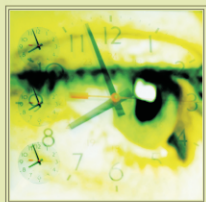


Czasopismo naukowe o problemach współczesnego zarządzania



ZARZĄDZANIE INNOWACYJNE W GOSPODARCE I BIZNESIE

nr 1 (22)/2016

ISSN 2391-5129

Przemysł jako przedmiot zainteresowania socjologii Tomasz Herudziński,
Krzysztof Bondyra

**Przedsiębiorczość małych firm. Studia przypadków w inżynierskich pracach
dyplomowych studentów AHE w Łodzi** Jerzy Janczewski

**Regulacje prawne dotyczące konkurencji i ochrony konsumentów na jednolitym
rynku europejskim – rys historyczny** Zenon Ślusarczyk

Podstawy prawne ochrony środowiska w Polsce: wybrane zagadnienia
Zenon Ślusarczyk

**Nieprawidłowości w relacjach z obywatelami w zakresie sporządzania czynności
notarialnych w kontekście wymogów etycznych dotyczących notariusza**
Piotr Solarz, Sylwia Jabłońska-Kempny

**Wypalenie zawodowe instruktorów terapii zajęciowej w kontekście poczucia
własnej wartości oraz cech osobowościowych Wielkiej Piątki** Andrzej
Zbonikowski

Strategie e-marketingu na przykładzie firmy BlaBlaCar Bartłomiej Bąk, Tomasz
Zalega

Logistyka mikro i małych przedsiębiorstw Jerzy Janczewski

Kulturowe uwarunkowania komunikacji z klientem Robert Walasek

**Kredyt hipoteczny jako główne źródło finansowania inwestycji na rynku
nieruchomości** Karolina Malesa, Tomasz Malesa

**Ekonomia ewolucyjna jako jeden z nurtów współczesnej ekonomii – zarys
problematyki** Tomasz Zalega

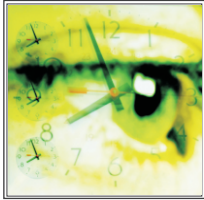
Przemoc w rodzinie w latach 2000–2011 Magdalena Adamczyk

Krym w systemie bezpieczeństwa regionalnego i międzynarodowego Luiza
Bogucka

Kształcenie i doskonalenie zawodowe w Polsce i w świecie teraz i w przyszłości
Mariusz Portalski, Monika Rutkowska-Ryciak



Czasopismo naukowe o problemach współczesnego zarządzania



ZARZĄDZANIE INNOWACYJNE W GOSPODARCE I BIZNESIE

nr 1 (22)/2016

ISSN 2391-5129

redakcja naukowa:
dr hab. prof. AHE Zenon Ślusarczyk
dr inż. Jerzy Janczewski

Redakcja czasopisma

dr hab. prof. AHE Zenon Ślusarczyk (redaktor naczelny)
dr inż. Jerzy Janczewski (redaktor prowadzący)

Rada Programowa

prof. dr hab. Czesław Sikorski (Uniwersytet Łódzki)
dr hab. Edward Stawasz, prof. UŁ (Uniwersytet Łódzki)
dr hab. Tomasz Zalega, prof. UW (Uniwersytet Warszawski)
dr hab. Wasyl Marczuk, prof. nadzw. (Narodowy Uniwersytet Przykarpacki
im. Wasyła Stefanyka w Iwano-Frankowsku)
doc. dr Nadiya Dubrovina, prof. nadzw. (Uniwersytet Ekonomiczny w Bratysławie)
dr Erika Neubauerova, prof. nadzw. (Uniwersytet Ekonomiczny w Bratysławie)
doc. dr Tetyana Nestorenko, prof. nadzw. (Berdiański Państwowy Uniwersytet Pedagogiczny),

Redaktor naukowy numeru

dr inż. Jerzy Janczewski

Redaktorzy językowi

mgr Iwona Cłapińska (j. polski)
Ph.D. Michael Flemming (j. angielski)

Redakcja „Zarządzania Innowacyjnego w Gospodarce i Biznesie”

Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi
90-212 Łódź, ul. Sterlinga 26
e-mail: ziwgib@ahe.lodz.pl
www.ziwgib.ahe.lodz.pl

© Copyright by Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi
Łódź 2016

ISSN 2391-5129

wersja elektroniczna na podstawie drukowanej
(Wersja drukowana ISSN 1895-5088 jest wersją pierwotną)

Czasopismo naukowe punktowane przez MNIŚW (6 punktów),
indeksowane w BazEkon, BazHum, Index Copernicus
oraz w polskiej bazie cytowań POL-index.

Skład DTP Monika Poradecka

Wydawnictwo Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi

90-212 Łódź, ul. Sterlinga 26
tel./fax 0-42 63 15 908
wydawnictwo@ahe.lodz.pl
www.wydawnictwo.ahe.lodz.pl

Spis treści

Wprowadzenie.....	7
 CZĘŚĆ I. PROBLEMY ZARZĄDZANIA ORGANIZACJAMI I ŚRODOWISKIEM	
Tomasz Herudziński, Krzysztof Bondyra Przemysł jako przedmiot zainteresowania socjologii	13
Jerzy Janczewski Przedsiębiorczość małych firm. Studia przypadków w inżynierskich pracach dyplomowych studentów AHE w Łodzi.....	27
Zenon Ślusarczyk Regulacje prawne dotyczące konkurencji i ochrony konsumentów na jednolitym rynku europejskim - rys historyczny.....	43
Zenon Ślusarczyk Podstawy prawne ochrony środowiska w Polsce: wybrane zagadnienia.....	59
 CZĘŚĆ II. PROBLEMY ZARZĄDZANIA ZASOBAMI LUDZKIMI	
Piotr Solarz, Sylwia Jabłońska-Kempny Nieprawidłowości w relacjach z obywatelami w zakresie sporządzania czynności notarialnych w kontekście wymogów etycznych dotyczących notariusza.....	71

Andrzej Zbonikowski	
Wypalenie zawodowe instruktorów terapii zajęciowej w kontekście poczucia własnej wartości oraz cech osobowościowych Wielkiej Piątki	81

CZĘŚĆ III. PROBLEMY LOGISTYKI I MARKETINGU

Bartłomiej Bąk, Tomasz Zalega	
Strategie e-marketingu na przykładzie firmy BlaBlaCar	93
Jerzy Janczewski	
Logistyka w mikro i małym przedsiębiorstwie	113
Robert Walasek	
Kulturowe uwarunkowania komunikacji z klientem	127

CZĘŚĆ IV. PROBLEMY ZARZĄDZANIA FINANSAMI I EKONOMII

Karolina Malesa, Tomasz Malesa	
Kredyt hipoteczny jako główne źródło finansowania inwestycji na rynku nieruchomości	141
Tomasz Zalega	
Evolutionary Economics as a Trend in Modern Economics: An Overview	153

CZĘŚĆ V. PROBLEMY BEZPIECZEŃSTWA

Magdalena Adamczyk	
Przemoc w rodzinie w latach 2000–2011	179
Luiza Bogucka	
Krym w systemie bezpieczeństwa regionalnego i międzynarodowego	195

CZĘŚĆ VI. RECENZJE. SPRAWOZDANIA Z KONFERENCJI

Mariusz Portalski, Monika Rutkowska-Ryciak	
Kształcenie i doskonalenie zawodowe w Polsce i w świecie teraz i w przyszłości	207
Streszczenia artykułów	209

Contents

Introduction.....	7
 PART I. MANAGEMENT ORGANIZATIONS AND ENVIRONMENT PROBLEMS	
Tomasz Herudziński, Krzysztof Bondyra Industry as a subject of sociological reflection	13
Jerzy Janczewski Entrepreneurship of small businesses. Case studies in engineers diploma theses students AHE in Lodz	27
Zenon Ślusarczyk Legal regulations on competition and consumer protection in the single European market - outline of history	43
Zenon Ślusarczyk Legal basis for environmental protection in Poland: selected issues	59
 PART II. HUMAN RESOURCE MANAGEMENT PROBLEMS	
Piotr Solarz, Sylwia Jabłońska-Kempny Irregularities in their relations with citizens in the preparation of notarial activities in the context of ethical requirements regarding notary	71
Andrzej Zbonikowski Burnout of occupational therapy instructors in the context of self-esteem and Big Five personality traits	81

PART III. LOGISTICS AND MARKETING PROBLEMS

Bartłomiej Bąk, Tomasz Zalega	
E-marketing strategies as illustrated by the case of the BlaBlaCar company	93
Jerzy Janczewski	
Logistics of micro and small enterprise.....	113
Robert Walasek	
Cultural conditions of customer communication	127

PART IV. MANAGEMENT FINANCIAL AND ECONOMICS PROBLEMS

Karolina Malesa, Tomasz Malesa	
A mortgage as the main source of financing for real estate investments.....	141
Tomasz Zalega	
Evolutionary Economics as a Trend in Modern Economics: An Overview.....	153

PART V. SECURITY PROBLEMS

Magdalena Adamczyk	
Violence in the family in the years 2000–2011	179
Luiza Bogucka	
Krym in the system of regional security and international.....	195

PART VI. REVIEWS. REPORTS FROM THE CONFERENCE

Mariusz Portalski, Monika Rutkowska-Ryciak	
Education and professional development in Poland and in the world now and in the future.....	207
Abstracts.....	209

Wprowadzenie

Kolejny, dwudziesty drugi numer naszego czasopisma dotyczy różnorodnej problematyki, którą można przypisać do sześciu podstawowych grup: problemy zarządzania organizacjami i środowiskiem, problemy zarządzania zasobami ludzkimi, problemy logistyki i marketingu, problemy ekonomii i zarządzania finansami, problemy bezpieczeństwa państwa oraz recenzje i sprawozdania z konferencji.

Tematyka prac zgromadzonych w niniejszym numerze jest zróżnicowana, gdyż uwzględnia problemy zarządzania zarówno w makro-, jak i mikroskali.

Część pierwsza dotyczy problematyki zarządzania organizacjami i środowiskiem i zawiera cztery prace. Otwiera ją artykuł Tomasza Herudzińskiego i Krzysztofa Bondyry pt. *Przemysł jako przedmiot zainteresowania socjologii*, w którym autorzy dokonali analizy zagadnień związanych z ponownym zainteresowaniem przemysłem oraz w kontekście niedawnego kryzysu gospodarczego i przejścia od społeczeństwa produkcji do społeczeństwa usług zwrócili uwagę na istotę zjawiska (czym jest przemysł) oraz marginalizację procesów wytwórczych. Zdaniem autorów ponowne zainteresowanie przemysłem związane jest z tezą lokującą przyczynę kryzysu gospodarczego w marginalizacji procesów wytwórczych, a eksponowaniu jako zasadniczego czynnika rozwoju konsumpcji. Druga praca, autorstwa Jerzego Janczewskiego, zatytułowana *Przedsiębiorczość małych firm. Studia przypadków w inżynierskich pracach dyplomowych studentów AHE w Łodzi* zawiera prezentacje przypadków przedsiębiorczości mikro i małych firm, które posłużyły jako wzory badawcze absolwentom realizującym inżynierskie prace dyplomowe w Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej. Stanowi ona przykład, że dane empiryczne zebrane i przygotowane w ramach prac dyplomowych przez studentów mogą nie tylko być cennym materiałem badawczym przy realizacji projektów inżynierskich, ale także inspirować zachowania przedsiębiorcze przyszłych inżynierów oraz być wzorem dla kolejnych studentów aspirujących do zawodu inżyniera transportu, a później do zakładania i rozwijania własnej firmy. Kolejna praca to artykuł Zenona Ślusarczyka

pt. *Regulacje prawne dotyczące konkurencji i ochrony konsumentów na jednolitym rynku europejskim – rys historyczny*, który omawia regulacje prawne odnoszące się do konkurencji i ochrony konsumentów na jednolitym rynku europejskim, a w szczególności zakaz nadużywania pozycji dominującej przedsiębiorstwa, kontrolę koncentracji przedsiębiorstw, uprawnienia Trybunału Sprawiedliwości i Sądu Pierwszej Instancji w ochronie konkurencji, kompetencje Komisji Europejskiej w ochronie konkurencji, politykę konkurencji i ochronę praw konsumentów w Polsce oraz przepisy dotyczące praktyk ograniczających konkurencję. Poruszana w artykule tematyka jest o tyle istotna, że każdego roku traktaty unijne stają się źródłem tysięcy decyzji, które mają decydujący wpływ na funkcjonowanie gospodarek państw członkowskich UE i życie ich mieszkańców. Drugi artykuł Zenona Ślusarczyka zatytułowany *Podstawy prawne ochrony środowiska w Polsce: wybrane zagadnienia* zawiera wybrane zagadnienia z prawnych podstaw ochrony środowiska w Polsce. Zgodnie z obowiązującym prawem ochrona środowiska to obowiązek zarówno administracji publicznej, przedsiębiorców, jak i obywateli, a regulacje obowiązujące w państwach należących do Unii Europejskiej powinny być zgodne z prawem ochrony środowiska UE i z innymi umowami międzynarodowymi.

Część druga przedstawionej publikacji, poświęcona problemom zarządzania zasobami ludzkimi, obejmuje dwa artykuły. Autorzy pierwszej pracy, Piotr Solarz i Sylwia Jabłońska-Kempny, pt. *Nieprawidłowości w relacjach z obywatelami w zakresie sporządzania czynności notarialnych w kontekście wymogów etycznych dotyczących notariusza* omawiają nieprawidłowości w relacjach z obywatelami w zakresie czynności notarialnych w kontekście wymogów etycznych dotyczących notariusza. Wskazane w artykule kwestie powinny zainicjować zmiany w funkcjonowaniu samej korporacji notarialnej, która nie powinna przejmować typowych dla związków zawodowych funkcji, ale stać na straży etyki zawodowej i godnego z punktu widzenia obywatela i państwa przestrzegania przepisów prawa, a nie wykorzystywania ich dla celów finansowych. Drugi artykuł autorstwa Andrzeja Zbonikowskiego pt. *Wypalenie zawodowe instruktorów terapii zajęciowej w kontekście poczucia własnej wartości oraz cech osobowościowych Wielkiej Piątki* prezentuje badania, które miały za cel ustalenie uwarunkowań osobowościowych wypalenia zawodowego u instruktorów terapii zajęciowej. Pośród badanych zmiennych znalazły się: wypalenie zawodowe, poczucie własnej wartości oraz cechy osobowości ujęte w modelu Wielkiej Piątki: neurotyczność, ekstrawersja, otwartość na doświadczenie, ugodowość i sumienność.

Część trzecia publikacji dotyczy problemów logistyki i marketingu. Otwiera ją praca Bartłomieja Bąka i Tomasza Zalegi pt. *Strategie e-marketingu na przykładzie firmy BlaBlaCar*, która prezentuje koncepcje marketingowe oraz narzędzia dostępne dla przedsiębiorstw chcących reklamować się poprzez Internet. W pierwszej części artykułu, po wyjaśnieniu pojęcia i istoty marketingu internetowego, omówiono jego najważniejsze klasyczne narzędzia. Natomiast w drugiej części przeanalizowano działalność firmy z sektora usług motoryzacyjnych w obszarze e-marketingu. Drugi

artykuł autorstwa Jerzego Janczewskiego, zatytułowany *Logistyka w mikro i małym przedsiębiorstwie* przybliża podstawowe informacje dotyczące organizacji logistyki i działań logistycznych w mikro i małych przedsiębiorstwach. Wywody poparto badaniami, których celem była odpowiedź na pytanie, jakie działania logistyczne i w jakim stopniu najczęściej występują w firmach mikro i firmach małych. W podsumowaniu badań stwierdzono, że w przedsiębiorstwie mikro lub małym pozycja logistyki nie musi być jednoznacznie określona, a infrastruktura logistyki typowego przedsiębiorstwa produkcyjnego, usługowego lub handlowego, mikro lub małego, może obejmować podobne składniki. Kolejna praca to artykuł Roberta Walaska pt. *Kulturowe uwarunkowania komunikacji z klientem*. Stanowi ona próbę określenia współczesnych metod komunikacji z klientem, scharakteryzowania ich oddziaływania na jego procesy decyzyjne oraz określenia korzyści uzyskanych z zastosowania wybranych narzędzi komunikacji. Tak postawiony cel pracy wynika z faktu, iż nowoczesna gospodarka bazuje nie tylko na nowych technologiach czy innowacyjności, ale przede wszystkim na informacji, która obecnie jest najcenniejszym zasobem przedsiębiorstw.

Część czwarta publikacji poświęcona jest problemom zarządzania finansami i ekonomii. Otwiera ją artykuł Karoliny i Tomasza Malesów pt. *Kredyt hipoteczny jako główne źródło finansowania inwestycji na rynku nieruchomości*. Po wyjaśnieniu pojęcia kredytu hipotecznego i jego głównych rodzajów omówiono podstawowe warunki kredytowania oraz istotę hipoteki, przytoczono podstawowe informacje dotyczące podaży i popytu na rynku nieruchomości i omówiono sytuację na rynku kredytów mieszkaniowych w Polsce. Artykuł Tomasza Zalegi zatytułowany *Ekonomia ewolucyjna jako jeden z nurtów współczesnej ekonomii – zarys problematyki* definiuje ekonomię ewolucyjną, a także przedstawia jej historyczne korzenie, współczesne poglądy oraz perspektywy rozwoju. Przytoczone w opracowaniu zagadnienia nie opisują całego spektrum ekonomii ewolucyjnej, a jedynie wybrane elementy. Artykuł ma charakter teoretyczny. Autor w końcowej części artykułu, w sposób syntetyczny, przybliżył najważniejsze słabości ekonomii ewolucyjnej oraz perspektywy jej rozwoju.

Przedostatnia, piąta, część publikacji poświęcona jest problemom bezpieczeństwa i zawiera dwa artykuły. W pierwszym z nich pt. *Przemoc w rodzinie w latach 2000–2011* Magdalena Adamczyk omawia zagadnienia związane z przemocą domową w latach 2000–2011. Autorka przedstawia formy i skutki przemocy, zwraca uwagę na istotny wpływ przeprowadzonych interwencji ogółem względem przemocy domowej, wskazała zarówno na dynamikę ofiar, jak i sprawców oraz omówiła procedurę „Niebieskich Kart”. W drugiej pracy pt. *Krym w systemie bezpieczeństwa regionalnego i międzynarodowego* Luiza Bogucka stwierdza, że zgodnie z przepisami prawa międzynarodowego Krym jest nadal częścią Ukrainy, choć stwierdzenie to budzi szereg wątpliwości w świetle aspektów historycznych przynależności tego półwyspu do Rosji (byłego ZSRR), a zajęcie Krymu przez Rosję traktowane jest jako zachwianie bezpieczeństwa w regionie Europy Środkowej.

Końcowa (szósta) część niniejszej publikacji zawiera sprawozdanie Mariusza Portalskiego i Moniki Rutkowskiej-Ryciak z konferencji pt. *Kształcenie i doskonalenie zawodowe w Polsce i w świecie teraz i w przyszłości*. Tematyka kształcenia zawodowego w Polsce nabiera wyjątkowego znaczenia dla dalszego rozwoju gospodarczego kraju, a rok 2015 był rokiem szczególnych działań władz różnych szczebli i instytucji edukacyjnych na rzecz odrodzenia kształcenia i doskonalenia zawodowego.

Prace, które tworzą dwudziesty drugi numer czasopisma, są efektem badań prowadzonych przez poszczególnych autorów. Warto zwrócić uwagę na różnorodność, wielowątkowość, a także oryginalność poruszanej w tym numerze problematyki, która dotyczy nie tylko teorii, ale i praktyki zarządzania. Mamy nadzieję, że zaproponowany wybór artykułów będzie inspiracją do dalszych prac nad problematyką współczesnego zarządzania i wzbudzi zainteresowanie zarówno specjalistów reprezentujących tę dziedzinę, jak i studentów.

*Zenon Ślusarczyk
Jerzy Janczewski*

**CZĘŚĆ I
PROBLEMY
ZARZĄDZANIA
ORGANIZACJAMI
I
ŚRODOWISKIEM**

Przemysł jako przedmiot zainteresowania socjologii

Wstęp

Artykuł jest refleksją nad potrzebą ożywienia polskiej socjologii przemysłu. Analiza kryzysu finansowo-gospodarczego zaprzatająca naukowców i żywo obecna w debacie publicznej skłania do pytań o znaczenie przemysłu i sposoby jego analizy. Ponowne zainteresowanie przemysłem związane jest z tezą lokującą przyczynę aktualnego kryzysu¹ w marginalizacji procesów wytwórczych, a eksponowaniu jako zasadniczego czynnika rozwoju konsumpcji. Procesy o charakterze globalnym i regionalnym, które symbolizują takie zjawiska, jak przeniesienie produkcji ze Stanów Zjednoczonych do Chin i Azji Południowo-Wschodniej oraz deindustrializacja w niektórych krajach Europy Zachodniej, postrzegane są jako determinanty kryzysu². Dobra kondycja gospodarek państw, takich jak Niemcy, Szwecja czy Finlandia, wiązana jest natomiast ze sprawnie funkcjonującym sektorem produkcji. W perspektywie kryzysu światowego wzrost znaczenia sfery usługowej, w szczególności sek-

* Dr Tomasz Herudziński – asystent, Katedra Socjologii, Wydział Nauk Społecznych, SGGW w Warszawie.

** Dr Krzysztof Bondyra – adiunkt, Instytut Socjologii, Wydział Nauk Społecznych, UAM w Poznaniu.

¹ Mowa tu o kryzysie, który umownie datuje się na rok 2008, kiedy to dochodzi do ogłoszenia upadłości banku Lehman Brothers; jest to największa upadłość w historii USA. W jej ramach rząd przejmuje dwie olbrzymie instytucje poręczające kredyty hipoteczne Freddie Mac i Fannie Mae. Warto zauważyć, że kryzys ten rozpoczął się już w roku 2007, kiedy to w wyniku spadku cen nieruchomości banki podniosły oprocentowanie kredytów określanych jako subprime. Udzielano ich osobom o wątpliwych zdolnościach płatniczych, które w momencie wzrostu kosztów kredytu masowo przestały je spłacać – to jest moment określany jako pęknięcie bańki spekulacyjnej amerykańskiego rynku nieruchomości.

² Mówiąc o genezie kryzysu, nie zapominamy oczywiście o znaczeniu innych czynników, chociażby roli polityki państwa (zob. Taylor, 2011), koncentrujemy jedynie uwagę na kwestii produkcji przemysłowej.

tora bankowego i jego późniejsze problemy, postrzegany jest jako nieproporcjonalny, a wręcz „oderwany” od sfery wytwórczości (Grabowski, Soroka, 2013: 87). Rozwój tej części gospodarki, która odpowiedzialna jest za produkcję materialną, stanowić ma o sukcesie walki z kryzysem.

Wychodząc od realnej sytuacji kryzysu, warto zatem przyjrzeć się zagadnieniom związanym z przemysłem: zwrócić uwagę na istotę zjawiska (czym jest przemysł), przybliżyć stan przemysłu (jak wygląda aktualny potencjał przemysłu) oraz przypominając historię i rodowód socjologii przemysłu, zastanowić się, czy istnieje potrzeba jej uprawiania, odnosząc się do istniejącego dorobku i tradycji.

Przemysł i refleksja socjologiczna

Biorąc pod uwagę fakt, że proces industrializacji i związane z nim procesy urbanizacji są fundamentalne dla powstania nowoczesnych społeczeństw, które w najogólniejszym rozumieniu socjologii są jej przedmiotem badań, to aktualny brak silnej socjologii przemysłu powinien skłaniać do refleksji. Co więcej, zdaje się, że problem ten jest znacznie szerszy i wykracza poza niedostatki socjologii. Wygląda na to, że przemysł jako przedmiot badań w niewystarczającym stopniu obecny jest także w całym obszarze nauk społecznych. Jakie są przyczyny takiego stanu rzeczy? Słuszne jest wskazanie na koncentrowanie się uwagi współczesnych badaczy wokół koncepcji społeczeństwa postindustrialnego, gdzie akcentuje się wzrost znaczenia zasobów niematerialnych, głównie wiedzy. Dodatkowo zwraca się uwagę na swoiście rozumianą segmentację socjologii przemysłu. Podział badań z zakresu socjologii przemysłu na: socjologię organizacji czy badania o charakterze interdyscyplinarnym ogniskujące się wokół takich zagadnień, jak stosunki przemysłowe czy konflikt przemysłowy. Zwraca się jednocześnie uwagę na fakt, że „Przemysł, który ukształtował współczesną cywilizację, ze względu na zmianę relacji między przemysłem a nauką oraz między przemysłem a innymi działaniami gospodarki utracił bezpośredni wpływ na rozwój społeczny i zszedł na dalszy plan jako przedmiot badań socjologicznych” (Buchner-Jeziorska, 2000: 241). Czy jednak swoiste „zniknięcie” socjologii przemysłu czy też praktyczna nieobecność przemysłu jako przedmiotu badań na przestrzeni ostatnich 40 lat jest uprawomocniona. Innymi słowy, należy zadać pytanie, czy istnieje dziś potrzeba uprawiania socjologii przemysłu. Wydaje się, że na tak postawiony problem odpowiadać można przynajmniej z dwóch zasadniczych perspektyw. Pierwszą jest perspektywa socjologii jako dyscypliny naukowej, gdzie socjologia przemysłu jako element składowy musi wiązać się z określonymi orientacjami teoretyczno-metodologicznymi wyznaczającymi jej możliwości poznawcze. Drugą perspektywą jest wymiar przedmiotowy dotyczący problematyki badawczej. Obie perspektywy są komplementarne, poniżej jednak warto skoncentrować uwagę na najbardziej praktycznym, namacalnym aspekcie refleksji socjologicznej – przemysłu jako dziale gospodarki

narodowej, sygnalizując jedynie najistotniejsze kwestie dotyczące historyczno-instytucjonalnego wymiaru socjologii przemysłu.

Punktem wyjścia rozważań jest przemysł traktowany jako dział gospodarki narodowej związanej z produkcją materialną. „Przemysł jest pewnym systemem produkcji, wydobycia, przetworzenia dóbr i usług. Jest to system stosujący zmechanizowane środki pracy, maszyny i narzędzia oraz zrationalizowane metody organizacji pracy maszyn i ludzi” (Szczepański, 1969: 17). Rodzaj produkowanych dóbr materialnych decyduje o specyfice i przynależności branżowej³. Jednocześnie produkcja, której celem jest wytwarzanie dóbr materialnych, traktowana jest także jako działalność ludzka, która, przynosząc zysk producentowi, zaspokaja określone potrzeby społeczne. Takie traktowanie przemysłu bliskie jest socjologii, a specyfika przemysłu dotyczy koordynacji procesu produkcji, który wiąże się z racjonalizacją zasad organizacji pracy i wykorzystaniem techniki w celu zwiększenia wydajności. Kolejnym czynnikiem wyróżniającym przemysł i socjologiczną jego analizę było zwrócenie uwagi na społeczne konsekwencje nowych zasad produkcji. Zmianie ulegają zarówno zasady organizacji pracy (nowe zasady zarządzania), jak i techniki produkcji (rewolucja technologiczna minimalizująca zatrudnienie oraz zużycie surowców), każdorazowo mogą i powinny być one analizowane z perspektywy socjologicznej. Jan Szczepański zwraca uwagę na trzy zasadnicze „zespoły cech przemysłu”. Pierwszy określany jest jako techniczno-organizacyjny, gdzie akcentuje się wykorzystanie maszyn i racjonalnej organizacji pracy podczas procesu produkcyjnego. Drugi to system gospodarczy dotyczący sposobów finansowania (system płac, cen itp.). W odróżnieniu od systemu technicznego (maszyn) system gospodarczy nie jest wyłącznie materialny i jest nadrzędny względem niego (system organizacyjno-techniczny ma realizować cele ekonomiczne). Ostatnim „zespołem cech przemysłu” jest system społeczny – „układ jednostek, grup, stosunków, stanowisk i hierarchii niezbędnych dla działania przemysłu. Jest on układem tak oczywistym, że prawie go nie zauważono” (Szczepański, 1969: 18). Tymczasem znaczenie systemu społecznego dla funkcjonowania przemysłu jest szczególnie istotne. Nie tylko ze względu na to, że od cech osobowości jednostek i cech zbiorowości ludzkiej zależy określenie celów, jakie realizowane są następnie z wykorzystaniem układu techniczno-organizacyjnego oraz systemu ekonomicznego, ale przede wszystkim ze względu na motoryczne „właściwości systemu społecznego, wprawiającego w ruch wszelkie źródła energii poruszającej maszyny w fabrykach (Szczepański, 1969: 19).

Refleksje nad znaczeniem przemysłu w perspektywie stricte socjologicznej rozpocząć należy od klasycznej koncepcji społeczeństwa industrialnego, która wpro-

³ Warto pamiętać, że wyróżnienie branży ze względu na rodzaj produkowanego towaru jako elementu struktury gospodarki nie odnosi się wyłącznie do przemysłu, ale także do handlu i usług. Cechą charakterystyczną współczesnych gospodarek jest fakt ścisłego (trudnego do jednoznacznego oddzielenia) powiązania pomiędzy przemysłem (produkcją danego towaru silnie związaną z *know how*) a usługą (sprzedażą, handlem danego towaru) w perspektywie wartości produktu.

wadzona została wprowadzie przez Claude'a Saint-Simona, ale rozpropagowana przez Herberta Spencera – XIX-wiecznego filozofa uważanego za jednego z twórców socjologii (Szacki, 2002: 94). Mimo że stworzony przez niego system „filozofii syntetycznej” nie odgrywa współcześnie praktycznie żadnego znaczenia, to szereg wprowadzonych przez niego pojęć, takich jak: funkcja, struktura społeczna, instytucja, a w szczególności koncepcja społeczeństwa przemysłowego, to trwały element współczesnej socjologii. Koncepcja społeczeństwa przemysłowego w wymiarze historiozoficznym odnosiła się do teorii ewolucji i wyznaczała jej kierunek, jednocześnie kreśliła dwa odmienne typy ładu społecznego. W podejściu Spencera społeczeństwo militarne (tradycyjne) – charakteryzujące się: walką o obronę i poszerzenie terytorium, porządkiem społecznym opartym na przymusie i silnych sankcjach, monopolistyczną dominacją państwa, przypisaną przez urodzenie pozycją społeczną oraz małą ruchliwością społeczną, a także zbiorem wartości, takich jak: dyscyplina, posłuszeństwo, lojalność, patriotyzm i odwaga – ewoluuje ku społeczeństwu industrialnemu (nowoczesnemu). Na zasadzie opozycji społeczeństwo przemysłowe cechuje się: pokojową wymianą dóbr i usług, zawieraniem dobrowolnych kooperacji i kontraktów, rozrostem organizacji i stowarzyszeń dobrowolnych, osiąganym w drodze własnego wysiłku statusem jednostki i znaczną mobilnością pionową, jak również systemem takich wartości, jak: niezależność, autonomia, inicjatywa, wynalazczość i prawdomówność (zob. Sztompka, 2012: 555 i 556). Te dwa modelowe typy społeczeństwa związane są z odmienną organizacją społeczną oraz mentalnością, dyspozycjami psychicznymi członków takiego społeczeństwa ukształtowanymi w drodze socjalizacji zgodnie z potrzebami danego systemu (Szacki, 2012: 298–301).

Oprócz wspomnianej koncepcji społeczeństwa industrialnego symbolizującego nowoczesność wyrastającą z przewyciężenia cech tradycyjnego społeczeństwa militarne warto zauważyć za Buchner-Jeziorską, że już w XVIII i XIX wieku pojawiały się ugruntowane empirycznie opisy efektów procesów industrializacji i towarzyszących im procesów urbanizacji. W znacznej mierze koncentrowały się one na kwestii położenia klasy robotniczej i jej problemach socjalnych. Tutaj wskazać można na prace anglików Fredrica M. Edena czy późniejsze Jamesa P. Kaya, Petera Gaskella oraz Francuza Louisa-René Villermégo. Natomiast za prekursorów współczesnej socjologii przemysłu uznaje się Claude'a de Saint-Simona, Frédérica Le Playa, Karola Marksa i Fryderyka Engelsa oraz Émile'a Durkheima i Maxa Webera (zob. Buchner-Jeziorska, 2000: 240).

Analizując przeobrażenia społeczeństw współczesnych z perspektywy zmian funkcjonowania przemysłu, najczęściej wykorzystuje się koncepcje przejścia od fordyzmu do postfordyzmu. Jak wskazuje Juliusz Gardawski, najogólniej fordyzm związany jest z okresem od końca drugiej wojny światowej do kryzysu naftowego lat 70., a przy jego określeniu najlepiej posłużyć się definicją socjologa szkoły regulacyjnej Boba Jessopa: „technologia wielkiej skali i produkcja taśmowa, dominacja wielkich przedsiębiorstw zatrudniających liczne załogi, panowanie oligopolu ograniczających konkurencję, silne, masowe związki zawodowe, dychotomiczny podział

rynków pracy na część trzonową (wielkie przedsiębiorstwa rozwijające nowoczesne technologie) i peryferyjną (małe przedsiębiorstwa o tradycyjnej technologii)” (Gardawski, 2009: 53).

Polska socjologia przemysłu czerpała w głównej mierze z socjologii amerykańskiej. *A Dictionary of Social Sciences* (Toronto, 1964) podaje, że sam termin *industrial sociology* ma rodowód amerykański. Według Wilberta E. Moore’a socjologia przemysłu w Stanach Zjednoczonych zajmowała się „systematyczną obserwacją i analizą systemu przemysłowego jako organizacji społecznej, a także uwarunkowanym przez przemysł sposobem życia” (Wilbert, Moore, 1951: 3 za Buchner-Jeziorska, 2000: 240). Delbert C. Miller i W. Y. Form (1951) ograniczają przedmiot analiz socjologii przemysłu do grup roboczych i stosunków pracy oraz ról pracowniczych w przedsiębiorstwie. Z kolei J. H. Smith na podstawie analizy wielu definicji socjologii przemysłu ustalił, że przedmiotem jej badań jest „przemysł (lub określona forma organizacji pracy) jako system społeczny z uwzględnieniem innych czynników (technicznych, ekonomicznych i politycznych), które determinują jego strukturę, funkcje i zmiany” (Buchner-Jeziorska, 2000: 240).

„Uprzemysłowienie (industrializacja) odnosi się do produkcji przy użyciu maszyn napędzanych energią nieożywioną (jak para wodna czy elektryczność)” (Giddens, 1991: 114).

Jak podaje Anna Buchner-Jeziorska (2000: 240): „W amerykańskiej socjologii przemysłu dominującą orientacją teoretyczną była koncepcja systemu społecznego oraz analiza funkcjonalna. Głównym zaś przedmiotem badań przedsiębiorstwo przemysłowe, w którym «ogniskują się szersze problemy społeczne, wśród nich zaś konflikt między kapitałem i pracą, proces biurokratyzacji społeczeństwa amerykańskiego, walka rozmaitych grup interesu, konflikt rasowy» (Matejko, 1962: 32)”.

Dodatkowo wskazuje się na fakt, że amerykańska socjologia przemysłu wraz z jej praktycznym nastawieniem odróżniała się od francuskiej socjologii przemysłu. „Była ona holistycznie zorientowana na opis i wyjaśnianie procesów związanych z funkcjonowaniem przemysłu jako określonego sposobu organizacji pracy” (Buchner-Jeziorska, 2000: 240).

Zmiany w organizacji produkcji – tendencje światowe

Podstawą analizy przemysłu jest przedsiębiorstwo⁴, a starając się uchwycić operacyjne jego rozumienie, można posłużyć się definicją zawartą w roczniku statystycznym, która głosi, że „Produkcja sprzedana przemysłu obejmuje wartość sprzedanych wyrobów gotowych, półfabrykatów i części własnej produkcji, wartość robót i usług

⁴ Określenie *zakład pracy* czy *przedsiębiorstwo produkcyjne* adekwatne jest do sytuacji braku ryzyka jako czynnika, który związany jest z funkcjonowaniem przedsiębiorcy w warunkach konkurencji. Z tego powodu określenia tego można używać w stosunku do gospodarki planowej okresu PRL w Polsce.

świadczonych odpłatnie, tj. zarówno przemysłowych, jak i nieprzemysłowych, zryczałtowaną odpłatność agenta w przypadku zawarcia umowy na warunkach zlecenia lub pełne przychody agenta w przypadku zawarcia umowy agencyjnej, wartość produktów w formie rozliczeń w naturze oraz produkty przeznaczone na powiększenie wartości własnych środków trwałych” (*Mały rocznik statystyczny polski 2013*).

Natomiast aby uchwycić istotę przeobrażeń przemysłu w możliwie szerokim aspekcie, należy nakreślić istotę i przeobrażenia systemu kapitalistycznego z perspektywy zmian w zakresie funkcjonowania i organizacji przedsiębiorstwa przemysłowego. Innymi słowy, należy bliżej przyjrzeć się systemowi kapitalistycznemu, uwzględniając jego przeobrażenia, które jeżeli stanowią mają punkt odniesienia dla refleksji nad przemysłem w Polsce, rozpatrywać należy z dwóch perspektyw. Po pierwsze, z perspektywy transformacji systemowej, w wyniku której społeczeństwo polskie dokonało przejścia od socjalistycznego, centralnie zarządzanego do demokratycznego i wolnorynkowego systemu społeczno-gospodarczego. Po drugie, z perspektywy procesów globalnych i zmian systemu, którego przemysł polski stał się częścią składową.

Wychodząc od możliwie szerokiej definicji kapitalizmu, należy zwrócić uwagę, że jest on systemem społecznym charakteryzującym się określoną strukturą społeczną, instytucjami oraz występowaniem charakterystycznego systemu wartości będącego podstawą osobowości i mentalności społecznej. Określany jest także jako „system rynkowy”, szczególnie przez neoklasycznych ekonomistów odcinających się od jego ideologicznych aspektów. Istotnie, zasadniczym elementem systemu kapitalistycznego jest rynek traktowany jako główny mechanizm koordynujący popyt i podaż towarów, którymi są produkty, usługi, a także siła robocza. Miernikiem powodzenia w „rynkowej grze” jest uzyskiwany zysk będący wynikiem różnicy poniesionych nakładów i uzyskanych efektów. Ponieważ działania rynkowe odbywają się pod presją konkurencji, wymuszają na jego uczestnikach racjonalne działania oparte na planowaniu, akumulowaniu zysków i innowacyjności (zob. Schumpeter, 1995: 103–104). Historycznie system kapitalistyczny powstał w następstwie upadku systemu agrarnego (feudalizmu) wywołanego rewolucją przemysłową i wzrostem znaczenia idei liberalizmu. Wzrost znaczenia kapitalistycznych stosunków społecznych przypada na wiek XIX i jest związany z zasadniczymi zmianami (wskazywanymi przez większość autorów zajmujących się tą tematyką), które dotyczyły głównie: 1) autonomizacji sfery gospodarczej od innych sfer życia społecznego (oddzielenie miejsca i czasu pracy od innych czynności oraz znaczne odseparowanie gospodarki od polityki i państwa); 2) poszerzenia wolności osobistej i własności prywatnej; 3) otwarcia i uelastycznienia struktury społecznej, gdzie pozycja jednostki zależy głównie od jej indywidualnych osiągnięć (zdolności i wkładu pracy) weryfikowanych przez rynek. Podstawą porządku społecznego jest ekonomicznie określana klasa, a nie status wynikający z urodzenia; 4) definiowania i wyjaśniania świata dominującej roli nauki z charakterystycznym dla niej pluralizmem i konkurencyjnością twierdzeń.

Od momentu pojawienia się systemu kapitalistycznego podlega ciągłym przemianom dotyczącym funkcjonowania przedsiębiorstw przemysłowych. Rozwój technologii

wymusza zmiany w organizacji produkcji i silnie zmienia charakter rynków. Tworzenie się globalnej ekonomii wywiera wpływ na rolę państwa i przeobraża strukturę społeczną. Warto w tym miejscu zauważyć, że „Społeczeństwa przemysłowe były pierwszymi w historii państwami narodowymi. Państwa narodowe to społeczności polityczne oddzielone od siebie wyznaczonymi granicami, w przeciwieństwie do nieoznaczonych terytoriów granicznych istniejących między państwami tradycyjnymi. Rządy narodowe mają szeroką władzę nad wieloma sferami życia obywateli, a konstruowane przez nie prawo dotyczy wszystkich, którzy żyją w granicach danego państwa” (Giddens, 1991: 116).

W tym miejscu autorzy chcieliby skupić się na głębszych tendencjach współczesnego systemu społecznego i światowej gospodarki, które wydają się decydujące dla funkcjonowania przemysłu. Za punkt wyjścia przyjęto spadek znaczenia wielkich narodowych, a później także międzynarodowych korporacji. Tym samym w dalszej części pracy uwaga skoncentrowana zostanie na systemie kapitalistycznym w jego współczesnej formie, który dla odróżnienia bywa określany najczęściej jako kapitalizm postindustrialny, (ponowoczesny, pokapitalizm, turbokapitalizm, postfordyzm), gdzie zmienia się rola przemysłu w kierunku koncentrowania uwagi na zmianie organizacji produkcji (zob. Bell, 1994; Drucker, 1993 i 1999: 11–13; Luttwak, 2000: 42–44). W szczególności należy skoncentrować się na tych cechach współczesnego systemu społecznego, które dotyczą istotnych przeobrażeń społeczno-kulturowych i tworzą kontekst niezbędny do zrozumienia zasad funkcjonowania współczesnych rynków pracy.

Od produkcji masowej do innowacyjnej

Dobrym rozwiązaniem gospodarczym będącym odpowiedzią na potrzeby społeczeństwa masowego okazała się produkcja masowa. W ostatnim okresie odbywała się ona przy wykorzystaniu gigantycznych przedsiębiorstw określanych przez Reicha (1996: 71–73) jako przedsiębiorstwa wielkiej masy. Dążyły one do osiągnięcia jak największych zysków dzięki dużej skali produkcji. Zasada była jednoznaczna – im większe przedsiębiorstwo, tym większe możliwości produkcyjne, im większe możliwości produkcyjne, tym tańszy proces produkcyjny jednostkowego produktu i tym większe zyski osiągnięte przy jego sprzedaży. Zyskowność masowej produkcji pozostawała jednak w sprzeczności z możliwościami wprowadzania zmian technologicznych niezbędnych dla zaspokajania coraz szybciej zmieniających się potrzeb/pragnień konsumenckich.

W miarę jak coraz większego znaczenia w walce o klienta nabierały możliwości innowacyjne systemu produkcyjnego, stało się jasne, że wielkie przedsiębiorstwa i korporacje bazujące na produkcji dużej liczby takich samych produktów są na przegranej pozycji względem mniejszych, bardziej mobilnych „przedsiębiorstw wysokiej wartości” (Reich, 1996: 71–73). Kluczem do sukcesu w powiększaniu zysków

przestała być liczba produkowanych przedmiotów. Decydująca okazała się jakość produktu, opierająca się na innowacyjnych możliwościach producentów, będących niczym innym jak umiejętnością natychmiastowego zaspokajania szybko zmieniających się gustów konsumenckich dzięki wykorzystaniu nowoczesnych rozwiązań technologicznych i organizacyjnych. Umiejętność rozbudzania, a następnie zaspokajania potrzeb/pragnień konsumentów przy jak najmniejszym ryzyku finansowym osiąga się dzięki znacznym kompetencjom socjotechnicznym, zarządczo-organizacyjnym i technologicznym. Wymaganiom tym zdecydowanie lepiej stawiają czoło mniejsze, sprawniejsze pod względem organizacyjnym przedsiębiorstwa „wysokiej wartości” wykorzystujące jako swój zasadniczy zasób kompetencje pracowników (Drucker, 2001). Najbardziej znanym przykładem są przedsiębiorstwa określane mianem firm typu *know how*, które oferują swoim klientom wiedzę i kompetencje pracowników w celu rozwiązywania konkretnych problemów, które z racji ich niepowtarzalności, akcydentalnego charakteru nie mogą być rozwiązywane przy użyciu powtarzalnych i zrutynizowanych procedur.

Wiedza i kompetencje pracowników są w przedsiębiorstwie wysokiej wartości zasobem podstawowym (zob. Drucker, 1999: 148–149; 2001). Dotyczą one zarówno wielu szczegółowych dziedzin wiedzy, jak i umiejętności łącznego wykorzystywania i twórczego ich kompilowania. Nie zapominając o innowacyjnym sposobie myślenia jako ogólnym przesłaniu funkcjonowania przedsiębiorstw wysokiej wartości, dotyczącym również zasobów wiedzy i jej kompilowania w procesie produkcyjnym, można wyróżnić kilka zasadniczych kategorii kompetencji, które wykorzystywane bywają tu najczęściej. Kompetencje priorytetowe to umiejętności socjotechniczne, które określić można jako rozbudzanie pragnień i uświadamianie istnienia problemów konsumenckich. Następnie kompetencje analityczne wykorzystywane do odkrywania możliwości rozwiązywania wcześniej zdefiniowanych problemów oraz kompetencje technologiczne służące wdrażaniu i wykorzystywaniu nowych technologii w procesach produkcyjno-usługowych.

Dalej analizując zmiany zasad funkcjonowania przedsiębiorstw, należy zauważyć, że nie tylko rozmiary (przedsiębiorstwa wysokiej wartości są zazwyczaj mniejsze, zatrudniają mniejszą liczbę pracowników etatowych, a w skrajnych przypadkach tworzone są do zrealizowania jakiegoś konkretnego jednostkowego celu). Struktura organizacyjna (prostsza, a przez to lepiej przystosowana do permanentnych zmian) stwarza z przedsiębiorstw wysokiej wartości firmy lepiej przystosowane do zasad funkcjonowania współczesnych rynków. W celu uzyskania optymalnej struktury organizacyjnej korzysta się z wypracowanych przy użyciu metody naukowej nowych, bardziej wydajnych sposobów zarządzania i organizacji pracy. Wiele z nich kryje się pod modnym w ostatnim czasie hasłem reengineeringu.

Kolejnym sposobem na obniżenie kosztów stałych przedsiębiorstw, zmniejszenie ryzyka inwestycyjnego i zwiększanie mobilności jest outsourcing polegający na zleceniu zadań, które w dużych przedsiębiorstwach korporacyjnych wykonywały specjalnie do tego celu utworzone działy, np. badań rynku, podwykonawcom – ze-

wewnętrznych firmom. Dotyczy to zwłaszcza tych prac, które nie wchodzą w zakres podstawowych zadań przedsiębiorstwa i/lub zapotrzebowanie na nie ma mniej lub bardziej okazjonalny charakter. Tym samym część odpowiedzialności przerzucana jest na podwykonawców i zredukowany jest czynnik ryzyka.

Do wcześniej wymienionych elementów wpływających na poprawę konkurencyjności przedsiębiorstw należy dodać jeszcze takie działania, jak: stała kontrola wydajności i jakości pracy, zmniejszanie kosztów stałych przedsiębiorstwa, dążenie do minimalizacji zatrudnienia, zwłaszcza pełnoetatowych pracowników, na rzecz szerszego wykorzystywania nowych technologii z robotyzacją włącznie.

Powyższe zmiany, w ostateczności prowadzące do uzyskania oszczędności kapitałowych i zmniejszenia ryzyka ewentualnego niepowodzenia, w głównej mierze nakierowane są na zwiększanie możliwości wprowadzania innowacyjnych zmian i opanowanie związanego z nimi ryzyka.

Od narodowych korporacji do „globalnych sieci przedsiębiorczości”

Zcentralizowanie gospodarek lokalnych w obrębie narodowych, jakie nastąpiło pod koniec XIX wieku, stworzyło możliwość wzajemnej konkurencji między narodami w dziedzinie gospodarczej, zasadniczym narzędziem tej konkurencji były przedsiębiorstwa głównie przemysłowe. W tym czasie w Europie i Ameryce nastąpił gwałtowny wzrost wynalazków umożliwiające masowe wytwarzanie towarów oraz ułatwiający transport i komunikację. Znacznie zmniejszyła to koszty produkcji i obniżyła ryzyko inwestycji. Produkcja uległa umasowieniu, ale nie pojawiła się ona równoległe z masową konsumpcją, co zaowocowało znacznym spadkiem cen. Nadmierne zdolności wytwórcze spowodowały intensywne poszukiwania rynków zbytu oraz wzrost protekcjonizmu państwowego (wysokie cła importowe). W sytuacji, gdy rynki wewnętrzne nie były w stanie wchłonąć produkowanej ilości dóbr, a rynki innych zamożnych krajów były zamykane, rozpoczęła się ekspansja w kierunku biedniejszych regionów. Wytworzyła się swoista rywalizacja o nowe „strefy wpływów”, która miała charakter gry o sumie zerowej, gdzie aby jeden naród mógł zyskać, inny musiał tracić. Początek XX wieku to czas ugruntowania się postawy „ekonomicznego nacjonalizmu”.

Problem nadprodukcji gospodarki starano się zlikwidować kolejno poprzez: wysokie cła na importowane towary, tworzenie tzw. stref wpływów w słabiej rozwiniętych regionach i na końcu przez zmniejszenie wewnętrznej rywalizacji poprzez tworzenie dużych korporacji skupiających produkcję kraju.

W powszechnym przekonaniu dobrobyt obywateli uzależniony był od powodzenia gospodarki narodowej, której synonimem stały się narodowe korporacje. Korporację zaczęto postrzegać w kategoriach zasobu narodowego zarządzanego przez zawodowców „korporacyjnych mężów stanu” odpowiedzialnych względem akcjona-

riuszy, pracobiorców i dobra publicznego kraju. Wielkie korporacje tworzyły nowe miejsca pracy. Znacznie wzrosła liczebność klasy średniej, którą w dużej mierze stanowili półwykwalifikowani i wykwalifikowani robotnicy oraz urzędnicy niższego szczebla. Tym samym powstawał masowy rynek zbytu na produkowane dobra.

Jak zauważa Reich (1996: 60–61), znaczenie i rola korporacji lat 50. były usankcjonowane przez „narodowe porozumienie”. Opierało się ono na trzech fundamentalnych założeniach: 1) zmniejszaniu kosztów produkcji przez jej masowość i ściśle planowanie; 2) koordynacji i ustanawianiu cen produktów na poziomie zapewniającym przychód; 3) inwestowaniu znacznej części przychodów w infrastrukturę produkcji oraz płace kierowników średniego szczebla i robotników produkcyjnych. W zamian pracownicy nie organizowali strajków zakłócających produkcję masową. Producenci i pracodawcy nie windowali cen i płac w stopniu, który mógłby spowodować inflację, a rząd gwarantował korporacji samodzielność podejmowania decyzji.

Działania postrzegane w kategoriach publicznej odpowiedzialności podejmowane były na rzecz: 1) uznania przez wysokich urzędników zyskowności wielkich korporacji jako prerogatywy; 2) zintegrowanie systemu nauczania z systemem produkcji wielkich korporacji umożliwiające uzyskanie korzystnego zatrudnienia przez absolwentów szkół; 3) obrony narodowej – inwestycje publiczne w budowanie infrastruktury komunikacyjnej czy systemu kształcenia w perspektywie konkurencji zimnowojennej. Produkcja była subsydiowana w celu zwiększania korzyści wynikających z jej masowości. Zwiększenie produkcji pozwoliło z kolei na zatrudnienie większej liczby ludzi, a tym samym zwiększenie średniej klasy obywateli zdolnych do kupowania zwiększającej się liczby produktów (Reich, 1996: 60–61).

Sytuacja uległa zmianie za sprawą międzynarodowej konkurencji. Amerykanie w walce z zagraniczną konkurencją podejmowali rozmaite działania. Ochrona krajowego rynku, obniżenie cen i przegrupowywanie aktywów nie przyniosły jednak pożądanego efektu. „Zyski spadały lub pozostawały na tym samym poziomie, poczynając od połowy lat sześćdziesiątych” (Reich, 1996: 67). Amerykańskie korporacje zaczęły przechodzić od produkcji masowej do produkcji „wysokiej wartości” mającej na celu zaspokojenie indywidualnych potrzeb klientów. „Takie przedsięwzięcia są zyskowe zarówno dlatego, że klienci są chętni do płacenia dodatkowo za dobra i usługi w pełni odpowiadające ich potrzebom, jak i dlatego, iż oferta przedsiębiorstw świadczących usługi wysokiej wartości jest nie do skopiowania dla konkurentów, wytwarzających w wielkiej masie” (Reich, 1996: 73, Gardawski, 2009: 55).

Jak zauważa Robert Reich, przedsiębiorstwa wysokiej wartości cechują trzy podstawowe atrybuty pozwalające im na osiągnięcie coraz większej zyskowności:

1. Umiejętność kompilowania poszczególnych elementów w niepowtarzalną całość. Wymaga to dużej wiedzy o wzajemnych reakcjach kompilowanych składników, która wykorzystywana jest do rozwiązywania nowo powstałych problemów.
2. Uświadomienie klientom nowych potrzeb oraz możliwości ich realizacji. Wymagana jest tu duża wiedza o działalności, jaką prowadzi bądź zamierza pro-

wadzić klient. Marketing zindywidualizowanych produktów posiada swoją specyfikę – sztukę przekonywania zastępuje odkrywanie szansy.

3. Zarządzanie ideami polega na umiejętnym łączeniu ludzi identyfikujących i rozwiązujących problemy. Potrzebna tu jest wiedza dotycząca technologii oraz specyfiki danego rynku. Taka osoba musi nie tylko dostrzec potencjał dla nowych produktów, ale także zdobyć pieniądze potrzebne do uruchomienia projektu.

Pomiędzy przedsiębiorstwem produkcji masowej a przedsiębiorstwem wysokiej wartości występuje zasadnicza różnica. Polega ona na zwiększaniu zysku nie przez wzrost produkcji w kategoriach ilości, lecz przez odkrywanie nowych połączeń między rozwiązaniami a potrzebami. W konsekwencji dochodzi do zatarcia dawnej różnicy między produktami a usługami na rzecz usług, które stanowią znaczną część wartości produktu (prace badawcze konstruktorów, usługi związane ze sprzedażą, marketingiem, konsultingiem, usługami finansowymi i administracyjnymi). Cena wielu towarów w coraz mniejszym stopniu zależy od kosztów produkcji, a w coraz większym od usług, takich jak badania czy dystrybucja.

Najbardziej znaczącymi pracownikami przedsiębiorstwa wysokiej wartości są osoby odpowiedzialne za odkrycie problemu, jego rozwiązanie oraz tzw. „strategiczni organizatorzy sieci”. W związku z tym praca wyraźnie podlega procesowi dematerializacji. Coraz większe znaczenie zyskuje umiejętność operowania abstraktami i symbolami (Gardawski, 2009: 55). Ponieważ niezmiernie istotnym czynnikiem decydującym o sukcesie przedsiębiorstwa jest szybkość i rzetelność przepływu informacji, nie ma tu miejsca na biurokrację i hierarchiczną strukturę organizacyjną. Praca odbywa się w twórczych zespołach, gdzie wspólnie pracują odkrywający problemy oraz rozwiązujący je. Ma tu miejsce wymiana doświadczeń, intuicji i wzajemne uczenie się. Takie podejście umożliwia nie tylko rozwiązanie danego konkretnego problemu, ale również wzajemne poznanie umiejętności członków danej grupy, co znacznie usprawnia realizację kolejnych zadań. „Indywidualne umiejętności są tak powiązane, że łączna zdolność grupy do innowacji jest czymś więcej niż tylko sumą składników” (Reich, 1996: 77). „Zamiast piramidy przedsiębiorstwo wysokiej wartości wygląda więc jak sieć. [...] Strategiczni organizatorzy znajdują się w środku, lecz istnieją różnego rodzaju powiązania, które nie obejmują ich bezpośrednio; nieustannie też przędzone są nowe więzy” (Reich, 1996: 77). Ponieważ najistotniejszymi czynnikami przedsiębiorstw wysokiej wartości są szybkość, ruchliwość i możliwość eksperymentowania, takie przedsiębiorstwo nie może być więc obciążone nadmiernymi kosztami stałymi. Koszty stałe ograniczane są do minimum, dzięki czemu umożliwiające jest podejmowanie ryzykownych inicjatyw. W zamian za to zawierane są krótkoterminowe umowy dotyczące wynajmu pomieszczeń, wykonania standardowych czynności itp. Wszyscy pracownicy partycypują zarówno w podejmowanym ryzyku porażki, jak i ewentualnych korzyściach. Powoduje to silną motywację działania, co w tym wypadku jest czynnikiem niezbędnym. Tworzy to jednak zagrożenia dla stabilności rynku pracy, ponieważ „nowe miejsca pracy są tymczasowe i nisko płatne;

nowa technika stwarza ekonomiczne korzyści w długiej perspektywie, ale niszczy rozmaite wspólnoty; środowiska pracy są coraz bardziej sfragmentaryzowane, życie pracowników staje się coraz mniej przewidywalne, a rosnącej skali samozatrudnienia towarzyszy «wolność niepewności» (Gardawski, 2009: 55–56).

Zakończenie

Istotna dla analizy funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw jest perspektywa globalna uwzględniająca zasady funkcjonowania gospodarek narodowych. W związku z umiędzynarodowieniem działalności korporacji zwraca się uwagę na fakt, że liczą się zyski, jakie przynosi dana spółka akcjonariuszom, a nie jej narodowa przynależność. Często inwestor nie jest nawet w pełni świadom, jakich spółek jest właścicielem. Jego kapitał jest bowiem zarządzany przez instytucje, takie jak fundusze wzajemne, ubezpieczeniowe, emerytalne itp., które w celu zwiększenia zysków inwestują na giełdach różnych krajów. Jest to możliwe dzięki rozwojowi nowych technologii znacznie ułatwiających przepływ informacji i kapitału między krajami. W nowej globalnej rzeczywistości korporacje niechętnie przyjmują na siebie odpowiedzialność narodową. Przyjęcie takich zobowiązań zmniejszałoby ich konkurencyjność. Perspektywa kryzysu finansowo-gospodarczego skłania jednak do pytań o znaczenie przemysłu i sposoby jego analizy w kontekście funkcjonowania konkretnych gospodarek regionalnych, a w szczególności gospodarek państwowych. Przemysł postrzegany jest w takim ujęciu jako istotny element szeroko rozumianych procesów wytwórczych, które niesłusznie we współczesnych analizach czynników rozwoju traktowane były jako drugoplanowe względem konsumpcji. Tezę tę odnaleźć można nawet w debacie publicznej, w której procesy reindustrializacji Europy traktowane są jako antidotum na kryzys i szansę na poprawę znaczenia Europy w perspektywie gospodarki globalnej. O potrzebie socjologicznej refleksji na temat przemysłu, która umożliwiłaby szerokie jego rozumienie zwłaszcza znaczenia społecznego, świadczyć też mogą działania realizowane na poziomie krajowym. Przykładem mogą być aktualne działania rządu polskiego, w tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera powołanie Rady ds. Innowacyjności oraz opracowanie *Paktu dla nauk technicznych*. Inicjatywy te wysuwane przez aktualnego wicepremiera oraz ministra nauki i szkolnictwa wyższego Jarosława Gowina z założenia służyć mają pogłębianiu współpracy nauki i biznesu w celu reindustrializacji Polski (*Gowin: celem rządu reindustrializacja Polski w oparciu o polską naukę*, 2015). Warto zatem przyjrzeć się zagadnieniom związanym z przemysłem i zwracając uwagę na istotę zjawiska, wykorzystać istniejący dorobek oraz tradycję socjologii przemysłu.

Bibliografia

- Bell D. (1994), *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu*, PWN, Warszawa.
- Buchner-Jeziorska A. (2000), *Przemysł*, [w:] *Encyklopedia socjologii*, t. 3, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Drucker P. (1993), *The Post-Capitalist Society*, Routledge, London.
- Drucker P. (1999), *Spoleczeństwo pokapitalistyczne*, PWN, Warszawa.
- Drucker P. (2001), *The next society. A survey of the near future*, "The Economist", No. 3, <http://www.economist.com/node/770819>, dostęp: 23.01.2016.
- Gardawski J. (red.) (2009), *Polacy pracujący a kryzys fordyzmu*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Giddens A. (1991), *The Consequences of Modernity*, Polity Press, Oxford.
- Gowin: *celem rządu reindustrializacja Polski w oparciu o polską naukę* (2015), http://it.wnp.pl/gowin-celem-rzadu-reindustrializacja-polski-w-oparciu-o-polska-nauke.262890_1_0_1.html, dostęp: 23.01.2016.
- Grabowski R., Soroka P. (2013), *Straty w potencjale przemysłu po 1989 roku i potrzeba reindustrializacji*, „Rzeczy Wspólne”, nr 3.
- Luttwak E. (2000), *Turbokapitalizm. Zwycięzcy i przegrani światowej gospodarki*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław.
- Mały rocznik statystyczny polski 2013*, Główny Urząd Statystyczny, Rok LVI.
- Reich R. B. (1996), *Praca narodów. Przygotowanie się do kapitalizmu XXI wieku*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Schumpeter J. A. (1995), *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*, PWN, Warszawa.
- Szacki J. (2002), *Spencer Herbert*, [w:] *Encyklopedia socjologii*, t. 4, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Szacki J. (2012), *Historia myśli socjologicznej. Wydanie nowe*, PWN, Warszawa.
- Szczepański J. (1969), *Przemysł i społeczeństwo w Polsce Ludowej*, PAN, Wrocław–Warszawa–Kraków.
- Sztompka P. (2012), *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Znak, Kraków.
- Taylor J. B. (2011), *Zrozumieć kryzys finansowy. Przyczyny, skutki, interpretacje*, PWN, Warszawa.

Summary

Industry as a subject of sociological reflection

This article presents industry as a subject of sociological reflection. It examines the sociology of industry. The article describes the socio-economic situation during a crisis and draws attention to some aspects of global change. It reflects on changes in the United States of America, Western Europe and the transition from a society of production to a postindustrial society.

The article notes the continuing analytical utility of existing industrial sociology.

Keywords: industry, sociology of industry, industrialization, reindustrialization, industrial society, economic crisis, postindustrial society, globalization, localism

Słowa kluczowe: przemysł, socjologia przemysłu, industrializacja, reindustrializacja, społeczeństwo przemysłowe, kryzys gospodarczy, społeczeństwo usługowe, globalizacja, lokalizm

Jerzy Janczewski*

Przedsiębiorczość małych firm. Studia przypadków w inżynierskich pracach dyplomowych studentów AHE w Łodzi

Wstęp

Artykuł zawiera prezentacje przypadków przedsiębiorczości mikro i małych firm, które posłużyły jako wzory badawcze absolwentom realizującym pod kierunkiem autora inżynierskie prace dyplomowe w Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej. Stanowi on przykład, że dane empiryczne zebrane i przygotowane w ramach prac dyplomowych przez studentów mogą nie tylko być cennym materiałem badawczym przy realizacji projektów inżynierskich, ale także inspirować zachowania przedsiębiorcze przyszłych inżynierów oraz być wzorem dla kolejnych studentów aspirujących do zawodu inżyniera transportu, a później do zakładania i rozwijania własnej firmy.

Wyboru przypadków z ukończonych prac dyplomowych dokonano z punktu widzenia kryterium identyfikacji aktywności przedsiębiorczej małej firmy i jej właściciela/menedżera funkcjonujących w branży transportowej lub w zapleczu technicznym transportu. W większości prezentowanych firm absolwenci są pracownikami tych firm i jednocześnie ich właścicielami lub współwłaścicielami.

Do opracowania artykułu ze względu na techniczne ograniczenia objętości numeru wybrano tylko sześć studiów przypadków.

Zaprezentowane w ramach przypadków małe firmy można zaliczyć do firm przedsiębiorczych i innowacyjnych, choć poziom ich aktywności przedsiębiorczej jest różny. Właściciele tych firm i jednocześnie ich menedżerowie posiadają umiejętność oceny szans na uruchomienie i rozwój nowego przedsięwzięcia w warunkach turbulentnych i w chaosie, posiadają specyficzne zdolności i umiejętności wykorzy-

* Dr inż. Jerzy Janczewski, adiunkt w Katedrze Systemów Transportu na Wydziale Informatyki, Zarządzania i Transportu Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi.

stania swojej wiedzy i doświadczeń, które opierają również na tradycjach rodzinnych i wzorcach zachowań.

Przedsiębiorczość małej firmy a osoba przedsiębiorcy – zarys problematyki

Wieloaspektowość problematyki przedsiębiorczości powoduje, że dotychczas nie wykształciła się jednolita teoria przedsiębiorczości ani ogólnie przyjęta definicja przedsiębiorcy.

We współczesnych badaniach nad przedsiębiorczością dominują trzy główne nurty. Pierwszy z nich wywodzący się z teorii F. Knighta z lat 20. XX wieku widzi przedsiębiorczość jako umiejętność podejmowania ryzyka. Drugi nurt badań wynika z teorii J. Schumpetera z lat 30. XX wieku i istotę przedsiębiorczości widzi w zdolnościach ludzi do wprowadzania szeroko pojętych innowacji rynkowych. Trzeci nurt wywodzi się ze szkoły austriackiej, podchodzi do procesów ekonomicznych w sposób indywidualistyczny i traktuje przedsiębiorczość jako indywidualne odkrywanie informacji czy możliwości rynkowych.

Przytoczone nurty teorii przedsiębiorczości pozwalają zauważyć, że w ich poszczególnych ujęciach akcent w tłumaczeniu fenomenu przedsiębiorczości postawiony jest na różne jej cechy i powoduje rozbieżności w definicji osoby przedsiębiorcy i przyjęcia jej uniwersalnej miary.

Etymologiczne wyjaśnienie wyrazu *przedsiębiorczość* wskazuje, że jego źródłem jest wyraz *przedsiębiorca*. Posiłkując się opracowaniem amerykańskiej organizacji NCOE, zajmującej się przedsiębiorczością, można przyjąć, że pierwsze historyczne określenie przedsiębiorcy powstało w XV wieku we Francji, gdzie Johann Gutenberg, wynalazca druku, zasłynął ze swych przedsiębiorczych działań (*Entrepreneurship a Candidate's Guide*, 2002: 4). Warto zaznaczyć, że tematyka przedsiębiorczości i osoby przedsiębiorcy pojawiała się w praktyce gospodarczej już znacznie wcześniej.

Pojęcie przedsiębiorcy zostało wprowadzone do teorii ekonomii przez Richarda Cantillona w XVIII wieku i określało „człowieka, który nabywa środki produkcji i wykorzystuje je do wytwarzania wprowadzonych na rynek produktów” (Czaja, 1999: 46). Definicja osoby przedsiębiorcy i określenie jego działalności ulegały zmianom na przestrzeni lat. Kolejni teoretycy ekonomii podejmowali próby zdefiniowania pojęcia *przedsiębiorca*, poszukując odpowiedzi na pytanie, kim on jest, i podając jego szczególne cechy. Jak wskazuje F. Bławat (2003: 16), przedsiębiorca to między innymi:

- osoba ponosząca ryzyko,
- osoba dostarczająca kapitał,
- innowator,
- osoba podejmująca decyzje,

- lider przemysłu,
- menedżer lub nadzorca,
- organizator i koordynator zasobów ekonomicznych,
- właściciel przedsiębiorstwa,
- osoba zatrudniająca czynniki produkcji.

Najbardziej współczesna w XXI wieku wydaje się definicja przedsiębiorcy zaproponowana przez Josepha Schumpetera¹.

Można przytoczyć szeroką gamę nazwisk przedsiębiorców, którzy utożsamiani są z przedsiębiorczością ich firm, np. Henry Ford, Bill Gates, Edward Wedel. W rezultacie dochodzi do połączenia dwóch pojęć, a tym samym można wysnuć wniosek, że nie ma przedsiębiorczości bez przedsiębiorcy² i odwrotnie. Zdaniem niektórych badaczy takie ujęcie przedsiębiorcy i przedsiębiorczości pociąga za sobą spójne traktowanie tych dwóch kategorii, a jedynie dyskusyjne mogą być koncepcje koncentracji na funkcjach przedsiębiorcy³ albo koncentracji na procesach przedsiębiorczych.

