

Redakcja naukowa
Jan Turyna

WYZWANIA WSPÓŁCZESNEJ RACHUNKOWOŚCI I FINANSÓW W PRZEDSIĘBIORSTWIE



Sekcja Wydawnicza
Wydziału Zarządzania
Uniwersytetu Warszawskiego



WYZWANIA WSPÓŁCZESNEJ RACHUNKOWOŚCI I FINANSÓW W PRZEDSIĘBIORSTWIE

REDAKCJA NAUKOWA

JAN TURYNA



Sekcja Wydawnicza
Wydziału Zarządzania
Uniwersytetu Warszawskiego

Warszawa 2021



Recenzenci:

dr hab., prof. US Adam Adamczyk (Uniwersytet Szczeciński)

prof. dr hab. Sławomir Sojak (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu)

Redakcja:

Anita Sosnowska

Projekt okładki:

Agnieszka Miłaszewicz

© Copyright by Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego,
Sekcja Wydawnicza Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego,
Warszawa 2021

Publikacja dofinansowana z dotacji na utrzymanie potencjału badawczego
na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego

e-ISBN: 978-83-235-5442-4

DOI: 10.7172/978-83-235-5442-4.swwz.6



Opracowanie komputerowe:
Dom Wydawniczy ELIPSA
ul. Inflancka 15/198, 00-189 Warszawa
tel. 22 635 03 01
e-mail: elipsa@elipsa.pl, www.elipsa.pl

Spis treści

Wprowadzenie	6
 Rozdział 1. Turystyczny Fundusz Gwarancyjny (TFG) jako narzędzie zarządzania ryzykiem w funkcjonowaniu organizatorów turystyki (<i>Marta Czupryńska-Kociszewska, Piotr Kociszewski</i>)	12
1.1. Wstęp	13
1.2. Złożoność działalności biur podróży – konceptualizacja kluczowych pojęć i uwarunkowań formalnych	17
1.3. Specyfika funkcjonowania biur podróży – przesłanka dla formułowania regulacji prawnych w zakresie zabezpieczeń finansowych organizatorów turystyki	21
1.4. Powstanie Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego w kontekście kształtowania się systemu zabezpieczeń organizatorów turystyki	26
1.5. Kluczowe zasady funkcjonowania TFG i wynikające z nich obowiązki organizatorów turystyki	32
1.6. Wybrane studia przypadków z działalności Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego w latach 2016–2020	35
1.6.1. Upadki biur podróży wymagające interwencji Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego	35
1.6.2. Punkt zwrotny – większe wypłaty środków z TFG niż wpływy ze składek	37
1.6.3. Funkcjonowanie portalu TFG dla turystów i przedsiębiorców ..	39
1.6.4. Zmiany w funkcjonowaniu TFG w obliczu pandemii COVID-19 oraz powołanie Turystycznego Funduszu Zwrotów i Turystycznego Funduszu Pomocowego	43
1.7. Zakończenie	47
 Rozdział 2. Wartość kapitału ludzkiego (<i>Sylvia Dudkowiak</i>)	53
2.1. Wstęp	54
2.2. Wartość kapitału ludzkiego – historia na przestrzeni wieków	55
2.3. Wartość kapitału ludzkiego – próby pomiaru na przykładzie Alima-Gerber	58
2.4. Wartość kapitału ludzkiego we współczesnej rachunkowości	66

2.5. Grupa Konrada – podział kapitału	73
2.6. Kapitał ludzki – problemy pomiaru	75
2.7. Kapitał intelektualny – cel i metody pomiaru	77
2.8. Zakończenie	81

Rozdział 3. Finansowanie proeksportowych działań firm – doświadczenia wykorzystania funduszy europejskich (<i>Michał Kołtuniak</i>)	85
3.1. Wstęp	86
3.2. Kluczowe informacje o polskim eksporcie	87
3.3. Liczba eksporterów – dostępne dane i szacunki	95
3.4. Eurocentryczność eksportu i jego konsekwencje dla gospodarki	102
3.5. Promocja eksportu – legalność udzielania firmom pomocy	110
3.6. Zakończenie	119

Rozdział 4. Sprawozdanie zarządu z działalności jednostki notowanej na wybranych rynkach zorganizowanych jako przejaw narracji w rachunkowości (<i>Małgorzata Winter</i>)	125
4.1. Wstęp	126
4.2. Narracja a sprawozdanie z działalności	128
4.2.1. Narracja w rachunkowości	128
4.2.2. Sprawozdanie z działalności spółek w świetle regulacji prawnych – oczekiwania co do treści	130
4.2.3. Sprawozdawczość z działalności spółek notowanych na NewConnect oraz na Rynku Głównym GPW w Warszawie – oczekiwania co do formy	135
4.3. Sprawozdanie z działalności w praktyce na przykładzie wybranych spółek rynku kapitałowego	136
4.3.1. Charakterystyka rynku kapitałowego – wybrane aspekty	136
4.3.2. Sprawozdawczość spółek notowanych na NewConnect oraz na Rynku Głównym GPW w Warszawie – założenia do badania	139
4.3.3. Wyniki badań	142
4.4. Zakończenie	148

Informacje o autorach	152
-----------------------------	-----

Wprowadzenie

„Wyzwania współczesnej rachunkowości i finansów w przedsiębiorstwie” to monografia poświęcona wybranym zagadnieniom należącym do dwóch kluczowych subdyscyplin w zakresie ekonomicznych aspektów nauk o zarządzaniu, jakimi są zarządzanie finansami przedsiębiorstw oraz rachunkowość. Problematyka zawarta w artykułach składających się na publikację z jednej strony wydaje się pozornie mało spójna, ponieważ obejmuje liczne i różnorodne zagadnienia z zakresu mikrofinansów. Z drugiej – pokazano jednak, jak szerokie jest *spectrum* zagadnień tworzących systemy finansowe współczesnych organizacji gospodarczych. Należy bowiem pamiętać, że finanse i rachunkowość przedsiębiorstw tworzą najważniejszy element składowy każdej jednostki gospodarczej, swoisty „krwioobieg” regulujący od podstaw obieg pieniądza w firmie. Bez systemu makrofinansów trudno byłoby wyobrazić sobie realizację jakichkolwiek celów strategicznych lub taktycznych dowolnej jednostki działającej w warunkach gospodarki wolnorynkowej.

Rozdziały tworzące monografię obejmują badania naukowe i analizy poświęcone m.in. aspektom organizacyjno-prawnym funkcjonowania funduszy gwarancyjnych w biurach turystycznych, pomiarowi i wartościowaniu kapitału ludzkiego w organizacjach gospodarczych, finansowaniu działań proeksportowych przedsiębiorstw przy wykorzystaniu środków zewnętrznych czy wreszcie roli narracji w rachunkowości w kontekście sprawozdawczości finansowej spółek rynku kapitałowego. Należy sądzić, że tytuł publikacji doskonale odzwierciedla złożoność problematyki zawartej w poszczególnych rozdziałach. Każdy z nich może stanowić odrębne wyzwanie dla funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw i zarządzania nimi. Wyniki badań naukowych będących konkluzją poszczególnych tekstów w ramach monografii mogą być podstawą do dalszych dyskusji i badań związanych z mikrofinansami przedsiębiorstw i z rachunkowością.

Pierwszy rozdział jest poświęcony Turystycznemu Funduszowi Gwarancyjnemu (TFG) i jego roli w zarządzaniu ryzykiem funkcjonowania organizatorów turystyki. Autorzy przyjęli, że należy odnieść się do fundamentalnego założenia w badaniach naukowych związanych z turystyką, tj. faktu, że turystyka jest

zjawiskiem złożonym i wieloaspektowym, o istotnej dynamice zmian, a także mającym niebagatelne znaczenie praktyczne. Wskazali również na potrzebę interdyscyplinarnych, wielowymiarowych projektów badawczych, zmierzających w stronę znalezienia wspólnej platformy do naukowej dyskusji w tym zakresie, opartej także na bazie kompleksowości.

Pośród licznych aspektów poznawczych w obszarze turystyki, Autorzy postanowili skupić się na szczególnie ważnym elemencie współczesnego rynku turystycznego, jakim są regulacje prawne, odnoszące się do sektora turystyki. To szerokie zagadnienie zostało celowo poddane dalszej konceptualizacji i finalnie zawężone do wątku funkcjonowania instytucji Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego. Fundusz ten stanowi narzędzie polityki turystycznej państwa, a w praktyce jest on obligatoryjnym filarem zabezpieczeń organizatorów turystyki, dodatkowo podlegającym modyfikacjom w obliczu pandemii koronawirusa COVID-19.

Z przyjętego w rozdziale pierwszym problemu badawczego wynika główny cel, jakim jest próba scharakteryzowania zmian zachodzących w zakresie działalności Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego, jego strukturze oraz spektrum podejmowanych aktywności na skutek wybuchu pandemii COVID-19, a zwłaszcza zmian, zachodzących w globalnej turystyce. Tak sformułowany problem badawczy i cel rozdziału określiły jego strukturę. W części wstępnej dokonano wyjaśnienia kluczowych pojęć, w odniesieniu do wskazanej koncepcji podejścia systemowego, a więc m.in. w skróconej formie przedstawiono specyfikę funkcjonowania organizatorów turystyki i jej wybrane skutki, tj. potrzebę zarządzania ryzykiem. Omówiono także uwarunkowania i mechanizm powstania oraz najważniejsze formalne ramy funkcjonowania Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego i wynikający z nich zakres zadań. W części praktycznej skupiono się natomiast na identyfikacji kluczowych studiów przypadków z działalności TFG w latach 2016–2020. Rozważania oparto na analizie materiałów publikowanych na jednym z rozpoznawalnych branżowych portali turystycznych, powiązanych z jednym z czołowych tytułów prasowych – portalu Turystyka.rp.pl. Są to dane głównie o charakterze jakościowym, choć poszczególne publikacje pozwoliły również na zebranie interesujących danych ilościowych, także zaprezentowanych, a częściowo zwizualizowanych w tekście.

Badania zawarte w rozdziale zostały oparte głównie na krytycznej analizie literatury przedmiotu. Ta kwerenda miała dość szeroki charakter, zawarto w niej bowiem zarówno opracowania stricte naukowe, jak i akty prawne, stanowiące fundament omawianych zagadnień, a także źródła internetowe związane z branżą turystyczną. Dodatkowym rozwiązaniem było wykorzystanie metody obserwacyjnej, a zwłaszcza obserwacji uczestniczącej związanej z codziennym

zawodowym funkcjonowaniem Autorów jako właścicieli biura podróży, mającego status organizatora turystyki.

O ile pierwszy rozdział monografii koncentrował się od strony badawczej na problematyce mikrofinansów, a konkretnie – na wykorzystaniu TFG w zarządzaniu ryzykiem przedsiębiorstw z branży turystycznej, o tyle drugi – obejmuje badania i analizy w zakresie pomiaru i wyceny kapitału ludzkiego w organizacjach gospodarczych. Współcześni menedżerowie wielokrotnie mają problem, pomimo skalkulowanej wartości zysku w sprawozdaniach finansowych, z policzeniem wartości przedsiębiorstwa. Wydawać by się mogło, że wartość przedsiębiorstwa nie może być uznawana za wartość subiektywną, skoro sprawozdania finansowe opierają się na wartości pieniądza i są przedstawiane w formie liczbowej. Zachowując naukowy ciąg myślowy, od ekonomii, poprzez zarządzanie, docelową dziedziną zawierającą merytoryczne fundamenty wartości pieniądza jest rachunkowość. To właśnie współczesna rachunkowość będąca częścią „nowej ekonomii” jest nauką, która coraz częściej zadaje pytanie o wartość zasobów gospodarczych, także niematerialnych, a jednocześnie szuka na nie odpowiedzi już nie tylko w sprawozdaniach finansowych, lecz także w załączonych informacjach dodatkowych. Oznacza to, że rachunkowość mierzy się wielokrotnie z przedstawieniem wartości nie tyle pieniądza, ile tej nadrzędnej, czyli wartości kapitału ludzkiego. W konsekwencji zarządzający biznesem, którzy nie potrafią dostrzec potencjału pracowników, ich wkładu w obecną wartość przedsiębiorstwa ani jego przyszłych możliwości, nie są w stanie w sposób konstruktywny zarządzać przedsiębiorstwem, gdyż będą dostrzegać wyłącznie liczbowy zysk, który – w szerszym kontekście – może być stratą.

Omawiany rozdział ma na celu przybliżenie pojęcia „wartości kapitału ludzkiego” od stron zarówno historycznej, jak i ekonomicznej. Wpływ zmian społeczno-gospodarczych dotyczy przede wszystkim ludzi, ich wkładu, wpływu na jakość i sposób wykonywania przez nich pracy, a co za tym idzie – na wartość kapitału ludzkiego. Obserwacje zmian, rozwój technologii, ale również silny wpływ wiedzy i wykształcenia spowodowały podział klas społecznych. Wartość kapitału ludzkiego stała się istotnym czynnikiem „nowej ekonomii”, gdzie docelowo nauka o rachunkowości dołącza go do kategorii bilansowej wartości niematerialnych. W rezultacie, rozdział przedstawia główne metody kalkulacji wartości kapitału ludzkiego oraz ich ograniczenia. Dodatkowo ma na celu podniesienie świadomości wkładu pracy wykonywanej przez każdego pracownika i jego wpływu na wartość przedsiębiorstwa. Poza częścią wstępną, w której podjęto próbę prezentacji ewolucji podejścia do kwestii pomiaru i wyceny kapitału ludzkiego, w części głównej Autorka dokonała przeglądu aktualnie stosowanych w praktyce metod pomiaru, jak np. metoda wyceny według wskaźników giełdo-

wych, metoda wyceny dochodów nadwyżkowych, metody wskaźnikowe czy też inne metody, jak np. zrównoważona karta wyników (*Balanced Scorecard*), nawigator (*Navigator*) Scandii, monitor aktywów niematerialnych (*Intangible Assets Monitor*) bądź karta łańcucha wartości (*Value Chain Scoreboard*). Z wymienionych w rozdziale metod wyceny aktywów intelektualnych, na szczególną uwagę zasługuje nawigator Scandii. Jest pierwszym w świecie, wdrożonym systemem pomiaru wartości kapitału intelektualnego (IC) przedsiębiorstwa. Powstał w szwedzkiej firmie Scandia, działającej w sektorze usług finansowych. Nie była to pierwsza firma, która zwróciła uwagę na problem niedowartościowania kapitału intelektualnego w bilansach przedsiębiorstw, ale była ona pionierem we wdrażaniu metod, które tę nieprecyzyjność próbowały wyeliminować. Nawigator opiera się na nowym, dotychczas nieużywanym, podziale kapitału ludzkiego, w jego skład wchodzi zaś pracownicy wraz z ich wiedzą i umiejętnościami, kapitał strukturalny, czyli informacje należące do firmy, jak np. bazy danych, listy klientów, patenty oraz kapitał kliencki (lojalność klientów, relacje z dostawcami itp.). Autorzy modelu stwierdzili, że rzeczywista wartość przedsiębiorstwa wynika ze współdziałania tych trzech kapitałów. Opracowanie może stanowić wartościowy i interesujący przyczynek do dyskusji nt. aktywów intelektualnych i ich roli w zarządzaniu organizacjami gospodarczymi.

Kolejny rozdział wchodzący w skład monografii poświęcony jest finansowaniu proeksportowych działań firm oraz analizie doświadczeń wykorzystania funduszy europejskich w tym procesie. Zagadnienie poruszone w monografii można rozpatrywać z punktu widzenia samych przedsiębiorców oraz gospodarki jako całości. Z jednej strony, działalność proeksportowa przedsiębiorstw jest istotna i korzystna z punktu widzenia mikrofinansów przedsiębiorstwa, gdyż docelowo prowadzi do wzrostu pozyskiwania nowych środków gospodarczych, w konsekwencji do rozwoju skali działania jednostki gospodarczej. Z drugiej zaś – działalność proeksportowa wpływa korzystnie także na całokształt gospodarki narodowej. Eksport, jako przejaw internacjonalizacji, stawia przed firmą nowe wyzwania, naraża ją wprawdzie na dodatkową konkurencję, ale tym samym zmusza do szukania nowych rozwiązań, wdrażania dostosowań ważnych na nowym rynku, a wynikających na przykład z różnic kulturowych, prawnych, obyczajowych. Wymusza wprowadzanie innowacji. To wszystko może przyczyniać się do podnoszenia poziomu konkurencyjności takiego podmiotu, który – stając się lepszy, efektywniejszy – może pośrednio wymuszać zmiany i dostosowania także na krajowych firmach, nieprowadzących wprawdzie działalności eksportowej, ale konkurujących z danym podmiotem na krajowym rynku.

Autor rozdziału podejmuje próbę odpowiedzi na pytanie, jak i czy prawidłowo zostały skomponowane proeksportowe programy wsparcia finansowane

ze środków unijnych? Oprócz analizy literatury zastosowano tu takie metody badawcze, jak metoda opisowa oraz metody badań niereaktywnych, a zwłaszcza metodę historyczno-porównawczą i statystyczną analizę danych.

W rozdziale postawiono kilka tez badawczych, w tym m.in. że polski eksport jest silnie uzależniony od rynków Unii Europejskiej, zwłaszcza od Niemiec, Francji, Włoch i Czech, uzależnienie polskiego eksportu od chłonności kilku kluczowych rynków ma konsekwencje gospodarcze w wypadku osłabienia tempa wzrostu gospodarczego na tych rynkach, dostępność instrumentów wsparcia eksportu jest w dużym stopniu determinowana wielkością przedsiębiorstwa, dotychczasową działalnością eksportową, przynależnością regionalną, a także przynależnością do określonej (wspieranej) branży, czy też oferowane programy przyczyniły się do zwiększenia stopnia umiędzynarodowienia firm sektora małych i średnich przedsiębiorstw.

Metodologia badań obejmuje m.in. analizę literatury, a ponadto zastosowano także metody opisowe oraz badań niereaktywnych, w tym zwłaszcza metodę historyczno-porównawczą i statystyczną analizę danych, oparto na bazach danych: Głównego Urzędu Statystycznego, Światowej Organizacji Handlu oraz unijnego urzędu statystycznego – EUROSTAT.

Ostatni, piąty rozdział monografii stanowi odpowiedź na pytanie, czy sprawozdanie zarządu z działalności jednostki giełdowej, notowanej na wybranych rynkach zorganizowanych, stanowi przejaw narracji w rachunkowości?

Sprawozdanie z działalności jednostki stanowi swoiste uzupełnienie sprawozdania finansowego o szereg informacji pozwalających na dokonanie wielowymiarowej, a zarazem kompleksowej oceny sytuacji finansowej i majątkowej jednostki, w tym ocenę efektów jej działalności. Prawidłowo sporządzone sprawozdanie zarządu powinno ponadto ujawnić występowanie czynników ryzyka i opis potencjalnych zagrożeń dla prawidłowego funkcjonowania jednostki, a także jej perspektywy. Raport ten, w przeciwieństwie do sprawozdania finansowego, wprawdzie nie był do tej pory przedmiotem bardzo licznych badań i dociekań naukowych, to jednak można zauważyć rosnące zainteresowanie badaczy tą tematyką – stąd też zamiarem Autorki jest aktywny udział w tym trendzie naukowym i podjęcie próby uzupełnienia luki poznawczej dotyczącej wybranych aspektów sprawozdania zarządu.

Celem rozdziału jest analiza komparatywna zawartości oraz jakości informacji prezentowanej w sprawozdaniu z działalności spółki notowanej na NewConnect oraz na Rynku Głównym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Autorka stawia tezę, że przejście na rynek główny powoduje wzrost jakości powyższego raportu poprzez zwiększenie zakresu ujawnianych informacji oraz staranności sporządzania raportu. Jednocześnie, zmiana w podej-

ściu do raportowania stanowi praktyczną realizację narracji zarządów spółek w obszarze kształtowania wizerunku spółki w ramach komunikacji z odbiorcami informacji sprawozdawczych.

Dla realizacji przyjętego celu i dowiedzenia postawionej tezy zostały wykorzystane dwie zasadnicze metody: studia literaturowe, obejmujące przegląd literatury i analizę regulacji prawnych oraz badanie empiryczne, na które składała się analiza wybranych wskaźników rynku kapitałowego oraz – jako kluczowa – analiza sprawozdań z działalności emitentów (czyli sprawozdań z działalności), na tle krótkiej charakterystyki wybranych aspektów polskiego rynku kapitałowego: Alternatywnego Systemu Obrotu NewConnect i Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. W ramach badania empirycznego wykorzystano podejście, które jest określane jako badanie wydarzeń, poprzedzone analizą ilościową wybranych parametrów rynku kapitałowego. Badanie wydarzeń polegało na przeprowadzeniu analizy komparatywnej sprawozdań zarządu wybranych spółek giełdowych notowanych na NewConnect za trzy okresy sprawozdawcze: dwa przed wejściem na rynek główny oraz za rok, w którym nastąpił debiut danej spółki na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Główny akcent dla tej części badania empirycznego został położony na zmiany o charakterze jakościowym, z marginalnym potraktowaniem zmian o charakterze ilościowym.

Prezentowana monografia może stanowić ważny i ciekawy przyczynek do dyskusji na temat aspektów zarządzania związanych z mikrofinansami i rachunkowością we współczesnym, zglobalizowanym świecie.

Jan Turyna

Marta Czupryńska-Kociszewska*
Piotr Kociszewski**

Rozdział 1

Turystyczny Fundusz Gwarancyjny (TFG) jako narzędzie zarządzania ryzykiem w funkcjonowaniu organizatorów turystyki

W rozdziale skupiono się na wątku funkcjonowania instytucji Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego jako narzędzia polityki turystycznej państwa, obligatoryjnego filaru zabezpieczeń organizatorów turystyki, a w praktyce istotnego narzędzia w zarządzaniu ryzykiem towarzyszącym działalności biur podróży. W części teoretycznej przedstawiono specyfikę funkcjonowania organizatorów turystyki i jej wybrane skutki, tj. potrzebę zarządzania ryzykiem. Następnie omówiono uwarunkowania i mechanizm powstania oraz najważniejsze formalne ramy funkcjonowania Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego i wynikający z nich zakres zadań. W części praktycznej skupiono się natomiast na identyfikacji kluczowych momentów w funkcjonowaniu TFG w latach 2016–2020. Rozważania oparto na bogatej literaturze przedmiotu, jak również na analizie materiałów publikowanych na jednym z rozpoznawalnych branżowych portali turystycznych, powiązanych z jednym z czołowych tytułów prasowych – portalu Turystyka.rp.pl.

Słowa kluczowe: biuro podróży, organizator turystyki, ryzyko, Turystyczny Fundusz Gwarancyjny, pandemia.

* mgr Marta Czupryńska-Kociszewska – Wydział Zarządzania, Uniwersytet Warszawski, ul. Szturmowa 1/3, 02-678 Warszawa; e-mail: mczuprynska@wz.uw.edu.pl; ORCID ID: 0000-0002-3635-9408.

** dr Piotr Kociszewski – Szkoła Główna Turystyki i Hotelarstwa VISTULA; Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Uniwersytet Warszawski, ul. Krakowskie Przedmieście 30, 00-927 Warszawa; e-mail: p.kociszewski@uw.edu.pl; ORCID ID: 0000-0002-5324-7782.

TOURISM GUARANTEE FUND (TFG) AS A TOOL OF RISK MANAGEMENT IN TOUR OPERATORS FUNCTIONING

The chapter focuses on the functioning of the institution of the Tourist Guarantee Fund as a tool of the state tourism policy, an obligatory pillar of security of tour operators and, in practice, an important tool to manage the risk accompanying tour operators' activity. The theoretical part presents the operation of tour operators and its selected consequences, i.e. the need for risk management. Then, the conditions and mechanism behind the establishment of the Tourist Guarantee Fund are discussed, along with the most important formal framework for its operation and the resulting scope of tasks. The practical part, on the other hand, focuses on identifying key moments in the functioning of the TGF in the years 2016–2020. The considerations are based on rich literature, as well as on the analysis of materials published on one of the recognizable tourism industry portals, associated with one of the leading press titles – Turystyka.rp.pl portal.

