronicznej, z wykorzystaniem Formularzy Google. Z kolei dane wtórne uzyskano na podstawie wyników badań innych autorów.

W toku badań starano się poznać ogólne zdanie mieszkańców na temat wizerunku Olsztyna i sprawdzić, czy uległo ono poprawie w porównaniu z 2013 rokiem. Istotne było też zweryfikowanie, czy działania władz lokalnych przeprowadzone w latach 2014-2018 były zgodne z oczekiwaniami respondentów. W tym celu wybrano 4 projekty zrealizowane w wymienionym okresie, które służyły promocji miasta, rozwojowi jego potencjału oraz niwelowaniu jego słabych stron i poproszono ankietowanych o ocenę każdego z nich.

Koncepcja marketingu terytorialnego

Marketing, jako osobna quasi-dyscyplina naukowa, został wyodrębniony z nauk ekonomicznych po II Wojnie Światowej w Stanach Zjednoczonych. Od momentu jego powstania aż do chwili obecnej uległ on znacznemu przeobrażeniu i rozwinięciu. Jednym z przełomowych momentów w historii marketingu były lata 70. XX wieku. To właśnie wtedy zaczęto dostrzegać, że koncepcje marketingowe, początkowo skierowane wyłącznie do przedsiębiorstw produkcyjnych, mogą być z powodzeniem stosowane także przez inne podmioty, takie jak instytucje non profit, organizacje i stowarzyszenia społeczne, przedsiębiorstwa komunalne, jednostki terytorialne, formalne i nieformalne grupy interesów (FIGIEL i in. 2015). W konsekwencji konieczne stało się rozszerzenie dotychczasowego sposobu pojmowania marketingu. Marketing ogólny, zorientowany na przedsiębiorstwo produkcyjne, został uzupełniony przez marketing sektorowy, czyli kompleksowy sposób postępowania w różnych obszarach ludzkiej działalności, przejawiający się nie tyle w pozyskiwaniu i utrzymywaniu klientów, lecz raczej zwolenników, członków, sympatyków. Proces poszerzania i pogłębiania obszaru zainteresowań marketingu przyczynił się do powstania nowych, samodzielnych już obecnie dyscyplin, do których zalicza się marketing terytorialny (HACKLEY 2009).

Najogólniej rzecz ujmując, marketing terytorialny to rynkowa koncepcja zarządzania jednostką osadniczą, zmierzająca do zaspokojenia przyszłych i obecnych potrzeb wewnętrznych i zewnętrznych grup klientów. (SZROMNIK 2016). Do klientów wewnętrznych zalicza się mieszkańców, natomiast do zewnętrznych - inwestorów oraz turystów. Podstawowym celem marketingu terytorialnego na szczeblu lokalnym jest możliwie jak najlepsze zaspokajanie potrzeb ludności lokalnej przez jednostki administracji publicznej, czego wymiernym efektem powinna być ogólna poprawa warunków życia. Cel ten osiąga się poprzez zwiększanie zakresu i dostępności dóbr publicznych, rozwijanie infrastruktury lokalnej oraz kształtowanie pozytywnego wizerunku regionu za pomocą wybranych narzędzi marketingowych (PIECHNA, RENIGIER-BIŁOZOR 2010).

Marketing terytorialny skierowany jest nie tylko do mieszkańców, lecz także do przedsiębiorców i turystów. Należy zauważyć, że poszczególne regiony konkurują między sobą o zainteresowanie tych dwóch grup interesów, ponieważ ich działania w istotny sposób wpływają na rozwój danego obszaru. Jednak przyciągnięcie turystów i inwestorów to niezwykle trudne zadanie. Stworzenie dobrego klimatu inwestycyjnego bardzo często wiąże się bowiem z restrukturyzacją obszaru, co jest kosztownym i długotrwałym procesem. Z kolei na atrakcyjność turystyczną regionu istotnie wpływają czynniki niezależne od działań samorządu, takie jak walory przyrodnicze i antropogeniczne. Działalność władz lokalnych polega zatem na identyfikacji i promocji zasobów turystycznych oraz na stworzeniu odpowiedniej infrastruktury technicznej, umożliwiającej maksymalne wykorzystanie potencjału turystycznego regionu (RAPACZ, JAREMEN 2011).