Przedsiębiorczość opisywana przez pryzmat pewnych charakterystycznych dla przedsiębiorcy czynników psychologicznych i socjologicznych, jego systemu wartości, motywacji i rzeczywistych zachowań była przedmiotem zainteresowania Davida McClellanda. Stwierdził on, że ludzie angażujący się w dziedzinie przedsiębiorcze charakteryzują się dużą potrzebą osiągnięć i lubią podejmować ryzyko, ale w pewnych rozsądnych granicach. Thomas Begley i David P. Boyd wyznaczyli kategorie cech, które odróżniają przedsiębiorców od osób kierujących istniejącymi od dawna małymi przedsiębiorstwami, a mianowicie: potrzebę osiągnięć, umiejscowienie kon-

¹ J. Schumpeter w pracy *Teoria rozwoju gospodarczego* przedstawił przełomową koncepcję przedsiębiorcy, będącego siłą sprawczą rozwoju gospodarczego, oraz dostrzegł w przedsiębiorcy jego dynamizm i innowacyjność, cechy, dzięki którym przedsiębiorca uruchamia nowe przedsiębiorstwa, tworzy nowe wartości: miejsca pracy, nowe produkty, nowe sposoby produkcji, zarządzania, poszukuje nowych rynków zbytu i zaopatrzenia.

² Termin *przedsiębiorca* ma wiele ujęć i definicji. W Polsce za przedsiębiorcę uważa się osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą. Za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej, ale nie samą spółkę (Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, rozdz. I, art. 4).

Amerykańska Komisja Przedsiębiorczości (National Commission of Entrepreneurship) za przedsiębiorcę uważa osobę fizyczną, która prowadzi małe przedsiębiorstwo, oparte na innowacji i nastawione na szybki wzrost, od 15 do 20% w skali rocznej (zob. *Entrepreneurship a Candidate's Guide*, 2002: 4).

W Anglii termin *przedsiębiorczość* łączony jest z przedsiębiorcą i jego różnymi atrybutami, działaniami i przede wszystkim odpowiedzialnością, zaś w Niemczech akcentuje się etapy rozwoju przedsiębiorczości i role przedsiębiorców w tym rozwoju (H. Klandt, *Entrepreneurship Education at German Universities* – zob. Piasecki, 2002: 195).

³ Na przykład specjaliści zajmujący się rozwojem lokalnym, zarówno ekonomiści, jak i socjologowie, zwracają uwagę, że przedsiębiorca jest postrzegany często jedynie jako dostawca kapitału. Ten punkt widzenia przesłania jego wszystkie inne role, zwłaszcza inicjatywę i skłonność do podejmowania ryzyka (zob. Bończak-Kucharczyk i in., 1998: 5).

troli, granice ryzyka, tolerowanie niepewności i dążenie, by zrobić więcej w krótszym czasie (Stoner i in., 1999: 174). Z tych kategorii wynikają takie pożądane cechy osobowe przedsiębiorców, jak umiejętność podejmowania ryzyka, samodzielne działanie, kreatywność, silna motywacja i wiele innych. Przedsiębiorczość utożsamiana z cechami osobowymi kładzie nacisk na psychospołeczne źródła przedsiębiorczości, w tym na rozwój osobniczy, uwarunkowania rodzinne, przebieg edukacji itp. Orędownikiem takiego nurtu jest Allan A. Gibb (Piasecki, 2002: 25). Twierdził on, że w sprzyjających warunkach poszczególne jednostki staną się bardziej przedsiębiorcze i wykażą cechy przedsiębiorcze wcześniej nieujawnione. Przykładem takich związków pomiędzy okolicznościami i ujawnianiem się cech przedsiębiorczych jest proces powstawania małej firmy, który ma znaczący wpływ na zachowania kreującej ją przedsiębiorcy.

Peter F. Drucker zdefiniował człowieka przedsiębiorczego jako zawsze poszukującego zmiany, reagującego na nią i wykorzystującego jako okazję, a ponieważ zmiany związane z wykorzystywaniem nadarżających się okazji mają charakter nieciągły, to związane z nimi zjawisko przedsiębiorczości także powinno charakteryzować się nieciągłością (Drucker, 1992: 36–37).

W Polsce przedsiębiorczością i jej definiowaniem zajmowało się wielu badaczy. Na przykład Tadeusz Kotarbiński (1975) i Tadeusz Pszczołowski (1978) badali bezpośrednio związane z przedsiębiorczością normy i zasady skutecznego działania. Mariusz Bratnicki (2002, 2003) analizował przedsiębiorczość i przedsiębiorców współczesnych organizacji. Stefan Kwiatkowski (2002) prowadził badania przedsiębiorczości intelektualnej. Bogdan Piasecki (2001) zajmował się przedsiębiorczością i sektorem małych i średnich przedsiębiorstw. Stanisław Sudoł (2002: 25) badał rolę przedsiębiorcy w firmie i określił jego kluczowe znaczenie jako czynnika sprawczego postępu ekonomicznego. Anna Sosnowska i Krystyna Poznańska rolę przedsiębiorcy określiły podobnie jak Sudoł, również dla przypadku małych przedsiębiorstw, gdzie najczęściej właściciel i menedżer w jednej osobie powinien być prawdziwym przedsiębiorcą (Sosnowska i in., 2003: 9).

Marian Strużycki (2002, 2006) badał przedsiębiorczość i zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Jan Targalski i współautorzy (Targalski, 1999) zajmowali się przedsiębiorczością i rozwojem firmy. Małgorzatę Bednarczyk (w: Piasecki, 2002: 61–67) interesowała przedsiębiorczość firm rodzinnych oraz przedsiębiorczość wewnętrzna w przedsiębiorstwach i organizacjach samorządowych. Aleksandra Gaweł (2007) zajmowała się wpływem ekonomicznych czynników otoczenia na aktywność przedsiębiorczą, zaś Małgorzata Konieczny i współpracownicy zajmowali się aktywnością przedsiębiorczą kobiet (Konieczny i in., 2008).

Przykłady wybranych firm

Przedsiębiorstwo Handel artykułami przemysłowymi i częściami samochodowymi

Prezentowane przedsiębiorstwo powstało w 2000 roku jako firma osoby cywilnej zajmującej się transportem i specjalizującej w usługach pomocy drogowej dla pojazdów ciężarowych i dostawczych. Firma mieści się w województwie wielkopolskim, na szlaku pomiędzy Łodzią a Poznaniem. Początkowo usługi pomocy drogowej wykonywane były na obszarze Polski. Obecnie firma świadczy swoje usługi w całej Unii Europejskiej, a także poza Unią, w szczególności we Francji, Niemczech, Czechach i Danii. Początki działalności z powodu małej liczby klientów były dla firmy trudne, lecz z biegiem czasu liczba klientów wzrastała, a firma dodatkowo zajęła się skupem i importem wraków samochodów ciężarowych i dostawczych, a później ich demontażem i sprzedażą używanych zespołów i części. W tym celu poszerzono powierzchnię magazynową firmy. Zwiększono plac dla wraków samochodów, wybudowano magazyny i biuro obsługi klientów, zakupiono również niezbędny sprzęt, taki jak specjalne dźwigi do wyciągania i ładowania silników samochodowych, wózki widłowe do przewozu zdemontowanych części i podzespołów itp. Wraz z rozwojem firmy powiększyła się kadra pracownicza, zainwestowano też w obsługę informatyczną firmy. Zatrudniono menedżera, księgową, zwiększono liczbę pracowników robotniczych i kierowców, a także zakupiono sprzęt komputerowy oraz niezbędne programy do zarządzania przedsiębiorstwem. W 2009 roku firma rozszerzyła zakres usług o złomowanie samochodów osobowych i obecnie jest jedną z większych w swoim regionie firm świadczących usługi złomowania i sprzedaży części.

Obecnie w ofercie przedsiębiorstwa znajdują się takie usługi, jak: transport krajowy i zagraniczny pojazdów, skup pojazdów powypadkowych, złomowanie pojazdów, naprawa i sprzedaż samochodów ciężarowych i dostawczych oraz sprzedaż części.

Firma posiada bardzo duży asortyment używanych części i zespołów do takich marek, jak: MAN, Mercedes, Iveco, Daf, Scania, Renault, Volvo. Oferowane zespoły i części to między innymi skrzynie biegów, silniki, ogumienie, obręcze kół, kompletne kabiny, reflektory, szyby, deski rozdzielcze, fotele, obicia, elementy blacharki i elementy podwozi.

W 2012 roku firma ze sprzedaży zdemontowanych części i zespołów osiągnęła przychód w wysokości około 470 tys. zł, zaś w 2013 roku 530 tys. zł.

Sprzedaż detaliczna, jak i hurtowa prowadzona jest na miejscu w firmie poprzez kontakt indywidualny, czyli przyjazd klienta do przedsiębiorstwa, jak również wysyłkowo. Informacja o dostępnych częściach wraz z ich szczegółowym opisem znajduje się na stronie internetowej firmy. Firma korzysta z różnego rodzaju aukcji, oferuje części za pośrednictwem Allegro, Otomoto, ogłasza się w prasie branżowej i posiada stoiska na giełdach samochodowych. Przedsiębiorstwo jest otwarte na wszystkich klientów zarówno instytucjonalnych, jak i indywidualnych. Udziela fachowej pomocy i porad technicznych, traktując każdego klienta indywidualnie.

Przedsiębiorstwo ma dobrą opinię wśród klientów i sprzyjające warunki rynkowe, przejawiające się stale rosnącym popytem na używane części i zespoły do samochodów ciężarowych i dostawczych. Czynnikiem konkurencyjności przedsiębiorstwa są: lokalizacja przedsiębiorstwa, wykwalifikowana kadra, właściwe relacje z partnerami zagranicznymi, niższa niż u konkurencji cena połączona z upustami, jakość części i zespołów, terminowość dostaw, własny transport do klienta, a także gwarancja na zakupioną część wraz z fakturą VAT (zob. Zaręba, 2014: 29–51).

Przedsiębiorstwo Luk-Car

Przedsiębiorstwo Luk-Car funkcjonuje na rynku usług motoryzacyjnych od trzydziestu lat i specjalizuje się w usługach lakierniczo-blacharskich. Firma obsługuje rynek wtórny pojazdów samochodowych, przygotowując je do ponownego użytkowania i sprzedaży. Przedsiębiorstwo zaliczane jest do grupy warsztatów niezależnych i kontynuuje rodzinne tradycje. Aktualnie prowadzone jest w drugim pokoleniu.

W pierwszym pokoleniu obszarem działań przedsiębiorstwa był rynek lokalny w województwie małopolskim, a usługi ograniczały się do drobnych napraw blacharsko-lakierniczych pojedynczych elementów nadwozia. Była to wtedy jednoosobowa firma o niewielkim dochodzie netto nieprzekraczającym miesięcznie 1500 zł.

Przyrost samochodów w Polsce i import używanych aut zainspirował kolejnego właściciela do rozwoju firmy. W ciągu trzech lat (2009–2012) zakupiono komorę lakierniczą wraz z urządzeniami grzewczymi i systemem wentylacji i oświetlenia, sprzęt do polerowania, szlifowania, matowania powłok lakierniczych, myjkę ciśnieniową i odkurzacz piorący. Równocześnie przedsiębiorstwo pozyskało klientów zajmujących się importem powypadkowych samochodów osobowych głównie z Austrii, Niemiec i Francji. Wraz ze wzrostem liczby klientów powiększono plac parkingowy, rozbudowano bramę wjazdową, umożliwiającą wjeżdżanie dużych zestawów ławet, zakupiono urządzenia emitujące światło podczerwone suszące lakier w przeciągu 30 minut. W niedalekiej przyszłości (2016) firma planuje uruchomić mieszalnię lakierów i wdrożyć nowe technologie, takie jak Smart i PDR.

Sukcesywnie zatrudniano nowych pracowników, początkowo na umowę o dzieło, później na umowę o pracę. W 2014 roku firma zatrudniała na stałe 4 pracowników.

W 2014 roku firma zrealizowała około 550 zleceń na usługi blacharsko-lakiernicze, większość z nich dotyczyła samochodów powypadkowych o różnym stopniu uszkodzenia zarówno od klientów indywidualnych, jak i instytucjonalnych. Znaczna część samochodów była przeznaczona do dalszej odsprzedaży, w niektórych dokonano modernizacji i przeróbki na przykład dla potrzeb miejscowej jednostki straży pożarnej, a niektóre z odnowionych samochodów ponownie wróciły na zachodni rynek.

Najpopularniejsze marki samochodów, którymi zajmuje się firma, to Nissan Qashqai, Hyundai ix35, Kia Sportage, Mazda 2 oraz 3. Marki te są tańsze niż marki niemieckie, a jednocześnie równie niezawodne. Najczęstsze roczniki naprawianych w Luk-Car samochodów należą do przedziału 2009–2013 z szacunkowym przebiegiem około 3000 km. Średnia wartość rynkowa naprawianego pojazdu waha się w gra-

nicach od 40 do 80 tys. zł (zdarzają się też samochody o wartości około 120 tys. zł). Dlatego kolejną inwestycją przedsiębiorstwa był monitoring, pozwalający obserwować cały plac, na którym znajduje się przeważnie około 20 samochodów. Samochody przebywające na terenie przedsiębiorstwa nie są własnością firmy Luk-Car.

Obok rozwoju ilościowego firma zwraca szczególną uwagę na rozwój jakościowy i bezpieczeństwo zarówno w aspekcie bezpieczeństwa ruchu drogowego, jak i bezpieczeństwa ekologicznego (zob. Skąpski, 2014: 31–46).

Przedsiębiorstwo transportowe z Wielkopolski

Analizowane przedsiębiorstwo to firma świadcząca międzynarodowe usługi transportowe ładunków z siedzibą w Wielkopolsce. Przyjmując jako kryterium zatrudnienie i roczny obrót, firmę zalicza się do kategorii mikroprzedsiębiorstw. Powstała ona w 1989 roku jako jednoosobowa firma transportowa osoby fizycznej z jednym środkiem transportu oraz biurem znajdującym się w budynku mieszkalnym. Na początku firma realizowała przewozy ładunków w kraju, później również do Rosji. Z czasem zaczęła zdobywać inne rynki i tym samym poszerzać swoje usługi, kupując kolejne samochody ciężarowe oraz zatrudniając nowych pracowników. W roku 2012 przedsiębiorstwo zatrudniało 6 osób, z czego 4 osoby to wykwalifikowani kierowcy, oraz posiadało 3 ciągniki siodłowe z naczepami i 1 samochód ciężarowy z przyczepą. Średni wiek posiadanego wtedy przez firmę taboru to 4 lata. Firma starała się systematycznie co dwa lata wymieniać jeden samochód ciężarowy.

Firma przewozi ładunki głównie do Europy Zachodniej. Klientem strategicznym (kluczowym) firmy jest norweski producent mebli ekskluzywnych posiadający swój oddział w Polsce. Zleca on średnio 3 transporty tygodniowo do Szwecji, Danii, Norwegii lub Anglii. Informacja o zapotrzebowaniu klienta jest przesyłana do firmy przeważnie z tygodniowym wyprzedzeniem. Fracht jest ustalony z góry i tylko w szczególnych sytuacjach, na przykład przed ważnymi świętami ze względu na wzmożony ruch w branży transportowej ulega zmianie na korzyść przewoźnika.

Drugim ważnym klientem, który zleca około 8 transportów w miesiącu w kierunku Niemiec, Francji, Włoch i Czech, jest firma zajmująca się wykonywaniem elementów targowisk. Zlecenie na targowisko pochodzi z Chin, w którym znajdują się wytyczne wraz z projektem.

Pewnym utrudnieniem dla funkcjonowania firmy jest niedobór wykwalifikowanych kierowców w przewozach ładunków. Przyczyn tego może być kilka, na przykład rosnące zapotrzebowanie na wykwalifikowanych kierowców, niedogodności zawodu – praca stale poza domem, niewłaściwa polityka edukacyjna, emigracja (kierowcy zarabiają w Niemczech nawet dwukrotnie więcej niż w Polsce) czy też emerytury pomostowe, które wypychają z rynku osoby w wieku aktywności zawodowej. W efekcie niedobór kierowców w Polsce prowadzi do wzrostu wynagrodzeń, co również prowadzi do obniżenia konkurencyjności firmy na rynku transportowym.

Kierownictwo firmy, zdając sobie sprawę z coraz większej rywalizacji w branży transportowej oraz z ciągłe wzrastających kosztów, stale poszukuje rezerw i oszczęd-

ności. Jednym ze sposobów jest ograniczenie pustych lub niepełnych przewozów przez wykorzystanie internetowych giełd transportowych, które wspomagają proces zarządzania frachtami oraz wykorzystanie możliwości kabotażu.

Firma po przeanalizowaniu rynku i rentowności przewozów kabotażowych rozpoczęła z początkiem trzeciego kwartału 2010 roku przewóz ładunków wewnątrz poszczególnych państw Unii Europejskiej, głównie po Niemczech, a w mniejszym stopniu po Wielkiej Brytanii. Po analizie kosztów okazało się, że bardziej opłacalne okazały się powroty do Polski z przykładowo jednym przerzutem po Niemczech aniżeli bezpośrednie powroty do kraju z Niemiec. Bezpośredni powrót do Poznania z Frankfurtu jest mniej opłacalny niż ten sam przejazd do Poznania z kabotażem ładunku na przykład z Frankfurtu do Berlina i stamtąd dopiero do Poznania. Minusem tego jest wydłużający się czas jazdy pojazdu o jeden dzień. Jednak przy większej liczbie przewozów wewnątrz Niemiec zysk dla firmy rośnie z każdym kolejnym dniem – oczywiście przy jednoczesnym zachowaniu przepisów prawa, które ograniczają kabotaż.

W transporcie drogowym zauważalna jest sezonowość popytu na usługi transportowe. Mniejsze zapotrzebowanie na transport to głównie styczeń, luty oraz okres wakacji, czyli lipiec i sierpień. Miesiące te charakteryzują się niskim przychodem w porównaniu do innych oraz większym „uspokojeniem” na rynku. W tych miesiącach firma bez problemu podstawia naczepy pod załadunek na czas i sama jest w stanie zaspokoić zapotrzebowanie na transport swoich klientów. Jednak w miesiącach, kiedy wzrasta popyt na przewozy, potrzebna jest większa liczba samochodów ciężarowych i firma nie jest w stanie w 100% zaspokoić popytu. W większości przypadków firmy transportowe wspierają się w takich momentach samochodami spedycyjnymi, czyli podnajmują innych przewoźników lub wystawiają ładunki na giełdach transportowych. Firma analizuje zatem, czy bardziej opłacalne jest podnajmowanie zleceń innym przewoźnikom, czy może zakup nowego samochodu z przyczepą. Przedsiębiorstwo rozważa również możliwość rozbudowania własnego działu spedycji, tak aby samemu zatrudniać podobne mikrofirmy transportowe. Firma rozważa również współpracę sieciową z innymi przedsiębiorstwami (zob. Piechocki, 2012: 15–23).

Przedsiębiorstwo przewozu osób

Analizowane przedsiębiorstwo to firma z siedzibą w środkowo-wschodniej Polsce świadcząca usługi przewozu osób w transporcie drogowym. Powstała ona w 1995 roku jako jednoosobowe przedsiębiorstwo osoby fizycznej świadczące usługi transportowe. W pierwszych latach działalności (1995–2000) firma zatrudniała 2 osoby i realizowała incydentalne przewozy osób w kraju, jak również realizowała kursy zagraniczne.

W 2005 roku zatrudnienie wzrosło do 5 osób, a firma poszerzyła zakres usług o regularne i specjalne przewozy osób i tym samym zaczęła zdobywać inne rynki, kupując kolejne samochody oraz zatrudniając nowych pracowników. W 2014 roku przedsiębiorstwo zatrudniało łącznie z właścicielem 13 osób.

Sukces tego przedsiębiorstwa determinują takie elementy, jak:

- rentowność działalności i dynamika przychodów,
- okres działalności na rynku i pozycja rynkowa,
- struktura organizacyjna przedsiębiorstwa,
- szerokość oferty i jakość usługi,
- innowacje,
- motywacja przedsiębiorcy i pracowników.

Przedsiębiorstwo ma ugruntowaną pozycję finansową. W okresie ostatnich pięciu lat osiągało bardzo dobre wyniki finansowe. Średnia rentowność sprzedaży przedsiębiorstwa kształtowała się w badanym okresie na poziomie 14,5% mimo rosnących kosztów i spadku obrotów. Oznacza to, iż jedna złotówka przychodów ze sprzedaży przedsiębiorstwa wygenerowała średnio około 14,5 groszy zysku netto. Jest to kwota zadowalająca z punktu widzenia branży, w której działa przedsiębiorstwo oraz z punktu widzenia profilu działalności. Również zadowalający był wskaźnik rentowności aktywów (średnio 20%) i wskaźnik rentowności kapitałów własnych (średnio 60%). Należy tutaj zaznaczyć, że przedsiębiorstwo obsługuje głównie rynek lokalny i regionalny, co znacznie determinuje zarówno przychody, jak i dynamikę, a tym samym ogranicza ich wzrost.

Analizowane przedsiębiorstwo posiada dwudziestoletnie doświadczenie w działalności transportowej i jest od dawna rozpoznawalne pośród wielu odbiorców usług transportowych. W trakcie swej działalności zdobyło dobrą reputację wśród klientów, która owocuje stale rosnącym zapotrzebowaniem na przewozy. O zwiększającym się zainteresowaniu ofertą firmy może świadczyć liczba wejść potencjalnych klientów na jej stronę internetową. Liczba ta na przestrzeni ostatnich pięciu lat zwiększyła się niemal dziesięciokrotnie. W tym czasie przedsiębiorstwo pozyskało klientów instytucjonalnych reprezentujących takie instytucje, jak: biura podróży, zakłady pracy, szkoły, parafie.

W analizowanym przedsiębiorstwie transportowym zwiększanie przewozów związane jest z tworzeniem nowych usług, zaspokajających ściśle określone potrzeby pasażerów. Punktem odniesienia jest porównanie użyteczności nowej usługi z alternatywą skorzystania przez jej potencjalnych klientów z transportu indywidualnego.

Kolejnym obszarem, w którym firma wdraża innowacje, jest tabor samochodowy. Przedsiębiorstwo oprócz zakupów nowych pojazdów o niskiej emisji spalin zasilanych paliwami alternatywnymi wprowadza różnego rodzaju usprawnienia techniczne i organizacyjne zmniejszające zużycie paliwa, podwyższające trwałość pojazdów, zwiększające ich zasób pracy, a także ułatwiające utrzymanie pojazdów w czystości.

Następnym przykładem są innowacje w obszarze narzędzi IT. Firma od kilku lat systematycznie wdraża nowe technologie komunikacyjne i informatyczne, które umożliwiają prowadzenie pojazdów w sieci transportowej, zarządzanie racjonalne tarem w ruchu, informowanie bieżące pasażerów o czasach odjazdu, sprzedaż biletów, zapewnienie osobistego bezpieczeństwa i koordynowanie oferty dostosowanej do popytu.

Dla każdego przedsiębiorcy sukces jest celem, do którego on podąża i który zamierza osiągnąć. Właściciel analizowanego przedsiębiorstwa stale dąży do sukcesu poprzez osiąganie pewnych etapów, początkowo poprzez założenie przedsiębiorstwa i uzyskanie niezbędnych uprawnień, pokonanie barier wejścia na rynek, przetrwanie na rynku, zwiększenie zysków z działalności firmy, a później poprzez poszerzenie liczby i zakresu usług, zwiększenie liczby zadowolonych klientów, wykorzystanie doświadczeń w zdobywaniu następnych rynków, a w przyszłości i sukcesji firmy. Osiąganie założonych etapów nie byłoby możliwe bez determinacji właściciela i wiary w siebie, skłonności do poświęceń i umiejętności znalezienia niszy rynkowej, ciężkiej pracy, pewnej dozy szczęścia i cech przywódczych. Właściciel nie ogranicza się wyłącznie do wykorzystywania szans rynkowych, lecz stale poszukuje argumentów do kierunków dalszego rozwoju przedsiębiorstwa, a bariery i wszelkie trudności traktuje jak swoiste wyzwania.

Prowadzenie małej firmy transportowej również nie jest możliwe bez kadry pracowniczej. W analizowanej firmie pracownicy identyfikują się z celami przedsiębiorstwa i dla właściciela są tak samo ważni jak klienci firmy. Większość kadry to osoby młode, do 40 lat. Osoby w wieku do 20 lat stanowią 20% ogółu pracowników, osoby w wieku 21–30 lat stanowią 40% pracowników, pracownicy w wieku 31–40 lat stanowią 20% ogółu kadry pracowniczej i tyle samo pracowników mieści się w przedziale wiekowym pomiędzy 41. a 50. rokiem życia. Połowa zatrudnionych legitymuje się wyższym wykształceniem, co jest podstawowym atutem umożliwiającym przedsiębiorstwu osiągnięcie zamierzonych celów (zob. więcej Ślebocki, 2014: 59–71).

Firma WOŹNIAK i spółka

Firma WOŹNIAK funkcjonuje na rynku motoryzacyjnym od 5 lat. Jej założycielem jest Mateusz Woźniak wraz z członkami rodziny, ojcem i bratem. Początki działalności tego małego przedsiębiorstwa rodzinnego opierały się na imporcie samochodów używanych z zachodnich krajów Unii Europejskiej, takich jak Belgia, Holandia czy Niemcy. Z biegiem czasu firma poszerzyła działalność o import i naprawę uszkodzonych samochodów.

Samochody używane pochodzące z importu cieszą się w Polsce stale dużym zainteresowaniem ze względu na atrakcyjne ceny, zaś idea importu samochodów jest w naszym kraju powszechnie znana i stosowana na skalę masową od początku lat 90. Zdecydowana większość pojawiających się na naszym rynku samochodów pochodzi z importu indywidualnego. Polscy przedsiębiorcy skupują za granicą używane samochody, naprawiają ewentualne uszkodzenia, poddają procesowi autodetailingu i następnie sprzedają je z zyskiem. Firma WOŹNIAK również bierze udział w tych procesach, lecz nie ogranicza się wyłącznie do nich. Firma stale śledzi rynek używanych samochodów i rynek napraw, potrafi dostarczyć klientowi zamówiony samochód we właściwej jakości, cenie i zgodnie z jego oczekiwaniami.

Obecnie firma zajmuje się wyłącznie pojazdami młodymi (1–3 lat) i luksusowymi, poczynając od klasy „premium” (segment D) na „ultra luksusowych” (segment F)

kończąc. Przedsiębiorstwo wyszukuje samochody powypadkowe wymagające takiego zakresu naprawy, który nie pogorszy ich dalszej eksploatacji. Uszkodzenia powypadkowych samochodów kupowanych przez firmę WOŹNIAK zwykle nie przekraczają 30–40%. Zaletą kupowania samochodów po wypadku w Niemczech czy w krajach Beneluxu jest ich atrakcyjna cena oraz niski przebieg – zwykle autentyczny, oraz pewne pochodzenie. Przedsiębiorcy, mieszkając w Niemczech, stale śledzą rynek, posiadają dostęp do oferty pojazdów używanych, ogłoszeń lokalnych i aukcji.

Uszkodzony pojazd zakupiony za granicą transportowany jest do Polski, gdzie jest naprawiany. Pracownicy firmy koordynują i nadzorują procesy naprawy oraz dostarczają niezbędne części i podzespoły. Pracownicy dbają o to, by naprawa przebiegała prawidłowo, zgodnie z technologią zalecaną przez producenta. Uszkodzone elementy samochodu wymieniane są na nowe, podobnie jest z częściami i podzespołami, w przypadku których firma dba o oryginalne pochodzenie. Naprawiony samochód jest mało wyeksploatowany, posiada wiele nowych części, udokumentowaną historię powypadkowości, a przede wszystkim atrakcyjną cenę. Samochód sprzedawany jest na rynku polskim, niekiedy wraca na rynek macierzysty.

Misją przedsiębiorstwa jest między innymi zmiana negatywnego wizerunku „handlarza” samochodami poprzez dostarczenie klientowi najwyższej jakości usługi i odpowiedniej klasy samochodu. W przeciągu 5 lat działalności firma sprowadziła do Polski około 50 samochodów i w każdym przypadku uzyskiwała pozytywne referencje od swoich klientów. Starania i dbałość o jakość usługi, a przede wszystkim dbałość o jakość oferowanego samochodu doceniane są przez wciąż rosnące grono klientów, ceniących sobie u sprzedawców używanych samochodów uczciwość i profesjonalizm (zob. Woźniak, 2015: 25–52).

Firma transportowa Adar

Przedsiębiorstwo Adar świadczy międzynarodowe usługi transportowe ładunków i ma swoją siedzibę w województwie warmińsko-mazurskim. Przedsiębiorstwo usytuowane jest na obrzeżu dużego miasta, w strefie przemysłowej. Powstało ono w 1999 roku jako spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Przedmiotem działalności przedsiębiorstwa jest:

- transport drogowy towarów – krajowy i międzynarodowy,
- naprawa pojazdów samochodowych,
- serwis ogumienia,
- serwis niezależnych urządzeń grzewczych w pojazdach,
- magazynowanie i działalność usługowa wspomagająca transport,
- sprzedaż części samochodowych,
- świadczenie usług spedycyjnych.

Podstawowym przedmiotem działalności jest przewóz rzeczy. Większość przewożonych ładunków stanowią:

- ładunki uniwersalne, umieszczane na znormalizowanych jednostkach, europaletach,

- ładunki dłuźycowe, np. stal, rury, pręty itp.,
- ładunki w zwojach, np. papier i blachy,
- ładunki ponadnormatywne – gdzie występuje przekroczenie dopuszczalnych parametrów, tj. długości, wysokości, szerokości, nacisków na oś, masy całkowitej,
- ładunki sypkie, np. piasek, kruszywo, ziemia, gruz itp.

Przedsiębiorstwo w 2011 roku zatrudniało 15 osób na stanowiskach robotniczych (kierowcy, mechanicy) i 18 osób na stanowiskach nierobotniczych.

Z uwagi na różnorodność zagadnień związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa Spółka jest członkiem Warmińsko-Mazurskiego Zrzeszenia Przewoźników (WMZPD). Ułatwia to kierownictwu wymianę poglądów i opinii z innymi przedsiębiorstwami z branży transportowej oraz okołotransportowej. Spółka ma również możliwość korzystania z organizowanych przez Zrzeszenie kursów podwyższających kwalifikacje zawodowe związanych z działalnością przedsiębiorstw transportowych. Zrzeszenie organizuje także spotkania z przedstawicielami różnych państwowych instytucji, w tym i tych, które zostały powołane do kontroli firm transportowych (np.: Ministerstwo Transportu, Straż Graniczna, Inspekcja Transportu Drogowego, Urząd Celny, Państwowa Inspekcja Pracy). Spółka ma wtedy możliwość uzyskiwania właściwej interpretacji przepisów prawa, rzeczowych i kompletnych informacji o uchybieniach zarejestrowanych przez te instytucje podczas przeprowadzanych przez nie kontroli. Pozwala to jej na bieżące korygowanie działań oraz eliminowanie ewentualnych nieprawidłowości.

Transport jest działem gospodarki, w którym oprócz zaangażowania czynnika materialnego (środki transportu, infrastruktura) występuje również duże zaangażowanie czynnika ludzkiego. Ze strukturą wykształcenia w przedsiębiorstwach transportowych oraz poziomem kadry kierowniczej wiąże się efektywność i jakość działania przedsiębiorstwa. Jest to szczególnie ważne w warunkach gospodarki rynkowej, nasilonej konkurencji i świadczenia usług na rynku międzynarodowym. Niski poziom jakościowy kadr nie sprzyja wprowadzaniu nowych technologii, innowacji technicznych oraz efektywnemu wykorzystaniu czasu pracy.

Spółka założyła, aby podnoszenie kwalifikacji, doskonalenie i rozwój umiejętności zawodowych realizować poprzez:

- opracowanie programu szkolenia i doskonalenia kadr oraz wdrażania go w życie,
- wykorzystywanie licznych form kształcenia i szkolenia,
- systematyczne szkolenie kadry – zwłaszcza kierowniczej,
- modernizacje dotychczasowego systemu informatycznego.

Mocną stroną przedsiębiorstwa jest dobra pozycja finansowa, lojalni i stali zleceniodawcy, wyrobiona marka i dobra opinia, jak też stałe umowy i dobra współpraca ze zleceniodawcami. W sytuacji zagrożenia konkurencji ze strony zagranicznych spedytorów do usprawnienia pozostaje kwestia utrzymania wysokiej jakości świadczonych usług poprzez innowacje i samokształcenie.

Ważnym czynnikiem decydującym o mocnych stronach przedsiębiorstw transportowych są zasoby rzeczowe. W spółce to między innymi dogodna lokalizacja

oraz powiązania wynikające ze współpracy z renomowanymi firmami spedycyjnymi w Europie i na świecie. Wszystko to daje dużą przewagę konkurencyjną. Innym atutem spółki jest jej elastyczność, przez co łatwiej oraz lepiej może dostosować usługę do wymogów klienta, lepszy jest przepływ informacji wewnątrz, ale także pomiędzy spółką i jej klientami (zob. Aszyk, 2011: 25–40).

Podsumowanie

Sześć przypadków małych przedsiębiorstw przytoczonych w niniejszym artykule to oczywiście za skromna próba, by można formułować szerokie wnioski dotyczące procesów przedsiębiorczych, a tym bardziej definicje i prawidłowości. Wydaje się jednak, że można wskazać, iż powstanie, a później rozwój mikro i małej firmy zależy od kreatywności, innowacyjności i determinacji jej właściciela oraz współpracowników, a przedsiębiorczość małego podmiotu można rozumieć jako zespół atrybutów opartych na umiejętności kreowania nowych wartości możliwych do uzyskania przez ten podmiot.

W podsumowaniu można również stwierdzić, że przykłady empiryczne zawarte w większości prac dyplomowych studentów stanowią cenny głos i cenny materiał do dalszych analiz przedsiębiorczości i kreatywności małych firm, zwłaszcza że przedsiębiorczość jest powszechnie uznawana za klucz do rozwoju gospodarki, impuls do kreowania nowych miejsc pracy oraz podnoszenia konkurencyjności gospodarki.

Bibliografia

- Aszyk A. (2011), *Controlling w przedsiębiorstwie transportowym ADAR Sp. z o.o.*, inżynierska praca dyplomowa, materiał niepublikowany, Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna, Łódź.
- Bławat F. (2003), *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i praktyce małych firm*, Gdańskie Towarzystwo Naukowe, Gdańsk.
- Bończak-Kucharczyk E., Herbst K., Chmura K. (1998), *Jak władze lokalne mogą wspierać przedsiębiorczość*, Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, Polska Fundacja Promocji Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Warszawa 1998.
- Bratnicki M. (2002), *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice.
- Bratnicki M. (red.) (2003), *Organizational entrepreneurship: conceptual advances and some empirical tests*, WAE, Katowice.
- Czaja I. (1999), *Przedsiębiorca i działania przedsiębiorcze*, [w:] Targalski J. (red.), *Przedsiębiorczość i rozwój firmy*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Kraków.

- Drucker P. F. (1992), *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa.
- Entrepreneurship a Candidate's Guide* (2002), National Commission on Entrepreneurship an Initiative of the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation, http://www.entreworks.net/Download/4249_NCOE_GUIDE.pdf, dostęp: 14.01.2016.
- Gaweł A. (2007), *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań.
- Konieczny M., Wesołek B., Miller A., Reklajtis A., Krawczyk W., Lis M., Cupryś K., Nazurak J. (2008), *Kompendium przedsiębiorczości*, Wydział Wydawnictw i Poligrafii Centrum Obsługi Kancelarii Prezesa Rady Ministrów, Warszawa.
- Kotarbiński T. (1975), *Traktat o dobrej robocie*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław.
- Kwiatkowski S. (2002), *Przedsiębiorczość intelektualna*, PWN, Warszawa.
- Piasecki B. (red.) (2001), *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, PWN, Warszawa–Łódź.
- Piasecki B. (red.) (2002), *Przedsiębiorczość i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw w XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Piechocki P. (2012), *Bariery i możliwości rozwojowe mikro przedsiębiorstw na przykładzie firmy transportowej*, Studium Podyplomowe AHE Współczesne uwarunkowania rozwoju nowych technik w logistyce wielkich baz transportowych i magazynowych, materiał niepublikowany, Łódź.
- Pszczółowski T. (1978), *Mała encyklopedia prakseologii i teorii organizacji*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Warszawa.
- Skąpski J. (2014), *Procesy przygotowania samochodów do ponownego ich użycia na przykładzie firmy Luk-Car*, inżynierska praca dyplomowa, materiał niepublikowany, Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna, Łódź.
- Sosnowska A., Poznańska K., Łobjko S., Brdulak J., Chinowska K. (2003), *Systemy wspierania innowacji i ich transferu w krajach UE i w Polsce*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
- Stoner J., Freeman E., Gilbert D. (1999), *Kierowanie*, PWE, Warszawa.
- Strużycki M. (red.) (2002), *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie*, Difin, Warszawa.
- Strużycki M. (red.) (2006), *Przedsiębiorczość w teorii i praktyce*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa.
- Sudoł S. (2002), *Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Teorie i praktyka zarządzania*, Dom Organizatora, Toruń.
- Ślebocki K. (2014), *Analiza możliwości rozwoju małej firmy transportowej*, inżynierska praca dyplomowa, materiał niepublikowany, Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna, Łódź.
- Targalski J. (red.) (1999), *Przedsiębiorczość i rozwój firmy*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Kraków.

- Woźniak M. (2015), *Procesy przygotowania pojazdów do ponownego użycia na przykładzie firmy WOŹNIAK*, inżynierska praca dyplomowa, materiał niepublikowany, Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna, Łódź.
- Zaręba M. J. (2014), *Procesy logistyczne w przedsiębiorstwie złomowania pojazdów ciężarowych*, inżynierska praca dyplomowa, materiał niepublikowany, Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna Łódź.

Summary

Entrepreneurialism and small businesses: Case studies of engineers' diploma theses defended at AHE in Lodz

The article assesses case studies of micro and small businesses presented in the research of engineering students at the Academy of Humanities and Economics. Empirical data collected and analysed by students for their thesis can be a valuable research source material not only in the implementation of engineering projects but also to inspire entrepreneurial behaviour among potential engineers. This material can also help future students aspiring to become engineers or transport specialists and may help them set up and develop their own business.

Graduate research considered in this article analysed the entrepreneurial activity of small businesses and that of owners / managers operating in the transport sector or related technical activities. In most of the companies analysed the graduates were employees but some were company owners or co-owners.

Keywords: entrepreneurship, small businesses, case studies

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, mała firma, studia przypadków

Zenon Ślusarczyk*

Regulacje prawne dotyczące konkurencji i ochrony konsumentów na jednolitym rynku europejskim – rys historyczny

Wstęp

Porządek prawny, jak słusznie zauważa prof. Klaus-Dieter Borchardt, na którym opiera się Unia Europejska, stanowi integralną część naszej polityczno-społecznej rzeczywistości. Każdego roku traktaty unijne stają się źródłem tysięcy decyzji, które mają znaczący wpływ na funkcjonowanie państw członkowskich UE i życie ich mieszkańców. Od dawna Europejczycy nie są jedynie obywatelami swoich miast, gmin czy państw, ale również obywatelami Unii. Jest to jedna z przyczyn, dla których bardzo ważne staje się informowanie ich o porządku prawnym dotyczącym ich codziennego życia (Borchardt, 2011: 7).

W niniejszej publikacji autor omawia regulacje prawne dotyczące konkurencji i ochrony konsumentów na jednolitym rynku europejskim, a w szczególności zakaz nadużywania pozycji dominującej przedsiębiorstwa, kontrolę koncentracji przedsiębiorstw, uprawnienia Trybunału Sprawiedliwości i Sądu Pierwszej Instancji w ochronie konkurencji, kompetencje Komisji Europejskiej w ochronie konkurencji, politykę konkurencji i ochronę praw konsumentów w Polsce oraz przepisy dotyczące praktyk ograniczających konkurencję.

Wprowadzenie do zagadnienia

Na mocy podpisanego w marcu 1957 roku Traktatu ustanawiającego Europejską Wspólnotę Gospodarczą sześć należących wówczas do tej organizacji państw: Belgia, Francja, Holandia, Luksemburg, RFN (od 1990 zjednoczone Niemcy), Włochy,

* Prof. nadzw. dr hab. Zenon Ślusarczyk, Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi.

zachęconych sukcesem wypracowanym w ramach Europejskiej Wspólnoty Węgla i Stali, podjęło decyzję o wielosektorowej współpracy gospodarczej. Jej celem było zbliżenie ekonomiczne państw uczestniczących w procesie integracji, zapewnienie stabilnego rozwoju gospodarczego oraz wzrost zamożności obywateli, zaś sposobem osiągnięcia tego celu miało być utworzenie jednolitego rynku europejskiego.

Jednolity Akt Europejski, który wszedł w życie 1 lipca 1987 roku definiuje jednolity rynek europejski jako „obszar bez granic wewnętrznych, w którym obowiązuje swobodny przepływ dóbr, usług, ludzi i kapitału” (Jednolity Akt Europejski, art. 14). Zgodnie z tym artykułem każdy uczestnik rynku ma prawo lokowania kapitału, produkowania i sprzedawania towarów oraz świadczenia usług w granicach Wspólnoty. Regulacje wewnętrzne państw członkowskich nie mogą stanowić przeszkody w tych działaniach. Idealne funkcjonowanie jednolitego rynku to osiągnięcie takiego stanu, gdzie europejski rynek wewnętrzny przypomina rynek państwa narodowego, na którym nie istnieją żadne wewnętrzne bariery (Biegaj, 2001: 70).

Tak ujmowany rynek europejski jest jednocześnie formą integracji regionalnej opartej na silnej współpracy krajów członkowskich, a więc jest wbudowany w cały system integracji ekonomicznej i instytucjonalnej. Jako wyższy etap integracji rynkowej (wspólny rynek) wiąże się z integracją rynku produktów (dóbr i usług) oraz rynku czynników produkcji i wymaga liberalizacji oraz harmonizacji reguł działania. Ze względu na regionalny charakter zakłada silniejszą liberalizację wewnętrzną niż zewnętrzną wobec krajów trzecich. Jako część głębszego procesu integracyjnego opiera się na silnych interakcjach z innymi zadaniami integracyjnymi, obejmującymi wspólnotowe polityki, w tym politykę przemysłową, naukowo-badawczą, transportową, rolną, strukturalną, regionalną itd. Oraz wspólnotowe programy, m.in. program spójności społeczno-ekonomicznej czy też Unię Gospodarczą i Walutową.

Definiując jednolity rynek, teoria integracji zwraca uwagę na to, że stanowi on zaawansowaną formę integracji rynków. Tworzenie tego rynku nie może być aktem jednorazowym, gdyż jest procesem dynamicznym, przebiegającym etapami, który może prowadzić do dalszego pogłębiania integracji. Warunkiem koniecznym budowy rynku jednolitego jest usunięcie barier rynkowych (liberalizacja, integracja negatywna), ze względu zaś na szczególnie charakter integracji europejskiej tworzenie jednolitego rynku wymaga integracji polityki, a więc skoordynowanych działań interwencyjnych na szczeblu władz krajowych i wspólnotowych. Integracja europejskiego rynku wymaga określonych ram instytucjonalnych oraz podejmowania wspólnych działań.

Z punktu widzenia konkurencji szczególne znaczenie dla funkcjonowania jednolitego rynku mają warunki handlu wewnętrznego, rozumianego jako swoboda przepływu dóbr i usług na obszarze zintegrowanym. Handel wewnętrzny to wymiana dóbr i usług między krajami członkowskimi, a gwarancją wolności tego handlu jest eliminacja istniejących barier rynkowych i zabezpieczenie przed powstawaniem nowych. Trzy rodzaje barier mają kluczowe znaczenie w tym względzie: bariery handlowe zidentyfikowane w programie rynku wewnętrznego jako fizyczne, techniczne

i fiskalne; bariery tworzone przez niekonkurencyjne zachowania przedsiębiorstw; bariery tworzone przez interwencje publiczne w formie pomocy państwowej.

Pierwsza grupa barier stanowi przedmiot zainteresowania programów i polityki rynku wewnętrznego, dwie pozostałe grupy to domena europejskiej polityki konkurencji. Eliminacja barier handlowych decyduje o dostępie do rynku, natomiast eliminacja barier tworzonych przez przedsiębiorstwa i pomoc państwową determinuje warunki konkurencyjne, w tym relacje między strukturą rynku, zachowaniami rynkowymi i sposobem jego funkcjonowania (Brodecki, 2004: 57–59).

W traktacie ustanawiającym UE (Wspólnotę Europejską) z 1993 roku w art. 81, ust. 1 konkurencję określa się jako konsekwencję realizacji swobód w zakresie przedsięwzięć gospodarczych. Za niezgodne ze wspólnym rynkiem i zakazane uważa się wszelkie porozumienia między przedsiębiorstwami i praktyki, które mogą wpływać na handel między państwami członkowskimi i których celem bądź skutkiem jest zakłócenie konkurencji wewnątrz wspólnego rynku. W artykule tym przedstawiono cały szereg zachowań objętych zakazem porozumień antykonkurencyjnych (zob. Greaves, 1998: 97 i n.).

Zakaz nadużywania pozycji dominującej przedsiębiorstwa

Konkurencja na rynku może zostać ograniczona nie tylko poprzez porozumienia przedsiębiorstw, ale również na skutek działań indywidualnych firm, mających duży udział w rynku. Prawo wspólnotowe w sposób kategoryczny przeciwstawia się takim próbom monopolizacji rynku wewnętrznego. Artykuł 82 TWE zawiera bezwarunkowy zakaz wszelkiego nadużywania przez jeden podmiot gospodarczy lub grupę podmiotów pozycji dominującej na rynku, zarówno po stronie podaży, jak i popytu, o ile takie działanie może negatywnie wpływać na handel pomiędzy państwami członkowskimi. Stosowanie do tego artykułu wymaga łącznego zaistnienia trzech warunków:

- dominacji na rynku,
- nadużycia pozycji dominującej,
- oddziaływania na handel między państwami członkowskimi (Greaves, 1998: 162).

Nadużycie pozycji dominującej dokonywane jest w oparciu o rynek właściwy, na którym operuje przedsiębiorstwo. Pojęcie rynku właściwego zostało opracowane na gruncie teorii ekonomicznych, oznacza teoretyczną przestrzeń, w ramach której dochodzi do konfrontacji popytu i podaży produktów lub usług, które uważane są przez kupujących lub korzystających z usług jako zamiennie między sobą i niezamiennie między innymi oferowanymi dobrami i usługami (Skoczny, 1996: 81–82). Rynek właściwy rozpatrywać można w ramach rynku produktu lub rynku geograficznego. W pierwszym znaczeniu obejmuje on wszystkie produkty dostarczane lub wytwarzane przez przedsiębiorstwo oraz produkty stanowiące dla konsumenta ich substytut z uwagi na właściwości, ceny lub przeznaczenie. Rynek geograficzny to natomiast

obszar wspólnego rynku, na którym zachowanie dominującego przedsiębiorstwa wywiera skutki. Elementami decydującymi o znaczeniu gospodarczym rynku są powierzchnia, gęstość zaludnienia i poziom życia ludzi.

Tak więc pozycja dominująca nie została w prawie wspólnotowym jednoznacznie określona: generalnie uważa się, że dotyczy ona sytuacji, kiedy udział jednej firmy na rynku jest bardzo wysoki (np. powyżej 65%), a aktualni lub potencjalni rywale tej firmy nie mają realnej możliwości podważenia jej pozycji (Sawicka, 2004: 298).

Przy ocenie, czy przedsiębiorstwo zajmuje pozycję dominującą, należy wziąć pod uwagę dodatkowe okoliczności, takie jak występująca struktura rynkowa, liczba i siła rynkowa konkurentów, istnienie barier dostępu do danego rynku czy możliwości działania niezależnie od konkurentów, dostawców lub nabywców.

Artykuł 82 TWE wymienia cztery przykładowe sytuacje nadużywania pozycji dominującej:

- narzucanie w sposób bezpośredni lub pośredni niesłusznych cen i dyskryminacyjnych warunków transakcji,
- ograniczanie produkcji, zbytu lub postępu technicznego niekorzystne dla konsumentów,
- stosowanie zróżnicowanych warunków przy analogicznych transakcjach z różnymi partnerami,
- uwarunkowanie kontraktów od dodatkowych zobowiązań, niezwiązanych z przedmiotem transakcji (Wysokińska, Witkowska, 2002: 206).

Niesłuszna cena w rozumieniu art. 82 TWE to cena nadmierna, pozostająca bez uzasadnionego związku z wartością gospodarczą świadczenia. Stwierdzenie, że cena jest wygórowana, może nastąpić m.in. poprzez porównanie cen sprzedaży produktu i jego kosztów produkcji, z czego wynika marża zysku. Ustalenie, czy przedsiębiorstwo używa „drapieżnych” cen, wymaga wyróżnienia dwóch sytuacji. Pierwszy przypadek obejmuje stosowanie cen niższych niż średni koszt zmiennych, tzn. tych, które zmieniają się w zależności od wielkości produkcji. Takie sytuacje traktowane są jak nadużycie, ponieważ kiedy produkowany i sprzedawany produkt powoduje straty po stronie przedsiębiorstwa, to następnie po wyeliminowaniu konkurentów pozwoli podnieść ceny, dzięki pozycji monopolistycznej. Druga sytuacja obejmuje ceny niższe niż średnia kosztów całkowitych, które obejmują koszty stałe, tzn. te, które pozostają niezmiennie bez względu na produkowaną ilość. Do nadużycia dojdzie w tym przypadku wtedy, kiedy zostanie ustalone, że ceny te są stosowane w celu wykluczenia konkurentów z rynku (Wysokińska, Witkowska, 2002: 249–250).

Kolejne nadużycie stanowi stosowanie różnych warunków do podobnych świadczeń. Sytuacja ta występuje wówczas, gdy przedsiębiorca mający pozycję dominującą na rynku traktuje swych partnerów handlowych w sposób dyskryminujący, stawiając niektórych spośród nich w pozycji gorszej z punktu widzenia konkurencji. W grę może wchodzić nakładanie cen dyskryminujących. Nadużycie może polegać na stosowaniu zróżnicowanych cen w stosunku do przedsiębiorstw kupujących taką

samą liczbę produktów, z których jedno z przedsiębiorstw dokonuje zakupów również u innego producenta.

Podobnie jest w przypadku porozumień, zabronione są praktyki polegające na uzależnieniu przez przedsiębiorstwo dominujące na rynku umów od akceptacji przez partnerów dodatkowych świadczeń niezwiązanych z przedmiotem transakcji, charakterem lub zwyczajem handlowym.

Artykuł 82 TWE nie potępia monopoli ani zamiaru monopolizacji czy nawet dominującej pozycji samej w sobie, jedynie zabrania jej nadużywania na obszarze wspólnotowego rynku. Zwalcza się dopiero nadużycie pozycji dominującej, gdy jest ono tego rodzaju, że wpłynęło lub stworzyło zagrożenie dla handlu między państwami członkowskimi. Interpretacja terminów, takich jak dominująca pozycja, jej nadużycie, właściwy rynek, pozostawione zostało Trybunałowi Sprawiedliwości. Nadużycie pozycji dominującej odnosi się zarówno do eliminacji konkurencji przez przejęcie firm konkurencyjnych, jak również do takich zachowań, które niekorzystnie zmieniają strukturę rynku, powodują zmiany strumienia handlu, oferty towarowej czy też działają na niekorzyść konsumentów.

Kontrola koncentracji przedsiębiorstw

W traktacie WE nie ma przepisów, które dotyczyłyby szczególnie i wyraźnie kontroli koncentracji przedsiębiorstw. Komisja Europejska opowiada się za zastosowaniem w takich przypadkach art. 82 TWE, gdy dokonujące koncentracji przedsiębiorstwo już zajmuje pozycję dominującą na rynku. Sąd Pierwszej Instancji w tym zakresie wyjaśnił, że w sytuacji, gdy nie dochodzi do utworzenia lub umocnienia pozycji dominującej, operacja powinna być dopuszczona. W sytuacji odwrotnej, gdzie koncentracja stwarza lub umacnia pozycję dominującą w sposób prowadzący do ograniczenia skuteczności konkurencji na wspólnym rynku lub na jego części, uznana jest za niezgodną ze wspólnym rynkiem. Propozycja kontroli fuzji pojawiła się już w 1965 roku, później problemem tym zajmowały się państwa członkowskie w czasie szczytu paryskiego w 1972 roku. Od 1973 do 1988 roku Komisja przedstawiała kolejne wersje rozporządzenia dotyczące kontroli różnych form połączeń firm. W grudniu 1989 roku przyjęte zostało przez Radę rozporządzenie o kontroli koncentracji między przedsiębiorstwami. Rozporządzenie to zostało zaktualizowane w 2004 roku.

Koncentracja w myśl Rozporządzenia Rady 139/2004/WE polega na łączeniu się lub przejęciu kontroli nad innym przedsiębiorstwem i występuje w przypadku, gdy trwała zmiana kontroli wynika z:

- łączenia się dwóch lub więcej wcześniej samodzielnych przedsiębiorstw lub części przedsiębiorstw,
- nabycia przez jedną lub więcej osób już kontrolujących co najmniej jedno przedsiębiorstwo, lub przez jedno lub więcej przedsiębiorstw, przez zakup papierów

wartościowych lub aktywów, w drodze umowy lub w jakikolwiek inny sposób, bezpośredniej lub pośredniej kontroli nad całym lub częścią jednego lub więcej innych przedsiębiorstw (Skonsolidowane obwieszczenie Komisji...).

Koncentracja posiada wymiar wspólnotowy w przypadku, gdy:

- łączny światowy obrót wszystkich zainteresowanych przedsiębiorstw wynosi więcej niż 5 mld euro oraz
- łączny obrót przypadający na Wspólnotę, każdego z co najmniej dwóch zainteresowanych przedsiębiorstw wynosi więcej niż 250 mln euro, chyba że każde z zainteresowanych przedsiębiorstw uzyskuje więcej niż dwie trzecie swoich łącznych obrotów przypadających na Wspólnotę w jednym i tym samym państwie członkowskim (Skonsolidowane obwieszczenie Komisji...).

Prawo wspólnotowe wyróżnia trzy podstawowe formy koncentracji przedsiębiorstw: fuzję, połączenie i przejęcie kontroli. Fuzja dokonana jest między przedsiębiorstwami uprzednio niezależnymi. Połączenie może również odnieść się jedynie do części takich przedsiębiorstw. Przejęcie kontroli (inaczej akwizycja) następuje w sytuacji, gdy jedna lub więcej osób kontrolujących co najmniej jedno przedsiębiorstwo przejmuje bezpośrednią lub pośrednią kontrolę nad całym lub częścią jednego lub kilku przedsiębiorstw. Sposób nabycia kontroli może nastąpić poprzez objęcie lub nabycie elementów kapitału lub majątku, zawarcie odpowiedniej umowy lub w inny sposób. Uzyskanie kontroli może nastąpić w drodze utworzenia wspólnego przedsiębiorstwa, pełniącego w sposób ciągły wszystkie podstawowe funkcje samodzielnego podmiotu gospodarczego. Pojęcie przedsiębiorstwa wspólnego obejmuje przedsiębiorstwo kontrolowane wspólnie przez co najmniej dwa inne przedsiębiorstwa. W zakres pojęcia wchodzi zatem fuzja przedsiębiorstw, a także współpraca w ściśle określonej, wąskiej dziedzinie, na przykład w zakresie badań i rozwoju. Przedsiębiorstwo wspólne uzyskuje niezależność gospodarczą w stosunku do przedsiębiorstw założycielskich, prowadzi samodzielną politykę handlową i samodzielnie podejmuje działania konkurencyjne (Skonsolidowane obwieszczenie Komisji...).

Uprawnienia Trybunału Sprawiedliwości i Sądu Pierwszej Instancji w ochronie konkurencji

Trybunał Sprawiedliwości Wspólnot Europejskich utworzono na mocy Traktatu EWWiS w 1952 roku. Jego siedzibą jest Luksemburg.

Zadaniem Trybunału jest zapewnienie jednolitej interpretacji stosowania prawa europejskiego we wszystkich krajach Unii – tak by prawo było jednakowe dla wszystkich. Trybunał zapewnia na przykład, aby sądy krajowe nie wydawały rozbieżnych wyroków w podobnych sprawach. Trybunał czuwa również nad tym, by wszystkie państwa członkowskie i instytucje unijne wypełniały nałożone na nie zobowiązania prawne. Trybunał jest uprawniony do rozstrzygania sporów prawnych między państwami członkowskimi, instytucjami UE, osobami prawnymi i fizycznymi (Bor-

hardt, 2003: 51). Generalnie ma on zapewnić „respektowanie prawa w interpretacji i aplikacji” Traktatu (art. 220 TWE).

W skład Trybunału wchodzi po jednym sędzi z każdego państwa członkowskiego, dzięki czemu reprezentowane są w nim krajowe systemy prawne wszystkich 27 krajów Unii. Tym niemniej, ze względów praktycznych, Trybunał rzadko zasiada w pełnym składzie. Zazwyczaj zasiada jako Wielka Izba złożona z 13 sędziów lub jako izby liczące po pięciu lub trzech sędziów (Collins, 1998: 71).

W celu wsparcia Trybunału Sprawiedliwości w rozpatrywaniu dużej liczby spraw do niego wnoszonych, jak również dla zapewnienia obywatelom lepszej ochrony prawnej, na mocy Jednolitego Aktu Europejskiego w 1989 roku powołano Sąd Pierwszej Instancji.

Sąd ten nie ma uprawnień do rozpatrywania i rozstrzygania spraw wniesionych przez państwa członkowskie lub organy Wspólnoty. Zajmuje się rozstrzyganiem i rozpatrywaniem w pierwszej instancji pewnych kategorii spraw lub postępowań, wniesionych przez osoby fizyczne lub prawne.

W odniesieniu do prawa konkurencji Sąd orzeka w sprawach wniesionych przez osoby fizyczne lub prawne o naruszeniu reguł stosowanych do przedsiębiorstw na podstawie zarzutu co do legalności aktu prawnego lub zaniechania działania oraz w odniesieniu do pomocy publicznej. Sąd rozpoznaje także powództwo odszkodowawcze przeciwko Wspólnocie, jeśli jest związane ze skargami na bezczynność organów lub nieważność aktów prawnych.

Od orzeczeń Sądu Pierwszej Instancji przysługuje odwołanie do Trybunału, które należy wnieść w terminie dwóch miesięcy od daty ogłoszenia. Trybunał może unieważnić wyrok Sądu, gdy odwołanie jest uzasadnione i odwoławne.

Kompetencje Komisji Europejskiej w ochronie konkurencji

Postanowienia traktatu o UE wyznaczyły Komisji zadanie organu zapewniającego funkcjonowanie i rozwój wspólnego rynku. Komisja sprawuje nadzór nad przestrzeganiem przez państwa członkowskie oraz osoby fizyczne i prawne postanowień traktatu i środków podjętych na jego podstawie (art. 211 TWE). Dodatkowo organ ten został upoważniony do wydawania przepisów wykonawczych i interpretacyjnych.

Komisja zgodnie z art. 81 i 82 TWE ma podejmować niezbędne działania zmierzające do ochrony konkurencji we Wspólnocie. Wyposażona została w prawo prowadzenia badań w sprawach o naruszenie art. 81 i 82 TWE w przypadku stwierdzenia wystąpienia naruszenia, do podjęcia środków zmierzających do ich zaprzestania i przywrócenia stanu poszanowania postanowień prawa wspólnotowego. Komisja może podjąć działanie poprzez wydanie zaleceń, jak i nałożenie kar pieniężnych, kiedy spełnione zostały przewidziane prawne warunki. Komisja przejawia rzeczywistą zdolność prawną do podejmowania samodzielnych decyzji o charakterze ponadnarodowym. Nie jest powiedziane, że stoi ona ponad wszystkimi krajami członkowskimi,

ale faktem jest, że jest ona kompetentna w podejmowaniu samodzielnych decyzji w odniesieniu do polityki konkurencji oraz pomocy państwa.

W skład Komisji Europejskiej wchodzi wiele Dyrekcji Generalnych, które zajmują się wybranymi problemami. I tak, konkurencją zajmuje się Dyrekcja Generalna ds. Konkurencji.

Zadaniem Dyrekcji Generalnej ds. Konkurencji jest wdrażanie reguł konkurencji określonych w Traktacie ustanawiającym Wspólnotę Europejską. Celem działań Dyrekcji jest zapewnienie, że konkurencja na jednolitym rynku nie podlega ograniczeniom. Niezakłócona konkurencja na rynku wewnętrznym Wspólnoty stanowi gwarancję dobrobytu konsumentów oraz przyczynia się do wzmacniania konkurencyjności gospodarki europejskiej. Dyrekcja Generalna wspiera wykonywanie szerokich kompetencji Komisji Europejskiej w dziedzinie ochrony konkurencji. Zajmuje się przygotowaniem decyzji Komisji, badaniem rynków służącym wszczynaniu postępowań z zakresu ochrony konkurencji, opracowaniem projektów.

Dyrekcja Generalna ds. Konkurencji zajmuje się, najogólniej mówiąc, czterema zakresami działania mogącymi mieć wpływ na zachowanie wolnej konkurencji.

Po pierwsze, obszar działań Dyrekcji Generalnej wiąże się ze stosowaniem art. 81 TWE, tj. zakazu karteli. Dyrekcja zajmuje się kontrolowaniem karteli tak, aby nie zakłóciły swobodnej wymiany handlowej na płaszczyźnie wspólnotowej. Komisja ma przeciwdziałać zarówno nadmiernej koncentracji w gospodarce, jak i porozumieniom ograniczającym konkurencję, które negatywnie wpływają na handel wewnątrz Wspólnoty. Obok prawa antykartelowego mamy do czynienia także z postanowieniami dotyczącymi nadużycia pozycji dominującej. Art. 82 TWE nadaje Komisji Europejskiej prawo kontroli nadużycia pozycji dominującej przedsiębiorstwa. Trzecią domenę zadań Komisji w odniesieniu do prawa konkurencji stanowi kontrola nielegalnych koncentracji przedsiębiorstw. Najważniejszym zadaniem Dyrekcji w tej kwestii jest wyrażenie zgody lub niedopuszczenie do koncentracji, która swoim rozmiarem zagrażałaby wolnej i skutecznej konkurencji. Czwartą dziedziną kompetencji Komisji w stosunku do prawa konkurencji jest kontrola pomocy państwa. Działania Dyrekcji Generalnej w tym obszarze związane są z koniecznością analiz programów pomocy publicznej przedstawianych przez państwa członkowskie do zaaprobowania Komisji Europejskiej (Rouam, 1998: 14–15).

Dyrekcja Generalna ds. Konkurencji zajmuje się współpracą z odpowiednimi krajowymi organami ochrony konkurencji w związku z międzynarodowym wymiarem polityki konkurencji (np. ściganiem ogólnoswiatowych karteli). Dyrekcja Generalna ds. Konkurencji wydaje również kwartalnik „Competition Policy Newsletter” poświęcony polityce konkurencji UE. Dyrekcja podlega komisarzowi ds. konkurencji – Neelie Kroes. Funkcję Dyrektora Generalnego sprawuje Philip Lowe (*Taking Competition Seriously – Anti-Trust Reform in Europe*).

Polityka konkurencji i ochrona praw konsumentów w Polsce

Do 1989 roku Polska ze względów politycznych nie była zainteresowana integracją z Europejską Wspólnotą Gospodarczą. Kierunki polityki zagranicznej i gospodarczej były uzależnione od wytycznych Związku Radzieckiego. Sytuacja zmieniła się po przełomie, który nastąpił w 1989 roku, tj. po upadku bloku komunistycznego i powstaniu suwerennej Polski.

Wraz z wkroczeniem naszego kraju na drogę demokracji priorytetowym celem rozwoju Polski stało się przystąpienie do europejskich organizacji gospodarczych i struktur bezpieczeństwa. Stało się jasne, że Polska nie tylko z racji położenia geograficznego, ale także jako część europejskiej wspólnoty duchowej i kulturowej nie może pozostać na uboczu procesu integracji Europy. Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej poprzedza długi proces negocjacji, prowadzący poprzez okres przejściowy aż do pełnego członkostwa naszego kraju w strukturach Unii Europejskiej. Członkostwo we Wspólnocie to dla Polski korzystny wybór zarówno z punktu widzenia bezpieczeństwa państwa, jak i tworzenia właściwych warunków do szybszego rozwoju gospodarczego oraz budowania nowoczesnego społeczeństwa obywatelskiego.

Poniższe kalendarium przedstawia etapy w procesie integracji Polski ze strukturami europejskimi:

1988 – Polska i Europejska Wspólnota Gospodarcza (EWG) nawiązują stosunki gospodarcze. Rozpoczynają się negocjacje w sprawie umowy o handlu i współpracy gospodarczej.

1991 – 16 grudnia polski rząd podpisuje Układ Europejski ustanawiający stowarzyszenie między Rzeczpospolitą Polską a Wspólnotami Europejskimi i ich państwami członkowskimi. Jednocześnie podpisana zostaje Umowa Przejściowa, regulująca – do czasu wejścia w życie Układu Europejskiego – stosunki handlowe między stronami.

1994 – 1 lutego wchodzi w życie Układ Europejski ustanawiający stowarzyszenie między Rzeczpospolitą Polską a Wspólnotami Europejskimi i ich państwami członkowskimi.

1997 – w grudniu podczas spotkania Rady Europejskiej w Luksemburgu zapada decyzja o rozpoczęciu 30 marca 1998 roku procesu rozszerzenia Unii Europejskiej i o zwołaniu 31 marca 1998 roku dwustronnej Konferencji Międzyrządowej między innymi z Polską.

1998 – 1 kwietnia odbyło się inauguracyjne posiedzenie w Warszawie Zespołu ds. Negocjacji o Członkostwo RP w UE. 3 kwietnia w Brukseli rozpoczyna się oficjalnie proces screeningu (przeglądu prawa) między innymi Polski.

2000 – podczas grudniowego szczytu UE w Nicei przywódcy uzgadniają tekst roboczy traktatu nicejskiego w sprawie reformy instytucjonalnej w Unii Europejskiej, kończąc tym samym trwającą od 14 lutego 2000 roku Konferencję Międzyrządową 2000. Traktat ten otwiera praktycznie drogę do rozszerzenia Unii Europejskiej.

2001 – dziewiętnaście rozdziałów negocjacyjnych zostało zamkniętych. We wrześniu nowo wybrany rząd wielokrotnie deklaruje dążenie Polski do wczesnego członkostwa w UE.

2002 – 13 grudnia zakończono negocjacje akcesyjne.

2003 – 16 kwietnia na nadzwyczajnym szczycie Unii Europejskiej w Atenach następuje uroczyste podpisanie traktatu akcesyjnego, który liczy ponad 5,5 tysiąca stron. 7 i 8 czerwca w Polsce odbyło się referendum w sprawie członkostwa w UE. Głos na „tak” oddało ponad 70% obywateli, którzy w tych dniach udali się do urn.

2004 – 1 maja Polska wstąpiła do UE (*Etapy integracji Polski z Unią Europejską*).

Bezpośrednio przed przystąpieniem do Unii Europejskiej Polska znajdowała się pośród jej głównych partnerów handlowych. UE przez długi czas była z kolei największym partnerem handlowym Polski. Wielkość obrotów handlowych Polska–Unia wyniosła ponad 60 miliardów euro w 2003 roku. Handel Polska–UE stanowił około 70% polskiego eksportu, a także importu. Wstąpienie Polski do Unii Europejskiej w 2004 roku stworzyło dogodne warunki dla inwestorów zagranicznych w Polsce:

- dostęp do jednolitego rynku z około 500 milionami konsumentów (UE, Norwegia, Islandia oraz Lichtenstein);
- Polska jest największym pojedynczym beneficjentem pomocy pochodzącej z UE bez względu na to, jakie będą priorytety polityki strukturalnej;
- polskie prawo zostało w dużym stopniu dostosowane i zharmonizowane z prawem UE (*acquis communautaire*), przez co otoczenie prawne staje się w pełni kompatybilne ze standardami zachodnimi;
- członkostwo Polski w UE jest gwarancją stabilności politycznej oraz dynamicznego rozwoju gospodarczego (*Etapy integracji Polski z Unią Europejską*).

Wyniki negocjacji akcesyjnych w obszarze polityki konkurencji

Znaczenie prawa konkurencji wzrosło w Polsce wraz z transformacją, która doprowadziła do powstania gospodarki rynkowej. Podstawowym celem tej gałęzi prawa jest ochrona wolności gospodarczej przez promowanie konkurencji na wolnym rynku. Konkurencja stwarza przedsiębiorcom możliwość rywalizowania w oparciu o cenę i jakość na wolnym rynku, nieskrępowanym antykonkurencyjnymi ograniczeniami. W związku z tym wzrasta potrzeba rozumienia tego wciąż zmieniającego się i kompleksowego zagadnienia.