Keywords: travel agency, tour operator, risk, Tourism Guarantee Fund, pandemic.

JEL: Z30

1.1. Wstęp

Koncepcja niniejszego rozdziału wymaga odniesienia się do fundamentalnego założenia w badaniach naukowych związanych z turystyką, tj. świadomej identyfikacji jej istoty i opisujących ją atrybutów – czyli faktu, że „jest zjawiskiem złożonym i wieloaspektowym, o istotnej dynamice zmian, a także mającym niebagatelne znaczenie praktyczne” (Bosiacki, 2013, s. 42). Z tak przyjętego podejścia wyrasta potrzeba interdyscyplinarnych i wielowymiarowych projektów badawczych, zmierzających w stronę „znalezienia wspólnej platformy do naukowej dyskusji (i współpracy) między reprezentantami różnych dziedzin i dyscyplin naukowych” (Alejziak, 2005, s. 288). Ponadto prowadzone badania powinny cechować się jeszcze kompleksowością (por. Gołębski 2003, s. 12), jak również zapewniać postulowaną przez W. Alejsiaka (2005, s. 288) i S. Bosiackiego (2013, s. 43) integrację – teoretyczną, metodologiczną i praktyczną.

Chcąc po pierwsze przywołać właściwą podstawę merytoryczną z zakresu nauk o zarządzaniu, warto sięgnąć do szerokiej wykładni P. Druckera (por. Klimczuk-Kochańska, 2016), który sam doświadczył niejako „metamorfozy poznawczej”. Co było zatem jej istotą i jakie nowe tendencje zaobserwował w otaczającym go wówczas świecie? Wydając w 1980 r. książkę pt. „Zarządzanie w czasach burzliwych” i opisując ówczesną rzeczywistość, zauważył, że jest

ona „istotnie odmienna od tej, w której działały przedsiębiorstwa opisywane w jego wcześniejszych publikacjach” (Klimczuk-Kochańska, 2016, s. 75). Uznał wówczas, że gospodarka weszła „w fazę turbulencji, którą cechuje brak przewidywalności kierunku rozwoju” (Drucker, 1995, s. 10). Z perspektywy czasu można dzisiaj wskazać, że zdefiniowana przez Druckera „turbulentność” stała się na przełomie tysiącleci „jedną z najbardziej charakterystycznych cech procesu gospodarowania, stawiając współczesne przedsiębiorstwa w obliczu wyzwań i niewiadomych” (Wściubiak, 2014, s. 48)¹.

Istotnym jednak aspektem wydaje się identyfikacja charakteru zmian, tj. dostrzeżenia ich tempa – swoistej „kompresji czasu” (por. Wściubiak, 2014, s. 49) oraz siły i wielostronności interakcji pomiędzy przedsiębiorstwem a jego otoczeniem (por. Sudoł, 2006, s. 63). Chcąc skomentować przywołaną powyżej cechę, tj. kwestię interakcji przedsiębiorstw z otoczeniem, warto z kolei sięgnąć do koncepcji podejścia systemowego, obecnej w literaturze przedmiotu od lat 50. XX wieku, a stworzonej przez L. Von Bertalanffiego (1984, za: Niemczyk 2012, s. 21), uważającego za system „kompleks elementów znajdujących się we wzajemnej interakcji”. W swojej pracy pt. „Ogólna teoria systemów” (1968, polskie wydanie 1984, za: Nawrot i Zmyślony, 2009, s. 42) zaproponował ogólne ramy metodologiczne badania problemów charakterystycznych dla organizacji oraz opisał istotę systemu otwartego. Za M. Bunge (1979) oraz Z. Chojnickim (1985) można dodać, że ujęcie systemowe opiera się na założeniach systemizmu, czyli filozofii systemów i rozpatruje rzeczywistość społeczną jako zbiór systemów w znaczeniu realnym. Do wymienionych atrybutów systemu warto dołączyć definicję autorstwa A. Lisowskiego (2003, za: Mika, 2014, s. 38), którego zdaniem „za system uważa się zbiór obiektów uporządkowanych i tak ściśle powiązanych oraz oddziałujących na siebie, że stanowią pewną całość wyróżniającą się ze swojego otoczenia”.

Podejście systemowe może być również użyteczne w interdyscyplinarnych badaniach turystycznych, a ciekawego zestawienia jego zastosowania dokonał w swoim opracowaniu M. Mika (2014), który wśród konkretnych przykładów wymienia m.in.: terytorialny system rekreacyjny (autorzy związani z tą koncepcją to m.in. Priebrażeński, 1975; Kostrowicki, 1975; Krzymowska-Kostrowicka, 1980; Wiedienin, 1982), system atrakcji turystycznych (Leiper 1979; 1990) oraz system obszarów recepcyjnych (Niezgoda, 2006; Mika, 2012). Należy zaznaczyć, że powyższe zestawienie ma charakter otwarty, wciąż bowiem

¹ Autorzy celowo nie skupiają się na wskazywaniu jednoznacznych przyczyn opisywanego powyżej stanu rzeczy, niemniej mając świadomość wielości przywoływanych w tym kontekście modeli i zjawisk (m.in. Mączyńska, 2010; Jasiński, 2005; Kotler i Caslione 2009 za: Wściubiak, 2014).

powstają kolejne opracowania bazujące na omawianym podejściu², czego zresztą potwierdzeniem jest wykorzystanie koncepcji systemu przez jednego ze współautorów w stworzeniu ram merytorycznych dysertacji doktorskiej poświęconej ofercie turystycznej dla seniorów (por. Kociszewski, 2016).

Warto jednak powrócić do punktu wyjścia, tj. określenia *otoczenie*, które A. Niemczyk (2012, s. 22) rozumie jako „zbiór elementów nie należących do systemu, a wpływających na jego funkcjonowanie”. Cytowana autorka postrzega wpływ otoczenia w dwóch kategoriach: „z jednej strony jest ono źródłem zasilania systemu, a z drugiej – miejscem konsumowania zewnętrznie ukie-runkowanych oddziaływań” (Niemczyk 2012, s. 22). System z otoczeniem jest natomiast powiązany relacjami wejścia (decydującymi o wpływie otoczenia na system) i wyjścia (generującymi z kolei wpływ systemu na otoczenie).

Z kolei Ł. Wściubiak (2014, s. 48) przywołuje w swoim opracowaniu podział otoczenia przedsiębiorstwa na „otoczenie bliższe (nazywane także mikrootoczeniem lub otoczeniem konkurencyjnym) oraz otoczenie dalsze (określane z reguły mianem makrootoczenia)”. Sięga również do spojrzenia R. Wolańskiego (2013, s. 48–51 za: Wściubiak, 2014, s. 48), który w kontekście makrootoczenia podkreśla potrzebę „wyodrębnienia otoczenia finansowego przedsiębiorstwa, do którego zalicza m.in. szeroko rozumiane instytucje finansowe, podmioty zajmujące się finansowaniem działalności gospodarczej oraz regulacje prawne tworzone przez władze państwowe i samorządowe”.

Pośród czynników kształtujących funkcjonowanie rynku w obliczu turbulencji skoncentrowano się finalnie na aspekcie wybranych regulacji prawnych na poziomie sektora turystycznego tworzonych przez władze państwa. To wciąż szerokie zagadnienie zostało celowo poddane dalszej konceptualizacji i finalnie zawężone do wątku funkcjonowania instytucji Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego jako narzędzia polityki turystycznej państwa³, a w praktyce

² Interesującym przykładem jest np. postulat A. Panasiuka (2014, s. 13–14 za: Michalska-Dudek, 2017, s. 159) dotyczący wykorzystania podejścia systemowego do prób interpretacji pojęcia „turystyka”, a dokładniej zastąpienia pojawiających się określeń „zjawisko” i „fenomen” kategoriami „system”, „proces” i „struktura”.

³ Jedną z najczęściej przywoływanych definicji w zakresie pojęcia „polityka turystyczna państwa” jest dość szerokie spojrzenie W. Alejskiego (2007), który uważa, że przez pojęcie „*polityka turystyczna*” zwykle rozumie się wszelkie działania władz państwowych różnego szczebla (krajowego, regionalnego i lokalnego), mające na celu zaspokojenie potrzeb turystycznych własnego społeczeństwa, racjonalne wykorzystanie walorów turystycznych, zasobów pracy i kapitału w sferze gospodarki turystycznej, kształtowanie optymalnych rozmiarów i struktury ruchu turystycznego, oraz ogólne sterowanie rozwojem turystyki, z uwzględnieniem jej licznych funkcji i związków z różnymi sferami życia społecznego i gospodarczego”.

obligatoryjnego filaru zabezpieczeń organizatorów turystyki, dodatkowo podlegającego modyfikacjom w obliczu pandemii koronawirusa COVID-19.

Z tak przyjętego problemu badawczego wynika główny cel niniejszego rozdziału, tj. próba scharakteryzowania zmian zachodzących w zakresie działalności Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego, jego strukturze oraz spektrum podejmowanych aktywności na skutek wybuchu pandemii COVID-19 i zachodzących nieodwracalnych zmian w globalnej turystyce⁴.

W części teoretycznej rozdziału dokonano wyjaśnienia kluczowych pojęć, w odniesieniu do wskazanej koncepcji podejścia systemowego, a więc m.in. w skróconej formie przedstawiono specyfikę funkcjonowania organizatorów turystyki i jej wybrane skutki, tj. potrzebę zarządzania ryzykiem. Następnie omówiono uwarunkowania i mechanizm powstania oraz najważniejsze formalne ramy funkcjonowania Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego i wynikający z nich zakres zadań. W części praktycznej skupiono się natomiast na identyfikacji kluczowych studiów przypadków z działalności TFG w latach 2016–2020. Rozważania oparto na analizie materiałów publikowanych na jednym z rozpoznawalnych i uznanych za wiarygodny branżowych portali turystycznych, powiązanych z jednym z czołowych tytułów prasowych – portalu Turystyka.rp.pl. Są to dane głównie o charakterze jakościowym, choć poszczególne publikacje pozwoliły również na zebranie interesujących danych ilościowych, także zaprezentowanych, a częściowo zwizualizowanych w tekście. Jako horyzont czasowy prowadzonych badań przyjęto okres od 2016 do 2020 roku, a w tym ostatnim roku szczególnie czas od marca do końca grudnia. W tym przedziale roku kalendarzowego następowały bowiem istotne z punktu widzenia turystyki „turbulencje i wstrząsy”, ewoluujące wraz z kolejnymi regulacjami, ale i czasowym zawieszeniem funkcjonowania wybranych sektorów rynku, w tym turystyki, tzw. lockdownami. Celowo nie zmieniano brzmienia przywoływanych cytatów, mimo czasem zbyt bezpośredniego stylu (nietypowego dla wypowiedzi naukowych), aby w ten sposób zilustrować zawarte w wypowiedziach nastroje oraz konteksty.

Realizacja zamierzonych celów była możliwa dzięki wykorzystaniu właściwych metod badawczych, a zatem przede wszystkim została oparta na krytycznej analizie literatury przedmiotu. Ta kwerenda miała dość szeroki

⁴ W jednym ze źródeł opisano je jako przejście – od tak często wskazywanego w ostatnich latach zjawiska *overtourism* charakterystycznego dla turystyki masowej (oznaczającego dosłownie przeciążenie liczbą turystów w danym czasie i miejscu) w stronę paradoksalnie scenariusza *no-tourism*, a więc znaczącego ograniczenia funkcji turystycznej miejsca, a szczególnie ruchu turystycznego w danej przestrzeni, w związku z pandemią i restrykcjami (<https://www.newsweek.pl/swiat/koniec-wakacji-na-pokaz-czyli-gdzie-pojechac-w-2021-roku/q4m05dp>, 25.02.2021).

charakter, zawarto w niej bowiem zarówno opracowania stricte naukowe, jak i akty prawne, stanowiące fundament omawianych zagadnień, a także źródła internetowe związane z branżą turystyczną. Dodatkowo konstruktywnym rozwiązaniem było wykorzystanie metody obserwacyjnej (por. Apanowicz, 2005, s. 57; Runge, 2007, s. 21), a dokładnie obserwacji uczestniczącej (ang. *participatory action research, PAR*), związanej z codziennym zawodowym funkcjonowaniem autorów jako właścicieli biura podróży, mającego status organizatora turystyki.

Jak zauważa J. Runge (2007, s. 21), istotą tej metody jest „nie tylko rejestracja jednostkowych faktów w otaczającej rzeczywistości, lecz także ich selekcja z punktu widzenia założonego celu badania”. Codzienne zarządzanie tego rodzaju działalnością gospodarczą, jaką jest biuro podróży, jest aplikacyjnym przykładem powyższego założenia J. Runge (2007), ponieważ wymaga ciągłego aktualizowania wiedzy z zakresu tematyki zabezpieczeń organizatorów turystyki, realizacji związanych z tym obowiązków oraz rozwiązywania z odpowiednimi podmiotami pojawiających się problemów. Można zatem założyć, że powstanie tego opracowania jest pokłosiem bezpośrednich „turbulencji covidowych” autorów i chęci podzielenia się swoimi doświadczeniami z potencjalnymi czytelnikami – zarówno z branży turystycznej, jak i ze świata akademickiego.

1.2. Złożoność działalności biur podróży – konceptualizacja kluczowych pojęć i uwarunkowań formalnych

Za podstawowe jednostki przy obsłudze uczestników ruchu turystycznego należy uznać przedsiębiorstwa turystyczne (Kachniewska, 2002; Pawlusiński, 2007), z których na rynku turystycznym najważniejsze sektory tworzy rynek hotelarstwa oraz rynek biur podróży, określane w literaturze również mianem „rynku usług organizatorskich i pośredniczych” (Michalska-Dudek, 2017, s. 159). Biura podróży to wszystkie przedsiębiorstwa turystyczne, które występują w roli pośrednika między wytwórcami usług turystycznych i turystami jako sprzedawcy gotowej oferty turystycznej (Alejziak, 2007; Pawlusiński, 2007; Panasiuk, 2014). Mimo historycznego funkcjonowania biur podróży od I połowy XIX wieku (pionierem w tym zakresie był Thomas Cook w 1841 roku w Wielkiej Brytanii), dopiero po II wojnie światowej doszło ostatecznie do wyłonienia się nowych podmiotów na rynku turystycznym – specjalistycznych przedsiębiorstw odpowiedzialnych za organizację – organizatorów turystyki

(*touropoperatorów*)⁵, a także dystrybucję – pośredników i agentów turystycznych (Konieczna-Domańska, 2008).

Należy podkreślić, że w polskim porządku prawnym nie zdefiniowano pojęcia „biuro podróży” funkcjonującego w praktyce gospodarczej branży turystycznej oraz w świadomości konsumentów. Termin ten został jednak sprecyzowany w literaturze przedmiotu, a jedną z propozycji jest rozumienie Z. Kruczka (2011, s. 27), zgodnie z którym biuro podróży to „podmiot gospodarczy prowadzący działalność w zakresie: organizowania podróży obejmującej pakiety usług, pośrednictwa w sprzedaży usług niezbędnych dla podróżującego, sprzedaży pakietów organizatorów oraz sprzedaży usług towarzyszących i komplementarnych”. Z kolei I. Michalska-Dudek i R. Przeorek-Smyk (2010, s. 29) wskazują, iż biura podróży „to podmioty zajmujące się pośredniczeniem przy sprzedaży różnych usług turystycznych oraz procesem organizowania i sprzedaży usług oferowanych najczęściej w postaci pakietu świadczeń”.

Po przywołaniu wybranych definicji z literatury przedmiotu, będących efektem merytorycznej kwerendy, właściwym wydaje się sięgnięcie do konceptualizacji w ujęciu formalnym, a więc aktualnego brzmienia pojęć zastosowanych przez ustawodawcę, zawartych przepisach obowiązującej od 1 lipca 2018 roku ustawy z 24 listopada 2017 roku o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych (Dz.U. 2017 poz. 2361; dalej: u.o.i.t.u.t.). Warto podkreślić, że ich wprowadzenie miało nieco szerszy kontekst, z czego należy przywołać dwa kluczowe aspekty:

- 1) wprowadzenie nowej ustawy zastąpiło poprzedni akt, obowiązujący od przeszło 20 lat, tj. ustawę z dnia 29 sierpnia 1997 o usługach turystycznych (z późniejszymi nowelizacjami – Dz.U. 1997 Nr 133 poz. 884); w tym przedziale czasu realia gospodarcze wokół nas, a szczególnie sfera usług uległy radykalnym zmianom, związanym z m.in. cyfryzacją, globalizacją itp.; naturalne zatem, iż z perspektywy bezpieczeństwa konsumentów niezbędna stała się kodyfikacja nieuregulowanych dotychczas obszarów funkcjonowania w sektorze usług turystycznych;
- 2) nowa ustawa stanowiła jednocześnie implementację do polskiego porządku prawnego dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2302 z dnia 25 listopada 2015 r. w sprawie imprez turystycznych i powiązanych usług turystycznych; dyrektywa ta zmieniała wcześniejsze rozporządzenie

⁵ W dalszej części niniejszego rozdziału terminy te będą stosowane zamiennie. W literaturze (m.in. Konieczna-Domańska, 1998; 2008) występuje też spolszczona wersja – *turoperatorzy*, choć paradoksalnie w starszym opracowaniu autorzy spotkali się również z określeniem *touropoperatoria* (w kontekście określenia organizatorów podróży działających w skali międzynarodowej i krajowej) (por. Kornak, 1999, s. 11).

(WE) nr 2006/2004 i dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE oraz uchylała poprzednią dyrektywę Rady 90/314/EWG (<http://zrot.pl/205-nowa-dyrektywa-w-sprawie-impres-turystycznych-opublikowana>); jak zauważają M. Byszewska-Dawidek i M. Nalazek (2016, s. 25) „nowa dyrektywa obejmuje swoim zakresem różne formy imprez turystycznych i aranżowanych usług turystycznych, w tym te oferowane on-line”, niewchodzące wcześniej w zakres dyrektywy (tzw. pakiety dynamiczne)⁶.

We wcześniejszej ustawie nie występowało określenie „biuro podróży”, za to w katalogu definicji legalnych w art. 3 funkcjonowały trzy terminy z nim związane: „organizator turystyki”, „pośrednik turystyczny”, „agent turystyczny”. Analogiczna sytuacja pojawia się w nowych aktach prawnych, z tym że zrezygnowano z kategorii „pośrednika turystycznego”, definiując terminy „organizator turystyki” i „agent turystyczny” (u.o.i.t.u.t.).

W tym miejscu, na użytek dalszych rozważań, warto uszczegółowić zakres działalności organizatora turystyki. Zgodnie z wykładnią zawartą w art. 4 ustawy z dnia 24 listopada 2017 r. przez organizatora turystyki należy rozumieć „przedsiębiorcę turystycznego, który tworzy i sprzedaje lub oferuje do sprzedaży imprezy turystyczne, bezpośrednio lub za pośrednictwem innego przedsiębiorcy turystycznego lub razem z innym przedsiębiorcą turystycznym, lub też przedsiębiorcę turystycznego, który przekazuje dane podróжного innemu przedsiębiorcy turystycznemu zgodnie z art. 5 ust. 1 pkt 2 lit. e”. Definicję zawartą w ustawie uszczegóławia A. Panasiuk, wskazując, iż „organizacja imprez turystycznych opiera się na trzech głównych filarach (Pansiuk, 2014, s. 72):

- przygotowaniu (m.in. tworzenie programu/oferty imprezy turystycznej, podpisanie umów z podwykonawcami);
- oferowaniu (przedstawienie oferty imprezy turystycznej potencjalnym klientom);
- realizacji (rzeczywiste dostarczenie dóbr/świadczanie usługi)”.

⁶ W oryginale definicji zawartych w dyrektywie 2015/2302 zostały one określone jako *linked travel arrangements*, stanowiąc rozszerzoną alternatywą (obok *pre-arranged-packages* i *customised packages*) rozumienia kluczowego pojęcia *package* (tj. pakiet – impreza turystyczna). W języku polskim określenie to zostało przetłumaczone jako „powiązane usługi turystyczne”, co znajduje swoje dalsze konsekwencje, m.in. w tytule polskiej ustawy oraz zmienionej nazwie rejestru organizatorów turystyki, w kontekście spełnienia kryterium działalności regulowanej (co wskazano w dalszej treści niniejszego rozdziału). Wskazano ponadto, iż zdefiniowane powyżej dynamiczne pakiety/powiązane usługi turystyczne powstają na skutek nabywania usług „od internetowych sprzedawców detalicznych za pośrednictwem powiązanych procesów rezerwacji online w ramach tzw. przeklikiwania (ang. *click through*), pod warunkiem, że poszczególne umowy są zawierane nie później niż 24 godziny od potwierdzenia rezerwacji pierwszej usługi turystycznej” (Kubiak-Cyruł, 2015, s. 27).

Zadania organizatorów turystyki opisuje również G. Gołembski (2007, s. 41), podkreślając, że ich rola nie kończy się na „kolekcjonowaniu usług różnych wytwórców” w celu sprzedaży każdej z nich detalicznemu odbiorcy. Wręcz przeciwnie, touroperatorzy sami tworzą unikalną (z ich marketingowej perspektywy sprzedawców) koncepcję połączenia usług, wynikającą z kompleksowości potrzeby turystycznej i charakteru zgłaszanego przez potencjalnych konsumentów. Do tej dyskusji dotyczącej charakteru pakietu organizatora turystyki włączali się również inni badacze (por. m.in. Konieczna-Domańska, 2008; Pawlusiński, 2007), w tym jeden ze współautorów opracowania stwierdzając, że argumentem przemawiającym za „klasyfikowaniem pakietu usług jako nowego produktu turystycznego jest tzw. nowa jakość”, szczególnie istotna np. w funkcjonowaniu touroperatorów na rynku turystyki kulturowej (por. Kociszewski, 2017, s. 83).

Należy podkreślić, że rynek organizatorów turystyki w skali zarówno Polski, jak i Europy pozostaje zróżnicowany w wielu aspektach, m.in. formalnego statusu tworzących go podmiotów, ich wielkości, ale i przestrzennego funkcjonowania (por. Kociszewski, 2019). Jeszcze przed pandemią COVID-19 (mającą od marca 2020 r. katastrofalne skutki dla całej turystyki, w tym dla organizatorów turystyki i tworzonych przez nich pakietów) I. Michalska-Dudek (2017) wskazywała występujące w rynkowym sektorze biur podróży zjawisko tzw. dualizmu – polaryzacji rynku turystycznego⁷. Przywołana autorka opisywała je jako strukturę dwóch przeciwnych biegunów, którą wówczas tworzyli:

- najwięksi touroperatorzy – o wypracowanej już pozycji, obsługujący klienta masowego, o kapitale zarówno polskim, jak i będący częścią transnarodowych koncernów turystycznych; w ich przypadku główną przyczyną przewagi rynkowej jest efekt skali, jak również jak zauważa M. Kachniewska (2014, s. 20): „możliwość wywierania wpływu na otoczenie oraz wyszukiwanie i zajmowanie najdogodniejszych miejsc w globalnym łańcuchu wartości”;
- małe i średnie przedsiębiorstwa, często niewspółpracujące na większą skalę między sobą, a raczej skupione na obsłudze swojego wolumenu klientów – rynku ograniczonego np. przestrzennie (miasto, region) lub tematycznie (kwestia niszowości realizowanych pakietów); głównym obciążeniem tych podmiotów są wysokie jednostkowe koszty działalności; słusznie zatem wskazano, iż ich udane funkcjonowanie zależy w dużej mierze od m.in. „ela-

⁷ Do istoty, a raczej wyzwania wskazanej powyżej polaryzacji rynku turystycznego odnosili się już wcześniej inni autorzy, m.in. M. Kachniewska (2012, s. 25 za: Michalska-Dudek 2017, s. 167) wskazywała, iż zjawisko to, „spowodowane ekspansją korporacji transnarodowych znacznie zmienia uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw”.

styczności i szybkości działania, innowacyjności oraz umiejętności zdobywania przewagi konkurencyjnej” (Michalska-Dudek 2017).