Marketing terytorialny jest nierozdzielnie związany z wizerunkiem jednostki administracyjnej. Jako wizerunek należy rozumieć sumę poglądów i postaw, jakie osoba lub grupa osób odczuwa w stosunku do danego miejsca (STĘPOWSKI 2015). Obraz powstający w świadomości człowieka jest wynikiem jego pośrednich i bezpośrednich kontaktów z konkretnym obszarem i istotnie wpływa na decyzję o odwiedzeniu danego miejsca lub dokonaniu tam inwestycji. Należy zaznaczyć, że obraz ten bardzo często nie jest związany z wizytą bądź zamieszkiwaniem w danym miejscu, lecz w znacznym stopniu wynika z informacji, jakie docierają do społeczeństwa na jego temat. Dlatego tak ważne - z punktu widzenia jednostek administracji publicznej - jest umiejętne kształtowanie pozytywnego obrazu zarządzanego obszaru i sterowanie przekazem, który dociera do

odbiorców. Nie zawsze bowiem obiektywne kryteria są wystarczającym argumentem do podjęcia aktywności przez inwestorów lub turystów. Niezwykle istotny jest też subiektywny, stereotypowy wizerunek zarządzanego obszaru, czego najlepszym przykładem jest Paryż. Miasto to przyciąga co roku wielu turystów, ponieważ kojarzy im się z piękną architekturą, zabytkami, romantycznymi uliczkami i klimatycznymi zaułkami. Gdy jednak przybywają oni po raz pierwszy do miasta przekonują się, że wyidealizowany i znany z mediów obraz istotnie różni się od rzeczywistości. To uczucie głębokiego rozczerowania w psychologii nosi nazwę syndromu paryskiego (TAMAMI 1998). Można zatem dojść do wniosku, że informacje docierające do odbiorców wpływają na ich zachowania, jednak nie zawsze oddają rzeczywisty stan konkretnego miejsca. Konkludując, skuteczna promocja regionu przyczynia się do zwiększenia zainteresowania danym obszarem przez inwestorów i turystów, niezależnie od jego obiektywnych walorów. I odwrotnie, brak jakiegokolwiek promocji może sprawić, że jednostka terytorialna będzie przez te grupy niesłusznie omijana. Należy bowiem zauważyć, że każdy region charakteryzuje się zarówno cechami pozytywnymi, jak i negatywnymi. Istotą marketingu terytorialnego jest zatem maksymalne wykorzystanie potencjału i niwelowanie słabych stron jednostek administracyjnych, czyli miast, gmin, regionów, województw, a w szerszym rozumieniu także państw i wspólnot krajów. Kształtowanie pozytywnego wizerunku danego miejsca jest jednym z najważniejszych elementów strategii marketingowej jednostek terytorialnych, ponieważ przyciąganie grup interesów spoza regionu przyczynia się do rozwoju lokalnego i wzrostu konkurencyjności danego obszaru (SZROMNIK 2016).

Zarządzanie miastem, wsią lub regionem powinno przede wszystkim uwzględniać interesy klientów. Nie jest to możliwe bez nieustannego monitorowania oczekiwań i preferencji społecznych. W związku z tym kontaktowanie się z różnymi grupami interesów powinno być podstawą aktywności władz przy planowaniu działań z zakresu marketingu terytorialnego (PIECHNA, RENIGIER-BIŁOZOR 2010).

Monitorowanie potrzeb i oczekiwań klientów zewnętrznych jest niezwykle trudnym zadaniem. Wynika to z faktu bardzo dużej liczby tych podmiotów oraz ich zróżnicowania. Oczywistym jest, że władze lokalne nie są w stanie sprostać oczekiwaniom wszystkich grup interesów. W związku z tym strategia marketingowa regionu powinna polegać najpierw na identyfikacji mocnych i słabych stron danego obszaru. Następnie należy skierować przekaz marketingowy wyłącznie do tych inwestorów i turystów, którzy potencjalnie mogą wyrazić swoje zainteresowanie prezentowaną ofertą, oraz których aktywność przyniesie jak największą korzyść dla zarządzanego terytorium. Rozwój regionu wymaga bowiem nieustannego dopływu czynników rozwojowych, które są przedmiotem walki konkurencyjnej między poszczególnymi obszarami. Należy zatem zadbać o to, aby utrzymać ich stały napływ z zewnątrz (FIGIEL i in. 2015).