Układ Europejski z 16 grudnia 1991 roku ustanawiający stowarzyszenie między Rzeczpospolitą Polską a Wspólnotami Europejskimi i ich państwami członkowskimi w rozdziale III uregulował kwestie dostosowania prawa polskiego do systemów prawa wspólnotowego. Warunkiem wstępnej integracji gospodarczej Polski ze Wspólnotą miało być zbliżenie polskiego ustawodawstwa, zarówno tego istniejącego, jak i przyszłego, do ustawodawstwa istniejącego we Wspólnocie. Polska zobowiązała się podjąć wszelkie starania celem zapewnienia zgodności przyszłego ustawodaw-

stwa z ustawodawstwem Wspólnoty. Wśród obszarów wymienionych w Układzie Europejskim, które objąć miało zbliżenie, znalazła się również polityka konkurencji (Brodecki, Gromnicka, 2002: 99).

Otwarcie negocjacji w dziedzinie polityki konkurencji nastąpiło 19 maja 1999 roku, ich zamknięcie natomiast 20 listopada 2002 roku. W tym obszarze negocjacyjnym znalazły się dwie dziedziny prawa: prawo antymonopolowe – reguły konkurencji skierowane do przedsiębiorców oraz reguły konkurencji między przedsiębiorstwami a władzami publicznymi – chodzi tutaj o przepisy dotyczące pomocy publicznej. W zakresie prawa antymonopolowego Polska zobowiązała się do wdrożenia dorobku prawnego Wspólnot najpóźniej w dniu uzyskania członkostwa. Zaznaczyć przy tym należy, że w tej dziedzinie znaczna część prawa polskiego zgodna była z prawem europejskim jeszcze przed formalnym rozpoczęciem negocjacji. Natomiast w obszarze reguł konkurencji skierowanych do państwa Polska deklarowała przyjęcie porządku wspólnotowego najpóźniej z chwilą uzyskania członkostwa, z wyjątkiem niektórych form pomocy publicznej udzielanej przedsiębiorcom w specjalnych strefach ekonomicznych, dla których strona polska wniosła okres przejściowy do końca 2017 roku (Brodecki, 2004: 499–500).

Ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (art. 1) „określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Ustawa reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom ograniczającym konkurencję oraz praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, a także antykonkurencyjnym koncentracjom przedsiębiorców i ich związków, jeśli te praktyki lub koncentracje wywołują lub mogą wywoływać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Ustawa określa także organy właściwe w sprawach ochrony konkurencji i konsumentów”.

Ustawa ta zawiera regulacje mające na celu przeciwdziałanie zbiorowym i indywidualnym zachowaniom przedsiębiorców godzącym w konkurencję i interesy innych uczestników rynku, konkurentów, kontrahentów i konsumentów (zakaz praktyk ograniczających konkurencję), jak i dotyczące kontroli administracyjnej przeprowadzonych przez przedsiębiorców operacji o charakterze strukturalnym (połączenia przedsiębiorców, nabywanie akcji itp.) mogących negatywnie wpłynąć na stan konkurencji na rynku (Modzelewska-Wąchał, 2002: 7). Ustawa ta nie jest jednak aktem regulującym wszystkie zagadnienia dotyczące ochrony konkurencji, gdyż zawiera głównie postanowienia skierowane do przedsiębiorców. Ponieważ jest aktem z zakresu prawa publicznego, chroni interesy publicznoprawne związane z konkurencją. Ochrona prywatnoprawna realizowana musi być przez pokrzywdzonych przedsiębiorców w oparciu o przepisy kodeksu cywilnego czy też ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Modzelewska-Wąchał, 2002: 13).

Przepisy dotyczące praktyk ograniczających konkurencję

W polskim stanie prawnym zarówno przepisy dotyczące porozumień i pozostałych zachowań antykonkurencyjnych (kartele oraz inne formy współpracy), jak i przepisy regulujące nadużycie pozycji dominującej są powszechnie określone jako przepisy dotyczące praktyk ograniczających konkurencję (*Prawo konkurencji w Polsce*).

Artykuł 5 Ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów zakazuje porozumień „których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym, polegające w szczególności na:

- 1) ustalaniu bezpośrednio lub pośrednio cen i innych warunków zakupu lub sprzedaży towarów;
- 2) ograniczaniu lub kontrolowaniu produkcji lub zbytu oraz postępu technicznego lub inwestycji;
- 3) podziale rynków zbytu lub zakupu;
- 4) stosowaniu w podobnych umowach z osobami trzecimi uciążliwych lub niejednorodnych warunków umów, stwarzających tym osobom zróżnicowane warunki konkurencji;
- 5) uzależnianiu zawarcia umowy od przyjęcia lub spełnienia przez drugą stronę innego świadczenia, niemającego rzeczowego ani zwyczajowego związku z przedmiotem umowy;
- 6) ograniczaniu dostępu do rynku lub eliminowaniu z rynku przedsiębiorców nieobjętych porozumieniem;
- 7) uzgadnianiu przez przedsiębiorców przystępujących do przetargu lub przez tych przedsiębiorców i przedsiębiorcę będącego organizatorem przetargu warunków składanych ofert, w szczególności zakresu prac lub ceny”.

Ustawa o ochronie konkurencji zakazuje także nadużywania siły rynkowej, często określanej jako dominacja na rynku. W świetle ustawy przez pozycję dominującą rozumie się pozycję przedsiębiorcy, która umożliwia mu zapobieganie skutecznej konkurencji na rynku właściwym przez stworzenie mu możliwości działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów, kontrahentów i konsumentów. Ustawa przyjmuje także domniemanie, zgodnie z którym przedsiębiorca ma pozycję dominującą, jeśli jego udział w rynku przekracza 40%. Prawo nie zakazuje osiągnięcia czy utrzymania pozycji dominującej, zakazane jest wyłącznie jej nadużycie (Brodecki, 2004: 515).

Kontrola koncentracji przedsiębiorstw w Polsce

Kontrola koncentracji jest istotnym elementem systemu prawa konkurencji. W Polsce co do zasady zakazane są jedynie takie koncentracje, w wyniku których konkurencja na rynku zostaje istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku. Procedura nadzoru nad transakcja-

mi prowadzącymi do koncentracji przedsiębiorstw także regulowana jest przepisami ustawy o ochronie konkurencji. Nakłada ona na przedsiębiorców obowiązek uzyskania zezwolenia na niektóre koncentracje o istotnych rozmiarach. Obowiązek ten stosuje się do wszystkich transakcji, w których łączny obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji przekracza 50 mln euro (Brodecki, 2004: 520).

Koncentracje takie podlegają zgłoszeniu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, którego zgoda jest niezbędna do zamknięcia transakcji. Oznacza to, że przedsiębiorcy nie mogą dokonać koncentracji przed uzyskaniem pozytywnej decyzji ze strony Prezesa UOKiK lub przed upływem okresu 2 miesiące od daty zgłoszenia, jeśli Prezes nie wyda w tym terminie żadnej decyzji. Za niezgłoszenie transakcji lub dostarczenie w ramach zgłoszenia informacji wprowadzających w błąd grożą kary finansowe (*Prawo dla inwestorów*).

Pomoc publiczna w Polsce

W odniesieniu do reguł pomocy publicznej Polska akceptuje zasady określone w art. 87–89 TWE, po przystąpieniu do Unii Europejskiej, choć nadal prezentuje niższy od przeciętnego w Unii poziom rozwoju gospodarczego. Dlatego też istnieje potrzeba dopuszczenia – oprócz akceptowanych przez WE – również innych zasad i form udzielania pomocy w zakresie:

- a) ochrony środowiska, co wynika z konieczności dostosowania się przez Polskę do wysokich standardów unijnych (koszty tego procesu przekraczają często możliwości finansowe polskich przedsiębiorców);
- b) ratowania i restrukturyzacji firm znajdujących się w trudnej sytuacji, a szczególnie zagrożonych utratą płynności finansowej, przez odroczenie lub rozłożenie na raty zobowiązań publicznych;
- c) rozwoju regionalnego – w Polsce dotychczas jest oferowana pomoc regionalna w rozumieniu zasad jej udzielania w UE, z wyjątkiem nieznacznej pomocy udzielanej w gminach zagrożonym wysokim bezrobociem i dla przedsiębiorców w specjalnych strefach ekonomicznych (Właszczuk, 2005: 94–95).

Polska wystąpiła o okres przejściowy dotyczący pomocy publicznej w specjalnych strefach ekonomicznych przedsiębiorcom, którzy działają na tzw. starych zasadach, do końca istnienia stref, czyli do 2017 roku. Problem stref ekonomicznych wynika z niezgodności między sposobem, w jaki udzielana jest pomoc publiczna w Polsce, a warunkami udzielania tej pomocy w UE. Chodzi w szczególności o:

- a) przyznawanie niedozwolonych form pomocy w prawodawstwie UE (np. pomoc dla ekspertów w postaci subsydiów);
- b) kumulowanie różnych typów pomocy i przekraczanie jej dozwolonych pułapów; w państwach członkowskich UE dofinansowanie inwestycji w obszarach spełniających kryteria pomocy regionalnej nie może przekroczyć kosztów tej

- inwestycji – 65% w przypadku małych i średnich przedsiębiorstw – w polskich strefach ekonomicznych nie było takiego ograniczenia;
- c) zasadę przejrzystości pomocy publicznej, czyli monitorowanie wielkości i formy pomocy; jest to w warunkach polskich bardzo trudne ze względu na oparcie konstrukcji pomocy na umorzeniu podatku dochodowego po przekroczeniu minimalnego progu inwestycji lub zatrudnienia określonego indywidualnie (umorzenie wynosi 100% w ciągu pierwszych 10 lat i 50% w ciągu następnych 10 lat);
 - d) niektóre strefy ekonomiczne nie spełniają unijnych kryteriów uprawniających do otrzymania pomocy regionalnej – PKS mniejszy niż 85% średniej krajowej, bezrobocie powyżej 110% średniej krajowej.

Podsumowanie

Do 1989 roku Polska ze względów politycznych nie była zainteresowana integracją z Europejską Wspólnotą Gospodarczą. Kierunki polityki zagranicznej i gospodarczej były uzależnione od wytycznych Związku Radzieckiego. Sytuacja zmieniła się po przełomie, który nastąpił w 1989 roku, tj. po upadku bloku komunistycznego i powstaniu suwerennej Polski.

Wstąpienie Polski do Unii Europejskiej w 2004 roku stworzyło dogodne warunki rozwoju gospodarczego między innymi poprzez dostęp do jednolitego rynku z około 500 milionami konsumentów (UE, Norwegia, Islandia oraz Lichtenstein).

Polskie prawo zostało w dużym stopniu dostosowane i zharmonizowane z prawem UE (*acquis communautaire*), przez co otoczenie prawne stało się w pełni kompatybilne ze standardami zachodnimi.

Porządek prawny jest rzeczywistym fundamentem UE i nadaje jej charakter wspólnoty prawa. Jedynie tworzenie i ochrona nowego prawa pozwala Unii na osiągnięcie celów, które przyświecały jej powstaniu. W konsekwencji prawie 500 milionów ludzi postrzega wspólny rynek jako codzienną rzeczywistość dzięki otwarciu granic, wymianie towarów i usług, swobodnemu przemieszczaniu się siły roboczej i wzrostowi liczby spółek międzynarodowych (Borchardt, 2011: 131).

Bibliografia

- Biegaj A. (2001), *Glosariusz negocjatora, Zrozumieć negocjacje*, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa.
- Borchardt K. D. (2003), *ABC prawa wspólnotowego*, Przedstawicielstwo Komisji Europejskiej w Polsce, Warszawa.
- Borchardt K. D. (2011), *ABC prawa Unii Europejskiej*, Urząd Publikacji Unii Europejskiej, Luksemburg.

- Brodecki Z. (red.) (2004), *Konkurencja*, Wydawnictwo Prawnicze LexisNexis, Warszawa.
- Brodecki Z., Gromnicka E. (2002), *Układ Europejski z komentarzem*, Wydawnictwo Prawnicze LexisNexis, Warszawa.
- Collins A. M. (1998), *Postępowanie przed Trybunałem Sprawiedliwości oraz Sądem Pierwszej Instancji Wspólnot Europejskich*, [w:] Wojtaszek-Mik E. (red.), *Podstawy systemu prawnego Wspólnot Europejskich*, Instytut Europejski, Łódź.
- Etapy integracji Polski z Unią Europejską*, https://pl.wikipedia.org/wiki/Etapy_integracji_Polski_z_Uni%C4%85_Europejsk%C4%85, dostęp: 17.02.2016.
- Greaves R. (1998), *Prawo konkurencji – artykuły 81 i 82 traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską*, [w:] Wojtaszek-Mik E. (red.), *Podstawy systemu prawnego Wspólnot Europejskich*, Instytut Europejski, Łódź.
- Jednolity Akt Europejski*, http://stosunki-miedzynarodowe.pl/traktaty/jednolity_akt_europejski.pdf, dostęp: 20.04.2016.
- Modzelewska-Wąchał E. (2002), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Twiger, Warszawa.
- Prawo dla inwestorów*, www.paiz.gov.pl/index/?id=062ddb6c727310e76b6200b7c71f63b5#2, dostęp: 2.02.2016.
- Prawo konkurencji w Polsce*, http://www.paiz.gov.pl/prawo/prawo_konkurencji, dostęp: 18.02.2016.
- Rouam C. (1998), *Wspólnotowe ramy prawne dotyczące pomocy państwa w zakresie restrukturyzacji przemysłu: podstawy prawne, zasady określania wielkości pomocy*, [w:] Królikowska-Olczak M. (red.), *Zgodność pomocy państwa przyznawanej na cele restrukturyzacji przemysłu ze wspólnotowymi zasadami konkurencji*, Instytut Europejski, Łódź.
- Sawicka J. (2004), *Polska w Unii Europejskiej – wybrane polityki sektorowe*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
- Skoczny T. (1996), *Wolna konkurencja i generalne reguły jej ochrony*, [w:] Jasiński P., Skoczny T. (red.), *Studia nad integracją europejską*, Dom Wydawniczy „Elipsa”, Warszawa.
- Skonsolidowane obwieszczenie Komisji dotyczące kwestii jurysdykcyjnych na mocy rozporządzenia Rady (WE) nr 139/2004 w sprawie kontroli koncentracji przedsiębiorstw, Dz. U. UE, 2008/C 95/01, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52008XC0416%2808%29&from=PL>, dostęp: 18.02.2016.
- Taking Competition Seriously – Anti-Trust Reform in Europe*, http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-05-157_en.htm, dostęp: 18.02.2016.
- Ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, Dz.U. 2000, nr 122, poz. 1319.
- Właszczuk H. T. (red.) (2005), *Wyniki negocjacji akcesyjnych nowych krajów członkowskich Unii Europejskiej*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
- Wysokińska Z., Witkowska J. (2002), *Integracja europejska. Rozwój rynków*, PWN, Warszawa–Łódź.

Summary**Legal regulations on competition and consumer protection in the single European market**

This paper discusses the legal regulations on competition and consumer protection in the single European market. It considers regulations on market abuse, the powers of the Court of Justice, the Court of First Instance in relation to competition, and the competence of the European Commission in relation to antitrust practices, competition and the protection of consumer rights in Poland. The paper notes that every year EU treaties inform thousands of decisions that have a decisive impact on the functioning of EU Member States and the lives of their inhabitants.

Keywords: competition policy, the single market, protection of consumer rights

Słowa kluczowe: polityka konkurencji, jednolity rynek, ochrona praw konsumentów

Zenon Ślusarczyk*

Podstawy prawne ochrony środowiska w Polsce: wybrane zagadnienia

Wstęp

Zgodnie z obowiązującym prawem ochrona środowiska to obowiązek zarówno administracji publicznej, przedsiębiorców, jak i obywateli. Podmioty te (i inne jeszcze) powinny postępować zgodnie z prawem, tak aby utrzymać naturalne podstawy bytu ludzi, zapewnić odpowiednie warunki rozwoju bez szkody dla środowiska naturalnego. Stąd wprowadzenie takich regulacji prawnych, jak odpowiednie zezwolenia na korzystanie z zasobów wodnych, leśnych, geologicznych itp. oraz stosowanie opłat za odprowadzanie ścieków, składowanie odpadów itp. Z zasady regulacje te powinny być zgodne z prawem ochrony środowiska UE i innymi umowami międzynarodowymi.

W sumie jest to aktualny i obszerny problem, który trudno szczegółowo opisać w jednym artykule, stąd uwaga o wybranych zagadnieniach.

Podstawowe pojęcia z zakresu prawa ochrony środowiska

Zacząć należy od tego, jak definiowane jest środowisko w Ustawie z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska. W art. 3, pkt 39 tej ustawy przez środowisko rozumie się „ogół elementów przyrodniczych, w tym także przekształconych w wyniku działalności człowieka, a w szczególności powierzchnię ziemi, kopaliny, wody, powietrze, zwierzęta i rośliny, krajobraz oraz klimat”.

Natomiast ochrona środowiska to w świetle literatury przedmiotu podjęcie lub zaniechanie działań umożliwiających zachowanie lub przywracanie równowagi przyrodniczej. Ochrona ta dotyczy szczególnie:

* Prof. nadzw. dr hab. Zenon Ślusarczyk, Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi.

- racjonalnego kształtowania i gospodarowania zasobami środowiska zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju,
- przywracania elementów przyrodniczych do stanu właściwego (pierwotnego) (Radecki, 2001: 10 i n.).

Inaczej mówiąc, można w skrócie stwierdzić, iż ochrona środowiska obejmuje zarówno powstrzymanie się od pogarszania stanu składników środowiska, jak i aktywne działania mogące poprawić ich naturalne właściwości (Gruszecki, 2009: 21 i n.).

System prawny ochrony środowiska w Polsce

Przepisy Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej w art. 2 mówią o tym, by zapewnić wszystkim obywatelom bezpieczeństwo ekologiczne, jak również utrzymać równowagę przyrodniczą w środowisku, obciążając tym organy władzy publicznej, a także wszystkie inne organy władzy publicznej, które mają obowiązek chronić środowisko przed negatywnymi skutkami własnych działań.

Na prawo ochrony środowiska składają się bowiem przepisy zarówno z zakresu prawa administracyjnego, jak i cywilnego oraz karnego. Taki sposób regulacji wynika przede wszystkim z tego, iż dopiero wykorzystanie instrumentów prawnych różnych gałęzi prawa gwarantuje prawidłową ochronę (Rakoczy, Wierzbowski, 2005: 24–25).

Ogólnie biorąc, na system prawa ochrony środowiska składają się:

- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej,
- umowy międzynarodowe,
- ustawy, w tym Ustawa z 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska,
- rozporządzenia,
- akty prawa miejscowego.

Konstytucja to ustawa zasadnicza regulująca podstawowe kwestie, a jednocześnie najważniejsze, dotyczące m.in. ustroju i funkcjonowania państwa i wolności obywatelskich, kompetencji najważniejszych organów państwa. Przepisy Konstytucji mają charakter norm generalnych i abstrakcyjnych, adresowanych do nieokreślonej liczby adresatów.

Konstytucja RP z 1997 r. może być bezpośrednio stosowana w procesie stosowania prawa. Stoi ona na czele hierarchii źródeł prawa polskiego i wszelkie normy zawarte w innych aktach prawnych muszą być zgodne z normami konstytucyjnymi. Nad zgodnością norm prawnych z Konstytucją czuwa specjalnie powołany do tego organ – Trybunał Konstytucyjny (Rakoczy, Wierzbowski, 2005: 230).

Przepisy Konstytucji RP wyróżniają kilka zasad wiążących się z prawem ochrony środowiska, a mianowicie:

- zasadę legalności – art. 2 Konstytucji,
- zasadę zrównoważonego rozwoju – art. 5 Konstytucji,
- zasadę proporcjonalności – art. 31 Konstytucji,

- zasadę zapobiegania negatywnym dla zdrowia skutkom degradacji środowiska – art. 68, ust. 4 Konstytucji,
- zasadę obowiązku władz publicznych chronienia środowiska – art. 74, ust. 2 Konstytucji,
- zasadę prawa do informacji o stanie środowiska (Rakoczy, Wierzbowski, 2005: 34).

Najważniejszą ustawą w prawie ochrony środowiska jest Ustawa z dnia z 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska, jest ona określana mianem kodeksu ochrony środowiska (Rakoczy, Wierzbowski, 2005: 36).

Zasady prawne ochrony środowiska

Możemy wyróżnić dwie grupy, w jakich są zapisane zasady ochrony środowiska, a mianowicie jest to Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, jak również Ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska, Ustawa z dnia 3 października 2008 r. o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie, udziale społeczeństwa w ochronie środowiska oraz o ocenach oddziaływania na środowisko.

Można wymienić trzy artykuły, w których zawarte są zasady prawa ochrony środowiska wynikające z przepisów Konstytucji RP: art. 5, 74 i 86.

Art. 5 Konstytucji RP mówi, iż „Rzeczpospolita Polska strzeże niepodległości i nienaruszalności swojego terytorium, zapewnia wolności i prawa człowieka i obywatela oraz bezpieczeństwo obywateli, strzeże dziedzictwa narodowego oraz zapewnia ochronę środowiska, kierując się zasadą zrównoważonego rozwoju”.

Zasada ta mówi o takim rozwoju społeczno-gospodarczym, w którym następuje proces integrowania działań politycznych, gospodarczych i społecznych z zachowaniem równowagi przyrodniczej w celu zagwarantowania możliwości zaspokojenia podstawowych potrzeb poszczególnych społeczności lub obywateli zarówno współczesnego pokolenia, jak i przyszłych pokoleń.

Art. 74, pkt 1 Konstytucji stwierdza, że władze publiczne prowadzą politykę zapewniającą bezpieczeństwo ekologiczne współczesnemu i przyszłemu pokoleniom. Pkt 2 określa, iż ochrona środowiska jest obowiązkiem władz publicznych. W pkt 3 zapisano, że każdy ma prawo do informacji o stanie i ochronie środowiska. Natomiast w myśl pkt 4 władze publiczne wspierają działania obywateli na rzecz ochrony i poprawy stanu środowiska.

Artykuł ten mówi także o zasadzie bezpieczeństwa ekologicznego. Bezpieczeństwo ekologiczne obejmuje działania nakierowane na wiele dziedzin życia społecznego, gospodarczego i politycznego, które mogą mieć wpływ na środowisko. Jest to czas, w którym podczas normalnej eksploatacji zasobów środowiska nie mogą być przekraczane ustalone w przepisach prawnych poziomy zanieczyszczeń. Celem bezpieczeństwa ekologicznego jest określenie optymalnych warunków zdrowia ludzi przez:

- ocenę ich zagrożenia wynikającego ze szkodliwego działania zanieczyszczeń,
- opracowanie zasad zapobiegania skutkom zanieczyszczeń biologicznych, chemicznych oraz fizycznych w środowisku.

Tak więc zasada bezpieczeństwa ekologicznego według art. 74 Konstytucji RP obejmuje działanie lub zaniechanie pozwalające zachować lub przywrócić równowagę przyrodniczą niezbędną do zapewnienia współczesnemu i przyszłym pokoleniom odpowiednich warunków życia oraz realizacji prawa do korzystania z zasobów środowiska i zachowania jego wartości. Bezpieczeństwo ekologiczne ma zapewnić polityka realizowana przez administrację publiczną.

Obowiązek ochrony środowiska jest zatem obowiązkiem konstytucyjnym. Wyraża on w tym zakresie funkcje państwa. Z przepisów Konstytucji RP wynika, że to państwo przyjmuje na siebie obowiązek ochrony środowiska i utrzymuje go na odpowiednim poziomie dla zapewnienia możliwości korzystania z niego przez obywateli (Górski, 2009: 55–56).

Art. 86 Konstytucji mówi, iż każdy jest zobowiązany do dbałości o stan środowiska i ponosi odpowiedzialność za spowodowane przez siebie jego zagrożenia. Zasady tej odpowiedzialności określa ustawa.

Należy zauważyć, że zasada powszechnego dostępu do informacji o środowisku stanowi fundament udziału społeczeństwa w sprawach z zakresu ochrony środowiska. Podstaw tej dyrektywy należy szukać w 10. Zasadzie deklaracji z Rio de Janeiro z dnia 14 czerwca 1992 r. przyjętej na Posiedzeniu Plenarnym Konferencji Narodów Zjednoczonych „Środowisko i Rozwój”, która brzmi: „Zagadnienia środowiska są najlepiej rozwiązywane na właściwym poziomie z udziałem wszystkich zainteresowanych obywateli. Na poziomie narodowym każda jednostka powinna mieć zapewniony dostęp do informacji dotyczącej środowiska, w której posiadaniu jest władza publiczna”. Oczywiście przedstawiona reguła nie ma charakteru bezpośrednio obowiązującego, ale odgrywa istotną rolę, ponieważ w oparciu o te same założenia została opracowana i przyjęta Konwencja z Aarhus.

Jej artykuł 5 mówi, iż każdy ma prawo uczestniczenia, na warunkach określonych ustawą, w postępowaniu wymagającym udziału społeczeństwa.

Z zasadą powszechnego dostępu do informacji o środowisku nierozzerwalnie wiąże się możliwość udziału społeczeństwa w postępowaniach, które mogą wywrzeć skutek na stan otaczającego nas środowiska. Pierworzoru tej zasady należy poszukiwać w postanowieniach art. 7 i 8 Konwencji z Aarhus. Pierwszy z tych przepisów gwarantuje udział społeczeństwa w przygotowaniu planów i programów mających znaczenie dla środowiska, w ramach przyjętych i bezstronnych mechanizmów, po uprzednim otrzymaniu niezbędnej informacji. Natomiast w drugim z tych przepisów określono, że społeczeństwo powinno mieć możliwość zgłaszania uwag bezpośrednio lub poprzez reprezentatywne ciało opiniodawcze. Skoro zaś jednostka jest częścią szeroko rozumianego społeczeństwa, które z punktu widzenia udziału w postępowaniu z zakresu ochrony środowiska nie wymaga sformalizowanych struktur – z przepisów tych należy wyciągnąć wnioski, że poszczególne osoby fizyczne mogą

uczestniczyć w takich postępowaniach. Do wejścia w życie ustawy zasada gwarantująca społeczeństwu udział w postępowaniu z zakresu ochrony środowiska zawarta była w art. 10 prawa ochrony środowiska, aktualnie znalazła się ona w art. 5 ustawy (Gruszecki, 2009: 34–35, 37).

Reasumując, zasady określone w Ustawie z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska to:

- zasada zrównoważonego rozwoju,
- zasada kompleksowości,
- zasada prewencji,
- zasada przezroczności,
- zasada odpowiedzialności sprawcy – „zanieczyszczający płaci”,
- zasada nadrzędności wymagań ochrony środowiska wobec polityk, planów i programów dotyczących ochrony środowiska,
- zasada dostępu do informacji,
- zasada partycypacji publicznej,
- zasada ujednolicenia,
- zasada nieważności decyzji.

Zasada zrównoważonego rozwoju wyznacza koncepcje całego systemu przepisów prawa ochrony środowiska oraz jego zasad (Górski, 2009: 57). Zasada ta jest określona w Konstytucji RP, jak również w ustawie o ochronie środowiska.

Zasada kompleksowości jest zawarta w art. 5 ustawy o ochronie środowiska, brzmi ona: ochrona jednego lub kilku elementów przyrodniczych powinna być realizowana z uwzględnieniem ochrony pozostałych elementów. Zasada ta zakłada konieczność realizowania ochrony jednego lub kilku elementów przyrodniczych z uwzględnieniem ochrony pozostałych komponentów ochrony środowiska. Środowisko powinno być traktowane jako pewna całość, zespół powiązanych i oddziaływających na siebie wzajemnie elementów, a naruszenie równowagi ochrony może zrodzić bezpośrednio negatywne skutki dla środowiska jako całości.

Zasada kompleksowości dotyczy więc składników środowiska oraz stanów naturalnych podlegających ochronie prawnej. Środowisko, według tej zasady, powinno być traktowane jako zespół powiązanych i oddziałujących na siebie wzajemnie elementów. Regulacje prawne dotyczące poszczególnych komponentów środowiska powinny uwzględniać relacje i zależności zachodzące między nimi. Instrumenty wykorzystywane w kompleksowej ochronie środowiska nie mogą powodować sytuacji, w której ochrona jednego elementu środowiska będzie realizowana kosztem innych (Gruszecki, 2009: 58–59).

Zasada prewencji i zasada przezroczności zawarte są w artykule 6 ustawy o ochronie środowiska, mówiącym: kto podejmuje działania mogące negatywnie oddziaływać na środowisko, jest zobowiązany do zapobiegania temu oddziaływaniu.

W prewencji chodzi zarówno o wszelkie przedsięwzięcia zmierzające do przeciwdziałania niekorzystnym zjawiskom, jak również o niedopuszczenie do ich powstania.

Jedną z podstawowych zasad ochrony środowiska jest zasada „zanieczyszczający płaci”, zawarta w art. 7 ustawy o ochronie środowiska, która brzmi: kto powoduje zanieczyszczenie środowiska, ponosi koszty usunięcia skutków tego zanieczyszczenia (Gruszecki, 2009: 59–60).

Stosowanymi przez administrację publiczną instrumentami działania przy realizacji zasady „zanieczyszczający płaci” są normy i opłaty. Normy tworzą trzy grupy:

1. W pierwszej grupie znalazły się normy jakości środowiska, wyznaczające w sposób wiążący poziomy zanieczyszczeń lub uciążliwości, których nie należy przekraczać w danym środowisku lub jego części.
2. Druga grupa zawiera normy dotyczące produktów, określające poziomy zanieczyszczeń lub uciążliwości, których nie należy przekraczać; normy te dotyczą składu lub wartości emisji spowodowanych przez produkt, ponadto mogą wyszczególniać własności lub cechy projektowanego produktu; normy dotyczące produktów wyznaczają również warunki badań testowych, pakowania, znakowania i etykietowania.
3. Trzecią grupę tworzą tzw. normy technologiczne, obejmujące:
 - a) normy emisji, określające poziomy zanieczyszczeń i uciążliwości, które nie powinny być przekraczane podczas eksploatacji instalacji stałych,
 - b) normy projektowe instalacji ustalające warunki, które muszą być spełnione podczas projektowania i budowy stałych instalacji przeznaczonych do ochrony środowiska,
 - c) normy eksploatacji formułujące warunki, jakie są wymagane podczas eksploatacji stałych instalacji przeznaczonych do ochrony środowiska (Gruszecki, 2009: 64 i n.).

Prawny charakter opłat w ochronie środowiska

Na system środków prawno-finansowych w prawie ochrony środowiska składają się:

- opłata za korzystanie ze środowiska,
- administracyjna kara pieniężna,
- zróżnicowanie podatków i innych danin publicznych służących celom ochrony środowiska,
- opłata eksploatacyjna w prawie geologicznym i górnictwym,
- opłata depozytowa i produktowa,
- opłaty za usuwanie drzew i krzewów w ustawie o ochronie przyrody,
- opłaty i należności w prawie wodnym.

Opłaty za korzystanie ze środowiska ponosi podmiot korzystający ze środowiska. Z art. 284, ust. 1 ustawy o ochronie środowiska wynika, że obowiązek ponoszenia opłat powstaje z mocy samego prawa, bez konieczności wydawania przez organ administracji decyzji określającej wysokość zobowiązania z tego tytułu, w konsekwencji czego podmiot korzystający ze środowiska we własnym zakresie ustala opłaty,

a następnie, zgodnie z art. 284, ust. 1 ustawy, wnosi je na rachunek właściwego urzędu marszałkowskiego (Gruszecki, 2009: 216).

Natomiast kary pieniężne są wymierzane w przypadku naruszenia warunków zawartych w pozwoleniu na korzystanie ze środowiska. Sytuacje te nie obejmują jednak korzystania z niego bez wymaganego pozwolenia wtedy, gdy jest ono wymagane. W celu wypełnienia tej luki ustawodawca w art. 276, ust. 1 ustawy wprowadził instytucję opłat podwyższonych, znajdujących zastosowanie, kiedy zachodzi konieczność posiadania pozwolenia na korzystanie ze środowiska, ale korzystający ze środowiska go nie posiada (Gruszecki, 2009: 218 i n.).

Opłaty i należności w prawie wodnym

Szczegółowe regulacje dotyczące tych opłat zawiera Ustawa z dnia 18 lipca 2001 r. Prawo wodne w dziale VI, rozdziale 5. Ustawodawca posługuje się dwoma pojęciami: należności i opłaty.

Instrumenty finansowe służące gospodarowaniu wodami stanowią:

- należności za korzystanie ze śródlądowych dróg wodnych oraz urządzeń wodnych stanowiących własność Skarbu Państwa, usytuowanych na śródlądowych wodach powierzchniowych;
- oddanie w użytkowanie obwodu rybackiego za opłatą roczną, na czas nie krótszy niż 10 lat, na podstawie umowy, do zawarcia której upoważniony jest dyrektor regionalnego zarządu gospodarki wodnej;
- opłaty za oddanie w użytkowanie gruntów pokrytych wodami, w stosunku do wód istotnych dla kształtowania zasobów wodnych oraz ochrony przeciwpowodziowej, w szczególności wód podziemnych oraz śródlądowych wód powierzchniowych:
 - w potokach górskich i ich źródłach,
 - w ciekach naturalnych, od źródeł do ujścia, o średnim przepływie z wielolecia równym lub wyższym od 2,0 m³/s w przekroju ujściowym,
 - w jeziorach oraz sztucznych zbiornikach wodnych, przez które przepływają ciek,
 - granicznych,
 - w śródlądowych drogach wodnych.

Za przygotowanie i udostępnienie danych w innej formie niż określona w ust. 2 i 3 organ administracji publicznej lub upoważniona jednostka organizacyjna pobiera opłatę.

Należności za korzystanie ze śródlądowych dróg wodnych oraz urządzeń wodnych stanowiących własność Skarbu Państwa uiszcza się za:

- żeglugę oraz przewóz ludzi lub towarów obiektami pływającymi,
- holowanie lub spław drewna,
- korzystanie ze śluz lub pochylni.

Z uiszczenia należności zwolnione są:

- łodzie sportowo-turystyczne i inne małe statki (do 15 ton nośności lub służące do przewozu nie więcej niż 12 pasażerów); zwolnienie nie dotyczy należności za korzystanie ze śluz lub pochylni;
- statki jednostek organizacyjnych właściciela wód lub urządzeń wodnych zlokalizowanych na wodach oraz jednostek państwowej służby hydrologiczno-meteorologicznej;
- statki jednostek sił zbrojnych, jednostek organizacyjnych resortu spraw wewnętrznych oraz jednostek ratowniczych;
- statki urzędów żegluga śródlądowej;
- statki Państwowej i Społecznej Straży Rybackiej;
- statki urzędów morskich;
- promy leżące w ciągach dróg publicznych.

Opłaty za składowanie odpadów

W razie składowania lub magazynowania odpadów podmiotem korzystającym ze środowiska, obowiązującym do ponoszenia opłat za korzystanie ze środowiska jest:

- posiadacz odpadów w rozumieniu przepisów ustawy o odpadach, czyli ten, kto faktycznie włada odpadami,
- jeśli odpady zostały przekazane na rzecz podmiotu, który nie uzyskał wymaganego zezwolenia w zakresie gospodarki odpadami, to podmiotem korzystającym ze środowiska, obowiązującym do ponoszenia opłat za korzystanie ze środowiska, jest podmiot, który przekazał te odpady,
- jeśli zaś to osoba fizyczna niebędąca przedsiębiorcą przekazuje odpady podmiotowi, który nie uzyskał wymaganego zezwolenia w zakresie gospodarki odpadami, podmiotem korzystającym ze środowiska, obowiązującym do ponoszenia opłat za korzystanie ze środowiska, jest podmiot, któremu przekazano te odpady.

Wysokość opłaty za składowanie odpadów zależy od ilości i rodzaju składowanych odpadów, z tym że wysokość opłaty podwyższonej zależy także od czasu składowania odpadów. Jeżeli składowane lub magazynowane odpady ulegają zmieszaniu, za podstawę opłaty za korzystanie ze środowiska przyjmuje się rodzaj odpadu, za który jednostkowa stawka opłaty jest najwyższa.

Powyższej reguły nie stosuje się do tych rodzajów odpadów, które mogą być składowane w sposób nieselektywny na podstawie przepisów o odpadach.

W większości przypadków dotyczących składowania odpadów opłatę za korzystanie ze środowiska w zakresie składowania odpadów ponosić będzie zarządzający składowiskiem.

Opłaty za usuwanie drzew i krzewów

Opłaty za usuwanie drzew i krzewów reguluje Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 6 maja 2003 r. w sprawie jednostkowych stawek opłat za usuwanie drzew lub krzewów.

Rozporządzenie poza zmianami o charakterze formalnym wprowadziło dwie ważne regulacje dotyczące ulg w opłatach:

- usunięcie drzew lub krzewów przez przedsiębiorców w celu niezwiązanym z działalnością gospodarczą ustala się z zastosowaniem współczynnika 0,1 – co oznacza, że stawki dla nich stanowią jedną dziesiątą stawek z tabeli opłat,
- usunięcie topól i klonu jesionolistnego objęto również 90-procentową ulgą w opłacie.

Zakończenie

System instrumentów prawno-finansowych w ochronie środowiska odgrywa istotną rolę, ponieważ może funkcjonować, rozwijać się i udoskonalać prawo ochrony środowiska i jego skuteczność.

System instrumentów prawno-finansowych funkcjonuje na bazie dwóch podstawowych doktryn prawa, a mianowicie Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej oraz Ustawy z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska. W tych dwóch aktach prawnych zawarte są główne pojęcia z tej dziedziny i obowiązujące zasady.

System instrumentów prawno-finansowych składa się z dwóch części, a mianowicie z opłat w ochronie środowiska i z administracyjnych kar pieniężnych. Zalicza się do nich wiele różnych podatków, kar finansowych i opłat, jakie mają obowiązek składać nie tylko podmioty gospodarcze, ale i osoby fizyczne. Opłaty te mają pomóc w ochronie środowiska.

Każde przewinienie w prawie ochrony środowiska jest karane poprzez uiszczenie kary pieniężnej lub może być anulowane, jeżeli podmiot naprawi swoje złe postępowanie. Kary finansowe mają na celu zapobieganie niszczeniu środowiska, można je umorzyć lub odroczyć, jeżeli podmiot stara się poprawić swoje złe postępowanie.

Bibliografia

- Górski M. (2009), *Prawo ochrony środowiska*, Oficyna Wolters Kluwer SA, Warszawa.
- Gruszecki K. (2009), *Ustawa o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie, udziale społeczeństwa w ochronie środowiska oraz o ocenach oddziaływania na środowisko. Komentarz*, LEX/el., Wrocław.

- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r., Dz.U. 1997, nr 78, poz. 483.
- Radecki W. (2001), *Ochrona środowiska – suplement*, PWE, Warszawa.
- Rakoczy B., Wierzbowski B. (2005), *Podstawy prawa ochrony środowiska*, Wolters Kluwer SA, Warszawa.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 6 maja 2003 r. w sprawie jednostkowych stawek opłat za usuwanie drzew lub krzewów, Dz.U. 2003, nr 99, poz. 906.
- Ustawa z dnia 18 lipca 2001 r. Prawo wodne, Dz.U. 2005, nr 239, poz. 2019.
- Ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 r. o odpadach, Dz.U. 2001, nr 62, poz. 628 z późn. zm.
- Ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska, Dz.U. 2001, nr 62, poz. 627.
- Ustawa z dnia 3 października 2008 r. o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie, udziale społeczeństwa w ochronie środowiska oraz o ocenach oddziaływania na środowisko, Dz.U. 2008, nr 199, poz. 1227.

Summary

The legal basis of environmental protection in Poland: selected issues

This article considers aspects of the legal basis for environmental protection in Poland. Under current law, environmental protection is the responsibility of public administrations, businesses and citizens. These actors (and others) should comply with the law so as to maintain the natural foundations of life of people and to ensure appropriate conditions for development without harming the environment. The article looks at regulations relating to the use of water resources, forestry, geology, etc. and reflects on the use of fees for sewage and waste disposal, etc. In principle, these regulations should be consistent with EU environmental law and other international agreements.

Keywords: environmental law, legal and financial instruments in environmental protection

Słowa kluczowe: prawo ochrony środowiska, instrumenty prawno-finansowe w ochronie środowiska



**CZĘŚĆ II
PROBLEMY
ZARZĄDZANIA
ZASOBAMI
LUDZKIMI**

Piotr Solarz* , Sylwia Jabłońska-Kempny**

Nieprawidłowości w relacjach z obywatelami w zakresie sporządzania czynności notarialnych w kontekście wymogów etycznych dotyczących notariusza

Wstęp

Artykuł ten poświęcony jest nieprawidłowościom w relacjach z obywatelami w zakresie czynności notarialnych w kontekście wymogów etycznych dotyczących notariusza. Głównym celem niniejszego artykułu jest zatem próba odpowiedzi na pytanie: czy notariusz jako osoba wykonująca „klasyczny” zawód prawniczy powinna funkcjonować w granicach ogólnych norm moralnych, poczucia przyzwoitości, kultury moralnej oraz wychowania obywatelskiego?

Tezę główną artykułu jest stwierdzenie: „Notariusz, wykonując czynność zawodową, jest zobowiązany zachować lojalność wobec strony czynności notarialnej, jak również wobec państwa”.

Konkretyzacją wymienionego celu ogólnego, a także tezy głównej, są hipotezy szczegółowe, które zostały sformułowane w formie tez pomocniczych. Teza pierwsza: „Notariusz ma obowiązek udzielania stronom niezbędnych wyjaśnień dotyczących dokonywanej czynności prawnej”. Teza druga „Zawód notariusza jest zawodem zaufania publicznego i jest czynnikiem zabezpieczającym prawa obywatelskie”.

* Dr hab. Piotr Solarz, prof. nadzw., Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie.

** Mgr Sylwia Jabłońska-Kempny, radca prawny, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie.

Zaufanie publiczne w zawodzie notariusza

O etyce zawodów prawniczych napisano już wiele. Jednak temat ten wciąż powraca zwłaszcza w kontekście konkretnych zdarzeń, których uczestnikami są prawnicy zrzeszeni w samorządach zawodowych, w tym osoby wykonujące zawód notariusza. Nie bez powodu każdy przypadek nieprawidłowości obserwowanych w relacjach z obywatelami w zakresie świadczenia czynności notarialnych przez notariuszy wzbudza niepokój. Notariusz jest bowiem zawodem zaufania publicznego, a więc profesją polegającą na wykonywaniu zadań o szczególnym charakterze z punktu widzenia zadań publicznych. Zgodnie z opracowaniem Centrum Badania Opinii Społecznej z kwietnia 2004 roku pt. *Opinia społeczna na temat zawodów zaufania publicznego* warunkiem uznania jakiegoś zawodu za zawód zaufania publicznego w powszechnym przekonaniu jest to, aby osoby wykonujące go cechowała nienaganna postawa moralna i etyczna oraz świadczenie usług wysokiej jakości. „Pojęcie *zawód zaufania publicznego* kojarzy się Polakom przede wszystkim z zawodem wymagającym od wykonujących go osób specjalnych standardów etycznych, moralnych oraz wysokiej jakości usług” (*Opinia społeczna na temat zawodów zaufania publicznego*, 2004: 17). Badanie CBOS wykazało, że połowa Polaków pytanych o skojarzenia wiążące się z określeniem *zawód zaufania publicznego* wymieniała różne cechy pozytywne charakteryzujące taki zawód, a cechy negatywne pojawiały się sporadycznie, tylko u 3% badanych. „Wśród pozytywnych opisowych charakterystyk zawodów zaufania publicznego najczęściej (25%) pojawiały się wypowiedzi dotyczące moralności, etyki zawodowej, które powinny cechować osoby wykonujące takie zawody. Niemal równie często (23%) mówiono także, iż są to zawody pełnego zaufania społecznego, wiążące się z potrzebą zagwarantowania poczucia bezpieczeństwa ludziom korzystającym z usług świadczonych przez osoby pracujące w tych zawodach” (*Opinia społeczna...*, 2004: 1). Jednocześnie zdecydowane poparcie uzyskały opinie, że „zawód ten powinien być istotny dla ogółu społeczeństwa, a osoby wykonujące go powinna obowiązywać tajemnica zawodowa. Większość ankietowanych zaakceptowała też stwierdzenie, że między klientem a osobą wykonującą dany zawód powinna istnieć szczególna więź zaufania” (*Opinia społeczna...*, 2004: 3). „Respondenci zapytani, czy zawód zaufania publicznego powinien się charakteryzować jeszcze jakimiś innymi cechami, wymieniali spontanicznie takie cechy, jak: odpowiednie przygotowanie zawodowe: wykształcenie, kwalifikacje (7%); autorytet społeczny, zaufanie społeczne, dobra opinia (6%); prospołeczna motywacja i działanie (6%); pozytywne nastawienie do klienta: otwartość, szacunek (4%)” (*Opinia społeczna...*, 2004: 5). „Badani Polacy niemal powszechnie byli za przyznaniem statusu zawodu zaufania publicznego zawodom prawniczym, takim jak: notariusz (87%), adwokat (87%), radca prawny (87%)” (*Opinia społeczna...*, 2004: 6). Notariusz wykonujący zawód zaufania publicznego pełni powierzone jej przez państwo zadania publiczne, wyposażony przez państwo w określone funkcje władcze, stoi na straży bezpieczeństwa obrotu prawnego i pełni tę funkcję w interesie publicznym i pry-

watnym. Istotą pojęcia *zaufanie publiczne*, zdaniem Marka Staweckiego wyrażonym w artykule pt. *Problematyka wymogów etycznych osoby notariusza i sporządzanych przez niego czynności* jest fakt, że w swojej działalności notariusz musi zachować lojalność wobec strony czynności notarialnej, ale i wobec państwa. „Lojalność w stosunku do państwa sprowadza się m.in. do zakazu dokonywania czynności sprzecznych z prawem czy też nakazu czuwania nad należyтым zagwarantowaniem interesów wszystkich stron czynności notarialnych” (Stawecki, 2008: 105–111). Ale obok swoistej lojalności wobec państwa notariusz jako osoba wykonująca „klasyczny” zawód prawniczy powinien funkcjonować w granicach ogólnych norm moralnych, poczucia przyzwoitości, kultury moralnej oraz wychowania obywatelskiego. Nie bez powodu przyjęło się już uchwalanie kodeksów etyki zawodowej, które są odpowiedzią na rozejście się kultury prawnej i kultury moralnej. Zasady etyki zawodowej są przypomnieniem o istnieniu norm moralnych wymaganych w życiu zawodowym oraz w zachowaniu poza zawodem. Reguły etyczne sformułowane przez samorząd notariuszy wyznaczają wysokie standardy deontologii tego zawodu, a podstawowym obowiązkiem notariusza jest przestrzeganie podstawowych zasad moralnych.

Nieprawidłowości w zakresie usługi świadczonej przez notariusza

Wszelkie zaobserwowane nieprawidłowości w zakresie świadczonej przez notariusza usługi należy oceniać nie tylko w kontekście złamania przepisów prawa, ale również nadużycia szczególnego zaufania strony oraz państwa, które widzi w nim pewnego rodzaju pełnomocnika prawnego działającego w jego interesie oraz na jego rzecz. Generalnie problem nieprawidłowości może być analizowany z punktu widzenia różnych dziedzin prawa i w różnym kontekście społecznym. Nieprawidłowość jest bowiem tym rodzajem patologii, który charakteryzuje się rozbudowanym obszarem oddziaływania. Dotyka zarówno sfery życia społecznego, gospodarczego, jak i prawnego, występuje w sektorze publicznym, jak i prywatnym. Jest przy tym zjawiskiem, które wraz z intensyfikacją procesów europeizacji przestało być sprawą wewnętrzną poszczególnych państw, a stało się zjawiskiem ponadnarodowym. Społeczność międzynarodowa, uznając powagę problemów związanych z nieprawidłowościami, przywiązuje ogromną wagę do zapobiegania i zwalczania tej patologii. Nieprawidłowości stanowią bowiem zagrożenie dla stabilności systemu instytucjonalno-prawnego państwa, przynosząc szkodę instytucjom i wartościom demokratycznym, wartościom etycznym i sprawiedliwości oraz zagrażają trwałemu rozwojowi i rządowi prawa. Do dziedzin życia społecznego, w których nieprawidłowości występują, dołączyły również zawody zaufania publicznego, do których zalicza się notariusza.

Notariusz jako osoba wykonująca zawód zaufania publicznego realizuje swe czynności zawodowe w oparciu o Uchwałę Nr 19 z późniejszymi zmianami Krajowej

Rady Notarialnej z dnia 12 grudnia 1997 r. Kodeks etyki zawodu notariusza, a jego kompetencje zostały określone **ustawowo**. Art. 79 ustawy prawo o notariacie (zob. Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 13 grudnia 2013 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy – Prawo o notariacie) do czynności wykonywanych przez notariusza zalicza sporządzanie aktów notarialnych, poświadczeń (np. poświadczenie własnoręczności podpisu, zgodności odpisu, wyciągu lub kopii z okazanym dokumentem, datę okazania dokumentu, pozostawanie osoby przy życiu lub w określonym miejscu), wypisów (mających moc prawną oryginałów), odpisów i wyciągów dokumentów, doręczanie oświadczeń, spisywanie protokołów walnych zgromadzeń organizacji społecznych, stowarzyszeń, spółdzielni, spółek i innych osób prawnych, sporządzanie protestów weksli i czeków, przyjmowanie na przechowanie dokumentów, pieniędzy i papierów wartościowych, sporządzanie na prośbę stron projektów aktów, oświadczeń i innych dokumentów. Akty i dokumenty powinny być sporządzone w sposób przejrzysty i zrozumiały. Notariusz ma obowiązek udzielenia stronom niezbędnych wyjaśnień dotyczących dokonywanej czynności prawnej. Czynności notarialne, dokonane przez notariusza zgodnie z prawem, mają charakter dokumentu urzędowego. Zgodnie z art. 2 § 1 wspomnianej ustawy w zakresie swoich uprawnień notariusz działa jako osoba zaufania publicznego, korzystając z ochrony przysługującej funkcjonariuszom publicznym. A zatem notariusz, wykonując czynności zawodowe, opiera osobisty byt na zaufaniu publicznym i prywatnym. Oznacza to tym samym, że jest zobowiązany zachować lojalność wobec strony czynności notarialnej, jak również wobec państwa polegającej m.in. na niedokonywaniu czynności sprzecznych z prawem czy nakazie czuwania nad należytym zagwarantowaniem interesów wszystkich stron czynności notarialnych. Zawód notariusza jako zawód zaufania publicznego ma także inną szczególną rolę. Stanowi swoisty element zasady państwa prawa, a zatem ma być filarem zabezpieczającym prawa obywatelskie. Dlatego też przedstawicielom tego zawodu stawia się znacznie wyższe wymagania niż innym zawodom. Sformułowany już w § 1 Kodeksu etyki zawodu notariusza podstawowy obowiązek to przestrzeganie podstawowych zasad moralnych, a także postępowanie zgodnie z zasadami etyki zawodowej. Kodeks etyki pełni wprawdzie funkcje ogólnoetyczne, ale wskazuje jednocześnie standardy moralnego postępowania przy dokonywaniu konkretnych czynności notarialnych. A zatem jest swoistą busołą wyznaczającą właściwy kierunek w przypadku niejednoznacznej wykładni przepisów prawnych regulujących wykonywanie zawodu notariusza.

Do takich przepisów należą uregulowania dotyczące wysokości pobieranej taksy notarialnej. Zgodnie z treścią § 5 ustawy prawo o notariacie notariuszowi za dokonanie czynności notarialnych przysługuje wynagrodzenie określone na podstawie umowy ze stronami czynności, nie wyższe niż maksymalne stawki taksy notarialnej właściwe dla danej czynności. Co się dzieje jednak, gdy strony dokonują w jednym akcie notarialnym kilku czynności? W takiej sytuacji, zgodnie z treścią § 11 Rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 czerwca 2004 r. w sprawie maksymalnych stawek taksy notarialnej, jeżeli jednym aktem notarialnym, sporządzonym

między tymi samymi osobami, objęto kilka czynności dotyczących tego samego przedmiotu i pozostających ze sobą w takim stosunku, że jedna z tych czynności ma charakter czynności głównej, a inne mają charakter czynności ubocznych i nie mogą istnieć bez czynności głównej – za sporządzenie tego aktu notarialnego stosuje się maksymalną stawkę przewidzianą dla czynności głównej. Przepisy te, jak się przekonała jedna z warszawskich uczelni, mogą być interpretowane zupełnie inaczej niż to wynikałoby z wykładni językowej. Uczelnia, dokonując kilku czynności objętych jednym aktem notarialnym, została zobowiązana w akcie przez notariusza warszawskiej kancelarii notarialnej do zapłaty taksy w wysokości liczonej jak za każdą czynność. Przedstawiciele uczelni podpisali dokument, działając w zaufaniu do notariusza, z którym współpracowali od kilku lat, biorąc na siebie zobowiązanie zapłaty kilkudziesięciu tysięcy złotych za dokonanie przez niego czynności tytułem taksy notarialnej. Uczelnia jednak zaniepokojona wysokością taksy następnego dnia podjęła działania mające na celu ustalenie, czy określona przez notariusza wysokość taksy nie łamie przepisów prawa, a jednocześnie zwróciła się do innych kancelarii notarialnych z zapytaniem o wysokość opłat, w tym taksy notarialnej, za dokonanie podobnych czynności prawnych sfinalizowanych już u rzeczonoego notariusza. Jakie było zdziwienie władz uczelni, gdy oferty, jakie otrzymała w tej sprawie od kancelarii warszawskich, mieściły się w przedziale 10–60 tys. zł. Jak to jest możliwe, że dokonanie tych samych czynności jedna kancelaria wycenia na 10 tys. zł, a inne na 60 tys. zł? Czy przepisy regulujące te kwestie są zatem tak niejednoznaczne, że umożliwiają notariuszom dowolne kształtowanie wysokości taksy notarialnej? Negocjacje uczelni z notariuszem mające na celu zredukowanie wysokości taksy zakończyły się fiaskiem, dlatego uczelnia zwróciła się do Krajowej Rady Notarialnej oraz Izby Notarialnej w Warszawie, w której zrzeszony jest notariusz dokonujący przedmiotowych czynności, o wszczęcie postępowania wyjaśniającego w tej sprawie. Rada Izby Notarialnej stanęła murem za swoim notariuszem, dokonując interpretacji przepisów w zakresie ustalania wysokości taksy notarialnej w sposób niekorzystny dla uczelni. Nie byłoby w tym nic zaskakującego, wszakże obowiązkiem samorządu jest dbać o interesy zrzeszonych w jej ramach notariuszy. Jednak stanowisko wyrażone na piśmie w tej sprawie dziwi, gdyż, po pierwsze, ani Krajowa Rada Notarialna, ani tym bardziej Rada Izby Notarialnej nie ma kompetencji do dokonywania oficjalnej wiążącej wykładni powszechnie obowiązującego prawa, a po drugie, obowiązkiem Rady Izby Notarialnej jest wymagać, aby notariusze wykonywali zawód zaufania publicznego sumiennie i rzetelnie oraz przestrzegali podstawowych zasad moralnych, takich jak: uczciwość, rzetelność, a także postępowali zgodnie z zasadami etyki zawodowej. W Kodeksie etyki zawodu notariusza znajdziemy następujące przykazanie: notariusz winien swą postawą i działaniem dawać dobre świadectwo zawodowi. Wydaje się, że władze samorządu notariuszy powinny strzec przestrzegania powyższego naku, który same sformułowały wobec swoich członków. Tak się jednak we wskazanym kazusie nie stało, o czym świadczy stanowisko Rady Izby Notarialnej biorącej w obronę działania warszawskiego notariusza. Czy w tej konkretnej sytuacji równo-

waga pomiędzy publicznym charakterem działań notariusza a statusem wolnego zawodu została zachwiana? Kodeks etyki zawodu notariusza w § 10 mówi, że notariusz jako osoba zaufania publicznego wyposażona przez państwo w określone funkcje władcze winien dokładać starań, aby w działaniach zachować równowagę między publicznym ich charakterem a swym statusem wolnego zawodu, a od zmiany ustawy prawo o notariacie w 2004 roku również statusem przedsiębiorcy, który prowadzi zarobkową działalność usługową. Tak niejasna i dyskusyjna pozycja notariusza stwarza pole do nieprawidłowości tłumaczonych przez samorząd notariuszy obowiązującymi przepisami prawa interpretowanymi w sposób korzystny dla tej korporacji broniącej własnych dochodów. Przywołać tu można opisywaną w mediach sprawę notariusza z Żyrardowa, którego samorząd notariuszy ukarał dyscyplinarnie za to, iż nie pobrał taksy za kilkanaście wypisów z aktów notarialnych. Władze samorządu uznały wprawdzie za bezsporne, iż notariusz może pobrać wynagrodzenie niższe od maksymalnej stawki z rozporządzenia, ale odstąpić od pobrania wynagrodzenia nie może. Ich zdaniem notariusze wypełniają funkcje urzędowe i należność dla nich jest czymś porównywalnym do podatków, co do których nie ma sporu, że się je płaci.

Rzecznik Dyscyplinarny Krajowej Rady Notarialnej uznał za nietrafne wywoody prawne Ministra Sprawiedliwości skarżącego orzeczenie Sądu Dyscyplinarnego Izby Notarialnej uznające notariusza z Żyrardowa za winnego uchybienia obowiązku wynikającego z art. 5 § 1 ustawy prawo o notariacie, zgodnie z którym notariuszowi za dokonanie czynności notarialnych przysługuje wynagrodzenie określone na podstawie umowy ze stronami czynności, nie wyższe niż maksymalne stawki taksy notarialnej właściwe dla danej czynności. Minister Sprawiedliwości reprezentował pogląd, że przepis uprawnia notariusza tylko do pobrania wynagrodzenia od stron za dokonane czynności notarialne, ale go do tego nie obliguje. W odpowiedzi Rzecznik Dyscyplinarny Krajowej Rady Notarialnej wskazał, że notariat jest instytucją publiczną, nie prywatną, a notariusz jest osobą zaufania publicznego, korzystającą z ochrony przysługującej funkcjonariuszom publicznym. Nie można go zatem uznać za przedsiębiorcę ani za inny podmiot świadczący usługi. Odrzucił twierdzenie, że przy dokonywaniu czynności notariusz jest stroną stosunku zobowiązaniowego, a traktowanie wynagrodzenia za czynności notarialne jako ceny za usługę uznał za sprzeciwiające się zasadom funkcjonowania notariatu. Podkreślił, że przy wykładni art. 5 § 1 ustawy prawo o notariacie nie można pominąć statusu notariatu jako instytucji publicznej. Stąd też wynagrodzenie za czynność notarialną jako urzędową należy – zdaniem Rzecznika Dyscyplinarnego – uznać za obligatoryjny ekwiwalent tej czynności, od którego notariusz nie może zwolnić strony. W gruncie rzeczy jest to bowiem wynagrodzenie nie za czynność notarialną, lecz z powodu dokonania tej czynności. To zaś prowadzi do konkluzji, że wynagrodzenie należne notariuszowi trzeba postrzegać tak, jak opłatę stanowiącą należność publicznoprawną. Sąd Najwyższy, orzekając w rozszerzonym składzie w kwestii zagadnienia prawnego dotyczącego tego, czy art. 5 § 1 ustawy prawo o notariacie nakłada na notariusza obowiązek zawarcia ze stroną takiej tylko umowy, w której jest ona zobowiązana do

świadczenia wynagrodzenia za dokonaną czynność notarialną, czy też, zawierając umowę, może on z wynagrodzenia zrezygnować, w uchwale składu siedmiu sędziów z 23 września 2009 roku, I KZP 7/09, rozstrzygnął, że nie ma żadnego ustawowego nakazu, by notariusz obowiązkowo pobierał wynagrodzenie. Zdaniem Sądu Najwyższego „postawa notariusza skrajnie korzystna w tym względzie dla stron, polegająca na rezygnacji z wynagrodzenia, nie stanowi naruszenia art. 5 § 1 prawa o notariacie, gdyż przepis ten nie formułuje w sposób imperatywny obowiązku pobrania wynagrodzenia”. Sąd Najwyższy odniósł się również do podnoszonej kwestii o publicznoprawnych cechach wynagrodzenia notariusza, wywodząc, że „kierunek sugerujący publicznoprawne cechy wynagrodzenia notariusza opiera się nie na treści konkretnych przepisów prawa ani na ich wykładni, lecz na swego rodzaju intuicjach prawnych, dla których inspiracją są dociekania ograniczające się do ukazania wagi i znaczenia czynności notarialnych. Eksponuje się to, że notariusz realizuje funkcje państwa w regulowaniu obrotu prawnego, dokonując czynności urzędowych, z którymi związane jest domniemanie legalności i publicznej wiarygodności. Wyprowadzane stąd wnioski co do charakteru prawnego wynagrodzenia za czynności notarialne są jednak nietrafne. A zatem wynagrodzenie notariusza nie może uchodzić za należność publicznoprawną tylko dlatego, że jest pobierane za czynność urzędową”.

Sąd Najwyższy podkreślił również, że „podstawową zasadą organizacji notariatu, wprowadzoną ustawą prawo o notariacie z 1991 r., jest to, że jego działalność jest wykonywana w kancelariach notarialnych należących do notariuszy i przez nich prowadzonych albo należących do kilku notariuszy prowadzących kancelarię na zasadach spółki cywilnej lub partnerskiej (art. 4 § 1 i 3 p.n.). Kancelarie nie są obsługiwane ani finansowane przez aparat administracyjny państwa, jak to działo się do 1991 r., gdy funkcjonowały państwowe biura notarialne jako instytucje państwowe”. A zatem strony mają swobodę w wyborze notariuszy, między którymi funkcjonują elementy konkurencji jak między przedsiębiorcami. A instrumentem, który służy konkutowaniu jest profesjonalizm w dokonywaniu czynności, sprawność w działaniu oraz gotowość do negocjowania wynagrodzenia, co jest wpisane w samą konstrukcję taksy notarialnej, w której określono tylko maksymalne stawki za poszczególne rodzaje czynności notarialnych (art. 5 § 3 prawa o notariacie). Być może wkrótce do katalogu cech decydujących o wyborze notariusza dołączy również przestrzeganie podstawowych zasad moralnych.

Interpretując dosłowne sformułowanie art. 5 § 1 prawa o notariacie: „notariuszowi za dokonanie czynności notarialnych przysługuje wynagrodzenie”, trudno znaleźć obowiązek notariusza do pobierania wynagrodzenia za dokonaną czynność. Ani ustawa prawo o notariacie, ani Rozporządzenie Ministra Sprawiedliwości w sprawie maksymalnych stawek taksy notarialnej nie przesądzają *expressis verbis* o obowiązku pobrania taksy za daną czynność notarialną. Władze samorządu notariuszy dokonały dowolnej interpretacji przepisów prawa w zakresie obowiązku pobrania przez notariusza wynagrodzenia, czytając dość jasne przepisy prawa w tej sprawie w sposób iście kreatywny.

Podsumowanie

Podsumowując, należałoby podkreślić i zaapelować, aby korporacja zawodowa notariuszy zadbała o poziom etyki jej poszczególnych członków. Władze samorządu notariuszy powinny zwracać szczególną uwagę na rzetelne i ukierunkowane na interes oraz dobro obywatela przestrzeganie obowiązujących przepisów prawa przez poszczególnych notariuszy. W opisanym przypadku chodzi o przepisy prawa o notariacie, ale przede wszystkim o Rozporządzenie Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 czerwca 2004 roku w sprawie maksymalnych stawek taksy notarialnej. Wskazane powyżej kazusy powinny zainicjować zmiany w funkcjonowaniu samej korporacji notarialnej, która nie powinna przejmować typowych dla związków zawodowych funkcji, ale stać na straży etyki zawodowej i godnego, z punktu widzenia obywatela i państwa, przestrzegania przepisów prawa, a nie wykorzystywania ich dla celów finansowych.

Wydaje się, że opisane powyższej przykłady powinny zainicjować publiczną dyskusję, która przyczyni się do zagwarantowania obywatelom rzetelnej i etycznej obsługi prawnej i zapobiegnie w przyszłości wykorzystywaniu niewiedzy i nieświadomości prawnej obywateli.

Powyższa analiza potwierdza w pełni tezę główną artykułu, to jest faktu, że notariusz, wykonując czynność zawodową, jest zobowiązany zachować lojalność wobec strony czynności notarialnej, jak również wobec państwa. Ponadto analiza potwierdza konkretyzację wymienionej tezy głównej, którą stanowią hipotezy szczegółowe, a mianowicie: notariusz ma obowiązek udzielania stronom niezbędnych wyjaśnień dotyczących dokonywanej czynności prawnej, zawód notariusza jest zawodem zaufania publicznego i jest czynnikiem zabezpieczającym prawa obywatelskie, które znalazły swoje potwierdzenie w treści tekstu.

Bibliografia

- Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 13 grudnia 2013 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy – Prawo o notariacie, Dz.U. 2014, poz. 164.
- Opinia społeczna na temat zawodów zaufania publicznego* (2004), Centrum Badań Opinii Społecznej, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2004/K_073_04.PDF, dostęp: 24.01.2016.
- Rozporządzenie Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 czerwca 2004 r. w sprawie maksymalnych stawek taksy notarialnej, Dz.U. 2004, nr 148, poz. 1564.
- Stawecki M. (2008), *Problematyka wymogów etycznych osoby notariusza i sporządzanych przez niego czynności*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym”, vol. 11, nr 2.
- Uchwała Nr 19 z późniejszymi zmianami Krajowej Rady Notarialnej z dnia 12 grudnia 1997 r. Kodeks etyki zawodu notariusza.

Summary**Notaries' relations with citizens: Ethical requirements**

This article explores irregularities in notaries' relationships with citizens. The overall aim of the article is assess whether a notary as a person engaged within the "classic" legal profession should operate according to general standards of moral decency, culture, moral and civic education. The article reflects on the need to uphold professional ethics and respect the law.

Keywords: notary, notarial activities, irregularities in relations with citizens

Słowa kluczowe: notariusz, czynności notarialne, nieprawidłowości w relacjach z obywatelami

Andrzej Zbonikowski*

Wypalenie zawodowe instruktorów terapii zajęciowej w kontekście poczucia własnej wartości oraz cech osobowościowych Wielkiej Piątki

Wprowadzenie

Instruktorzy terapii zajęciowej podejmują w swej pracy szereg działań mających na celu rehabilitację społeczną i zawodową osób chorych lub niepełnosprawnych. Działania te wiążą się z organizowaniem i prowadzeniem zajęć terapeutycznych opartych na wykonywaniu prac angażujących różne sfery funkcjonowania człowieka: fizyczną, poznawczą, emocjonalną, społeczną. Zajęcia mogą mieć formę zajęć pracowniczych, komputerowych, plastycznych, rękodzielniczych – rzeźbiarskich, tkackich etc. Warto jednak zwrócić uwagę, że praca instruktora obejmuje aktywizowanie podopiecznych, kształtowanie ich motywacji, wspieranie poczucia własnej wartości i rozwijanie kompetencji społecznych, przez co wymaga osobistego zaangażowania i głębszej relacji. Tym samym praca ta wpisuje się w kategorię zawodów społecznych, w których dobry kontakt z drugim człowiekiem warunkuje skuteczność świadczonej pomocy. Wykonywanie zawodów z tej kategorii wiąże się jednak z podwyższonym ryzykiem wystąpienia wypalenia zawodowego.

Autorkami najbardziej spopularyzowanej koncepcji wypalenia zawodowego są Ch. Maslach i S. E. Jackson. Autorki definiują wypalenie jako „psychologiczny zespół wyczerpania emocjonalnego, depersonalizacji oraz obniżonego poczucia osiągnięć osobistych, który może wystąpić u osób pracujących z innymi ludźmi w pewien określony sposób” (Maslach, 2004: 15).