Z kolei zgodnie z zapisami ustawowymi za agenta turystycznego uważa się „przedsiębiorcę turystycznego innego niż organizator turystyki, który na podstawie umowy agencyjnej sprzedaje lub oferuje do sprzedaży imprezy turystyczne utworzone przez organizatora turystyki” (ustawa z dnia 24 listopada 2017 r.). W praktyce agenci, określane też biurami agencyjnymi, stanowią „ogniwa pośredniczące w sprzedaży między producentami usług częściowych a touroperatorami lub między touroperatorami a konsumentami” (Kach-niewska i in. 2012, s. 73). W tym ostatnim przypadku agenci turystyczni często są jednocześnie reprezentantami kilku organizatorów turystyki, co pozwala im na konstruktywny wybór właściwej oferty dla potencjalnego klienta z szerokiego wachlarza propozycji. Na rynku turystycznym pojawiają się także biura tzw. *multiagentów*, uzyskujących poprzez odpowiednie narzędzia sprzedaży (m.in. rozwinięte programy i aplikacje rezerwacyjne) dostęp do oferty nawet kilkunastu touroperatorów jednocześnie. Ponadto, obok typowej sprzedaży pakietów udostępnionych przez touroperatorów agenci (agencje turystyczne) mogą również sprzedawać produkty turystyczne uzyskane bezpośrednio od dostawców poszczególnych usług (por. Michalska-Dudek, 2017).

Konkludując, wielość pojawiających się na rynku turystycznym pojęć formalnych, towarzyszących popularnie stosowanemu w języku codziennym określeniu „biuro podróży”, implikuje każdorazowo potrzebę doprecyzowania pojęć i zarysowania dokładnego kontekstu ich stosowania. Ten wciąż jeszcze za rzadko wykonywany krok, który powinien być z jednej strony naturalnym odruchem konsumenta, z drugiej zaś – legitymizacją sprzedawcy wydaje się niezmiennie potrzebny, szczególnie w czasach dotyczących turbulencji, aby wzmacniać poczucie bezpieczeństwa i stabilności, tak potrzebne aktualnie na rozchwytanym rynku turystycznym.

1.3. Specyfika funkcjonowania biur podróży **– przesłanka dla formułowania regulacji prawnych** **w zakresie zabezpieczeń finansowych organizatorów turystyki**

Kontynuując rozważania z poprzedniej części rozdziału, a szczególnie chcąc stworzyć ramy dla właściwej implementacji postulatów zawartych w konkluzji, warto nadmienić, iż stosowanie w praktyce przywołanych powyżej pojęć dla określenia charakteru prowadzonej działalności gospodarczej nie wynika jedy-

nie z indywidualnej decyzji przedsiębiorcy, lecz w określonych przypadkach może zależeć od spełnienia odpowiednich wymagań, stawianych tzw. działalności regulowanej. Zaliczana jest do niej także działalność gospodarcza organizatorów turystyki, co oznacza w praktyce, że przedsiębiorca ją podejmujący jest zobligowany dodatkowo uzyskać wpis do specjalnego rejestru poprzez wcześniejsze spełnienie ustawowo określonych wymagań⁸. W nowym porządku prawnym uległa zmianie nazwa rejestru – na Centralną Ewidencję Organizatorów Turystyki i Przedsiębiorstw Ułatwiających Nabywanie Powiązanych Usług Turystycznych (u.o.i.t.u.t.)⁹. W praktyce „organem właściwym do prowadzenia rejestru jest marszałek województwa właściwy ze względu na siedzibę przedsiębiorcy turystycznego lub adres zamieszkania przedsiębiorcy turystycznego będącego osobą fizyczną” (<https://www.gov.pl/web/rozwoj-praca-technologia/centralna-ewidencja-organizatorow-turystyki-i-przedsiębiorcow-ulatwiajacych-nabywanie-powiazanych-uslug-turystycznych>), natomiast za obsługujący go system teleinformatyczny odpowiada Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny.

Podstawą wpisu do rejestru, oprócz formalnego posiadania statusu przedsiębiorcy, jest przede wszystkim złożenie wniosku do marszałka województwa właściwego ze względu na siedzibę przedsiębiorstwa – wraz z określeniem m.in. przedmiotu działalności i jej zasięgu terytorialnego oraz, co ważne, posiadanie właściwego zabezpieczenia gwarancyjno-finansowego, a w przypadku podmiotów już funkcjonujących na rynku – jego coroczne odnawianie.

Jak podkreślała już w swoich wcześniejszych opracowaniach współautorka niniejszego rozdziału, „wskazane dodatkowe wymogi prawne, stanowiące pośrednio barierę wejścia na rynek usług turystyki, służą przede wszystkim ochronie konsumentów przed nadużyciami ze strony nieuczciwych przedsiębiorców, być może dostrzegających w branży stosunkowo łatwe pole do bezprawnych działań” (Czupryńska, 2017b, s. 3), a więc *de facto* – niwelowaniu pojawiającego się ryzyka, na które różne wymiary pozostaje podatny, niezależnie od pandemii COVID-19 – także wcześniej – sektor turystyki.

Podejmując się zdefiniowania pojęcia „ryzyka”, warto na początku podkreślić powszechność tego zjawiska oraz fakt towarzyszenia zarówno działaniom, jak i określonym stanom w sposoby bezpośredni i pośredni (por. Sobolewski i Bober, 2015). W dalszych rozważaniach należy szczególnie wziąć pod uwagę dodatkowo tzw. ryzyko specyficzne (w odróżnieniu od kategorii ryzyka systematycznego), rozumiejąc je za H. Sobolewskim i P. Boberem (2015, s. 254)

⁸ Działalnością regulowaną natomiast zgodnie z zapisami ustawowymi nie jest działalność gospodarcza agentów turystycznych.

⁹ Wcześniej oficjalna nazwa rejestru brzmiała następująco: Centralna Ewidencja Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych.

jako „część ryzyka całkowitego, które jest specyficzne dla danego podmiotu”. To zawężenie jest również istotne z punktu widzenia doboru odpowiednich narzędzi zarządzania ryzykiem (por. Pritchard, 2020), ponieważ narażenie na ryzyko może skutkować materialnymi i niematerialnymi stratami (w najgorszym wypadku prowadzącymi do utraty stabilności i płynności finansowej, zakłóceniami w terminowej realizacji zobowiązań, a w skrajnych wypadkach – bankructwem).

Niestety, ale wskazana już we wstępie „turbulentna rzeczywistość” komplikuje (oczywiście w powiązaniu z innymi specyficznymi czynnikami) funkcjonowanie rynku turystycznego, a szczególnie organizatorów turystyki, implikując wielość kategorii potencjalnego ryzyka (por. Sobczyk, 2013), z których szczególnie istotne wydaje się ryzyko finansowe. Jego charakter identyfikują I. Michalska-Dudek i R. Przeorek (2014, s. 293), wskazując złożoność systemu, w którym działają biura podróży–touroperatorzy. Przywołane autorki podkreślają, że „występowanie na wspomnianym rynku zjawiska sezonowości, tworzenie swoistych trendów w kierunkach wyjazdowych oraz szybko zachodzące zmiany warunków prowadzenia biznesu sprawiają, że nawet niewielkie błędy lub wystąpienie nieprzewidzianych turbulencji w szerokim otoczeniu mogą postawić biuro na skraju niewypłacalności i – jak pokazała rzeczywistość minionych lat – być przyczyną bankructw touroperatorów, kłopotliwych nie tylko dla turystów korzystających z ich usług, ale również agentów sprzedających ich ofertę czy w końcu urzędów marszałkowskich, które zmuszone są ponosić koszty powrotu turystów do kraju”. Ponadto warto podkreślić, że przywołane powyżej źródła ryzyka pozostają skorelowane ze specyfiką produktu organizatorów turystyki, czyli imprezą turystyczną, będącą *de facto* „usługą niematerialną powstałą na skutek licznych powiązań między usługodawcami takimi jak hotelarze, przewoźnicy, piloci wycieczek itd.” (Sobolewski i Bober, 2015, s. 255). Niesolidność bowiem jednego z dostawców usług – kooperantów w takiej sytuacji może stać się powodem zachwiania stabilności i niewywiązania się z umowy zawartej z klientem-turystą, a dalej prowadzić do opisanego już powyżej scenariusza niewypłacalności.

Sobolewski i Bober (2015, s. 256) sugerują, iż „w celu skutecznego ograniczenia ryzyka, na jakie narażone jest przedsiębiorstwo, konieczne jest umięjętne jego rozgraniczenie i następnie celowe nim zarządzanie, a innymi słowy – podejmowanie takich działań, które mają na celu obniżenie stopnia oddziaływania danego ryzyka na funkcjonowanie podmiotu gospodarczego”. Wśród praktycznych kroków szczególnie istotnym w kontekście specyfiki działalności organizatorów turystyki wydaje się analiza możliwości zabezpieczenia przedsiębiorstwa przed negatywnymi skutkami podjętego ryzyka.

W literaturze przedmiotu wskazuje się „pięć klasycznych sposobów podejścia do ryzyka (unikanie, ograniczanie, rozłożenie, zatrzymanie, transfer” (Gasińska, 2013, s. 49), spośród których w obliczu złożoności usług turystycznych najodpowiedniejszy wydaje się postulat transferu, czyli „przenoszenia za uzgodnioną opłatą poniesionych strat na inny podmiot” (Szumlicz, 2005, s. 8, za: Gasińska, 2013, s. 49). Takim rozwiązaniem, choć niewyekspozowanym powyżej jako odrębny instrument, są ubezpieczenia postrzegane jako „najpowszechniejszy, najłatwiej dostępny, choć nie zawsze tani instrument finansowania ryzyka” (Gasińska, 2013, s. 49), ale jednocześnie „w świetle doświadczeń społeczno-gospodarczych bardzo ekonomiczna metoda zarządzania ryzykiem” (Sangowski, 1998b, s. 4, za: Gasińska, 2013, s. 49). Aktualnie mamy do czynienia z ogromną różnorodnością produktów ubezpieczeniowych, co powoduje, że również podział tych ofert może opierać się na kilku kryteriach klasyfikacyjnych, uwzględniających różne zmienne.

Wśród tego zdywersyfikowania właściwym dla podejmowanych zagadnień wydaje się zaproponowane w koncepcji podziału M. Gasińskiej (2013) kryterium podmiotowe, wyróżniające:

- ubezpieczenia podmiotów gospodarczych (w tym także organizatorów turystyki);
- ubezpieczenia osób fizycznych, związane z turystyką indywidualną i zorganizowaną bądź aktywnością o charakterze rekreacyjnym.

Bez wątpliwości należy zgodzić się z konstatacją przywoływanych już badaczy – H. Sobolewskiego i P. Bobera (2015, s. 257) uważających, że „najistotniejszym z punktu widzenia działalności touroperatora jest obowiązkowe ubezpieczenie OC biur podróży, które ze względu na szczególny charakter prowadzonej działalności jest również podstawowym narzędziem zarządzania ryzykiem w jego działalności”. Częściej jednak, zresztą w zgodzie z obowiązującą wykładnią prawa, używa się dla nazwania tego specyficznego produktu ubezpieczeniowego określenia „zabezpieczenia finansowe organizatorów turystyki”, a wręcz „zabezpieczenia gwarancyjno-finansowe”, ponieważ od zmian prawnych w 2016 roku identyfikuje się je jako system dwufilarowy (co szerzej zostanie omówione w dalszej części). To właśnie od 2016 roku, obok już wcześniej istniejącego wymogu posiadania zabezpieczenia gwarancyjnego i odnawiania jego działalności – obecnie określanego pierwszym filarem, powstał Turystyczny Fundusz Gwarancyjny – jako tzw. drugi filar. Jego wprowadzenie nałożyło na organizatorów turystyki nowe obowiązki formalne z nim związane. W niniejszym rozdziale ten bardzo szeroki zatem wątek zabezpieczeń, z racji również już wcześniejszego podejmowania tego wątku przez autorów (m.in. Maliszew-

ska, Kociszewski i Łopaciński, 2017; Czupryńska, 2017a, 2017b) zostanie zatem celowo zawężony do działalności TFG. To bowiem w systemie zabezpieczeń organizatorów i w ogóle polityki turystycznej ta instytucja, której w ostatnich latach, a także w okresie „covidowych turbulencji” dotyczyły istotne zmiany – szczególnie w kontekście nowych wyzwań i zakresu funkcjonowania.

Zagadnienie funkcjonowania TFG zostanie zatem przedstawione niejako dwuetapowo, w pierw w ujęciu teoretycznym (także historycznym – w kontekście ewolucji systemu zabezpieczeń organizatorów turystyki w ogóle), a następnie – praktycznym, opartym na zrealizowanym procesie badawczym. Tak przyjęte ujęcie wpisuje się również w szerszą dyskusję obecną w literaturze przedmiotu dotyczącą oceny stabilności biur podróży, predykcji modeli upadłości oraz znaczenia zabezpieczeń finansowo-gwarancyjnych w tym kontekście (por. Michalska-Dudek i Przeorek-Smyk, 2014).

Chcąc podsumować rozważania zawarte w niniejszym rozdziale, a jednocześnie uporządkować stosowane pojęcia i miejsce zabezpieczeń gwarancyjno-finansowych w systemie ubezpieczeń w ogóle, jako istotnych narzędzi zarządzania ryzykiem, warto odwołać się jeszcze do zaproponowanego wcześniej podziału produktów ubezpieczeniowych w ujęciu podmiotowym. Autorzy generalnie nie mają wątpliwości co do skuteczności tego wydzielenia, jednak proponują modyfikację merytoryczną, zaczerpniętą z prezentacji przedstawicielki Polskiej Izby Ubezpieczeń, wygłoszonej w Szkole Głównej Turystyki i Hotelarstwa VISTULA (dawniej Szkole Głównej Turystyki i Rekreacji) w Warszawie, podczas seminarium dotyczącego tematyki ubezpieczeń turystycznych w 2018 roku, zatytułowanego „Rynek zabezpieczeń finansowych i produktów ubezpieczeniowych w kontekście działalności biur podróży” (<https://www.vistulahospitality.edu.pl/o-nas/aktualnosci-i-wydarzenia/wydarzenia/seminarium-rynek-zabezpiecen-finansowych-produktow-ubezpieczeniowych-kontekscie-dzialalnosci-biur-podrozy>).

Propozycję uporządkowania prezentuje rysunek 1.1, wskazując na specyfikę właśnie ubezpieczeń dla organizatorów turystyki, a tak naprawdę zabezpieczeń na wypadek niewypłacalności przedsiębiorcy turystycznego. Ta złożoność powoduje, że w opinii piszących nie można ich jednoznacznie zaklasyfikować tylko do ubezpieczeń stricte po stronie podmiotów gospodarczych, choć rzeczywiście – omówione w dalszej treści zabezpieczenia identyfikowane są na poziomie konkretnego podmiotu jako ubezpieczającego. Jednak należy wziąć pod uwagę fakt, że niwelują one ryzyko niewypłacalności, która faktycznie dotyka klientów biura podróży – zarówno w danym momencie realnie korzystających z jego oferty, jak i przyszłych – powiązanych już formalnie zawartymi umowami i wpłaconymi zaliczkami na poczet realizacji dopiero planowanych imprez.

Właściwym kompromisem wydaje się zatem ulokowanie na rysunku 1.1 zabezpieczeń organizatorów turystyki właśnie pomiędzy dwoma głównymi kategoriami, zakładając, że stanowią „część wspólną”.

Rysunek 1.1. Propozycja uporządkowania podziału ubezpieczeń turystycznych, ze szczególnym miejscem zabezpieczeń gwarancyjno-finansowych organizatorów turystyki



Źródło: opracowanie własne.

1.4. Powstanie Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego w kontekście kształtowania się systemu zabezpieczeń organizatorów turystyki

W zaprezentowanej dotychczas treści rozdziału scharakteryzowano rozumienie kluczowych pojęć, jak również zwrócono uwagę na ewolucję ładu prawnego dotyczącego usług turystycznych wynikającą z implementacji w formule maksymalnej harmonizacji¹⁰ zapisów unijnej dyrektywy 2015/2302 z 2015 roku.

¹⁰ Szerzej określenie „maksymalnej harmonizacji” opisuje m.in. A. Kubiak-Cyruł (2015, s. 21), podkreślając, że zasada ta implikuje konkretne konsekwencje, tj. „materia objęta zakresem tej dyrektywy została uregulowana przez ustawodawcę unijnego w sposób wyczerpujący. W rezultacie niedopuszczalne będzie utrzymywanie w mocy, po upływie czasu przewidzianego na jej transpozycję do prawa polskiego, dotychczasowych przepisów zapewniających odmienny poziom ochrony prawnej. Ponadto ustawodawca polski nie będzie mógł regulować samodzielnie materii objętej zakresem dyrektywy ani rozwijać lub uzupełniać jej treści w formie dodat-

Zanim jednak w sposób bardziej szczegółowy zostanie omówione samo powstanie instytucji Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego, należy zarysować szersze ramy – przedstawiając chronologicznie tytułowy proces kształtowania się zabezpieczeń systemu organizatorów turystyki, poprzez wskazanie najistotniejszych aspektów złożonego (w wymiarze strukturalnym i czasowym) procesu modyfikacji i dopracowywania przyjętych rozwiązań) (por. Kociszewski 2017)¹¹.

Po pierwsze, chcąc podjąć się konstruktywnego uporządkowania decyzji i procesów generujących ewolucję systemu zabezpieczeń finansowych warto sięgnąć do 2010 roku, kiedy to miała miejsce nowelizacja pierwszego brzmienia ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych spowodowana różnymi czynnikami. Najistotniejszym powodem była jednak implementacja odpowiednich przepisów dyrektywy Rady 90/314/EWG z dnia 13 czerwca 1990 r. w sprawie zorganizowanych podróży, wakacji, wycieczek oraz orzecznictwa Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości do polskiego prawa, m.in. dotyczących kwestii zabezpieczeń finansowych podmiotów turystycznych. W zapisach obowiązującej wówczas ustawy wskazano w ramach nowelizacji, iż organizatorzy turystyki powinni zapewnić – na wypadek swojej niewypłacalności – pokrycie szkód w pełnej wysokości, gwarantując klientom nie tylko powrót do kraju, lecz także zwrot pobranych od nich wpłat na poczet przyszłych wyjazdów (Kruczek, 2011 za: Czupryńska, 2017b). Z kolei w powiązanych z procesem nowelizacji aktach wykonawczych – tj. rozporządzeniach Ministra Finansów¹²

kowych regulacji prawnych, chyba że wyraźnie umożliwia to sama dyrektywa”. W praktyce to właśnie rzeczona dyrektywa 2015/2302 jest niejednokrotnie przywoływana jako pełne tło dla rozumienia polskich przepisów, stanowiących niejako jej przeniesienie. M.in. w ostatnich miesiącach trwania pandemii, od marca 2020 r. rekomendowano sięganie do niej w kontekście przepisów ustawy dotyczących możliwości odstępowania klientów od umów w obliczu tzw. NNO – tj. nadzwyczajnych i nieprzewidzianych okoliczności.

¹¹ W niniejszym rozdziale wykorzystano doświadczenie autorów z poprzednich lat i fragmenty wcześniejszych opracowań dotyczących właśnie zagadnienia systemu zabezpieczeń finansowych biur podróży (Czupryńska 2017a; 2017b; Maliszewska, Kociszewski i Łopaciński, 2017; Kociszewski 2017), jednocześnie zachęcając również do ich lektury potencjalnych Czytelników – jako zarysowania szerszego tła dla omawianych zagadnień, a przede wszystkim bardziej wnikliwego poznania specyfiki systemu zabezpieczeń organizatorów turystyki. Ze względu na przyjęty w niniejszym rozdziale cel główny i cele szczegółowe autorzy skupiają się na II filarze, przywołując tylko najważniejsze założenia I filaru zabezpieczeń organizatorów turystyki.

¹² Odpowiednio były to następujące akty wykonawcze: rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 16 grudnia 2010 r. w sprawie minimalnej wysokości sumy gwarancji bankowej lub ubezpieczeniowej wymaganej w związku z działalnością wykonywaną przez organizatorów turystyki i pośredników turystycznych; rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 21 grudnia 2010 r. w sprawie obowiązkowego ubezpieczenia na rzecz klientów w związku z działalnością wykonywaną przez organizatorów turystyki i pośredników turystycznych.

odniesiono się do tzw. minimalnej wysokości sumy gwarancyjnej zabezpieczenia finansowego, uzależniając ją od dwóch istotnych zmiennych: rodzaju działalności wykonywanej przez organizatora imprezy turystycznej oraz wysokości i czasu pobierania przedpłat na poczet wyjazdów.

Kolejne lata, a szczególnie okres 2010–2012¹³ związany z niejednokrotnie spektakularnymi upadkami biur podróży – organizatorów turystyki pozwolił na identyfikację „istnienia swoistych luk wymagających uzupełnienia” (por. Czupryńska, 2017a; 2017b), w praktyce generujących poważne problemy dla branży turystycznej. Jedną z konsekwencji było wprowadzenie bardzo niepożądanego na rynku elementu niepewności. W praktyce niepewność ta wiązała się z podważaniem na zasadzie wspólnej odpowiedzialności także wiarygodności sprawdzonych podmiotów, co bezpośrednio skutkowało spadkiem zainteresowania ofertą turystyczną i zmianami w strukturze rezerwacji już dokonanych, a w najgorszym wypadku – anulacjami oraz brakiem nowych decyzji konsumpcyjnych.

W tym miejscu warto wspomnieć, iż omawiane zabezpieczenia gwarancyjne stanowią w wymiarze finansowym istotny koszt z punktu widzenia działalności organizatora turystyki, skorelowany poprzez wielkość składki m.in. z zakresem działalności operacyjnej. Uwzględnienie tej złożoności może być kluczowe w kontekście zrozumienia przyczyn tak dużej liczby upadków podmiotów w 2012 roku, a ma bezpośrednio związek z próbami celowego obniżania przychodów, a przez to realnych kosztów ponoszonych w związku z corocznym obligatoryjnym przedłużaniem wcześniejszych gwarancji. Niekiedy działało się to poprzez zmiany formalne, np. konsolidację struktur dotychczasowych marek w nową „spółkę matkę”, którą obowiązywały o wiele mniejsze wymogi gwarancyjne (również zatem koszty) niż w pierwotnym przypadku. Jednym z najbardziej wyrazistych przykładów z tego okresu są działania szeroko wówczas rozpoznawalnej Triady, gdy w 2011 r. „trzy marki Grupy Triada, tj. Triada, Sky Club oraz Terra Mare zostały połączone pod wspólnym touroperatorem Sky Club Spółka z o.o., obniżając w ten sposób poziom wymaganej gwarancji o minimum 4 mln zł” (Sobolewski i Bober 2015, s. 257) (z 21,5 mln złotych – dla wcześniejszych podmiotów na 17,5 mln złotych dla nowej spółki). Druga liczba, którą w tym miejscu należy przywołać jest bardziej dramatyczna – to

¹³ Warto zaznaczyć, że szczególnie dużo nagłych upadków miało miejsce w 2012 roku (aż piętnaście). M. Czupryńska (2017b, s. 175) słusznie zauważa, iż „były to nie tylko małe podmioty, działające na rynku lokalnym, lecz również touroperatorzy, których marka była rozpoznawalna w całej Polsce, w tym Biuro Podróży Sky Club (Triada) (upadek 4.07.2012 r.) czy Summerelse (upadek 9.08.2012 r.)”.

7000, oznaczająca liczbę klientów pozostawioną w problematycznej sytuacji na skutek upadłości organizatora turystyki.