Monitorowanie potrzeb i oczekiwań klientów wewnętrznych jest znacznie prostszym zadaniem. Wynika to z faktu obecności tych podmiotów na terenie zarządzanej jednostki administracyjnej. Władze lokalne posiadają szereg instrumentów umożliwiających badanie potrzeb i utrzymanie kontaktu z wewnętrznymi grupami interesów. Do środków tych zaliczyć można przede wszystkim konsultacje społeczne, badania opinii publicznej, spotkania z mieszkańcami i konferencje publiczne. Zasadność monitorowania i zaspokajania potrzeb i oczekiwań mieszkańców można rozpatrywać na wielu płaszczyznach.

Z punktu widzenia władz lokalnych działania te przyczyniają się do wzrostu zadowolenia społeczeństwa, co w konsekwencji zwiększa szansę na reelekcję w kolejnych wyborach. Dbanie o potrzeby mieszkańców hamuje także zjawisko odpływu ludności z

danego terenu. Jest to szczególnie ważne, ponieważ wiele gmin w Polsce boryka się z problemem ucieczki młodych, dynamicznych ludzi do lepiej rozwiniętych regionów.

Korzyści dla mieszkańców, wynikające z faktu zaspokajania ich potrzeb przez władze lokalne są oczywiste. Wysoki standard życia i poczucie zadowolenia z faktu zamieszkiwania na danym terenie skłaniają ludność lokalną do pozostania w danym miejscu, oraz zachęcają do przybycia osoby z innych regionów, co pośrednio stymuluje rozwój regionalny (SZROMNIK 2016).

Podsumowując, jeśli przyjmiemy, że jednostki administracji publicznej są przedsiębiorcami, a mieszkańcy - klientami, to możemy stwierdzić, że tak samo jak w klasycznym marketingu, relacja ta opiera się na zasadach wolnorynkowych. Zadaniem samorządowców-producentów jest dostarczanie konkretnych produktów i usług, spełniających oczekiwania klientów. Umożliwi im to pozostanie przy władzy, co w przypadku przedsiębiorstwa oznaczałoby utrzymanie się na rynku. Z kolei mieszkańcy-klienci kształtują popyt, oceniają działania samorządu i wybierają tego „przedsiębiorcę”, który najlepiej zaspokoi ich potrzeby.

Podstawowe informacje dotyczące Olsztyna²³

Olsztyn to stolica, a zarazem największe miasto województwa warmińsko-mazurskiego. Położony jest w północno-wschodniej części Polski, nad rzeką Łyną. W granicach administracyjnych Olsztyna leży 15 jezior o zróżnicowanej wielkości, będących jednocześnie wizytówką i największą atrakcją turystyczną miasta.

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego na dzień 31.12.2016 Olsztyn liczył 172993 mieszkańców. Najliczniejszą grupę stanowili ludzie w wieku 40-64 lat. Bezrobocie wynosiło 5,1% i było najniższe w województwie.

W mieście znajduje się 7 szpitali publicznych, liczne przedszkola, szkoły podstawowe i średnie oraz Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, będący najważniejszą uczelnią w regionie. Z Olsztynem związanych jest wiele postaci historycznych, jak Mikołaj Kopernik, Maria Zientara-Malewska i Feliks Nowowiejski.

Mocne i słabe strony Olsztyna w opinii mieszkańców

Zrozumienie potrzeb i oczekiwań mieszkańców Olsztyna wymagało poznania ich opinii na temat mocnych i słabych stron miasta. Wykorzystano w tym celu dane wtórne, zgromadzone w 2013 roku przez dr hab. Mariolę Grzybowską-Brzezińską i dr Adama Rudzewicza. Grupę badawczą stanowiły 134 osoby, 68% z nich było w wieku 25-44 lat. Wyniki badań przedstawiono poniżej (Tabela 1).

²³ *Ważniejsze dane o Olsztynie.* Urząd Statystyczny w Olsztynie, <http://olsztyn.stat.gov.pl/dane-o-wojewodztwie/stolica-wojewodztwa-1257/> (26.06.2018r).