Wskazane w definicji komponenty konstytuują trójwymiarowy model wypalenia zawodowego. Pierwszy wymiar – wyczerpanie emocjonalne – charakteryzuje

* Dr Andrzej Zbonikowski – Katedra Psychologii, Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi; Narodowe Forum Doradztwa Kariery.

się nadmiernym zmęczeniem oraz poczuciem wyczerpania emocjonalnych zasobów. Osoby wyczerpane charakteryzuje obniżona radość życia, zmniejszona motywacja do pracy, brak entuzjazmu, zwiększona drażliwość i impulsywność. W zawodach społecznych uwidacznia się wówczas brak zdolności do „dawania siebie” i trudność w wypełnianiu roli zawodowej. Jako najważniejsze źródła wyczerpania emocjonalnego wskazuje się nadmiar obowiązków oraz konflikty w pracy. Kolejny wymiar wypalenia – depersonalizacja – polega na negatywnym, cynicznym lub zbyt obojętnym traktowaniu osób będących przedmiotem opieki lub wsparcia. Pod wpływem depersonalizacji relacje z innymi ludźmi w sytuacji zawodowej stają się bezosobowe, pozbawione zaangażowania i ciepła emocjonalnego. W pewnym sensie depersonalizacja chroni jednostkę przed pogłębianiem się wyczerpania emocjonalnego, jednak poważnym skutkiem ubocznym może tu być postawa apersonalna i dehumanizacja relacji. Z kolei trzeci wymiar wypalenia – obniżona satysfakcja z dokonań osobistych – odnosi się do spadku poczucia własnej kompetencji i obniżonego poczucia sukcesów w pracy. W konsekwencji jednostka ma coraz większe trudności w wypełnianiu wymagań w miejscu pracy, słabnie jej poczucie własnej skuteczności, rośnie zaś świadomość własnych ograniczeń. Zagrożony jest także obszar poczucia własnej wartości, gdyż pojawia się błędne przekonanie o własnej bezwartościowości w roli pracownika (Maslach, 2004: 15, Tucholska, 2003: 22–23).

Wyróżnione wymiary wypalenia ujmowane są także jako fazy omawianego zjawiska. Leiter i Maslach zaproponowali model, w którym jako pierwsze pojawia się wyczerpanie emocjonalne, na jego kanwie dochodzi do depersonalizacji, a następnie pojawiają się objawy obniżonej satysfakcji z osiągnięć (Leiter i Maslach, 1988, za: Maslach, 2004: 26). Istnieją wprawdzie alternatywne modele fazowe (por. Golembiewski, Munzenrider, Stevenson, 1986, za: Maslach: 2004: 26), jednak w literaturze przedmiotu dominuje ujęcie Leitera i Maslach (por. Tucholska, 2003: 23–24, Wilczek-Rużyczka, 2014: 22).

W badaniach nad uwarunkowaniami wypalenia zawodowego wskazuje się na niskie poczucie własnej wartości (Kliś, Kossewska, 1998, za: Tucholska, 2003: 108; Ogińska-Bulik, 2009: 156; Ogińska-Bulik, Kaflik-Pieróg, 2006: 140) i neurotyczność (Kliś, Kossewska, 1998, za: Tucholska, 2003: 108; Ogińska-Bulik, 2009: 156) jako czynniki szczególnie sprzyjające emocjonalnemu wyczerpaniu i depersonalizacji. Wśród cech osobowości Wielkiej Piątki wyróżnia się także ekstrawersję jako czynnik chroniący przed wypaleniem, będący predyktorem wysokiej satysfakcji zawodowej (Kliś, Kossewska, 1998, za: Tucholska, 2003: 108). Ważnymi czynnikami przyczyniającymi się do rozwoju syndromu wypalenia są także: tendencja do perfekcjonizmu, nierealistyczne oczekiwania, wysoka reaktywność, pesymizm, a także niskie kompetencje interpersonalne oraz brak społecznego wsparcia (Ogińska-Bulik, 2009: 157; Ogińska-Bulik, Kaflik-Pieróg, 2006: 140).

Mimo licznych badań prowadzonych nad wypaleniem w zawodach społecznych (nauczyciele, ratownicy medyczni, lekarze, pielęgniarki) w literaturze przedmiotu brakuje doniesień na temat osobowościowych uwarunkowań wypalenia wśród in-

struktorów terapii zajęciowej. Celem niniejszych badań jest zatem ustalenie osobowościowych korelatów wypalenia zawodowego w omawianej grupie zawodowej.

Osoby badane i metoda badań

Badaniami objęto 30-osobową grupę instruktorów terapii zajęciowej zatrudnionych w czterech warsztatach terapii zajęciowej na terenie województwa mazowieckiego¹. W grupie znalazło się 28 kobiet i 2 mężczyzn, co odzwierciedliło sferminizowaną specyfikę zatrudnienia w analizowanym zawodzie. Średnia wieku osób badanych wyniosła 38 lat ($M = 38,32$), a staż pracy w zawodzie instruktora terapii zajęciowej mieścił się najczęściej w przedziale od 4 do 10 lat (40% badanych).

Jako zmienne w przeprowadzonych badaniach przyjęto:

- zmienną wyjaśnianą: poziom wypalenia zawodowego,
- zmienne wyjaśniające:
 - cechy osobowości wg modelu Wielkiej Piątki (neurotyczność, ekstrawersja, otwartość na doświadczenie, ugodowość i sumienność),
 - poczucie własnej wartości.

W badaniach zastosowano następujące narzędzia badawcze:

1. Kwestionariusz Wypalenia Zawodowego MBI Ch. Maslach.

Narzędzie to zastosowano do pomiaru zmiennej wyjaśnianej – poziomu wypalenia zawodowego instruktorów terapii. Kwestionariusz składa się z 22 pytań z 7-stopniową skalą odpowiedzi i bada natężenie wypalenia w trzech wymiarach: wyczerpanie emocjonalne, depersonalizacja oraz obniżona satysfakcja z osiągnięć osobistych. Dotychczasowe badania nad polską adaptacją (Pasiowski, 2004: 146) potwierdzają zadowalający poziom trafności i rzetelności psychometrycznej narzędzia.

2. Inwentarz osobowości NEO-FFI P. T. Costy i R. R. McCrae.

Narzędzie to zastosowano do pomiaru zmiennych wyjaśniających – cech osobowości ujętych w modelu Wielkiej Piątki: neurotyczności, ekstrawersji, otwartości na doświadczenie, ugodowości i sumienności. Kwestionariusz składa się z 60 pozycji testowych (5-stopniowa skala odpowiedzi), mierzących poszczególne cechy w 5 skalach, którymi są:

- a) skala neurotyczności – odnosi się do sfery emocjonalnej (w zakresie emocji przykrych), bada przystosowanie emocjonalne versus niezrównoważenie emocjonalne; wymiar ten wiąże się z podatnością na doświadczanie przykrych emocji oraz wrażliwością na stres psychologiczny;
- b) skala ekstrawersji – odnosi się do ilości i jakości relacji społecznych jednostki, a także poziomu jej aktywności i zdolności do odczuwania przyjemnych emocji;

¹ Badania zostały przeprowadzone przez uczestniczkę seminarium magisterskiego Annę Moryc.

- c) skala otwartości na doświadczenie – bada tendencję do poszukiwania nowych doświadczeń, tolerancję wobec nowości i ciekawość poznawczą;
- d) skala ugodowości – bada nastawienie jednostki wobec innych ludzi, wyrażane na takich kontynuach, jak: altruizm versus antagonizm, zaufanie versus sceptycyzm i cynizm, prostoduszność versus skłonność do manipulowania, uступliwość versus agresywność i rywalizacja, skromność versus przekonanie o wyższości własnej osoby i tendencje narcystyczne;
- e) skala sumienności – weryfikuje stosunek człowieka do pracy, charakteryzuje stopień zorganizowania, wytrwałości i motywacji jednostki w działaniach zorientowanych na cel; sam czynnik sumienności określany jest również jako wola dążenia do osiągnięć (Zawadzki i in., 2007: 12–17).

Psychometryczne właściwości polskiej adaptacji narzędzia (Zawadzki i in., 2007: 36–58) wskazują m.in. na satysfakcjonującą trafność i rzetelność poszczególnych skal NEO-FFI.

1. Skala Samooceny SES M. Rosenberga

Narzędzie posłużyło do pomiaru zmiennej wyjaśniającej – poczucia własnej wartości. Skala obejmuje jeden wymiar – globalny poziom poczucia własnej wartości, rozumianego jako globalna postawa wobec „ja”, obejmująca zarówno aspekt poznawczy, jak i emocjonalny. Kwestionariusz składa się z 10 pozycji opartych na 4-stopniowej skali odpowiedzi. Polska adaptacja narzędzia, autorstwa M. Łaguny, K. Lachowicz-Tabaczek i I. Dzwonkowskiej (2007: 168–173), potwierdza zadowalający poziom trafności i rzetelności skali.

Dane uzyskane z kwestionariuszy poddano analizom z wykorzystaniem pakietu statystycznego SPSS i przy zastosowaniu metody analizy korelacji liniowej opartej na współczynniku *r*-Pearsona.

Wyniki badań

Odnosząc średnie wartości uzyskanych wyników (wynik ogólny $M = 40,62$, wyzerpanie emocjonalne $M = 20,22$, depersonalizacja $M = 7,02$, obniżona satysfakcja $M = 13,38$) do norm opartych na badaniach S. Tucholskiej (2003: 134) przeprowadzonych wśród nauczycieli ($n = 256$), należy uznać uzyskane wyniki za plasujące się na poziomie średnim.

Ze względu na relatywnie niską liczbę osób badanych zrezygnowano z dokonywania porównań średnich wartości zmiennych wyjaśniających uzyskanych przez osoby o wysokim i niskim poziomie wypalenia. Identyfikacja uwarunkowań wypalenia zawodowego oparta została na analizie korelacyjnej zależności między zmienną wyjaśnianą a zmiennymi wyjaśniającymi i wyliczeniu współczynnika *r*-Pearsona. Wyniki uzyskane dla ogólnego poziomu wypalenia prezentuje poniższa tabela.

Tabela 1. Wartości współczynników korelacji *r*-Pearsona między ogólnym poziomem wypalenia zawodowego a poczuciem własnej wartości i cechami osobowości badanych osób

Cecha osobowości	Wartość współczynnika korelacji liniowej <i>r</i> -Pearsona	Poziom istotności statystycznej <i>p</i>
poczucie własnej wartości	-0,22	wynik nieistotny
neurotyczność	0,48	< 0,01
ekstrawersja	-0,13	wynik nieistotny
otwartość na doświadczenie	-0,47	< 0,01
ugodowość	-0,41	< 0,05
sumienność	0,07	wynik nieistotny

Źródło: badania własne.

Uzyskane wyniki pokazały, iż trzy spośród analizowanych zmiennych wyjaśniających są powiązane w sposób istotny statystycznie z ogólnym poziomem wypalenia. Czynniki warunkującymi wypalenie okazały się: neurotyczność, otwartość na doświadczenie i ugodowość. Dodatni kierunek zależności dotyczy neurotyczności: wraz z jej wzrostem rośnie ogólny poziom wypalenia osób badanych. Odwrotny kierunek zależności dotyczy otwartości na doświadczenie i ugodowości – wraz z ich wzrostem poziom wypalenia badanych terapeutów maleje. Siła zidentyfikowanych zależności jest umiarkowana (wartość bezwzględna współczynników *r*-Pearsona z przedziału od 0,41 do 0,48). Biorąc pod uwagę poziom istotności statystycznej uzyskanych współczynników korelacji, należy szczególną uwagę zwrócić na znaczenie neurotyczności i otwartości (najwyższa istotność współczynników). Wyniki dla dwóch cech osobowości – ekstrawersji i sumienności, a także dla poczucia własnej wartości – okazały się nieistotne statystycznie.

Na dalszym etapie przeprowadzono analizę korelacyjną w odniesieniu do poszczególnych wymiarów wypalenia zawodowego. W tabeli 2 zaprezentowano wyniki dotyczące wyczerpania emocjonalnego.

Tabela 2. Wartości współczynników korelacji *r*-Pearsona między poziomem wyczerpania emocjonalnego a poczuciem własnej wartości i cechami osobowości badanych osób

Cecha osobowości	Wartość współczynnika korelacji liniowej <i>r</i> -Pearsona	Poziom istotności statystycznej <i>p</i>
poczucie własnej wartości	-0,25	wynik nieistotny
neurotyczność	0,46	< 0,05
ekstrawersja	-0,13	wynik nieistotny
otwartość na doświadczenie	-0,51	< 0,01
ugodowość	-0,47	< 0,01
sumienność	0,03	wynik nieistotny

Źródło: badania własne.

Jak wynika z przeprowadzonej analizy, jedynie trzy spośród analizowanych zmiennych wyjaśniających są powiązane z poziomem wyczerpania emocjonalnego i są to: otwartość na doświadczenie, ugodowość i neurotyczność. Kierunek zależności jest dodatni dla neurotyczności (wraz z jej wzrostem rośnie poziom wyczerpania emocjonalnego badanych osób) oraz ujemny dla otwartości i ugodowości (wzrost poziomu tych cech wiąże się z niższym poziomem wyczerpania). Siła zidentyfikowanych zależności między zmiennymi jest wysoka (otwartość) lub zbliżona do wysokiej (neurotyczność, ugodowość). Jednocześnie dla neurotyczności zidentyfikowano najslabszą istotność statystyczną współczynnika korelacji.

W dalszej kolejności przeprowadzono analizę związków zmiennych wyjaśniających z poziomem depersonalizacji u badanych osób. Wyniki prezentuje tabela 3.

Tabela 3. Wartości współczynników korelacji *r*-Pearsona między poziomem depersonalizacji a poczuciem własnej wartości i cechami osobowości badanych osób

Cecha osobowości	Wartość współczynnika korelacji liniowej <i>r</i> -Pearsona	Poziom istotności statystycznej <i>p</i>
poczucie własnej wartości	-0,33	wynik nieistotny
neurotyczność	0,57	< 0,01
ekstrawersja	-0,23	wynik nieistotny
otwartość na doświadczenie	-0,38	< 0,05
ugodowość	-0,46	< 0,05
sumienność	-0,11	wynik nieistotny

Źródło: badania własne.

Jak pokazują uzyskane wyniki, trzy spośród analizowanych zmiennych są powiązane zależnością korelacyjną z poziomem depersonalizacji; są to cechy osobowości: neurotyczność, ugodowość i otwartość na doświadczenie. Związek dodatni dotyczy neurotyczności (wraz z jej wzrostem rośnie poziom depersonalizacji), a uzyskany współczynnik *r*-Pearsona jest relatywnie najbardziej istotny i wskazuje silną zależność. Z kolei wyniki dotyczące otwartości i ugodowości wskazują na istnienie związku ujemnego (wraz ze wzrostem obu cech osobowości maleje poziom przejawianej depersonalizacji), zaś siła obserwowanych zależności jest umiarkowana (przy słabej istotności współczynników *r*-Pearsona).

Kolejny etap analiz korelacyjnych polegał na poszukiwaniu czynników związanych z obniżoną satysfakcją z osiągnięć osobistych. Wyniki ilustruje tabela 4.

Tabela 4. Wartości współczynników korelacji *r*-Pearsona między natężeniem obniżonej satysfakcji z osiągnięć osobistych a poczuciem własnej wartości i cechami osobowości badanych osób

Cecha osobowości	Wartość współczynnika korelacji liniowej <i>r</i> -Pearsona	Poziom istotności statystycznej <i>p</i>
poczucie własnej wartości	0,02	wynik nieistotny
neurotyczność	0,20	wynik nieistotny
ekstrawersja	0,00	wynik nieistotny
otwartość na doświadczenie	-0,22	wynik nieistotny
ugodowość	-0,07	wynik nieistotny
sumienność	0,22	wynik nieistotny

Źródło: badania własne.

Wszystkie uzyskane w toku analizy wartości współczynnika *r*-Pearsona okazały się nieistotne statystycznie, a ich wartości były niskie lub wręcz zerowe. Tym samym żadna ze zmiennych wyjaśniających nie wykazała związku z obniżoną satysfakcją z osiągnięć osobistych u badanych osób.

Podsumowanie, wnioski i implikacje praktyczne

Przeprowadzone badania pozwoliły ustalić, iż trzy cechy osobowości z modelu Wielkiej Piątki są powiązane z wypaleniem zawodowym; są to: neurotyczność, otwartość na doświadczenie i ugodowość. Okazuje się zatem, iż poziom wypalenia zawodowego rośnie u osób niestabilnych emocjonalnie, nadmiernie samokrytycznych, podatnych na dystres i doświadczanie przykrych emocji, głównie lęku i gniewu (osoby o wysokiej neurotyczności), zamkniętych na zmianę i nowości, konwencjonalnych w zachowaniu i konserwatywnych w poglądach (osoby z niską otwartością na doświadczenie), wykazujących niskie zaufanie wobec innych, mało wrażliwych na cudze problemy i wykazujących skłonność do rywalizacji (osoby mało ugodowe). Związek wskazanych cech osobowości z wypaleniem dotyczy jednak tylko dwóch wymiarów wypalenia: wyczerpania emocjonalnego i depersonalizacji. Okazało się, że poziom poczucia satysfakcji z osiągnięć osobistych jest u osób badanych niezależny od profilu osobowościowego. Badania nie potwierdziły ponadto związku wypalenia z poczuciem własnej wartości.

Odnosząc się do dotychczasowych badań, należy stwierdzić, iż potwierdziły się dane wskazujące na związek neurotyczności z wypaleniem zawodowym. Dość zaskakujący może jednak wydawać się brak potwierdzenia związku wypalenia poczucia własnej wartości. Szczegółowa analiza korelacji wskazała wprawdzie wyniki nieistotne statystycznie, jednak współczynniki korelacji wskazały na słabą zależność. Wskazana byłaby zatem replikacja badań na większej liczbie próbie, pozwalająca rozstrzygnąć tę kwestię. Nie potwierdził się także wykazany w innych badaniach związek wypalenia z ekstrawersją.

Zaskakujący może wydawać się także brak związku między satysfakcją z osiągnięć osobistych a profilem osobowości osób badanych. Możliwe, iż w grupie instruktorów terapii zajęciowej osobowość jest tylko jednym z filtrów oceny osiągnięć, a poszczególne cechy osobowości oraz poczucie własnej wartości tworzą bardziej złożony układ interakcji znaczących dla poziomu zadowolenia z osiągnięć. Kwestia ta jednak wymagałaby dalszych badań na większej próbie.

Najmniej zgodny z oczekiwaniami wydaje się wynik analiz dotyczących związku poczucia własnej wartości z wypaleniem zawodowym, gdyż dotychczasowe badania wskazują na istnienie takiej zależności. Warto jednak wziąć pod uwagę złożoną strukturę poczucia własnej wartości (por. Zbonikowski, 2010: 14–17), która nie jest odzwierciedlona w wykorzystanym narzędziu badawczym SES (narzędzie jest jednowymiarowe). Możliwe, że należałoby w badaniu wykorzystać narzędzia pozwalające na wyodrębnienie aspektu poznawczego oraz emocjonalnego poczucia własnej wartości. Niewykluczone jest także, iż w grupie instruktorów terapii zajęciowej istnieją czynniki, które niwelują ryzyko wypalenia generowane niskim poczuciem własnej wartości.

Praktyczne implikacje uzyskanych wyników można odnieść do dwóch płaszczyzn: efektywnego zarządzania zasobami ludzkimi (praca z kadrą zarządzającą) oraz profilaktyki i radzenia sobie z wypaleniem przez samych pracowników. Na poziomie pracy z menedżerami – poza edukacją ogólną na temat wypalenia – warto zwrócić uwagę na większe ryzyko występujące u osób niestabilnych emocjonalnie, mało otwartych na zmianę i mało ugodowych (zwłaszcza rywalizujących). Zauważanie problemu wypalenia, podejmowanie działań zapobiegawczych i zaradczych poprzez adekwatne zarządzanie personelem, wdrażanie szkoleń profilaktycznych dla pracowników to działania, które należy traktować jako ważny aspekt wsparcia systemu całej organizacji. Pamiętać przy tym trzeba, że wypalają się pracownicy bardzo wartościowi dla firmy, którzy byli bardzo zaangażowani w realizację powierzonych im zadań. Warto również zwrócić uwagę na fakt, iż zbyt późne reagowanie na pogłębiające się wypalenie skutkować może doprowadzeniem do bardzo głębokiego wyczerpania, iż trudno będzie uzyskać efekt pełnej regeneracji i powrotu do początkowego poziomu entuzjazmu i zaangażowania pracownika (por. Schaufeli, Greenglas, 2001, za: Wilczek-Rużyczka, 2014: 127).

Z kolei w obszarze profilaktyki kierowanej do pracowników należy zgodnie ze współczesnym modelem profilaktyki (por. Sęk, 2004: 159–167; Zadworna-Cieślak, Ogińska-Bulik, 2011: 161) rozwijać zasoby mające znaczenie czynników chroniących przed wypaleniem: kompetencje społeczne, zawodowe kompetencje zaradcze (np. radzenie sobie z trudnymi sytuacjami w pracy z klientem), umiejętność radzenia sobie ze stresem zawodowym, a także typ kontroli nazywany przez Bryanta doznawaniem (*suvoring*), polegający na „pozytywnej ocenie zdarzeń i dokonywaniu zmian we własnej osobie” (Bryant, 1989, za: Sęk, 2004: 163). W kontekście badań własnych zdecydowanie należy tu wskazać na kształtowanie samokontroli emocjonalnej (zwłaszcza w zakresie radzenia sobie z lękiem czy szerszej – dystresem), rozwijanie

otwartej postawy wobec życia, a także wypracowywanie pozytywnych postaw wobec siebie i współpracowników. Powyższe kompetencje mają duże znaczenie nie tylko dla indywidualnego dobrostanu pracownika, ale także warunkują skuteczną pracę zespołową w organizacji.

Bibliografia

- Łaguna M., Lachowicz-Tabaczek K., Dzwonkowska I. (2007), *Skala Samooceny SES Morrisa Rosenberga – polska adaptacja metody*, „Psychologia Społeczna”, nr 2.
- Maslach Ch. (2004), *Wypalenie – w perspektywie wielowymiarowej*, [w:] Sęk H. (red.), *Wypalenie zawodowe. Przyczyny i zapobieganie*, PWN, Warszawa.
- Ogińska-Bulik N. (2009), *Osobowość typu D. Teoria i badania*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi, Łódź.
- Ogińska-Bulik N., Kaflik-Pieróg M. (2006), *Stres zawodowy w służbach ratowniczych*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi, Łódź.
- Pasikowski T. (2004), *Polska adaptacja kwestionariusza Maslach Burnout Inventory*, [w:] Sęk H. (red.), *Wypalenie zawodowe. Przyczyny i zapobieganie*, PWN, Warszawa.
- Sęk H. (2004), *Wypalenie zawodowe u nauczycieli. Uwarunkowania i możliwości zapobiegania*, [w:] Sęk H. (red.), *Wypalenie zawodowe. Przyczyny i zapobieganie*, PWN, Warszawa.
- Tucholska S. (2003), *Wypalenie zawodowe u nauczycieli*, Wydawnictwo KUL, Lublin.
- Wilczek-Rużyczka E. (2014), *Wypalenie zawodowe pracowników medycznych*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Zadworna-Cieślak M., Ogińska-Bulik N. (2011), *Zachowania zdrowotne młodzieży – uwarunkowania podmiotowe i rodzinne*, Difin, Warszawa.
- Zawadzki B., Strelau J., Szczepaniak P., Śliwińska M. (2007), *Inwentarz osobowości NEO-FFI Paula T. Costy Jr i Roberta McCrae. Adaptacja polska. Podręcznik*, Pracownia Testów Psychologicznych, Warszawa.
- Zbonikowski A. (2010), *Społeczne oddziaływania defaworyzujące a poczucie własnej wartości dzieci i młodzieży*, [w:] Hirszel K., Szczepaniak R., Zbonikowski A., Modrzejewska D., *Psychospołeczne uwarunkowania defaworyzacji dzieci i młodzieży*, Difin, Warszawa.

Summary**Burnout of occupational therapy instructors in the context of self-esteem and the *Big Five* personality traits**

The aim of the study was to establish the personality conditions for burnout of occupational therapy instructors ($n = 30$; mean age: $M = 38,32$). The study made is of the following psychological measures: MBI, NEO-FFI, SES. The tested variables were: burnout, self-esteem and personality traits included in the model of the *Big Five*: neuroticism, extraversion, openness to experience, agreeableness, and conscientiousness. Correlation analysis based on the r -Pearson coefficient confirmed the statistically significant associations between burnout and three personality traits: neuroticism, openness to experience and agreeableness. These factors, however, are associated with only two dimensions of burnout: emotional exhaustion and depersonalization. Other traits – extraversion and conscientiousness, as well as self-esteem did not confirm their relationship to the level of burnout of the subjects.

Keywords: burnout, personality, self-esteem, the *Big Five* model

Słowa kluczowe: wypalenie zawodowe, osobowość, poczucie własnej wartości, model Wielkiej Piątki



**CZĘŚĆ III
PROBLEMY
LOGISTYKI
I MARKETINGU**

Bartłomiej Bąk^{*}, Tomasz Zalega^{}**

Strategie e-marketingu na przykładzie firmy BlaBlaCar

Wstęp

Pojęcie marketingu ulega permanentnej ewaluacji, dostosowując się do nieustannie zmieniających się trendów na rynkach. Rozwój Internetu bez wątpienia doprowadził do usprawnienia procesu konsumpcji i ułatwił współczesnym konsumentom dostęp do nieograniczonych źródeł informacji, dóbr konsumpcyjnych i usług. Technologie informacyjno-telekomunikacyjne ułatwiają konsumentom szybki dostęp do bogatych źródeł informacji o produktach i usługach oferowanych w sieci, a także zwiększają możliwości wyboru konsumentów i co zatem tym idzie, robienie zakupów online (Zalega, 2013a: 123). Z kolei firmy oraz osoby odpowiedzialne za marketing pod wpływem zaistniałych zmian musiały się do nich dostosować, tak aby skutecznie odpowiadać na nowe potrzeby klientów. Należy zaznaczyć, że gwałtowny rozwój Internetu przyczynił się do powstania wielu nieznanych wcześniej kanałów marketingowych, opartych głównie na nowoczesnej technologii.

Rozwój technologii oraz ostatni globalny kryzys gospodarczy w ewidentny sposób przyczyniły się do pojawienia się nowych wzorów i sposobów konsumpcji i w konsekwencji do pojawienia się całej gamy nowych trendów konsumenckich, w tym konsumpcji kolaboratywnej (wspólnej, współpracującej)¹. Polega ona na pożyczaniu,

^{*} Mgr Bartłomiej Bąk, specjalista ds. marketingu w BlaBlaCar Polska.

^{**} Prof. nadzw. dr hab. Tomasz Zalega, Katedra Gospodarki Narodowej, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.

¹ Termin *konsumpcja kolaboratywna* został wprowadzony do literatury naukowej pod koniec lat 70. XX wieku przez M. Felsona i J. L. Spaetha, którzy tym terminem określali działania, w których jedna bądź więcej osób konsumuje dobra i usługi, angażując się w ten proces wspólnie z innymi osobami (Felson, Spaeth, 1978: 614–624). Określenie to było bardzo szerokie i obejmowało czynności, takie jak wspólne zjedzenie posiłku, wyjście do kina czy nawet rozmowę telefoniczną. Współcześnie zwraca się uwagę, że konsumpcja kolaboratywna jest związana z koordynacją konsumentów w procesie nabywania i dystrybucji produktów i usług

wynajmowaniu, umowach barterowych czy też wymianie dóbr. Początków tego typu rozwiązań można dopatrywać się w zwykłej sąsiedzkiej pomocy. Konsumpcja współpracująca odwołuje się do koncepcji współdzielenia, skoncentrowania się na funkcji produktu – tzw. *product service approach* – oraz czerpania z niego jak najwięcej korzyści bez konieczności bycia jego właścicielem. Innymi słowy, konsument nie skupia się na chęci posiadania przedmiotów tylko na funkcji, które one spełniają (Rostek, Zalega, 2015: 12). Trend ten zdobywa coraz większą rzeszę wielbicieli na całym świecie. Według R. Botsman, autorki książki *What's Mine is Yours* (2010) i popularyzniczki tego trendu, globalny rynek konsumpcji współpracującej wart jest obecnie 26 mld dolarów. Natomiast według szacunków firmy konsultingowej PwC w 2014 roku rynek konsumpcji współpracującej był wart 20 mld dolarów i szacuje się, że dzięki szybkiemu jego rozwojowi w 2025 roku będzie wart 335 mld dolarów. Szczególnie interesującym przykładem firmy, która potrafiła się dostosować do trendów panujących na rynku jest BlaBlaCar. Organizacja ta opiera swoje działania na marketingu internetowym i doskonale wpisuje się w ramy wspomnianego nowego trendu konsumenckiego.

Celem artykułu jest zaprezentowanie nowych koncepcji marketingowych oraz narzędzi, które są dostępne dla przedsiębiorstw chcących reklamować się poprzez Internet. Struktura artykułu jest następująca. W pierwszej części tekstu, po wyjaśnieniu pojęcia i istoty marketingu internetowego, w sposób syntetyczny, omówiono jego najważniejsze klasyczne narzędzia. W drugiej części opracowania przeanalizowano działalność firmy BlaBlaCar w obszarze e-marketingu. Podsumowanie rozważań i ważniejsze wnioski kończą niniejszy artykuł.

Pojęcie i istota e-marketingu – ujęcie syntetyczne

Rozwój Internetu wpływa na każdą dziedzinę życia podmiotów funkcjonujących na rynku. Dotyczy to również marketingu. Termin *marketing internetowy* lub *e-marketing* oznacza, że prowadzenie działalności marketingowej firm następuje za pośrednictwem globalnej sieci. Internet stał się w dzisiejszych czasach nowym narzędziem marketingowym, który cechuje znaczny potencjał wypracowania i dostarczania wartości dla klienta (Frąckiewicz, 2006: 16). Jednakże e-marketing nie jest zwykłym przeniesieniem tradycyjnych działań marketingowych do świata wirtualnego. Marketing internetowy to odłam marketingu tradycyjnego. Cechą wspólną łączącą te dwa rodzaje marketingu jest nastawienie na klienta, rozpoznanie, jak i zaspokojenie jego potrzeb. Natomiast podstawową różnicą jest podejście do podstawowych zagadnień marketingu. Inne są metody na określenie strategii działania na rynku internetowym, ponieważ e-konsument inaczej się zachowuje oraz ma inne potrzeby i oczekiwania. Co do samych narzędzi oddziaływania na odbiorcę, to również brak jest podobieństw

czy nawet szerzej pojmowanych zasobów, przy czym R. Belk (2014: 1595–1600) podkreśla, że z konsumpcją kolaboratywną mamy do czynienia, gdy zarówno nabycie, jak i dystrybucja zachodzą wspólnie.

między marketingiem tradycyjnym i internetowym, co wynika głównie ze specyfiki działań firm na rynku internetowym. Ponadto skuteczność i efektywność marketingu internetowego jest łatwiej mierzalna. W tabeli 1 zostały zaprezentowane kluczowe cechy definiujące oba rodzaje marketingu.

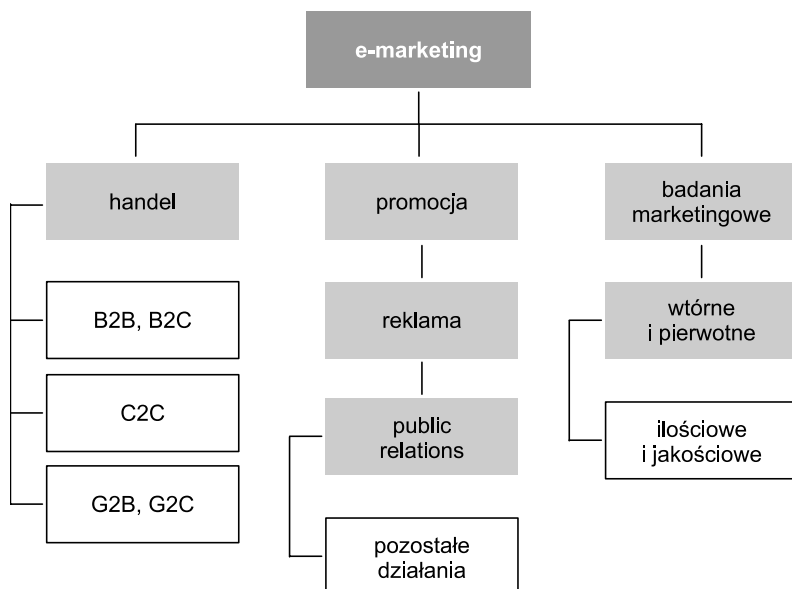
Tabela 1. Marketing tradycyjny a marketing internetowy

Cechy	Marketing tradycyjny	Marketing internetowy
Grupy docelowe	wszyscy	internauci
Kontakt z konsumentem	raczej jednostronny	dwustronny, interaktywny
Wiedza o kliencie	wąska	szeroka
Personalizacja	ograniczona	masowa
Zaufanie klientów	znaczne	ograniczone
Marka	rosnące znaczenie	fundamentalne znaczenie
Promocja	strategia push	strategia pull
Dystrybucja	długie kanały	sprzedaż bezpośrednia
Dostęp do informacji	ograniczony i czasochłonny	nieograniczony
Zasięg działania	raczej ograniczony	nieograniczony
Czas oddziaływania	ograniczony	nieograniczony
Organizacja marketingu	sformalizowana, mała elastyczność, wolny przepływ informacji	spłaszczona struktura, szybki przepływ informacji, duża elastyczność
Kontrola marketingowa	czasochłonna, często pośrednia	szybsza, bezpośrednia
Koszty	wysokie	niskie

Źródło: opracowanie własne na podstawie Frąckiewicz, 2006: 17.

E-marketing jest źródłem nieograniczonego dostępu do wiedzy, w którym marka produktu ma ogromne znaczenie dla potencjalnego konsumenta. Używając strategii *pull*, przedsiębiorstwa chcą przyciągnąć do siebie klientów atrakcyjną ofertą. Potencjalny konsument może jednak łatwo zweryfikować atrakcyjność danej oferty i najczęściej tak robi, gdyż nie ufa przekazom reklamowym, dopóki sam ich nie sprawdzi. Z perspektywy organizacji pracy w dziale marketingu internetowego i tradycyjnego widać pewne różnice. Z reguły w komórce e-marketingu nie ma hierarchii, co ułatwia szybsze dostosowywanie się do zmian rynkowych. Kontrola jest również usprawniona, gdyż informacje przepływają w szybkim tempie. Jednakże marketing internetowy jest pojęciem bardzo szerokim. Oprócz wymienionych standardowych cech i celów działań marketingowych e-marketing spełnia trzy podstawowe funkcje (Dejnaka, 2013: 187):

- budowanie lojalności klientów oraz marki firmy,
- odpowiadanie na potrzeby konsumentów oraz pozyskiwanie ich opinii,
- wypracowywanie zysków poprzez stałą poprawę satysfakcji klienta.



Rysunek 1. Zastosowanie e-marketingu

Źródło: opracowanie własne na podstawie Frąckiewicz, 2006: 18.

Przed marketingiem internetowym stoją także zadania informacyjne. Na rynku internetowym przedsiębiorstwa mają też do czynienia z prosumentami, czyli konsumentami, którzy aktywnie działają na rynku dóbr i usług. Aktywność ta przejawia się na wiele różnych sposobów. Jednostki mogą same wytwarzać niektóre produkty (ich ekwiwalenty) bądź świadczyć część usług, przejmując tym samym zadania przedsiębiorstw oraz same spełniając zaistniałe potrzeby. W tym przypadku prosumenci występują w roli producentów. Ponadto podmioty gospodarujące mogą aktywnie współtworzyć produkt lub markę, a także promować je wśród innych ludzi. Przyjmują oni wówczas postawę profesjonalnych konsumentów. Należy zaznaczyć, że Internet umożliwia wypracowanie i dostarczenie wartości dla klienta. Aby te działania były skuteczne, powinno realizować się działania określone jako „pięć C” (Frąckiewicz, 2006: 17). Są to:

1. Koordynacja (*coordination*) wszelkich procesów decyzyjnych, ponieważ ich podstawą są informacje.
2. Obrót handlowy (*commerce*) pozwalający na lepszą penetrację rynków oraz obniżenie kosztów transakcyjnych.
3. Budowa wspólnoty (*community*) za pomocą social mediów, co łatwiejsze jest w świecie wirtualnym niż rzeczywistym.
4. Prezentacja treści informacyjnych (*content*), gdyż treści transmitowane przez Internet mogą mieć różny charakter i mogą dotyczyć nieograniczonej liczby tematów.
5. Sposób komunikacji (*communication*), który dzięki kanałom internetowym jest ułatwiony. Wirtualizacja pozwala na wymianę informacji w czasie rzeczywistym pomiędzy nieograniczoną liczbą osób.

Internetowa odmiana marketingu może być z powodzeniem stosowana w realizacji wielu działań marketingowych, zarezerwowanych dotąd wyłącznie dla tradycyjnej formy marketingu (rys. 1).

Strony WWW ułatwiają działania promocyjne przedsiębiorstwom, ponieważ Internet usprawnia komunikację nie tylko pomiędzy firmą i jej otoczeniem, ale także wewnątrz organizacji. Komunikaty różnią się między sobą w zależności od odbiorcy i mogą mieć charakter nakłaniający lub/i informujący. Ponadto sieć globalna ułatwia działania sprzedażowe, w tym przed- i potransakcyjne. W Internecie można spotkać wielu sprzedających oraz kupujących. Mogą to być osoby fizyczne, przedsiębiorstwa oraz instytucje administracyjne. W praktyce można wyróżnić pięć form sprzedaży między wspomnianymi jednostkami. Są to:

- B2B (*business to business*) – transakcje pomiędzy firmami i instytucjami,
- B2C (*business to customer*) – relacje handlowe występujące pomiędzy firmami a konsumentami fizycznymi,
- C2C (*customer to customer*) – rodzaje działalności gospodarczych od strony prywatnych użytkowników,
- G2B (*government to business*) – zapewnianie przez jednostki instytucji państwowych informacji, które wspomagają działania przedsiębiorstw, z reguły tzw. dobre praktyki,
- G2C (*government to citizen*) – wszelka komunikacja pomiędzy jednostkami państwowymi i obywatelami.

Klasyczne narzędzia marketingu internetowego

Permanentny rozwój Internetu doprowadził do tego, że klasyczne narzędzia marketingowe praktycznie uległy dezaktualizacji. Aby można je było ponownie zaadaptować do świata nowych mediów, należy spojrzeć na nie z nieco innej perspektywy. W dzisiejszej rzeczywistości modele sprzedażowe są bardziej złożone, co wynika głównie z szerokiego dostępu do informacji. Taka sytuacja wymaga dostosowania klasycznych narzędzi wsparcia decyzji marketingowych do sytuacji panującej na rynku. Jeżeli chodzi o analizę danych i ocenę sposobów działania w kontekście strategicznego planowania, to do tej pory klasyczną teorią wykorzystywaną w praktyce była tzw. macierz Ansoffa (tab. 2).

Tabela 2. Rozszerzona macierz Ansoffa

		RYNEK		
		Nowy	Obecny	Wirtualny
PRODUKT	Nowy	strategia penetracji rynku	strategia rozwoju rynku	strategia wizualizacji rynku
	Obecny	strategia rozwoju produktu	strategia dywersyfikacji klasycznej	strategia dywersyfikacji wirtualnej rynku
	Wirtualny	strategia wirtualizacji produktu	strategia dywersyfikacji wirtualnej produktu	strategia dywersyfikacji contentu

Źródło: opracowanie własne na podstawie Królewski, Sala, 2014: 18.

Klasyczna macierz Ansoffa dzieli rynek i produkt na dwie kategorie – nowy i obecny, w obrębie których można wydzielić cztery strategie marketingowe. W poszerzonej koncepcji rynek i produkt mogą być również wirtualne. Zaliczamy do nich (Królewski, Sala, 2014: 19):

1. Strategię wirtualizacji rynku, która polega na docieraniu do nowych grup docelowych poprzez internetowe kanały dystrybucji.
2. Strategię wirtualizacji produktu skupiającą się na zaoferowaniu obecnym klientom dodatkowych wartości w postaci wirtualnych produktów i usług.
3. Strategię dywersyfikacji wirtualnej rynku, która zajmuje się skierowaniem nowej oferty do nabywców internetowych (np. poprzez sklepy internetowe). Strategia ta niesie ze sobą ryzyko konfliktów w kanałach dystrybucji.
4. Strategię dywersyfikacji wirtualnej produktu, która polega na zaoferowaniu nowym klientom dodatkowych usług lub produktów dostępnych w Internecie.
5. Strategię dywersyfikacji contentu. Jest to najbardziej rozwinięta strategia polegająca na dotarciu przez firmę do nowych grup klientów poprzez kompletnie nowy produkt wirtualny.

Dynamiczny rozwój i upowszechnienie Internetu wpływa na wszystkie obszary marketingu, w tym na segmentację klientów. Biorąc pod uwagę sposób wyszukiwania informacji, A. Garapich zaproponował nowy podział zachowań konsumentów (tab. 3).

Tabela 3. Segmentacja klientów według A. Garapicha

		POSZUKIWANIE INFORMACJI	
		w realnym świecie	w Internecie
ZAKUPY	w realnym świecie	tradycjoniści	empiryści
	w Internecie	pasożyty	sieciowcy

Źródło: opracowanie własne na podstawie Królewski, Sala, 2014: 20.

Według A. Garapicha można wyróżnić cztery segmenty klientów (Królewski, Sala, 2014: 19):

- tradycjoniści, czyli osoby, które poszukują informacji na temat produktów poza Internetem i w świecie rzeczywistym dokonują zakupu produktów,
- empiryści, czyli konsumenci, którzy łączą oba światy, gdyż w Internecie poszukują informacji na temat produktów, natomiast nie odmawiają sobie zakupów w sklepach stacjonarnych,
- pasożyty to jedna z liczniejszych grup klientów, ten segment charakteryzuje się tym, że konsumenci poszukują produktów w sklepach stacjonarnych, aby później dokonać tańszego zakupu online,
- sieciowcy, czyli osoby, które cały proces transakcyjny, łącznie z wyszukaniem produktu i podjęciem decyzji, dokonują poprzez Internet.

Należy także zaznaczyć, że dzięki Internetowi można wyróżnić wartości dodane w każdym wymiarze mieszanki marketingowej. Jeżeli chodzi o produkt, nastąpiło poszerzenie indywidualizacji oferty, ponieważ unikalne produkty mogą mieć zasięg krajowy, jak i ogólnosiwiatowy, gdyż wszyscy użytkownicy Internetu mogą dany produkt kupić z każdego miejsca na Ziemi. Wirtualizacja rynków objęła również cenę produktu. Przewaga negocjacyjna jest teraz po stronie klienta, ponieważ może on zakupić dany produkt taniej na przykład na aukcjach internetowych czy poprzez zakupy grupowe. Kolejnym elementem jest dystrybucja. Jak już wcześniej wspomniano, produkty są szeroko dostępne w Internecie dzięki platformom e-commerce. Dużą zmianę przeszedł także sposób obsługi klienta. Obecnie firmy konkurują ze sobą o potencjalnego klienta jakością i szybkością obsługi. Ostatnim elementem koncepcji marketingu mix jest promocja. W dzisiejszych czasach mamy do czynienia z komunikacją dwustronną. Powoli kończy się epoka klasycznej reklamy, ustępując miejsca komunikacji równoległej między konsumentami. Trudno jest jednoznacznie wskazać element, który dzięki rozwojowi i upowszechnieniu Internetu przeszedł największą ewolucję. Cała koncepcja mieszanki marketingowej uległa dużym zmianom. Jednakże, z racji szerokiego dostępu do informacji, największym wyzwaniem dla firm są strategie cenowe. Współczesny konsument dzięki wyszukiwarkom internetowym może bardzo łatwo sprawdzić cenę produktu, zakupując go po najkorzystniejszej cenie. Zarządzanie cenami wydaje się największym wyzwaniem dla firm działających w sieci.

Historia firmy BlaBlaCar

BlaBlaCar jest międzynarodową firmą, której podstawą działalności jest łączenie kierowców posiadających wolne miejsca w swoich samochodach z pasażerami, którzy chcą podróżować w tym samym kierunku. Pasażerowie z kierowcami kontaktują się dzięki stronie internetowej oraz poprzez aplikację. Głównym założeniem działalności BlaBlaCar jest partycypacja pasażerów w kosztach paliwa, dzięki czemu kierowcy mogą oszczędnie podróżować na trasie, którą i tak zamierzali przejechać – z pasażerami czy bez nich. Pomysł na taką formę działalności narodził się

w 2003 roku, kiedy to Frédéric Mazzella, przyszły założyciel firmy, musiał wrócić z paryskiej uczelni do domu na święta Bożego Narodzenia. Miał do przejechania 300 kilometrów, jednak z racji dużego zapotrzebowania na miejsca w pociągu nie mógł kupić biletu, gdyż wszystkie były wyprzedane. Udało mu się wrócić do domu tylko dzięki siostrze, która postanowiła po niego przyjechać i zabrać go z powrotem do domu. Podczas tejże podróży zaobserwował, że po drogach przemieszcza się wiele samochodów, jednakże większość z nich jest pusta, nie licząc kierowców. To właśnie podczas tej podróży narodził się u F. Mazzella pomysł na efektywniejsze wykorzystanie zasobów poprzez stworzenie wyszukiwarki wolnych miejsc w autach, tak jak ma to miejsce w pociągach czy autobusach. W tamtych czasach był to innowacyjny pomysł, któremu brakowało konkurencji i na który istniał tylko popyt, natomiast brakowało podaży. Wszystkie te czynniki doprowadziły do stworzenia firmy BlaBlaCar. F. Mazzella, wraz z dwoma swoimi kolegami z czasów studenckich, postanowił uruchomić serwis. Początki były dość trudne, ponieważ ciężko było założycielom dotrzeć do dużej liczby osób. Wszystko zmieniło się w 2007 roku, kiedy to wybuchła seria strajków na francuskich kolejach, która sparaliżowała francuski system transportu publicznego. Z dnia na dzień serwis stał się powszechnie używany, co uruchomiło gwałtowną fazę wzrostu, w której firma jest do dziś. Kolejnym przełomowym momentem była erupcja wulkanu na Islandii, która wstrzymała cały ruch samolotowy w zachodniej Europie. Wykorzystując sytuację, kierowcy żądali opłat na trasie Madryt–Paryż w wysokości 850 euro. Wtedy to założyciele firmy BlaBlaCar postanowili ustawić limit cen, który miał na celu utrzymanie ducha konsumpcji kolaboratywnej w serwisie. Dzięki temu limitowi kierowcy nie muszą obawiać się organów podatkowych, gdyż wspólne przejazdy nie są działalnością nastawioną na zysk, a na redukcję kosztów, i ceny sugerowane przez serwis nie przekraczają 100% kosztów danego przejazdu. Oprócz cen przejazdu ważnym czynnikiem jest także zaufanie. Profile użytkowników są sprawdzone i każdy z nich może zdobywać kolejne poziomy zaufania poprzez działalność w serwisie. Każdy użytkownik, który chce być postrzegany jako zaufany, musi spełnić kilka warunków. Powinien wypełnić krótką biografię, dodać zdjęcie, numer kontaktowy i adres e-mail. Ponadto powinien ustawić tzw. wskaźnik gadatliwości – od „Bla”, czyli niechętnie rozmawiającego po „BlaBlaBla”, czyli osobę bardzo rozmowną. Uwzględniając ten indeks, 1% użytkowników serwisu jest zaliczanych do „Bla”, prawie 86% do „BlaBla”, a niespełna 13% użytkowników do „BlaBlaBla”. Jak nietrudno zauważyć, stąd też wzięła się nazwa firmy. Obecnie BlaBlaCar to największy społecznościowy portal oparty na idei wspólnych przejazdów (*ride sharing*) w Europie, który jest dostępny w trzynastu krajach, takich jak: Francja, Hiszpania, Wielka Brytania, Włochy, Polska, Niemcy, Belgia, Holandia, Luksemburg, Portugalia, Rosja, Turcja oraz Ukraina. Można w tym miejscu nadmienić, że swoją działalność w Polsce BlaBlaCar rozpoczął w listopadzie 2012 roku i w ciągu zaledwie kilku miesięcy stał się największym tego typu serwisem na terenie kraju. Szacuje się, że obecnie użytkownicy przejeżdżają wspólnie ok. 2 mln km w ciągu miesiąca.

Serwis BlaBlaCar jest dostępny dla każdej osoby powyżej 18. roku życia – każda grupa wiekowa, czyli 18–25 lat, 26–35 lat i powyżej 35. roku życia ma taki sam udział, jeżeli chodzi o liczbę użytkowników. W serwisie zarejestrowanych jest 54% mężczyzn i 46% kobiet. Co ciekawe, BlaBlaCar przyczynia się również do zmniejszania zanieczyszczeń atmosfery dwutlenkiem węgla, wydzielanym przez spaliny samochodów. Wskaźnik średniego zapełnienia samochodów w Europie wynosi 1,7 osoby w autach. W serwisie BlaBlaCar ten wskaźnik wynosi 2,8, co czyni podróże samochodowe bardziej wydajnymi i redukuje wydzielanie dwutlenku węgla na osobę. Ważnym aspektem, dla którego ludzie korzystają z serwisu, są oszczędności. W wewnętrznej ankiecie przeprowadzonej wśród członków społeczności jako podstawową przyczynę używania serwisu BlaBlaCar aż 86% ankietowanych wskazywało oszczędności, niespełna 35% ankietowanych – chęć dzielenia się z innymi, zaś 29% – dobre towarzystwo. Co ciekawe, aż dwie piąte ankietowanych zaznaczyło odpowiedź „dbanie o środowisko” jako powód, który przekonuje ich do korzystania z serwisu. Jeżeli chodzi o oszczędności, wydatki na transport stanowią drugą największą kategorię w całości rozchodów. Przykładowo we Francji średni roczny koszt utrzymania samochodu wynosi 5976 euro. Kierowca, zabierając trzech pasażerów, dzięki serwisowi może zaoszczędzić wszystkie koszty paliwa, natomiast pasażer może podróżować ekonomiczniej i wygodniej. Podsumowując, z serwisu BlaBlaCar korzysta obecnie ponad 20 mln użytkowników w 13 krajach Europy. Każdego miesiąca dzięki serwisowi kierowcy zapełniają 1,6 mln wolnych miejsc w swoich autach, oszczędzając 700 tysięcy ton dwutlenku węgla.

BlaBlaCar jako przykład formy konsumpcji kolaboratywnej

Działalność firmy BlaBlaCar wpisuje się w nowy trend konsumencki zwany konsumpcją kolaboratywną (wspólną, współdzieloną). Jest ona przeciwieństwem tradycyjnego modelu konsumpcji opartego na własności, ponieważ polega na wymianie, dzieleniu się, wypożyczaniu bądź odsprzedaży dóbr i usług między konsumentami (Zalega, 2013a: 25). Rozwój technologii oraz ostatni globalny kryzys gospodarczy w ewidentny sposób przyczyniły się do pojawienia się nowych wzorów i sposobów konsumpcji i w konsekwencji do pojawienia się całej gamy nowych trendów konsumenckich, w tym konsumpcji kolaboratywnej (wspólnej). Zdaniem propagatorek konsumpcji wspólnej, R. Botsman i R. Rogers (2010b: 30), nieustanna ewolucja cyfryzacji świata stanowi główną przyczynę zaprzestania bycia biernym konsumentem. Ekonomistki w autorskiej książce *What's Mine is Yours: The Rise Of Collaborative Consumption* (2010a), wykorzystując wyniki z własnych badań i obserwacji, wyróżniły cztery priorytetowe determinanty napędzające rozwój konsumpcji kolaboratywnej. Zaliczyły do nich: równowagę w otoczeniu, znaczenie wspólnoty i autentyczności, technologie *peer to peer* oraz korzyści finansowe (Zalega, 2013b: 65; Wardak i Zalega, 2013: 6; Botsman i Rogers, 2010b: 31; Olson i Connor, 2013: 74;

Voight, 2013: 20–23; Rostek, Zalega, 2015: 11–12). M. M. L. Wasko i S. Faraj (2005: 35–38) dowodzą, że interesowność podejmowanych przez konsumentów działań w ramach konsumpcji kolaboratywnej polegająca na dzieleniu się produktami i usługami w sieciach społecznościowych, z pozoru zupełnie bezinteresowna, może być podejmowana z uwagi na potencjał podnoszenia osobistej reputacji. Z kolei zdaniem J. Szubrychta (2012) wspomniany trend konsumencki jest z jednej strony wyraźnym i dynamicznie rozwijającym się ruchem społecznym, z drugiej strony nowym modelem ekonomicznym pozwalającym na alternatywne sposoby działania i zaspokajania potrzeb, choć bywa też prezentowany jako specyficzny styl życia. Natomiast T. Zalega (2015) twierdzi, że konsumpcja kolaboratywna nie jest nową ideą, ponieważ dzielenie się posiadanymi dobrami i wzajemna pomoc są praktykami od dawna stosowanymi powszechnie między członkami rodziny i najbliższymi sąsiadami, z tą wszakże różnicą, że w ciągu ostatnich dwóch dekad praktyka ta zyskała wymiar zachowań typowych dla małych społeczności, awansując tym samym do idei, która pozwala na dokonanie istotnych zmian w świadomości społecznej.

Obecnie możemy zaobserwować zróżnicowane formy konsumpcji kolaboratywnej (wspólnej). Jedną z nich jest carpooling, który polega na współdzieleniu jazdy samochodem za pewną opłatą w celu zmniejszenia kosztów dojazdu do celu. Kierowca obniża koszty przejazdu i ma towarzystwo w trakcie podróży, pasażerowie zaś jadą taniej, szybciej i wygodniej niż pociągiem czy autobusem. Serwis BlaBlaCar jest idealnym przykładem carpoolingu. Carpooling, podobnie jak większość form konsumpcji kolaboratywnej (wspólnej), takich jak: *clotheswap*, *toyswap*, *bookcrossing*, *cohousing*, *home swapping*, *office-sharing*, *roomsharing* czy *couchsurfing*, rozwinął się dzięki upowszechnieniu Internetu. Zdaniem D. Tapscotta i A. Williama (2008: 61) gdy nowa sieć i nowe pokolenie użytkowników ścierają się z siłami globalizacji, wkraczamy w obszar tzw. sztormu, gdzie krzyżujące się fale przemian i innowacji prowadzą do obalenia powszechnych sądów na temat gospodarki, zaś naturalna skłonność człowieka do komunikowania się i bycia przedsiębiorczym łączy się z coraz powszechniejszym dostępem do Internetu i rosnącą popularnością nowych, przyjaznych narzędzi umożliwiających podejmowanie wspólnych działań.

Facebook jako narzędzie e-marketingu w firmie BlaBlaCar

Internet to obecnie jeden z najskuteczniejszych kanałów pozyskiwania potencjalnych klientów w wielu firmach. Podobnie jest w BlaBlaCar. Największy udział w wydatkach na marketing, biorąc pod uwagę wszystkie kanały, ma Facebook. Średnio jedna czwarta budżetu marketingowego BlaBlaCar wydawana jest na ten kanał. Jednakże kanał ten jest jednym z droższych, patrząc na koszt pozyskania klienta. Aby móc reklamować się na Facebooku, trzeba najpierw stworzyć stronę przedsiębiorstwa. Jeśli taka już istnieje, należy zgłosić się do przedstawicieli Facebooka z prośbą

o stworzenie konta reklamowego. W momencie nadania praw reklamowych danemu przedsiębiorstwu można zacząć tworzyć kampanie. W tym celu należy zainstalować program, który jest połączony z kontem reklamowym. Facebook stworzył narzędzie o nazwie Power Editor, którego zadaniem jest uproszczenie procesu tworzenia i optymalizacji reklam przez dużych reklamodawców. Daje on możliwość precyzyjnej kontroli nad kampaniami.

W panelu głównym narzędzia Power Editor na zielono zaznaczony został lewy panel, w którym można znaleźć wszystkie kampanie i zestawy reklam, oraz menu rozwijane ułatwiające nawigację w narzędziu. Na żółto zaznaczony jest obszar roboczy, gdzie wyświetlają się pola dotyczące kampanii. Po wybraniu jednej z kampanii następuje otwarcie takich szczegółów, jak typ kampanii, sposób jej optymalizacji czy raportowania. Oprócz wcześniej wspomnianych paneli Power Editor składa się również z przycisków, które mają następujące funkcje:

1. Zarządzanie kontami reklamowymi. W sytuacji, gdy dany reklamodawca ma więcej niż jedno konto, guzik ten umożliwia szybkie przełączanie pomiędzy kontami reklamowymi.
2. Ściągnij do Power Editor. W wypadku posiadania większej liczby kont reklamowych dzięki temu przyciskowi możliwe jest pobranie wszystkich dotychczasowych zmian, które zostały dokonane na danym koncie. W przypadku gdy wcześniejsze zmiany nie zostały zapisane, nastąpi strata danych.
3. Wyślij zmiany. Po skończeniu dokonywania zmian na danym koncie reklamowym należy nacisnąć ten przycisk. Dzięki temu nowe kampanie oraz zaktualizowane stare zostaną uruchomione.
4. Menu rozwijane. Umożliwia szybki dostęp do biblioteki obrazów, zapisanych grup docelowych czy raportów.
5. Nawigowanie pomiędzy kampaniami, zestawami reklam i reklamami.
6. Przycisk ten umożliwia utworzenie nowej kampanii.
7. Kopiowanie elementów. Dzięki tej funkcji można szybko tworzyć identyczne kopie zaznaczonego elementu.
8. Funkcja umożliwiająca eksportowanie i importowanie prawidłowo sformatowanych plików Excela w celu dokonywania zbiorczych zmian.
9. Guzik służący do usuwania niechcianych kampanii i reklam.

W przypadku tworzenia nowej kampanii od podstaw należy nacisnąć przycisk nr 6. Po wybraniu tej opcji pojawia się okno, w którym należy wpisać nazwę kampanii oraz wybrać sposób naliczania danego konta reklamowego oraz cele kampanii. Użytkownik ma do dyspozycji następujące cele:

- kliknięcia, które przekierowują użytkownika do witryny reklamodawcy;
- zwiększenie konwersji w witrynie; reklamodawca określa typ konwersji, który go interesuje, i algorytm na podstawie danych historycznych wybiera osoby, które najprawdopodobniej ukończą czynność wybraną przez reklamodawcę;
- skupienie się na angażowaniu użytkowników w aktywność pod wybranymi postami strony przedsiębiorstwa;

- promowanie strony przedsiębiorstwa i zdobywanie „polubieni” w celu nawiązania kontaktu ze społecznością;
- skłanianie odbiorców do instalacji aplikacji;
- wzmaganie aktywności użytkowników w aplikacji danego przedsiębiorstwa;
- skorzystanie z oferty przedsiębiorstwa;
- zwiększanie frekwencji na wydarzeniu;
- częstsze wyświetlanie filmu.

Po wybraniu celu kampanii następuje tworzenie zestawów reklamowych. W BlaBlaCar, po przetestowaniu wielu rozwiązań, które miały na celu optymalizację wyników, najbardziej optymalnym schematem okazało się tworzenie kampanii podzielonej na kilka zestawów reklamowych. W każdym zestawie powinny znaleźć się cztery reklamy. Ważne jest, aby grupy docelowe nie pokrywały się w żadnej grupie reklam, gdyż w tym wypadku algorytm nie będzie mógł wydzielić optymalnej grupy użytkowników, którzy potencjalnie mogą być najbardziej zainteresowani reklamą. Po ustaleniu struktury kampanii należy skupić się na parametrach każdego zestawu reklamowego.

Reklamodawca zaczyna ustalanie szczegółów danej grupy reklamowej od wydzielenia budżetu, jaki ma do wykorzystania. Do wyboru jest ustalenie kwoty dziennej, jaką Facebook ma wydawać, oraz budżetu na cały czas trwania kampanii. Wybierając drugą opcję, reklamodawca może dodatkowo wybrać godziny i dni tygodnia, w których nie chce, aby jego reklamy były pokazywane. Na przykładzie firmy BlaBlaCar widać, że reklamy w sobotę mają gorsze wyniki niż w pozostałe dni, co wynika zapewne z sezonowości podróżowania ludzi. Oprócz budżetu w tym samym oknie należy wybrać datę rozpoczęcia oraz zakończenia kampanii. Następnie wybiera się grupę docelową, do jakiej marketer chce dotrzeć. Facebook oferuje szeroki zakres wyboru. Oprócz kraju i wieku danej grupy docelowej reklamodawca może wybrać spośród szerokiego wachlarza możliwości. Mogą to być osoby, które odwiedziły konkretne strony przedsiębiorstwa, ale nie wykonały pożądanej czynności czy osoby podobne do nich, co również ustalane jest dzięki algorytmowi, który sprawdza bazę użytkowników pod kątem podobieństw. Dla przedsiębiorstwa BlaBlaCar główną grupą docelową są osoby, które dużo podróżują i są powyżej 18. roku życia. Równie ważni z marketingowego punktu widzenia są kierowcy. Dzięki Facebookowi bardzo łatwo można znaleźć takie osoby, co więcej, serwis ten oferuje wiele opcji targetowania. Tylko od doświadczenia i wyobraźni marketera zależy strategia dotarcia do klienta. Kolejnym krokiem jest ustalenie urządzeń, na jakich reklamy mają być wyświetlane. Najwięcej użytkowników tego portalu społecznościowego w Polsce korzysta z komputerów stacjonarnych. Chcąc dotrzeć do jak najszerszej publiczności, należy wybrać tę opcję. Dla komputerów stacjonarnych przeznaczone są dwie opcje: reklamy w aktualnościach, czyli tam, gdzie pojawiają się aktywności znajomych, oraz banery po prawej stronie. Dla BlaBlaCar ważni są również użytkownicy mobilni, czyli tacy, którzy korzystają z Facebooka na swoich smartfonach. Wybór wyświetlania reklam w mobilnych aktualnościach może być skuteczny w działaniach promocyjnych aplikacji danego przedsiębiorstwa. Warto

zaznaczyć również wyświetlanie reklam w aplikacjach partnerskich Facebooka, jednakże w Polsce opcja ta nie dodaje zasięgu.

Po wyborze typu kampanii oraz wszystkich szczegółów dotyczących grup reklamowych należy skupić się na tworzeniu reklam. Reklama na Facebooku składa się z poniższych elementów:

- grafiki o wymiarze 1200 na 627 pikseli, w której objętość tekstu nie przekracza 20% powierzchni,
- tytułu, tekstu oraz nagłówka,
- linku do strony WWW, na który dana reklama odsyła,
- wybranej strony, którą marketer chce promować.

Gdy elementy zostaną zdefiniowane, po prawej stronie tabeli automatycznie generuje się podgląd reklamy.

Mimo ograniczonych możliwości tworzenia reklam ciężko jest jednoznacznie stwierdzić, co spodoba się odbiorcom przekazu reklamowego. Kolejną funkcją, którą Facebook udostępnia reklamodawcom, jest panel główny. Umieszczone są w nim najważniejsze wskaźniki, na które należy zwrócić uwagę podczas optymalizacji kampanii.

Z okna reklamy można dowiedzieć się, do ilu osób dotarł przekaz reklamowy, ile osób zdecydowało się kliknąć w reklamę (wskaźnik klikalności, tzw. CTR), jaka kwota została wydana na daną reklamę, można zobaczyć wykres konwersji we wskazanym czasie oraz ogólny status danej reklamy. Dzięki tym statystykom marketer ma ułatwione zadanie, jeśli chodzi o optymalizację kampanii. Umiejętna interpretacja wyników może przyczynić się do efektywniejszego zarządzania kontem reklamowym. Poniżej zostały one zaprezentowane:

1. Struktura kampanii:

- a) grupy docelowe nie powinny się pokrywać;
- b) w jednej kampanii powinno znajdować się kilka grup docelowych, ustalonych zgodnie z pierwszą zasadą. W każdej grupie należy stworzyć trzy różne reklamy;
- c) należy ustalić budżet oparty na wielkości danej grupy docelowej;
- d) kampania po około 10 dniach powinna być odświeżona;
- e) należy skupić się również na samych reklamach. Przekaz reklamowy powinien być dostosowany do celu, jaki dana kampania ma spełniać. W przypadku BlaBlaCar celem kampanii jest pozyskiwanie użytkowników, z podziałem na kierowców i pasażerów. Dobrze sprawdzają się kreacje, które nie są ogólne i odpowiadają typowi pozyskiwanego użytkownika. Jeżeli chodzi o grafiki, powinny one skłonić potencjalnego odbiorcę do zatrzymania uwagi na danej reklamie;
- f) reklamy należy odświeżać jak najczęściej, tak żeby wskaźnik CTR był stale na jak najwyższym poziomie;
- g) na każdej reklamie należy umieścić tzw. *call to action* (CTA), czyli wezwanie do działania. Z reguły są to takie słowa jak *kliknij*, *zaloguj się* itp.

2. Dostosowywanie rodzaju licytacji do wielkości grupy docelowej:
 - a) CPM, czyli koszt za tysiąc wyświetleń, powinien być używany dla małych grup docelowych, tak aby zapewnić jak największe dotarcie do użytkowników. Za małą grupę docelową uważa się mniej niż sto tysięcy osób;
 - b) CPC, czyli koszt za kliknięcie, należy używać przy kierowaniu reklam do średniej wielkości grup docelowych, tak aby zachęcić ludzi do jak najczęstszego klikania w reklamę. Średnia grupa to taka od stu tysięcy do trzystu tysięcy użytkowników;
 - c) oCPM, czyli koszt za tysiąc wyświetleń, który ustalany jest przez algorytm Facebooka, należy stosować przy największych grupach docelowych. Za takie uważa się grupy powyżej trzystu tysięcy osób;
 - d) rodzaj licytacji najlepiej określić osobno dla każdej fazy, w jakiej znajduje się kampania. W fazie początkowej, kiedy robot optymalizujący reklamy poznaje typy osób, które najprawdopodobniej skonwertują, należy używać metody rozliczenia CPC. Po dwóch dniach, kiedy algorytm znajdzie typ osoby zainteresowanej reklamą, należy zmienić sposób rozliczenia na oCPM oraz zwiększyć budżet. Algorytm zacznie optymalizować wyświetlanie reklamy dzięki wynikom z fazy pierwszej. W ostatniej fazie, czyli mniej więcej po dziesięciu dniach pożądane jest przełączenie rodzaju licytacji na CPA, czyli koszt za podjętą akcję. W ten sposób algorytm nauczony w trakcie trwania kampanii wybierze odpowiednie osoby, najbardziej zainteresowane przekazem reklamowym i zacznie wyświetlać im reklamę.

Praktyki te oparte są na doświadczeniach związanych z reklamowaniem się na Facebooku w czternastu różnych krajach. Jednakże rynek reklamy internetowej jest bardzo dynamiczny, przez co najważniejsze jest ciągle uczenie się i testowanie nowych rozwiązań, które mogą okazać się lepsze od powyżej zaprezentowanych praktyk.

Wykorzystanie narzędzia Adwords przez BlaBlaCar do reklamowania się w wyszukiwarkach

Duży udział w kosztach marketingowych BlaBlaCar ma reklama wykorzystująca narzędzie Adwords. Jest to narzędzie należące do Google. Korzystanie z niego zapewnia dostęp do wszystkich formatów reklamowych. Wybór jest naprawdę szeroki. Marketerzy mają do wyboru reklamę tekstową w wynikach wyszukiwania dedykowaną komputerom stacjonarnym, jak i urządzeniom mobilnym. Istnieje również możliwość tworzenia reklam graficznych, które pojawiają się w miejscach należących do sieci reklamowej Google na różnych stronach internetowych. Ponadto w ofercie znajduje się reklama w poczcie elektronicznej. Z racji wolumenu ruchu, który przynosi to narzędzie, rozdział ten skupiony będzie na reklamowaniu się przez BlaBlaCar w płatnych wynikach wyszukiwania poprzez narzędzie Adwords. Z perspektywy reklamodawcy narzędzie Adwords ma bardzo dużo zalet. Oprócz łatwości obsługi

i dobrego wsparcia przez Google główną zaletą jest to, że reklamy nie są nachalne, a ich przekaz jest powiązany z zapytaniem użytkownika. Taka sytuacja powoduje, że człowiek wpisujący dane zagadnienie w wyszukiwarkę może natknąć się na reklamę, która bardzo dobrze odpowiadała będzie jego zapytaniu, przez co prawdopodobnie w nią kliknie. Mimo że wiele osób zastrzega się, że nie klika w reklamy internetowe, wskaźnik klikalności w przypadku firmy BlaBlaCar jest największy właśnie w reklamach w wyszukiwarkach. Fakt ten pokazuje, dlaczego narzędzie Adwords cieszy się tak dużą popularnością pośród reklamodawców. Jak wcześniej wspomniano, narzędzie pomimo swojej złożoności jest bardzo intuicyjne w obsłudze.