Niedługo po tych negatywnych wydarzeniach, Najwyższa Izba Kontroli dokonała kontroli rynku turystycznego, właśnie pod kątem upadłości organizatorów turystyki. Najważniejszymi konkluzjami płynącymi z opublikowanego raportu było stwierdzenie istoty problemu, tj. „funkcjonujący system prawny nie chronił w wystarczający sposób przed skutkami upadków biur podróży”, a „w ponad połowie przypadków (w omawianym okresie 2010–2012) gwarancje i zabezpieczenia finansowe okazały się za niskie, co wynikało z niewłaściwie skonstruowanego systemu obliczania wysokości sumy gwarancyjnej” (NIK, 2012). Paradoksalnie dochodziło wręcz do przypadków, w których koszty sprowadzenia turystów z zagranicy w obliczu niewypłacalności organizatora turystyki, a jednocześnie niewystarczających środków z jego gwarancji musiały ponieść odpowiedzialne za to zadanie (notabene zlecone z poziomu administracji rządowej) urzędy marszałkowskie województw, właściwe dla miejsca zarejestrowania jego działalności.

Spojrzenie z perspektywy czasu, aktualnie częściowo zakończonych procesów sądowych pokazuje również, że „zdeteminowani (klienci – aut.) szli do sądu, gdzie wygrywali odszkodowania od Skarbu Państwa. Dlaczego od państwa? To proste – państwo nie zadbało, by ich pieniądze były bezpieczne, mimo że wprowadzenie takiej reguły zarządziła wcześniej dyrektywą Unia Europejska. Inaczej mówiąc, państwo w niewystarczającym stopniu wdrożyło do prawa krajowego zalecenia unijne” (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/2-4487-turystyczny-fundusz-gwarancyjny-komu-przyda-sie-w-kryzysie>).

Odpowiedzią, a dokładniej narzędziem formalnym modyfikującym obowiązujący porządek prawny stało się rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 19 kwietnia 2013 r. w sprawie minimalnej wysokości sumy gwarancji bankowej lub ubezpieczeniowej wymaganej w związku z działalnością wykonywaną przez organizatorów turystyki i pośredników turystycznych (Dz.U. 2013, poz. 511). Był to tylko jednak dopiero jeden z pierwszych kroków, gdyż w obliczu wciąż pojawiających się nowych uwarunkowań płynących z szerokiego otoczenia (wówczas m.in. problemu ataków terrorystycznych w różnych stronach świata) „nadal dostrzegano potrzebę jeszcze większego wzmocnienia zabezpieczeń finansowych na wypadek niewypłacalności biur podróży – o charakterze całościowym” (por. Czupryńska 2017a). Obawiano się „zagrożenia dla płynności finansowej, a co za tym idzie wzrostu ryzyka wystąpienia niewypłacalności poszczególnych podmiotów w trakcie trwania właściwego sezonu turystycznego” (<https://bip.kprm.gov.pl/kpr/bip-rady-ministrow/prace-legislacyjne-rm-i/prace-legislacyjne-rady/wykaz-prac-legislacyjny/r2224,Projekt>).

t-ustawy-o-zmianie-ustawy-o-uslugach-turystycznych-oraz-ustawy-o-ubezpiecz. print). Za właściwe remedium uważano stworzenie rezerwy finansowej w systemie zabezpieczeń finansowych organizatorów turystyki i pośredników turystycznych.

Kluczowym działaniem stało się zatem wprowadzenie kolejnej regulacji przez powołanie Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego (TFG), utworzonego na mocy ustawy z dnia 22 lipca 2016 r. o zmianie ustawy o usługach turystycznych oraz ustawy o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnym i Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych. Prace legislacyjne nad wskazanymi zmianami prawnymi toczyły się stosunkowo dynamicznie, w związku z tym 9 września 2016 r. powstał oficjalnie TFG, w ramach Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego, rozpoczynając jednocześnie ochronę klientów na wypadek niewypłacalności organizatorów turystyki i pośredników turystycznych. Przepisy zawarte w przywołanej ustawie weszły w życie 26 listopada 2016 r., nakładając nowe obowiązki na organizatorów turystyki i pośredników turystycznych, przede wszystkim prowadzenie wykazu umów, składanie comiesięcznych deklaracji i odprowadzanie składek na rzecz TFG.

Istotę misji nowej instytucji opisano również na stronie podmiotu, gdzie wskazano, iż „celem utworzenia Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego jest zapewnienie możliwie jak najszybszej wypłaty środków podróżnym, w pełnej wysokości, w przypadku niewypłacalności organizatora turystyki lub przedsiębiorcy ułatwiającego nabywanie powiązanych usług turystycznych”. Ponadto wskazano również relacje pomiędzy nową instytucją, a innymi podmiotami krajowego systemu polityki turystycznej, podkreślając, że „Turystyczny Fundusz Gwarancyjny nie decyduje o kolejności i zasadności wypłat środków i dokonuje wypłaty jedynie na podstawie dyspozycji właściwego marszałka województwa lub po przeprowadzeniu weryfikacji zasadności wypłaty środków przez podmiot udzielający zabezpieczenia finansowego danemu przedsiębiorcy (zakład ubezpieczeń lub bank)” (https://tfg.ufg.pl/tresc/4/Misja_TFG).

W przytoczonym cytacie ze strony TFG szczególnie mocno trzeba zaznaczyć fakt tzw. całkowitego uszczelnienia systemu zabezpieczeń finansowych biur podróży, utworzenie TFG przyniosło bowiem najbardziej istotną korzyść klientom – gwarancję pełnej wysokości wypłaty środków przekazanych organizatorowi turystyki w związku z organizacją imprezy turystycznej. To bardzo wyraźna i konstruktywna modyfikacja, zamykająca istniejące wcześniej luki (opisane w niniejszym rozdziale), skutkujące brakiem wystarczających środków nawet na pokrycie kosztów powrotu klientów do kraju, nie wspominając o zwrocie wpłaconych pieniędzy jako zaliczek na poczet imprez turystycznych.

Ponadto, wśród korzyści powołania TFG, wskazano przyspieszenie wypłaty środków klientom oraz uproszczenie procedury, tak aby skrócić maksymalnie cały proces. Wcześniej bowiem występowały przypadki, iż klienci otrzymywali zwrot wpłaconych pieniędzy średnio po roku lub nawet dwóch latach.

Warto podkreślić jeszcze jeden istotny aspekt towarzyszący powstaniu TFG, a mianowicie fakt jego formalnego ulokowania. Od samego początku bowiem, w odpowiedzi na negatywne komentarze dotyczące tworzenia kolejnej instytucji podkreślano, iż Turystyczny Fundusz Gwarancyjny nie stanowi oddzielnego bytu, ponieważ nie posiada osobowości prawnej, ma jedynie za zadanie działać w już istniejących wówczas od ponad 30 lat strukturach Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego (UFG). W praktyce wskazywano zatem, iż TFG został wyodrębniony jako rachunek bankowy w UFG, który zapewnia jego obsługę. Krok taki pozwolił na niegenerowanie dodatkowych kosztów związanych z powstaniem nowego podmiotu, jak również wykorzystanie już wypracowanego doświadczenia i algorytmu działania UFG, a także rozwiązań technicznych. TFG funkcjonuje bowiem na bazie infrastruktury informatycznej UFG, co pozwala na konstruktywną optymalizację kosztów jakości obsługi. Co ciekawe, sytuacja powtórzyła się w latach 2020 i 2021, gdyż w tym samym układzie, tj. w szerokiej strukturze UFG rozpoczęły funkcjonowanie kolejne fundusze: Turystyczny Fundusz Zwrotów (TFZ) i Turystyczny Fundusz Pomocowy (TFP), których kulisy powstania przedstawiono w rozdziale praktycznym.

Obok wskazanych zagadnień technicznych i organizacyjnych należy wspomnieć o dodatkowym kluczowym aspekcie – finansowego wsparcia ze strony „instytucji matki” (UFG dla TFG), szerzej przywoływanym dopiero w kilka lat od powstania TFG, tj. wiosną 2020 r., kiedy postęp globalnej pandemii „zainfekował” również stosunkowo stabilną wcześniej sytuację na rynku biur podróży – organizatorów turystyki w Polsce. Szerzej wątek ten został omówiony w podrozdziale praktycznym, niemniej należy podkreślić iż w obliczu wizji bankructw poszczególnych podmiotów i hipotetycznej wówczas potrzeby masowej wypłaty środków, a także wzmożonego odwoływania imprez turystycznych i zastopowania sprzedaży imprez (skutkującego lawinowym odpływem składek z TFG) podkreślano stabilność sytuacji finansowej TFG. Przedstawiciele instytucji wyraźnie bowiem komunikowali, iż „w razie potrzeby (masowe upadki biur podróży) prócz potencjalnych gwarancji Banku Gospodarstwa Krajowego dla UFG istnieje jeszcze możliwość wsparcia TFG środkami z puli samego Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego” (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/26626-skutek-koronawirusa-biura-podrozy-wiecej-zabieraja-z-tfg-niz-wplacaja>). Jest to zatem argument wskazujący, iż ulokowanie TFG

w strukturze UFG obok aspektu organizacyjnego miało istotne konsekwencje o charakterze finansowym i formalnym.

Próbując podsumować zaprezentowane w niniejszym podrozdziale rozważania, szczególnie mocno trzeba zaznaczyć fakt tzw. całkowitego uszczelnienia systemu zabezpieczeń finansowych biur podróży, utworzenie TFG przyniosło bowiem najbardziej istotną korzyść klientom – gwarancję pełnej wysokości wypłaty środków przekazanych organizatorowi turystyki w związku z organizacją imprezy turystycznej. To bardzo wyraźna modyfikacja, niejako zamykająca istniejące wcześniej luki (opisane w niniejszym rozdziale), skutkujące brakiem wystarczających środków nawet na pokrycie kosztów powrotu klientów do kraju, nie wspominając o zwrocie wpłaconych środków na poczet imprezy turystycznej. Ponadto, wśród korzyści powołania TFG, wskazano przyspieszenie wypłaty środków klientom oraz uproszczenie procedury tak, aby skrócić maksymalnie cały proces z uwagi na wcześniejsze przypadki, gdy klienci otrzymywali zwrot wpłaconych pieniędzy średnio po roku lub nawet dwóch latach.

Na koniec należy dodać, iż powstanie TFG od początku wywoływało też dywagacje, a wręcz kontrowersje, szczególnie w obliczu bardzo krótkiego czasu od momentu uchwalenia przepisów, zaprezentowania ich branży do ich praktycznego obowiązywania. W dyskusjach pojawiały się m.in. opinie, że „ostatecznie zdecydowano się na wersję uproszczoną funduszu” (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/24487-turystyczny-fundusz-gwarancyjny-komu-przyda-sie-w-kryzysie>), odmienną od m.in. zgłaszanych postulatów branży, reprezentowanej np. przez kluczową izbę branżową, czyli Polską Izbę Turystyki. Ten minimalizm oraz dynamikę przy wprowadzaniu instytucji TFG skomentowano również w ten sposób: „Ustawodawca założył plan minimum – należy uruchomić konto w banku i powołać niewielki zespół, który zajmie się zbieraniem składek od organizatorów wyjazdów, przypilnuje, żeby nikt się nie wykręcał od płacenia i raz na kwartał zda sprawozdanie ministrowi sportu i turystyki” (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/15572-tfg-odklada-pieniadze-i-porzadkuje-rynek>).

1.5. Kluczowe zasady funkcjonowania TFG i wynikające z nich obowiązki organizatorów turystyki

Rozpoczęcie funkcjonowania TFG wprowadziło automatycznie nowe zadania dla branży turystycznej – od 26 listopada 2016 r. na organizatorów turystyki zostały nałożone nowe obowiązki (wskazane na macierzystej stronie funduszu zob. https://tfg.ufg.pl/tresc/19/Zasady_wspolpracy):

- 1) prowadzenia wykazu umów – czego głównym celem jest weryfikacja zgodności złożonych deklaracji ze stanem faktycznym; w ustawie dokładnie wskazano zawartość wykazu, który może być prowadzony również w postaci elektronicznej;
- 2) składania deklaracji do TFG;
- 3) odprowadzania składek do TFG.

Organizatorzy są zobowiązani do realizacji wskazanych czynności do 21. dnia każdego miesiąca, za okres poprzedniego miesiąca. Co ważne, niewywiązywanie się z obowiązków terminowego składania deklaracji oraz uiszczania składek na rzecz TFG obwarowane jest sankcją wykreślenia przedsiębiorcy z rejestru oraz zakazu wykonywania działalności objętej wpisem do rejestru przez okres 3 lat.

Wzór deklaracji pierwotnie został zawarty we właściwym rozporządzeniu Ministra Sportu i Turystyki, można ją wypełnić w postaciach zarówno papierowej, jak i elektronicznej. Należy podkreślić, iż obowiązek złożenia deklaracji powstaje również w przypadku, gdy w danym miesiącu nie zostanie zawarta żadna umowa z klientem, jak również w przypadku zawarcia umów, w stosunku do których nie powstaje obowiązek uiszczenia składki.

Wszystkie wskazane powyżej obowiązki powstają z chwilą uzyskania wpisu do właściwego rejestru i są nowymi warunkami prowadzenia działalności regulowanej, podlegając kontroli marszałka województwa i ministra właściwego do spraw turystyki.

Dodatkowy obowiązek można określić jako tzw. informacyjny, ponieważ każda umowa o realizację imprezy turystycznej powinna zawierać zapisy o wysokości składki na rzecz TFG. Co więcej, w przypadku dokonania całościowej płatności za wycieczkę lub wpłaty zaliczki przekraczającej 10% ceny, każde biuro podróży jest obowiązane przekazać klientowi pisemne potwierdzenie posiadania zabezpieczeń finansowych na wypadek swojej niewypłacalności oraz informację o sposobie ubiegania się o wypłatę środków z tych zabezpieczeń (Korycka-Fuhrmann, 2016).

W założeniach funkcjonowania TFG wskazano również, że obowiązek składania deklaracji i odprowadzania składek nie dotyczy przedsiębiorców turystycznych w okresie zaprzestania albo zawieszenia działalności. Od początku w przepisach wykonawczych podkreślano jednak, że z kolei niewywiązywanie się z obowiązku terminowego składania do Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego deklaracji oraz uiszczania składek może skutkować sankcją wykreślenia danego podmiotu z rejestru oraz zakazu wykonywania działalności objętej wpisem do rejestru przez okres 3 lat.

Na koniec należy dodać, iż wysokości składek zostały pierwotnie określone w rozporządzeniu Ministra Sportu i Turystyki z dnia 21 listopada 2016 r. w sprawie wysokości składki na Turystyczny Fundusz Gwarancyjny (Dz.U. 2016 poz. 1900). Zostały one zróżnicowane w zależności od charakteru wykonywanej działalności, rodzaju usługi, miejsca realizacji imprezy turystycznej (lub powiązanej usługi turystycznej) oraz sposobu transportu i rodzaju zapewnianego środka transportu. Składka jest należna z dniem zawarcia umowy niezależnie od terminu rezerwacji lub terminu/ów płatności za imprezę turystyczną i naliczana jest od każdego klienta. W przypadku składki odprowadzonej za imprezę turystyczną, która została odwołana, a także w przypadku rozwiązania umowy lub odstąpienia od umowy przez klienta, składka podlega zarachowaniu na poczet następnej składki należnej do przekazania¹⁴.

Istotne zmiany przepisów dotyczących Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego i realizowanych względem niego obowiązków weszły w życie od 1 lipca 2018 roku, wraz z rozpoczęciem obowiązywania zapisów ustawy z dnia 24 listopada 2017 roku o imprezach turystycznych... określającej wówczas nowe zasady funkcjonowania przedsiębiorców na rynku usług turystycznych. Po pierwsze obowiązki ustawowe objęły nowe podmioty, czyli przedsiębiorców ułatwiających nabywanie powiązanych usług turystycznych. Po drugie, zmianie uległ wówczas wzór comiesięcznej deklaracji.

W towarzyszącym ustawie akcie wykonawczym – rozporządzeniu Ministra Sportu i Turystyki określono nowe kategorie składek odprowadzanych na rzecz TFG (formalnie określone „nowymi wysokościami składek”), zwiększając ich liczbę z wcześniejszych czterech stawek na finalnie dwadzieścia dwa rodzaje. Rozszerzono bowiem liczbę czynników różnicujących strukturę składek, uzależniając je nie tylko od wskazanych już w powyżej atrybutów – tj. środka transportu i miejsca docelowego wyjazdu, lecz także dodając kryterium terminu dokonywania wpłat przez klientów oraz rodzaju świadczonej usługi. Nie zmienił się za to zakres wysokości składek, pozostały one zróżnicowane i uzależnione od wskazanych czynników, mieszcząc się w pierwotnym przedziale 0–15 zł. Nie zmieniły tego również zapisy aktualnie obowiązującego na chwilę powstania tego tekstu rozporządzenia Ministra Rozwoju, Pracy i Technologii z dnia 22 grudnia 2020 r. w sprawie wysokości składki na Turystyczny Fundusz Gwarancyjny (Dz.U. 28.12.2020, poz. 2372).

¹⁴ W pierwotnych założeniach wskazano również, że składki co do zasady nie podlegają zwrotom, jednak rzeczywistość pandemii i skala odwołanych i anulowanych imprez turystycznych spowodowała potrzebę wprowadzenia zmian omówionych w treści podrozdziału praktycznego.

1.6. Wybrane studia przypadków z działalności Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego w latach 2016–2020

W praktycznej części rozdziału skupiono się na prezentacji wybranych przykładów – studiów przypadków z działalności TFG w minionym już okresie 2016–2020. Jak wskazywano już w założeniach, omówione poniżej studia przypadków są efektem kwerendy materiałów prasowych, publikowanych na portalu Turystyka.rp.pl, podczas której wyszukiwano tekstów odnoszących się właśnie do szerokiego funkcjonowania instytucji TFG, traktując je jako punkt wyjścia do bardziej szczegółowej analizy, także przy wykorzystaniu alternatywnych źródeł informacji, włącznie z główną stroną instytucji. Szczegółne kryterium wyboru przedstawionych przykładów stanowi chęć zwrócenia uwagi na swoiste precedensy w tej krótkiej historii instytucji, jak i istotne momenty modyfikacji wcześniej obowiązującego porządku prawnego, szczególnie w obliczu pandemii COVID-19.

1.6.1. Upadki biur podróży wymagające interwencji Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego

Przykładem upadku, który wymagał interwencji TFG może być Biuro Podróży Martin z Piły (organizatora specjalizującego się w zagranicznych wycieczkach autokarowych). Jego upadek w czerwcu 2018 roku był pierwszym przykładem uruchomienia w ogóle środków z TFG, jako II filaru zabezpieczeń organizatorów turystyki. Do Wielkopolskiego Urzędu Marszałkowskiego 11 czerwca 2018 r. wpłynęło oświadczenie właścicieli podmiotu – Spółki MARTIN Przedsiębiorstwo Turystyczne Beata Tyczyńska, Paweł Tyczyński sp. j. o niemożności wywiązania się przez tę firmę z zobowiązań. W momencie upadku obowiązywało zabezpieczenie organizatora turystyki na rzecz swoich klientów w postaci gwarancji wystawionej przez Towarzystwo Ubezpieczeniowe Inter na 123,6 tys. złotych. Co ciekawe, mimo że w momencie ogłoszenia upadku nie było klientów przebywających za granicą, stąd nie generowane były koszty ich sprowadzenia do kraju, to i tak okazało się, że pieniędzy ze wspomnianej powyżej gwarancji nie wystarczyło dla wszystkich poszkodowanych podróżnych, a więc osób, które ulokowały u organizatora turystyki środki na realizację dopiero przyszłych imprez.

W tej sytuacji pojawiła się formalna potrzeba uruchomienia drugiego filaru zabezpieczeń, czyli właśnie pieniędzy z Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego. Jak wskazywali przedstawiciele TFG, środki te zostały wypłacone bardzo szybko, ponieważ, jak w swojej wypowiedzi podkreślała Małgorzata Ślepo-

wrońska, członek zarządu UFG – „w ciągu jednego dnia od otrzymania dyspozycji od marszałka województwa”. Wskazywała również, że w pierwszej transzy była to kwota ok. 30 tysięcy złotych zrealizowane w postaci wypłat dla 25 osób (<https://www.rp.pl/Biura-podrozy/309269959-TFG-pierwszy-raz-wyplacil-pieniadze-klientom-zbankrutowanego-biura-podrozy.html>).

Kolejnym przykładem jest upadłość krakowskiego organizatora turystyki z marca 2019 r. – Biura Podróży Olimp – Centrum Promocji i Last Minute, działającego od 2004 roku, a specjalizującego się w wyjazdach narciarskich do Włoch i Austrii oraz turystyce młodzieżowej (<https://www.rp.pl/Biura-podrozy/303079854-Upadlo-biuro-podrozy-Olimp.html>). Właściciele opublikowali na swojej stronie informację, iż „Olimpowi spadała liczba klientów, biuro miało więc kłopoty finansowe, a nie udało mu się zdobyć kredytu na dalszą działalność. Nie może więc dłużej wywiązywać się z umów. Klienci, którzy znajdują się za granicą, mają zapewnione świadczenia i będą mogli dokończyć pobyt i wrócić do kraju w zaplanowanym terminie” (<https://www.rp.pl/Biura-podrozy/303079854-Upadlo-biuro-podrozy-Olimp.html>). Co ciekawe, wskazano również dodatkową, istotną informację, że: „Olimp odprowadzał także składki za wszystkich klientów na poczet zabezpieczenia wpłaconych środków przez Turystyczny Fundusz Gwarancyjny, który stanowi gwarancję zwrotu wpłat dla klientów nawet w przypadku wyczerpania się kwot ubezpieczenia. (...) Jesteśmy pewni (wypowiedź właścicieli w oświadczeniu – aut.) iż dzięki wysokiej kwocie ubezpieczenia oraz Funduszowi Gwarancyjnemu wszyscy Państwo otrzymacie zwrot wpłaconych kwot” (<https://www.rp.pl/Biura-podrozy/303079854-Upadlo-biuro-podrozy-Olimp.html>).

W przypadku Biura Podróży Olimp warto wskazać, że w ramach I filaru zabezpieczeń klienci biura byli wyjątkowo objęci dwoma gwarancjami, w zależności od momentu dokonywania rezerwacji:

- pieniądze, tych którzy kupili wyjazdy przed 22 lipca 2018 roku były chronione zabezpieczeniem w Signal Idunie – gwarancja opiewała na 1,51 miliona złotych;
- pieniądze, tych którzy zrobili rezerwacje po 21 lipca 2018 roku były chronione zabezpieczeniem w towarzystwie ubezpieczeniowym Axa – gwarancja opiewała na 1,8 miliona złotych.

W praktyce okazało się jednak, że nie wszystkim podróżnym udało się zwrócić pieniądze z gwarancji, finalnie zatem marszałek województwa małopolskiego zgodnie z procedurą prawną musiał wystąpić do TFG o uruchomienie środków z funduszu. W dwa miesiące po bankructwie, w maju 2019 roku dyrektor TFG, R. Mentlewicz, sygnalizowała, że wówczas wypłacono już „pieniądze

na konta 393 niedoszłych turystów, w sumie 1,6 miliona złotych”. Przypadek ten został przywołany, chociaż jak już wskazano powyżej nie jest pierwszym w ogóle, jednak rzeczywiście przykładem wypłaty uruchomienia środków TFG na tak dużą skalę (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/8215-16-miliona-zlotych-z-turystycznego-funduszu-gwarancyjnego-dla-klientow-upadlego-olimpu>). Mentlewicz zwracała wówczas uwagę na tempo działania, wskazując, że „klient ci odzyskuje pieniądze dużo szybciej niż wcześniej, gdy nie było TFG (poprzednie przepisy nakazywały czekać na roszczenia rok, dopiero potem można było dzielić sumę gwarancji proporcjonalnie na poszkodowanych – red.), i w całości” (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/8215-16-miliona-zlotych-z-turystycznego-funduszu-gwarancyjnego-dla-klientow-upadlego-olimpu>).