Tabela 1

Mocne i słabe strony Olsztyna w opinii mieszkańców

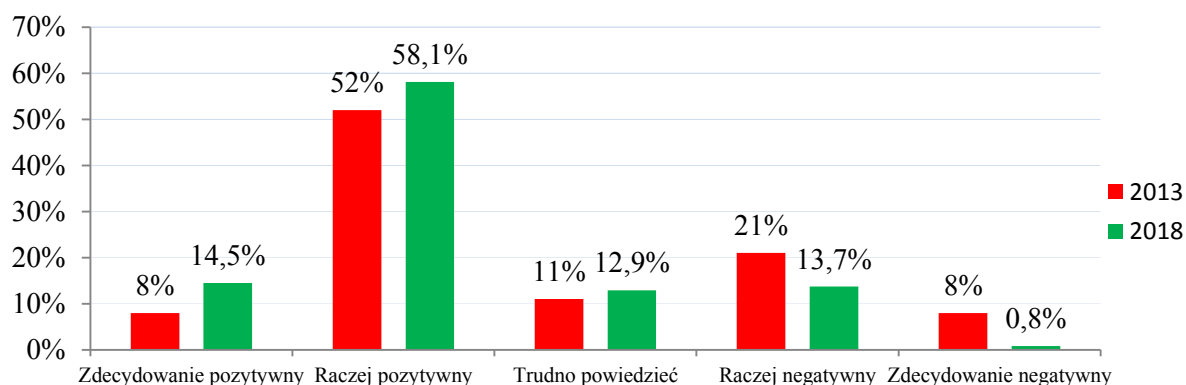
Mocne strony	% wskazań	Słabe strony	% wskazań
Środowisko naturalne: jeziora, lasy	59	Zły stan dróg	34
Dobra lokalizacja	58	Brak pracy	32
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski	55	Mało imprez kulturalnych	25
Spokojne i ciche miasto	47	Zła komunikacji, brak obwodnicy	24
Bezpieczeństwo	32	Mało centrów handlowych	24
Czyste miasto	29	Nudne i zacofane miasto	21
Piękne okolice	28	Brak rozrywki	21
Sympatyczni mieszkańcy	9	Zaniedbana infrastruktura turystyczna	18
		Złe zarządzane miasto	17
		Słabo rozwinięty przemysł	8
		Nietrafione inwestycje	5

Źródło: RUDZEWICZ A., GRZYBOWSKA-BRZEZIŃSKA M. 2014. *Wizerunek Olsztyna w oczach jego mieszkańców*. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu 35: 49-60.

W opinii badanych największych zalet Olsztyna zaliczyć można środowisko naturalne, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski oraz spokój i porządek panujący w mieście. Z kolei jako wady respondenci wymienili przede wszystkim zły stan dróg, trudności komunikacyjne oraz niewiele możliwości spędzenia wolnego czasu. Uwagi ankietowanych warto byłoby uwzględnić przy projektowaniu strategii marketingowej Olsztyna, której celem powinno być rozwiązywanie problemów mieszkańców oraz rozwijanie i promowanie mocnych stron miasta.

Wizerunek Olsztyna w oczach mieszkańców

Jednym z celów badań własnych było poznanie opinii mieszkańców na temat ogólnego wizerunku Olsztyna. Zgromadzone wyniki, wraz z danymi wtórnymi uzyskanymi w osobnym badaniu z 2013 roku zostały porównane i przedstawione na poniższym wykresie (Rys. 1).

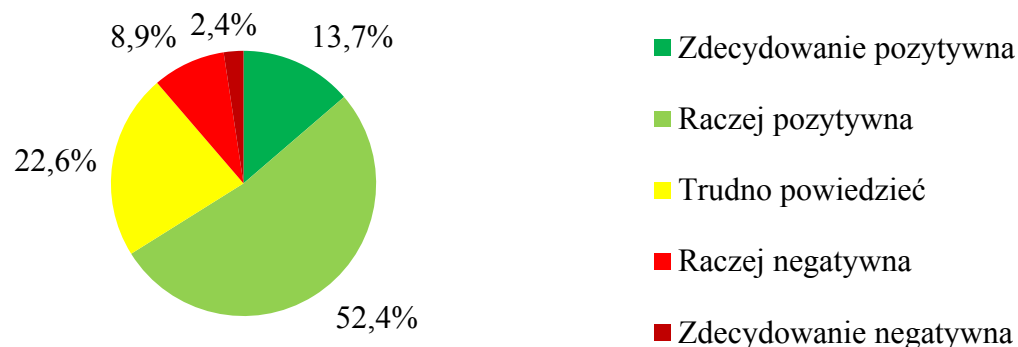


Rys. 1. Ogólny wizerunek Olsztyna w 2013 i 2018 roku w oczach mieszkańców

Źródło: opracowanie własne na podstawie: RUDZEWICZ A., GRZYBOWSKA-BRZEZIŃSKA M. 2014. *Wizerunek Olsztyna w oczach jego mieszkańców*. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu 35: 49-60.