Panel główny podzielony jest na cztery części. Lewy panel, oznaczony numerem jeden, zawiera dostęp do wszystkich kampanii danego konta. Klikając w poszczególne kampanie, przechodzi się bezpośrednio do ich szczegółów. Numerem dwa oznaczony został pasek z kartami, które odsyłają do poszczególnych okien. Pasek ten należy traktować jako najważniejsze miejsce do zarządzania kampaniami. Gwarantuje on szybki dostęp do wszystkich kampanii oraz poszczególnych funkcji, które pomagają w poprawie skuteczności działań marketingowych. Kolejny poziom kart został oznaczony numerem trzy. Jest to tak zwany pasek narzędzi. Służy on do dostosowywania widoku w panelu oznaczonym numerem cztery. Każdy korzystający z tego narzędzia może dostosować widok, uwzględniając swoje osobiste preferencje, tak aby był on czytelny i pokazywał tylko interesujące elementy z perspektywy działalności marketingowej. Wszystkie karty mają swoje osobne zastosowania:

1. Karta „Kampanie” przekierowuje do wszystkich dostępnych kampanii i powinna być traktowana jako najważniejsze miejsce do rozpoczęcia działań optymalizacyjnych, gdyż daje dostęp do głównych statystyk danej kampanii.
2. Karta „Grupy reklam” umożliwia sprawne edytowanie wszystkich informacji o danych grupach reklam. Daje ona dostęp do grup reklam z jednej kampanii, jak i do wszystkich działających, co umożliwia szybkie porównywanie wyników.
3. Karta „Ustawienia” daje możliwość dostosowania ustawień, które wpływają na całą kampanię. Może to dotyczyć na przykład budżetu, opcji określania stawek i sieci czy harmonogramu wyświetlania reklam.
4. Karta „Reklamy” daje dostęp do wszystkich reklam działających w danym momencie. Dzięki temu marketer może łatwo porównywać je między sobą i analizując wyniki, tworzyć jeszcze lepsze reklamy.
5. Karta „Słowa kluczowe” to inaczej centrum zarządzania słowami kluczowymi, czyli takimi, które powodują wyświetlenie reklamy przedsiębiorstwa.
6. Karta „Grupy docelowe” przekierowuje do panelu z listami grup docelowych. Służy to do tworzenia kampanii opartych na remarketingu.
7. Karta „Rozszerzenia reklam” pomaga zarządzać dodatkowymi elementami, które wzbogacają reklamy.
8. Karta „Wymiary” pozwala na analizowanie danych z wybraną szczegółowością, wykraczającą poza standardowe statystyki Adwords.

9. Karta „Sieć reklamowa” daje dostęp do metod kierowania reklam dla poszczególnych kampanii.

Jak wcześniej wspomniano, zarządzanie kontem reklamowym jest bardzo intuicyjne. Podobnie jest z tworzeniem samych reklam. Proces tworzenia nowej kampanii należy rozpocząć od nadania nazwy nowej kampanii. W pierwszym kroku należy również określić typ kampanii. Do wyboru są następujące rodzaje:

1. Standardowy, czyli reklama tekstowa w wyszukiwarce, która wyświetla się osobom wpisującym dane słowo kluczowe.
2. Wszystkie funkcjonalności. Ten typ reklamy umożliwia wybranie wszystkich dodatkowych funkcjonalności oferowanych przez narzędzie.
3. Instalacja mobilnych aplikacji. Celem takiej kampanii jest dotarcie do użytkowników mobilnych i promocja aplikacji. Kliknięcie w taką reklamę powoduje przeniesienie użytkownika do sklepu z aplikacjami.
4. Zaangażowanie w mobilnych aplikacjach. Zadaniem takiej reklamy jest skłonienie osób do częstszego korzystania z aplikacji danego przedsiębiorstwa.
5. Dynamiczne reklamy w wyszukiwarkach. Ten typ reklamy oparty jest na wartości strony docelowej przedsiębiorstwa. Reklamy tworzą się dynamicznie i automatycznie, poprzez analizowanie witryny firmy.

Następnie należy wybrać typ urządzenia, na jakim reklama ma się pojawiać. Kolejnym krokiem jest ustalenie terytorium, na jakie dana reklama jest kierowana, oraz języka odbiorców. Jednym z ważniejszych elementów jest ustalenie ceny za kliknięcie oraz budżetu. Po ustaleniu powyższych elementów należy dokonać strukturyzacji kampanii. W tym kroku należy stworzyć poszczególne grupy reklam oraz zdefiniować słowa kluczowe, które spowodują wyświetlenie reklamy. Ostatnim etapem jest tworzenie reklam, na przykład reklam tekstowych. Oprócz nagłówka oraz tekstu reklamy podaje się link przekierowujący użytkownika do pożądanej strony docelowej. Gdy dana kampania została stworzona, następuje proces optymalizacji reklamy. W tym celu pomocny jest widok panelu głównego z wybranymi statystykami.

Panel ten podsumowuje wyniki danej reklamy. Można sprawdzić, ile osób zobaczyło reklamę, jaki był odsetek osób nią zainteresowanych, ile kosztował marketera jeden klik oraz ile osób dokonało kluczowej akcji z perspektywy przedsiębiorstwa. Google dużą wagę przykładą do statystyk, dzięki temu przedsiębiorstwa mogą nieustannie szukać nowych rozwiązań w celu pozyskiwania jak największej liczby klientów jak najmniejszym kosztem.

Z perspektywy działalności firmy BlaBlaCar Adwords jest doskonałym źródłem pozyskiwania użytkowników. Podobnie jak w przypadku Facebooka firma korzysta z tego kanału na każdym rynku, na którym jest obecna. W porównaniu z Facebookiem koszt pozyskania jednego użytkownika w Adwords jest dużo mniejszy. Najlepsze wyniki przynoszą słowa kluczowe, które powiązane są z działalnością firmy, a więc „wspólne przejazdy”, „carpooling”. Jeżeli chodzi o teksty, które najlepiej sprawdzają się w kontekście BlaBlaCar, to największą klikalnością charakteryzują się te, które podkreślają oszczędności, jakie płyną z podróży

z BlaBlaCar. Jednakże proces optymalizacji kampanii trwa cały czas. W BlaBlaCar proces ten wygląda następująco:

1. Stworzenie kampanii. Następuje ustalenie wszystkich charakterystyk, słów kluczowych oraz tekstów reklamowych. Z obserwacji osób odpowiedzialnych za marketing wynika, że budżet dzienny powinien być co najmniej dwadzieścia razy większy niż ustalony koszt kliknięcia. Słowa kluczowe zależne są od celu danej kampanii. Jeżeli celem jest pozyskiwanie kierowców, to słowa kluczowe powiązane są z samochodami lub cenami benzyny. W przypadku kampanii skierowanej do pasażerów słowa kluczowe powinny być powiązane z podróżowaniem pomiędzy polskimi miastami. W pierwszej fazie dana kampania powinna mieć co najmniej trzy reklamy, tak aby poprzez częstość kliknięć algorytm sam wybrał najlepszą. Jednakże cały czas powinno się dodawać nowe reklamy, tak aby algorytm wciąż poszukiwał najlepszych rozwiązań.
2. Po upływie dziesięciu dni należy włączyć robota optymalizującego, który przez cały czas trwania kampanii będzie zbierał informacje o użytkownikach i na ich podstawie sam wybierze osoby, które w największym stopniu będą zainteresowane daną reklamą. Wynika to z tego względu, że w Adwords reklamodawcy płacą za kliknięcia, jednocześnie mając z góry ustalony budżet. Z tego też względu należy cały czas rotować reklamami.
3. Po upływie dwóch tygodni należy sprawdzić, które słowa kluczowe są najefektywniejsze. Te, które są najrzadziej wykorzystywane, należy zastąpić nowymi.
4. Osoby odpowiedzialne w BlaBlaCar za reklamę w wyszukiwarkach często podkreślają, jak ważne jest ciągłe testowanie nowych rozwiązań. Najlepszą inspiracją jest stała obserwacja rzeczywistości, tak aby tworzyć reklamy z przekazem dopasowanym do potencjalnego użytkownika.

Podsumowanie

Rozwój i upowszechnienie Internetu wpływa praktycznie na wszystkie dziedziny życia. Internet oferuje obecnie nowe kanały docierania do klienta, co z kolei powinno być umiejętnie wykorzystywane przez współczesne przedsiębiorstwa funkcjonujące na rynku. Aby firma była na czasie i jej działania wpisywały się we współczesne trendy obserwowane na rynku, musi działać zgodnie z Marketingiem 3.0. Oznacza to, że przedsiębiorstwa powinny skupiać się na kliencie i jego permanentnie zmieniających się oczekiwaniach. Należy pamiętać, że oprócz samego produktu liczy się także wiza przedsiębiorstwa. Powinna być ona dodatnio skorelowana z potrzebami współczesnych konsumentów, którzy są coraz bardziej świadomi i lepiej wyedukowani i w efekcie coraz częściej chcą aktywnie uczestniczyć nie tylko w samym konsumowaniu, ale także w tworzeniu produktów. Wspomniane działanie firm nie oznacza, co prawda, złotego środka, jednak aktywne podejście do współczesnego klienta ma swoje przełożenie na wynik ekonomiczny firmy.

Zaprezentowany przykład firmy BlaBlaCar dobitnie pokazuje, że w drugiej dekadzie XXI wieku, w dobie upowszechniającego się i coraz szybszego Internetu, oparcie działań marketingowych firmy na narzędziach internetowych ma coraz większy sens. Wynika to głównie z tego, że rozwój trendów konsumenckich, takich jak social media (media społecznościowe) czy konsumpcja kolaboratywna (wspólna), spowodował, że reklamy umieszczane przez przedsiębiorstwa w wyszukiwarkach internetowych oraz w mediach społecznościowych docierają do olbrzymiej rzeszy potencjalnych klientów, przez co zaczynają stawać się coraz skuteczniejszą formą e-marketingu.

Bibliografia

- Belk R. (2014), *You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online*, "Journal of Business Research", No. 67(8).
- Botsman R., Rogers R. (2010a), *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, Harper Business, New York.
- Botsman R., Rogers R. (2010b), *Beyond Zipcar: Collaboration Consumption*, "Harvard Business Review", No. 88(10), October.
- Dejnaka A. (2013), *Biblia e-biznesu. E-marketing*, Wydawnictwo Helion, Gliwice.
- Felson M., Speath J. L. (1978), *Community structure and collaborative consumption: A routine activity approach*, "American Behavioral Scientist", No. 21(4).
- Frąckiewicz E. (2006), *Marketing internetowy*, PWN, Warszawa.
- Królewski J., Sala P. (red.) (2014), *E-marketing. Współczesne trendy. Pakiet startowy*, PWN, Warszawa.
- Olson M. J., Connor A. D. (2013), *The Disruption of Sharing – An Overview of the New Peer-to-Peer, "Sharing Economy" and the Impact on Established Internet Companies*, "Piper Jaffray", November.
- Rostek A., Zalega T. (2015), *Konsumpcja kolaboratywna wśród młodych polskich i amerykańskich konsumentów (część 1)*, „Marketing i Rynek”, nr 5.
- Szubrycht J. (2012), *Bogacenie się przez dzielenie*, „Polityka”, nr 26(2864).
- Tapscott D., Williams A. (2008), *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Voight J. (2013), *Enabling the Sharing Economy*, "Adweek", Vol. 54, No. 21.
- Wardak P., Zalega T. (2013), *Konsumpcja kolaboratywna jako nowy trend konsumencki*, „Studia i Materiały”, nr 1.
- Wasko M. M. L., Faraj S. (2005), *Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic network of practice*, "MIS Quarterly", No. 29(1).

- Zalega T. (2013a), *Internet a media społecznościowe i wirtualizacja zachowań miejskich gospodarstw domowych w Polsce (wyniki badań)*, „Zarządzanie Innowacyjne w Gospodarce i Biznesie”, nr 2(17).
- Zalega T. (2013b), *Alternatywne trendy konsumenckie w miejskich gospodarstwach domowych w Polsce w okresie kryzysu*, „Studia i Materiały”, nr 1(16).
- Zalega T. (2015), *Nowe trendy konsumenckie jako przejaw innowacyjnych zachowań współczesnych konsumentów. Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów (w druku).

Summary

E-marketing strategies as illustrated by the case of the BlaBlaCar company

Many market entities would like to distinguish themselves from their competitors by achieving competitive advantages in different aspects of their business. The adoption of e-marketing certainly offers such advantages, if it is well understood and properly implemented. To ensure effective implementation of e-marketing, the company must look at its activities from a wider perspective. Its strategy, the operations of the sales department and online and offline marketing must be put together. The purpose of the article is to present new marketing concepts and tools available to companies that wish to use the Internet as their advertising medium. In the first part of the article, the notion and nature of Internet marketing are explained and then the most important, classical tools of it are concisely presented. In the second part, e-marketing activities of the company BlaBlaCar are analysed. The article ends with a summation of the discussion and major conclusions.

Keywords: e-marketing, consumer, social media, collaborative consumption, carpooling

Słowa kluczowe: e-marketing, konsument, media społecznościowe, konsumpcja kolaboratywna, carpooling

JEL: D11, D12

Jerzy Janczewski*

Logistyka w mikro i małym przedsiębiorstwie

Wstęp

Logistyka w przedsiębiorstwie odpowiada za zapewnienie niezbędnych zasobów a różnorodność i skala jej działań zależy od charakteru przedsiębiorstwa i jego wielkości.

W gospodarce zachodzi przemieszczanie zasobów, za co odpowiadają procesy logistyczne, których zasadniczą rolą jest zapewnienie użyteczności miejsca i czasu. Aby przedsiębiorstwo zarówno małe, jak i duże mogło sprawnie funkcjonować, musi mieć zapewnione właściwe zasoby, we właściwej ilości, jakości, miejscu, czasie i po właściwym koszcie, czyli zgodnie z tzw. zasadą 6 W.

Przemieszczanie surowców do przedsiębiorstw produkcyjnych, a następnie wyrobów gotowych do klientów jest głównym obiektem działań logistycznych w tradycyjnym ujęciu. Po dostarczeniu odbiorcy finalnemu produktu kończy się pierwotny proces logistyczny i w tym samym momencie rozpoczynają się kolejne etapy procesu zwanego powrotnym. Proces ten jest zaliczany do obszaru logistyki zwrotnej i obejmuje złożone etapy wynikające ze zwrotów produktów, ich użytkowania i serwisowania (Janczewski, 2014a: 77).

Na działania logistyczne składają się najczęściej procesy zakupu, składowania, transportu, procesy produkcji, sprzedaży wyrobu, a także obsługi klienta, zwrotów produktów i ich ponowne zagospodarowanie. Nawet w jednoosobowej firmie dokonuje się zakupu towarów, magazynuje je oraz transportuje, a także sprzedaje wyroby i zagospodarowuje zwroty. Przy czym magazynowanie może się odbywać początkowo w prywatnym pomieszczeniu, a transport – za pomocą prywatnego samochodu, najczęściej osobowego. W skrajnym przypadku, tak jak ma to miejsce w firmie mikro, przedsiębiorca zajmuje się wszystkim, włącznie z czynnościami logistycznymi. W miarę rozwoju przedsiębiorstwa rozpoczyna się etap specjalizacji, a do zarządza-

* Dr inż. Jerzy Janczewski, adiunkt w Katedrze Systemów Transportu na Wydziale Informatyki, Zarządzania i Transportu Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi.

nia firmą angażowane są kolejne osoby (Janczewski, 2014b: 66). Zachodzi zatem pytanie, jakie działania logistyczne i w jakim stopniu najczęściej występują w firmach mikro i firmach małych. Tak postawione pytanie wskazuje na cel artykułu, którym jest prezentacja badań dotyczących zaangażowania działań logistycznych w funkcjonowaniu mikro i małych przedsiębiorstw.

Badania prowadzono metodą studiów literaturowych i metodą wywiadów bezpośrednich z zastosowaniem kwestionariusza, obserwacji uczestniczącej i rozmów z ekspertami.

Badania z zastosowaniem kwestionariusza przeprowadzono w drugim półroczu 2015 roku, uczestniczyło w nich 36 przedsiębiorstw w tym 16 przedsiębiorstw mikro i 20 przedsiębiorstw małych¹. Doбору próby dokonano na zasadzie dostępności. W większości były to przedsiębiorstwa usługowe i handlowe (13 i 11), o działalności mieszanej (produkcyjno-usługowo-handlowej) (8) i działalności produkcyjnej (4). Przedsiębiorstwa według profilu (PKD) reprezentowały handel hurtowy i naprawy G (12), transport i gospodarkę magazynową H (6), działalność związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi I (2) budownictwo F (4), przetwórstwo przemysłowe C (6), rolnictwo i leśnictwo A (1), opiekę zdrowotną i pomoc społeczną Q (1) i pozostałą działalność usługową S (4).

Prawie wszystkie firmy pochodziły z województwa łódzkiego (26) i prowadziły działalność na rynku lokalnym (11), krajowym (14), unijnym (8), zaś działalność 3 przedsiębiorstw wykraczała poza granice UE. Dwa badane przedsiębiorstwa miały swoją siedzibę w Belgii i Niemczech i tam też prowadziły działalność gospodarczą. Firmy te zostały oddzielnie scharakteryzowane w ramach studium przypadku.

Badane przedsiębiorstwa dostarczały swoje produkty do odbiorców indywidualnych (20), do odbiorców instytucjonalnych (9), hurtowni (12), sieci handlowych (7), do dalszego przetwórstwa (3), do sklepów detalicznych (5).

Firmy w większości oceniały swoją pozycję rynkową jako raczej silną (27), podobnie oceniały swoją sytuację finansową na tle branży jako bardzo dobrą (5) lub dobrą (29). Większość badanych firm (19) nie inwestowało w majątek trwały lub inwestycje były poniżej wartości zużycia tego majątku. Pozostałe inwestowały w odтворzenie składników majątku trwałego w przypadku dwóch z nich inwestycje przekraczały wartość zużycia majątku trwałego.

Przedsiębiorstwa były prowadzone przeważnie w formie prawnej przedsiębiorstwa osoby fizycznej (22), rzadziej spółki cywilnej (2), spółki z o.o. (7) i spółki jawnej (5). Część z nich (8) funkcjonowała na rynku od 20 lat, pozostałe (11) od 5 do 10 lat, zaś 12 firm prowadziło swoją działalność nie dłużej niż 5 lat. Część z nich (15) to typowe przedsiębiorstwa rodzinne.

¹ Przedsiębiorstwa klasyfikowano wyłącznie według zatrudnienia (mikro do 9 osób, małe od 10 do 49). Z powodu braku dokładnych danych kryterium rocznych obrotów nie zostało w badaniu uwzględnione.

Badania logistyki przedsiębiorstw w świetle wybranej literatury

W Polsce badaniem procesów logistycznych w małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach zajmowali się między innymi: komercyjne przedsiębiorstwo Logisys sp. z o.o. z Krakowa, E. Staniewska, D. Janczewska, K. Zowada, J. Janczewski oraz B. Klepacki.

Komercyjna firma Logisys trudniąca się projektowaniem i usprawnianiem logistyki przedsiębiorstw przeprowadziła w 2011 roku sondaż diagnostyczny mający na celu określenie miejsca logistyki w strukturze przedsiębiorstw w Polsce (*Raport 2012. Miejsce logistyki w strukturze przedsiębiorstw w Polsce*, 2012). W badaniu została przeanalizowana zdolność konkurowania i innowacji firmy wynikająca z miejsca logistyki w strukturze przedsiębiorstwa w Polsce, zwrócono także uwagę na odpowiedzialność spoczywającą na logistykach, poziom zarządzania logistyką i wprowadzanie innowacji proponowanych przez działy logistyki.

Wyniki badań firmy Logisys pokazały trzy problemy, z jakimi borykały się osoby zajmujące się logistyką w Polsce, a mianowicie brak wpływu na decyzje przedsiębiorstwa, traktowanie logistyki wyłącznie jako kosztu dla firmy, problemy z komunikacją w kontaktach logistyków zarówno z innymi działami, jak i z zarządem firmy (zob. więcej *Raport 2012. Miejsce logistyki w strukturze przedsiębiorstw w Polsce*, 2012; Godzisz, Ścibisz, 2013).

Badania Staniewskiej dotyczyły logistyki w działalności przedsiębiorstw regionu częstochowskiego i sąsiadujących (Staniewska, 2011), logistyki w działalności usługowej (Staniewska, 2012) i organizacji logistyki w przedsiębiorstwach handlowych (Staniewska, Budzik, 2012). Autorka badała przedsiębiorstwa małe, średnie i duże z pominięciem przedsiębiorstw mikro). Przeprowadzone badania miały na celu między innymi ocenę realizacji zadań logistycznych w dużych, średnich i małych przedsiębiorstwach oraz określenie czynników wpływających na organizacyjno-funkcjonalne uwarunkowania logistyki w praktyce gospodarczej.

Badania Janczewskiej dotyczyły działalności marketingowej jako elementu strategii logistycznej przedsiębiorstw z sektora MSP (Janczewska, 2013) oraz metod i instrumentów marketingowych w procesach logistycznych (Janczewska, 2015). Autorka badała przedsiębiorstwa produkcyjne mikro, małe i średnie z branży cukierniczej, wyodrębniła w nich procesy logistyczne i scharakteryzowała ich cechy w aspekcie strategii, metod i instrumentów marketingowych.

Zowada (2013) badał decyzje i koncepcje logistyczne w MSP. Autor przeanalizował zadania stawiane logistyce i charakter decyzji logistycznych w przedsiębiorstwach mikro, małych, średnich i dużych. W toku przeprowadzonych badań zweryfikował hipotezę mówiącą o tym, iż wielkość przedsiębiorstwa ma istotny wpływ na sposób zarządzania procesami logistycznymi zachodzącymi w przedsiębiorstwie.

Janczewski porównywał procesy logistyczne w małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach (Janczewski, 2014b). W konkluzji autor zwrócił uwagę między innymi

na outsourcing usług logistycznych jako interesujące rozwiązanie dla przedsiębiorstw niezależnie od ich wielkości i skali działania. Firmy małe i średnie, jak wynikało z badań autora, przede wszystkim stosują w logistyce insourcing, czyli korzystają z własnych zasobów w magazynowaniu, transporcie itp., a zainteresowanie outsourcingiem pojawia się dopiero wtedy, kiedy rośnie skala przedsiębiorstwa.

Obszerne badania Klepackiego dotyczyły systemów logistycznych przedsiębiorstw przetwórstwa rolno-spożywczego (Klepacki, Wicki, 2014). Autor wraz z zespołem współpracowników badał funkcjonowanie różnych aspektów logistyki w przedsiębiorstwach agrobiznesu, takich jak zarządzanie zapasami i magazynowanie, transport, opakowania, zarządzanie informacją, dojrzałość procesów logistycznych czy zarządzanie łańcuchem dostaw. Ważną część badań Klepackiego i zespołu stanowią studia przypadków dotyczące konkretnych sytuacji występujących w przedsiębiorstwach przetwórstwa rolno-spożywczego. Na uwagę zasługuje również badanie wybranych rozwiązań organizacyjno-technicznych w zakresie logistyki w 116 polskich przedsiębiorstwach przetwórstwa mięsa, z których 50% stanowiły małe przedsiębiorstwa (Baran, Żak, 2012: 353–364).

Z ogólnodostępnej literatury zagranicznej przytacza się badania logistyki norweskich małych firm (Bagchi, Virum, 2000), badania wydajności logistycznej łańcucha dostaw małych przedsiębiorstw w Indiach (Thakkar i in., 2009) oraz badania logistyki w małych i średnich przedsiębiorstwach węgierskich realizowanych przez Gece w ramach pracy doktorskiej (Gece, 2012).

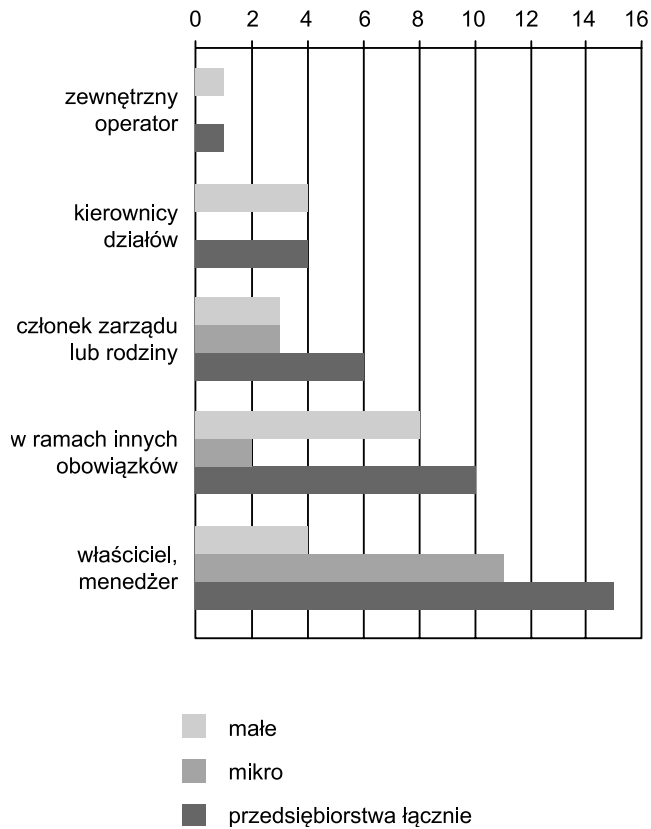
Działania logistyczne w mikro i małych przedsiębiorstwach

Z analizy kwestionariuszy ankietowych wynika, że logistyką w badanych przedsiębiorstwach zajmowali się: menedżerowie lub właściciele firm, pracownicy w ramach innych obowiązków, członkowie zarządu lub rodziny, kierownicy działów, zewnętrzny operator lub inne osoby.

W badanych mikroprzedsiębiorstwach logistyką zajmował się wyłącznie właściciel lub menedżer firmy i dotyczyło to 11 badanych przedsiębiorstw, w 3 firmach logistykę powierzono członkowi zarządu lub rodziny, w 2 zadanie to przydzielono wybranemu pracownikowi w ramach innych obowiązków.

W 4 małych przedsiębiorstwach logistyką zajmował się właściciel lub menedżer firmy, w 8 zadanie to realizowali pracownicy w ramach innych obowiązków, w 4 firmach kierownicy poszczególnych działów, a w 3 członek zarządu lub członek rodziny, zaś 1 małe przedsiębiorstwo zadanie to powierzyło zewnętrznemu operatorowi.

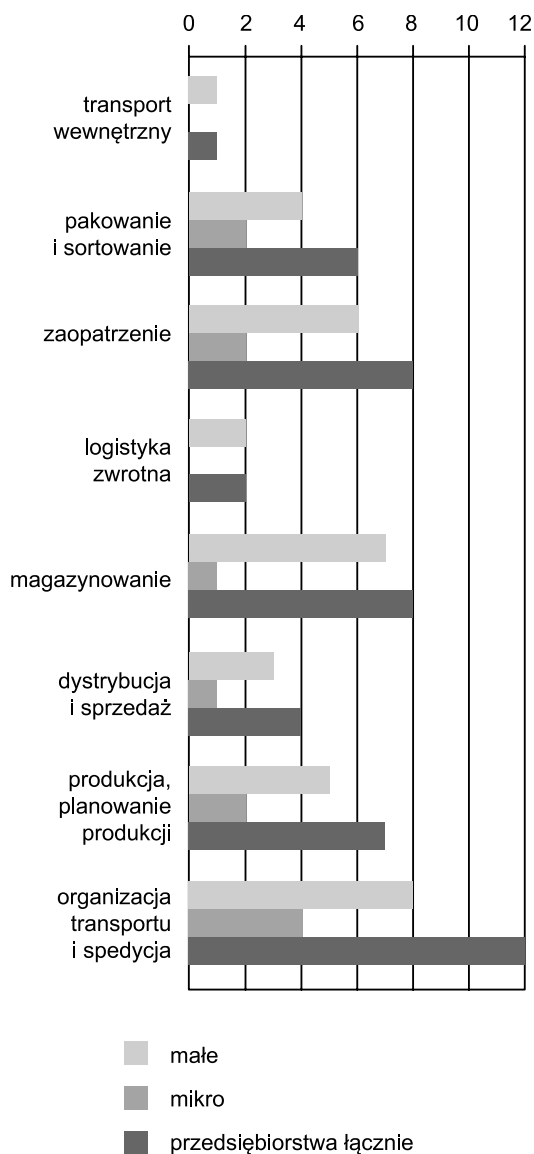
Liczbę badanych przedsiębiorstw łącznie według podmiotów, które zajmują się w nich logistyką i z rozbiciem na firmy mikro i małe pokazano na rysunku 1. W żadnym z badanych przedsiębiorstw nie było oddzielnego stanowiska dla osoby/menedżera lub działu zajmującego się wyłącznie logistyką.



Rysunek 1. Podmioty zajmujące się logistyką w badanych przedsiębiorstwach

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Badane przedsiębiorstwa w swoich strukturach organizacyjnych posiadały wydzielone działy zajmujące się organizacją transportu i spedycją, produkcją i jej planowaniem, dystrybucją i sprzedażą, magazynowaniem, logistyką zwrotną, zaopatrzeniem, pakowaniem i sortowaniem oraz transportem wewnętrznym. Liczbę wydzielonych działów dla wszystkich przedsiębiorstw łącznie i z rozbiciem na firmy mikro i małe przedstawiono na rysunku 2. Wydzielony dział organizacji transportu i spedycji posiadały 4 przedsiębiorstwa mikro i 8 małych, dział produkcji i planowania był w 2 firmach mikro i w 5 małych, dział dystrybucji istniał w 2 firmach mikro i w 7 małych, działy magazynowania w 7 małych i w 1 mikro, dział logistyki zwrotnej był w 2 firmach małych, dział zaopatrzenia występował w 6 firmach małych i w 2 mikro, dział pakowania i sortowania występował w 2 firmach mikro i w 6 małych, zaś dział transportu wewnętrznego był wyodrębniony tylko w 1 małym przedsiębiorstwie.

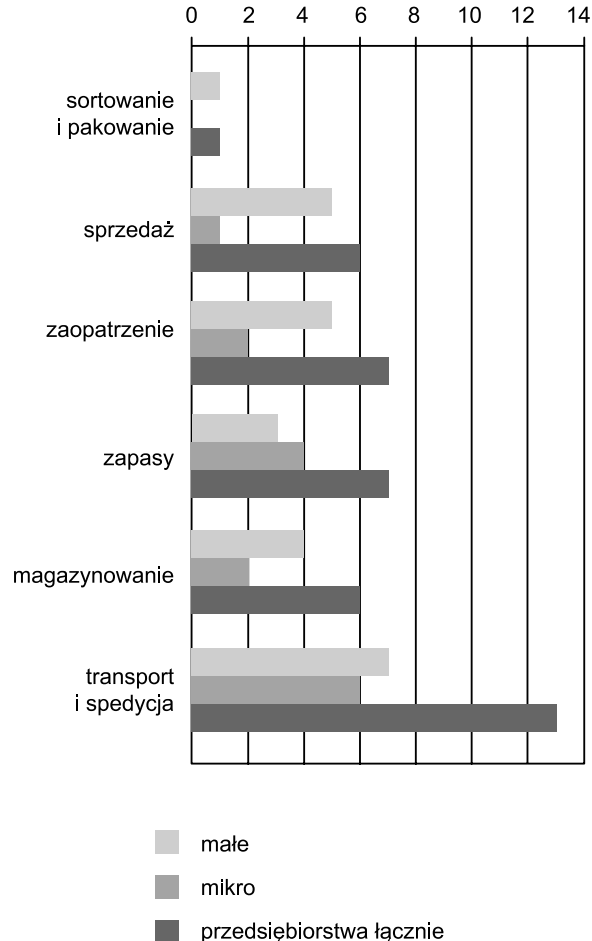


Rysunek 2. Liczba wydzielonych działów dla wszystkich przedsiębiorstw łącznie i z rozbiem na firmy mikro i małe

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Niezależnie od liczby wydzielonych działów niektóre badane przedsiębiorstwa prowadziły odrębną ewidencję kosztów logistyki w takich obszarach, jak: transport i spedycja, magazynowanie, zapasy, zaopatrzenie oraz sprzedaż, zawieranie porozumień handlowych i sortowanie. Sześć przedsiębiorstw mikro i 7 małych odrębnie ewidencjonowało koszty transportu i spedycji, 2 firmy mikro i 4 małe ewidencjo-

wały koszty magazynowania, 4 mikro i 3 małe koszty zapasów, 5 przedsiębiorstw małych i 2 mikro koszty zaopatrzenia, 5 firm małych i 1 firma mikro koszty sprzedaży i zawierania porozumień handlowych, zaś 1 firma mała odrębnie ewidencjonowała koszty sortowania (rys. 3).

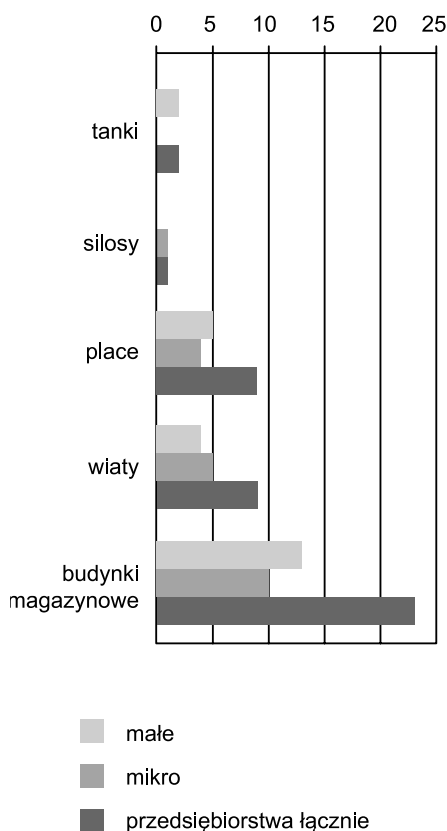


Rysunek 3. Obszary, w których przedsiębiorstwa prowadziły odrębną ewidencję kosztów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Znaczna część badanych przedsiębiorstw (24) mierzyła poziom obsługi logistycznej swoich klientów, monitorując czas realizacji zamówienia, dostępność zamówionego towaru bezpośrednio z posiadanego zapasu magazynowego lub odsetek poprawnie zrealizowanych zleceń (na czas i właściwe miejsce, bez reklamacji). Cztery firmy mikro i 8 małych mierzyło czas realizacji zamówienia, 2 firmy mikro i 4 małe monitorowały dostępność towaru, zaś 6 firm mikro i 7 małych monitorowało liczbę poprawnie zrealizowanych zamówień.

Przedsiębiorstwa w zdecydowanej większości korzystały wyłącznie z własnej bazy magazynowej: budynków magazynowych, wiat, placów, silosów, tanków. Dziesięć firm mikro i 13 małych posiadało budynki magazynowe, 5 firm mikro i 4 małe wiaty, placami dysponowały 4 firmy mikro i 5 małych, silosy były w 1 firmie mikro, zaś tanki były w 2 małych przedsiębiorstwach. Rodzaje powierzchni magazynowych dostępnych w badanych podmiotach z rozbiem na firmy mikro i małe pokazano na rysunku 4.



Rysunek 4. Rodzaje powierzchni magazynowych dostępnych w badanych podmiotach z rozbiem na firmy mikro i małe

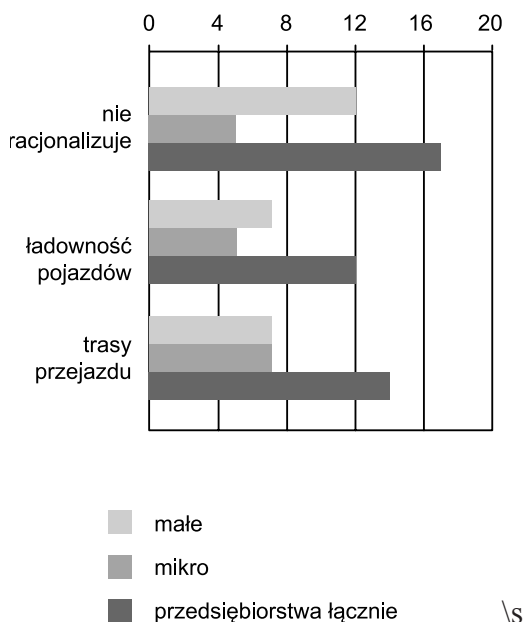
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Większość przedsiębiorstw deklarowało, że posiada wystarczającą powierzchnię magazynową (łącznie 23) i wystarczające dla swoich potrzeb wyposażenie magazynowe (łącznie 29). Pięć przedsiębiorstw mikro i 8 małych sygnalizowało występujące niedobory powierzchni składowania, zaś 3 firmy mikro i 3 małe zgłaszały braki w wyposażeniu i funkcjonalności magazynów ze względu na potrzeby przyjmowania, składowania, kompletacji i wydawania towarów. Kilkanaście przedsiębiorstw (3 mikro i 11 małych) do identyfikacji lokalizacji towaru i kompletacji partii wykorzystywało technologię kodów kreskowych.

Analizowane przedsiębiorstwa zarówno mikro, jak i małe w zdecydowanej większości korzystały wyłącznie z transportu samochodowego, 2 firmy (1 mikro i 1 mała) korzystały również z transportu lotniczego, zaś 1 mała z transportu morskiego. W 8 firmach mikro i 12 małych transport produktów odbywał się przeważnie własnymi środkami transportowymi, 5 podmiotów mikro i 7 małych czasami wykorzystywało transport obcy, zaś 3 mikro i 4 małe w swej działalności wykorzystywały wyłącznie transport obcy. W 13 firmach środki transportu pochodziły z leasingu, w tym w 5 mikro i 8 małych, natomiast 7 firm mikro i 10 małych zakupy środków transportowych realizowało za pomocą środków własnych.

Transport wewnętrzny w 20 przedsiębiorstwach oparty był na wózkach widłowych, w 10 na wózkach ręcznych, 3 przedsiębiorstwa małe posiadały przenośniki mechaniczne, zaś 2 małe suwnicę.

Większość przedsiębiorstw w planowaniu transportu racjonalizowało trasy przejazdów i ładowność swoich pojazdów, tylko 17 z nich nie przykładało znaczenia do racjonalizacji procesów transportowych, w tym 5 podmiotów mikro i 12 małych. Trasy i ładowność pojazdów racjonalizowało po 7 przedsiębiorstw mikro, natomiast w 7 przedsiębiorstwach małych racjonalizowano trasy przejazdu, a w 5 ładowność. Pokazano to na rysunku 5.



Rysunek 5. Racjonalizowanie trasy przejazdów i ładowności pojazdów w badanych przedsiębiorstwach

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Logistyka w analizowanych przedsiębiorstwach nie była wspomagana jednym systemem informatycznym, stąd niektóre z firm oceniały stopień wspomagania infor-

matycznego w swoich przedsiębiorstwach jako bardzo słaby lub niewystarczający, szczególnie dotyczyło to 10 firm mikro i 6 małych. Obszary działalności logistycznej, które posiadały wsparcie informatyczne to: transport, zapasy i magazynowanie. Wsparcie informatyczne dla transportu istniało w 7 firmach mikro i w 7 małych, zaś takowe wsparcie dla gospodarki zapasami i gospodarki magazynowej łącznie w jedenastu firmach mikro i 17 małych.

W monitorowaniu wewnętrznych przepływów materiałów i produktów w analizowanych przedsiębiorstwach stosowano numerację artykułów, numerację partii i numerację jednostek wysyłkowych. W 5 przedsiębiorstwach mikro i w 11 małych dla znakowania produktów stosowano kody kreskowe handlowe (EAN-13), a informacje logistyczne zarówno wewnątrz przedsiębiorstwa, jak i informacje pomiędzy przedsiębiorstwem a dostawcami i odbiorcami najczęściej przekazywano za pomocą e-maila lub telefonicznie, niekiedy na papierze, rzadziej w formie zapisów w programach komputerowych. Wszystkie przedsiębiorstwa małe i większość mikro (9) wykorzystywały informatyczne systemy finansowo-księgowo, 8 małych posiadało systemy zarządzania magazynem i w związku z podjęciem współpracy z dużymi sieciami handlowymi planowało wdrożenie bardziej zaawansowanych rozwiązań, na przykład w zarządzaniu zasobami i w obszarze wymiany danych, 4 małe przedsiębiorstwa posiadały system zarządzania zasobami materiałowymi i produkcyjnymi.

W zakończeniu badania przedsiębiorstwa oceniły wiedzę dotyczącą rozwiązań logistycznych w przedsiębiorstwach jako w zupełności wystarczającą / na wystarczającym poziomie lub niewystarczającą. Piętnaście przedsiębiorstw małych i 10 mikro oceniło swoją wiedzę z rozwiązań logistycznych jako wystarczającą, zaś pozostałe niejednokrotnie miały poczucie braku takiej wiedzy.

Studium przypadku

Przedsiębiorstwo usługowe z siedzibą w Raanst, Antwerpia, Belgia

Przedsiębiorstwo z siedzibą w Raanst w Antwerpii w Belgii to firma osoby cywilnej, która na rynku funkcjonuje niespełna dwie dekady. Firma zaliczana jest do grupy Transport i gospodarka materiałowa i nie jest prowadzona przez rodzinę, według kryterium zatrudnienia należy do małych przedsiębiorstw. Podmiot funkcjonuje na rynku belgijskim, posiada dobrą sytuację finansową i mocną pozycję na rynku na tle swojej branży. W przedsiębiorstwie nie ma oddzielnego działu ani osoby lub menedżera zajmującego się wyłącznie logistyką. Logistykę w firmie koordynuje sam właściciel i menedżer w jednej osobie. W przedsiębiorstwie wyodrębniony jest oddzielny dział zajmujący się gospodarką magazynową i zapasami. Dla tego działu oraz dla transportu i spedycji przedsiębiorstwo prowadzi oddzielną ewidencję kosztów logistycznych. Koszty logistyczne są wysokie – powyżej 15% całkowitych kosztów. Przedsiębiorstwo dostarcza towary do hurtowni i odbiorców detalicznych. Firma nie dokonuje pomiarów poziomu obsługi klienta.

Przedsiębiorstwo stosuje elektroniczną ewidencję zapasów, do identyfikacji lokalizacji towaru i kompletacji partii wykorzystuje kody kreskowe.

Przedsiębiorstwo posiada własne budynki magazynowe i nie korzysta z zewnętrznej bazy magazynowej, jego zasoby magazynowe są wystarczające dla aktualnych potrzeb, podobnie jest z wyposażeniem magazynu. Na potrzeby transportu firma wykorzystuje własny tabor oraz korzysta z usług indywidualnych przewoźników, transport wewnętrzny obsługują wózki widłowe. Transport nie jest przedmiotem racjonalizowania. Wszystkie posiadane przez przedsiębiorstwo środki transportu pochodzą z leasingu.

Obszarem działalności logistycznej wspieranym informatycznie w przedsiębiorstwie jest gospodarka magazynowa, firma korzysta z programów finansowo-księgowych i elektronicznej wymiany danych, informacje w firmie wewnątrz i na zewnątrz przekazuje się ustnie, telefonicznie, za pomocą e-maila i na papierze. W najbliższych planach w zakresie logistyki firma zamierza wdrożyć nowoczesne rozwiązania informatyczne.

Firma niekiedy ma odczucie, że brakuje jej wiedzy z zakresu właściwych rozwiązań logistycznych.

Przedsiębiorstwo produkcyjne z siedzibą w Arnsberg, Nordrhein-Westfalen, Niemcy

Przedsiębiorstwo z siedzibą w Arnsberg w Nordrhein-Westfalen w Niemczech to firma osoby cywilnej, która funkcjonuje na rynku niespełna dziesięć lat. Firma zaliczana jest do grupy Przetwórstwo przemysłowe, nie jest przedsiębiorstwem rodzinnym, a według kryterium zatrudnienia należy do małych przedsiębiorstw. Podmiot funkcjonuje na rynku krajowym, unijnym i międzynarodowym, głównym rynkiem zaopatrzenia firmy jest rynek krajowy. Firma posiada niezadowolającą sytuację finansową i raczej słabą pozycję na rynku na tle swojej branży. W przedsiębiorstwie nie ma oddzielnego działu ani osoby lub menedżera zajmującego się wyłącznie logistyką. Logistyką w firmie zajmują się kierownicy działów, funkcje logistyczne są realizowane niejako przy okazji w ramach obowiązków innych stanowisk. W przedsiębiorstwie są wyodrębnione oddzielne działy zajmujące się organizacją transportu i spedycją, produkcją i jej planowaniem, magazynowaniem i gospodarką zapasami, zaopatrzeniem i planowaniem zakupów oraz sortowaniem i pakowaniem. Dla transportu i spedycji, zapasów i zaopatrzenia przedsiębiorstwo prowadzi oddzielną ewidencję kosztów logistycznych. Koszty logistyczne są raczej niskie i oceniane nie wyżej niż 5–10% całkowitych kosztów.

Przedsiębiorstwo dostarcza towary do odbiorców detalicznych i indywidualnych. Firma nie dokonuje pomiarów poziomu obsługi klienta.

Przedsiębiorstwo posiada własne budynki magazynowe i choć nie korzysta z zewnętrznej bazy magazynowej, to jego zasoby magazynowe nie są wystarczające dla aktualnych potrzeb, podobnie jest z wyposażeniem magazynu. Dla potrzeb transportu firma wykorzystuje własny tabor samochodowy oraz korzysta z usług indywidu-

alnych przewoźników, transport wewnętrzny obsługują wózki widłowe. Transport nie jest przedmiotem racjonalizowania. Wszystkie posiadane przez przedsiębiorstwo środki transportu pochodzą z leasingu.

Obszarem działalności logistycznej wspieranym informatycznie w przedsiębiorstwie jest transport i zapasy, firma korzysta z programów finansowo-księgowych i systemu zarządzania zasobami materiałowymi i produkcyjnymi, informacje w firmie wewnątrz i na zewnątrz przekazuje się ustnie, telefonicznie, w formie zapisów komputerowych, za pomocą e-maila i na papierze. W najbliższych planach w zakresie logistyki firma zamierza wdrożyć nowoczesne rozwiązania informatyczne i zwiększyć powierzchnię magazynową.

Firma niekiedy ma odczucie, że brakuje jej wiedzy z zakresu właściwych rozwiązań logistycznych.

Podsumowanie

Mikro i małe przedsiębiorstwa odgrywają istotną rolę w gospodarce rynkowej i wymagają sprawnego systemu logistycznego niezbędnego do ich funkcjonowania. W mikro i małych przedsiębiorstwach zaniedbywanych jest wiele sfer logistyki, a przyczyną takiego stanu są ograniczone zasoby takich firm i ich ukierunkowanie na minimalizację kosztów.

W przedsiębiorstwie mikro lub małym pozycja logistyki nie musi być jednoznacznie określona. W większości przedsiębiorstw logistyką zajmują się właściciel i jednocześnie menedżer albo osoby piastujące w firmie różne stanowiska lub wypełniający różne role, bywa też i tak, że zadania logistyczne realizowane przez te osoby są pełnione niejako przy okazji sprawowania w firmie innych ważnych zadań. Przykładów takich rozwiązań dostarcza przeprowadzone badanie.

Infrastruktura logistyki typowego przedsiębiorstwa produkcyjnego, usługowego lub handlowego, mikro lub małego, jak wynika z badania, obejmuje podobne składniki, takie jak magazyn (dystrybucyjny, produkcyjny) i jego wyposażenie, środki transportu, narzędzia IT do kontrolowania procesów logistycznych. Można tutaj wskazać na związek między profilem i skalą działania, sytuacją finansową mikro lub małej firmy a stosowanymi rozwiązaniami logistycznymi.

Zarówno w przedsiębiorstwie mikro, jak i małym w zależności od rodzaju jego działalności są wyodrębniane oddzielne działy zajmujące się między innymi organizacją transportu, produkcją, magazynowaniem, zaopatrzeniem. Dla niektórych działów przedsiębiorstwa prowadzą oddzielną ewidencję kosztów logistycznych, zwłaszcza wtedy, gdy mają one znaczący udział w całkowitych kosztach firmy.

Analizowane przedsiębiorstwa korzystały wyłącznie z transportu samochodowego, który w przypadku połowy badanych firm opierał się na własnym taborze, dopiero w sytuacji zwiększonego popytu na usługi transportowe firmy korzystały z oferty indywidualnych przewoźników. Większość przedsiębiorstw racjonalizowało

transport zarówno w obszarze tras, jak i ładowności pojazdów. Tabor samochodowy w mikro i małych podmiotach częściowo jest finansowany środkami własnymi, a częściowo pochodzi z leasingu. W badanych przedsiębiorstwach z leasingu korzystała połowa ankietowanych przedsiębiorstw.

Obszary działalności logistycznej, które w badanych podmiotach posiadały wsparcie informatyczne, to przede wszystkim transport, zapasy i magazynowanie.

W monitorowaniu wewnętrznych przepływów materiałów i produktów w przedsiębiorstwach w zależności od specyfiki działalności stosowano numerację artykułów, numerację partii i numerację jednostek wysyłkowych oraz kody kreskowe. Większość ankietowanych firm odczuwało braki zarówno we wsparciu informatycznym logistyki, jak i w braku wiedzy z zakresu właściwych rozwiązań logistycznych.

Na przykładzie analizy przypadku dwóch zachodnich firm można z pewnym prawdopodobieństwem domniemywać, że nie ma zasadniczych różnic w logistyce małych firm polskich i małych firm zachodnich.

Bibliografia

- Bagchi P. K., Virum H. (2000), *Logistics Competence in Small and Medium-Sized Enterprises: The Norwegian Experience*, "Supply Chain Forum: An International Journal", No. 1.
- Baran J., Żak A. (2012), *Logistyka w przedsiębiorstwach przetwórstwa mięsa*, „Logistyka”, nr 2.
- Gecse G. (2012), *Logistics practice of small and medium-sized enterprises*, Ph.D. Thesis, Budapest CORVINUS University Institute of Business Economics, Department of Logistics and Supply Chain Management, Doctoral School of Business Administration, Budapest.
- Godzisz A., Ścibisz A. (2013), *Wpływ logistyki na konkurencyjność współczesnego przedsiębiorstwa*, „Logistyka”, nr 5, <http://www.czasopismologistyka.pl/artykuly-naukowe/send/272-artykuly-na-plycie-cd-1/3446-artykul>, dostęp: 27.12.2015.
- Janczewska D. (2013), *Działalność marketingowa jako element strategii logistycznej przedsiębiorstw z sektora MSP*, „Zarządzanie Innowacyjne w Gospodarce i Biznesie”, nr 2(17).
- Janczewska D. (2015), *Methods and Marketing Instruments of Logistics Process*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, nr XVI/1.
- Janczewski J. (2014a), *Bariery wdrażania procesów logistyki zwrotnej w usługach motoryzacyjnych*, „Zarządzanie Innowacyjne w Gospodarce i Biznesie”, nr 2(19).
- Janczewski J. (2014b), *Logistyka w funkcjonowaniu małej i dużej firmy*, [w:] Lewandowski J., Sekieta M., Jałmużna I. (red.), *Rola systemów informacyjnych w logistyce – wybrane przykłady*, Politechnika Łódzka, Łódź.

- Klepaczki B., Wicki L. (red.) (2014), *Systemy logistyczne w funkcjonowaniu przedsiębiorstw przetwórstwa rolno-spożywczego*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
- Raport 2012. *Miejsce logistyki w strukturze przedsiębiorstw w Polsce* (2012), Logisys sp. z o.o., Kraków.
- Staniewska E. (2011), *Logistyka w działalności przedsiębiorstw*, „Logistyka”, nr 2.
- Staniewska E. (2012), *Logistyka w działalności usługowej*, „Logistyka”, nr 6.
- Staniewska E., Budzik R. (2012), *Organizacja logistyki w przedsiębiorstwach handlowych*, „Logistyka”, nr 6.
- Thakkar J., Kanda A., Deshmukh S. G. (2009), *Supply chain performance measurement framework for small and medium scale enterprises*, “Benchmarking: An International Journal”, Vol. 16, No. 5.
- Zowada K. (2013), *Decyzje logistyczne w sektorze MSP – wyniki badań*, „Logistyka”, nr 5.

Summary

Logistics of micro and small enterprise

The article presents basic information about the organization of logistics and logistics activities in micro and small enterprises. The arguments supported by research which aimed to answer the question what actions logistical and to what extent are most common in micro- and small enterprises.

In summary study found that in micro or small enterprise logistics position need not be uniquely determined and logistics infrastructure of a typical manufacturing company or service, micro or small, may include similar components. You can also point out the relationship between the profile and scale of operations, financial situation or micro and small business solutions used and the activity of logistics companies.

Keywords: logistics, logistics activities, micro and small enterprises

Słowa kluczowe: logistyka, działania logistyczne, mikro i małe przedsiębiorstwo

Robert Walasek*

Kulturowe uwarunkowania komunikacji z klientem

Wprowadzenie

Współcześnie wartość rynkowa firmy uzależniona jest od struktury kapitałowej oraz kapitalizacji spodziewanych zysków, liczonych według stopy odpowiedniej do kategorii ryzyka (Wajszczuk, 2005: 107). Jednak wartość firmy nie może być utożsamiana tylko i wyłącznie z wartością przedsiębiorstwa, ponieważ zależy ona od spodziewanych dochodów jednostki gospodarczej, na których wielkość wpływ mają takie czynniki, jak: pozycja przedsiębiorstwa na rynku, liczba i jakość klientów, relacje z dostawcami i partnerami, zdolności innowacyjne czy też adaptacyjne itp. Zatem osiągnięcie wzrostu przedsiębiorstwa możliwe jest pod warunkiem wdrożenia odpowiedniej strategii nakierowanej na budowanie długookresowych, opartych na zaufaniu relacji z otoczeniem, w tym przede wszystkim z klientami. Punktem wyjścia takiego podejścia jest zrozumienie mechanizmów sterujących zachowaniem czynników otoczenia, czyli możliwości oddziaływania przedsiębiorstwa na te czynniki, kształtowania ich oraz adoptowania na własne potrzeby. Kolejnym etapem jest zapewnienie najwyższej jakości obsługi klientów, jak również indywidualnego dopasowania produktów, które dzięki swojej ponadprzeciętnej użyteczności dostarczą klientom maksimum zadowolenia, co z kolei doprowadzi do zwiększenia poziomu ich lojalności. Wszystko to uwarunkowane jest osiągnięciem przez przedsiębiorstwo takiego poziomu zdolności, kompetencji i kultury komunikacji, który umożliwi prowadzenie obsługi klientów na poziomie wyższym niż konkurencja.

Aby sprostać nowym wymaganiom, większość przedsiębiorstw skupia się na zadaniach, mających na celu podkreślenie roli indywidualnego podejścia do działań nakierowanych na odpowiednie relacje z klientami (Raman i in., 2006: 39). Zasadniczym czynnikiem interakcji z różnymi podmiotami kooperacji funkcjonujących

* Dr Robert Walasek, adiunkt w Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi.

w otoczeniu jest sposób komunikowania się z nimi i pomiędzy nimi. Komunikacja jest procesem przekazywania informacji i jej znaczenia za pomocą przekazu werbalnego i niewerbalnego w danym kontekście organizacyjnym (Goodman, 1994: 19) biorącym pod uwagę również uwarunkowania kulturowe danej społeczności. Nie tylko umożliwia ona przepływ informacji, ale również kształtuje wewnętrzne relacje w przedsiębiorstwie, tworzy wizerunek przedsiębiorstwa oraz współuczestniczy w tworzeniu kultury organizacyjnej. W praktyce oznacza to ciągły dynamizm, zmienność, sekwencyjność oraz współzależność jej składników. Do niedawna większość przedsiębiorstw traktowała komunikację tylko jako prosty przepływ informacji, zapominając o skomplikowanych zależnościach wewnętrznych, wpływie czynnika ludzkiego oraz symbolicznym i kulturowym aspekcie komunikacji (język i kody niewerbalne) (Olsztyńska, 2005: 400). Obecnie proces komunikacji nabrał nowego wymiaru ze szczególnym uwzględnieniem czynnika kulturowego, który stanowi główny element ogniwa w relacjach przedsiębiorstwa z otoczeniem, a także symboliki znaków, które wyróżniają przedsiębiorstwo na tle innych (Walasek, 2012: 276).

Biorąc to pod uwagę, zasadne wydało się przeprowadzenie badania empirycznego i zaprezentowanie jego wyników w niniejszej publikacji. Zasadniczym celem referatu jest próba określenia współczesnych metod komunikacji z klientem, scharakteryzowania ich oddziaływania na jego procesy decyzyjne oraz określenie korzyści uzyskanych z zastosowania wybranych narzędzi komunikacji. Wynika to z faktu, iż współczesna komunikacja uwarunkowana jest przede wszystkim kulturowymi czynnikami danej społeczności. Już dawno firmy, kierując się współczesnymi koncepcjami marketingowymi, tworzyły specyficzną komunikację dedykowaną dla wybranej grupy społecznej. Określały narzędzia i formy komunikacji, które najlepiej trafiały do określonych enklaw klienckich. We współczesnej komunikacji istotną rolę nadal odgrywa czynnik ludzki wspomagany przez zaawansowane centra komunikacji (Contact Center) i Internet. Jednak to człowiek i sposób jego porozumiewania się jako najbardziej zmienny i dynamicznie kształtujący się wpływa na pozyskiwanie wiedzy w przedsiębiorstwie oraz przyczynia się do usprawnienia wszystkich działań nakierowanych na tworzenie lojalności klientów.

Kształtowanie kultury współczesnej komunikacji

Porozumiewanie się ludzi bazuje na procesach wytwarzania, przekształcania i przekazywania informacji, a celem takiego przekazu jest wywołanie u odbiorcy pewnych postaw, zachowań, kształtowanie ich wiedzy czy też wyznaczenie wartości (Stępnik, 2008: 7). Zatem komunikowanie się z otoczeniem stanowi jeden z najważniejszych elementów prawidłowego funkcjonowania człowieka. Wymiana myśli może odbywać się na kilka sposobów. Najpopularniejszą formą przekazu są wypowiedziane słowa. Innym rodzajem wyrażania się są słowa pisane, czyli wszelkiego rodzaju listy, książki, prasa itd. Wiadomości można także wymieniać za pomocą gra-

fiki, na przykład obrazów, rysunków, filmów, telewizji. Wymienione wyżej formy przekazu tworzą tzw. komunikację interpersonalną, która determinowana jest pewnymi uwarunkowaniami kulturowymi nadawcy.

Z marketingowego punktu widzenia proces komunikacji polega na przekazywaniu klientom informacji mających na celu uświadomienie im wartości, jaką mogą osiągnąć, dokonując transakcji handlowej z konkretnym przedsiębiorstwem. Celem takiego działania jest uzyskanie przez przedsiębiorstwo pożądanego pozycjonowania produktów lub usług w świadomości nabywców w stosunku do wyrobów oferowanych przez konkurentów oraz nakłonienie ich do zakupu (Szymura-Tyc, 2005: 144). W sytuacji ogromnej fragmentaryzacji rynków, gdzie produkty są coraz bardziej zróżnicowane, a lojalność klientów zależy od tego, czy zostali oni dobrze poinformowani, która z ofert wartości dostępnych na rynku jest najlepiej dostosowana do ich potrzeb i oczekiwań, sprawny proces komunikacji stanowi niewątpliwie klucz do pozyskania wiernego grona nabywców. Nie chodzi przy tym jedynie o przekaz informacji na temat samego przedsiębiorstwa i jego produktów, ale także o kulturę komunikacji – to, w jaki sposób zostaną poinformowani o ofercie. Zatem komunikowanie powinno uświadomić klientom istnienie pewnego *trade-off* między wartością, którą wybierają, a wartością, z której rezygnują (Szymura-Tyc, 2005: 146). Dostarczenie klientowi wymaganej i akceptowanej przez niego wartości wymusza na przedsiębiorstwach pozyskiwanie i gromadzenie wiedzy dotyczącej ich oczekiwań. Bez tej wiedzy firmy nie są w stanie oferować klientom takiej konfiguracji koszyka produktów, który w danej chwili zaspokoi ich wymagania, czyli dostarczy im pełnego zadowolenia. Dlatego też, opierając się na formule 4C, firmy coraz częściej wykorzystują narzędzia komunikacji interaktywnej, które umożliwiają prowadzenie dialogu między firmą a klientem za pomocą na przykład Internetu (strony WWW, banery, mailing, e-booki, blogi), telefonii komórkowej (SMS-y, MMS-y). W celu stworzenia takiego kontaktu na całym świecie powstały centra telefonicznej obsługi tzw. Call i Contact Center (Kaszewski, 2009: 11). W tym przypadku udoskonalenie kultury komunikacji polegało na wprowadzeniu szeregu nowoczesnych rozwiązań, m.in.: CTI (*Computer Telephony Integration*), ACD (*Automatic Call Distribution*), IVR (*Interactive Voice Response*) i CMI (*Computer Multimedia Integration*), SV (*Speaker Verification*), VR (*Voice Record*), ASR (*Automatic Speech Recognition*).

Zmiany kulturowe w obrębie komunikacji przedsiębiorstwa z otoczeniem doprowadziły do rozwinięcia się zaawansowanych form przekazu wykorzystującego sieć Internet. Dominującą formą komunikacji jest kontakt elektroniczny. Klienci, którzy mają dostęp do sieci, mogą komunikować się z przedsiębiorstwem przy pomocy poczty elektronicznej lub za pośrednictwem stron WWW. Powstanie kanału komunikacji, jakim jest poczta elektroniczna (e-mail), stworzyło dla przedsiębiorstw nieograniczone możliwości komunikacji praktycznie z każdym klientem w każdym miejscu. Innym przejawem kultury komunikacji przedsiębiorstwa z klientem wykorzystującym technologie internetowe są interaktywne serwisy WWW. Ich zaletą jest to, że funkcjonują non stop, umożliwiając klientom kontakt z przedsiębiorstwem.

Strony WWW pozwalają im uzyskać informacje o oferowanych produktach, złożyć zamówienia czy też dokonać zgłoszenia serwisowego. Warunkiem niezbędnym do pełnego wykorzystania możliwości serwisów WWW jest ich dostosowanie do potrzeb i możliwości użytkowników, czyli tzw. personalizacja stron WWW.

Nowym rozwiązaniem ułatwiającym kontakt klientów z przedsiębiorstwem jest komunikacja głosowa przez Internet – dedykowane sieci wykorzystujące protokół IP (VoIP – *Voice over Internet Protocol*). Komunikacja pomiędzy klientami a przedsiębiorstwem realizowana jest poprzez sieć internetową przy użyciu odpowiednich programów komunikacyjnych.

Kolejnym udoskonaleniem kultury komunikacji są serwisy wyposażone w technologię zarządzania interakcją w czasie rzeczywistym RIM (*Real Time Interaction Management*). Technologia ta na podstawie zapisów archiwalnych pozwala w czasie bieżącym informować klienta o kompatybilności zakupionych obecnie elementów z tymi, które zakupił wcześniej (w obrębie tej samej kategorii produktowej) (Bernacik, 2001: 30).

Innym elementem współczesnej kultury komunikacji jest model komunikacji hipermedialnej, który tworzy zupełnie nową jakość komunikowania. Podstawą tego modelu jest pojęcie hipermediów, definiowane jako kombinacja hipertekstowego dostępu do informacji, opierającego się na logicznych, niehierarchicznych powiązaniach pomiędzy przekazami i multimedialnej formie wyrażania i transmisji występujących informacji (Wiktor, 2001: 36). Opisany model komunikacji nie jest prostą syntezą modeli komunikacji interpersonalnej i masowej. Jest to nowy typ komunikacji „wielu-do-wielu”, zawierający innowacyjne formy przekazu i zupełnie nową interpretację funkcji przekazu. Przekaz ten ma postać multimedialną zarówno w aspekcie statycznym (teksty, rysunki, obrazy), dynamicznym (dźwięk, ruch, animacja), osobowym i technicznym (maszynowym). Interakcje techniczne odgrywają zasadniczą rolę w relacjach między uczestnikami komunikacji. W tym modelu medium nie pełni roli łącznika członków procesu i kanału transmisji przekazu, ale tworzy zupełnie nową sferę: rzeczywistą i hipermedialną. W relacjach z medium mogą uczestniczyć zarówno sprzedawcy, jak i nabywcy. Formuła „wielu-do-wielu” oznacza szeroką płaszczyznę stosunków i polega na dostarczaniu przekazów do medium poprzez na przykład tworzenie własnych stron WWW. Charakterystyczną cechą tych relacji jest selektywność, w której nie ma bliżej określonej grupy docelowej. Istnieje tzw. komunikacja nieograniczona, bez żadnych narzuconych blokad politycznych, ekonomicznych czy społecznych. Hipermedium zmienia także kulturę przekazu informacji z tradycyjnej komunikacji w mediach masowych na wirtualną komunikację hipertekstową, która zakreśla finalne ogniwo komunikowania.

Kultura komunikacji a relacje przedsiębiorstwa z klientem – wyniki badania

Współcześnie zmienność i nieprzewidywalność klientów wymusza na przedsiębiorstwach zmianę podejścia do kultury komunikacji. Podyktowane jest to przede wszystkim dużym stopniem zmienności klientów – ich wymagań i oczekiwań w stosunku do nabywanych produktów. Coraz mniejsza lojalność klientów powoduje, że przedsiębiorstwa starają się utrzymać ich poprzez oferowanie nowych udoskonalonych produktów, jednocześnie tworząc nowe kanały komunikacji w oparciu o narzędzia teleinformatyczne. Działania związane z zastosowaniem innowacyjnych technik komunikacji, w tym coraz powszechniejszych e-komunikacji, pozwalają przedsiębiorstwom na redukcję kosztów z jednoczesnym optymalizowaniem działalności w całym łańcuchu dostaw. Przeprowadzone badanie było próbą określenia poziomu wdrożenia i wykorzystania nowoczesnych narzędzi i metod komunikacji, korzyści oraz ich wpływu na tworzenie długookresowych związków z klientami. Dobór próby do badania miał charakter doboru celowego. Badaniem objętych zostało 71 przedsiębiorstw logistycznych z województwa łódzkiego, które kulturę i sposób komunikowania się z klientem stawiały jako priorytet w działaniach rynkowych. W badaniu zastosowano technikę ankietową. Jej narzędziem badawczym był kwestionariusz badawczy. Strukturę próby w przekroju cech przedsiębiorstwa (okres funkcjonowania na rynku, pochodzenie kapitału, formę własności, liczbę zatrudnionych osób oraz charakter prowadzonej działalności przedstawia tabela 1.

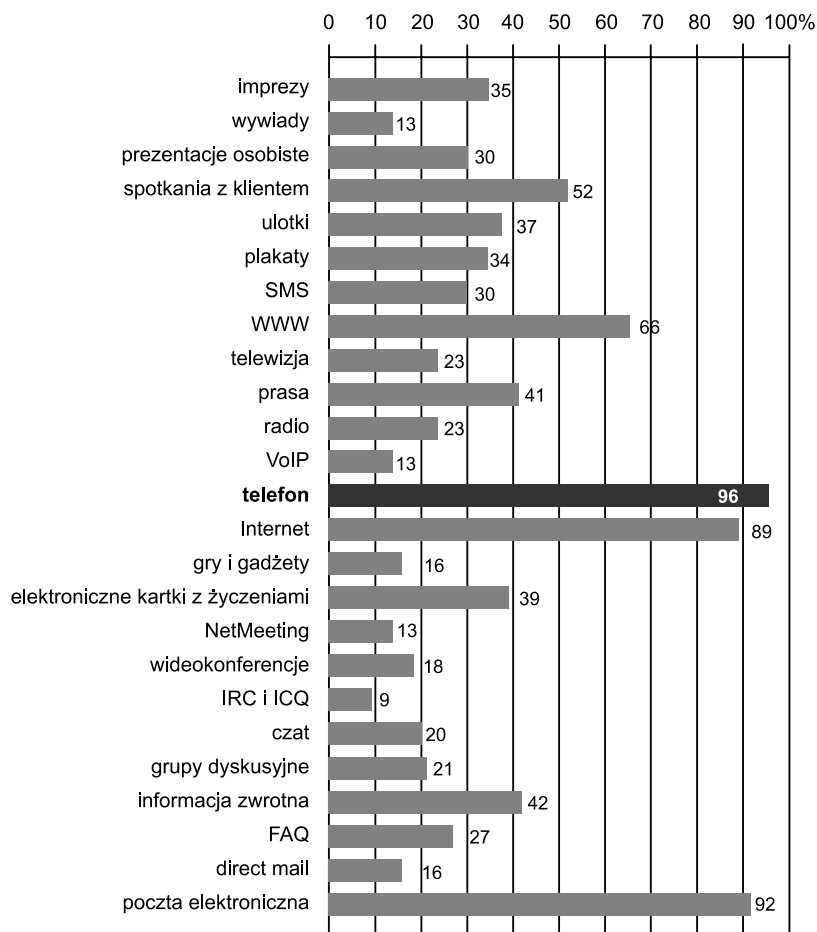
Tabela 1. Struktura próby w przekroju badanych cech przedsiębiorstw

Okres funkcjonowania na rynku		Kapitał przedsiębiorstwa	
poniżej 5 lat	28,1%	zagraniczny	16,9%
5–10 lat	40,9%	polski	53,5%
powyżej 10 lat	31,0%	mieszany	26,9%
Forma własności przedsiębiorstwa*		Liczba zatrudnionych	
państwowa	0,0%	poniżej 50	50,7%
prywatna	94,4%	51–250	32,4%
mieszana	5,6%	powyżej 250	16,9%
Charakter działalności przedsiębiorstwa			
handlowa 32%	usługowa 33,4%	produkcyjna 34,6%	
* Zmiennej tej jako cechy podmiotowej nie uwzględniono w dalszych analizach (z uwagi na zdecydowaną dominację własności prywatnej).			