Podsumowując wątek upadków biur podróży, należy podkreślić, że przywołane i opisane powyżej dwa przykłady, mimo złożoności samej sytuacji, są w sumie obecnie jedynymi przypadkami potrzeby uruchomienia pieniędzy z TFG na wniosek marszałka danego województwa, mimo o wiele większej liczby upadków w ogóle. Suma wypłat dla poszkodowanych nie przekroczyła 2 milionów złotych (co stanowi naprawdę niewielką kwotę w obliczu ok. 160 milionów złotych zebranych wszystkich środków zgodnie ze stanem na marzec 2020 roku). Ciekawy jest najbardziej spektakularny w ostatnich latach przypadek biura Neckermann (upadek jesienią 2019 r.), który mimo swojej skali działalności, nie pociągnął jednak za sobą konieczności sięgania do zasobów TFG. Na pokrycie wszystkich kosztów wystarczyła gwarancja ubezpieczeniowa tego biura, opiewająca na 20 milionów złotych.

1.6.2. Punkt zwrotny – większe wypłaty środków z TFG niż wypływy ze składek

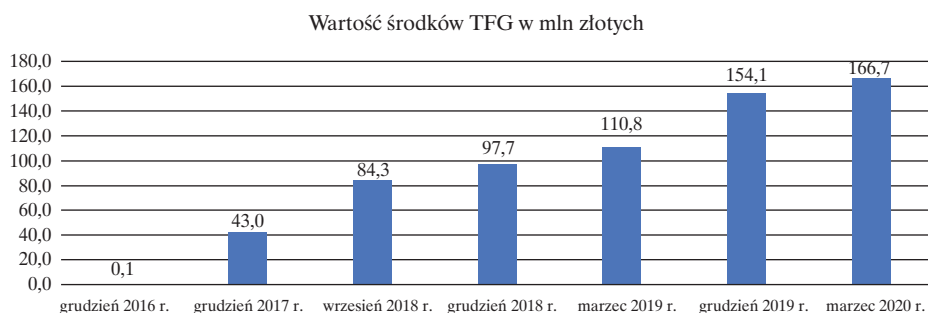
Kolejną istotną informacją, obrazującą skalę zmian na rynku turystycznym w sprzedaży zorganizowanych wyjazdów, a w dalszej kolejności oddziałującą również na funkcjonowanie TFG w obliczu pandemii są informacje z marca 2020 roku, zaprezentowane w jednym z artykułów opublikowanych na przywoływanym w tej części portalu 28 kwietnia 2020 roku (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/26626-skutek-koronawirusa-biura-podrozy-wiecej-zabieraja-z-tfg-niz-wplacaja>). Porównując bowiem wówczas aktualne dane z liczbami z poprzedniego roku (z marca 2019 r.) obliczono, iż spadek liczby obsługiwanych przez organizatorów turystyki klientów wyniósł ok. 85%, z poziomu 708 tysięcy klientów zawierających umowy wiosną 2019 r. do 105 tysięcy klientów w 2020 roku. Jednak należy podkreślić, iż opisywany moment jest również wyjątkowy w kontekście całości realizowanej analizy, a więc charakterystyki

istotnych wydarzeń w toku funkcjonowania TFG. W marcu 2020 r. bowiem pierwszy raz od rozpoczęcia swojej działalności w listopadzie 2016 roku „fundusz zanotował konieczność wypłacenia więcej pieniędzy niż wpłynęło do niego z tytułu składek. Touroperatorzy zgłosili bowiem rozwiązanie umów z 217 tysiącami klientów i wystąpili o zwrot wpłaconych wcześniej składek. W sumie TFG odnotował 1,7 miliona złotych w postaci zwrotu składek, czyli nieco ponad 1 procent ze zgromadzonych do tej pory 160 milionów złotych” (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/26626-skutek-koronawirusa-biura-podrozy-wiecej-zabieraja-z-tfg-niz-wplacaja>).

Opisywany powyżej moment rozpoczął również trwającą w kolejnych miesiącach pandemii dyskusję o miejscu i roli TFG. Wskazywano przede wszystkim na możliwości wsparcia ze strony instytucji w obliczu potężnego kryzysu na rynku turystycznym, mocno dotykającego powiązane z funduszem formalnie biura podróży – organizatorów turystyki, co zostało szerzej rozwinięte w dalszej treści.

W tym miejscu zatem warto odnieść się również do dynamiki gromadzenia wpływów ze składek TFG od początku jego funkcjonowania. W tabeli 1.1 oraz na rysunku 1.2 wskazano przyrost środków na podstawie kwartalnych raportów TFG, publikowanych także w regularnych zestawieniach TFG.

Rysunek 1.2. Przyrost wartości środków Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego w mln złotych od początku funkcjonowania instytucji (2016) do marca 2020 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z raportów TFG i UFG.

Tabela 1.1. Stan TFG na dzień 31.12.2019 r. oraz zmiany stanu TFG w okresie sprawozdawczym 2018–2019

Lp.	Wyszczególnienie	Stan na 31.12.2019 r.	Stan na 31.12.2018 r.
1.	Stan TFG na początek okresu sprawozdawczego	97 677 770,02	43 004 096,43
2.	Zwiększenie stanu TFG	61 521 182,88	57 431 781,14
a)	zwiększenie stanu TFG z tytułu składek od organizatorów turystyki i pośredników turystycznych	58 955 589,00	56 036 856,22
b)	zwiększenie stanu TFG z tytułu działalności lokacyjnej	2 565 593,88	1 394 924,92
c)	pozostałe zwiększenia	0,00	0,00
3.	Zmniejszenie stanu TFG	5 151 172,29	2 758 107,55
a)	zmniejszenie stanu TFG z tytułu realizowanych świadczeń	1 864 687,74	62 429,40
b)	zmniejszenie stanu TFG z tytułu działalności lokacyjnej	0,00	0,00
c)	pozostałe zmniejszenia	3 286 484,55	2 695 678,15
4.	Stan TFG na koniec okresu sprawozdawczego	154 047 780,61	97 677 770,02

Źródło: opracowanie własne na podstawie: danych zawartych w Wynikach UFG za 2019 rok. Pozyskano z: https://www.ufg.pl/UCMServlet3?ucmservlet3?dDocName=UCM_UFG_554354.

1.6.3. Funkcjonowanie portalu TFG dla turystów i przedsiębiorców

Co ciekawe, rozpoczęcie pandemicznego kryzysu w turystyce zbiegło się w czasie z planowaną już dużo wcześniej zmianą organizacyjną i techniczną w funkcjonowaniu TFG. Krokiem tym było uruchomienie nowej strony – portalu Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego dla turystów i przedsiębiorców pod adresem <https://tfg.ufg.pl>, powstałego w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa dzięki finansowaniu z funduszy Unii Europejskiej (o wartości prawie 5,7 mln złotych)¹⁵ (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/26250-tfg-z-nowym-portalem-dla-turystow-i-przedsiębiorcow>). W momencie udostępnienia tego nowego rozwiązania cyfrowego wskazywano na szerokie korzyści z

¹⁵ W kontekście informacji o wsparciu z UE warto podkreślić raz jeszcze formalne funkcjonowanie TFG w strukturach UFG, powstanie i uruchomienie portalu było bowiem możliwe dzięki podpisaniu przez Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny w kwietniu 2018 roku umowy z Centrum Projektów Polska Cyfrowa umowę o dofinansowanie projektu „Zintegrowana Platforma Usług Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego”, w w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa – Działanie 2.1 „Wysoka dostępność i jakość e-usług publicznych” (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/21098-21098>).

działalności portalu zarówno dla organizatorów turystyki, jak i dla klientów – odbiorców ich produktów.

Przedstawiciele TFG podkreślali, iż pracownikom biur podróży nowy portal „umożliwia elektroniczne składanie deklaracji i późniejsze ich korygowanie, a także odprowadzanie składek. Za pośrednictwem portalu przedsiębiorcy mogą łatwo komunikować się z funduszem i urzędami marszałkowskimi” (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/26250-tfg-z-nowym-portalem-dla-turystow-i-przedsiębiorcow>). Należy uznać to za istotne rozwiązanie, szczególnie z perspektywy już wówczas zachodzących dynamicznych zmian w codziennym funkcjonowaniu, wynikających z rozprzestrzeniania się pandemii i wprowadzania kolejnych restrykcji.

Z kolei z perspektywy turystów wśród najważniejszych funkcjonalności nowego narzędzia należy wskazać wymiar informacyjny, kluczowy w dwóch aspektach: weryfikacji czy dane biuro podróży figuruje w prowadzonych przez marszałków województw rejestrach organizatorów turystyki i przedsiębiorców ułatwiających nabywanie powiązanych usług turystycznych oraz czy ma wymagane zabezpieczenie finansowe, a w wypadku bankructwa organizatora sprawdzenia statusu swojej wypłaty z funduszu. Jak wskazywała już w grudniu 2019 r. w jednym z wywiadów zapowiadających uruchomienie portalu TFG jego dyrektor, Renata Mentlewiec, „dzięki udostępnieniu „bazy wiedzy” chcemy zwiększyć świadomość podróżnych o możliwości weryfikowania wiarygodności przedsiębiorców turystycznych, a także o przysługującej turystom ochronie i procedurze postępowania w wypadku niewypłacalności biura podróży” (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/21098-21098>). Kluczowym aspektem i postulatem aplikacyjnym wydaje się zatem propagowanie znaczenia właśnie tej nowej „bazy wiedzy” wśród obecnych, jak i potencjalnych klientów biur podróży, zwiększając poczucie ich świadomości o możliwości bezkosztowej, a jednocześnie dokładnej weryfikacji poszczególnych podmiotów na rynku turystycznym, a przez to wzrostu poczucia bezpieczeństwa, tak nadwyrężonego w ostatnich miesiącach globalnego kryzysu pandemicznego.

Warto ponadto nadmienić, iż nowy portal TFG, oprócz funkcjonalności z już wskazanej perspektywy turystów i biur podróży, ma istotne znaczenie również dla organów kontrolnych, a przede wszystkim urzędów marszałkowskich – kluczowego ogniwa w systemie nadzorowania organizatorów turystyki, szczególnie w wymiarze eliminowania nieuczciwych uczestników rynku turystycznego (co *de facto* dzieje się od początku istnienia TFG). W przywołanym już powyżej wywiadzie z grudnia 2019 r. dyrektor TFG, Renata Mentlewiec, charakteryzując spektrum działań portalu, podkreślała, że „jedną z usług dostępnych na nowej platformie będzie wykrywanie anomalii występujących

w branży turystycznej. Usługa będzie polegała na cyklicznym, uruchamianym automatycznie weryfikowaniu danych TFG o przedsiębiorcach turystycznych. Weryfikacja będzie obejmowała między innymi rozbieżności w danych identyfikacyjnych, adresowych i dotyczących statusu działalności, występujących między centralną ewidencją organizatorów a innymi rejestrami publicznymi, jak CEIDG czy REGON” (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/21098-21098>).

Dodatkowo, dla wszystkich użytkowników portalu udostępniono specjalną sekcję gromadzącą dane na temat rynku turystycznego, podłączoną pod zakładkę „Ewidencja”, w której zawarto m.in. „Raporty”, „Statystyki” oraz „Katalogi”. To funkcjonalność, a w praktyce wieloaspektowy dostęp do zasobu danych wskazanego już wcześniej rejestru krajowego, czyli Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Przedsiębiorców Ułatwiających Nabywanie Powiązanych Usług Turystycznych (PUNPUT), który może okazać się pomocny dla każdej ze wskazanych dotąd grup potencjalnych odbiorców. W poszczególnych zakładkach zaprezentowano bowiem dane ilościowe, statystyki z podziałem na różne kryteria klasyfikowania podmiotów, ale i zestawienia jakościowe – w postaci raportów i katalogów – identyfikujące konkretne podmioty, a dotyczące przedsiębiorców turystycznych (w wymiarze czasowym i przestrzennym):

- wykreślonych z Rejestru z urzędu lub na wniosek Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego i objętych zakazem wykonywania działalności objętej wpisem do Rejestru z możliwością filtrowania według rodzaju zdarzenia;
- wobec których stwierdzono wykonywanie działalności bez wymaganego wpisu do Rejestru i objętych zakazem wykonywania działalności organizatora turystyki lub przedsiębiorcy ułatwiającego nabywanie powiązanych usług turystycznych przez okres 3 lat;
- wobec których wszczęto postępowanie w sprawie wykreślenia z Rejestru;
- którzy złożyli oświadczenie o niewypłacalności lub w przypadku których marszałek województwa wystąpił o wypłatę środków z zabezpieczeń finansowych bez uzyskania tego oświadczenia.

Dodatkowym źródłem cennych informacji dla całego rynku turystycznego jest zawarta w przywołanej już zakładce „Baza wiedzy” sekcja zatytułowana „Biuletyn Informacyjny TFG”, w której udostępniono w formie arkuszy kalkulacyjnych cykliczne kwartalne raporty, aktualnie dotyczące okresu czasowego od IV kwartału 2017 r. do IV kwartału 2020 roku. W biuletynach w formie tabelarycznych zestawień i wykresów są prezentowane dane zawarte w bazie TFG, a pochodzące z informacji zgłaszanych comiesięcznie przez zobowiązane do tego podmioty: Organizatorów Turystyki i Podmioty Ułatwiające Nabywa-

nie Powiązanych Usług Turystycznych (PUNPUT). Każdorazowo raport składa się zatem z następujących sekcji:

- 1) liczba deklaracji złożonych za poszczególne kwartały (wraz ze wskazaniem linii trendu)¹⁶,
- 2) umowy Organizatorów Turystyki,
- 3) podróży Organizatorów Turystyki,
- 4) umowy i podróży PUNPUT,
- 5) liczba umów na miesiąc,
- 6) niewypłacalności (prezentującej konkretne biura podróży – organizatorów turystyki wraz ze wskazaniem ich wysokości zabezpieczenia finansowego)¹⁷.

Należy podkreślić, że tak prezentowane dane stanowią niezwykle cenne źródło informacji dla całego rynku turystycznego w Polsce, szczególnie obrazujące charakter i skalę rynku zorganizowanych podróży. Wiarygodność tak ujętych danych jest raczej niepodważalna, w przeciwieństwie do innych raportów rynkowych, m.in. danych z systemów sprzedażowych biur podróży, wykazujących czasem niezgodności z realną sytuacją rynkową, na co w swoich wypowiedziach wskazywał swego czasu m.in. badacz A. Betlej (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/11234-betlej-w-tfg-rynek-rosnie-szybciej-niz-w-merlinie>). Betlej wyraźnie sygnalizował, iż „nieprecyzyjne dane o sprzedaży wycieczek w biurach podróży mogą mylić niektórych touroperatorów i powodować, że planując kolejne sezony, błędnie zakładają wzrost lub spadek zainteresowania poszczególnymi kierunkami wyjazdów” (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/11234-betlej-w-tfg-rynek-rosnie-szybciej-niz-w-merlinie>), co *de facto* znalazło później swoje potwierdzenie m.in. w trakcie sezonu turystycznego w latach 2018 i 2019.

Konkludując ten wątek i uwzględniając szerokie spektrum opisanych możliwości technicznych nowego portalu TFG, warto dodać, iż jego pełna – oficjalna nazwa właściwie oddaje charakter narzędzia, brzmi bowiem Zintegrowana Platforma Usług Turystycznych Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego. Tym samym wpisuje się również w trend od dłuższego czasu obecny na rynku IT i obsługi klienta – maksymalnej harmonizacji i integracji narzędzi i zwiększania w ten sposób dostępności i użyteczności z perspektywy wszystkich użytkowników i odbiorców. Pozostaje mieć tylko nadzieję, że jeszcze bardziej zostanie wzmocniony komponent „wiedzy”, poprzez m.in. informacyjne kampanie społeczne, zwiększające świadomość potencjalnych klientów.

¹⁶ Sumarycznie prezentująca dane z całego okresu funkcjonowania TFG, a więc od pierwszego kwartału 2017 roku.

¹⁷ Analogicznie do punktu 1 dane dotyczą nie tylko wybranego kwartału, ale całego okresu funkcjonowania TFG.

1.6.4. Zmiany w funkcjonowaniu TFG w obliczu pandemii COVID-19 oraz powołanie Turystycznego Funduszu Zwrotów i Turystycznego Funduszu Pomocowego

Wraz z wybuchem epidemii COVID-19 i postępowaniem pierwszej fali pandemii w Polsce od marca 2020 r. oraz wprowadzeniem obostrzeń zamykających wiele sektorów gospodarki, w tym uniemożliwiających funkcjonowanie organizatorów turystyki wdrażano również rozwiązania legislacyjne, zmieniające dotychczas funkcjonujący porządek prawny. Bezpośrednim przykładem związanym z funkcjonowaniem TFG była modyfikacja dotycząca możliwości zwrotu przedsiębiorcom turystycznym wpłat przekazanych w ramach comiesięcznego opłacania składek, wprowadzona ustawą z dnia 2 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych (Dz.U. 2020 poz. 374), a zmieniona ustawą z dnia 31 marca 2020 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. 2020 poz. 568). Z aktualnej perspektywy należy nadmienić, że możliwość ta obowiązywała do 4 września 2020 r. włącznie, od 5 września 2021 r. formalnie bowiem zapisy powyższych ustaw w tym kontekście (art. 13) utraciły swoją moc.

Warto jednak prześledzić jakie należało spełniać kryteria, aby móc otrzymać wskazany powyżej zwrot. W przywołanej wykładni prawnej założono taką możliwość w dwóch przypadkach, gdy:

- 1) „podróżny odstąpi od umowy w trybie określonym w art. 47 ust. 4 ustawy z dnia 24 listopada 2017 r. o imprezach turystycznych ... lub
- 2) organizator turystyki rozwiąże umowę o udział w imprezie turystycznej w trybie określonym w art. 47 ust. 5 pkt 2 tej ustawy, przy czym odstąpienie od umowy lub rozwiązanie umowy pozostaje w bezpośrednim związku z wybuchem epidemii wirusa SARS-CoV-2” (https://tfg.ufg.pl/tresc/27/Zwrot_skladek).

Wraz z wdrożeniem przepisów umożliwiających zwroty składek w wymienionych sytuacjach określono również aspekty techniczne, dotyczące szczegółów składanych wniosków. Wyraźnie wskazano, że „składając wniosek o zwrot wpłat należy wykazać kwotę mającą podlegać zwrotowi oraz dołączyć dokumenty potwierdzające odstąpienie od umowy lub jej rozwiązanie, oświadczenie organizatora turystyki dotyczące daty, w której to oświadczenie lub rozwiązanie stało się skuteczne, korektę złożonej deklaracji, a także wykaz umów, z których wynikają składki podlegające zwrotowi” (<https://tfg.ufg.pl/tresc/27/>

Zwrot_skladek). Podkreślano również, że zwrot składek na podstawie ustawy „dotyczy tylko i wyłącznie składek odprowadzonych za imprezy turystyczne, od których odstąpiono lub które zostały rozwiązane z przyczyn bezpośrednio związanych z wybuchem epidemii” (https://tfg.ufg.pl/tresc/27/Zwrot_skladek).

Z kolei w obliczu wprowadzenia alternatywnego rozwiązania w postaci możliwości skorzystania przez podróżnych z voucherów na realizację imprezy turystycznej w ciągu roku od dnia, w którym miała się odbyć impreza odwołana w związku z wybuchem epidemii wirusa SARS-CoV-2, wskazywano, że w takiej sytuacji umowa nie ulega rozwiązaniu, w związku z czym organizatorowi turystyki nie przysługuje prawo ubiegania się o zwrot składek przekazanych na TFG. Przeciwnie – od początku w kampanii zachęcającej klientów do korzystania z voucherów (prowadzonej co ciekawe nie tylko z poziomu przedsiębiorców, lecz także podmiotów polityki turystycznej – Ministerstwa Rozwoju i Polskiej Organizacji Turystycznej), a w ten sposób pozostawienia wpłat w biurach podróży sygnalizowano, że środki te są w całości zabezpieczone. W działaniach tych nie przywoływano pełnej podstawy formalnej, a więc ochrony gwarancyjno-finansowej dwufilarowego systemu, tylko podkreślano to najczęściej, skrótowo informując, że vouchery są „zabezpieczone przez Turystyczny Fundusz Gwarancyjny” (por. <https://www.pot.gov.pl/pl/novosci/wiadomosci-z-pot/voucher-na-imprezy-turystyczne-gwarantowany-przez-tfg>).

Warto w tym miejscu, na użytek dalszej dyskusji, cofnąć się w czasie i podkreślić, że już po kilkunastu miesiącach od rozpoczęcia funkcjonowania TFG, wraz z przyrastaniem kwoty środków zgromadzonych z wpłat organizatorów turystyki dyskusje wywoływała po pierwsze ich wartość, a po drugie – wątpliwość – co się z nimi dzieje? Dywagacje szczególnie powróciły wraz z początkiem pandemii w marcu–kwietniu 2020 r. i szerokimi rozważaniami o formach pomocy dedykowanej organizatorom turystyki, wśród których pojawił się postulat sięgnięcia po zgromadzone w TFG środki dla ratowania firm turystycznych. W doniesieniach prasowych wskazywano wręcz, że „odzywają się też sceptycy, twierdzący, że już dawno tych pieniędzy nie ma i sugerujący, że zabrakło je jakieś bliżej nieokreślone siły” (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/2-4487-turystyczny-fundusz-gwarancyjny-komu-przyda-sie-w-kryzysie>).

TFG jednak bardzo mocno już od początku swojej działalności akcentował bezpieczeństwo powierzonych mu środków, czego rozwinięciem jest jedna z wypowiedzi R. Mentlewicz podkreślającej, że „pieniądze zgromadzone przez TGF leżą na koncie, a właściwie na bezpiecznych lokatach. Chociaż są wyodrębnione, tak jak cała księgowość TFG, o tym jak są lokowane, by przynosiły jak największe odsetki, decyduje specjalny komitet. Ten sam, który dba o lokowanie pieniędzy samego Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego”

(<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/24487-turystyczny-fundusz-gwarancyjny-komu-przyda-sie-w-kryzysie>). Z kolei w obliczu wskazanych spekulacji i dywagacji o innym wykorzystaniu środków warto przywołać raz jeszcze uwagi R. Mentlewicz, wyraźnie zaznaczającej, że „składki na TFG nie spełniają kryteriów daniny publicznej i nie są przeznaczone na cele publiczne, wynikające na przykład z potrzeb budżetu państwa” (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/24487-turystyczny-fundusz-gwarancyjny-komu-przyda-sie-w-kryzysie>).

Co więcej, potwierdzeniem tego mocnego i klarownego stanowiska są także zapisy w formule pytań i odpowiedzi w opublikowanym również na początku pandemii na stronach Ministerstwa Rozwoju „Poradniku dla podróżnych oraz organizatorów turystyki” (<https://www.gov.pl/web/rozwoj-praca-technologie/poradnik-dla-podroznych-oraz-organizatorow-turystyki>), w którym bardzo wyraźnie wskazano, że: „ustawa o imprezach turystycznych oraz powiązanych usługach turystycznych precyzyjnie określa przeznaczenie oraz zasady uruchomienia środków zgromadzonych na rachunku TFG. [...] Środki zgromadzone na TFG służą ochronie majątkowej podróżnego ale dopiero w momencie niewypłacalności przedsiębiorcy oraz jedynie gdy środki pochodzące z innych zabezpieczeń finansowych przedsiębiorcy turystycznego, o których jest mowa w ustawie (gwarancja ubezpieczeniowa lub gwarancja bankowa, umowa ubezpieczenia na rzecz podróżnych) nie wystarczą na pokrycie zobowiązań przedsiębiorcy związanych z zawartymi umowami o udział w imprezie turystycznej lub z utworzeniem powiązanych usług turystycznych. Ustawa nie przewiduje możliwości zwrotu wpłat wniesionych przez podróżnych, wypłaty odszkodowania, zadośćuczynienia czy jakichkolwiek innych wypłat ze środków TFG niż te opisane powyżej” (<https://www.gov.pl/web/rozwoj-praca-technologie/poradnik-dla-podroznych-oraz-organizatorow-turystyki>).