W opinii 72,8% osób badanych w 2018 roku wizerunek Olsztyna był zdecydowanie lub raczej pozytywny, co w porównaniu do 2013 roku oznacza poprawę o 12,6 punktów procentowych. Przeciwnego zdania było 14,5% mieszkańców. W porównaniu z 2013 rokiem liczba osób niezadowolonych z wizerunku Olsztyna spadła o 50%. Jednocześnie wzrósł odsetek osób niezdecydowanych - z 11% w 2013 roku do 12,9% w 2018 roku. Na podstawie wyników badań można stwierdzić, że w opinii mieszkańców wizerunek miasta w ciągu ostatnich 5 lat uległ wyraźnej poprawie.

Kolejną kwestią poruszoną w przeprowadzonym badaniu było poznanie opinii mieszkańców na temat zmian, jakie zaszły w Olsztynie w latach 2014-2018. Wyniki zostały przedstawione na wykresie poniżej (Rys. 2).



Rys. 2. Opinia mieszkańców na temat zmian, jakie zaszły w Olsztynie po 2013 roku

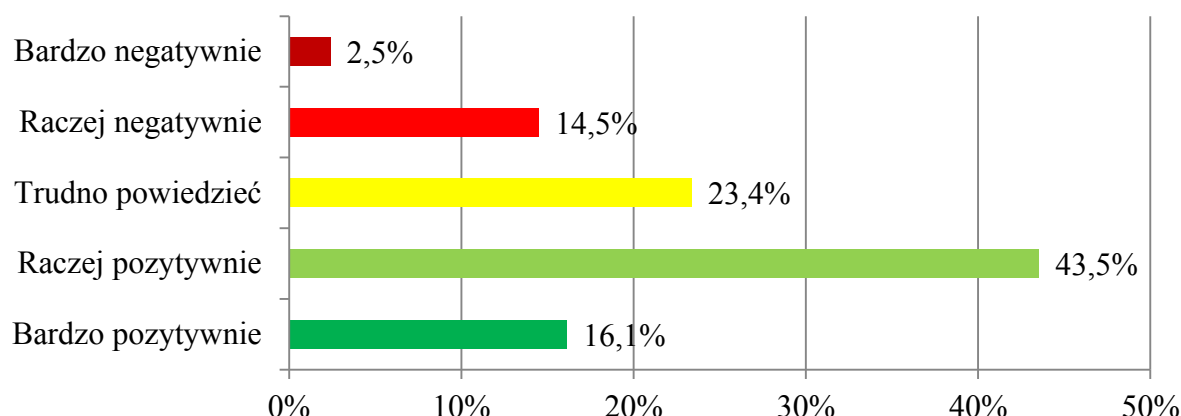
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Pozytywne zdanie na temat zmian, które zaszły w Olsztynie po 2013 roku wyraziło 66,1% ankietowanych. Oznacza to, że większość mieszkańców akceptuje kierunek, w którym rozwija się miasto. Z kolei negatywnie na temat tych zmian wypowiedziało się 11,3% badanych, a 22,6% osób nie potrafiło jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie.

W toku badań sprawdzono, w jakim stopniu władze lokalne Olsztyna zaspokajają potrzeby jego mieszkańców. Pozwoliło to ustalić, czy działania prowadzone przez samorząd są zgodne z oczekiwaniami społeczności. Ankietowani zostali poproszeni o ocenienie, w skali od 1 do 10 (1-najgorzej, 10-najlepiej), w jakim stopniu ich potrzeby są zaspokajane przez władze lokalne. Najwięcej osób wskazało „6”, natomiast średni wynik wyniósł 5,81. Co ciekawe, żaden z ankietowanych nie dał maksymalnej oceny, a minimalną notę przyznało 4,8% pytanych. Na podstawie zgromadzonych danych można stwierdzić, że opinie mieszkańców Olsztyna na temat działalności władz lokalnych są w większości neutralne lub umiarkowanie pozytywne, jednak należy wspomnieć, że istnieje także znaczny odsetek osób niezadowolonych. Może to oznaczać, że mieszkańcy w większości aprobują zmiany, które zachodzą w Olsztynie, jednak nie do końca zgadzają się ze wszystkimi działaniami prowadzonymi przez samorząd. Te informacje są niezwykle ważne z punktu widzenia władz lokalnych i powinny być uwzględnione przy projektowaniu strategii rozwojowej na kolejne lata.