Źródło: opracowanie własne na podstawie Kapitula, 2012: 67.

Współcześnie niezwykle istotną kwestią w kształtowaniu kultury komunikacji z klientem jest zastosowanie odpowiednich technik, które w maksymalnym stopniu

ułatwiłyby dotarcie do nabywców z odpowiednią ofertą w pełni odzwierciedlającą ich potrzeby. Zasadniczym celem ich stosowania jest chęć zmniejszenia fluktuacji i retencji posiadanych klientów oraz pozyskania nowych, a także usprawnienia oferty produktowej przez redukcję kosztów komunikacji bezpośredniej. Zbyt duży natłok informacji powoduje, że odbiorcy selekcionują jej źródła: jedni czytają, inni oglądają, a jeszcze inni „klikają”. Dlatego przedsiębiorstwa, opracowując strategię modelu interakcji z otoczeniem, muszą uwzględnić wszystkie dostępne kanały przekazywania informacji i tak je dopasowywać do indywidualnego klienta, aby przekaz był jak najbardziej czytelny i zrozumiały dla odbiorcy. Jest to niezwykle istotne, gdyż wymagający klient posiadający mało czasu szuka krótkich, ale w pełni treściwych komunikatów, które warunkują proces podejmowania decyzji zakupowych (por. rys. 1).

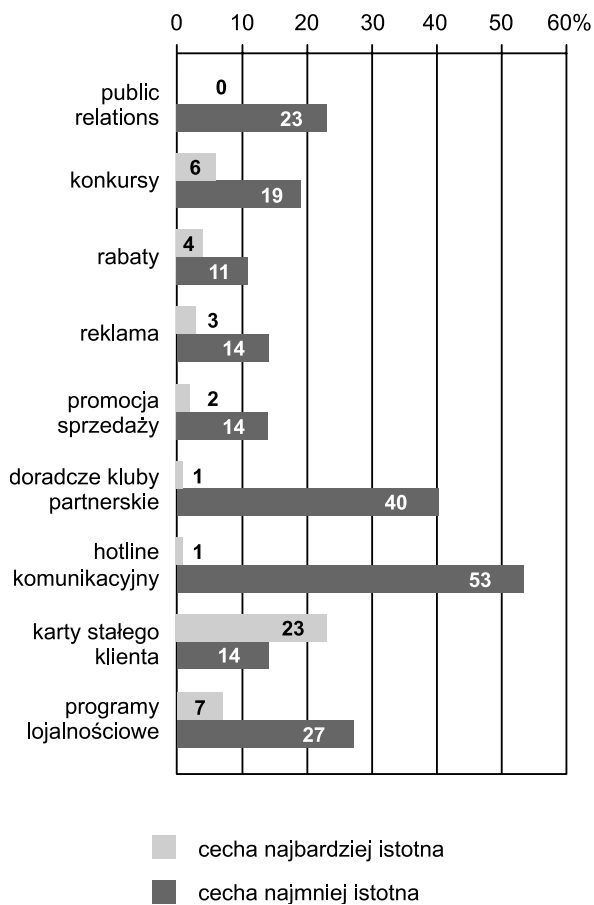


Rysunek 1. Rodzaje technik komunikacji z klientem

Źródło: opracowanie własne na podstawie Kapituła, 2012: 68.

Z przeprowadzonych badań wynika, że praktycznie wszystkie badane przedsiębiorstwa, komunikując się z klientem, wybierają tradycyjną formę bezpośrednią, czyli telefon. Jednocześnie praktycznie ten sam odsetek przedsiębiorstw (ponad 90%) korzysta z nowoczesnego medium komunikacji, jakim jest poczta elektroniczna. Zaprzecza to pewnym twierdzeniom, że tradycyjne formy komunikacji wypierane są przez te wykorzystujące połączenia sieciowe. Uwarunkowane jest to tym, iż kulturalne uwarunkowania komunikacji bezpośredniej z klientem pozwalają na pełniejsze sprecyzowanie jego potrzeb i preferencji w kontekście późniejszego ich zaspokojenia. Natomiast w docieraniu do szerszej bądź nowej grupy klientów niezastąpione są narzędzia komunikacji sieciowej wykorzystującej Internet. Na wykorzystanie obydwu narzędzi komunikacji decydowały się w większości wszystkie przedsiębiorstwa bez względu na liczbę zatrudnionych pracowników, w większości o profilu handlowym, stanowiące własność prywatną, bez względu na okres ich działania na rynku. Praktycznie ta sama populacja deklarowała, iż profilowanie stron WWW stanowi dla nich nowoczesny kanał używany w relacjach z nabywcami. W najmniejszym stopniu przedsiębiorstwa korzystają z kanału, jakim jest IRC i ICQ (tylko niecałe 10% ankietowanych wskazało tę odpowiedź).

Efektywne wykorzystywanie odpowiednich technik i narzędzi w całym łańcuchu logistycznym przyczynia się do usprawnienia działań w obszarze komunikacji. Zmiany w kulturze komunikacji wspomagają tworzenie takich relacji z klientami, że w konsekwencji stają się oni lojalni wobec firmy. Nowoczesne technologie wykorzystujące zaawansowane bazy danych pozwalają przedsiębiorstwom na pozycjonowanie klientów z jednoczesnym oferowaniem im unikatowych produktów (por. rys. 2). Takie działania przynoszą korzyści wszystkim uczestnikom procesu transakcyjnego. Pozwalają na tworzenie się nowych kierunków rozwoju i wykorzystywanie nadarzających się okazji rynkowych. Dlatego przedsiębiorstwa w kontaktach z klientami starają się korzystać z szerokiego wachlarza możliwości komunikacyjnych, które pozwalają w lepszy sposób niż konkurencji dotrzeć do klienta, oferując mu to, czego w danym momencie potrzebuje.



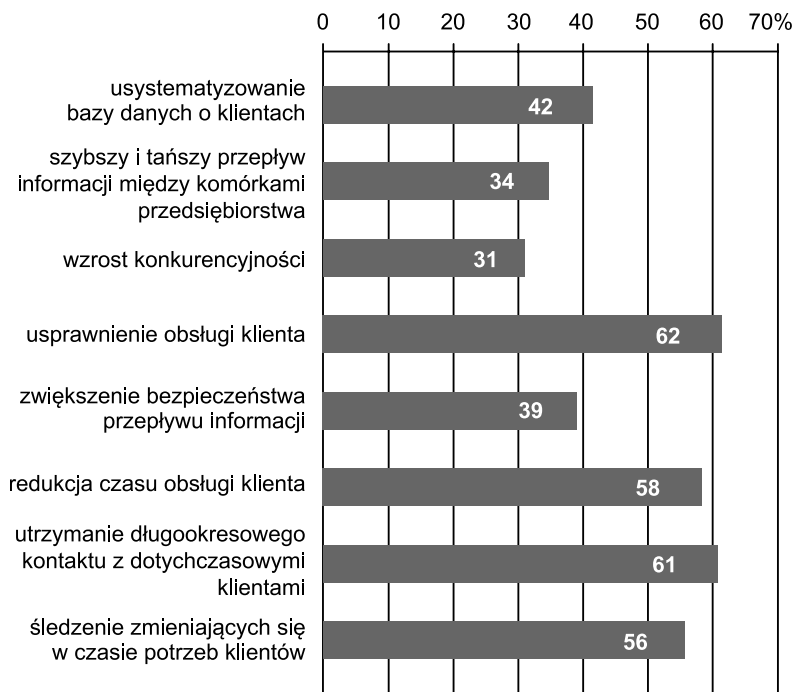
Rysunek 2. Modele komunikacji z klientem

Źródło: opracowanie własne na podstawie Kapituła, 2012: 70.

Za najbardziej istotny model komunikacji co piąty respondent uznał karty stałego klienta. Wynika to z faktu, iż w dobie nasilonej konkurencji przedsiębiorstwa, chcąc utrzymać grono lojalnych klientów, oferują im różnego rodzaju rabaty, które dzięki takim kartom mogą uzyskać. Ponad połowa badanych przedsiębiorstw określiła możliwość bezpośredniej komunikacji klienta z firmą w cyklu całodobowym jako najmniej istotny model oddziałujący na klienta. Dla ponad 40% ankietowanych doradcze kluby partnerskie również stanowiły mało istotny model komunikacji. Takie odpowiedzi częściej wskazywały przedsiębiorstwa produkcyjne zatrudniające poniżej pięćdziesięciu osób z kapitałem mieszanym, funkcjonujące do dziesięciu lat na rynku.

Wybór odpowiednich modeli komunikacji wiązał się bezpośrednio z korzyściami, jakie osiągnęły przedsiębiorstwa, funkcjonując na złożonym rynku. Korzyści te można przedstawić jako sumę pożądaných atrybutów: jakości obsługi klienta, jego

użyteczności i funkcjonalności, optymalizacji czasu i kosztów, niezawodności czy też terminowości przeptywów w łańcuchu logistycznym (por. rys. 3).



Rysunek 3. Korzyści wprowadzenia nowoczesnych metod komunikacji

Źródło: opracowanie własne na podstawie Kapituła, 2012: 71.

Dla ponad połowy badanych przedsiębiorstw największą korzyścią ze stosowania nowoczesnych metod komunikacji okazało się usprawnienie obsługi klienta, utrzymanie długookresowych kontaktów z nim oraz redukcja czasu jego obsługi. Takie odpowiedzi nie stanowią zaskoczenia, gdyż obecnie praktycznie wszystkie przedsiębiorstwa, chcąc osiągnąć przewagę konkurencyjną, swoje działania koncentrują wokół orientacji klientocentrycznej, czyli narzędzi CRM. Jakość obsługi klienta w CRM stanowi podwalinę tej filozofii biznesu. Korzyści te przede wszystkim wskazywały przedsiębiorstwa średnie z dłuższym stażem rynkowym, z kapitałem polskim działające w sferze handlowo-usługowej i produkcyjnej. W najmniejszym stopniu, bo tylko prawie co trzeciemu badanemu przedsiębiorstwu, udało się zwiększyć konkurencyjność na rynku.

Podsumowanie

Kulturowe uwarunkowania komunikacji z klientem głównie utożsamiane są z kryterium doboru grup docelowych dla określonego produktu, a co za tym idzie –

komunikatu. Dość często formułowanie komunikatu determinowane jest przez cechy ekonomiczne ludności (wysokość zarobków, wydatków), geograficzne (miejsce zamieszkania). Z psychologicznych cech najczęściej bierze się pod uwagę motywację zakupu (mierzoną na skali intencji) i ewentualnie potrzeby, pod warunkiem że potencjalny klient ma je odpowiednio ustrukturyowane. Jednak kultura komunikacji przejawia się nie tylko poprzez sposób formułowania treści komunikatu, ale również przez różnego rodzaju techniki i modele komunikacji, które kierowane są do wybranych grup społecznych. Zatem komunikowanie się przedsiębiorstwa z klientem determinowane jest przez ściśle ze sobą powiązaną treść komunikatu, technikę i narzędzie komunikacji. Polega nie tylko na wymianie informacji, ale tworzy pewną kulturową więź pomiędzy członkami tej wymiany. Umiejętne porozumiewanie się ułatwia dochodzenie do porozumienia i pomaga w finalizowaniu transakcji rynkowych.

Zaprezentowane analizy wskazują, że większość przedsiębiorstw, które zmieniły podejście do klienta, w swoich relacjach wykorzystuje zmienne narzędzia komunikacji, mieszając tradycyjne (telefon) z nowoczesnymi opartymi na protokołach internetowych (poczta elektroniczna, Internet czy strony WWW). Taka kombinacja ma na celu lepsze poznanie i zaspokojenie potrzeb klienta, co nierozdzielnie wiąże się ze zwiększeniem jego lojalności. Ponadto większości przedsiębiorstw udało się osiągnąć zamierzone korzyści ściśle powiązane z poprawą jakości obsługi klienta, redukcją czasu jego obsługi oraz tworzeniem określonych czynników sprzyjających budowaniu długookresowych więzi z nim. Można zatem stwierdzić, iż zmiany kultury komunikacji w badanej grupie przedsiębiorstw pozytywnie wpłynęły na jakość i poziom ich funkcjonowania na rynku, a także w znaczący sposób przyczyniły się do budowania własnej tożsamości, a przede wszystkim wartości dla klientów.

Bibliografia

- Bernacik M. (2001), *Contact center... I co dalej? – siła relacji*, „Modern Marketing”, nr 10.
- Goodman E. M. (1994), *Corporate communication. Theory and practice*, University of New York, New York.
- Kapituła A. (2012), *Współczesne metody komunikacji jako element budowania lojalności klienta*, praca magisterska napisana w Katedrze Logistyki WZUŁ, Łódź.
- Kaszewski K. (2009), *W czym mogę pomóc? Zachowania komunikacyjno-językowe konsultantów i klientów call center*, Wydawnictwo Naukowe Semper, Warszawa.
- Olsztyńska A. (2005), *Znaczenie marketingu wewnętrznego w usprawnianiu komunikacji wewnętrznej organizacji*, materiały konferencyjne Innowacje w Marketingu. Młodzi o Marketingu III, Sopot.

- Raman P., Wittmann C. M., Rauseo N. A. (2006), *Leveraging CRM for sales: The role of organizational capabilities in successful CRM implementation*, "Journal of Personal Selling & Sales Management", Vol. 26, Issue 1.
- Stępnik K. (2008), *Komunikacja i komunikowanie w dawnej Polsce*, UMCS, Lublin.
- Szymura-Tyc M. (2005), *Marketing we współczesnych procesach tworzenia wartości dla klienta i przedsiębiorstwa*, Prace Naukowe AE w Katowicach, Katowice.
- Wajszczuk J. (2005), *Międzynarodowe środowisko finansowe – kierunki instytucjonalizacji*, Key Text, Warszawa.
- Walasek R. (2012), *E-komunikacja jako narzędzie tworzenia konkurencyjności przedsiębiorstw – na podstawie badań w firmach logistycznych*, [w:] *Studia Ekonomiczne Regionu Łódzkiego. Wydanie Specjalne. Konkurencja, konkurencyjność, przewaga konkurencyjna w rozwoju współczesnych organizacji*, PTE, Łódź.
- Wiktor W. J. (2001), *Promocja. System komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem*, PWN, Warszawa.

Summary

Cultural conditions of customer communication

The main objective of the paper is an attempt to define contemporary methods of communication with the customer, to explain how particular communication methods impact on decision-making processes and to determine the benefits obtained from the use of selected communication methods.

Keywords: communication, customer management, enterprise

Słowa kluczowe: komunikacja, klient, zarządzanie, przedsiębiorstwo



**CZĘŚĆ IV
PROBLEMY
ZARZĄDZANIA
FINANSAMI
I EKONOMII**

Kredyt hipoteczny jako główne źródło finansowania inwestycji na rynku nieruchomości

Wprowadzenie

W gospodarce narodowej rynek nieruchomości mieszkaniowych odgrywa ważną rolę z dwóch powodów, tj. jego wielkości oraz funkcji nieruchomości mieszkaniowych we współczesnej gospodarce. Stanowią zdecydowanie największą część całego sektora nieruchomości (Bryx, 2006: 40–42). Rynek nieruchomości mieszkaniowych jest szczególnym elementem całego rynku nieruchomości z uwagi na przedmiot obrotu. Jest to bowiem miejsce realizacji podstawowych potrzeb człowieka i w konsekwencji istotny przedmiot polityki makroekonomicznej. Za zadowolający stan rynku mieszkaniowego uznaje się taki, przy którym wszystkie gospodarstwa domowe mogłyby mieć szansę, aby zaspokoić odczuwane potrzeby mieszkaniowe (Nykiel, 2008: 18–23).

Celem niniejszego artykułu jest ukazanie kredytu hipotecznego jako głównego źródła finansowania inwestycji na rynku nieruchomości mieszkaniowych. Kredyt hipoteczny pozostaje bowiem dla społeczeństwa najbardziej dostępną formą finansowania zakupu nieruchomości mieszkaniowych. Ponadto, z uwagi na zabezpieczenie w formie hipoteki, kredyt hipoteczny umożliwia bankom ograniczenie ryzyka wynikającego z długoterminowego finansowania.

Artykuł składa się z dwóch części. W pierwszej części opracowania skoncentrowano się na głównych cechach kredytu hipotecznego, wyjaśniono, czym jest hipoteka, a także, z uwagi na ograniczone ramy opracowania, zarysowane zostały warunki kredytowania nieruchomości. Z kolei w części drugiej tekstu przeanalizowana została obecna sytuacja na rynku mieszkaniowym w Polsce. Dodatkowo zamieszczone

^{*} Mgr Karolina Malesa – absolwentka SGH w Warszawie.

^{**} Mgr Tomasz Malesa – doktorant w Katedrze Gospodarki Narodowej Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.

zostały dane dotyczące polskiego rynku kredytów hipotecznych. Syntetyczna konstatacja wieńczy niniejsze opracowanie.

Rynek nieruchomości mieszkaniowych w ujęciu teoretycznym

Rynek określany jest jako ogół stosunków wymiennych między kupującym a sprzedającym oraz warunków umożliwiających ich realizację (Lindblom, 2001: 52–58). Z uwagi na przedmiot wymiany w ramach rynku można wyróżnić wiele jego segmentów. Jednym z nich jest rynek nieruchomości.

W literaturze przedmiotu można odnaleźć różnorodne sposoby definiowania rynku nieruchomości. Może on być utożsamiany z ogółem stosunków wymiany i stosunków równoległych zachodzących pomiędzy uczestnikami rynku, tworzącymi popyt i podaż nieruchomości. Stosunki wymiany obejmują ujawnienie zamierzeń kupna i sprzedaży bądź najmu czy dzierżawy przez różne podmioty (ujęcie podmiotowe), wynajmowanie i wydzierżawianie różnego typu nieruchomości (ujęcie przedmiotowe), konfrontacje zamierzeń, a także mechanizm przetargowy, obejmujący procesy negocjacyjne. Istotą stosunków równoległych są konfrontacje zamiarów zachodzących zarówno między tworzącymi popyt na nieruchomości, jak i między tworzącymi podaż” (Kucharska-Stasiak, 2006: 40–41). Przytoczona powyżej definicja potwierdza, że rynek nieruchomości nie jest rynkiem jednolitym. Wobec powyższego w zależności od przyjętych kryteriów możemy go dzielić na różne segmenty. Jednym z takich segmentów jest rynek nieruchomości mieszkaniowych. Obejmuje on przede wszystkim:

- prywatne i spółdzielcze domy jednorodzinne,
- pojedyncze prywatne lokale mieszkalne w budynkach wielorodzinnych,
- budynki wielorodzinne zorganizowane w formie spółdzielczej,
- mieszkania (domy) na wynajem,
- lokale mieszkalne o charakterze socjalnym.

Rynek mieszkaniowy cechuje się zatem różnymi formami zaspokajania potrzeb mieszkaniowych: od wynajmu, poprzez formy mieszane, aż do własności.

Nieruchomość uznawana jest za specyficzny obiekt rynkowy ze względu na jej cechy, które mają wpływ na kształt i funkcjonowanie rynku nieruchomości. Nieprzenoszalność nieruchomości sprawia, że przedmiotem obrotu na rynku nieruchomości nie jest grunt czy budynek, tylko prawo do nieruchomości.

Pojęcie kredytu hipotecznego

Mieszkaniowy kredyt hipoteczny definiowany jest jako kredyt bankowy posiadający określone cechy, którego docelowym zabezpieczeniem prawnym jest hipoteka ustanowiona na nieruchomości będącej przedmiotem finansowania (Główka, 2012: 37–43). Kredyt ten przeznaczony jest głównie na:

- zakup działki budowlanej na cele mieszkaniowe,
- zakup mieszkania lub domu jednorodzinnego na rynku pierwotnym lub wtórnym,
- zabudowę nieruchomości gruntowych budynkami mieszkalnymi lub budowę nieruchomości mieszkaniowych,
- zakup spółdzielczego własnościowego prawa do lokalu mieszkalnego lub domu jednorodzinnego,
- wykup mieszkania komunalnego lub zakładowego,
- przekształcenie lokatorskiego prawa spółdzielczego w odrębną własność.

Z obserwacji rynku wynika, że aby kredyt hipoteczny był atrakcyjny oraz dostępny dla jak największej liczby potencjalnych kredytobiorców, musi spełniać trzy podstawowe warunki. Z uwagi na dużą kapitałochłonność inwestycji powinien być kredytem o dużej wartości, który pokryje co najmniej 80% kosztów nieruchomości. Drugim warunkiem jest to, aby kredyt był długoterminowy, nawet na 35–40 lat, ponieważ tylko wtedy możliwa jest jego obsługa ze względu na niską relację dochodów kredytobiorcy do kwoty kredytu. Ponadto oprocentowanie kredytu nie powinno wynosić więcej niż 5–7% w stosunku rocznym z uwagi na ograniczony poziom ryzyka wynikający ze sposobu jego zabezpieczenia.

Rodzaje kredytów hipotecznych

Z powodu różnorodności operacji kredytowych przeprowadzanych przez banki brak jest w literaturze jednego kompleksowego podziału kredytów. Ze względu na stale rozszerzającą się ofertę kredytową banków podział kredytów podlega ciąglej ewolucji, przez co ma on zdecydowanie umowy charakter. Można natomiast wskazać na kryteria, które określają podstawowe rodzaje kredytów hipotecznych występujące w polskim systemie bankowym. Do najważniejszych z nich zaliczamy:

- rodzaj rynku nieruchomości będących przedmiotem kredytowania,
- rodzaj waluty kredytu,
- sposób oprocentowania,
- sposób spłaty.

Za główne kryterium klasyfikacji kredytów mieszkaniowych można uznać rodzaj rynku nieruchomości, który jest przedmiotem kredytowania. Podział ten jest ściśle związany z celem, na jaki jest udzielony kredyt (Główka, 2008: 45–56). Ze względu na to kryterium możemy wyróżnić dwa podstawowe rodzaje kredytu:

- hipoteczny,
- budowlano-hipoteczny.

Podstawowym i klasycznym produktem bankowości hipotecznej jest kredyt hipoteczny. Jest on przeznaczony do finansowania wtórnego rynku nieruchomości, a głównym jego celem jest zakup nieruchomości, zakup spółdzielczego prawa do lokalu mieszkalnego, pokrycie kosztów wykończenia lub remontu mieszkania. Za-

zwyczaj jest on uruchamiany jednorazowo w całości na rachunek sprzedającego nieruchomości na podstawie aktu notarialnego kupna-sprzedaży.

Kredyt budowlano-hipoteczny jest natomiast przeznaczony do finansowania pierwotnego rynku nieruchomości, a głównym celem jest zabudowa posiadanych nieruchomości gruntowych lub budowa nieruchomości budynkowych i lokalowych. Taki rodzaj kredytu może być zaciągnięty na finansowanie budowy prowadzonej przez osobę fizyczną, spółdzielnię mieszkaniową, a także dewelopera. Tego rodzaju kredyt uruchamiany jest najczęściej w transzach po ukończeniu kolejnych etapów budowy. Uruchomienie każdej kolejnej transzy jest uzależnione od potwierdzenia przez kredytobiorcę rozliczenia się z otrzymanych pieniędzy. Kredytobiorca może potwierdzić wykorzystanie otrzymanych środków na wykonanie poszczególnych prac poprzez dostarczenie do banku faktur i rachunków za zakupione materiały i wykonane roboty budowlane, dokumentacji fotograficznej potwierdzającej postęp prac czy też aktualnych kopii stron z dziennika budowy. Ponadto bank może zlecić inspekcję pracownika banku na miejscu budowy. Przy takim sposobie uruchamiania kredytu kredytobiorca spłaca odsetki jedynie od wypłaconej kwoty transz, a nie od całej sumy zaciągniętego kredytu. Dopiero po wypłacie wszystkich transz kredytobiorca zaczyna spłacać kapitał oraz odsetki od całej kwoty przyznanego kredytu. Kredyt budowlano-hipoteczny ma zatem dwie fazy. Pierwsza faza budowlana trwa krótko – mniej więcej od 2 do 3 lat w zależności od zadania budowlanego. Od chwili uzyskania przez inwestora pozwolenia na użytkowanie, o ile jest to wymagane, lub od chwili zgłoszenia zakończenia budowy w odpowiednim urzędzie następuje faza hipoteczna, która tak jak w przypadku kredytu mieszkaniowego może trwać nawet 35–40 lat. Po przejściu w fazę hipoteczną rozpoczyna się zazwyczaj spłata rat kapitałowych.

Często mówi się, że kredyt budowlano-hipoteczny jest produktem bankowym o podwyższonym ryzyku kredytowym ze względu na jego pierwszą fazę budowlaną. Kreuje ona bowiem wiele dodatkowych rodzajów ryzyka, które nie występują w fazie hipotecznej. Zaliczamy do nich ryzyko opóźnienia lub nieukończenia budowy, a także zagrożenie nieosiągnięcia przez nieruchomość wartości określonej dla celów zabezpieczenia kredytu hipotecznego.

Podstawowe warunki kredytowania nieruchomości mieszkaniowych

Warunki i zasady udzielania kredytów mają zasadniczy wpływ na rozwój rynku mieszkaniowych kredytów hipotecznych. Zasady udzielania kredytów uzależnione są od podejmowanego przez banki ryzyka kredytowego. Ryzyko kredytowe definiujemy jako niebezpieczeństwo, że kredytobiorca nie wypełni zapisów ujętych w podpisanej umowie kredytowej i narazi kredytodawcę na straty finansowe (Wiatr, 2008: 30). Aby ograniczyć ryzyko kredytowe, banki badają wiarygodność i sytuację finansową kredy-

tobiorcy oraz bezpieczeństwo hipoteki jako zabezpieczenia kredytu. Zatem przed rozpoczęciem procedury ubiegania się o kredyt przyszły kredytobiorca musi zgromadzić i przedstawić w banku niezbędne dokumenty potwierdzające zdolność i wiarygodność kredytową oraz te dotyczące nieruchomości będącej zabezpieczeniem (Główka, 2010: 53–57). Najważniejsze dokumenty, jakie należy przedstawić, to m.in.:

- dokumenty potwierdzające osiągnięte przez kredytobiorcę dochody oraz dokumenty informujące o zaciągniętych już wcześniej zobowiązaniach,
- dokumenty dotyczące inwestycji.

Przy zakupie działki niezbędne będzie przedstawienie wypisu i wrysu z rejestru gruntów, wyciągu z miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego terenu lub decyzji o warunkach zabudowy, odpisu z księgi wieczystej oraz umowy kupna-sprzedaży nieruchomości w formie aktu notarialnego. Przy planowanej budowie domu należy również dołączyć projekt domu, kosztorys prac budowlanych oraz harmonogram realizacji inwestycji. Przy wysokiej kwocie kredytu bank może również prosić o przedstawienie wyceny nieruchomości w formie operatu szacunkowego. W przypadku mieszkania budowanego przez dewelopera należy liczyć się z koniecznością dostarczenia dokumentacji dotyczącej nie tylko mieszkania, ale również związanej z całą inwestycją.

Głównym elementem zarządzania ryzykiem kredytowym jest badanie i ocena zdolności kredytowej. Analiza zdolności kredytowej jest rozbudowanym procesem, który stanowi jeden z najważniejszych elementów udzielania przez bank kredytu. Mianem zdolności kredytowej określamy zdolność do spłaty rat kapitałowych i odsetkowych według uzgodnionego z bankiem harmonogramu. Zdolność kredytowa jest uzależniona głównie od dochodów i zobowiązań kredytobiorcy, ale wpływ na nią mają również takie czynniki, jak długość okresu kredytowania, rodzaj spłacanych rat lub rodzaj waluty, w której ma być udzielony kredyt. Oprócz analizy ilościowej niezwykle ważna jest również analiza jakościowa. Ocena ta jest dokonywana na podstawie cech, które mają wpływ na skłonność do wywiązywania się z zobowiązań kredytowych. Zaliczamy do nich na przykład cechy osobowe kredytobiorcy (wiek, stan cywilny, wykształcenie, wykonywany zawód, liczba osób w gospodarstwie domowym) oraz ocenę dotychczasowej współpracy z bankiem (Grzywacz, 2006: 154–172).

Badanie zdolności kredytowej przedsiębiorstw natomiast obejmuje nie tylko analizę bieżącej sytuacji ekonomiczno-finansowej firmy, lecz również analizę lat ubiegłych oraz dokonanie analizy perspektywicznej. Oceniane jest także otoczenie firmy, jej pozycja na rynku i ogólna sytuacja w branży. Ocena personalna wiąże się z analizą takich cech właścicieli lub zarządu przedsiębiorstwa, jak wiek, stan zdrowia czy doświadczenie. Ocena ilościowa opiera się zatem na danych mierzalnych, ponieważ ma za zadanie ocenę sytuacji finansowej firmy. Natomiast metoda jakościowa wykorzystuje informacje o charakterze opisowym, takie jak specyfika branży lub perspektywy dalszego rozwoju firmy.

Niestety bank nie jest w stanie całkowicie wyeliminować ryzyka kredytowego, nawet jeśli zastosował najlepsze metody oceny zdolności kredytowej. Wobec po-

wyższego banki żądają od kredytobiorców ustanowienia zabezpieczenia kredytu. Pozwala to bankom na odzyskanie przyznanych środków w sytuacji, gdy kredytobiorca przestanie spłacać raty kredytowe. Ograniczenie ryzyka kredytów długoterminowych poprzez zabezpieczenie w formie hipoteki wynika z istoty i charakteru nieruchomości. W długim okresie czasu wartość nieruchomości zazwyczaj nie maleje, a nawet rośnie pomimo tego, że na rynku nieruchomości obserwujemy krótkookresowe wahania koniunktury. Taka sytuacja związana jest z naturalnym ograniczeniem podaży nieruchomości. Ponadto nieruchomości są dobrami o bardzo wysokiej trwałości, dlatego możemy stwierdzić, że tylko hipoteka na nieruchomości daje bankom możliwość odpowiedniego zabezpieczenia przed ryzykiem przy finansowaniu długoterminowym.

Pojęcie hipoteki

Mianem hipoteki określamy ograniczone prawo rzeczowe, które obciąża nieruchomość w celu zabezpieczenia określonej wierzytelności. Prawo to umożliwia wierzycielowi zaspokojenie się z obciążonej nieruchomości bez względu na to, czyją stała się własnością. Ponadto wierzyciel jest uprawniony do dochodzenia swojej wierzytelności z pierwszeństwem przed wierzycielami osobistymi właściciela nieruchomości (Mączyńska i in., 2009: 82–84). Do ustanowienia hipoteki niezbędny jest jej wpis przez sąd wieczystoksięgowy do czwartego działu księgi wieczystej prowadzonej dla danej nieruchomości. Przedmiotem hipoteki są prawa do nieruchomości, na których może zostać ustanowiona. Przedmiotem hipoteki może być zatem:

- prawo własności nieruchomości,
- prawo wieczystego użytkowania,
- spółdzielcze prawo własnościowe do lokalu,
- prawo do domu jednorodzinnego w spółdzielni mieszkaniowej,
- wierzytelność zabezpieczona hipoteką.

Institucja hipoteki opiera się na kilku podstawowych zasadach, takich jak:

- zasada szczególności,
- zasada pierwszeństwa,
- zasada jawności,
- zasada akcesoryjności,
- zasada niepodzielności.

Zasada szczególności wskazuje, że powinien zostać szczegółowo określony wierzyciel hipoteczny oraz przedmiot hipoteki. W myśl zasady pierwszeństwa hipoteka uprawnia wierzyciela do pierwszeństwa przed innymi wierzycielami osobistymi właściciela nieruchomości, co oznacza, że wierzyciel hipoteczny może wykonywać swoje prawa, nawet jeśli nieruchomość przeszła na własność innej osoby. Ponadto hipoteka jest prawem jawnym, które nie może powstać ani istnieć bez wpisania do księgi wieczystej. Dzięki temu każdy może poznać faktyczny stan prawny nieru-

chomości. Hipoteka jest również prawem niesamoistnym (akcesoryjnym), które jest ściśle związane z zabezpieczoną wierzytelnością i wygasa w momencie jej całkowitej spłaty. Zasada niepodzielności hipoteki oznacza, że obciąża ona nieruchomość z przynależnościami i utrzymuje się na niej jako całość do momentu całkowitego wygaśnięcia zabezpieczanej wierzytelności. Ponadto w przypadku podziału nieruchomości hipoteka obciążać będzie wszystkie nieruchomości powstałe w wyniku tego podziału.

Skuteczność hipoteki zależy w dużej mierze od zachowania właściwych relacji między wysokością kredytu hipotecznego a wartością nieruchomości. Ten stosunek jest określany mianem wskaźnika LTV (*loan to value*). Niski poziom LTV oznacza dla kredytobiorcy wysoką kwotę wymaganego wkładu własnego. Wobec powyższego kształtowanie wskaźnika LTV musi uwzględniać jednocześnie wymogi bezpieczeństwa banku, a także dostępność kredytu dla społeczeństwa.

Podaż i popyt na rynku nieruchomości w Polsce

Rynek nieruchomości mieszkaniowych w Polsce z powodu transformacji gospodarki poddany był licznym procesom, które wpłynęły na jego sposób funkcjonowania i kierunku rozwoju. Restrukturyzacja sektora budowlanego przyniosła upadek wielkich kombinatów budowlanych oraz osłabienie roli dużych spółdzielni mieszkaniowych. Podstawy rynku nieruchomości powstały także wskutek prywatyzacji komunalnych i spółdzielczych zasobów mieszkaniowych. Ponadto wycofanie się państwa z finansowania sektora mieszkaniowego wpłynęło na rozwój rynku mieszkaniowych kredytów hipotecznych. Tym samym dostępność kredytów spowodowała wzrost popytu mieszkaniowego, dzięki czemu gospodarstwa domowe mogły zaspokoić swoje potrzeby mieszkaniowe. Spowodowało to pojawienie się cykliczności w rozwoju rynku nieruchomości. Wśród członków Unii Europejskiej Polska postrzegana jest jako kraj o jednej z najgorszych sytuacji mieszkaniowych mimo tego, że w ostatnich latach zaobserwowano znaczne przyspieszenie rozwoju rynku nieruchomości.

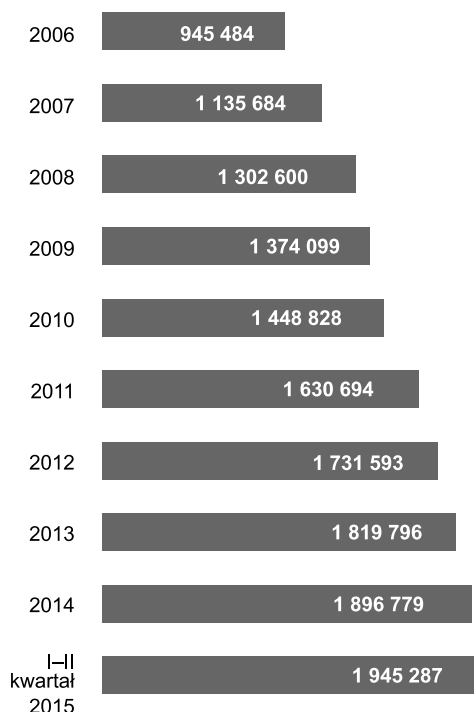
Sytuacja na rynku kredytów mieszkaniowych

Rynek komercyjnych kredytów hipotecznych przeznaczonych na cele mieszkaniowe zaczął funkcjonować w Polsce dopiero kilkanaście lat temu, a w zasadzie sprzedaż kredytów na szerszą skalę rozpoczęła się od 1996 roku. Na koniec roku 2007 sektor bankowy obsługiwał ponad 1,135 miliona umów kredytów mieszkaniowych. Z końcem 2008 roku przekroczone 1,300 miliona czynnie obsługiwanych umów kredytowych, a na koniec 2009 roku osiągnięto poziom ponad 1,356 miliona umów. W 2008 roku w porównaniu do końca 2007 wzrost stanu zadłużenia wyniósł około 65%, zaś wzrost stanu zadłużenia na koniec 2009 roku do końca 2008 roku wyniósł zaledwie 11,6%. Największy wzrost odnotowano w okresie 2006–2008, na któ-

ry przypadła największa ekspansja kredytowa banków. Do kluczowych czynników, które przyczyniły się do przyrostu wartości udzielonych kredytów mieszkaniowych w latach 2000–2006 zaliczamy przede wszystkim:

- znaczny spadek oprocentowania kredytów złotych,
- utrzymujące się niskie oprocentowanie kredytów nominowanych w CHF,
- korzystne zmiany w ofercie banków kierowanej na rynek (banki kredytowały nieruchomości mieszkaniowe przy wyższym wskaźniku LTV – spowodowało to zmniejszenie wymaganego wkładu własnego oraz wydłużenie okresu kredytowania),
- dążenie banków do obniżenia ponoszonych przez klientów kosztów uzyskania kredytu hipotecznego.

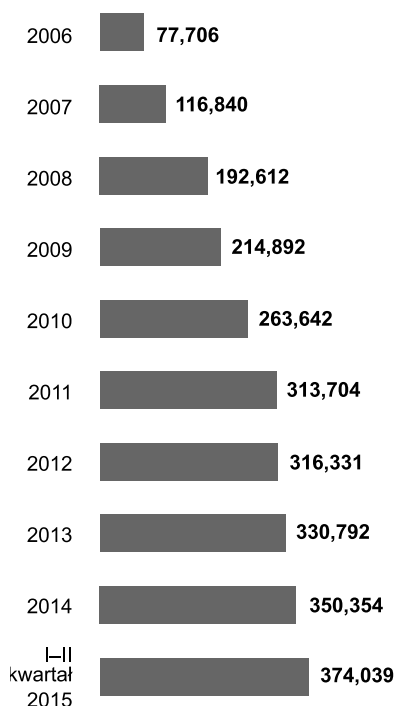
Zaobserwowana w IV kwartale 2008 roku zmiana w polityce kredytowej banków spowodowana była zaostrzeniem kryteriów udzielania kredytów w związku z niepokojącymi sygnałami napływającymi z rynków międzynarodowych (znaczny wzrost kosztów pozyskania finansowania kredytów w CHF, spadek zaufania między instytucjami finansowymi w wyniku kryzysu, jaki wystąpił w USA). Procesy zachodzące na rynku nieruchomości mieszkaniowych w kolejnych latach można określić jako poszukiwanie nowego stanu jego równowagi.



Rysunek 1. Liczba czynnych umów o kredyt mieszkaniowy (w tys. sztuk) w okresie 2006–II kw. 2015

Źródło: Ogólnopolski raport o kredytach mieszkaniowych i cenach transakcyjnych nieruchomości, 2015.

W Polsce kredyt bankowy pozostaje nadal najbardziej popularną metodą finansowania nieruchomości mieszkaniowych pomimo nieco słabszych statystyk w porównaniu do lat ubiegłych. Na koniec pierwszego kwartału 2015 roku portfel kredytów hipotecznych wzrósł do poziomu 1 945 287 czynnych umów. Łączny stan zadłużenia z tytułu kredytów mieszkaniowych na koniec I półrocza 2015 roku osiągnął poziom 374,039 mld zł (*Ogólnopolski raport...*, 2015).



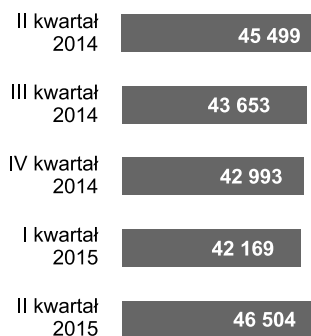
Rysunek 2. Całkowity stan zadłużenia z tytułu kredytów mieszkaniowych (w mld zł) w okresie 2006–II kw. 2015

Źródło: *Ogólnopolski raport...*, 2015.

Drugi kwartał 2015 roku przyniósł znaczny wzrost liczby nowo podpisanych umów kredytowych. W badanym okresie zostało udzielonych 46 504 nowych kredytów mieszkaniowych o łącznej wartości 10,058 mld zł. W porównaniu do poprzedniego kwartału nastąpił wzrost wartości nowo udzielonych kredytów o 12,03%, ich liczba natomiast wzrosła o 10,28%. Ostatni porównywalny wzrost liczby nowo udzielonych kredytów w stosunku do okresu go poprzedzającego był odnotowany w II kwartale 2014 roku. W porównaniu z I kwartałem 2014 roku nastąpił wzrost liczby kredytów mieszkaniowych o 8,48%. W kolejnych kwartałach liczba nowo udzielonych kredytów systematycznie malała aż do II kwartału 2015 roku.

Odnotowany wzrost aktywności kredytowej zawdzięczany jest niskiemu oprocentowaniu kredytów złotych oraz atrakcyjnie niskim cenom mieszkań. Ponadto

z informacji opublikowanych przez Narodowy Bank Polski wynika, iż uległa znacznemu zmniejszeniu kwota zdeponowana na lokatach terminowych w bankach. Środki te, powiększone o kwotę uzyskaną z kredytu bankowego, zostały zainwestowane na rynku nieruchomości. Obecnie coraz częściej zamiast tradycyjnej lokaty bankowej wybierana jest inwestycja w nieruchomości. Jest uważana za bezpieczniejszą oraz bardziej rentowną niż zdeponowanie środków w banku.



Rysunek 3. Liczba nowo podpisanych umów o kredyt kwartalnie
w okresie II kw. 2014–II kw. 2015

Źródło: *Ogólnopolski raport...*, 2015.

Od 1 stycznia 2014 roku w Polsce ruszył program rządowy „Mieszkanie dla Młodych” mający na celu wsparcie państwa w nabywaniu przez młodych ludzi do 35. roku życia swojego pierwszego mieszkania. Program ten nie cieszy się jednak dużym zainteresowaniem. Dla porównania z poprzednim programem rządowym „Rodzina na swoim”, gdzie co czwarty uruchomiony kredyt korzystał z dopłat państwa, obecnie tylko co trzynasty kredytobiorca może skorzystać z programu MdM. Do 30 czerwca 2015 roku łącznie banki zawarły 23 297 umów kredytowych w ramach programu MdM o wartości ponad 4,4 mld zł. Udział tych kredytów w ogólnej akcji kredytowej wyniósł 8,87% w ujęciu ilościowym (*Ogólnopolski raport...*, 2015).

Podsumowanie

Od kilku lat w Polsce obserwuje się ciągły wzrost rynku nieruchomości. Dotyczy to głównie nieruchomości mieszkaniowych oraz komercyjnych, szczególnie tendencja ta jest widoczna w dużych miastach. Badania potwierdzają znaczny wpływ rynku nieruchomości mieszkaniowych na makroekonomiczną sytuację gospodarczą kraju (Girouard, Sveinbojm, 2001). Ciągły wzrost wspomnianego segmentu nieruchomości stymuluje z kolei rozwój coraz to nowych metod jego finansowania.

Od 2012 roku polski rynek nieruchomości odnotowuje spadki zarówno ofertowych, jak i transakcyjnych cen nieruchomości. Stan ten został wymuszony przez trudną sytuację rynkową. Relacja pomiędzy popytem a podażą zaczyna się więc

stabilizować po znacznych wzrostach cen nieruchomości z okresu od 2005 do 2007 roku. Czynnikiem, który niewątpliwie spowodował znaczny wzrost popytu na zakup mieszkania w Polsce ze środków uzyskanych z kredytu, było zamknięcie programu rządowego „Rodzina na swoim”. Program ten wspierał politykę państwa w zakresie mieszkań własnościowych, polegał na dopłacie do odsetek do raty kredytu złotowego. Program „Mieszkanie dla Młodych”, który został uruchomiony 1 stycznia 2014 roku nie cieszy się już niestety taką popularnością.

W Polsce najbardziej popularną metodą finansowania inwestycji na rynku nieruchomości pozostaje kredyt bankowy nawet pomimo znacznych restrykcji i ograniczeń dotyczących akcji kredytowej wprowadzanych przez banki. Kryzys finansowy skłonił bowiem banki do ograniczenia do minimum udzielania kredytów w walucie obcej. W przypadku kryzysu amerykańskiego zauważono również słabnięcie sektora publicznego, w tym polityki monetarnej i nadzorczej, ponieważ nie podejmowano decyzji, które chroniłyby przed skutkami narastającej ekspansji kredytowej. Podjęte ryzyko na udzielanie kredytów hipotecznych na tak szeroką skalę w Ameryce uzasadniano korzyściami płynącymi z rosnącego poparcia dla liberalnej gospodarki rządowej (Greenspan, 2007: 233).

Mechanizmy rynku nieruchomości mieszkaniowych podlegają ciągłym ewolucjom w czasie, lecz mimo tego jego podstawowymi instrumentami pozostają instrumenty bankowe, w tym kredyt hipoteczny. Odpowiedni dostęp do kredytów umożliwia zatem właściwe funkcjonowanie i rozwój rynku nieruchomości mieszkaniowych. Niewątpliwie kredyt hipoteczny pozostaje głównym źródłem finansowania inwestycji na rynku mieszkaniowym.

Na zakup nieruchomości najchętniej wybierany jest kredyt hipoteczny, który daje bankowi możliwość dochodzenia swoich ewentualnych roszczeń z tytułu zaprzestania spłaty zobowiązania przez kredytobiorcę dzięki ustanowionemu zabezpieczeniu w formie hipoteki ciężącej na nieruchomości. Ograniczenie ryzyka kredytów długoterminowych poprzez zabezpieczenie w formie hipoteki wynika z istoty i charakteru nieruchomości. W długim okresie czasu wartość nieruchomości zazwyczaj nie maleje, a nawet rośnie pomimo tego, że na rynku nieruchomości obserwujemy krótkookresowe wahania koniunktury. Ponadto nieruchomości są dobrami o bardzo wysokiej trwałości, dlatego możemy stwierdzić, że tylko hipoteka na nieruchomości daje bankom możliwość odpowiedniego zabezpieczenia przed ryzykiem przy finansowaniu długoterminowym.

Bibliografia

- Bryx M. (2006), *Rynek nieruchomości: system i funkcjonowanie*, Poltext, Warszawa.
Girouard N., Sveinbojrn B. (2001), *House Prices and Economic Activity*, “OECD Economics Department Working Papers”, No. 279.

- Główka G. (2008), *Nieruchomość, kredyt, hipoteka*, Poltext, Warszawa.
- Główka G. (2010), *Mieszkaniowy kredyt hipoteczny w Polsce*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- Główka G. (2012), *System finansowania nieruchomości mieszkaniowych w Polsce*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- Greenspan A. (2007), *The Age of Turbulence*, Penguin Books, London.
- Grzywacz J. (2006), *Podstawy bankowości*, Difin, Warszawa.
- Kucharska-Stasiak E. (2006), *Nieruchomość w gospodarce rynkowej*, PWN, Warszawa.
- Lindblom C. E. (2001), *The Market system*, Yale University Press, New Haven–London.
- Mączyńska E., Prystupa M., Rygiel K. (2009), *Ile jest warta nieruchomość*, Poltext, Warszawa.
- Nykiel L. (2008), *Rynek mieszkaniowy w Polsce*, Fundacja na rzecz Kredytu Hipotecznego, Warszawa.
- Ogólnopolski raport o kredytach mieszkaniowych i cenach transakcyjnych nieruchomości*, sierpień 2015, Raport AMRON-SARFiN, https://zbp.pl/public/repository/wydarzenia/images/sierpien_2015/konf/Raport_AMRON-SARFiN_Nr_2_2015_PL_skrot.pdf, dostęp: 3.02.2016.
- Wiatr M. S. (2008), *Zarządzanie indywidualnym ryzykiem kredytowym. Elementy systemu*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.

Summary

A mortgage as the main source of financing for real estate investments

This article considers mortgages as a method of financing residential real estate in Poland. After explaining the concept of a mortgage and its basic types, the article discusses fundamental credit conditionalities relating to mortgages and basic information relating to supply and demand in the property market in Poland. The article reflects on the current situation of the mortgage market in Poland. Important conclusions from the preceding evaluations are presented in the final part of the article.

Keywords: loan, mortgage, property, real estate, bank, Government housing support program in Poland "Rodzina na swoim" (Rns), "Mieszkanie dla Młodych" (MdM), index "loan to value" (ltv)

Słowa kluczowe: kredyt, hipoteka, nieruchomość, bank, rządowy program wsparcia mieszkalnictwa „Rodzina na swoim” (Rns), „Mieszkanie dla Młodych” (MdM), wskaźnik LTV

JEL: D4

Tomasz Zalega*

Evolutionary Economics as a Trend in Modern Economics: An Overview

Introduction

Modern economic thought presents a variety of frequently opposing views on the operation of both economic agents and the national economy. Today's economics is constantly expanding and becoming more and more diverse internally, combining its own reflections with other social sciences, chiefly psychology, sociology and philosophy. As part of the interdisciplinary exchange, new methodologies and scientific approaches are emerging that are directed towards a more holistic view of economic processes and the functioning of entities in the market. The number of economic theories that may be considered relevant and may not be neglected when outlining the picture of modern economic thought is indeed considerable. The past five decades have seen an increased interest in the evolutionary approach to economic processes that are affected by the processes of selection, mutation and inheritance. Evolutionary processes are popular in economic sciences since they allow for an interesting interpretation of behaviours of economic agents by separating the behaviours from the rigid requirements of the neoclassical concept of rationality. This interest has resulted in the emergence of evolutionary economics, which, generally speaking, specifies various economic concepts that make it possible to explain economic processes by analogy with the evolution process occurring in the natural environment. As a trend in modern economics, evolutionary economics is a theoretical framework for the analysis of economic systems as open, complex and evolving systems.

This article aims at providing an insight into the evolutionary economics field of interest and presenting its historical roots, current views and prospects for development. The issues in this study do not describe its whole range, but only selected

* Professor, Ph.D. in economic sciences, National Economy Department, Faculty of Management, University of Warsaw.

elements. The structure of this article is as follows. The first part concentrates on explaining the concept and key assumptions of evolutionism in various scientific areas, especially in social sciences. Further, the essence of evolutionary economics and its origins are discussed. Owing to the length requirements, the focus is exclusively on presenting the views of the most prominent representatives of this scientific discipline. The final part synthesises fundamental weaknesses of evolutionary economics and prospects for its development. Finally, major conclusions end this study.

Evolutionism and Various Scientific Areas

Evolutionism derives from the Latin word *evolutio* – developing, development, and from the Italian verb *evolvere* – evolve, develop. This term denotes a uniform set of conceptual frameworks, philosophical doctrines, and scientific theories and hypotheses referring to evolutionary processes (Grębecki, Kinastowski, Kuźnicki, 1962; Skowron, 1966). Evolutionism argues that the whole diversity of life was formed in a natural process known as evolution¹. The source literature suggests that the term “evolutionism” was first used in this sense in the 18th century by Albrecht von Haller, a Swiss physician, physiologist and botanist, in his eight-volume *Elementa physiologiae corporis humani*.

Evolutionism as a form of naturalism developed in the 19th century in the spirit of positivism and was a great system of that era, integrating scientific outputs (scientism). There is a wealth of literature on this topic, and it may be claimed that a certain tradition and evolutionary way of thinking exists in science, or even that there is an evolutionary paradigm of practising science. Evolutionism is understood as a metascience combining biological, chemical, geographical, physical, geological, cosmological and social sciences. For this reason, evolutionism is treated in different ways in the various scientific areas. In biological sciences, it is most commonly a study of changes of living species and mechanisms and regularities of such changes. From the philosophical perspective, evolutionism is a philosophical and scientific

¹ There are many interpretations of the word “evolution”. It is mostly construed as a change of gene frequencies in populations or common descent. The first meaning is empirical and is sufficiently confirmed by laboratory tests and observations. Insofar as it has robust empirical confirmation, it refers to what is called micro-evolution (intraspecific variability or variability at a slightly higher level). The second sense is theoretical, it unifies the way biologists view the living world, and also finds its strong empirical substantiation in various scientific disciplines, although not as conclusive as for the first meaning. It refers to macro-evolution, or changes occurring clearly above the level of species, that is to the formation of new anatomies (Jodkowski, 1998, pp. 23–24). The first one is called “the special theory of evolution”, while the other “the general theory of evolution” (Kerkut, 1960; Denton, 1985). According to T. Dobzhansky, evolution covers all development stages of the universe: cosmic, biological and human, i.e. cultural, development. The efforts to confine the concept of evolution solely to biology are unfounded. Life is a product of inorganic nature evolution, and the man is a product of evolution of life (Dobzhansky, 1967, p. 409).

ic view derived from H. Spencer according to which the current reality – its present state and structure – may be explained as a product of evolution which objects and phenomena undergo. In the case of cosmology, evolutionism refers to the idea by L. Smolin, who adopted the multiverse hypothesis that the nature of the different universes and of our world is determined by natural selection, which also conditions the character and evolution of the laws of nature. As claimed by L. Smolin, the reasons why such, and not other, laws of nature exist will not be possible to explain until the theory of evolution is applied to physics. He believes that the theory that will combine the relativity theory and cosmology with quantum mechanics must also be a theory of self-organisation (Smolin, 1996, p. 406). The multiverse hypothesis says that the mechanism of natural selection tends to create universes with such parameters that allow for maximising the number of black holes as universes are reproduced precisely via black holes (Smolin, 1996, p. 404). Also “hard” physics is trying to use evolutionism nowadays. According to W. Żurek, a Polish physicist, the connection between a quantum system and its environment leads to decoherence that is structurally similar to the so-called Darwinian processes. The latter are defined by three formal conditions met by objects developing in the model environment of replication, feature distribution and natural selection (Gardener, 2012, p. 377). In chemistry, on the other hand, evolutionism refers mainly to the so-called prebiotic evolution (I. Prigogine and M. Eigen), strengthening structural, conceptual and linguistic links between chemistry and biology that are considered as cognitively very important by some researchers (Sobczyńska, 2004, p. 351). In turn, in cultural sciences, it examines the development of cultural products from the primitive to the most advanced ones, following the idea of continuous progress of mankind, but taking into account both cyclical nature of changes and degeneration phenomena. In psychology, evolutionism looks into the development of psychophysiological life forms, comprising the stages of differentiation and integration. In ethics, it focuses on the evolution of moral standards content and the moral progress of man. As argued by P. Chmielewski, a Polish investigator of cultural evolutionism, evolutionism seeks to describe phenomena from the development perspective, thus striving to explain the origin of facts, identify developmental laws and assess events against the progress (development) criteria (Chmielewski, 1988, pp. 210–214). The elements of evolutionism so understood are found in many philosophical schools, scientific theories and methodological trends. It should also be pointed out that the introduction of the theory of evolution, especially in social sciences, reinforced the tendency to see the past as something primitive and immature, within a long and progressive chain of events leading to our modern world (Ryszkiewicz, 1994).

In social sciences, evolutionism is interpreted narrowly and broadly. The former approach treats evolutionism as Darwinism and maintains that it involves a transfer of Ch. Darwin’s key evolutionary assumptions to social sciences or an application of the notion of evolution similar to Ch. Darwin’s idea. In a broader sense, evolutionism refers to all those thinkers who wrote about evolution in any meaning and

made social development laws the centre of attention. Generally speaking, evolutionism in social sciences is a collection of theories that describe the social development process involving continuous, gradual and unidirectional progress. The world may, therefore, be said to be changing gradually in a continuous and unidirectional manner, in line with the same pattern. As a consequence of gradual qualitative and quantitative changes, lower forms evolve naturally to become higher, more perfect ones.

The link between evolutionism and social sciences, particularly economics, which makes an analogy between the nature and the economic system, may be dated to 1838, when Ch. Darwin was inspired by the economic thesis about a constant number of people in the poorest social classes despite a relatively large number of children being born therein, as forged by T.R. Malthus in his *An Essay on the Principle of Population* published in 1798. He noted the existence of natural determinants limiting this population growth, the most important one being food shortage. This thesis, having provided the foundation for the idea of natural selection, reappeared in the economic theory and practice as the originally termed economic biology theory (A. Marshall) and later as evolutionary economics (J.R. Commons, W. Mitchell) treating the economy as an evolutionary system dependent on both social relations and political impacts.

The key assumptions of evolutionism as a kind of theoretical trend in social sciences include:

- believing in the unity of the world and knowledge about it, which means that the human reality is part of nature and should be studied by employing the methods developed by natural sciences;
- proving that the human world is regulated by the laws of nature rather than by chance or sudden impulses;
- assuming that the human nature does not change within certain limits, which means that despite constant alterations in the human reality in the course of evolution, it has some permanent features;
- believing that changes in the human reality are pervasive, targeted and synonymous with progress;
- assuming that social change normally is not sudden and higher levels of evolution are usually separated from lower levels by multiple intermediate ones;
- proving that the change is immanent and its causes should be sought within a studied population, which means that external influences start working only when a population is mature enough to accept them and, in fact, would be able to satisfy a new need if no new solution had come from outside.

Today's evolutionists reject some ideas of their predecessors. It is believed that only when the existing reality has been thoroughly examined may inquiries be made into what arose out of what and how. The thesis about unidirectional and uniform development of all peoples, that is the identity of chronological consequences on the way from lower to higher forms of culture, has been questioned. What has also been abandoned are the views that the culture of primitive peoples may be deemed representative of the early development stages of all mankind.

The Concept and Essence of Evolutionary Economics

Evolutionary economics is a trend in modern economics that initially appeared as an alternative proposal in relation to neoclassical economics. The problems in defining evolutionary economics that may be found in the relevant literature are exacerbated by the rapid development of institutional economics, with “evolutionary economics” and “institutional economics” being sometimes considered as meaning the same and at times treated as parallel trends dealing with similar issues that would benefit from closer cooperation (Tomczyk, 2011, p. 40). According to W. Stankiewicz, the term “evolutionary economics” involves an attempt to integrate old and new institutionalism and is used to define multiple, often conflicting approaches to describing economic phenomena (Stankiewicz, 2012, p. 265). Evolutionary economics may thus be said to be a heterodox school of economics and to include several different research trends such as neo-Schumpeterian, institutional, Austrian, trying to resist the way of thinking that dominates mainstream economics (Hodgson, 2007). This diversity may, in a way, explain why evolutionary economics is neither theoretically nor methodologically uniform.

The evolutionary approach in economics is not new, yet has been increasingly popular in recent years. It should be clearly stated that the relevant literature provides no consensus as to the origin and development of evolutionary economics. The source literature says that some elements of the evolutionary economics idea were already developed by the physiocrats, who treated the economy as part of nature. Most often, it is assumed that this idea refers to the concepts by Ch. Darwin, J. Lamarck, H. Spencer, and stands in opposition to the method and paradigm of neoclassical economics. In contrast with the neoclassical paradigm, evolutionary economics considers that the economic theory seeks to understand the motivation behind human activity in economic processes, the laws governing economic development, the essence of economic agents’ (households, businesses) activity and the mechanisms behind this activity, using tools of natural sciences rather than those of mechanics. In addition, evolutionary economics does not separate the economic activity of economic agents from the influence of other, e.g. cultural, psychological, sociological, political, technological and climate, determinants. It analyses economic processes in their motion, that is as seeking an equilibrium constantly disturbed by various factors. Furthermore, it stresses the limitations of human knowledge which, in turn, result in economic agents making decisions that cannot be optimal. Evolutionary economics may thus be said to focus on investigating development processes in various areas of economic life, presuming that both the rules of operation of organisations and societies and the principles governing the economic agents’ behaviour evolve. As claimed by W. Kwaśnicki (1996, p. 3), nowadays the term “evolutionary economics” is used to define multiple, often different approaches to analysing economic processes. What these approaches have in common is the stress put on the importance of economic changes and development and the opposition to neoclassical economics focusing on optimisation and equilibrium.

According to S.G. Winter, an American economist, evolutionary economics examines dynamic phenomena and concentrates on observations far from equilibrium (...). Another important issue also concerns quantitative and qualitative changes and historical perception of the economic process, where macroeconomic characteristics are significant aggregates of behaviours of economic agents at the microeconomic level. In turn, the diversity and heterogeneity of their behaviours form the special core of research into economic processes (Winter, 1982, pp. 24–28).

J.S. Metcalfe, an English economist, holds a view similar to that of S.G. Winter, claiming that evolutionary economics strives to understand the role of heterogeneity of economic agents in economic events. This diversity of their behaviours is, however, limited by personal knowledge, norms, conventions and other institutions that evolve in the long term. For this reason, economic evolution is largely reliant on institutionalised coordination and the system where market institutions are firmly established (Metcalfe, 2005, p. 392; Metcalfe, Foster, 2006, pp. 834–836).

V.L. Makarov and V. Mayevskiy argue that evolutionary economics is a scientific discipline that studies the development of the economy, assuming that a set of factors operating therein changes in accordance with the law of natural selection. Economic evolution is an irreversible process associated largely with the phenomena of imbalance, instability, relaxation and uncertainty. Simultaneously, there are also tendencies to balance inputs and outputs, demand and supply, financial stability and the fight against crises. There is a need to combine the evolutionary and traditional theories of economic development (Mayevskiy, 2005). According to K. Dopfer and J. Potts, evolutionary economics is a theoretical framework for analysing economic systems as open, complex and evolving systems. It is a theoretical hybrid of the evolution theory, the theory of complex systems, the self-organisation theory, and Austrian, behavioural, institutional, post-Keynesian and Schumpeterian economics. It is the hybridisation of theories and methods that leads to the lack of a platform for assessing the development or integration of concepts that make up evolutionary economics (Dopfer, Potts, 2004, p. 195).

Analysing the essence of evolutionary economics, it may be concluded that in a broader sense it includes, among others (Dosi, 1991, pp. 5–6; Dosi, 2012, p. 8):

- 1) the lack of complete information on the part of people and organisations, excluding optimisation on a global scale;
- 2) the decision-making process of people and organisations is associated with principles, norms and institutions;
- 3) people and organisations may imitate each other to some extent;
- 4) the manner in which people and organisations cooperate is usually defined in a situation of imbalance and the result is a success or failure of a combination of factors or goods and of the economic life participants themselves;
- 5) economic evolution is non-deterministic, non-teleological and irreversible.

In a narrower sense, on the other hand, evolutionary economics refers to the ideas of biological evolution developed by Ch. Darwin and J. Baptiste de Lamarck. These references may be (Witt, 2003, p. 9):

- 1) direct – the evolution of economic systems reflects the actions of people who have undergone biological evolution;
- 2) indirect – through an analogy between the principles of biological and economic evolution;
- 3) indirect – through biological metaphors in economics (such references may resemble the links between classical mechanics and neoclassical economics).

Evolutionary economics looks for its identity by concentrating its economic evolution research fields on the present and future organisational and functional dynamics of the economy. Therefore, economic events are explained in evolutionary economics by (Glapiński, 2013, p. 5):

- 1) referring to previous events and finding causal relationships in preservation and transformation of behaviours and institutions;
- 2) a mechanism of creation of differences and a mechanism of selection thereof that contains a mechanism of segregation and exclusion.

Summarising the reflections on the concept and essence of evolutionary economics, it should be concluded that it is a multidisciplinary science analysing and explaining endogenous transformations of knowledge applied in economic systems that covers decision-making, production methods, economic life organisational forms, consumer behaviours and the psychology of economic agents, building on the achievements of other scientific disciplines such as sociology, social psychology, behavioural biology, evolutionary biology, social anthropology, institutional economics and economic history. Preservation, protection and transformation of patterns and institutions are investigated by social anthropology, sociology, institutional economics and economic history, whereas the mechanism of creating innovations, mutations and deviations from routine behaviours is studied by behavioural biology, social psychology, behavioural economics and complexity economics (Beinhocker 2006, pp. 43–45), and the segregation and exclusion mechanism is examined by evolutionary biology, sociology and industrial economics (Glapiński, 2013, p. 7). It is apparent that evolutionary economics, and modern economics in general, is an imperial force which urges or successfully encourages the use of its concepts, models and research methods, on the one hand, and borrows ideas, concepts and research methods, opens to other disciplines, cooperates with them and seems to integrate with some of them, on the other hand (Brzezinski, Gorynia and Hockuba, 2007, p. 4; Walasek, Zalega, 2014, p. 3).

The Old and New Evolutionary Economics

The extremely dynamic development of evolutionary economics in the past five decades has prompted economists to distinguish between the so-called “old” and “new” evolutionary economics. The old evolutionary economics refers to strictly macroeconomic issues, based on historical and empirical works by precursors of evo-

lutionary economics such as Ch. Darwin, H. Spencer, J.B. de Lamarck, T.B. Veblen, K.E. Boulding, W.C. Mitchell and J.A. Schumpeter. In turn, the new (modern) evolutionary economics is focused primarily on microeconomic issues. It is based on more formalised modelling by means of the game theory, concentrating on detailed studies that analyse evolutionary processes in the various areas of industry, services, outlet emergence, consumption or consumer behaviour. It covers issues such as (Kwaśnicki, 1996, pp. 12–13):

- the impact of innovation on changes in business activity and attempts to understand economic and innovative processes in the framework of natural sciences;
- behaviours of industrial branches and entrepreneurs in a competitive environment;
- examining the emergence of diverse behaviours of economic agents making up the changing environment for economic processes;
- market operation from the evolutionary perspective;
- technological changes and their impact on the development of societies and human civilisation in the long term;
- attributing individual determinants pushing economic agents to change, improve their situation and seek innovation.

The leading representatives of the new evolutionary economics are R.R. Nelson, S.G. Winter, E.S. Andersen, G.M. Hodgson, Y. Shiozawa, U. Witt, E. Penrose and C.H. Pillath.

The Views of Leading Representatives of Evolutionary Economics

Undoubtedly, A. Smith may be considered as a supporter of the evolutionary perspective on economic development. In *The Theory of Moral Sentiments* published in 1759 as a free-form essay, he pointed to the spontaneity of development and perceived the emergence of the social order as a result of freely established individual contacts (Smith, 1989, pp. 53–57). He also used the term *oeconomy of nature*² in order to praise the positive effects that themselves are unintentional, but seem to be produced by an intelligent “agent” which may be identified with the will of God (Kwaśnicki, 1996, p. 5). The observations concerning the nature of a seeking man were later developed by A. Smith in *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* published in 1776, where he argued that the economic agent is led by an “invisible hand” of the market, and unconsciously, acting solely in order to achieve personal gain, also helps improve the situation of the whole society (Smith, 1954, p. 46).

² This term was first used by Carl Linnaeus, a Swedish naturalist, in *The Oeconomy of Nature* published in 1751, where he described the foundations of his living organisms classification system and popularised the principle of binomial biological nomenclature. Adam Smith and Ch. Darwin were C. Linnaeus’s students.