Nawiązując do przywołanych już zmian prawnych wprowadzonych na przełomie marca i kwietnia 2020 r., dotyczących odsunięcia w czasie terminów zwrotów klientom środków za odwołane lub anulowane z przyczyn covidowych imprezy turystyczne (poprzez zwiększenie formalnego terminu 14 dni o kolejne 180 dni w przypadku osób, które nie zdecydowały się na voucher), należy dodać, że im bardziej zbliżały się newralgiczne daty tzw. już formalnej wymagalności owych wypłat, tym w większym stopniu narastała ponownie dyskusja o potrzebie wsparcia organizatorów turystyki, także w perspektywie wykorzystania środków TFG. Konkretną odpowiedzią ze strony rządowej stało się wprowadzenie tzw. tarczy dla turystyki, gdzie jednym z elementów implemmentowanych zmian stało się wdrożenie specjalnego mechanizmu, dzięki któremu klienci biur podróży, oczekujący jak opisano powyżej od wiosny na wpłacone zaliczki za anulowane lub odwołane wyjazdy, mieli otrzymać je nie z pozio-

mu przedsiębiorców, lecz poprzez Turystyczny Fundusz Zwrotów. Z obliczeń samych organizatorów wynikało, że vouchery cieszyły się mniejszym zainteresowaniem niż przewidywano, a ok. 70% turystów zdecydowało się procedować zwroty wpłaconych środków (<https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/40385-za-kilka-dni-ruszy-turystyczny-fundusz-zwrotow-na-pieniadze-czekac-moze-nawet-100-tysiecy-klientow>).

Celem autorów nie jest szczegółowe omawianie nowego funduszu (stanowić to może bowiem odrębny cel poznawczy i badawczy), lecz z racji jego formalnego powstania przy Turystycznym Funduszu Gwarancyjnym, analogicznie do struktury UFG warto przywołać najważniejsze założenia (na podstawie m.in. informacji prasowych oraz strony TFZ/UFG):

- ścisła współpraca z TFG jest niezbędna, gwarantuje bowiem dostęp do danych organizatorów turystyki i informacji o liczbie zawartych z klientami umów;
- każdy touroperator składa do *de facto* TFG (automatycznie TFZ) za pośrednictwem systemu teleinformatycznego wniosek o wypłacenie jego klientom pieniędzy; wniosek będzie wymagał przedstawienia wszystkich umów i zgłoszenie listy imiennej klientów oczekujących wypłat, tylko w związku z odroczeniem covidowym o 180 dni, niekorzystających z alternatywnych form rozliczeń – np. vouchera;
- każdy klient, ubiegający się o zwrot pieniędzy, będzie musiał założyć w systemie teleinformatycznym Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego konto i przez to konto złożyć wniosek o wypłatę; TFG po zweryfikowaniu informacji z tych dwóch źródeł, na co ma 30 dni, będzie przelewać klientom biur podróży pieniądze (kolejnych 14 dni).

Z punktu widzenia finansowego należy dodać, że w założeniach projektu wskazano, iż środki na wypłaty mają pochodzić z Turystycznego Funduszu Zwrotów, który stanowić będzie wyodrębniony rachunek w BGK. Źródłem finansowania zadań Funduszu mają być m.in. wpłaty z budżetu państwa i Funduszu Przeciwdziałania COVID-19. Zwroty ze strony biur podróży – organizatorów turystyki docelowo mają rozpocząć się po roku tzw. karencji i obejmą następnie okres 72 miesięcy (6 lat). Z tak przyjętego modelu wyłania się kształt drugiego funduszu, tj. powstałego również na mocy ustawy z dnia 17 września 2020 roku o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. 2020 poz. 1639), tj. Turystycznego Funduszu Pomocowego.

Turystyczny Fundusz Pomocowy stanowi, podobnie jak TFZ i TFG, wyodrębniony rachunek w UFG, a zgodnie z założeniami ustawowymi środki w nim gromadzone mają pochodzić również ze składek organizatorów turystyki. Składki te są (przepisy te już aktualnie obowiązują – dla umów zawartych od 1 stycznia 2021 r.) „naliczane od każdego podróżnego z tytułu zawartej umowy o udział w imprezie turystycznej, a jej wysokość ustalona jest w Rozporządzeniu Ministra Rozwoju, Pracy i Technologii z 22 grudnia 2020 r. w sprawie określenia wysokości składki na Turystyczny Fundusz Pomocowy (Dz. U. 2020 poz. 2379)” (https://tfg.ufg.pl/tresc/45/O_TFP). Mechanizm płatności składek jest taki sam jak w przypadku TFG, podobnie jak ich wysokość, wynosząca w zależności od umowy od 0 do 15 zł za każdego podróżnego.

Warto przywołać jeszcze założenia funkcjonowania tego dodatkowego funduszu TFP, którego zadaniem jest „wsparcie przedsiębiorców turystycznych w przypadku zaistnienia nadzwyczajnych okoliczności na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej lub w miejscu realizacji imprezy turystycznej, o których mowa w art. 4 pkt 15 ustawy z dnia 24 listopada 2017 r. o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych. O uruchomieniu środków z TFP decyduje minister właściwy do spraw turystyki we współpracy z ministrem właściwym do spraw instytucji finansowych. W takim przypadku, Turystyczny Fundusz Pomocowy zapewni wypłaty na pokrycie zwrotu kosztów podróży” (https://tfg.ufg.pl/tresc/45/O_TFP).

1.7. Zakończenie

Przechodząc do podsumowania ujętych w niniejszym rozdziale wątków, należy podkreślić, że ich wielość, a wręcz zwiększenie liczby podjętych zagadnień w stosunku do pierwotnych założeń pozostaje w pełnej łączności z omówioną na wstępie interdyscyplinarnością turystyki. Dodatkowo szerokość podjętej dyskusji wzmacnia również bardzo duża dynamika niejednokrotnie przywoływanych turbulencji ze strony otoczenia, szczególnie w obliczu realiów pandemii COVID-19 i jej rozwoju.

Z przedstawionych informacji wyłania się heterogeniczny obraz rynku usług turystycznych i szczególnego miejsca w jego strukturze zarówno przedsiębiorców – organizatorów turystyki, jak i podmiotów polityki turystycznej – w tym przypadku Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego. W kontekście tych pierwszych – biur podróży touroperatorów należy podkreślić złożoność ich funkcjonowania, specyfikę oferowanego produktu, a przez to niebezpieczeństwo

ryzyka problemów, w najgorszym przypadku niewypłacalności i stąd rodzącą się potrzebę wprowadzania właściwych narzędzi zarządzania.

Z kolei przeprowadzona szeroka analiza funkcjonowania TFG, nie tylko w wymiarze instytucjonalnym, lecz także kulisów – uwarunkowań jego powstania przedstawia tę instytucję niejako w dwóch perspektywach. Z jednej strony bowiem w momencie powstania Turystyczny Fundusz Gwarancyjny stanowił niejako zamknięcie procesu – tj. uszczelniania systemu zabezpieczeń organizatorów turystyki, a w ten sposób zwiększenia poczucia bezpieczeństwa klientów i stabilności całego rynku. Z drugiej zaś – z perspektywy postępujących od marca 2020 r. zmian w obliczu turbulencji covidowych, podkreślając bardzo swoją nienaruszalność i możliwość realnego włączenia się w kryzys tylko w określonych przypadkach wskazanych formalnymi zapisami prawa, TFG staje się jako instytucja punktem wyjścia dla kolejnych subfunduszy (we wspólnej strukturze UFG), mających na celu ponowne uszczelnienie, a raczej wzmocnienie systemu formalnego funkcjonowania organizatorów turystyki.

Autorzy pragną wyrażnie na koniec podkreślić, iż celowo wątek nowych funduszy, tj. TFZ i TFP w tym miejscu zostanie zakończony, temat jest bowiem rozwojowy w zakresach zarówno operacyjnym – szczegółowego funkcjonowania, jak i oceny – przede wszystkim ze strony branży turystycznej i samych klientów. Warto więc powyższe podstawowe informacje traktować jako swoisty zwornik – z jednej strony – zamknięcie (przynajmniej na tę chwilę) zagadnień turbulencji covidowych w funkcjonowaniu polskiego rynku touroperatorów po wiośnie 2020 r., z drugiej – punkt wyjścia do dalszych prac poznawczych i badawczych w tym zakresie, pozostających w pełnej łączności z niniejszą publikacją.

Bibliografia

- Alejziak, W. (2005). Aktualny stan i perspektywy rozwoju badań naukowych nad turystyką. W: R. Winiarski, W. Alejziak (red.), *Turystyka w badaniach naukowych* (s. 275–299). Rzeszów: AWF Kraków, WSIZ.
- Alejziak, W. (2007). Przemysł turystyczny w Polsce i na świecie. W: Z. Kruczek (red.), *Kompendium pilota wycieczek* (s. 7–54). Kraków: Wydawnictwo Proksenia.
- Apanowicz, J. (2005). *Metodologiczne uwarunkowania pracy naukowej*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Bosiacki, S. (2013). O potrzebie interdyscyplinarnych badań naukowych w turystyce. W: L. Butowski (red.), *Badania naukowe w turystyce – stan i perspektywy rozwoju* (s. 39–47). Warszawa: Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji.
- Bunge, M. (1979). *Treatise on basic philosophy, Ontology II: A world of systems*. Dordrecht.
- Byszewska-Dawidek, M. i Nalazek, M. (2016). *Rynek biur podróży w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo AFiB Vistula.

- Chojnicki, Z. (1985). Realistyczna koncepcja systemu. *Sprawozdania Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauki za rok 1985*, 4, 20–24.
- Czupryńska, M. (2017). Ocena zdolności organizatorów turystyki do kontynuacji działalności w warunkach spowolnienia gospodarczego – w świetle wybranych perspektyw teoretycznych z zakresu nauki o zarządzaniu. *Acta Universitatis Nicolai Copernici, Zarządzanie*, XLIV(1), 85–94.
- Czupryńska, M. (2017b). Zmiany w zasadach funkcjonowania gwarancji ubezpieczeniowej biur podróży jako odpowiedź na problemy rynku turystycznego. W: E. Wrońska-Bukalska (red.), *Finanse przedsiębiorstw i rynki finansowe z perspektywy młodego ekonomisty: wybrane problemy*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Drucker, P.F. (1995). *Zarządzanie w czasach burzliwych*. Warszawa: Nowoczesność, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Czytelnik.
- Gasińska, M. (2013). Ubezpieczenia turystyczne w systemie ubezpieczeń gospodarczych. *Zeszyty Naukowe Uczelni Vistula*, (32), 48–67.
- Gołębski, G. (2003). Turystyka jako czynnik integrujący badania naukowe. W: G. Gołębski (red.), *Kierunki rozwoju badań naukowych w turystyce*. Poznań: Akademia Ekonomiczna w Poznaniu. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gołębski, G. (2007). Przedsiębiorstwo turystyczne na rynku. W: G. Gołębski (red.), *Przedsiębiorstwo turystyczne: ujęcie statyczne i dynamiczne* (s. 13–27). Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- <http://zrot.pl/205-nowa-dyrektywa-w-sprawie-impres-turystycznych-opublikowana> (20.02.2020).
- <https://bip.kprm.gov.pl/kpr/bip-rady-ministrow/prace-legislacyjne-rm-i/prace-legislacyjne-rady/wykaz-prac-legislacyjny/r2224,Projekt-ustawy-o-zmianie-ustawy-o-uslugach-turystycznych-oraz-ustawy-o-ubezpiecz.print> (8.01.2021).
- https://tfg.ufg.pl/tresc/27/Zwrot_skladek (20.02.2021).
- <https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/11234-betlej-w-tfg-rynek-rosnie-szybciej-niz-w-merlinie> (25.02.2021).
- <https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/15572-tfg-odklada-pieniadze-i-porzadkuje-rynek> (2.03.2021).
- <https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/21098-21098> (25.02.2021).
- <https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/24487-turystyczny-fundusz-gwarancyjny-komu-przydaje-sie-w-kryzysie> (15.02.2021).
- <https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/24487-turystyczny-fundusz-gwarancyjny-komu-przydaje-sie-w-kryzysie> (2.03.2021).
- <https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/26250-tfg-z-nowym-portalem-dla-turystow-i-przedsiębiorców> (25.02.2021).
- <https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/26626-skutek-koronawirusa-biura-podrozy-wiecej-zabieraja-z-tfg-niz-wplacaja> (25.02.2021).
- <https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/26626-skutek-koronawirusa-biura-podrozy-wiecej-zabieraja-z-tfg-niz-wplacaja> (4.03.2021).
- <https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/8215-16-miliona-zlotych-z-turystycznego-funduszu-gwarancyjnego-dla-klientow-upadlego-olimpu> (4.03.2021).
- <https://www.gov.pl/web/rozwoj-praca-technologie/centralna-ewidencja-organizatorow-turystyki-i-przedsiębiorców-ulatwiających-nabywanie-powiazanych-uslug-turystycznych> (28.02.2021).

- <https://www.newsweek.pl/swiat/koniec-wakacji-na-pokaz-czyli-gdzie-pojechac-w-2021-roku/q4m05dp>.
- <https://www.pot.gov.pl/pl/nawosci/wiadomosci-z-pot/voucher-na-imprezy-turystyczne-gwarantowany-przez-tfg> (25.02.2021).
- <https://www.rp.pl/Biura-podrozy/303079854-Upadlo-biuro-podrozy-Olimp.html> (4.03.2021).
- <https://www.rp.pl/Biura-podrozy/309269959-TFG-pierwszy-raz-wyplacil-pieniadze-klientom-zbankrutowanego-biura-podrozy.html> (20.02.2021).
- https://www.ufg.pl/UCMServlet3/ucmservlet3?dDocName=UCM_UFG_554354 (4.03.2021).
- <https://www.vistulahospitality.edu.pl/o-nas/aktualnosci-i-wydarzenia/wydarzenia/seminarium-rynek-zabezpiezen-finansowych-produktow-ubezpieczeniowych-kontekscie-dzialalnosci-biur-podrozy> (20.02.2021).
- Jasiński, B. (2005). Turbulencja otoczenia. W: R. Krupski (red.), *Zarządzanie przedsiębiorstwem w turbulentnym otoczeniu* (s. 15–221). Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kachniewska, M. (2002). Zarządzanie jakością w małym i średnim przedsiębiorstwie na przykładzie biura podróży. W: S. Doroszewicz (red.), *Techniczne i ekonomiczne aspekty jakości* (s. 199–2207). Warszawa: SGH.
- Kachniewska, M. (2014). Polaryzacja podaży turystycznej jako stymulanta rozwoju sieciowych produktów turystycznych. W: B. Meyer (red.), *Podstawy funkcjonowania rynku turystycznego. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, (805). *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 1(25). Szczecin: Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Kachniewska, M., Nawrocka, E., Niezgoda, A. i Pawlicz, A. (2012). *Rynek turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki*. Kraków: Wolters Kluwer.
- Klimczak-Kochańska, K. (2016). Wkład Petera F. Druckera w rozwój teorii zarządzania. W: K. Klincewicz (red.), *Zarządzanie, organizacje i organizowanie – przegląd perspektyw teoretycznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Pozyskano z: <http://timo.wz.uw.edu.pl/zoo>.
- Kociszewski, P. (2016). Oferta turystyczna dla seniorów i jej społeczno-geograficzne uwarunkowania. Niepublikowana praca doktorska. Wydział Geografii i Studiów Regionalnych. Warszawa: Uniwersytet Warszawski.
- Kociszewski, P. (2017). Kształtowanie oferty na rynku turystyki kulturowej przez organizatorów turystyki (na przykładzie turystów seniorów). *Turystyka Kulturowa*, (1), 80–2105.
- Kociszewski, P. (2019). Polska. Na rynku touroperatorów narasta zjawisko polaryzacji. W: N. Pęcak, *Raport. Ranking 2019 Touroperatorzy – wydanie specjalne „Wiadomości turystycznych”*. Warszawa.
- Konieczna-Domańska, A. (1998). Polskie biura podróży na rynku turystycznym. *International Journal of Management and Economics*, 5, 84–296. Warszawa: Kolegium Gospodarki Światowej Szkoły Głównej Handlowej.
- Konieczna-Domańska, A. (2008). *Biura podróży na rynku turystycznym*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kornak, A. (1999). *Biura podróży na rynku. Zarządzanie, marketing i promocja*. Bydgoszcz: Kujawsko-Pomorskie Studium Edukacyjne.
- Kostrowicki, A.S. (1975). Podejście systemowe w badaniach nad rekreacją, *Przegląd Geograficzny*, 47(2), 263–277.
- Kotler, P. i Caslione, J.A. (2009). *Chaos. Zarządzanie i marketing w erze turbulencji*. Warszawa: Wydawnictwo MT Biznes.
- Kruczek, Z. (2011). *Piloci i przewodnicy na styku kultur*. Kraków: Wydawnictwo Proksenia.

- Krzymowska-Kostrowicka, A. (1980). Terytorialny system rekreacyjny. Analiza struktury i charakteru powiązań. *Prace Geograficzne, IGiPZ PAN*, 138. Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk-Łódź: Wydawnictwo Ossolineum.
- Kubiak-Cyruł, A. (2015). Zakres stosowania nowej dyrektywy w sprawie imprez turystycznych i powiązanych usług turystycznych z perspektywy prawa polskiego. *Studia Prawnicze. Rozprawy i Materiały*, (2), 19–34.
- Leiper, N. (1979). The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry. *Annals of Tourism Research*, 6, 390–407.
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367–384.
- Lisowski, A. (2003). *Koncepcje przestrzeni w geografii człowieka*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Maliszewska, M., Kociszewski, P. i Łopaciński, K. (2017). *Rynek zabezpieczeń finansowych i produktów ubezpieczeniowych w kontekście działalności biur podróży*. Warszawa: Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji.
- Mączyńska, E. (2010). Przedsiębiorstwa wobec kryzysu i naruszonej równowagi. W: R. Sobiecki, J.W. Pietrewicz (red.), *Przedsiębiorstwa a kryzys globalny* (s. 199–220). Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Michalska-Dudek, I. (2017). *Kształtowanie lojalności klientów biur podróży*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
- Michalska-Dudek, I. i Przeorek, R. (2014). Ocena stabilności biur podróży w Polsce z wykorzystaniem metody R.A.T.I.N.G. W: B. Walas i J. Sobczuk (red.), *Ewolucja podaży i popytu w turystyce*. Sucha Beskidzka: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii.
- Michalska-Dudek, I. i Przeorek-Smyk, R. (2010). *Marketing biur podróży*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Mika, M. (2012). Competitiveness of tourist destinations as a research problem in the geography of tourism – analytical assumptions behind the research model. *Prace Geograficzne Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ*, 130, 91–105.
- Mika, M. (2014). *Założenia i determinanty podtrzymywalności lokalnego rozwoju turystyki*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet Jagielloński.
- Nawrot, Ł. i Zmyślony, P. (2009). *Międzynarodowa konkurencyjność regionu turystycznego. Od programowania rozwoju do zarządzania strategicznego*. Kraków: Wydawnictwo Proksenia.
- Niemczyk, A. (2012). *Zróżnicowanie zachowań konsumentów na rynku turystyki kulturowej*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.
- Niezgoda, A. (2006). *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- NIK. (2012). *Informacja o wynikach kontroli – przestrzeganie warunków świadczenia usług turystycznych*. Warszawa: Najwyższa Izba Kontroli.
- Panasiuk, A. (2014). *Rynek turystyczny. Studium strukturalne*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Pawlusiński, R. (2007). Biura podróży. W: W. Kurek (red.), *Turystyka* (s. 177–180). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Prieobrażenski, W.S. (red.). (1975). *Teoreticzeskije osnovy riekreacjonnoj geografii*, Moskwa: Izd. Nauka.
- Pritchard, C. (2002). *Zarządzanie ryzykiem w projektach*. Warszawa: WIG-Press.
- Rozporządzenia Ministra Rozwoju, Pracy i Technologii z dnia 22 grudnia 2020 r. w sprawie wysokości składki na Turystyczny Fundusz Gwarancyjny (Dz.U. 28.12.2020, poz. 2372).
- Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 16 grudnia 2010 r. w sprawie minimalnej wysokości sumy gwarancji bankowej lub ubezpieczeniowej wymaganej w związku z działalnością

- wykonywaną przez organizatorów turystyki i pośredników turystycznych (Dz.U. 2010 Nr 238, poz. 1584).
- Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 21 grudnia 2010 r. w sprawie obowiązkowego ubezpieczenia na rzecz klientów w związku z działalnością wykonywaną przez organizatorów turystyki i pośredników turystycznych (Dz.U. 2010 Nr 252, poz. 1690).
- Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 19 kwietnia 2013 r. w sprawie minimalnej wysokości sumy gwarancji bankowej lub ubezpieczeniowej wymaganej w związku z działalnością wykonywaną przez organizatorów turystyki i pośredników turystycznych (Dz.U. 2013, poz. 511).
- Runge, J. (2007). *Metody badań w geografii społeczno-ekonomicznej – elementy metodologii, wybrane narzędzia badawcze*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Sangowski, T. (red.). (1998). *Ubezpieczenia gospodarcze*. Warszawa: Poltext.
- Sobczyk, M. (2013). *Ubezpieczenia w turystyce i rekreacji*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Sobolewski, H. i Bober, P. (2015). Ubezpieczenie w zarządzaniu ryzykiem w działalności touroperatora. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, (854). *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, (73), 253–264.
- Sudoł, S. (2006). *Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Zarządzanie przedsiębiorstwem*. Wyd. 3. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Szumlicz, T. (2005). Metoda ubezpieczenia – Interpretacja społeczna W: T. Szumlicz (red.). *Społeczne aspekty ubezpieczenia*. Warszawa: Wydawnictwo SGH.
- Ustawa z 24 listopada 2017 roku o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych (Dz.U. 2017, poz. 2361).
- Ustawa z dnia 2 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych (Dz.U. 2020, poz. 374).
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (Dz.U. 1997 Nr 133, poz. 884).
- Ustawa z dnia 31 marca 2020 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. 2020, poz. 568).
- Ustawa z dnia 22 lipca 2016 r. o zmianie ustawy o usługach turystycznych oraz ustawy o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnym i Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych w sprawie wysokości składki na Turystyczny Fundusz Gwarancyjny (Dz.U. 2016, poz. 1900).
- Wolański, R. (2013). *Wpływ otoczenia finansowego na konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.
- Wściubiak, Ł. (2014). Przedsiębiorczość jako odpowiedź na narastającą turbulencję otoczenia współczesnych przedsiębiorstw. *Przedsiębiorczość Edukacja*, (10).

Rozdział 2

Wartość kapitału ludzkiego

Niniejszy rozdział ma na celu przybliżenie pojęcia „wartości kapitału ludzkiego” od stron zarówno historycznej, jak i ekonomicznej. Wpływ zmian społeczno-gospodarczych dotyczy przede wszystkim ludzi, ich wkładu, wpływu na jakość i sposób wykonywania przez nich pracy, a co za tym idzie na wartość kapitału ludzkiego. Obserwacje zmian, rozwój technologii, ale również silny wpływ wiedzy i wykształcenia spowodowały podział klas społecznych. Wartość kapitału ludzkiego stała się istotnym czynnikiem „nowej ekonomii”, gdzie docelowo nauka o rachunkowości dołącza go do kategorii bilansowej wartości niematerialnych. Publikacja przedstawia główne metody kalkulacji wartości kapitału ludzkiego oraz ich ograniczenia. Dodatkowo ma na celu podniesienie świadomości wkładu pracy wykonywanej przez każdego pracownika i jego wpływu na wartość przedsiębiorstwa.