W kolejnym pytaniu respondenci zostali poproszeni o ocenę działalności władz Olsztyna w kontekście promocji miasta. Zgromadzone odpowiedzi przedstawiono na wykresie poniżej (Rys. 3).

Jak ocenia Pan/Pani działania władz Olsztyna służące promocji miasta?



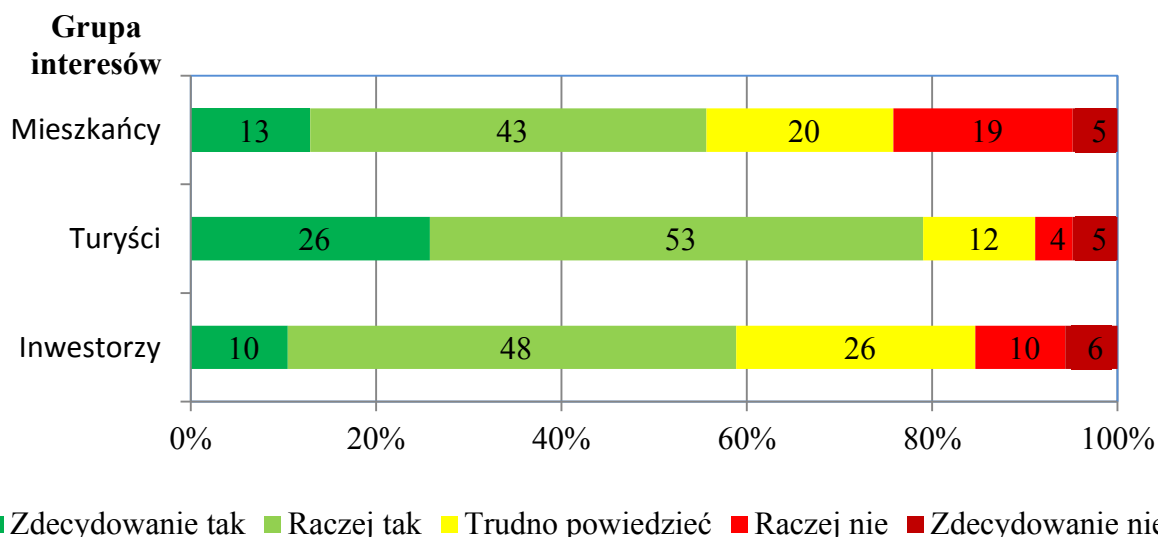
Rys. 3. Opinia mieszkańców na temat działań promocyjnych prowadzonych przez władze Olsztyna

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Większość pytaných pozytywnie oceniła działania władz Olsztyna służące promocji miasta. Taką opinię wyraziło 59,6% ankietowanych. Przeciwnego zdania było 17% respondentów, jednak należy wspomnieć, że grupa najmniej zadowolonych stanowiła tylko 2,5% ogółu badanych. Brak zdania wyraziło 23,4% ankietowanych. Można zatem przypuszczać, że olsztynianie przeważnie pozytywnie oceniają działania promocyjne prowadzone przez władze lokalne.

Respondenci zostali także poproszeni także o wskazanie, czy działania samorządu zwiększają atrakcyjność Olsztyna w oczach mieszkańców, turystów i inwestorów. Wyniki przedstawiono na wykresie poniżej (Rys. 4).

Czy uważa Pan/Pani, że działania władz lokalnych zwiększają atrakcyjność Olsztyna w oczach poniżej wymienionych grup interesów?



Rys. 4. Opinia respondentów dotycząca działań władz lokalnych podejmowanych w celu zwiększenia atrakcyjności Olsztyna w oczach wybranych grup interesów