Many economists think that Charles Darwin is a pioneer of evolutionary economics and that his fundamental work *The Origin of Species by Means of Natural Selection* published in 1859 marked the beginning of an evolutionary view on social development and a discussion about whether cultural evolution might be based on natural selection relying on variety and diversity. In that work, Ch. Darwin not only spelt out the theory of evolution, but also convincingly explained how natural selection and other mechanisms of evolution work within populations of living organisms. It should be mentioned here that his theory of natural selection was inspired by the picture of “struggle for existence” presented by T.R. Malthus in *An Essay on the Principle of Population* published in 1798. Such a struggle among organisms, as Ch. Darwin wrote, takes place because they are too numerous in nature and there is not enough space and food for them. In consequence, it triggers the selection process changing the structure of a set of individuals of a given population, habits, routines, institutional links and various systems. It should also be mentioned that in his later works Ch. Darwin hoped that the theory of evolution would serve to explain social emotions and behaviours (Van der Dennen, Smilla, Wilson, 1999, pp. 291–292). Ch. Darwin’s work caused a revolution in biology. Although he supported his arguments with a large amount of data, the Darwinian theory of evolution did not convince all biologists. Until the 1930s, it had been one of many concepts explaining the living world.

Independently of Ch. Darwin, the theory of evolution was also presented by Alfred Russel Wallace, a British traveller, biologist, anthropologist and geographer, in 1858. In *On the Tendency of Varieties to Depart Indefinitely From the Original Type*, he explained the mechanism of species emergence as a process involving survival of the fittest whereby weaker individuals and their genes are eliminated from the population through natural selection³.

The essential difference between Ch. Darwin and A.R. Wallace as regards the theory of natural selection is that Ch. Darwin emphasised competition among individuals of the same species serving its survival and reproduction, while A.R. Wallace pointed out that the environmental pressure on varieties and species forces them to adapt to further conditions, resulting in distinctness of populations living in separate habitats (Larson, 2006, p. 73; Bowler, Morus, 2005, p. 149). As rightly indicated by W. Kwaśnicki, in the context of social sciences, both Ch. Darwin and A.R. Wallace used the outcomes of observations of socio-cultural processes and relied on the idea of order and regularity stemming from a multitude of chaotic actions of individual economic agents. A key limitation of such inspirations was that the proposed metaphors were mechanistic – concepts such as the “invisible hand” of the market reflected the principles of Newtonian physics rather than biological evolution (Kwaśnicki, 1996, pp. 6–9; Witt, 1991, pp. 102–106).

³ A.R. Wallace described how he had arrived at the concept of natural selection in his book *This Wonderful Century. Its Successes and Failures* published in 1898.

Although it was Ch. Darwin and A.R. Wallace who independently spelt out the assumptions of the evolutionary theory in a very precise manner, the deliberations on evolution had been present in social sciences many years before their famous works were published. In social sciences, evolutionary ideas were popularised by Herbert Spencer. This English philosopher and sociologist, a representative organicism and evolutionism in social sciences, contributed to the development of an evolutionary approach in ethics and social sciences. In 1851, in *Social Statics*, he presented his theory of social evolution and socio-political thought for the first time. In that book, he expressed views on the state and freedom of the individual (“the right to equal freedom”), in the spirit of liberal individualism. On the other hand, H. Spencer, in the ten-volume *System of Synthetic Philosophy*, put forward his evolutionary idea based on assumptions slightly different from those adopted by Ch. Darwin and A.R. Wallace, both biological and physical ones. According to him, the world and its development are governed by the principle of evolution which is the result of movement of matter and motion. He understood evolution as a change from an indefinite and incoherent homogeneity to a specific, coherent heterogeneity, identifying it with progress, which he saw as part of nature. He perceived heterogeneity as something better, a higher form of organisation, sophistication, and adaptation that he contrasted with inferior and lesser homogeneity. Furthermore, H. Spencer interpreted variation and diversity in the context of the theory of evolution differently from Ch. Darwin. For Ch. Darwin, diversity was the driving force of evolution (leading to diversity favourable to evolution), while H. Spencer thought it to be an effect of evolution (balance and harmony) (Kennedy, 1978, pp. 45–49; Elwick, 2003, pp. 35–72). In addition, H. Spencer took over Darwin’s claim about differentiation of species and their adaptation ensuing from the “struggle for existence”, coining the famous concept of survival of the fittest. Only those organisms that are best adapted to the environment can survive and bequeath the effects of their adaptations to their offspring (Steward, 2011).

It is also worth noting that H. Spencer built on the views of Jean Baptiste de Lamarck, who defined the first ever full theory of evolution, the so-called Lamarckism, in *Philosophie Zoologique (Zoological Philosophy)* published in 1809. This theory asserts that the development of organisms involves their evolution towards greater and greater perfection and better and better adaptation to the environment. This happens under the influence of environmental determinants the change of which triggers adaptations of the anatomy and functions of animal organs. The features so developed are then inherited. This law is common in the biological world. It should also be mentioned that H. Spencer was considerably influenced by the “developmental law” articulated in 1828 by Karl Ernst von Baer, a German naturalist and founder of embryology, in his famous work *The Developmental History of Animals*⁴. According to that law, embryonic development essentially consists in a transition from

⁴ This book was published in two parts in Germany. The first part was published in 1828, and the second one in 1837. Its original title is *Über Entwicklungsgeschichte der Thiere*.

a homogeneous to heterogeneous anatomy, from simple to complex forms (Richards, 1992, p. 34). This thesis was taken over by H. Spencer, acknowledging that the quintessence of all, not only biological, development is a shift from homogeneity to heterogeneity. Today, socio-economic evolution is gaining recognition. It assumes that deliberately designed behaviours can be inherited (Powell, 1995, p. 173).

Parallel to H. Spencer (several years later), Alfred Marshall worked on similar theories and wrote about economic biology as the principal research direction for every economist in his five-volume work *Principles of Economics* published in 1891. He claimed that “the Mecca of the economist” lies not in comparative statics or dynamic analysis but in economic biology which he understood as the study of economic regimes as organisms evolving over historical time (Blaug, 2000, p. 430). In an appendix to *Principles of Economics*, he wrote that economics, like biology, deals with a matter, of which the inner nature and constitution, as well as the outer form, are constantly changing; therefore, economics should be regarded as part of broader biology (Marshall, 1948, p. 637). In his works, A. Marshall employed metaphors taken from biology to overcome the limitations of the “mechanistic” language (derived from physics, in particular classical mechanics) of orthodox economics (Hodgson, 1999; Witt, 2008; Dopfer, 2005).

Among the economists living at the turn of the 20th century, Friedrich August von Hayek, an Austrian economist and philosopher, should also be mentioned. Despite being regarded as one of the most influential economists of the Austrian school, he often referred to the phenomenon of evolution in economics, especially the “evolutionary approach”, in his works. F.A. von Hayek treated the behaviours of economic agents in the market, patterns driving them, as an element of adaptation to the environment that is subject to laws similar to natural selection in biology. He claimed that the principles and rules governing the market and investment decisions are transferred between economic agents, and at the time of transfer, a set of all principles is subject to the law of free natural selection, so that higher system productivity and efficiency is achieved. Societies with orders better adapted to (both natural and social) environment have a chance to survive and attain an adequate procreative success, which in turn leads to more adaptive patterns being replicated. It should be noted, however, that F.A. von Hayek did not examine individual investment strategies of economic agents in evolutionary terms. In his book *The Road to Serfdom*, being a specific anti-communist manifesto published in 1944, he argued that any state intervention is pointless since only the free market allows for selecting the best technologies, innovations and management mode. Only natural selection of companies and business models makes further development possible (Hayek, 1944). The works by F.A. von Hayek clearly demonstrate that he opposed uncritical employment of natural science methods in social sciences, particularly in order to quantify economic phenomena and aggregate individual behaviours too hastily.

Thorstein Bunde Veblen was another economist who took up the evolutionary approach at the turn of the 20th century. In his breakthrough article *Why is economics*

not an evolutionary science? published in 1898, T.B. Veblen considered economics to be a theory of cultural growth determined by economic benefits, a theory of cumulative changes of economic institutions, expressed in terms of the process as such (Veblen, 1898, pp. 374–397). He attempted to build an evolutionary theory of socio-economic development presuming that human behaviour is controlled by certain thinking habits the causes of which he sought in human instincts. In *The Theory of the Leisure Class* published in 1899, T.B. Veblen stated that thinking habits are formed due to evolutionary adaptation of the individual to changing conditions in which the individual lives every day, chiefly to cultural and technological changes. The life of the man in a society, as the lives of other species, is a struggle for existence, and thus a process of selective adaptation. The development of social structure means natural selection of institutions. The achieved and continued progress of social institutions and development of the human personality may, roughly speaking, be reduced to natural selection of the most appropriate ways of thinking and forced adaptation to the environment changing with a quantitative growth of societies and gradual modifications of institutions. Apart from being a result of the selection and adaptation process that frames attitudes and inclinations, social institutions define both a way of life and relationships among people, hence themselves are important selection factors (Veblen, 1971). For those reasons, T.B. Veblen believes that economics should be an evolutionary science, which means investigating the origins and development of social and economic institutions construed as a combination of habitual and conventional behaviours that form the basis for actions of decision-makers (managers). It should be noted, however, that T.B. Veblen did not develop methodological fundamentals that allow for devising a coherent economic theory of evolution which would constitute the basics of evolutionary economics.

Another economist who moved towards evolutionism was Joseph Alois Schumpeter, an Austrian economist. In works such as *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* (*The Theory of Economic Development*) published in 1912 or *Business Cycles. A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process* published in 1939, J.A. Schumpeter focused on the causes and progression of dynamic development processes in the market economy. He held that the development is frequently endogenous, the impact of exogenous factors is not taken into account, and processes at the enterprise level are the key driver of changes. The dynamic theory was used by J.A. Schumpeter to formulate the theory of business cycles and demonstrate that the cyclical nature of economic changes is evolutionary, in accordance with the idea of evolution, as each full cycle brings the system up to a higher economic level. Furthermore, he claimed that development processes are primarily driven by endogenous determinants, in particular by innovative activities undertaken by entrepreneurs. The concept concerning innovation is one of the most meaningful achievements by J.A. Schumpeter. Although it was built solely to clarify the processes of economic change, its unaltered version is broadly used in the present analyses on the theory of industry organisation (Maslak, 2002, pp. 226–227). It should be emphasised that

J.A. Schumpeter is considered to be the father of modern evolutionary economics. He was the first to spell out the key concepts underlying the theory of development, thereby providing inspiration for the founders of the so-called post-Schumpeterian trend, which is one of the main trends in evolutionary economics, represented by researchers such as R.R. Nelson, S.G. Winter, G. Silverberg, G. Dosi, C. Freeman and N. Rosenberg. In *Business Cycles*, J.A. Schumpeter defined evolution as changes in the economic process brought about by innovations, together with their effects and the response to them by the economic system (Schumpeter, 1939, p. 86). The nature of innovations makes evolution a permanent and cyclical process the pace of which is, however, variable as it comprises periods of stagnation, recovery, growth and decline in the system. Later, J.A. Schumpeter made a distinction between evolution in a narrow and broader sense. In its narrower meaning, evolution encompasses all these phenomena excluding those that may be described in terms of continuous differentiation of the pace of changes in the context of unaltered institutional environment, preferences and technological barriers, and will be included in the concept of economic growth. In a broader sense, it embraces all phenomena that make an economic process non-stationary (Schumpeter, 1954, p. 964). Thus, the evolutionary process in its narrower meaning corresponds to the concept of economic growth and more generally it means any change in the system. It is also worth noting that one of the key slogans of J.A. Schumpeter's theory is the concept of "creative destruction" emphasised in *Capitalism, Socialism and Democracy* published in 1942. The concept of creative destruction refers to processes inside companies where, through innovations, changes occur in their current operation, their structures are destroyed from within, with old forms and structures being replaced by new ones that are better adapted to the environment (Schumpeter 1942, pp. 82–83).

Another economist who claimed that the evolutionary approach to economics should be adopted was Kenneth Ewart Boulding, a British economist and philosopher, who combined neoclassical doctrines with Keynesianism. In *Evolutionary Economics* published in 1981, he attempted to integrate economics with biological concepts of biological equilibrium and dynamics of transgenic production. In his deliberations, he treated evolution as a continuous ecological interaction among populations of all (biological, physical and social) species in constantly changing circumstances (Boulding, 1981, p. 23). According to E.K. Boulding, economic evolution is a natural part of universal evolution occurring in time and space. The economy is the result of social evolution and a significant element of the social and political institutional environment. The simplest model of the economy may resemble biological ecosystem models and use the equilibrium as defined by L. Walras (Boulding, 1991, pp. 10–12). It should also be noted that in his theory, K.E. Boulding emphasised an important role of niche formation in socio-economic development as niches are a factor behind progress similar to biological evolution. Predicting the directions of evolution is hampered by the general indeterminism of evolution of the universe and the disasters that disrupt continued development and radically separate the var-

ious eras. In this case, the concept of equilibrium at a certain point of the evolution process may be helpful (Stankiewicz, 2012, p. 266).

Leading representatives and pioneers of modern evolutionary economics are R.R. Nelson and S.G. Winter, who interpret the economic process in terms of natural selection as defined by Ch. Darwin, expressing their views in the monograph *An Evolutionary Theory of Economic Change* published in 1982. They used elements of the theory of evolution to explain the technological and economic changes taking place in the global economy (Dosi, Nelson, 2010, pp. 52–53). They draw attention to the need for an economic analysis of long-term processes of change. In other words, today's regularities should not be construed as a solution to static problems or as a result of comprehensible dynamic processes being a consequence of known past processes or factors that may bring effects which will be different from the present ones in other future circumstances (Nelson, Winter 1982, p. 10). The works by R.R. Nelson and S.G. Winter refer directly to H. Simon's concept of bounded rationality, R.M. Cyert and J.G. March's behavioural theory of the firm and A.A. Alchian's model based on the concept of evolutionary natural selection, with a chief focus on dynamic evolution of the firm/industry (Zalega, 2014, p. 146). Nelson-Winter's evolutionary model of competition describes the evolution of manufacturing techniques, i.e. process innovations, in the context of the dynamics and evolution of a homogeneous market. This model depicts stochastically a dynamic system where productivity increases over time, causing a fall in average production costs owing to the implementation of new technologies. As a result of these dynamic forces, the market price is reduced and the branch supply rises. In effect, companies that achieve profits grow, while the unprofitable ones are eliminated from the market, and enterprises that pursue research activities involving the implementation of new solutions or imitations of technologies used by other companies can expand or limit their activities depending on the outputs of their innovative/imitative efforts (Nelson, Winter 1982, pp. 284–285).

Evolutionary concepts may also be found in the works by Geoffrey Martin Hodgson, a contemporary British economist, who asserts that the evolutionary approach in economics should take into consideration the irreversibility and continuity of processes over time, given that evolution brings about an irreversible transformation of the knowledge structure and acquisition. He underlines that full attention should be given to long-term changes rather than to short-term marginal adaptations since evolutionism observes the entire direction of development change instead of an infinite number of minor changes. Moreover, according to G.M. Hodgson, the evolutionary approach in economics imposes on economists the need to study quantitative and qualitative, structural and parametric changes, variants and diversity, situations of equilibrium and a lack thereof, possibilities of erroneous behaviours and learning processes (Hodgson, 1993, pp. 218–224; Hodgson, 1999, pp. 178–185). He also argues that economics should be a multidisciplinary science as individuals living in the society are biologically conditioned, whereas economic phenomena are conditioned by culture (Hodgson, 1994, pp. 218–219).

A large contribution to the development of today's evolutionary economics may also be found in the works by Kurt Dopfer, a Swiss economist. In *The Evolutionary Foundations of Economics* published in 2005, he claims that the necessary interpretation of social systems and development of economics as an empirical science about long-term economic processes call for devising and implementing a new paradigm based on the principle of holism. In his article entitled *The Economic Agent as Rule Maker and Rule User: Homo Sapiens Oeconomicus* published in 2004, K. Dopfer, taking into account the achievements of neurological, cognitive and behavioural sciences, demonstrates that the concept of *homo oeconomicus* has long been outdated and must be replaced by that of *homo sapiens oeconomicus* (Dopfer, 2004, pp. 179–180). He recommends to pay more attention to the dualism of human evolution, namely biological and social changes, changes of behavioural patterns and interaction mechanisms. It is worth noting that John Stuart Mill's concept of *homo oeconomicus* where two components should be distinguished: a formal one that determines how the rational man behaves and a material element that describes his or her motivational structure, i.e. indicates what incentive is the primary factor in his or her behaviour, is strongly criticised by modern economics for its detachment from the real world (Zalega, 2015, pp. 21–22). In contrast, the concept of *homo sapiens oeconomicus*, that is the emotional human paradigm, presumes that people's economic decisions are driven by non-economic factors (customs, habits, imitation, fashion), hence their decisions are not optimal (rational). In K. Dopfer's opinion, due to the confusion that arose at the beginning of the 21st century (unbundling innovation and economic growth, threat of marginalisation, deterioration of competences, collapse of expectations, loss of cultural attractiveness), the "new" *oeconomicus* is becoming emancipated and is striving to throw off the shackles of biology and culture. Moreover, such a man can use the latest scientific achievements, including the precision of sciences, like for instance artificial intelligence and mathematical optimisation of data, when making decisions, on the one hand, and on the other hand – while remaining a human being – cannot suppress his or her emotional nature and the so-called human factor that are not so easily quantifiable in making economic decisions. For this reason, in order for evolutionary economics to perceive the world accurately, it must take into account the concept of emotional man.

A substantial contribution to the development of modern evolutionary economics has also been made by Ulrich Witt, a German economist, who in his monograph entitled *The Evolving Economy. Essays on the Evolutionary Approach to Economics* published in 2006 stresses considerable methodological diversity of modern evolutionary economics, noticing its four crucial evolutionary perspectives on economic phenomena (Witt, 2006, pp. 146–153). Combining the ontological criterion with the heuristic strategy criterion, he identifies the following perspectives: evolutionary (Ch. Darwin, A.R. Wallace), naturalistic (T.B. Veblen, D. North, F. von Hayek, N. Georgescu-Roegen), neo-Schumpeterian (R.R. Nelson, S.G. Winter) and Schumpeterian (J.A. Schumpeter). In his article "Production" in *Nature and Production in the Economy – Second Thoughts about Some*

Basic Economic Concepts published in 2003, U. Witt stresses the ontological foundation of evolutionary economics and underlines the importance of cognitive and social aptitudes acquired by humans through evolution that affect the behaviours of economic agents and influence the development of the economy. Furthermore, he is convinced that evolutionary processes of economic development rely on mechanisms different from those that underlie biological evolution. A form of evolution that is essential to economics is cultural evolution, which, according to U. Witt, is based on human cognitive apparatus as an effect of biological evolution, although determined by distinct and idiosyncratic mechanisms (Witt, 2003, pp. 168–169). For that reason, U. Witt is sceptical about using biological analogies to explain the evolution of the economy. He believes that the role of natural selection in cultural evolution is becoming negligible, given an enormous increase in the pace of evolutionary changes and a huge reproductive success of the human species supported by the evolution of culture.

A significant role in the development of modern evolutionary economics is also ascribed to Yoshinori Shiozawa, a Japanese economist, who in his article *Evolutionary Economics in the 21st Century: A Manifesto* published in 2004 states that evolutionary economics is a discipline that rightly and successfully concentrates its efforts on explaining the evolution of technology and institutions. In his opinion, evolutionary economics may develop in the 21st century owing to the use of computer simulations, that is simulations employing a mathematical model in the form of a computer programme. According to Y. Shiozawa, economic development, knowledge and institutions are focal points for evolutionary economics. In addition, he distinguishes three economic categories: goods, technologies and institutions which have common properties (Shiozawa, 2004, p. 11; Glapiński, 2013, p. 14):

1. They can be separated from the other ones as a whole.
2. They can be seen as something that preserves its identification.
3. They may be transformed into something else for various reasons.
4. They may be somehow reproduced.
5. They may be subject to selection.

The most important property is the fourth one, i.e. the ability to reproduce. Copies of economic categories are generated from the prototype. However, each of these categories has a different reproduction mechanism. Goods are reproduced from prototypes. On the other hand, technologies are transferred from one entity to another through imitation or licensing. In turn, institutions are transferred from one human community to another, but generally there are some differences between individual copies (Shiozawa, 2004, pp. 11–12; Glapiński, 2013, p. 14).

The picture of evolutionary economics development presented in this section clearly shows that the number of relevant publications is indeed very large, and it is impossible to mention all authors. Furthermore, stating that a particular thinker fits into the evolutionary economics trend may raise controversies that are difficult to resolve, especially if one wants to go into details of the distinction between evolution as a synonym of change and development.

Weaknesses of Evolutionary Economics and Prospects for Its Development

The conceptual framework of evolutionary economics that would allow for distinguishing its possible types within such a diverse whole should be primarily based on two criteria: ontological and methodological.

From a methodological point of view, evolutionary economics stands in sharp contrast with the reductionist understanding of economic systems as closed systems. The main methodological difficulty in defining the research field of evolutionary economics lies in distinguishing it from other scientific disciplines studying evolutionary processes, such as social psychology, sociology, social anthropology, economic history, behavioural biology, evolutionary biology, behavioural economics or institutional economics (Saviotti, Metcalfe, 1991, pp. 125–128). It should also be mentioned that evolutionary economics is still searching for its identity by arranging its own research fields focused around a model of the present and anticipated dynamics of the organisational and functional system of the economy. The consequence of this is continuous search for appropriate analysis tools to study the mechanism of economic evolution. As claimed by K.R. Popper, a crucial weakness of evolutionary economics is its empirical orientation that prevents deriving mathematical models and its low ability to formulate falsifiable hypotheses (Popper, 1992, pp. 47–48). Another weakness is that the research is essentially empiricist and historicist, resulting in evolutionary economics entering the territories of other scientific disciplines. The aforementioned methodological weaknesses and theoretical difficulties caused premature and often competing theoretical syntheses to occur, especially as regards the “old” evolutionary economics (Glapiński, 2013, p. 8). Economic theories that are not fully determined by data are impossible to falsify due to the Duhem-Quine problem. These difficulties mean that an expanded scope of phenomena being explained under a unified theory does not contribute to increased confidence in its epistemological veracity or correctness (Mäki 2001, Mäki, 2013). It may, therefore, be concluded that evolutionary economics based on evolutionary epistemology can be an intellectual interpretive proposal for modern economics.

The prospect for development of today’s evolutionary economics is also worth considering. The economic and cultural globalisation, the development and spread of mobile phones and the internet, and urbanisation processes and rapid technological progress observed at the turn of the 21st century have had an enormous impact on economic development and operation of economic agents. In particular, the development of the internet is actually and completely open to evolution, creating perfect conditions for a better understanding of the evolution processes in economics and biology. Hence, evolutionary economics may be expected to concentrate on the knowledge and creativity (innovation) of economic agents, on the one hand, and on the development of economic institutions that are continuously transforming when trying to adapt to the changing world, on the other hand. According to

K. Dopfer, evolutionary economics will undoubtedly give priority to human innovation, which is an autonomous driving force of all economic processes (Dopfer, 2001, pp. 23–24). P. Danielson (2004) underlines that evolutionary economics analyses the expectations of economic agents by paying attention to the concepts related to rational behaviours of market participants.

Evolutionary economics may also be expected to explore more deeply the issues of competition and corporations, which are not limited solely to companies (equivalents of organisms) but also concern economic systems (equivalents of ecosystems). Moreover, the interactions between biological and economic evolution may fall within the scope of evolutionary economics (Włodarczyk, 2012, pp. 162–163).

The aforementioned processes of world economy globalisation and internationalisation contribute to the growing complexity of broadly understood socio-economic structures, institutions, increased bureaucracy, etc. That being said, evolutionary economics is very likely to develop analyses highlighting various aspects of the complexity of economic phenomena. In addition, with explicit inclusion of dynamic processes in evolutionary economics and with considering them important, its advocates will not only be encouraged but even forced to further modify the applied methods of formal analysis (in the case of econometrics) or to use a newer language (evolutionary game theory) in order to describe the behaviour of the economic system. It may be presumed that in the case of econometric modelling, the main application field of evolutionary economics will focus on the theory of economic growth, while in the evolutionary game theory – on business strategies of enterprises, describing the process of prediction strategy adjustment by financial market participants, forecasting the qualitative effects of structural changes in the economy and analysing the results of economic policy.

Conclusion

In the most general terms, evolutionary economics defines the economic concepts that aim at describing economic processes by analogy with evolutionary processes in the natural environment. The literature on that topic most often defines it by specifying three main characteristics that differentiate evolutionary economics from mainstream economics: the role of the concept of equilibrium, the importance of dynamic processes, and characteristics of economic agents (Young, 1998).

Evolutionary economics, despite its relatively long tradition, is still in an early stage of development. A distinctive feature of this trend is the treatment of economic phenomena and processes as never achieving equilibrium and being observed only in pursuit of this state. Furthermore, advocates of evolutionary economics emphasise that the vision of economic processes as “naturally” striving for equilibrium is not undeniable whatsoever. Evolutionary processes used in evolutionary economics allow for an interesting interpretation of the behaviours of economic agents by separating

behaviours from the rigid requirements of the neoclassical concept of rationality. According to the idea of evolution, competition rewards those economic agents that operate optimally, even if the optimisation of their activities is not ensured consciously.

Economists have expressed many opinions criticising evolutionary economics since the earliest stages of its development, concerning problems in identifying the evolutionary process components such as selection, mutation and inheritance. The economic interpretation of the evolutionary process requires a precise definition of these elements for an analysed economic phenomenon. In order to describe economic processes more accurately, evolutionary economics evolved into three trends for three levels of aggregation (Tomczyk, 2011, pp. 51–52):

- micro – describing how an economic agent specifies the rules of behaviour, what complex systems arise as a result of these actions and what processes underlie changes in these systems;
- mezzo – a bridge between individual decisions made by economic agents and the macro scale reflecting the population structure;
- macro – an analysis of complex structures and processes therein, with no room for rationality, conscious choice or other behavioural aspects.

It should be noted, however, that evolutionary economics has finally gained independence in modern economic thought. Undoubtedly, it is inferior to the neoclassical theory as regards the level of detail in theoretical description, the number of empirical publications and limited applications. Nevertheless, modern evolutionary economics describes behaviours of economic agents in microeconomic terms better than mainstream economics, and is a promising research direction in other trends in economics, including the macroeconomic theory.

References

- Beinhocker E.D. (2006), *The Origin of Wealth. Evolution Complexity, and the Radical Remaking of Economics*, Harvard Business School Press, Boston MA.
- Blaug M. (2000), *Teoria ekonomii. Ujęcie retrospektywne [Economic Theory in Retrospect]*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warsaw.
- Boulding E.K. (1981), *Evolutionary Economics*, Sage Publications, Beverly Hills.
- Boulding E.K. (1991), *What is Evolutionary Economics*, “Journal of Evolutionary Economics”, vol. 1, no. 1.
- Bowler P.J., Morus I.R. (2005), *Making Modern Science: A Historical Survey*, University of Chicago Press, Chicago.
- Brzeziński M., Gorynia M., Hockuba Z. (2007), *Między imperializmem a korporacją. Ekonomia a inne nauki społeczne na początku XXI wieku [Between Imperialism and a Corporation. Economics versus Other Social Sciences at the Be-*

- ginning of the 21st Century*], a paper prepared for the 8th Congress of Polish Economists, 29–30 November, Warsaw.
- Chmielewski P. (1988), *Kultura i ewolucja [Culture and Evolution]*, PWN, Warsaw.
- Danielson P. (2004), *Rationality and evolution*, [in:] A.R. Mele and P. Rawling (eds), *The Oxford Handbook on Rationality*, Oxford University Press, Oxford.
- Denton M. (1985), *Evolution: A Theory in Crisis*, Burnett Books, London.
- Dobzhansky T. (1967), *Changing Man*, “Science”, January, vol. 155, no. 3761.
- Dopfer K. (ed.) (2001), *Evolutionary Economics: Program and Scope*, Kluwer Academic Publishers, Boston–Dordrecht–London.
- Dopfer K. (2004), *The Economic Agent as Rule Maker and Rule User: Homo Sapiens Oeconomicus*, “Journal of Evolutionary Economics”, Springer, vol. 14, no. 2.
- Dopfer K. (2005), *The Evolutionary Foundations of Economics*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Dopfer K., Potts J. (2004), *Evolutionary realism: a new ontology for economics*, “Journal of Economic Methodology”, vol. 11, no. 2.
- Dosi G. (1991), *Some Thoughts on the Promises, Challenges and Dangers of an “Evolutionary Perspectives” in Economics*, “Journal of Evolutionary Economics”, vol. 1.
- Dosi G. (2012), *Economic Coordination and Dynamics: Some Elements of an Alternative, “Evolutionary” Paradigm*, “LEM Working Papers Series”, no. 8.
- Dosi G., Nelson R.R. (2010), *Technical change and industrial dynamics as evolutionary process*, [in:] B. Hall and N. Rosenberg (eds), *Economics of Innovation*, Elsevier, Amsterdam, vol. 1.
- Elwick J. (2003), *Herbert Spencer and the Disunity of the Social Organism*, “History of Science”, no. 41.
- Głapiński A. (2013), *Kwestie metodologiczne podejścia ewolucyjnego w ekonomii [Methodological Issues of Evolutionary Approach in Economics]*, “Gospodarka Narodowa”, no. 5–6.
- Grębecki A., Kinastowski W., Kuźnicki L. (1962), *Ewolucjonizm [Evolutionism]*, vol. 1–2, PWN, Warsaw.
- Harvey D. (1974), *Population, Resources, and the Ideology of Science*, Economic Geography, Vol. 50, No. 3 (Jul.).
- Hayek F.A. (1944), *The Road to Serfdom*, University of Chicago Press, Chicago.
- Hodgson G.M. (1993), *Economics and Evolution: Bringing Life Back Into Economics*, University of Michigan Press, Polity Press and Ann Arbor, Cambridge.
- Hodgson G.M. (1994), *Theories of Economic Evolution*, [in:] G.M. Hodgson, W.J. Samuels and M.R. Tool (eds), *The Elgar Companion to Institutional and Evolutionary Economics*, Edward Elgar, Aldershot, UK and Brookfield, US.
- Hodgson G.M. (1999) *Evolution and Institutions: On Evolutionary Economics and the Evolution of Economics*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham and Northampton.

- Hodgson G.M. (2007), *Evolutionary and Institutional Economics as the New Mainstream?*, "Evolutionary and Institutional Economic Review", vol. 4, no. 1.
- Jodkowski K. (1998), *Metodologiczne aspekty kontrowersji ewolucjonizm-kreacjonizm [Methodological Aspects of the Evolution-Creation Controversy]*, "Realizm. Racjonalność. Relatywizm", vol. 35, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- Kennedy J.G. (1978), *Herbert Spencer*, G.K. Hall & Co., Boston.
- Kerkut G.A. (1960), *Implications of Evolution*, "International Series of Monographs on Pure and Applied Biology". Division: Zoology, General Editor: G.A. Kerkut, vol. 4, Pergamon Press, Oxford–London–New York–Paris.
- Kwaśnicki W. (1996), *Ekonomia ewolucyjna – alternatywne spojrzenie na proces rozwoju gospodarczego [Evolutionary Economics – an Alternative View on Economic Development]*, "Gospodarka Narodowa", no. 10.
- Larson E.J. (2006), *Evolution: The Remarkable History of a Scientific Theory*, Random House Publishing Group, New York.
- Marshall A. (1948), *Principles of Economics*, 8th edition, Macmillan, London.
- Maślak E. (2002), *J.A. Schumpeter pół wieku później – współczesna recepcja teorii [J.A. Schumpeter Half a Century Later – Contemporary Reception of the Theory]*, "Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny", fascicle 2.
- Mayewskiy W.I. (2005), *Evolutsyonnaya makroekonomicheskaya teoriya [Evolutionary Macroeconomic Theory]*, [in:] D.S. Lvov (ed.), *Vviedeniye v institsyonalnuyu ekonomiki*, Moscow.
- Mäki U. (2001), *Explanatory unification: Double and doubtful*, "Philosophy of the Social Sciences", vol. 31.
- Mäki U. (2013), *Scientific Imperialism: Difficulties in Definition, Identification, and Assessment*, "International Studies in the Philosophy of Science", vol. 27, Issue 3.
- Metcalf J.S. (2005), *Evolutionary concepts in relation to evolutionary economics*, [in:] K. Dopfer (ed.), *The Evolutionary Foundations of Economics*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Metcalf J.S., Foster J. (2006), *Evolution and Economic Complexity*, "Journal of Economic Issues", vol. 40, no. 3.
- Nelson R.R., Winter S.G. (1982), *An Evolutionary Theory of Economic Change*, Harvard University Press, Cambridge–London.
- Popper K.R. (1992), *Wiedza obiektywna. Ewolucyjna teorie epistemologiczna [Objective Knowledge: An Evolutionary Approach]*, PWN, Warsaw.
- Powell J. (1995), *Herbert Spencer: Liberty and Unlimited Human Progress*, "The Freeman", April.
- Richards R.J. (1992), *The Meaning of Evolution: The Morphological Construction and Ideological Reconstruction of Darwin's Theory*, University of Chicago Press, Chicago.

- Ryszkiewicz M. (1994), *Matka Ziemia w przyjaznym kosmosie. Gaja i zasada antropiczna w dziejach myśli przyrodniczej [Mother Earth in the Friendly Universe. Gaia and the Anthropic Principle in the History of Natural Sciences]*, PWN, Warsaw.
- Saviotti P.P., Metcalfe J.S. (eds), *Evolutionary Theories of Economic and Technological Change: Present Status and Future Prospects*, Harwood, London.
- Schumpeter J.A. (1939), *Business Cycles*, McGraw Hill, New York–London.
- Schumpeter J.A. (1942), *Capitalism, Socialism and Democracy*, Harper & Row, New York.
- Schumpeter J.A. (1954), *History of Economic Analysis*, Allen and Unwin, London.
- Shiozawa Y. (2004), *Evolutionary Economics in the 21st Century: A Manifesto*, “Evolutionary and Institutional Economics Review”, vol. 1, no. 1.
- Skowron S. (1966), *Ewolucjonizm [Evolutionism]*, PWN, Warsaw.
- Smith A. (1954), *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów [An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations]*, vol. 2, PWN, Warsaw.
- Smith A. (1989), *Teoria uczuć moralnych [The Theory of Moral Sentiments]*, PWN, Warsaw.
- Smolin L. (1996), *Pełna teoria Wszechświata [The Full Theory of the Universe]*, [in:] J. Brockmann (ed.), *Trzecia kultura [The Third Culture]*, PWN, Warsaw.
- Stankiewicz W. (2012), *Ekonomika instytucjonalna [Institutional Economics]*, 3rd supplemented edition, Wydawnictwo PWSBiA, Warsaw.
- Steward I. (2011), *Commandeering Time: The Ideological Status of Time in the Social Darwinism of Herbert Spencer*, “Australian Journal of Politics and History”, no. 57.
- Tomczyk E. (2011), *Oczekiwania w ekonomii. Idea, pomiar, analiza [Expectations in Economics. Definitions, Measurement, Analysis]*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warsaw.
- Van Der Dennen J.M.G., Smille D., Wilson D.R. (red.) (1999), *The Darwinian Heritage and Sociobiology*, Praeger, Westport, CT.
- Veblen T.B. (1898), *Why is economics not an evolutionary science?*, “Quarterly Journal of Economics”, vol. 12.
- Veblen T.B. (1971), *Teoria klasy próżniaczej [The Theory of the Leisure Class]*, PWN, Warsaw.
- Vorzimmer P. (1969), *Darwin, Malthus, and Theory of Natural Selection*, “Journal of the History of Ideas”, Vol. 30, No. 4 (Oct.-Dec.).
- Walasek R., Zalega T. (2014), *Imperializm ekonomiczny w kontekście podejmowania decyzji przez konsumentów – rozważania teoretyczne [Economic imperialism in the context of consumer decision making – theoretical deliberations]*, “Konsumpcja i Rozwój”, no. 2 (7).

- Witt U. (1991), *Reflections on the Present State of Evolutionary Economic Theory*, [in:] G. Hodgson and E. Screpanti (eds), *Rethinking Economics: Markets, Technology and Economic Evolution*, Edward Elgar, Aldershot, UK.
- Witt U., (2003), "Production" in *Nature and Production in the Economy – Second Thoughts about Some Basic Economic Concepts*, "Structural Change and Economics Dynamics", Elsevier, vol. 16 (2).
- Witt U. (2006), *The Evolving Economy. Essays on the Evolutionary Approach to Economics*, Edward Elgar, Cheltenham and Northampton.
- Witt U. (2008), *What is specific about evolutionary economics?*, "Journal of Evolutionary Economics", vol. 18.
- Włodarczyk J. (2012), *Ekonomia ewolucyjna – zarys problematyki [Evolutionary Economics – An Overview]*, [in:] S. Czaja, A. Becla, J. Włodarczyk, T. Poskrobko, *Wyzwania współczesnej ekonomii. Wybrane problemy [Challenges for Modern Economics. Selected Issues]*, Difin, Warsaw.
- Young H.P. (1998), *Individual Strategy and Social Structure. An Evolutionary Theory of Institutions*, Princeton University Press.
- Zalega T. (2014), *Behavioural Economics as a New Trend in Modern Economics*, "Zarządzanie Innowacyjne w Gospodarce i Biznesie", no. 2 (19), Wydawnictwo Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej, Łódź.
- Zalega T. (2015), *Mikroekonomia współczesna [Modern Microeconomics]*, 2nd edition, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warsaw.

Abstract

Evolutionary Economics as a Trend in Modern Economics: An Overview

Evolutionary economics is considered to be part of heterodox economics, which focuses on developments in the economic system, their reasons and consequences. Accepting that the reality is dynamic, modern evolutionary economics examines the ways in which the economy evolves, seeking origins and mechanisms of its dynamics. These statements reflect the fundamental ontological and methodological characteristics of evolutionary economics.

This article aims at defining evolutionary economics and presenting its historical roots, current views and prospects for development. The issues put forward do not describe its entire range, but only selected elements. This paper is theoretical and consists of five parts. The first part concentrates on explaining the concept and key assumptions of evolutionism in social sciences. Further, the essence of evolutionary economics and its origins are discussed. Owing to the length requirements, the focus is exclusively on presenting the views of the most prominent representatives of this scientific discipline. The final part synthesises

fundamental weaknesses of evolutionary economics and prospects for its development.

Keywords: evolution, evolutionism, evolutionary economics, evolutionary processes, natural selection

JEL codes: B25, B 41, B 52.



CZĘŚĆ V
PROBLEMY
BEZPIECZEŃSTWA

Magdalena Adamczyk*

Przemoc w rodzinie w latach 2000–2011

Wstęp

We współczesnym świecie przemoc stała się zjawiskiem wszechobecnym. Częściej słyszymy o aktach przemocy w domach, na ulicy i w szkołach oraz w wielu innych miejscach. Głośna stała się przemoc wśród nieletnich, przemoc w rodzinach, a także przemoc wobec dzieci. Można mówić, iż przemoc doświadczana jest od najbliższych osób, od których powinno dostawać się miłość, ciepło, dobro i zrozumienie. Rodzina powinna stać się domem rodzinnym, w którym panuje spokój, schronienie i miłość. Zwłaszcza dla najmłodszych członków rodziny powinna stać się wzorem do naśladowania, gdyż z upływem lat nasi potomkowie wynoszą wzorce na swoje dalsze życie. Faktem staje się, że dzieci w takich sytuacjach cierpią najbardziej, ponieważ same są często ofiarami przemocy, ale także dlatego, że przemoc, której doświadczyły lub którą widziały, zostawia w ich psychice trwałe ślady. Wiadomo, że przemoc rodzi przemoc, a ktoś, kto doznał przemocy, będzie chciał ją kiedyś zwrócić bądź też na trwałe zatrzeć ślady. Przemoc w życiu każdego człowieka odgrywa bardzo znaczącą rolę. Przemoc w rodzinie jest jedną z form patologii społecznej, którą należy zwalczać poprzez zgłaszanie do instytucji zajmujących się pomocą rodzinie. Wydawałoby się, iż dziecko doznające przemocy od najmłodszych lat wyniesie wzorce i wartości przekazane przez najbliższe środowisko rodzinne i zacznie je powielać. Jednak nie można stwierdzić, iż osoba taka z ofiary stanie się sprawcą. Ze statystyk policyjnych wynika, że przemoc w rodzinie zaczęła się zmniejszać, należy jednak pamiętać, że nie wszystkie ofiary przemocy dokonały zgłoszenia czy założenia tzw. „Niebieskiej Karty”¹.

* Mgr Magdalena Adamczyk – absolwentka studiów doktoranckich Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

¹ „Niebieskie Karty” to pewna procedura, narzędzie opracowane przez Policję do zwalczania przemocy w rodzinie.

Przemoc w rodzinach jest obecna i należy ją zwalczać nie tylko dla dobra ofiar tej przemocy, ale także dla dobra całego społeczeństwa. Jednak jak nakłonić ofiary do składania zeznań. W swej karierze zawodowej autorka artykułu spotkała się z ofiarami przemocy domowej i z tym, jak ciężko nakłonić takie osoby do „postawienia się” sprawcy. Osobom, które nie doświadczyły tego rodzaju przemocy, wydaje się to bardzo proste, jednak w rzeczywistości staje się to czasem niewykonalne. Przedmiotem rozważań nad przemocą w rodzinie są sprawcy, którzy wykorzystują ofiarę poprzez znęcanie się psychicznie. Rodzina jest zastraszana i szantażowana, a sprawca czuje się bezkarny. Jak pomóc, jak nakłonić do dalszych kroków rodzinę, w której panuje ciągły strach? W wielu publikacjach różnie się interpretuje pojęcie przemocy (zob. Pilszyk, 2007; Borowski, 2012), jednak wszystkie mają podobne cechy, ponieważ jest w nich zawarta informacja o tym samym zjawisku.

Znaczenie przemocy w rodzinie

Zgodnie z art. 2, ust. 2 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o przeciwdziałaniu przemocy w rodzinie przemoc w rodzinie to jednorazowe albo powtarzające się umyślne działanie lub zaniechanie naruszające prawa lub dobra osobiste osób najbliższych (w rozumieniu art. 115 § 11 Kodeksu karnego), a także innych osób wspólnie zamieszkujących lub gospodarujących, w szczególności narażające te osoby na niebezpieczeństwo utraty życia, zdrowia, naruszające ich godność, nietykalność cielesną, wolność, w tym seksualną, powodujące szkody na ich zdrowiu fizycznym lub psychicznym, a także wywołujące cierpienia i krzywdy moralne u osób dotkniętych przemocą. Pospiszyl (1999: 16) przemocą nazywa „wszystkie nieprzypadkowe akty naruszające osobistą wolność jednostki, które przyczyniają się do fizycznej albo psychicznej szkody drugiego człowieka i które wykraczają poza społeczne normy wzajemnych kontaktów międzyludzkich”. Ewa Jarosz (1999: 220) w swym opracowaniu pt. *Przemoc wewnątrzrodzinna* przedstawia bardzo ogólną definicję przemocy, pisząc, że: „przemoc oznacza fizyczną przewagę wykorzystywaną do bezprawnych czynów dokonywanych na kimś”. Zaraz za tą ogólną definicją przytacza definicję A. Zielińskiej, która określa przemoc z perspektywy socjologicznej. Jest ona następująca: przemoc to relacja, którą charakteryzuje nierównorzędność stosunku społecznego, relacja dominacji i podporządkowania, w której zachodzi nadużycie władzy, autorytetu, zależności lub siły fizycznej bądź psychicznej albo zadanie cierpienia. E. Jarosz zaznacza także konieczność podkreślenia cech przemocy rodzinnej, które są następujące:

- przemoc dotyczy relacji o nierównym układzie sił pomiędzy członkami rodziny,
- dochodzi do wykorzystywania władzy i siły fizycznej silniejszego wobec słabszego,
- występuje przedmiotowy stosunek pomiędzy stronami,
- tłem związku staje się lęk ofiary i manipulowanie nim przez sprawcę w celu sprawowania kontroli,

- najczęściej ofiarami przemocy w rodzinie są dzieci, kobiety, osoby trwale lub okresowo niedołączone, rzadziej mężczyźni (Jarosz, 1999: 220).

Tabela 1. Formy i skutki przemocy w rodzinie

Rodzaje przemocy	Formy przemocy	Skutki przemocy
PRZEMOC FIZYCZNA	szarpanie, kopanie, popychanie, obezwładnianie, duszenie, odpychanie, przytrzymywanie, policzkowanie, szczypanie, bicie otwartą ręką, pięściami, różnymi przedmiotami, przypalanie papierosem, topienie, polewanie substancjami żrącymi, użycie broni, pozostawienie w niebezpiecznym miejscu, nieudzielenie niezbędnej pomocy itp.	bezpośrednie: uszkodzenia ciała – urazy, rany, złamania, stłuczenia, zadrapania, siniaki, poparzenia; następujące skutki: choroby w wyniku powikłań i stresu, zespół stresu pourazowego, życie w chronicznym stresie, poczuciu zagrożenia, strachu, lęku, napady paniki, bezsenność, zaburzenia psychosomatyczne itp.
PRZEMOC PSYCHICZNA	wyśmiewanie opinii, poglądów, przekonań, religii, pochodzenia, narzucanie swojego zdania, poglądów, stałe ocenianie, krytyka, wmawianie choroby psychicznej, izolowanie, kontrolowanie, ograniczanie kontaktów z innymi ludźmi, wymuszanie posłuszeństwa i podporządkowania, ograniczanie snu, pożywienia i schronienia, wyzywanie, używanie wulgarnych epitetów, poniżanie, upokarzanie, zawstydzanie, stosowanie gróźb, szantażowanie itp.	zniszczenie poczucia mocy sprawczej ofiary, jej poczucia własnej wartości i godności, uniemożliwienie podjęcia jakichkolwiek działań niezgodnych z zasadą posłuszeństwa, osłabienie psychicznych i fizycznych zdolności stawiania oporu oraz wyrobienie przekonania o daremności jego stawiania, odizolowanie od zewnętrznych źródeł wsparcia, całkowite uzależnienie ofiary od prześladowcy, stały strach i utrata nadziei, choroby psychosomatyczne, ciągły stres, zaburzenia snu itp.
PRZEMOC SEKSUALNA	gwałt, wymuszanie pożycia seksualnego, nieakceptowanych pieszczot i praktyk seksualnych, zmuszanie do seksu z osobami trzecimi, sadyzm w pożyciu, wyśmiewanie wyglądu, ciała i krytyka zachowań seksualnych itp.	obrażenia fizyczne, ból i cierpienie, obniżona samoocena i poczucie własnej wartości, utrata poczucia atrakcyjności i godności, zaburzenia seksualne, oziębłość, zamknięcie się (lęk, strach, unikanie seksu), uogólniona niechęć i obawa do przedstawicieli płci sprawcy przemocy itp.
PRZEMOC EKONOMICZNA	okradanie, zabieranie pieniędzy, nielożenie na utrzymanie, uniemożliwianie podjęcia pracy zarobkowej, niezaspokajanie podstawowych, materialnych potrzeb rodziny, szantażowanie, zaciąganie długów i kredytów bez zgody współmałżonka, zmuszanie do pożyczek, uniemożliwianie korzystania z pomieszczeń niezbędnych do zaspokajania potrzeb (kuchnia, łazienka) itp.	całkowita zależność finansowa od partnera, niezaspokojenie podstawowych potrzeb życiowych, bieda, zniszczenie poczucia własnej godności i wartości, znalezienie się bez środków do życia

Źródło: *Pomoc w kryzysie i przeciwdziałanie uzależnieniom*, 2015.

Z uwagi na to, że najczęstszymi ofiarami przemocy są dzieci, E. Jarosz przedstawiła również swoje poglądy na temat definicji przemocy wobec dzieci. Twierdzi, iż definicji tych jest wiele, ponieważ każda z nich mówi o innych czynnikach bądź zakresie zachowań uznawanych za przemoc wobec dziecka. W swym opracowaniu przytacza szersze i węższe pojęcia przemocy stosowanej wobec dzieci. Jednym z takich określeń jest definicja przyjęta przez Światową Organizację Zdrowia, która za przemoc wobec dziecka uznaje „każde zamierzone i niezamierzone działanie osoby dorosłej, społeczeństwa lub państwa, które ujemnie wpływa na zdrowie, rozwój fizyczny lub psychospołeczny dziecka” (Jarosz, 1999: 217). Powyższe definicje odnoszą się do ogólnego pojęcia przemocy, ale istnieją także definicje, których przedmiotem jest tylko przemoc w rodzinie lub przemoc wobec dzieci. Takie definicje przedstawiła w swych opracowaniach E. Jarosz. Według niej „termin *przemoc w rodzinie* jest wykorzystywany dla określenia działań i zaniechań występujących w różnych związkach międzyludzkich. Obejmuje on każdą formę przemocy w sytuacji, gdy ofiarę i sprawcę łączy pewna forma związku osobistego lub gdy pozostawali oni w takim związku w przeszłości. Przemoc wewnątrzrodzinną należy określić jako: wszelkie formy złego traktowania członków rodziny, zwłaszcza w sytuacji, kiedy nie są oni w stanie skutecznie się bronić, wszelkie działania aktywne, jak i pasywne, które godzą w osobistą wolność jednostki i przyczyniają się do jej szkody psychicznej lub fizycznej, niezgodne ze społecznymi normami i standardami wzajemnych relacji w rodzinie” (Jarosz, 1999: 220). Nie ulega wątpliwości, że w zakresie przeciwdziałania przemocy w rodzinie policja ma do odegrania niezmiernie ważną rolę, jednak ofiara musi sama dokonać zgłoszenia celem usunięcia problemu, jakim staje się przemoc w rodzinie. Badania wykazały, że kluczową rolę w zwalczaniu zjawiska przemocy w rodzinie odgrywa postawa organów ścigania i wymiaru sprawiedliwości. Policja z racji nałożonych na nią powinności ustawowych i przyznanych uprawnień, a także możliwości wynikających z posiadanego zaplecza ludzkiego i technicznego powinna kształtować skuteczną strategię postępowania w przeciwdziałaniu przemocy w rodzinie. Przemoc to zachowanie agresywne i jednocześnie destruktywne w stosunku do innej osoby lub grupy osób. Przyjmuje się, że przemoc to takie zachowanie jednostki lub grupy, w wyniku którego inne osoby ponoszą uszczerbek na ciele lub w zakresie funkcji psychicznych.

Przykładem przemocy są związki uczuciowe najbliższych osób, gdzie jeden z partnerów wykorzystuje zależność emocjonalną drugiego dla swoich egoistycznych celów. Dzieje się tak niekiedy w stosunkach małżeńskich, a także w związkach między rodzicami a dziećmi. Są to subtelne stosunki zależności i dominacji, które kładą się cieniem na życie indywidualne, a czasem to życie rujnują. Jest to także forma zakamuflowanej przemocy psychicznej. Przemoc w rodzinie może mieć miejsce we wszystkich warunkach społecznych (tab. 1). Nie zależy od statusu społecznego ani od poziomu wykształcenia, ani od kondycji materialnej domowników. Obserwuje się jednak, że w środowiskach o niższym statusie społecznym częściej spotykamy się z tzw. przemocą gorącą, przepełnioną wybuchami agresji, wściekłością, chamstwem

i brutalnością, mającą bardzo gwałtowny przebieg. Natomiast w środowiskach o wysokim statusie społecznym częściej można spotkać tzw. przemoc chłonną, bardziej wyrafinowaną, niepozostawiającą żadnych widocznych śladów. Rodziny z tych środowisk są znacznie mniej dostępne dla ludzi z zewnątrz, nie korzystają z pomocy społecznej, leczą się prywatnie. W Polsce pomimo wzrostu zainteresowania problematyką przemocy brak jest wyczerpujących badań w tym zakresie, a statystyki sądowe nie są w stanie uchwycić rzeczywistych rozmiarów zjawiska. Według statystyk przestępstwa przeciwko rodzinie należą do jednych z najczęściej popełnianych po przestępstwach przeciwko mieniu i przeciwko życiu. Przemoc w rodzinie wymaga nieco innego podejścia i bardziej aktywnego udzielania pomocy niż inne formy przemocy, wobec której interweniuje policja. Jedną z możliwości, która zmieniła sposób działania, jest procedura interwencji policji wobec przemocy w rodzinie, która została wprowadzona na mocy zarządzenia komendanta głównego Policji nr 25/98 z 10 listopada 1998 r. pod nazwą „Niebieskie Karty”. Jest to program przeciwdziałania przemocy w rodzinie, pozwalający na uzupełnienie reaktywnego działania policji rzeczywistą procedurą prewencyjną, realizowaną wspólnie z pomocą socjalną. „Niebieskie Karty” są przeznaczone dla służb patrolowo-interwencyjnych oraz dzielnicowych, których zadaniem jest prowadzenie dalszych działań prewencyjnych wobec rodziny, w której doszło do przemocy.

Istota procedury „Niebieskie Karty”

Jednym z najważniejszych elementów podnoszących skuteczność „Niebieskich Kart” jest utworzenie lokalnego systemu pomocy dla ofiar przemocy w rodzinie (*Regulacje prawne dotyczące procedury „Niebieskie Karty”*, 2011). Procedura „Niebieskie Karty” ma na celu:

- skuteczne reagowanie wobec przemocy w rodzinie,
- poinformowanie ofiary o przysługujących jej prawach oraz instytucjach i organizacjach zobowiązanych do udzielania jej wsparcia i pomocy,
- motywowanie ofiary przemocy do żądania ochrony swoich praw i szukania pomocy,
- ułatwienie ofierze sporządzenia notatki z przebiegu zdarzenia, przydatnej w dalszym postępowaniu wobec sprawcy przemocy, umożliwienie sporządzenia przez ofiarę pisemnej prośby o pomoc, której następstwem może być wezwanie ofiary do złożenia wymaganych do wszczęcia postępowania przygotowawczego zeznań w jednostce policji, zainteresowanie odpowiednich służb społecznych zaistniałą sytuacją przemocy w rodzinie, rejestrację zarówno środków i wydarzeń w miejscu zdarzenia, jak i podjętych przez nie czynności, ułatwienie dzielnicowemu prowadzenia dalszych działań prewencyjnych wobec rodziny, w której zachodzi przemoc oraz usprawnienie współpracy z innymi służbami społecznymi przeciwdziałającymi przemocy w rodzinie,

wykorzystywanie dokumentacji przez jednostki policji w sytuacji, gdy w rodzinie są krzywdzone dzieci, rozpoznanie zjawiska przemocy w rodzinie, jej skali i podejmowanie działań zapobiegawczych.

Procedura działania w wypadku interwencji policji wobec przemocy w rodzinie składa się z następujących kolejno po sobie etapów, w skład których wchodzi:

1. Przyjmowanie zgłoszeń o przemoc.
2. Podjęcie – zlecenie informacji.
3. Czynności wykonywane podczas interwencji.
4. Pierwszy kontakt – diagnoza sytuacji.
5. Doraźne wsparcie dla ofiary przemocy w rodzinie.
6. Interwencja wobec sprawcy przemocy domowej.
7. Zakończenie interwencji.
8. Kontynuacja wsparcia dla ofiary przemocy domowej.
9. Kontynuacja działań wobec sprawcy przemocy domowej.

Sprawca przemocy w rodzinie powinien otrzymać wyraźny komunikat, że:

- stosowanie różnych form przemocy wobec innych jest przestępstwem ściganym przez prawo,
- jego postępowanie faktycznie znalazło się w kręgu zainteresowania wymiaru sprawiedliwości,
- prawo jest po stronie pokrzywdzonych, ofiary będą chronione i otrzymają potrzebną pomoc i wsparcie,
- jego postępowania nie można w żaden sposób usprawiedliwić i ponieść jego konsekwencje.

Działania prewencyjne, które są podejmowane wobec sprawcy przemocy w rodzinie, mają na celu przede wszystkim:

- zapewnić bezpieczeństwo rodzinie,
- zapobiec dalszym aktom przemocy,
- zmniejszyć lub całkowicie zlikwidować poczucie bezkarności sprawcy,
- uświadomić sprawcy karalność dokonywanych czynów i groźące konsekwencje,
- uświadomić sprawcy, że każde ponowienie tego typu zachowań będzie skutkowało wszczęciem postępowania przygotowawczego,
- zapewnić poszkodowanym systematyczną opiekę poprzez przeprowadzenie cyklicznych wizyt kontrolujących zachowanie sprawcy oraz przeprowadzenie rozeznania w otoczeniu sprawcy, na przykład rozmowy z rodziną, sąsiadami,
- ostrzeżenie sprawcy, że jeśli nie zaprzestanie stosowania przemocy, to zostaną wobec niego zastosowane ostrzejsze środki zapobiegawcze.

Odnosząc się do „Niebieskich Kart” w Polsce, trzeba stwierdzić, że nie ma prawnych możliwości zakazania sprawcom kontaktów z ofiarami i najczęściej zdarzają się sytuacje, iż sprawca przemocy wraca do ofiary, nawet gdy zostało wszczęte postępowanie przygotowawcze. Dlatego też zachowanie sprawcy przemocy, który przebywa na wolności i ma możliwość kontaktu z ofiarami, powinno być poddawane systematycznej kontroli. Program profilaktyczny „Niebieskich Kart” jest jednym

z programów prewencyjnych. W praktyce często występuje zjawisko „wycofania skargi” przez osobę pokrzywdzoną, co jest spowodowane faktem, że długotrwałe krzywdy emocjonalne i fizyczne powodują załamanie umiejętności samodzielnego podejmowania decyzji, ponadto rozwija się silny związek zależności występujący pomiędzy sprawcą a ofiarą, nazywany współzależnieniem. Przyjęła się jednak praktyka, że tylko skarga osoby pokrzywdzonej i konsekwentne jej popieranie w toku postępowania przygotowawczego pozwalają na jej kontynuowanie. Wtedy, kiedy osoba pokrzywdzona jest najbliższą dla sprawcy i korzysta z przysługującego jej prawa do odmowy składania zeznań, najczęściej bywa to traktowane jako okoliczność, która uzasadnia umorzenie postępowania. Niestety samo złożenie skargi i fakt, że jest prowadzone postępowanie nic nie zmienia w sytuacji osoby pokrzywdzonej. Zachowanie sprawcy pozostaje najczęściej takie samo, a w niektórych przypadkach agresja sprawcy wzrasta, zaś osoba pokrzywdzona – z reguły kobieta i dzieci – z lęku o życie, zdrowie własne i dzieci jest zmuszona uciekać z domu. Jeżeli zachodzi poważna uzasadniona obawa powtórnego zamachu czy zemsty sprawcy lub jego współników, należy zapewnić jej ochronę.

Zjawiska patologii społecznej nie tylko są dostrzegane, ale i zwalczane. Przyczyniają się do tego ludzie, między innymi do tych celów powołani są: sędziowie, policjanci, kuratorzy, nauczyciele, ale także specjaliści różnych dziedzin nauki – psychologowie, socjologowie, pedagodzy, etycy oraz osoby duchowne, psychoterapeuci i psychoanalicy. Znamienny jest fakt, że bez wysiłku całego społeczeństwa nie zniweluje się narastającego problemu niedostosowania społecznego dzieci i młodzieży. Niepokojącym zjawiskiem jest pogląd panujący w części społeczeństwa, że jedynie dotkliwa kara może wpłynąć na zmianę zachowania i powstrzymać postępujący proces demoralizacji nieletnich. W codziennym życiu mówimy często, że: „nic nie dzieje się bez przyczyny”, również w świecie naukowym badacze zawsze dociekają przyczyny badanego zjawiska. Tak jak w całym naszym życiu każde zachowanie ma swoją przyczynę i skutek, tak i swoje przyczyny i skutki mają wszystkie rodzaje przemocy.

Cloe Madanes (2003: 19) w książce pt. *Przemoc w rodzinie* pisze, że: „celem używania przemocy może być również chęć pozyskania miłości. Chłopiec może uderzyć brata, by zostać ukaranym przez ojca, który inaczej nie zwraca na niego uwagi. Nastolatek może zacząć stosować przemoc wobec swych rodziców, gdy pojawia się groźba rozwodu. Jego gwałtowność może zjednoczyć rodziców przeciw synowi, który wyraża swą miłość do nich, ratując ich małżeństwo nawet wtedy, gdy oni nie chcą go ratować.

Przemoc w rodzinie jest doświadczeniem traumatycznym, którego skutkiem są zarówno bezpośrednie szkody na zdrowiu psychicznym i fizycznym, jak i poważne, długotrwałe problemy ujawniające się w życiu dorosłym jako konsekwencje przemocy doświadczanej w dzieciństwie (tab. 1). U osób poddawanych długotrwałej przemocy występują poważne problemy fizyczne i emocjonalne. Do najczęstszych objawów będących skutkami przemocy należą: poważne obrażenia ciała, wzrost czę-

stości chorób somatycznych związanych ze stresem (ból głowy, żołądka, w krzyżu lub w stawach oraz inne dolegliwości), przygnębienie, smutek, obojętność, popadanie w depresję, niepokój, niekontrolowane wybuchy płaczu, śmiechu czy agresji, zmienność nastrojów, decyzji, niepewność, stany lękowe, w tym lęk przed bliskością, nieufność, poczucie zagrożenia, niska samoocena, kłopoty z zasypianiem, koszmary nocne, kłopoty z koncentracją, zwiększone spożycie środków psychoaktywnych, zaprzeczanie, obwinianie się, bezradność, adaptacja do przemocy. Ofiary często zachowują się niezrozumiale, niejednokrotnie zmieniają zdanie i wycofują zawiadomienie o przestępstwie, bronią sprawcy. Na szczególnie poważne konsekwencje zachowań przemocowych narażone są dzieci. Często są one bezpośrednimi ofiarami lub/i świadkami przemocy w rodzinie. Obok obrażeń cielesnych przemoc domowa powoduje, że dziecko żyje w poczuciu ciągłego strachu i zagrożenia, pozbawione miłości, zaufania i bezpieczeństwa. Niezaspokojenie tych podstawowych potrzeb wpływa na dalszy rozwój dziecka i jest przyczyną wielu schorzeń psychosomatycznych. Dzieci będące ofiarami wykorzystywania seksualnego wykazują wysoki poziom depresji, poczucie osamotnienia, myśli samobójcze, zaburzenia snu, nadpobudliwość, agresję, obniżenie samooceny i poczucie bezwartościowości. Maltretowanie psychiczne niekorzystnie wpływa na rozwój dzieci. Może prowadzić do nieprzystosowania interpersonalnego (brak poczucia bezpieczeństwa, niski poziom kompetencji społecznych, trudności w kontaktach z rówieśnikami), deficytów intelektualnych (deficyty w zakresie możliwości poznawczych, rozwiązywania konfliktów i kreatywności), problemów afektywno-behawioralnych (agresja, samoponížanie, lęk, wstyd i poczucie winy, wrogość i gniew, pesymizm i negatywizm).

Skutki przemocy pojawiające się podczas trwania zachowań przemocowych są zaledwie początkiem destrukcyjnego wpływu przemocy domowej. Konsekwencje przemocy ujawniają się często również po długim czasie, kiedy dziecko dorasta, lub w jego dorosłym życiu. Odroczone skutki przemocy objawiają się w postaci różnych form niedostosowania społecznego. Trudności w nauce, wagarowanie, ucieczki z domu, udział w nieformalnych młodzieżowych grupach przestępczych, wysoki poziom agresji, nadużywanie alkoholu, branie narkotyków to tylko niektóre ze sposobów ucieczki od problemu przemocy w rodzinie. Doświadczanie przemocy w dzieciństwie ma wpływ na całe dorosłe życie. Ofiary przemocy, zwłaszcza seksualnej, mają problemy z nawiązaniem i utrzymaniem satysfakcjonujących relacji z innymi osobami. Ponadto zachowania przemocowe są dziedziczone i powielane. Młodzi chłopcy wychowujący się w rodzinach, gdzie mężczyzna znęca się nad kobietą, uczą się agresji wobec kobiet, dziewczynki zaś postrzegają bicie, maltretowanie i wykorzystywanie jako elementy wpisane w rolę kobiety. Doświadczanie przemocy w dzieciństwie podwyższa ryzyko, że krzywdzone dzieci same staną się krzywdzącymi rodzicami. Przemoc zagraża życiu, niesie ze sobą cierpienie fizyczne, rany, siniaki, ale nade wszystko powoduje niewyobrażalnie wielkie szkody psychiczne u ofiar, które najczęściej przez lata doświadczają znęcania się, wykorzystywania lub zaniedbania. Przemoc domowa to także poważny problem społeczny. Destruk-

cyjna siła niszczy cały system rodzinny, rozsadza go od środka, odbiera poczucie bezpieczeństwa i możliwość prawidłowego rozwoju najmłodszym członkom rodziny. Niesie ze sobą ryzyko dziedziczenia przez dzieci zachowań przemocowych i powielania ich w dorosłym życiu. Niezwalczana przemoc przybiera na sile, utrwała się i eskaluje, niosąc negatywne konsekwencje dla uwikłanych w nią rodzin i dla całego społeczeństwa (*Przemoc w rodzinie*, 2011).

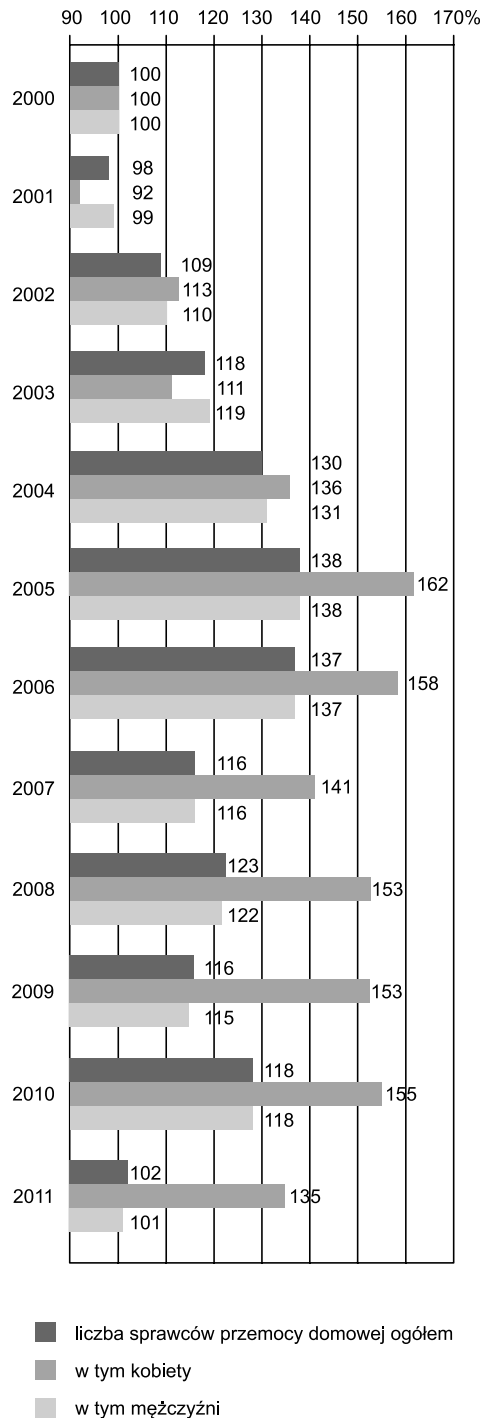
Zadania w zakresie przeciwdziałania przemocy w rodzinie, a także zasady postępowania wobec osób dotkniętych przemocą w rodzinie i osób ją stosujących określone zostały w Ustawie z dnia 29 lipca 2005 r o przeciwdziałaniu przemocy w rodzinie. Osoba dotknięta przemocą w rodzinie uprawniona jest do uzyskania bezpłatnego zaświadczenia lekarskiego o ustaleniu przyczyn i rodzaju uszkodzeń ciała związanych z użyciem przemocy w rodzinie (*Przeciwdziałanie przemocy*, 2016). Przemoc domowa to specyficzny rodzaj patologii życia rodzinnego, który może trwać bardzo długo, bowiem rodzina jako system broni się przed wpływami z zewnątrz.

Analiza badań empirycznych

Badania empiryczne zostały opracowane na podstawie danych z Komendy Głównej Policji (*Przemoc w rodzinie*, 2016). Z analizy statystycznej wynika, że w roku 2011 w porównaniu do roku 2000 kobiety częściej dokonywały przemocy w rodzinie – ok. 35% – aniżeli mężczyźni. Ponadto dynamika o podstawie stałej informuje, że przemoc w rodzinie rosła w latach 2000–2008, po czym znacznie zaczęła spadać, osiągając ok. 102% w roku 2011 (rys. 1).