Słowa kluczowe: wartość kapitału ludzkiego, goodwill, podział na klasy społeczne, sprawozdania finansowe.

THE VALUE OF HUMAN CAPITAL

This article aims to introduce the concept of the value of human capital from both the historical and economic side. The impact of socio-economic changes primarily concerns people, their contribution, the impact on the quality and manner of their work, and thus on the value of human capital. Observations of changes, the development of technology, but also the strong influence of knowledge and education caused the division of social classes. The value of human capital has become an important factor of the “new economy”, where ultimately the science of accounting adds it to the balance sheet category of intangible assets. The article presents the main methods of calculating the value of human capital and their limitations. In addition, it

* mgr Sylwia Dudkowiak – Wydział Zarządzania, Uniwersytet Warszawski, ul. Szturmowa 1/3, 02-678 Warszawa; ORCID ID: 0000-0002-5789-2172.

aims to raise awareness of the contribution of work performed by each employee and its impact on the value of the company.

Keywords: value of human capital, goodwill, division into social classes, financial statements.

JEL: O16

2.1. Wstęp

Współczesne problemy występujące w naukach o ekonomii, zarządzaniu i docelowo w rachunkowości dotyczą przede wszystkim zasobów ludzkich. Człowiek XXI wieku wprowadził do nauki rozwój strony badawczej, a dzięki automatyzacji również nowych technologii, powodując tym samym przyspieszenie kapitalizmu. Motorem napędowym postępującego rozwoju jest chęć nie tylko ułatwienia życia człowiekowi, docenienie chwili jego refleksji, lecz także ochrona przed postępującą degradacją środowiska, ale głównym bodźcem jest pieniądź w każdej postaci. Punktem zainteresowania jest pieniądź zarówno ten fizyczny, który otrzymuje się w ramach wynagrodzenia za wykonaną pracę, jak i ten wirtualny, który ostatecznie trafia do dużych korporacji. Od momentu wynalezienia tego środka płatniczego jest on czynnikiem, którego zarówno nadwyżka, jak i niedobór wywołują określone reakcje ludzi. Pieniądź służy do wyceny wartości danego dobra, a niegdyś nawet wymiana barterowa dawała możliwość zastosowania umownego przelicznika, ile dane dobro było warte innego dobra.

Tymczasem współcześni menedżerowie niejednokrotnie stają przed problemem, mimo skalkulowanej wartości zysku w sprawozdaniach finansowych, z wyceną wartości przedsiębiorstwa. Sprawozdania finansowe, przedstawiane w formie liczbowej, opierają się na wartości pieniądza, jednak sama wartość przedsiębiorstwa jest uznawana za subiektywną. Zachowując naukowy ciąg myślowy od ekonomii, poprzez zarządzanie, docelową dziedziną zawierającą merytoryczne fundamenty wartości pieniądza jest rachunkowość. To właśnie współczesna rachunkowość będąca częścią „nowej ekonomii” jest nauką, w której coraz częściej zadawane jest pytanie o wartość i jednocześnie poszukuje się na nie odpowiedzi nie tylko w sprawozdaniach finansowych, lecz także w załączonych informacjach dodatkowych. Badacze rachunkowości potrafili dokonać wielu przekształceń w sprawozdaniach finansowych w celu doprecyzowania danych kategorii dla rzetelnego ich pokazania na potrzeby finalnego odbiorcy.

Wielokrotnie podejmowano próby w rachunkowości przedstawiania wartości kapitału ludzkiego, natomiast w historii ekonomii – zdefiniowania wartości kapitału ludzkiego w powiązaniu ze współczesnym zarządzaniem. Menedżerowie, którzy nie potrafią dostrzec potencjału pracowników, ich wkładu w rzeczywistą wartość przedsiębiorstwa nie są w stanie w sposób konstruktywny zarządzać przedsiębiorstwem, gdyż będą dostrzegać wyłącznie liczbowy „zysk”, który może okazać się stratą. Peter F. Drucker w swojej książce pt. „Zarządzanie w czasach burzliwych” podkreślał rolę menedżerów jako biegłych znawców – „w swojej retoryce menedżerowie muszą coraz mocniej podkreślać odpowiedzialność za zarobienie na koszty ryzyka, zmian, innowacji oraz jutrzejszych miejsc pracy dla dzisiejszych młodych ludzi i dla nowych ludzi w kręgu siły roboczej. Nie mogą tego zrobić, nie uzyskawszy wcześniej pewności, że w danych księgowych ich własnych przedsiębiorstwach, w danych, którymi się kierują, odzwierciedla się rzeczywistość, a nie złudzenie „zysku”. Najniebezpieczniejszą perspektywą dla gospodarki światowej w całości, jak i dla gospodarki każdego z krajów, jest – obok zagrożenia spadkiem produktywności – zahamowanie w procesie tworzenia kapitału. Dopóki menedżerowie nie zaczną przy każdym spojrzeniu na swoje dane dostrzegać, że nie ma w nich żadnego »zysku«, a tylko »koszty utrzymania się w interesach«, będą nadal powtarzać wprowadzające w błąd niedorzeczności” (Drucker, 1995, s. 42). Rolą współczesnych menedżerów jest właśnie umiejętność dostrzegania potencjału w pracownikach i odpowiedniego nim zarządzania w celu uzyskania możliwie najwyższej wartości przedsiębiorstwa, a nie tylko dodatniej pozycji w polu „zysk” w rachunku zysków i strat w danym roku finansowym. W 1875 r. Fryderyk W. Taylor wprowadził nowe pojęcie – „produktywność pracy”. Jego odkrycie, że pracą można zarządzać i dzięki temu uczynić ją produktywniejszą było punktem zwrotnym dotychczasowego myślenia. Taylor dostrzegł, że można „pracować sprytniej”, czyli – produktywniej. Dostrzegł, choć nigdy nie ujął swej operacji w teorię, że za produktywność pracy odpowiada nie pracownik, lecz menedżer i że produktywność bierze się z zastosowania do pracy specyficznie ludzkich, a kapitalnych zasobów, czyli wiedzy (Drucker, 1995).

2.2. Wartość kapitału ludzkiego – historia na przestrzeni wieków

Miara wartości kapitału ludzkiego wymaga zdefiniowania pojęcia „wartości kapitału ludzkiego”. Jest to fundament, który pozwoli na późniejsze rozważania dotyczące „nowej ekonomii”.

Tematem wartości człowieka zajął się między innymi polski polityk i prawnik, Ignacy Czuma (1891–1963), długoletni profesor i prorektor Wydziału Prawa i Nauk Społeczno-Ekonomicznych Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego. Jego związek z tym wydziałem nie był przypadkowy, gdyż zarówno jego wystąpienia publiczne, jak i poglądy prywatne opierały się na nauce chrześcijańskiej, a kluczowymi filarami jego życia były Bóg, ojczyzna i rodzina. Artykuły prof. Czumy zawierały liczne odniesienia do Biblii, co pozwoliło mu patrzeć na ludzi w sposób wyjątkowy.

Czuma wielokrotnie podkreślał niematerialną rolę kapitału ludzkiego, nazywając ją wartością, jaką każdy z nas może dać społeczeństwu. „Urzędnik, nauczyciel, sędzia – pracujący jako składowa część społecznego kierownictwa – dostaje wynagrodzenie w pieniądzu. Zna się tego pieniądza obiegową wartość, ale trudniej zestawić ją z wartością tego, co urzędnik, sędzia, nauczyciel daje społeczności ze swojej pracy, w swoich zabiegach” (Czuma, 2007, s. 257). Doskonale rozumiał, że sama wiedza i praca nie są wystarczającymi czynnikami określającymi wartość człowieka. „Im wyższe stanowisko społeczne, tym silniejsze i dobroczynniejsze skutki miłości tych, którzy te stanowiska posiadają. Miłość, z jaką pracuje, z jaką żyje ów człowiek, miłość, poświęcenie, ofiarność, pogoda i radość zbytku w dawaniu z siebie dla innych bezinteresownie, jest nieocenionym wkładem wartości w stosunki społeczne. Niech to będzie minister, oficer, sędzia, nauczyciel (ach, jak szczególnie ten ostatni!), przedsiębiorca, robotnik, urzędnik administracyjny, rolnik zatrudniający drugich, ojciec w rodzinie itd. Ileż skarbów dla społeczeństwa daje miłość tych ludzi przejawiona w toku ich pracy, na ich placówce życiowej! Mam na myśli przede wszystkim stosunek tych ludzi do innych ludzi (przełożonych do podwładnych oraz do tzw. interesantów) i do spraw samych” (Czuma, 2007, s. 261).

Drucker również zauważył, że wartość jest istotnym kryterium w naukach o zarządzaniu, w tym o zarządzaniu kapitałem ludzkim. Sam określił, że „potrzebujemy zaiste jakiejś prawdziwej teorii ekonomicznej opartej na teorii wartości: ale taką teorię przyjdzie oprzeć na założeniu, że „źródło wszelkiej wartości ekonomicznej stanowi produktywność” (Drucker, 1995, s. 22). Jego pierwotne wyobrażenie skupiało się na efektywności pracy ludzkiej, co nie dziwi, gdyż w czasach rewolucji przemysłowej to fabryki wiodły prym, a ludzie byli wyceniani za wyrobienie normy, a główne problemy zarządzania kapitałem ludzkim dotyczyły pracy akordowej.

Wartość należy również do podstawowych kategorii w teorii ekonomii. Wciąż trwa spór o jej obiektywny bądź subiektywny charakter. Dotyczy on teorii wartości opartej na pracy ludzkiej i przeciwstawnej jej teorii wartości opartej na subiektywnej użyteczności dóbr. Ma to zasadnicze znaczenie dla

sposobu pojmowania ekonomicznej wartości przedsiębiorstwa i metod wyceny przedsiębiorstwa. Wyznajemy pogląd, iż o wartości ekonomicznej przedsiębiorstwa świadczy jego zdolność do generowania wolnych przepływów pieniężnych – i w tym sensie jest to kategoria oparta na obiektywnych przesłankach. W wycenie rynkowej, oprócz pierwiastków obiektywnych, występują zaś elementy subiektywne lub/i spekulacyjne (Panfil i Szablewski, 2011).

„Kapitał” jest pojęciem wielowymiarowym, gdyż może być wyrażony zarówno w wymiarze ekonomicznym, finansowym, jak i ludzkim. „Kapitał” nie jest pojęciem niezmiennym – oddaje on stan rozwoju i stosunków społecznych w danym społeczeństwie (Piketty, 2015). Współczesny ekonomista, Thomas Piketty, w swojej książce „Kapitał w XXI wieku” pisze, że „kapitał jest określony jako całość aktywów »pozaludzkich«, które mogą być posiadane i wymieniane na rynku. Kapitał obejmuje w szczególności całość kapitału nieruchomości (budynki, domy) używanego do mieszkania oraz kapitału finansowego i organizacyjnego (budynki, wyposażenie, maszyny, patenty itp.) wykorzystywanego przez przedsiębiorstwa i administracje”. Co więcej, Piketty świadomie oddziela pojęcia „kapitału” od „kapitału ludzkiego”. Za kapitał ludzki uznaje „siłę pracy, kwalifikacji, przygotowania oraz zdolności indywidualnych” (Piketty, 2015). Dodatkowo wyjaśnia dlaczego dokonuje tego podziału – „istnieje wiele powodów, by wyłączyć kapitał ludzki z definicji kapitału. Najbardziej oczywistym jest ten, że kapitał ludzki nie może być posiadany przez inną osobę ani być wymieniany na rynku, w każdym razie nie w sposób trwały. Stanowi to zasadniczą różnicę wobec innych form kapitału. Można oczywiście wynająć usługi swojej pracy w ramach umowy o pracę, ale we wszystkich nowoczesnych systemach prawnych może dojść do tego wyłącznie na czas określony i ograniczony zwyczajowo. Z wyjątkiem, rzecz jasna, społeczeństw praktykujących niewolnictwo, w których dozwolone jest posiadanie w sposób pełny i całkowity kapitału ludzkiego innej osoby, a nawet jej ewentualnych potomków. W takich społeczeństwach można sprzedawać niewolników na rynku, przekazywać ich w spadku i jest przyjęte dodawanie wartości do innych wartości majątku” (Piketty, 2015, s. 63). Piketty prowadził swoje badania, opierając się na danych historycznych Stanów Zjednoczonych, Francji i Anglii od XVIII do XX wieku. Stąd fragmenty o niewolnictwie, zapisy bowiem, do których dotarł, obejmowały czasy niewolnictwa zniesionego w USA w 1863 roku. Badał on źródła historyczne pozwalające poznać ceny niewolników w Stanach Zjednoczonych od lat 70. XVIII wieku aż do lat 60. XIX stulecia. Dokumenty przedstawiające tamtejsze zapisy księgowe ukazujące niewolników (kapitał ludzki) jako aktywa, to inwentarze sporządzane po śmierci właścicieli (*probate records*) zgromadzone przez Alice Hanson Jones, dane fiskalne i spisowe używane przez Raymon-

da Goldsmitha czy dane o transakcjach i targach niewolników zebrane przez Roberta Fogla (Piketty, 2015). Piketty podsumował swoje obszerne analizy i obliczył wartość kapitału ludzkiego na podstawie tych inwentarzy, przy czym ostateczny wynik zaskoczył swoją wysokością. Otóż „łączna wartość niewolników wynosiła około półtora rocznego dochodu narodowego w całych Stanach Zjednoczonych w końcu XVIII wieku i podczas pierwszej połowy XIX wieku, to znaczy w przybliżeniu tyle, co wartość gruntów rolnych. Takie dodawanie jest oczywiście, co najmniej dyskusyjne: stanowi świadectwo cywilizacji traktującej niektóre osoby jako przedmioty do posiadania, nie zaś jako podmioty mające prawa, a w szczególności prawo posiadania. Pozwala to jednak na uświadomienie sobie znaczenia majątku niewolniczego dla ich właścicieli”. Tak przedstawiony obraz rachunkowości pierwotnego ujęcia kapitału ludzkiego w bilansie wskazuje, że wartość kapitału ludzkiego ma istotne znaczenie dla wartości przedsiębiorstwa od wielu stuleci i nie jest to innowacyjność „nowej ekonomii”. Od dawna bowiem ekonomiści dokonują prób jej wyceny na swój sposób w zależności od okoliczności. Wiek XVIII pokazał, że „ten rodzaj rachunku ma sens tylko w odniesieniu do społeczeństw praktykujących niewolnictwo, gdzie kapitał ludzki może być sprzedawany na rynku w sposób trwały i nieodwracalny” (Piketty, 2015, s. 200). Należy pamiętać, że niezależnie od epoki to „kapitał ludzki nie może być przedmiotem wymiany na rynku, w każdym razie w społeczeństwach zakazujących niewolnictwa” (Piketty, 2015, s. 63). Piketty wielokrotnie podkreślał wartości kapitału ludzkiego z perspektywy wiedzy i kwalifikacji. Ukazując historyczny rozwój społecznego podejścia do wykształcenia poprzez edukację, która obecnie jest powszechnym obowiązkiem w większość krajów na świecie, a które było przez wieki traktowane jako dobro przeznaczone jedynie dla wybranych grup społecznych. To właśnie podział na klasy społeczne uniemożliwiał rozwój intelektualny klasy robotniczej, a samo urodzenie stawiało na podium pochodzenie oraz posiadanie. Brak równości społecznej dodatkowo nasilał się poprzez konflikty i był przyczyną wielu kryzysów gospodarczych.

2.3. Wartość kapitału ludzkiego – próby pomiaru na przykładzie Alima-Gerber

Historia pokazała, że słusznym kierunkiem działania były mechanizmy zmierzające w kierunku kompresji nierównowagi. W dłuższym horyzoncie czasowym główną siłą popychającą w kierunku równości jest upowszechnienie wiedzy i kwalifikacji.

Według Pikettiego, ze ściśle teoretycznego punktu widzenia potencjalnie istnieją też inne siły działające na rzecz większej równości. Można na przykład założyć, zgodnie z „hipotezą wzrostu znaczenia kapitału ludzkiego”, że technologia produkcji może z czasem wymagać od pracowników coraz większych kompetencji, a udział pracy w ogólnym dochodzie wykazuje tendencję wzrostową (z kolei udział kapitału o tyleż maleje). Inaczej mówiąc, marsz w kierunku racjonalizacji technologicznej prowadziłby automatycznie do triumfu kapitału ludzkiego nad kapitałem finansowym oraz tym pochodzącym z nieruchomości, a więc zwycięstwa zasłużonych pracowników nad akcjonariuszami i kompetencji nad pochodzeniem. W ten sposób nierówności stałyby się naturalnie uzasadnione i mniej zastygłe niż w przeszłości: racjonalność ekonomiczna prowadziłaby mechanicznie do racjonalności demokratycznej (Piketty, 2015).

Te przemyslenia i wnioski są ogólne dla wszystkich społeczeństw, gdzie wartość kapitału ludzkiego z każdym wiekiem rośnie nie tyle na poziomie rachunkowym, ile w ich świadomości. Na każdym etapie pojawiają się nowe możliwości, głównie poprzez nowe technologie, jakie człowiek tworzy i modeluje czy z których człowiek korzysta. Maszyny zastępują pracę rąk ludzkich i z każdym pokoleniem coraz bardziej zawęża się grupa klasy robotniczej, pozostałe grupy uczą się zaś obsługi nowych technologii bądź je tworzą. Historyczny przeskok pomiędzy klasami w Polsce bardzo szczegółowo przedstawiła Elizabeth Dunn w swojej książce pt. „Prywatyzując Polskę. O bobofrutach, wielkim biznesie i restrukturyzacji pracy”, gdzie opisała swoje doświadczenia pracy fizycznej w fabryce Alima-Gerber (AG) podczas pisania swojej pracy naukowej. Będąc naukowcem, który chciał poznać procesy oraz środowisko w fazie przemian, stała się jednym z pracowników, co pozwoliło jej na codzienne obcowanie z innymi zatrudnionymi na różnych szczeblach organizacji w burzliwym dla niej momencie. W 1992 roku amerykański potentat odżywek dla niemowląt Gerber wykupił Zakłady Przemysłu Owocowo-Warzywnego Alima. Była to jedna z pierwszych prywatyzacji w Polsce po 1989 roku. Amerykański inwestor uznał, że warunki ekologiczne dla uprawy warzyw i owoców w rejonie Rzeszowa są takie same, jak te w stanie Michigan w miasteczku Remont, gdzie znajdowała się centrala amerykańska. Jednak szybko się okazało, że do jakościowej produkcji nie wystarczą rodzime produkty z ekologicznych upraw, a potrzebni są ludzie, którzy nie tylko znają się na produkcji, lecz także wkładają w to swoje serca. Na ziemiach polskich Amerykanie zastali zaś postkomunistyczną fabrykę, która stała się jednym z symboli zmian współczesnego kapitalizmu w Polsce.

Odgórny podział ról dotychczasowych pracowników stał się kością niezgody, zawiści i wewnętrznych konfliktów, wywołał bowiem stworzenie klas spo-

łecznych – załoga komunistycznego przedsiębiorstwa została podzielona na dwie części: „z jednej strony stały osoby kojarzone z produkcją, zacofaniem, brakiem krytycznego czy analitycznego myślenia, kolektywizmem i nieumiejętnością tworzenia innowacji, z drugiej zaś – nieprzeciętnie ruchliwi, aktywni, nowocześni menedżerowie czy przedstawiciele handlowi, którzy dzięki swej samoświadomości wciąż uczyli się czegoś nowego” (Dunn, 2017, s. 9). Tworzenie klas skrzywdziło wielu pracowników, którzy zostali odgórnie przypisani przez nowy system do grupy produkcyjnej, ta zaś była definiowana jako niewykwalifikowana i nieinnowacyjna. Dunn pokazuje jak w praktyce formułował się system klasowy. Robotników wyszkolono, żeby nie ufali samym sobie, menedżerów – aby uwierzyli w swoje możliwości, pracowników produkcyjnych uczono postrzegać siebie jako posiadających ograniczone kwalifikacje, kadre kierowniczą – jako bardzo kompetentną. Nie miało znaczenia, kto miał najlepsze pomysły. Wartość pracownika zależała od pełnionej przez niego funkcji, a nie od wnoszonej wartości. Dunn nie twierdzi, że system komunistyczny był „merytokratyczny”. Pokazuje jedynie, że nowy model również nie miał takiego charakteru. Jego prawomocność i „normalność” wynikały z przekonania, że pozwalał ludziom awansować w oparciu o ich rzeczywisty wkład w proces produkcji. Dunn pokazuje, że ludzie zostali wycenieni, jeszcze zanim mieli okazję pokazać, ile są warci (Dunn, 2017). Głównym powodem wewnętrznych konfliktów, demotywacji pracowników i ciągłego oceniania było zapewne, że podział na klasy nastąpił wśród dotychczasowych pracowników. Wcześniej w Polsce nie było zachodniego podziału na klasę menedżerów, którzy w obecnym układzie stali się intelektualistami bez odpowiednich kwalifikacji, dopiero mieli je zdobywać w błyskawicznym tempie i dla samego papierka, dodatkowo nie wynikały one z dotychczasowego wykształcenia i zdobytych umiejętności.

Program szkoleń wymagał wiele od przyszłych menedżerów i niemal niczego od robotników, w ten sposób „robił z nich ludzi niezdolnych do zapamiętywania faktów i rozumienia najprostszych pojęć”. To wszystko tylko podburzało wewnętrzną atmosferę. Dziś wiadomo, że nawet w pracy rutynowej – z czego pierwszy zdał sobie sprawę Taylor – jedynym prawdziwym „ekspertem” jest osoba, która tę pracę wykonuje (Drucker, 1995). Tymczasem robotnicy AG nie opierali swych roszczeń do elastyczności na indywidualnych cechach charakteru, ale na ciągłości ich wspólnoty pracy. Stali pracownicy przekonywali, że skoro pracowali razem przez tyle lat, to doskonale potrafią koordynować swą pracę i dlatego idealnie nadają się do łagodzenia trudności i nieregularności związanych z produkcją. Innymi słowy przekonywali, że ich osobiste znajomości są zasobem, a nie obciążeniem (Dunn, 2017). Dlatego nie dziwi bunt i niechęć pracowników klasy robotniczej do wprowadzonych zmian, które

w żaden sposób nie mobilizowały ich do pracy twórczej, wartościowej, a jedynie do spełnienia obowiązku i zrobienia wyniku w celu zapewnienia warunków życia swoim rodzinom. Zdaniem Johna Jonesa (pracownik Gerbera) Gerber powinien przeprowadzić lepsze rozpoznanie swoich zasobów kierowniczych, współpraca ze starym kierownictwem Alimy od samego początku była błędem. Dawni menedżerowie byli uwikłani w znajomości z dostawcami oraz klientami i nieoficjalnie robili z nimi własne interesy. Gerber powinien był pójść śladem innych zachodnich inwestorów i natychmiast zwolnić całe dotychczasowe kierownictwo. Tylko to mogło wzmocnić zachodni styl zarządzania i rozbić stare układy (Dunn, 2017). Używanie przez Jonesa określeń „aktywa” i „obciążenia” w odniesieniu do menedżerów oraz stwierdzenie pracowników, że zrobiono z nich „gęsi” lub „niewolników” jasno pokazują, że prywatyzacja spowodowała zasadniczą zmianę w ontologii pracy w firmie. Jak pokazał Polanyi (1944), w każdym systemie kapitalistycznym praca musi stać się fikcyjnym towarem (Dunn, 2017).