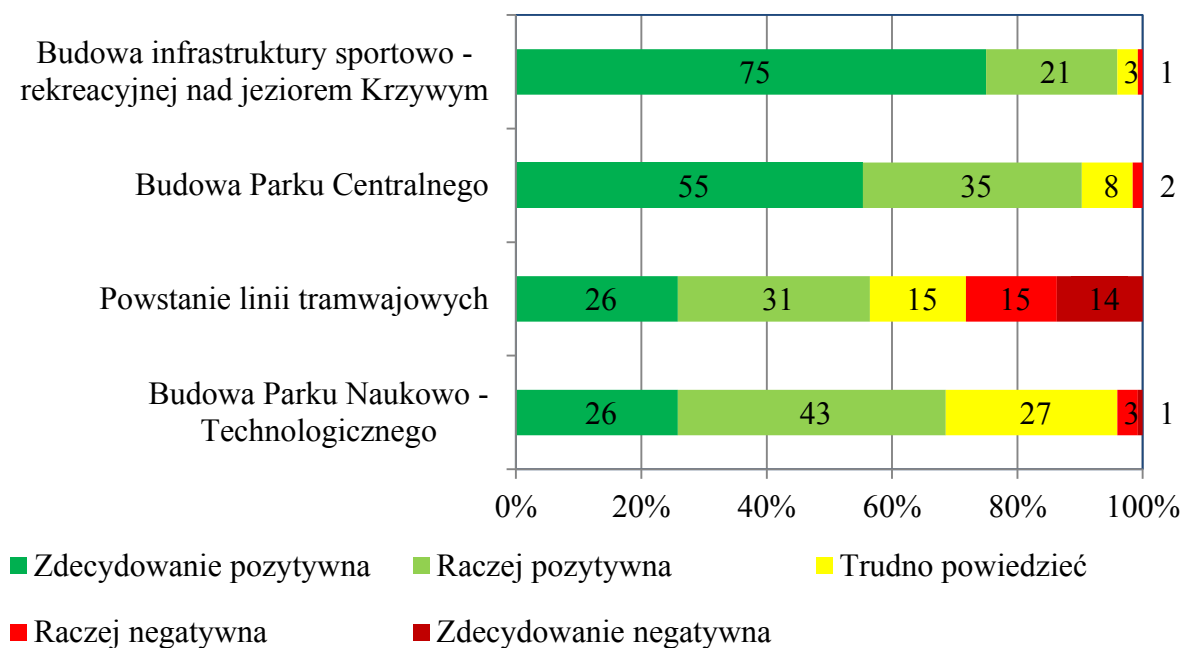
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Zdaniem respondentów działania władz lokalnych w największym stopniu zwiększają atrakcyjność Olsztyna w oczach turystów. Takie zdanie wyraziło 79%

ankietowanych. Bardzo interesujący wydaje się fakt, że mieszkańcy, jako grupę interesów, dla której działania samorządu w najmniejszym stopniu uatrakcyjnają wizerunek Olsztyna wskazują na siebie. Dogłębna analiza powyższego wykresu pozwala na zrozumienie przyczyn tego zjawiska i wytłumaczenie, dlaczego we wcześniejszym pytaniu znaczna liczba ankietowanych negatywnie oceniła działania władz lokalnych ukierunkowane na zaspokajanie potrzeb mieszkańców. Najprawdopodobniej część olsztynian czuje się pominiętych i rozgoryczonych z powodu przekonania, że samorząd bardziej dba o interesy turystów i inwestorów, niż o nich samych. Zaleca się zatem, aby władze lokalne bliżej przyjrzały się oczekiwaniom mieszkańców i starały się im sprostać w celu odwrócenia niekorzystnej tendencji. Warto zaznaczyć, że 26% ankietowanych nie potrafiło określić, czy działania samorządu wpływają na atrakcyjność Olsztyna w oczach inwestorów. Tak wysoki odsetek można tłumaczyć faktem, że większość mieszkańców nie jest do końca świadoma szans i zagrożeń związanych z inwestowaniem w swoim miejscu zamieszkania.

W ostatnim pytaniu respondenci zostali poproszeni o ocenę wybranych inwestycji zrealizowanych w latach 2014-2018. Odpowiedzi przedstawiono na rysunku poniżej (Rys. 5).

Ocena wybranych inwestycji zrealizowanych w Olsztynie w latach 2014-2018 dokonana przez respondentów



Rys. 5. Opinia respondentów na temat wybranych inwestycji zrealizowanych w Olsztynie latach 2014-2018
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Największym uznaniem mieszkańców Olsztyna cieszyła się nowopowstała infrastruktura sportowo-rekreacyjna nad jeziorem Krzymym, zwana potocznie Plażą Miejską. Z inwestycji zadowolonych było 96% respondentów. Na drugim miejscu uplasował się Park Centralny, wybudowany nad Łyną, w samym sercu Olsztyna. Swoje zadowolenie z realizacji tego projektu wyraziło 90% ankietowanych. Najbardziej kontrowersyjną inwestycją według mieszkańców Olsztyna była budowa linii tramwajowych. Osoby nastawione negatywnie do tego projektu stanowiły 29% badanych. Tak duże niezadowolenie może być spowodowane faktem, że ta inwestycja wiązała się z wielomiesięcznymi utrudnieniami komunikacyjnymi. Poza tym, z powodu stosunkowo niewielkiej liczby linii nie wszyscy mieszkańcy mogą korzystać z nowopowstałej