W tabeli 2 pokazano dynamikę o podstawie stałej² ofiar przemocy domowej objętych badaniem z lat 2000–2011. Należy zauważyć, że lata 2001 i 2011 to tendencja spadkowa względem roku 2000. Ponadto w latach 2002–2010 dynamika przekraczała 100% przestępczości. Lata 2005–2006 to wzrost o ok. 35% w stosunku do roku 2000. Zmalała liczba ofiar przemocy wobec kobiet, osiągając 70 730 w roku 2011, natomiast nastąpił wzrost przemocy pośród mężczyzn na poziomie ok. 91%. Analizując liczbę ofiar przemocy, można zauważyć, iż zdecydowanie więcej ofiar występuje wśród kobiet – w roku 2005 liczba ta wyniosła aż 91 374 i była to najwyższa zanotowana przez policję liczba przypadków przemocy wobec kobiet. Liczba przypadków przemocy wobec dzieci poniżej 13. roku życia rosła w latach 2000–2006, po czym zaczęła spadać, osiągając 21 394 w roku 2011, czyli było ok. 23% mniej ofiar niż w roku 2000. Liczba ofiar małoletnich dotkniętych przemocą domową również rosła w latach 2000–2006. Kolejne lata to spadek przestępczości. Najmniej ofiar (10 704) dotkniętych przemocą odnotowano w roku 2011, tj. 31% mniej niż w roku 2000.

² Miary dynamiki o podstawie stałej (jednopodstawowe) określają one zmiany, które występowały w kolejnych okresach w odniesieniu do okresu przyjętego, jako podstawę.



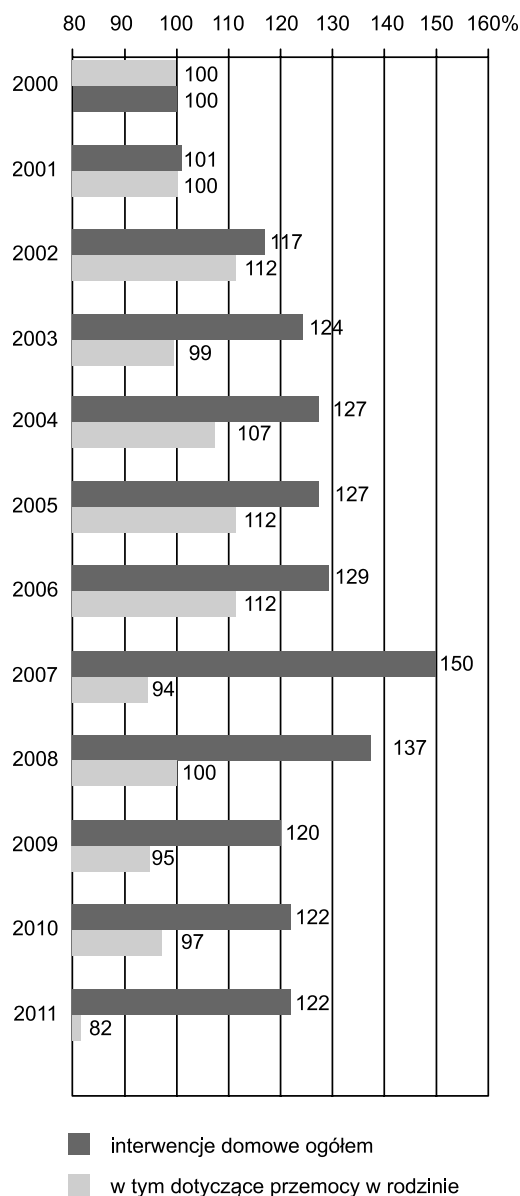
Rysunek 1. Dynamika sprawców przemocy domowej w latach 2000–2011 (2000 r. = 100%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Komendy Głównej Policji.

Tabela 2. Dynamika ofiar przemocy domowej w latach 2000–2011

Wyszczególnienie	2000	2001	2002	2003	2004	2005
liczba ofiar przemocy domowej ogółem	116 644	113 793	127 515	137 299	150 266	156 788
dynamika 2000 = 100	100%	98%	109%	118%	129%	134%
w tym kobiety	67 678	66 991	74 366	80 185	88 388	91 374
dynamika 2000 = 100	100%	99%	110%	118%	131%	135%
w tym mężczyźni	5 606	5 589	7 121	7 527	9 214	10 387
dynamika 2000 = 100	100%	100%	127%	134%	164%	185%
dzieci do lat 13	27 820	26 305	30 073	32 525	35 137	37 227
dynamika 2000 = 100	100%	95%	108%	117%	126%	134%
małoletni od 13 do 18 lat	15 540	14 908	15 955	17 062	17 527	17 800
dynamika 2000 = 100	100%	96%	103%	110%	113%	115%
Wyszczególnienie	2006	2007	2008	2009	2010	2011
liczba ofiar przemocy domowej ogółem	157 854	130 682	139 747	132 796	134 866	113 546
dynamika 2000 = 100	135%	112%	120%	114%	116%	97%
w tym kobiety	91 032	76 162	81 985	79 811	82 102	70 730
dynamika 2000 = 100	135%	113%	121%	118%	121%	105%
w tym mężczyźni	10 313	8 556	10 664	11 728	12 651	10 718
dynamika 2000 = 100	184%	153%	190%	209%	226%	191%
dzieci do lat 13	38 233	31 001	31 699	27 502	26 802	21 394
dynamika 2000 = 100	137%	111%	114%	99%	96%	77%
małoletni od 13 do 18 lat	18 276	14 963	15 399	13 755	13 311	10 704
dynamika 2000 = 100	118%	96%	99%	89%	86%	69%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Komendy Głównej Policji.

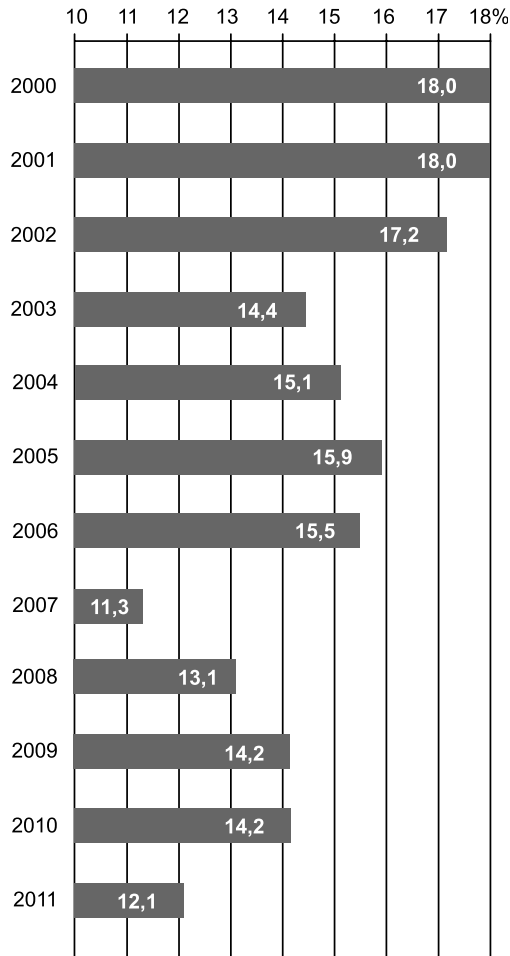


Rysunek 2. Dynamika przeprowadzonych interwencji policji w latach 2000–2011

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Komendy Głównej Policji.

W miarę zmniejszania się przemocy domowej wobec ofiar oraz liczby jej sprawców spada dynamika interwencji policji w tym zakresie. W roku 2011 wystąpił spadek interwencji policji o 18% względem roku 2000, który charakteryzował się najniższym wskaźnikiem w całym badanym okresie od 2000 do 2011. W latach 2005–2006 odnotowano najwyższą liczbę interwencji policji w przypadkach prze-

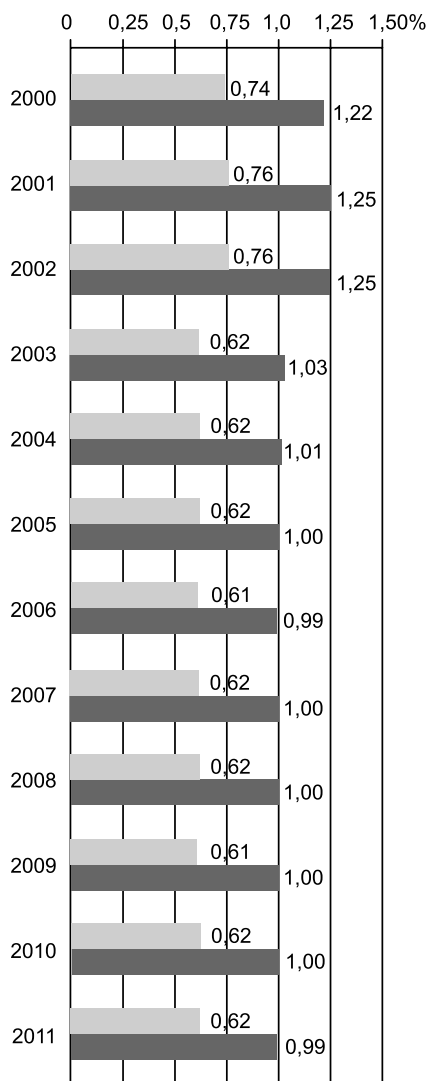
mocy w rodzinie. Spadek interwencji wystąpił w latach 2003, 2007, 2009–2011. Natomiast interwencje domowe ogółem rosły w latach 2000–2007, po czym nastąpił spadek w latach 2008–2011. Jednak w całym okresie poddanym badaniu wskaźnik przewyższał wartość 100%.



Rysunek 3. Zjawisko interwencji wobec przemocy domowej w latach 2000–2011

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Komendy Głównej Policji.

Udział przeprowadzonej interwencji dotyczącej przemocy w rodzinie w latach 2000–2011 znacznie się zmniejszył (2 fazy wzrostu i 2 fazy spadku) wobec interwencji ogółem, osiągając zaledwie ok. 12% w 2011 roku. Średnia arytmetyczna udziału interwencji przemocy domowej względem interwencji ogółem w okresie 2000–2001 poddanym badaniu wyniosła ok. 15%. Najwyższy wskaźnik wystąpił w latach 2004–2005, po czym znacznie zmalał do 11,3% w roku 2007. Kolejne lata 2008–2010 to wzrost na poziomie 14%.



udział przeprowadzonej interwencji względem:

- liczby ofiar
- liczby sprawców

Rysunek 4. Zjawisko interwencji przemocy domowej względem liczby ofiar i sprawców w latach 2000–2011

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Komendy Głównej Policji.

Względem sprawców przemocy w rodzinie przeprowadzono znacznie więcej interwencji niż wobec ofiar, co widać na rysunku 4. Ponadto w obu przypadkach udział

ten zaczął maleć w latach 2003–2011. Liczba sprawców przemocy domowej (rys. 1) rosła szybciej, aniżeli wszczęto interwencji wobec przemocy domowej w latach objętych badaniem, tj. od 2000 do 2011 roku.

Podsumowanie

Można stwierdzić, że przemoc stała się w ostatnich latach przedmiotem zainteresowania wielu ludzi. Pojawiają się nowe książki, czasopisma i inne publikacje o tematyce poświęconej przemocy. Statystyki powodują, iż przybywa instytucji pomagających ofiarom przemocy.

Przemoc w rodzinach przestaje być tematem tabu, jednak tysiące ofiar nadal pozostaje w ukryciu. Zastraszenie, obawa utraty życia lub zdrowia, a czasem nawet wstyd nie pozwalają ofiarom ujawniać się czy też mówić głośno o własnej krzywdzie. Przemoc jest bolesnym cierpieniem nie tylko fizycznym, ale przede wszystkim psychicznym. Każdy rodzaj przemocy wywołuje u ofiary szereg negatywnych skutków, które nierzadko pozostają w jej psychice do końca życia. Sprawca często nie zdaje sobie nawet sprawy z tego, jak ogromną krzywdę wyrządza swej ofierze, ponieważ liczy się tylko jego dobro i jego potrzeby. Fizyczne skutki przemocy można jednak szybko zaleczyć i znikają bez śladu. Ślad, który pozostaje na bardzo długo, jest ukryty we wnętrzu ofiary i często ona sama musi sobie z nim radzić. Zauważalnym objawem doznawanej przemocy są u ofiary ślady zewnętrzne pozostawione przez sprawcę. To, że osoba jest ofiarą i ma problemy, staje się także widoczne podczas rozmowy w postaci podenerwowania, braku koncentracji. Ponadto ofiary starają się spędzać mało czasu ze sprawcą, szukają dodatkowych zajęć, relaksu czy dodatkowej pracy. Doświadczona przemoc oraz urazy, jakie po niej zostały, mogą spowodować, że ofiara nie będzie w stanie poradzić sobie w codziennym życiu. Przemoc jest zjawiskiem bardzo negatywnym, którego skutki są przerażające. Dlatego też coraz częściej organizowane są różnego rodzaju akcje przeciw przemocy i tworzone liczne ośrodki pomagające ofiarom. Nie brakuje ludzi, którzy pragną pomagać i wspierać pokrzywdzonych. Ale jednocześnie nie brakuje też osób szerzących przemoc i powodujących krzywdę i cierpienie innych ludzi, zadających ból, często na całe życie. Zatem najważniejszym elementem w życiu każdego z nas jest wychowanie. Niezwykle istotne jest przekazanie dziecku od najmłodszych lat, czym jest agresja i przemoc, jak jej unikać i w jaki sposób ją zwalczać. Nastolatkom należy uświadamiać, iż nie jest wstydem walczyć z przemocą, tylko godzić się na nią i przemilczać. Dzisiejsza młodzież jest bardzo brutalna, pełna nienawiści, gotowa do walki za małe przewinienie, posługuje się wulgarnym językiem. W oczach rodziców są to natomiast cudowne dzieci, z którymi nie ma problemów wychowawczych. Rodzice bagatelizują sytuację, nawet gdy ktoś dostrzeże jakieś nieprawidłowości w zachowaniu dziecka. Tymczasem nie można obiektywnie ocenić swojego dziecka, nie biorąc pod uwagę opinii innych osób.

Bibliografia

- Borowski M. (2012), *Przemoc w rodzinie*, <http://www.korzan.edu.pl/konferencja/referaty/borowski.pdf>, dostęp: 6.02.2016.
- Jarosz E. (1999), *Przemoc wewnątrzrodzinną*, [w:] Lalak D., Pilch T. (red.), *Elementarne pojęcia pedagogiki społecznej i pracy socjalnej*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa.
- Madanes C. (2003), *Przemoc w rodzinie*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- Pilszyk A. (2007), *Obraz psychopatyczny sprawcy przemocy w rodzinie*, „Psychiatria Polska”, t. XLI, nr 6.
- Pomoc w kryzysie i przeciwdziałanie uzależnieniom* (2015), Zespół Stowarzyszenia „Niebieska Linia”, <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:703z1y2cItYJ:boleslawiec.eu/przemoc/index.php/pelnomocnik=-ds-uzaleznien9/-przemoc16/-rodzaje-przemocy+&cd-1&hl=pl&ct=clnk&gl=pl>, dostęp: 5.02.2016.
- Pospiszyl I. (1999), *Razem przeciw przemocy*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa.
- Przeciwdziałanie przemocy* (2016), <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:f9GrLOhy1soJ:www.mops.mikolow.pl/przeciwdzialanie-przemocy&num=1&hl=pl&gl=pl&strip=1&vwsr=0>, dostęp: 5.02.2016.
- Przemoc w rodzinie* (2011), http://www.mops.czchow.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=10&Itemid=22, dostęp: 3.02.2016.
- Przemoc w rodzinie* (2016), <http://statystyka.policja.pl/st/wybrane-statystyki/przemoc-w-rodzinie/50863,Przemoc-w-rodzinie.html>, dostęp: 5.02.2016.
- Regulacje prawne dotyczące procedury „Niebieskie Karty”* (2011), <http://www.policja.pl/pol/kgp/biuro-prewencji/aktualnosci/73047,Regulacje-prawne-dotyca-ce-procedury-Niebieskie-Karty.html?search=964120977>, dostęp: 5.02.2016.
- Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o przeciwdziałaniu przemocy w rodzinie, Dz.U. nr 180, poz. 1493 ze zm.

Summary

Violence in the family in the years 2000–2011

This article explores issues related to domestic violence in the years 2000–2012. It discusses the form and the effects of violence. Attention is turned to the significant impact of interventions carried out in relation to domestic violence. The article considers victims as well as perpetrators and reflects on the procedure relating to “Blue cards”.

Keywords: violence, the victim, the perpetrator

Słowa kluczowe: przemoc, ofiara, sprawca

Luiza Bogucka*

Krym w systemie bezpieczeństwa regionalnego i międzynarodowego

Wstęp

Półwysep Krymski gra główną rolę w „wojennym spektaklu” współczesnego świata. Do niedawna nikt nie zakwestionowałby przynależności Krymu do Ukrainy, jednak w świetle ostatnich wydarzeń temat ten wzbudza wiele kontrowersji. Opierając się na obowiązujących przepisach prawa międzynarodowego, powszechnie uznaje się, że Krym jest nadal częścią Ukrainy, jednak traktuje się ten teren jako okupowany przez Rosję. Rada Najwyższa Ukrainy wprowadziła na Krymie prawo regulujące życie na terenach okupowanych. W marcu 2014 roku Rada Najwyższa Republiki Autonomicznej Krymu i Rada Miejska Sewastopola przyjęły deklarację niepodległości Republiki Krymu. Powołano się na przypadek Kosowa, gdzie Międzynarodowy Trybunał Sprawiedliwości w Hadze uznał, że deklaracja nie jest niezgodna z prawem międzynarodowym. Sędziowie orzekli wówczas, że prawo nie zabrania ogłaszania niepodległości. Fakt odłączenia się Krymu od Ukrainy został uznany przez Rosję 17 marca 2014 roku, natomiast dzień później podpisano umowę, na mocy której włączono Republikę Krymu i miasto Sewastopol do Federacji Rosyjskiej. W liczącej 450 deputowanych Dumie Państwowej za przyjęciem Republiki Krymu i miasta Sewastopol głosowało 443. Tego samego dnia zostały dokonane odpowiednie zmiany w Konstytucji Rosji. Minister Spraw Zagranicznych Federacji Rosyjskiej Siergiej Ławrow oświadczył, że przyłączenie nowych terenów do Rosji nastąpiło w wyniku „swobodnej deklaracji woli wieloetnicznego narodu Krymu, wyrażonej w referendum 16 marca 2014 roku”. Natomiast ostatni przywódca Związku Radzieckiego Michaił Gorbaczow stwierdził, że włączenie Krymu do Rosji jest „naprawą błędu z przeszłości”. Odniósł się wówczas do decyzji Nikity Chruszczowa z 1954 roku,

* Mgr Luiza Bogucka – Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach.

kiedy Krym został przekazany Ukrainie jako „prezent” z okazji 300. rocznicy ugody perejasławskiej. Tak bowiem uczczono jubileusz zawartej 18 stycznia 1654 roku umowy między Bohdanem Chmielnickim a Wasylem Buturlinem.

Kiedy w 1991 roku nastąpił rozpad ZSRR, Rosjanie zamieszkujący Krym niejednokrotnie postulowali o powrót do Rosji, z czym kategorycznie nie zgadzała się Ukraina. W związku z tym ostatecznie osiągnięto kompromis, na mocy którego Krym stał się republiką autonomiczną, a Sewastopol uznano za miasto wydzielone. Fakt włączenia Krymu do Rosji w 2014 roku nie został uznany zarówno przez Ukrainę, jak i społeczność międzynarodową. W świetle minionych wydarzeń na Ukrainie i konfliktu krymskiego warto dokładnie przyjrzeć się, dlaczego teren ten ma tak ogromne znaczenie. Sytuacja na Ukrainie stale się pogarsza, jednak już teraz należy zastanowić się, jakie byłyby konsekwencje ewentualnego uznania aneksji Krymu przez społeczność międzynarodową. Stale pogarszający się stan bezpieczeństwa międzynarodowego stawia losy państw sąsiednich pod znakiem zapytania. Jakie będą dalsze działania państwa rosyjskiego i czy Polska jest również zagrożona?

Znaczenie potencjału militarnego Rosji w konflikcie z Ukrainą

Działania Federacji Rosyjskiej przeciwko Ukrainie i zajęcie należącego do niej Krymu nie pozostawiają złudzeń co do zachwiania systemu bezpieczeństwa w tym regionie. Wraz ze zniknięciem widma wojny powszechnej pojawiło się inne zagrożenie – wojny prowadzone w nieco innym wymiarze, o charakterze regionalnym. W tej sytuacji pojawia się pytanie, kto powinien stanąć w obronie państwa, które zostało zaatakowane. Działania zbrojne między wojskami rosyjskimi a ukraińskimi nie ustają, a dotychczasowa pomoc pogrążonej w wojnie Ukrainie udzielana przez Stany Zjednoczone i Unię Europejską jest niewystarczająca. Znacznie słabiej zorganizowana i uzbrojona armia ukraińska oraz brak zdecydowanych działań ze strony instytucji międzynarodowych to główne przyczyny, przez które zażegnanie konfliktu staje się coraz odleglejszą perspektywą. W obawie przed eskalacją konfliktu w grudniu 2014 roku Stany Zjednoczone opowiedziały się za zaostreniem sankcji wobec Federacji Rosyjskiej w ustawie „Ukraine Freedom Act”. Poruszono także problem związany z dostarczeniem broni śmiertelnej na Ukrainę, tj. broni przeciwpancernej oraz amunicji, a także radarów rozpoznania artyleryjskiego i sprzętu łączności. W ustawie przewidziano pomoc wojskową dla Ukrainy w wysokości 350 mln USD (w tym 100 mln w 2015 roku). Decyzja dotycząca wzmocnienia sankcji wobec Federacji Rosyjskiej jest spowodowana obawą nie tylko przed nasileniem walk, ale także przed ewentualnym rozszerzeniem konfliktu.

Do niedawna Federacja Rosyjska nie mogła się poszczycić nowoczesnym sprzętem wojskowym. Asortyment, którym dysponowała, pamiętał czasy Związku Radzieckiego. Jednak sytuacja zaczęła ulegać zmianie, gdy wojna z Gruzją pokazała fatalny stan uzbrojenia armii rosyjskiej. Zaczął się wówczas proces unowocześniania

wojska. Państwo to chce bowiem utrzymać mocarstwową pozycję na arenie międzynarodowej. W 2012 roku Władimir Putin zapowiedział unowocześnienie armii rosyjskiej, a co za tym idzie – zwiększenie budżetu na ten cel nawet do 100 mld USD (Koziański, 2012). W 2011 roku wydatki na rosyjskie wojsko i tak były dość wysokie, z budżetu przeznaczono wówczas na ten cel 71 mld USD, co ustanawia ten kraj trzecim na świecie (za USA i Chinami) pod względem wysokości środków przeznaczanych na armię. W sytuacji obniżania wydatków na cele militarne przez Francję i Wielką Brytanię borykająca się z problemami gospodarczymi Rosja stale je zwiększa. W latach 2002–2011 nakłady na ten cel wzrosły o 79%. Plany odnośnie do modernizacji armii rosyjskiej zostały rozpisane do 2020 roku, gdzie Kreml zapowiedział przeznaczenie 750 mld USD na kompleksową modernizację armii, w tym wymianę sprzętu wojskowego. W konflikcie rosyjsko-ukraińskim należy zwrócić uwagę na dysproporcje między stronami.

Armia rosyjska:

1. Liczebność armii rosyjskiej to około 1 mln żołnierzy, natomiast potencjał mobilizacyjny na wypadek wojny szacuje się na około 5 mln ludzi.
2. Wnioski z poprzednich konfliktów zbrojnych:
W trakcie walk w Czeczenii (1994, 1999–2009) armia rosyjska nie potrafiła u,porać się z partyzantami. Prowadzona w 2008 roku wojna z Gruzją pokazała natomiast słabość armii – zły system dowodzenia oraz przestarzałą broń.
3. Realizacja programu „Siły Zbrojne 2020” mającego na celu kompleksową modernizację armii, tj. zmianę systemu dowodzenia wojskiem lądowym oraz wymianę sprzętu wojskowego.

Armia ukraińska:

1. Liczebność: 130 000 żołnierzy. Szacuje się, że potencjał mobilizacyjny wynosi około 1 mln przeszkolonych rezerwistów.
2. Armia ma sprzęt pochodzący jeszcze z czasów Związku Radzieckiego. Trudno mówić o jego modernizacji, skoro wydatki na zbrojenia to zaledwie około 1% PKB.

Problemy, z jakimi styka się armia ukraińska to: zły stan techniczny sprzętu wojskowego, słabe wykształcenie żołnierzy, problemy logistyczne, duże rozproszenie jednostek na obszarze kraju (*Ukraina vs. Rosja: Porównanie potencjałów wojskowych*, 2014). W stosunkach ukraińsko-rosyjskich niebagatelne znaczenie ma Flota Czarnomorska, której przynależność po rozpadzie ZSRR stała się przyczyną zaostrzenia konfliktu między tymi państwami. Jeszcze za czasów ZSRR Flota Czarnomorska miała być przeciwwagą dla VI Floty USA. Jednak przez wzgląd na ograniczenia wynikające z postanowień zawartej w 1936 roku konwencji z Montreux odgrywała mniejsze znaczenie niż floty amerykańskie. Zapisy tej konwencji wprowadziły ograniczenie przepływu okrętów wojennych przez tureckie cieśniny Bosfor i Dardanele. Dziś Flota Czarnomorska odgrywa większe znaczenie pod względem politycznym aniżeli militarnym. Mimo to utrzymanie się w strefie czarnomorskiej ma dla Rosji duże znaczenie, bowiem jest to jeden z nielicznych obszarów z dostępem do nieza-

marzających portów tego kraju na terenie Europy. Po rozpadzie Związku Radzieckiego będący portem morskim i wojennym Sewastopol został miastem wydzielonym. Podział schedy po ZSRR wywołał wiele kontrowersji i był przyczyną sześcioletniego sporu między Ukrainą a Rosją. W obliczu stale zaostrzającego się konfliktu postanowiono o równym podziale Floty Czarnomorskiej, która miała podlegać zarówno Rosji, jak i Ukrainie. Mimo to porozumień z 1992 roku nie udało się wcielić w życie przez wzgląd na inne kłopoty, z którymi borykały się obydwa państwa, m.in. status Krymu. W czerwcu 1995 roku zawarto kolejną umowę dotyczącą podziału Floty Czarnomorskiej, na mocy której Rosja miała przejąć 81,7% jednostek, Ukrainie miała przypaść znacznie mniejsza część – 18,3%. Praktycznie podział Floty Czarnomorskiej został uregulowany dopiero w 1997 roku. W tym samym roku podjęto decyzję o dzierżawie Sewastopola na 20 lat. Wówczas na mocy porozumienia na Krymie mogło stacjonować do 103 okrętów (w tym 14 podwodnych), a na dzierżawionych lotniskach do 22 samolotów wojskowych. Siły lądowe mogły utrzymywać 132 opancerzone wozy bojowe i 24 środki artyleryjskie (Ciechanowski, 2014). W czasie, gdy prezydentem Ukrainy był Wiktor Juszczenko, zapowiadano, że umowa między Rosją a Ukrainą nie zostanie przedłużona. Flota Czarnomorska byłaby wówczas zmuszona opuścić Sewastopol i przenieść się do Noworosyjska. Zapowiedzi te spowodowały wzrost napięcia między obydwojma krajami. Po zmianie prezydenta Ukrainy, gdy urząd ten przypadł Wiktorowi Janukowyczowi, rozmowy wznowiono, czego efektem było podpisanie ustawy o ratyfikacji porozumienia między Rosją a Ukrainą dotyczącego dalszego pobytu Floty Czarnomorskiej na Ukrainie. Porozumienie zostało podpisane 21 kwietnia 2010 roku w Charkowie (tzw. porozumienie charkowskie) przez ówczesnych prezydentów Rosji i Ukrainy, Dmitrija Miedwediewa i Wiktora Janukowycza. Wedle podpisanego porozumienia wyrażono zgodę na to, aby Flota Czarnomorska stacjonowała na Krymie do 2042 roku. Federacja Rosyjska zobowiązała się do płacenia 97 mln USD rocznie za dzierżawę oraz zapewniono Ukrainie dostawę gazu po obniżonej cenie w wysokości 100 dolarów za 1000 m³. Zniżka zagwarantowana przez Rosję w 2013 roku wyniosła 2,7 mld USD (*Rosja wypowiedziała Ukrainie umowy o Flocie Czarnomorskiej na Krymie*, 2014).

Obecność Floty Czarnomorskiej na Krymie to przede wszystkim problem polityczny, który prędzej czy później musiał zaowocować konfliktem. Stacjonowanie rosyjskich oddziałów jest przede wszystkim niezgodne z zapisami Konstytucji Ukrainy, której art. 17 głosi: „Na terytorium Ukrainy nie dopuszcza się rozmieszczenia obcych baz wojskowych” (Andrusieczko, Prokopiuk, 2006). Coraz bardziej powszechne staje się zjawisko pozostawania na terenie Krymu Rosjan po zakończeniu służby w szeregach Floty Czarnomorskiej. Zamieszkując te tereny, włączają się do działalności w różnego typu organizacjach prorosyjskich. Dodatkowo Flota Czarnomorska prowadzi działalność kulturalną i oświatową, co ma na celu kultywowanie tradycji rosyjskiej oraz podtrzymanie świadomości narodowej tej narodowości. Obecność Floty Czarnomorskiej jest jednym z ważniejszych czynników, który w naturalny sposób przyciąga Krym w kierunku Rosji.

Półwysep Krymski jako teren strategiczny w świetle stosunków ukraińsko-rosyjskich

Po 1991 roku wraz z pojawieniem się nowych państw na mapie świata rozpoczęły się spory o kształt granic. W tworzeniu nowego porządku największym problemem stało się ustanowienie granicy ukraińsko-rosyjskiej. Rosjanie uważali, że do Ukrainy niesłusznie przyłączono Krym, Donbas i południową Ukrainę (tzw. Noworosję). Problem wschodniej granicy Ukrainy do tej pory wywołuje wiele konfliktów, utrudniając współpracę Ukrainy z Unią Europejską. W okresie sporu o Flotę Czarnomorską nieuregulowana granica między tymi państwami była formą nacisku na Ukrainę. Fakt ten miał daleko idące konsekwencje, gdyż granica ukraińsko-rosyjska stała się miejscem przemytu zarówno towarów, jak i ludzi. W latach 1992–1994 Ukraina potwierdziła granice z sąsiadami, problemem stały się wówczas dwa państwa Rosja i Rumunia. Ta ostatnia zgodziła się na oficjalne potwierdzenie granicy dopiero w 1997 roku, licząc, że to ułatwi jej przystąpienie do UE. W rozmowach ukraińsko-rosyjskich dotyczących ostatecznego wytyczenia granic kością niezgody stał się Krym. Już w 1992 roku rosyjscy deputowani domagali się podjęcia pertraktacji w sprawie przynależności tego półwyspu. Przyjęli nawet postanowienie, które mówiło, że przekazanie Krymu Ukrainie jest niezgodne z prawem. Rosyjscy politycy opowiedzieli się także w sprawie Sewastopola, który jako odrębna jednostka nie podlegał przekazaniu w 1954 roku. W 2008 roku Władimir Putin oświadczył natomiast, że Federacja Rosyjska uznała granice z Ukrainą, a Półwysep Krymski nie jest terenem spornym. Wszystko wskazywało na to, że stosunki ukraińsko-rosyjskie nieco się unormowały, jednak była to sytuacja tymczasowa.

Dodatkowym problemem okazało się wytyczenie granicy morskiej. Ukraina proponowała, aby ustanowić granicę, dzieląc Morze Azowskie wzdłuż linii środkowej. W związku z czym Ukrainie przypadłoby dwie trzecie akwenu i 90% zasobów ropy (Szeptycki, 2013: 114). Rosja w obawie przed wzrostem znaczenia swojego sąsiada zaproponowała wspólne korzystanie z Morza Azowskiego. Istotne znaczenie na terytorium wód ukraińsko-rosyjskich odgrywa wyspa Tuzła (*Spór o Tuzłę przybiera na sile*, 2003). W 2003 roku byliśmy świadkami zmagani między tymi państwami. Decyzja Rosji o budowie grobli łączącej ukraińską Tuzłę z Półwyspem Tamańskim spotkała się z reakcją ówczesnego prezydenta Leonida Kuczmy, który w wyniku zastrzeżenia się sytuacji w państwie został zmuszony do przerwania wizyty w Ameryce Łacińskiej. W tym samym czasie wydarzenia związane z konfliktem o Tuzłę spowodowały odwołanie wizyty premiera Wiktora Janukowycza na Łotwie i w Estonii. Spór o małą wyspę był związany z kwestią przepływu statków przez cieśninę. Z dwóch przesmyków – jednego oddzielającego Tuzłę od Ukrainy i drugiego od Rosji, tylko ukraiński jest żeglowny (*Koniec sporu o Tuzłę*, 2003). Mimo że rosyjskie prace nad budową grobli wstrzymano, Tuzła nadal jest obiektem zainteresowań i ożywionych działań Ukrainy i Rosji. Ostatecznie Rosja uznała przynależność Tuzły do Ukrainy, jednak granica między tymi dwoma państwami jest niepewna.

Stanowiące geograficzną granicę między Europą a Azją Morze Czarne to przede wszystkim teren geostrategiczny, który zaczyna odgrywać coraz większą rolę na arenie międzynarodowej. Ma na to wpływ wiele czynników. Morze Czarne jest zarówno terenem, po którym odbywa się transport surowców energetycznych z rejonu Morza Kaspijskiego do Europy, skrzyżowaniem ważnych szlaków handlowych, jak i łącznikiem między Rosją a państwami zachodnimi. Ponadto dla Unii Europejskiej teren Morza Czarnego jest znaczącym rynkiem zbytu. Liczący ponad 27 tys. km² Półwysep Krymski jest jednym z najatrakcyjniejszych terenów w basenie Morza Czarnego. Z kontynentem łączy go zaledwie 8-kilometrowy Przesmyk Prekopski. Specyficzne położenie Krymu powoduje, że rozcina on wybrzeże Ukrainy na dwie części: wschodnią (na Morzu Azowskim) i zachodnią (na Morzu Czarnym). To w tym miejscu Morze Czarne łączy się z Morzem Azowskim poprzez kontrolowaną przez Rosję, 41-kilometrową, Cieśninę Kerczeńską. Specyficzne położenie Półwyspu Krymskiego powoduje, że ma on znaczenie strategiczne dla Morza Czarnego. Jest to najbardziej wysunięty teren w basenie Morza Śródziemnego. Półwysep Krymski można zatem potraktować jako bramę do Morza Śródziemnego oraz Bliskiego Wschodu.

Wydawałoby się, że poza dogodnym położeniem Krym, słynny przede wszystkim z turystyki, nie posiada złóż, które mogłyby być obiektem zainteresowania innego państwa. Nic bardziej mylnego, od dłuższego czasu na tym terenie są prowadzone działania związane z określeniem zasobów naturalnych Krymu. Obecnie na Krymie jest aktywnie eksploatowanych około dwustu złóż. Według informacji podanych przez agencję RIA szacuje się, że na Krymie znajduje się około 47 mln ton ropy naftowej oraz 165 mld m³ gazu. Wyliczono, że Krym posiadał surowce warte około 11 mld dolarów, czyli około 130 mld hrywien. Jeszcze w czasie, gdy na Ukrainie prezydentem był Wiktor Janukowycz, państwo to prowadziło rozmowy dotyczące wydobywania ropy i gazu na Morzu Czarnym. Rozmowy były prowadzone wówczas z takimi koncernami, jak Exxon Mobil i Royal Dutch Shell, które uchodzą za największe koncerny energetyczne na świecie. Firmy te zamierzały zainwestować około 700 mln dolarów w celu wykonania dwóch odwiertów na południowy zachód od Krymu. Była to szansa dla Ukrainy na zmniejszenie zależności energetycznej od Rosji. Według Juliana Lee, znanego analityka z Center Global Energy Studies, obszar o największym znaczeniu wydobywczym znajduje się pod krymskimi wodami terytorialnymi. Rejon ten leżał również w kręgu zainteresowań włoskiego koncernu Eni. To z pewnością wystarczający powód, żeby Władimir Putin zwrócił uwagę na ten teren.

Najważniejsze czynniki wpływające na atrakcyjność Półwyspu Krymskiego to:

- położenie geograficzne (szlaki handlowe i komunikacyjne),
- zasoby naturalne (szczególnie nieodnawialne jak węgiel, ropa, czy gaz ziemny),
- linia brzegowa i ukształtowanie terenu,
- przemysł zbrojeniowy,
- turystyka.

Opanowanie terenów w basenie Morza Czarnego spowoduje, że znaczenie Rosji w tym rejonie znacznie wzrośnie, szczególnie biorąc pod uwagę fakt, że rosyjski port w Noworosijsku jest centrum handlu ropą. Utrata kontroli nad Morzem Czarnym wpłynęłaby niekorzystnie na rosyjski handel paliwami w tym rejonie. Dokonując aneksji Krymu, Rosja zyskała szeroki dostęp do Morza Czarnego, a więc do bogatych zasobów gazu ziemnego i ropy naftowej. Do worka korzyści należy dodać również aspekty strategiczne. Poza tym przejście półwyspu wiąże się z zajęciem licznych obiektów w tym tych o charakterze turystycznym. Korzyści dla Rosji to przede wszystkim uzyskanie przez Moskwę kontroli nad morską i powietrzną przestrzenią Morza Czarnego i Azowskiego, przejście pełnej kontroli nad bazą Floty Czarnomorskiej, dostęp do będących wcześniej pod kontrolą ukraińską baz wojskowych. I wreszcie zdobycie Krymu to dla Rosji oszczędność rzędu 80 mln USD rocznie, bowiem w wyniku opanowania tych terenów Rosja nie będzie musiała uiszczać opłaty za dzierżawę baz. Dodatkowe oszczędności są efektem zniesienia opłat celnych. Zaplanowana modernizacja Floty Czarnomorskiej to koszt około 2,5 mld USD. W celu przyspieszenia tego przedsięwzięcia władze rosyjskie postanowiły włączyć zakłady krymskie w prace w zakresie realizacji zamówień zbrojeniowych. W wyniku aneksji Krymu Ukraina utraciła 13 zakładów trudniących się przemysłem zbrojeniowym (Sabak, 2014). Położone na tym terenie zakłady zbrojeniowe miały znaczenie strategiczne. Znane wszystkim Teodezyjskie Zakłady Optyczne są producentem eksportowanych do Tajlandii transporterów opancerzonych BTR-3 i BTR-4 czy przyrządów obserwacyjnych. Problem pojawił się również przy realizacji kontraktów związanych z dostawą sprzętu wojskowego produkowanego na Krymie. W świetle wydażeń, jakie miały miejsce na tym terenie, realizacja zamówień na sprzęt wojskowy stała się niemożliwa, bowiem zakłady produkujące wymagane części są w rękach Rosjan. Przejęcie przez Rosję 13 zakładów zbrojeniowych z pewnością przyspieszy modernizację wojska rosyjskiego, a tym samym osłabi i tak kulejącą już Ukrainę zarówno pod względem gospodarczym, jak i militarnym (Fisher, Rogoża, 2014).

W wyniku przejścia Krymu Rosja weszła w posiadanie działających w różnych sektorach przedsiębiorstw państwowych. Są to przedsiębiorstwa produkcyjne, transportowe, remontowe, naukowo-badawcze i kulturalne. Duże znaczenie ma jednak przejęcie sektora turystycznego oraz Chernomorneftegazu. W wyniku opanowania tego ostatniego Rosja zyskała dostęp do gazu ziemnego. Działania związane z zajęciem Krymu kosztowały Rosję niemal 4,5 mld USD. Dodatkowym problemem, z jakim przyjdzie się zmierzyć władzom rosyjskim, jest zaopatrzenie półwyspu w wodę pitną, która teraz pochodzi z należącego do Ukrainy Zbiornika Kachowskiego. Mieszkańcy Krymu są zaniepokojeni nie tylko kwestią wody czy energii elektrycznej. Władze Krymu przyjęły ustawę o wykupie obiektów, które zostaną uznane za strategiczne. Budzi to jednak obawę przed ewentualnymi nadużyciami, a mianowicie wywłaszczeniem atrakcyjnych działek. Poza sferą gospodarczą i wojskową aneksja Krymu niesie ze sobą szereg innych zmian, na przykład ustrojowych. W momencie przynależności Krymu do Ukrainy terytorium to było Autonomiczną Republiką, co

znaczyło, że władzę pełnił parlament krymski, który był wyłaniany w wyborach powszechnych, następnie Rada Krymu wyłaniała rząd i premiera. Od samego początku można było się spodziewać, że przejęcie Krymu przez Rosję będzie równoznaczne ze zmianami w prawodawstwie. Zatem mieszkańcy Krymu muszą liczyć się z ograniczeniami autonomii politycznej. Po opanowaniu Krymu Rosja dość pośpiesznie uchwaliła konstytucję Republiki Krym i regulamin miasta Sewastopol (11 kwietnia 2014 roku).

Wtargnięcie wojsk rosyjskich na Krym spotkało się z ostrą reakcją na arenie międzynarodowej. Interwencja Rosji na Krymie zachwiała sytuacją międzynarodową. Było do przewidzenia, że dezintegracja państwa ukraińskiego będzie dla Rosji dogodnym momentem do wkroczenia na jego terytorium. Po pierwsze, pogrążona w chaosie Ukraina nie była w stanie oprzeć się niespodziewanemu atakowi wojsk rosyjskich. Dysproporcja sił militarnych spowodowała, że Ukraińcy nie mieli szans na skuteczną obronę granic swojego państwa. Przestarzały sprzęt nie może równać się z modernizowaną armią Władimira Putina. Bez pomocy militarnej państw zachodnich Ukraina jest skazana na porażkę. Jakie stanowisko wobec minionych wydarzeń na Ukrainie przyjęły Stany Zjednoczone, Unia Europejska i państwa bezpośrednio sąsiadujące z Rosją? Do tej pory Stany Zjednoczone były uważane za strażnika stojącego na czele bezpieczeństwa międzynarodowego. Nadzieje pokładane w tym państwie związane z uregulowaniem sytuacji na Ukrainie były jednak płonne. Stany Zjednoczone postanowiły, że nie zaangażują się militarnie w sytuację w Europie Środkowo-Wschodniej. Postanowiono jednak o nałożeniu na Rosję sankcji gospodarczych. Sankcje, na jakie zdecydowały się państwa UE, to m.in.:

- embargo na broń,
- ograniczenie dla rosyjskich banków dostępu do rynków kapitałowych w UE,
- zakaz sprzedaży zaawansowanych technologii, potrzebnych w wydobywaniu ropy naftowej z trudno dostępnych złóż i ropy z łupków,
- zakaz eksportu przedmiotów podwójnego zastosowania (cywilnego i wojskowego) dla rosyjskiego sektora obronnego.

W ramach sankcji skierowanych w Federację Rosyjską pod znakiem zapytania stała dostawa zamówionych we Francji okrętów desantowych typu Mistral. Umowa została zawarta w 2011 roku na dwa okręty, wartość tego zamówienia szacuje się na 1,6 mld USD. Umowa między Francją a Rosją wywołała falę protestów, m.in. Stanów Zjednoczonych, Gruzji i państw nadbałtyckich. W związku z działaniami państwa rosyjskiego na terenach wschodniej Ukrainy Francja zawiesiła przekazanie okrętów Rosji, a następnie zawarła umowę z Egiptem, gdzie ostatecznie mają trafić Mistrale. Francja ma jednak zwrócić Rosji 950 mln euro w związku z unieważnieniem kontraktu.

W mediach pojawiły się zapewnienia władz rosyjskich, że ograniczenia wprowadzane przez kraje UE nie są w stanie na większą skalę zaszkodzić Rosji. Sankcje nałożone przez państwa zachodnie wywołały wiele kontrowersji. Czas pokazał, że sankcje nie przynoszą zamierzonego efektu, jednak dla uniknięcia konfliktu

zbrojnego jest to jedyny sposób na powstrzymanie dalszej ekspansji Rosji. Już dziś wiadomo, że Władimir Putin nie cofnie aneksji Krymu, bowiem opanowanie tych terenów było dla niego sprawą prestiżową, a brak zdecydowanych działań państw zachodnich tylko utwierdził go w przekonaniu, że sprawa Krymu jest już przesądzona. Witalij Czurkin – ambasador Rosji przy ONZ wspomniął o naprawie dziejowej niesprawiedliwości, gdzie po 60 latach ponownie Rosja połączyła się z Krymem. Zagrożenie bezpieczeństwa międzynarodowego widzi jednak sekretarz generalny NATO Anders Rasmussen, który stwierdził, że „boi się wyjścia Rosji poza Krym”. Czy to oznacza, że Krym jest dopiero początkiem działań Władimira Putina? Wszystko wskazuje na to, że państwa sąsiednie mają podstawy do obawy o swoje bezpieczeństwo, bowiem Witalij Czurkin wspomniął o zaniepokojeniu losem swoich rodaków w Estonii. Tak jak wcześniej Rosja była zaniepokojona sytuacją swoich rodaków na Krymie, tak dziś odniosła się do Estonii. Czy w związku z tym powtórzy się scenariusz z Ukrainy?

Zakończenie

Zdaniem autorki artykułu sytuacja na arenie międzynarodowej stale się zaostrza. Mimo licznych sankcji i ograniczeń skierowanych przeciw Rosji, ta, nie bacząc na nic, nadal dąży do celu wyznaczonego przez prezydenta Putina. Kraje sąsiadujące z Rosją uważnie obserwują wydarzenia na Ukrainie, zastanawiając się, czy kolejnym celem Rosji nie stanie się terytorium ich państwa. Obawy te są jak najbardziej naturalną reakcją na działania państwa rosyjskiego w ostatnim czasie. Turcja, która w konflikcie opowiedziała się po stronie ukraińskiej, nie podjęła żadnych działań w basenie Morza Czarnego, choć jej flota jest liczniejsza i lepiej uzbrojona. Społeczeństwo międzynarodowe obserwuje sytuację na Ukrainie, nie podejmując żadnych kroków, które mogłyby ostatecznie zakończyć konflikt.

Bibliografia

- Andrusieczko P., Prokopiuk J. (2010), *Flota Czarnomorska i Krym w kontekście bezpieczeństwa Ukrainy*, <http://www.ebezpieczni.pl/flota-czarnomorska-krym-kontekscie-bezpieczenstwa-ukrainy/>, dostęp: 2.02.2016.
- Ciechanowski R. (2014), *Flota Czarnomorska – siły okrętowe*, <http://dziennikzbrojny.pl/artykuly/art,2,6,6509,armie-swiata,potencjal.flota-czarnomorska-sily-okretowe>, dostęp: 3.02.2016.
- Fisher E., Rogoża J. (2014), *Krymski worek bez dna: koszty aneksji półwyspu przez Rosję*, <http://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/komentarze-osw/2014-08-01/krymski-worek-bez-dna-koszty-aneksji-polwyspu-przez-rosje>, dostęp: 2.02.2016.

- Koniec sporu o Tuzłę* (2003), <http://www.wprost.pl/ar/51335/Koniec-sporu-o-Tuzle/>, dostęp: 2.03.2016.
- Koziński A. (2012), *Rosja zbroi się na potęgę. Putin wskrzesza mit niezwyciężonej Armii Czerwonej*, http://www.polskatimes.pl/artykul/658047,rosja-zbroi-sie-na-potege-putin-wskrzesza-mit-niezwyciezonej-armii-czerwonej_id.t.html, dostęp: 19.02.2016.
- Rosja wypowiedziała Ukrainie umowy o Flocie Czarnomorskiej na Krymie* (2014), <http://swiat.newsweek.pl/umowy-o-flocie-czarnomorskiej-na-krymie-rosja-ukraina-duma-panstwowa-kreml-newsweek-pl,artykuly,283149,1.html>, dostęp: 2.02.2016.
- Sabak J. (2014), *Ukraina straciła strategiczne zakłady zbrojeniowe. Problemy z eksportem broni*, http://www.defence24.pl/news_ukraina-stracila-strategiczne-zaklady-zbrojeniowe-problemy-z-eksportem-broni, dostęp: 2.03.2016.
- Spór o Tuzłę przybiera na sile* (2003), <http://wiadomosci.wp.pl/kat,340,title,Spór-o-Tuzle-przybiera-na-sile,wid,1619201,wiadomosc.html?ticaid=1166a7>, dostęp: 2.03.2016.
- Szeptycki A. (2013), *Półwysep Krymski w stosunkach między Federacją Rosyjską a Ukrainą*, „Stosunki Międzynarodowe”, nr 1, t. 47.
- Ukraina vs. Rosja: Porównanie potencjałów wojskowych* (2014), <http://swiat.newsweek.pl/ukraina-rosja-potencjal-bojowy-armii-newsweek-pl,artykuly,281518,1.html>, dostęp: 3.02.2016.

Summary

Krym in the system of regional security and international

According to international law Crimea is still part of Ukraine. In early 2014 Crimea became the focus of the worst crisis since the Cold War. The article consists of two sections, which present the geopolitical situation of Crimea. This article includes a short discussion of the armed forces of Ukraine and Russia. The annexation of the Crimea by Russia is a new reality for the residents and presents new challenges for Ukraine and international organizations.

Keywords: regional security, escalation of conflicts, national borders, independence, international agreements, sanctions, the strategic importance of places and objects of conflict

Słowa kluczowe: bezpieczeństwo regionalne, eskalacja konfliktów, granice państw, niepodległość, porozumienia międzynarodowe, sankcje, strategiczne znaczenie miejsc i obiektów konfliktu



**CZĘŚĆ VI
RECENZJE.
SPRAWOZDANIA
Z KONFERENCJI**

Mariusz Portalski* , Monika Rutkowska-Ryciak**

Kształcenie i doskonalenie zawodowe w Polsce i w świecie teraz i w przyszłości

Rok 2015 był rokiem szczególnych działań władz różnych szczebli i instytucji edukacyjnych na rzecz odrodzenia kształcenia i doskonalenia zawodowego. W proces ten włączyło się Stowarzyszenie Nowoczesna i Innowacyjna Edukacja, która wraz z Politechniką Warszawską Filią w Płocku (w szczególności z Biurem Karier PW) zainicjowała sesję naukową „Kształcenie i doskonalenie zawodowe w Polsce i w świecie teraz i w przyszłości”. Sesja miała miejsce 17 września 2015 roku i uczestniczyli w niej przedstawiciele znaczących w Płocku firm, organizacji naukowo-technicznych, środowisk akademickich i oświatowych oraz urzędów pracy i instytucji rynku pracy. Głównymi organizatorami sesji były Stowarzyszenie Nowoczesna i Innowacyjna Edukacja oraz Politechnika Warszawska Filia w Płocku, a współorganizatorami: Mazowiecka Okręgowa Izba Inżynierów Budownictwa, Wydział Edukacji, Kultury i Spraw Socjalnych Starostwa Płockiego, Powiatowy Urząd Pracy w Płocku, Naczelna Organizacja Techniczna Rada w Płocku, CNH Industrial Polska.

W sesji uczestniczyło ok. 70 osób, w tym poseł na Sejm RP Elżbieta Gapińska i dyrektorzy znaczących firm płockich, przedstawiciele stowarzyszeń naukowo-technicznych, nauczyciele i nauczyciele akademicki, przedstawiciele urzędów pracy.

Główny wykład pt. *Standardy Kompetencji Zawodowych – wyniki badań prowadzonych wśród pracodawców* wygłosił prof. Stefan Michał Kwiatkowski, wybitny znawca problemów kształcenia i doskonalenia zawodowego, który przedstawił wyniki swoich wieloletnich badań porównawczych w obszarze kształcenia i doskonalenia zawodowego w Polsce i w Europie, głównie w Niemczech. Do tego wystąpienia, które przyjęło formę wykładu, odnosili się pozostali referenci i dyskutanci.

* Mgr inż. Mariusz Portalski, Stowarzyszenie Nowoczesna i Innowacyjna Edukacja.

** Mgr Monika Rutkowska-Ryciak, Biuro Karier Politechniki Warszawskiej.

Ciekawe były także wystąpienia pozostałych pięciu referatów. Zebrani wyrazili po sesji opinie o dużej przydatności tego typu imprez naukowych, o tym, że uzyskali dużą ilość nowej wiedzy i oczekują dalszych tego typu spotkań.

Poziom sesji został oceniony wysoko, głównie ze względu na poruszaną tematykę w wykonaniu wysoce kompetentnych prelegentów. Byli nimi:

- **prof. dr hab. inż. Stefan Michał Kwiatkowski** (Wiceprzewodniczący Komitetu Nauk Pedagogicznych Polskiej Akademii Nauk, wybitny znawca problemów kształcenia i doskonalenia zawodowego) nt. *Standardy Kompetencji Zawodowych – wyniki badań prowadzonych wśród pracodawców*;
- **Andrzej Piłat** (były Minister Pracy i Polityki Społecznej, aktualnie Prezes Zarządu Głównego Związku Zakładów Doskonalenia Zawodowego) nt. *Uczenie się przez całe życie to dzisiejsza konieczność*, w zastępstwie Prezesa referat wygłosiła Irena Krzemińska;
- **prof. dr hab. inż. Daniela Żuk** (emerytowana profesor Politechniki Warszawskiej, wykładowca różnych form pedagogiki pracy) nt. *Formy, efekty i bariery doradztwa zawodowego w szkołach gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych województwa mazowieckiego*;
- **doc. dr inż. Elżbieta Piwowska** (dyrektor Ośrodka Kształcenia na Odległość Politechniki Warszawskiej) nt. *Nauczanie w dobie powszechnego dostępu do informacji*;
- **doc. dr inż. Elżbieta Grzejszczyk** (członek Stowarzyszenia Nowoczesna i Innowacyjna Edukacja, znawca problemów nowoczesnych form i metod kształcenia i doskonalenia zawodowego) nt. *Kształcenie zawodowe w dobie chmur obliczeniowych*;
- **doc. dr inż. Marzena Majzner** (Prodziekan Wydziału Budownictwa, Mechaniki i Petrochemii ds. studiów zaocznych i kształcenia ustawicznego) nt. *Sytuacja zawodowa absolwentów Politechniki Warszawskiej*.

W dyskusji głos zabrała m.in. Elżbieta Gapińska, poseł na Sejm RP, przedstawiając zamierzenia władz państwowych i parlamentarnych na rzecz kształcenia i doskonalenia zawodowego.

W wypowiedziach kuluarowych uczestnicy sesji potwierdzili potrzebę organizacji tego typu spotkań. Ponieważ proces odrodzenia szkolnictwa zawodowego i podniesienia rangi kształcenia i doskonalenia zawodowego będzie długotrwały, organizatorzy zapewniają o gotowości do realizacji tego typu przedsięwzięć.

Streszczenia artykułów

Część I. Problemy zarządzania organizacjami i środowiskiem

Przemysł jako przedmiot zainteresowania socjologii

Artykuł prezentuje przemysł jako przedmiot refleksji socjologicznej. Zasadniczym jego celem jest refleksja nad sensem uprawiania socjologii przemysłu. Odnosząc się do aktualnej sytuacji społeczno-gospodarczej przedstawianej w perspektywie kryzysu, zwraca uwagę na wybrane aspekty zmiany o charakterze globalnym. Opis zmian zaprezentowany został głównie w odniesieniu do Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej oraz Europy Zachodniej i przejścia od społeczeństwa produkcji do społeczeństwa usług. Artykuł, odnosząc się do koncepcji przezwyciężenia kryzysu w oparciu o procesy reindustrializacji, zwraca uwagę na możliwość wykorzystania socjologii przemysłu jako istniejącego już narzędzia analizy.

Przedsiębiorczość małych firm. Studia przypadków w inżynierskich pracach dyplomowych studentów AHE w Łodzi

Artykuł zawiera prezentacje przypadków przedsiębiorczości mikro i małych firm, które posłużyły jako wzory badawcze absolwentom realizującym pod kierunkiem autora inżynierskie prace dyplomowe w Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej. Stanowi on przykład, że dane empiryczne zebrane i przygotowane w ramach prac dyplomowych przez studentów mogą nie tylko być cennym materiałem badawczym przy realizacji projektów inżynierskich, ale także inspirować zachowania przedsiębiorcze przyszłych inżynierów oraz być wzorem dla kolejnych studentów aspirujących do zawodu inżyniera transportu, a później do zakładania i rozwijania własnej firmy.

Wyboru przypadków z ukończonych prac dyplomowych dokonano z punktu widzenia kryterium identyfikacji aktywności przedsiębiorczej małej firmy i jej właściciela/menedżera funkcjonujących w branży transportowej lub w zapleczu technicznym transportu. W większości prezentowanych firm absolwenci są pracownikami tych firm i jednocześnie ich właścicielami lub współwłaścicielami.

Regulacje prawne dotyczące konkurencji i ochrony konsumentów na jednolitym rynku europejskim – rys historyczny

W niniejszej publikacji autor omawia regulacje prawne dotyczące konkurencji i ochrony konsumentów na jednolitym rynku europejskim, a w szczególności zakaz nadużywania pozycji dominującej przedsiębiorstwa, kontrolę koncentracji przedsiębiorstw, uprawnienia Trybunału Sprawiedliwości i Sądu Pierwszej Instancji w ochronie konkurencji, kompetencje Komisji Europejskiej w ochronie konkurencji, politykę konkurencji i ochronę praw konsumentów w Polsce oraz przepisy dotyczące praktyk ograniczających konkurencję. Poruszana w artykule tematyka jest o tyle istotna, gdyż każdego roku traktaty unijne stają się źródłem tysięcy decyzji, które mają decydujący wpływ na funkcjonowanie gospodarek państw członkowskich UE i życie ich mieszkańców.

Podstawy prawne ochrony środowiska w Polsce: wybrane zagadnienia

Artykuł zawiera wybrane zagadnienia z prawnych podstaw ochrony środowiska w Polsce. Zgodnie z obowiązującym prawem ochrona środowiska to obowiązek zarówno administracji publicznej, przedsiębiorców, jak i obywateli. Podmioty te (i inne jeszcze) powinny postępować zgodnie z prawem, tak aby utrzymać naturalne podstawy bytu ludzi, zapewnić odpowiednie warunki rozwoju bez szkody dla środowiska naturalnego. Stąd wprowadzenie takich regulacji prawnych, jak odpowiednie zezwolenia na korzystanie z zasobów wodnych, leśnych, geologicznych itp. oraz stosowanie opłat za odprowadzanie ścieków, składowanie odpadów itp. Z zasady regulacje te powinny być zgodne z prawem ochrony środowiska UE i innymi umowami międzynarodowymi.

Część II. Problemy zarządzania zasobami ludzkimi

Nieprawidłowości w relacjach z obywatelami w zakresie sporządzania czynności notarialnych w kontekście wymogów etycznych dotyczących notariusza

Artykuł poświęcono nieprawidłowościom w relacjach z obywatelami w zakresie czynności notarialnych w kontekście wymogów etycznych dotyczących notariusza. Nadrzędnym celem artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie: czy notariusz jako osoba wykonująca „klasyczny” zawód prawniczy powinna funkcjonować w granicach ogólnych norm moralnych, poczucia przyzwoitości, kultury moralnej oraz wychowania obywatelskiego. Wskazane w artykule kwestie powinny zainicjować zmiany w funkcjonowaniu samej korporacji notarialnej, która nie powinna przejmować typowych dla związków zawodowych funkcji, ale stać na straży etyki zawodowej i godnego z punktu widzenia obywatela i państwa przestrzegania przepisów prawa, a nie wykorzystywania ich dla celów finansowych.

Wypalenie zawodowe instruktorów terapii zajęciowej w kontekście poczucia własnej wartości oraz cech osobowościowych Wielkiej Piątki

Celem przeprowadzonych badań było ustalenie uwarunkowań osobowościowych wypalenia zawodowego u instruktorów terapii zajęciowej ($n = 30$, średnia wieku: $M = 38,32$). W badaniach zostały wykorzystane narzędzia psychologiczne: MBI, NEO-FFI, SES, a wśród badanych zmiennych znalazły się: wypalenie zawodowe, poczucie własnej wartości oraz cechy osobowości ujęte w modelu Wielkiej Piątki: neurotyczność, ekstrawersja, otwartość na doświadczenie, ugodowość i sumienność. Przeprowadzone analizy korelacji oparte na współczynniku r -Pearsona potwierdziły występowanie istotnych statystycznie związków wypalenia z trzema cechami osobowości: neurotycznością, otwartością na doświadczenie oraz ugodowością. Czynniki te są jednak związane tylko z dwoma wymiarami wypalenia: wyczerpaniem emocjonalnym oraz depersonalizacją. Pozostałe cechy – ekstrawersja i sumienność, a także poczucie własnej wartości – nie potwierdziły swojego związku z poziomem wypalenia badanych osób.

Część III. Problemy logistyki i marketingu

Strategie e-marketingu na przykładzie firmy BlaBlaCar

Wiele podmiotów na rynku chciałoby wyróżniać się wśród konkurencji poprzez osiąganie przewagi w różnych dziedzinach funkcjonowania przedsiębiorstwa. Używanie e-marketingu z pewnością jest w stanie zapewnić taką przewagę, jednakże wymaga to zrozumienia i poprawnego wdrożenia. Skuteczne wprowadzenie marketingu internetowego wymaga ponadto spojrzenia na działalność firmy z szerszej perspektywy. Aby wdrożenie e-marketingu było skuteczne, trzeba zestawzić ze sobą strategię firmy, funkcjonowanie działu sprzedaży oraz działania marketingowe online i offline. Celem artykułu jest zaprezentowanie nowych koncepcji marketingowych oraz narzędzi, które są dostępne dla przedsiębiorstw chcących reklamować się poprzez Internet. W pierwszej części tekstu, po wyjaśnieniu pojęcia i istoty marketingu internetowego, w sposób syntetyczny omówiono jego najważniejsze klasyczne narzędzia. Natomiast w drugiej części przeanalizowano działalność firmy BlaBlaCar w obszarze e-marketingu. Podsumowanie rozważań i ważniejsze wnioski kończą niniejszy artykuł.

Logistyka w mikro i małym przedsiębiorstwie

W artykule zaprezentowano podstawowe informacje dotyczące organizacji logistyki i działań logistycznych w mikro i małych przedsiębiorstwach. Wywody poparto badaniami, których celem była odpowiedź na pytanie, jakie działania logistyczne i w jakim stopniu najczęściej występują w firmach mikro i firmach małych.

W podsumowaniu badań stwierdzono, że w przedsiębiorstwie mikro lub małym pozycja logistyki nie musi być jednoznacznie określona, a infrastruktura logistyki typowego przedsiębiorstwa produkcyjnego, usługowego lub handlowego, mikro lub

małego, może obejmować podobne składniki. Można też wskazać na związek między profilem i skalą działania, sytuacją finansową mikro lub małej firmy a stosowanymi rozwiązaniami i aktywnością logistyczną przedsiębiorstw.

Kulturowe uwarunkowania komunikacji z klientem

Artykuł stanowi próbę określenia współczesnych metod komunikacji z klientem, scharakteryzowania ich oddziaływania na jego procesy decyzyjne oraz wskazania korzyści uzyskanych z zastosowania wybranych narzędzi komunikacji. Określenie niniejszego celu wynika z faktu, iż nowoczesna gospodarka bazuje nie tylko na nowych technologiach czy innowacyjności, ale przede wszystkim na informacji, która obecnie stanowi najcenniejszy zasób przedsiębiorstw. Jednak sama informacja to nie wszystko, potrzebny jest sprawny proces komunikacji. Obecnie proces komunikacji nabral nowego wymiaru ze szczególnym uwzględnieniem czynnika kulturowego, który stanowi główny element ogniwa w relacjach przedsiębiorstwa z otoczeniem, a także symboliki znaków, które wyróżniają przedsiębiorstwo na tle innych. Takie działania podejmowane przez nowoczesne przedsiębiorstwo wymagają dokonywania przez nie nieustannych zmian w zakresie kultury organizacji, zarządzania, technologii oraz komunikacji. Dlatego przedsiębiorstwa dostosowują swoje działania do wymagań rynku, koncentrując się na podkreśleniu indywidualizmu każdego konsumenta oraz na utrzymaniu relacji z nim.

Część IV. Problemy ekonomii i zarządzania finansami

Kredyt hipoteczny jako główne źródło finansowania inwestycji na rynku nieruchomości

Celem artykułu jest scharakteryzowanie kredytu hipotecznego jako przykładu metody finansowania nieruchomości mieszkaniowych w Polsce. Po wyjaśnieniu pojęcia kredytu hipotecznego i jego podstawowych rodzajów w dalszej części artykułu skoncentrowano się na omówieniu głównych warunków kredytowania oraz istoty jednego z ograniczonych praw rzeczowych, jakim jest hipoteka. Ponadto przedstawiono najważniejsze informacje dotyczące podaży i popytu na rynku nieruchomości w Polsce. Następnie omówiona została obecna sytuacja na rynku kredytów mieszkaniowych w Polsce. W zakończeniu zawarto ważniejsze wnioski.

Ekonomia ewolucyjna jako jeden z nurtów współczesnej ekonomii – zarys problematyki

Ekonomia ewolucyjna zaliczana jest do ekonomii heterodoksyjnej, której obszar zainteresowań koncentruje się na zagadnieniach związanych ze zmianami zachodzącymi w systemie ekonomicznym oraz ich przesłankami i konsekwencjami. Współczesna ekonomia ewolucyjna, akceptując, że rzeczywistość jest dynamiczna, skupia się na badaniu tego, w jaki sposób ewoluuje gospodarka, szukając źródeł i mecha-

nizmów dynamiki. W tych stwierdzeniach można zawrzeć podstawowy wyróżnik ontologiczny i metodologiczny ekonomii ewolucyjnej.

Celem artykułu jest zdefiniowanie ekonomii ewolucyjnej, a także przedstawienie jej historycznych korzeni, współczesnych poglądów oraz perspektywy rozwoju. Omówione zagadnienia nie opisują całego jej spektrum, a jedynie wybrane elementy. Artykuł ma charakter teoretyczny i składa się z pięciu części. W pierwszej skupiono się na wyjaśnieniu pojęcia i kluczowych założeń ewolucjonizmu w naukach społecznych. W dalszej części artykułu omówiono istotę ekonomii ewolucyjnej, a także przedstawiono jej korzenie. Z uwagi na wymogi objętościowe czasopisma, w tekście skoncentrowano się wyłącznie na prezentacji poglądów najważniejszych przedstawicieli tej dyscypliny naukowej. W końcowej części artykułu, w sposób syntetyczny, przybliżono istotniejsze słabości ekonomii ewolucyjnej oraz perspektywy jej rozwoju.

Część V. Problemy bezpieczeństwa

Przemoc w rodzinie w latach 2000–2011

W opracowaniu przedstawiono zagadnienia związane z przemocą domową w latach 2000–2011, w tym formy i skutki przemocy. Zwrócono również uwagę na istotny wpływ przeprowadzonych interwencji ogółem względem przemocy domowej. Poza tym zaprezentowano zarówno dynamikę ofiar, jak i sprawców. Omówiona została także procedura „Niebieskich Kart”.

Krym w systemie bezpieczeństwa regionalnego i międzynarodowego

Według przepisów prawa międzynarodowego Krym jest nadal częścią Ukrainy, choć stwierdzenie to budzi szereg wątpliwości w świetle aspektów historycznych przynależności tego półwyspu do Rosji (byłego ZSRR). Faktem pozostaje jednak, że przynależność Krymu do Rosji nie została uznana ani przez Ukrainę, ani przez społeczność międzynarodową. Zajęcie Krymu przez Rosję traktowane jest jako zachwianie bezpieczeństwa w regionie Europy Środkowej. Praktyczne skutki tego stwierdzenia przez państwa europejskie są jednak zróżnicowane. Nie ma dotychczas jednolitego stanowiska państw UE i NATO, co należy robić dalej w danej sprawie. Dla Rosji zajęcie Krymu ma ważne znaczenie militarne i ekonomiczne ze względu na jego położenie i transport morski. Jak dotychczas działania podjęte wobec Rosji przez UE i NATO nie przyniosły zdecydowanych efektów.

Kolejny, dwudziesty drugi numer naszego czasopisma dotyczy różnorodnej problematyki, którą można przypisać do sześciu podstawowych grup: problemy zarządzania organizacjami i środowiskiem, problemy zarządzania zasobami ludzkimi, problemy logistyki i marketingu, problemy ekonomii i zarządzania finansami, problemy bezpieczeństwa państwa oraz recenzje i sprawozdania z konferencji.

Redakcja



WYDAWNICTWO
AKADEMII HUMANISTYCZNO-EKONOMICZNEJ
W ŁODZI