infrastruktury. Należy także przypuszczać, że część niezadowolonych osób stanowią kierowcy, dla których tramwaje są bardziej utrudnieniem na drodze, niż dogodnym środkiem komunikacji. Z kolei budowa Parku Naukowo-Technologicznego poparta została przez 69% ankietowanych. Warto zaznaczyć, że ten projekt był najtrudniejszy w ocenie przez respondentów. Brak jednoznacznego zdania wyraziło 27% pytanych. Wynika to ze specyfiki powstałego obiektu. Park Naukowo-Technologiczny jest bowiem obiektem skierowanym do wąskiej grupy odbiorców, przede wszystkim do absolwentów Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego oraz pozostałych osób chcących uzyskać pomoc i wsparcie finansowe przy zakładaniu własnej firmy. Z tego powodu część mieszkańców Olsztyna mogła być nieświadoma istnienia tej instytucji lub nie znała zakresu jej działalności.

Podsumowanie

Podsumowując, opinie mieszkańców na temat Olsztyna są w większości pozytywne i w stosunku do 2013 roku uległy wyraźnej poprawie. Przyczyną tego zjawiska mogą być działania władz lokalnych, służące zaspokajaniu potrzeb ludności. Mieszkańcy Olsztyna w większości akceptują ogólny kierunek, w którym rozwija się miasto. Uważają jednak, że ich potrzeby są czasem pomijane przez jednostki zarządzające miastem, dla których priorytetem jest spełnianie wymagań stawianych przez turystów i inwestorów. Zaleca się zatem, aby władze lokalne w większym stopniu monitorowały oczekiwania mieszkańców i angażowały się w rozwiązywanie ich problemów. Powinno to przyczynić się do rozładowania napięć społecznych i poprawy wizerunku miasta w oczach olsztynian. W kontekście wizerunku miasta należy wspomnieć, że ankietowani na ogół chwalili działania władz lokalnych służące promocji Olsztyna. Większość respondentów pozytywnie oceniła także wszystkie inwestycje miejskie uwzględnione w badaniu, które zostały zrealizowane w latach 2014-2018. Najbardziej kontrowersyjnym projektem była budowa linii tramwajowych, jednak osoby niezadowolone stanowiły mniej niż 30% badanej populacji, co przy 57% zadowolonych jest nadal dość dobrym wynikiem. Można zatem przypuszczać, że projekty zrealizowane w Olsztynie przez władze lokalne są w większości zgodne z oczekiwaniami mieszkańców.

Bibliografia

- FIGIEL A., MANCZAK I., SZROMNIK A., BRAŃKA S., GRISZEL W., ZADĘCKA E. 2015. *Marketing terytorialny. Nowe obszary i narzędzia*. Wydawnictwo Edu-Libri, Kraków.
- HACKLEY C.E. 2009. *Marketing*. London SAGE Publications, Londyn.
- PIECHNA A., RENIGIER-BIŁOZOR M. 2010. *Wyzwania marketingu terytorialnego a kreowanie tożsamości miast w Polsce*. *Oeconomia* 9(2): 173-190.
- RAPACZ A., JAREMEN D.E. 2011. *Atrakcyjność turystyczna jako czynnik wyboru destynacji turystycznej*. Marketing przyszłości. Trendy, strategie, instrumenty. Wybrane aspekty marketingu terytorialnego. Zeszyty naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 663. Ekonomiczne problemy usług nr 75: 131-141.
- RUDZEWICZ A., GRZYBOWSKA-BRZEZIŃSKA M. 2014. *Wizerunek Olsztyna w oczach jego mieszkańców*. *Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu* 35: 49-60.
- STĘPOWSKI R. 2015. *Marketing terytorialny: jak zbudować i wypromować markę miejscowości?* Wydawnictwo Roster, Rawa Mazowiecka.
- SZROMNIK A. 2016. *Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku*. Wolters Kluwer, Warszawa.
- TAMAMI K. 1998. *Reflections on a case of Paris syndrome*. *Journal of the Nissei Hospital*. Science Links Japan. 26(2): 127-132.
- Ważniejsze dane o Olsztynie*. Urząd Statystyczny w Olsztynie, <http://olsztyn.stat.gov.pl/dane-o-wojewodztwie/stolica-wojewodztwa-1257/>