Zmiana sposobu myślenia, nie tylko w rzeszowskiej Alimie, lecz także w całej Polsce, w której kolejne zakłady zaczęto powoływać na podobnych zasadach, skrzywdziła moralnie i podcięła skrzydła wielu wyśmianym rzemieślnikom i robotnikom. Naznaczając ich jako „innych” i przedstawiając jako „nieelastycznych”, „socjalistycznych”, „niezdolnych do myślenia”. Przedstawiciele handlowi i menedżerowie przeprowadzili kolejny kluczowy etap prywatyzacji osób: „utowarowienie” pracy. Jak wykazał Polanyi, twierdzenie, że praca jest towarem – osobistą własnością pracującego – jest w zasadzie fikcją. Posegmentowane rynki pracy, na których różne rodzaje siły roboczej sprzedawane są w różnych cenach, zależą od tej fikcji. Jednak żeby istniały posegmentowane rynki pracy, które zależą od różnicowania pracy opartego na jej jakości, najpierw sami pracownicy muszą zostać zróżnicowani i „utowarowieni” (Dunn, 2017). Pracownicy AG nie byli przeciwnikami prywatyzacji firmy ani reakcyjnymi obrońcami socjalistycznego dziedzictwa. Sprawą kluczową było dla nich nie to, kto posiada firmę, ale kto robi z niej użytek i komu przynosi ona korzyść (Jan Paweł II, 1981). Dunn wielokrotnie ukazuje, że w zgodzie z katolicką nauką społeczną robotnicy AG wierzyli, że godność pracy i osoby ludzkiej mogą istnieć zarówno w warunkach prywatnej, jak i społecznej wartości środków produkcji. Ważne jest kto i jak pracuje oraz kto z tej pracy korzysta. Robotnicy AG sprzeciwiali się jedynie prywatyzacji ludzi. Podobnie działo się w innych zakładach pracy.

Tak powstała dyscyplina zwana „zarządzaniem naukowym”. Zakłady produkcyjne organizowano zgodnie z wytycznymi eksperta zajmującego się wydajnością pracy, Fredericka W. Taylora. Fordowskie przedsiębiorstwa korzystały

z jego metody, oddzielając pracę fizyczną od umysłowej, odbierając kontrolę nad procesem produkcji wykwalifikowanym rzemieślnikom i przekazując ją menedżerom. Ci zaś stosowali zasady inżynierii zarządzania w celu zwiększenia wydajności pracy robotników. „Taylorowscy” inżynierowie stali nad robotnikami ze stoperami, mierząc czas każdego najdrobniejszego ruchu, a następnie starali się ułożyć czynności tak, aby zwiększyć dzienną produkcję. System taylorowski zmieniał ludzi w części maszyn, przy których pracowali, w bierne elementy rytmiczne i efektywnie powtarzające jedną czynność. Fordowskie fabryki często płaciły w trybie akordowym, aby skłonić robotników do stałego zwiększania wydajności i podporządkowania się dyktatowi inżynierów przemysłowych. System ten spowalniał radykalnie uniezależnienie pracy w przemyśle od kwalifikacji robotników, dając początek jej wyjątkowo otepiającej i wyczerpującej formie (Dunn, 2017). Rola menedżerów została w sposób ponadprzeciętny wywyższona, a stanowiska obsadzone nie podlegały zmianie w ramach grup społecznych. Wartość kapitału ludzkiego stała się problemem, gdyż okazało się, że wynagrodzenia menedżerów są również ponadprzeciętne, a robotnicy pracują za grosze.

W celu wyrównania różnic wyceny pracy, a tym samym obliczenia wartości kapitału ludzkiego w 1995 roku AG powołała zespół, który miał opisać i ocenić wszystkie stanowiska pracy w firmie. W jego skład wchodził: specjalista ds. personalnych, psycholog pełniący obowiązki zakładowego specjalisty ds. rekrutacji oraz inspektor BHP. Przy pomocy menedżerów poszczególnych działów stworzono ogólne i szczegółowe opisy 111 stanowisk (na 900 osób zatrudnionych w AG). Odpowiednia ilość punktów wskazywała wartość, jaką każde z nich miało dla firmy. Samo wartościowanie pracy nie było w Polsce nowością, ale dopiero w tym okresie zrobiło się bardzo popularne (Dunn, 2017). System stworzony w Alimie był wynikiem zastosowania ogólnej metody oceny czynnikowej. Na początku wyznaczono i oceniono uniwersalne „współczynniki wynagrodzenia”. Zespół ustalił, że punkty przyznane za „fachowość” będą stanowić 46,3% oceny ogólnej; „odpowiedzialność” – 30,4%; „wysiłek” – 17%, a „warunki środowiska pracy” – 6,3%. Następnie każdy współczynnik podzielono na liczne kategorie i podkategorie. Kryterium fachowości składało się np. z pięciu głównych kategorii. Wykształcenie zawodowe oceniano na maksymalnie 75 punktów, doświadczenie zawodowe na 60, innowacyjność i kreatywność – 40, pomysłowość i zręczność – 25, a współdziałanie – na 20 punktów. Podobny podział przeprowadzono w przypadku „odpowiedzialności”, „wysiłku” i „warunków środowiska pracy”. Po skonstruowaniu systemu przystąpiono do oceny każdego stanowiska pracy, przypisując mu punktację wynikającą z przyjętej skali. W tym samym czasie stworzono bardzo szczegó-

łowe opisy wszystkich stanowisk. Przełożeni byli odpowiedzialni za to, aby we współpracy z zespołem przeprowadzającym wartościowanie pracy sporządzić opisy stanowisk pracowników. Posługując się opisem stanowisk i „kluczem analitycznym”, zespół dokonał punktacji każdego z nich. Przykładowo kategoria „innowacyjność i kreatywność”, będąca częścią współczynnika określanego jako „fachowość”, występowała razem z kluczem analitycznym odtworzonym w tabeli 2.1. Zsumowane, przeważone i połączone oceny częściowe złożyły się na wynik końcowy i ranking pozycji. Nie trzeba dodawać, że pracownicy produkcyjni znaleźli się na samym dole skali. Pozostałe stanowiska otrzymały różne oceny, aż do 475 punktów. Ostateczna liczba punktów przypisana do każdego stanowiska miała precyzyjnie wyrażać jego wartość dla przedsiębiorstwa (Barlik, 1996). Drugim elementem procesu wartościowania pracy było stworzenie nowego systemu oceny pracowników. Każdy miał być oceniony w formularzu (z miejscem na dodatkowe komentarze dla wszystkich zarezerwowanych powyżej poziomu „pracownika produkcji”) stworzonym w oparciu o uniwersalne czynniki porównawcze. Menedżerowie odpowiedzialni za ocenę pracowników mieli do dyspozycji trzynaście kategorii punktowanych od 1 do 5 (tab. 2.2). Każdy punkt miał wpływać na wysokość premii motywacyjnej, podnosząc ją o około 1–2% wynagrodzenia (Dunn, 2017).

Tabela 2.1. Klucz analityczny dla kategorii „innowacyjność i kreatywność”

Poziom	Charakterystyka poziomu	Liczba punktów
1.	myślenie rutynowe praca niewymagająca inicjatywy i pomysłowości	0
2.	myślenie quasi-rutynowe praca wymagająca umiarkowanej inicjatywy i pomysłowości	5
3.	myślenie diagnostyczne praca wymagająca większej inicjatywy i pomysłowości	15
4.	myślenie koncepcyjne praca wymagająca dużej inicjatywy i pomysłowości	25
5.	myślenie kreatywne praca wymagająca bardzo dużej inicjatywy i pomysłowości	40

Źródło: Dunn, 2017, s. 154.

Tabela 2.2. Kategorie oceny pracowników

znajomość własnych obowiązków
wypełnianie obowiązków
wiedza (w tym umiejętność rozwiązywania problemów i wykonywania wielu zadań)
przejawianie inicjatywy
odpowiedzialność (zwłaszcza za majątek)
elastyczność (otwartość na nowe pomysły)
kreatywność (umiejętność konstruktywnego i nieszablonowego myślenia)
komunikatywność (zdolność precyzyjnego i logicznego wyrażania się)
praca zespołowa (lojalność i efektywność we wszystkich sferach, umiejętność utrzymywania dobrych relacji z innymi)
utrzymywanie kontaktów z osobami spoza firmy
zdolności przywódcze
umiejętność zdobywania informacji (czy pracownik potrafi szybko i skutecznie docierać do informacji)
kształcenie się i rozwój

Źródło: Dunn, 2017, s. 156.

Co więcej, mimo że poszczególne stanowiska pracy miały być oceniane za pomocą określonych kryteriów, bardzo często już sam typ stanowiska decydował o liczbie punktów, jaką mu przyznawano. Stąd widać, że sposób tej klasyfikacji i oceniania pracowników był subiektywny, a przyznane punkty miały znaczenie na danym poziomie klasyfikacji danego pracownika bez możliwości zmiany grupy. Widać to wyraźnie w odtworzonym w tabeli 2.1 kluczu analitycznym dla kategorii „innowacyjność i kreatywność”. Objasnienia zawierają przykłady stanowisk, wskazując, ile punktów należy przyznać w poszczególnych przypadkach. W ten sposób pracownik produkcyjny otrzymuje zero punktów za „innowacyjność i kreatywność” kreatywność definicji, a nie w wyniku empirycznej analizy jego zadań. Analiza empiryczna mogłaby ujawnić, że system oceny punktowej nie wyodrębnia wielu aktywności i umiejętności robotników, a tym samym nie nadaje im żadnej wartości. Wbrew wyobrażeniom, że praca produkcyjna jest powtarzalna i nie wymaga myślenia, utrzymanie płynności, a więc również opłacalności produkcji wymaga ogromnej wiedzy o tym, jak właściwie wyregulować maszyny i skoordynować pracę na poszczególnych stanowiskach (Dunn, 2017).

W Polsce popularność zyskało kilka metod wartościowania pracy, wśród nich amerykańskie techniki zarządzania powstałe w latach 20. i 50. XX wieku. System wprowadzony w Alimie opierał się na zaproponowanym w 1926 roku przez Merrilla Lotta pomyśle zastosowania „współczynników wynagradza-

nia”. Są to abstrakcyjne wartości przypisywane wszystkim stanowiskom pracy w organizacji. Zdaniem Lotta wszystkie wykonywane prace można rozbić na części składowe i porównywać między sobą dzięki wartościom „współczynników wynagradzania”. W ten sposób wysokość wynagrodzenia na danym stanowisku pracy można precyzyjnie i obiektywnie powiązać z odpowiednią wartością „współczynników wynagrodzenia” wyrażaną w postaci oceny w skali punktowej. Najszerzej stosowanym sposobem określania przedziałów płacowych i skali wynagrodzeń stała się opracowana w latach 50. metoda Hay Group – wciąż wykorzystywana do klasyfikacji stanowisk przez amerykańską administrację federalną. Zakłada ona nie tylko, że współczynniki pozwalają opisać wszystkie stanowiska pracy w danej organizacji, lecz także, że ich „uniwersalne” rodzaje – jak wiedza fachowa, umiejętność rozwiązywania problemów, odpowiedzialność – mogą być stosowane wobec każdego stanowiska pracy niezależnie od miejsca i czasu (Dunn, 2017). Pracodawcy muszą zaangażować się w prognozowanie nadwyżek siły roboczej oraz w szkolenie i odpowiednie rozmieszczanie ludzi. Ale przede wszystkim wymaga to gotowości do systematycznego zadawania pracownikom pytań i do wysłuchiwania ich odpowiedzi. Co więcej, należy zaakceptować fakt, że ktoś, kto wykonuje daną pracę, prawdopodobnie wie o niej więcej niż ktoś, kto ją nadzoruje – albo przynajmniej wie o tej pracy coś innego. Podążając za Taylorem, nawet w pracy rutynowej prawdziwym „ekspertem” jest osoba, która tę pracę wykonuje. Jest to szczególnie ważne w przypadku ludzi, którzy w swoją pracę wkładają wiedzę i umiejętności. Z samej definicji pracownik wykwalifikowany musi wiedzieć o swoim zadaniu i swojej pracy więcej niż ktokolwiek inny, a jeśli tak nie jest, oznacza to, że albo brakuje mu odpowiedniej wiedzy, albo odpowiednich umiejętności (Drucker, 1995). Ducha organizacji i rozwoju jej ludzi nie da się łatwo oszacować, nie mówiąc już o naukowym przetestowaniu. Nie tak trudno jednak oszacować ich rezultaty, czyli wydajność decyzji kadrowych, konfrontując je z oczekiwaniami, które legły u podstaw tych decyzji. Do takich działań potrzebna jest jedynie „karta punktowa” oceniająca rezultaty przez porównanie z oczekiwaniami (Drucker, 1995).

Dunn pomagała innym pracownikom „wyrabiać ich dzienną normę” czy też opiekowała się ich dziećmi i towarzyszyła im w pracach domowych. To właśnie podczas rozmów zrozumiała, że pracownice fabryki bobofrutów wykonują swoje czynności, zapewniając najwyższą jakość, ale że wartość ich pracy to również ich oddanie, siebie zaś traktują jak „matki” wszystkich dzieci, którym przygotowują posiłki, niczym swoim własnym. Kiedy robotnice-matki pilnują standardów kontroli jakości, ponieważ w innym przypadku „dziecko może zachorować i umrzeć”, myślą w kategoriach wytwarzania wartości użytkowej,

która z konieczności opiera się na relacji między ludźmi, nawet jeśli zapośredniczonej przez przedmiot, jakim jest produkt (Dunn, 2017).

2.4. Wartość kapitału ludzkiego we współczesnej rachunkowości

Po wątpliwych próbach wyceny kapitału ludzkiego przez AG, subiektywnych oszacowaniach, przyporządkowaniu do danych z odgórnie ustalonych matryc, po wnioskach specjalistów z zarządzania ceniących wpływ kapitału ludzkiego na wartość przedsiębiorstwa, należy przybliżyć pojęcie „wartości kapitału ludzkiego” z perspektywy rachunkowości. Nie jest to termin nowy, zapisy ksiąg rachunkowych z okresu niewolnictwa podają bowiem, że właśnie niewolników, czyli ówczesny kapitał ludzki, wyceniano metodą szacowania i porównania do gruntów rolnych (Piketty, 2015). I tak w ówczesnym „bilansie” po stronie aktywów widniały zapisy nazwisk niewolników, którzy stanowili czyjąś własność.

We współczesnej rachunkowości występują liczne kategorie aktywów, lecz żadna z nich w sposób bezpośredni nie odnosi się do kapitału ludzkiego. Co ciekawe, współczesna rachunkowość również po stronie pasywów umiejscawia pośrednie elementy kapitału ludzkiego.

Termin „kapitał ludzki” nieodwrotnie łączy się z terminem „kapitał intelektualny” i w wielu opracowaniach oba te terminy są stosowane zamiennie.

Pojęcie „kapitał intelektualny” występuje w dwojakim znaczeniu – jako suma aktywów niematerialnych lub składnik pasywów przedsiębiorstwa. Od strony aktywów, termin ten jest wykorzystywany w pracy do opisu ogólnej sumy opartych na wiedzy czynników tworzących wartość dla przedsiębiorstwa, które są przynajmniej pod jego częściową kontrolą. W drugim znaczeniu kapitał intelektualny stanowi źródło finansowania aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa – tzw. niewidzialny kapitał własny (Urbanek, 2007).

Po stronie aktywów kategorią rozpoczynającą podział na grupy aktywów są aktywa trwałe, których pierwszą składową są wartości niematerialne i prawne (*intangible assets; intangibles*). To właśnie w aktywach trwałych zawarte są elementy kapitału ludzkiego, które stanowią wartość firmy.

Pierwsze wzmianki na temat wartości firmy (*goodwill*) datuje się na XVI wiek. Najstarsze źródła posługujące się tym terminem pochodzą z 1571 roku. Jest to zapis orzeczenia sądu angielskiego, następującej treści: „Przekazałem Johnowi Stephenowi... cały swój interes oraz goodwill związany z moim kamieniołomem” (Cieciura, 2018). Jak możemy wywnioskować z orzeczenia, przejmowany interes oznaczał, że John Stephen został właścicielem wszystkiego, co stanowiło interes i goodwill, a więc łącznie z pracownikami zatrudnionymi w kamie-

niółomie w dniu jego przekazania. Termin ten na przestrzeni wieków zmieniał wielokrotnie swoje znaczenie, co budziło kontrowersje i było przedmiotem konfliktów. Obecnie, mimo upływu kilku stuleci, pojęcie *goodwill* wciąż nie doczekało się jednoznacznej definicji, ale we współczesnej rachunkowości nazwa ta jest stosowana zamiennie z nazwą „wartość firmy”. Kompendium terminów z zakresu rachunkowości autorstwa Roberta Pattersona definiuje brytyjskie znaczenie finansowe pojęcia *goodwill* w następujący sposób „księgową wartość firmy, należąca do bilansowych wartości materialnych i prawnych, powstaje w momencie konsolidacji jednostki zależnej nabytej za cenę przekraczającą łączną wartość godziwą jej aktywów. Jest ona wartością rezydualną w tym sensie, że stanowi pozostałość ceny nabycia nie dającą się przypisać do określonych aktywów. Mimo braku powiązania z konkretnymi aktywami, zakłada się, że wartość firmy jest realna, (choć niematerialna), ponieważ została potwierdzona transakcją zawartą na warunkach rynkowych” (Patterson, 2008).

Pojęcie *goodwill* w zapisach prawa amerykańskiego to zarówno wartość firmy, jak i renoma. Na przykład renomę kancelarii prawniczych ujmuje się jako zdolność do pozyskiwania klientów wynikającą z nazwy firmy, jej lokalizacji lub reputacji tworzących firmę prawników (Stroiński, 2003). Wartość firmy księgowana jest po stronie aktywów jako „wartości niematerialne”. W ten sposób otwierają się możliwości do definiowania wartości niematerialnych nie tylko tych związanych z fizycznymi aspektami firmy, jak lokalizacja, marka, know-how czy licencje. Powiązanie dotyczy również jej możliwości intelektualnych, dzięki zatrudnionym pracownikom postrzeganych jako renoma osobista, która wynika z reputacji danego pracownika i jego stosunku do klientów, i jest pochodną pojęcia „kapitału ludzkiego” danego przedsiębiorstwa. Renoma osobista przedsiębiorcy wynika z jego reputacji, wykształcenia, posiadanych dyplomów, umiejętności i opinii, którą cieszy się w danym środowisku. Istnieje jeszcze termin „renoma zawodowa”, który łączy różne aspekty wartości niematerialnych. W tym ujęciu renoma zawodowa tworzona jest przez osobistą reputację przedsiębiorcy, ale składa się na nią także lokalizacja oraz wyposażenie wykorzystywane w danej działalności, zatrudnieni pracownicy, zdolność kredytowa, długość okresu, od jakiego działalność jest prowadzona, bezpośredni i pośredni konkurenci, jak również sieć bezpośrednich powiązań ze względu na typ przedsiębiorstwa i jego transakcji poprzez sprawdzonych dostawców czy lojalnych odbiorców itp.

Wartości niematerialne i prawne, na które składa się wartość firmy (*goodwill*) ze względu na swoją istotność we współczesnej rachunkowości zostały prawnie przedstawione w:

- 1) regulacjach krajowych – ustawa o rachunkowości (Dz.U. 1994 Nr 121, poz. 591) wraz ze zmianami stan prawny na dzień 9 marca 2021 roku;

- 2) Międzynarodowych Standardach Sprawozdawczości (MSSF 3) ze stanem prawnym na dzień 12 maja 2020 roku;
- 3) Międzynarodowych Standardach Rachunkowości (MSR 38) ze stanem prawnym na dzień 12 maja 2020 roku.

Zgodnie z definicją wartości niematerialnych i prawnych z art. 3 ust. 1 pkt 14 ustawy o rachunkowości z 1994 roku (wraz ze zmianami stan prawny na dzień 9 marca 2021 r.) wartości niematerialne i prawne są to nabyte przez jednostkę, zaliczane do aktywów trwałych prawa majątkowe, nadające się do gospodarczego wykorzystania, o przewidywanym okresie ekonomicznej użyteczności dłuższym niż rok, przeznaczone na potrzeby jednostki. Do praw majątkowych zalicza się w szczególności:

- autorskie prawa majątkowe, prawa pokrewne, licencje, koncesje;
- prawa do wynalazków, patentów, znaków towarowych, wzorów użytkowych oraz zdobniczych;
- know-how, czyli prawo do wykorzystania wiedzy w dziedzinie przemysłowej, handlowej, naukowej lub organizacyjnej;
- nabytą wartość firmy (*goodwill*) – wartość powstałą w wyniku zakupu innej jednostki (lub jej części) i będąca różnicą pomiędzy ceną jej nabycia a niższą wartością godziwą przejętych aktywów netto (aktywa pomniejszone o zobowiązania, odpowiadające wartości kapitałowi własnemu);
- koszty zakończonych prac rozwojowych – prowadzonych przez jednostkę badań, w wyniku których powstaje nowa technologia lub produkt;
- prawa majątkowe przyjęte do używania na podstawie umowy najmu, dzierżawy lub leasingu zaliczone do aktywów trwałych jednej ze stron umowy.

Wymienione prawa majątkowe można zaliczyć do wartości niematerialnych i prawnych, jeżeli spełniają łącznie warunki:

- ich przewidywany okres używania jest dłuższy niż rok;
- zostały przeznaczone na potrzeby własne jednostki lub oddane do używania na podstawie umów najmu czy dzierżawy;
- nadają się do gospodarczego wykorzystania.

Ze względu na złożoność pojęć, wieloraką interpretację, jak również rozwój współczesnych przedsiębiorstw odpowiedzialnych społecznie w kierunku i za pośrednictwem wartości niematerialnych i prawnych zostały one uregulowane w prawie międzynarodowym 38 Międzynarodowym Standardem Rachunkowości „Wartości niematerialne” (dalej: MSR 38). Zgodnie z MSR 38 składnik wartości niematerialnych to „możliwy do zidentyfikowania niepieniężny skład-

nik aktywów, nieposiadający postaci fizycznej”. Tak sformułowana definicja wskazuje podstawowe cechy tego typu pozycji. Wiedza naukowa lub techniczna, projektowanie i wdrażanie nowych procesów czy systemów, licencje, własność intelektualna, znajomość rynku oraz znaki towarowe (łącznie z markami firmowymi i tytułami wydawniczymi) to zasoby niematerialne. Do powszechnych przykładów tych szerokich kategorii zalicza się programy komputerowe, patenty, prawa autorskie, filmy kinowe, wykazy odbiorców, prawa obsługi hipotecznej, licencje połowowe, kontyngenty importowe, franczyzy, relacje z odbiorcami lub dostawcami, lojalność odbiorców, udział w rynku oraz prawa marketingowe (Adamkiewicz, 2011, s. A1024).

Wartości niematerialne to zasoby znajdujące się pod kontrolą jednostki, które mają przyczynić się w przyszłości do generowania korzyści ekonomicznych. Pozycje te obejmują wiedzę, markę, znaki towarowe, licencje, oprogramowanie komputerowe, prawa autorskie i patenty, dobre relacje z klientami, bazy danych, własność intelektualną, dostęp do informacji oraz wiele różnych uprawnień i praw. Należy pamiętać, że zasoby, które nie znajdują się pod kontrolą jednostki nie są jej aktywami. Analogicznie do aktywów jednostki nie kwalifikują się również te pozycje, które w przyszłości nie będą przyczyniać się do generowania korzyści ekonomicznych.

Na wartości niematerialne i prawne składa się zatem wiele zasobów, w skład których wchodzi też grupy interesariuszy (w tym pracownicy) tak niewidoczne w sprawozdaniu finansowym jednostek.

Przykładowy podział na grupy wartości niematerialnych został zawarty w paragrafie 119 MSR 38, gdzie grupę stanowi zbiór aktywów o podobnym charakterze i sposobie użytkowania w działalności jednostki:

- a) znaki towarowe (produktów),
- b) tytuły czasopism i tytuły wydawnicze,
- c) oprogramowanie komputerowe,
- d) licencje i franchising,
- e) prawa autorskie, patenty i inne przemysłowe prawa własności, prawa operatorskie i związane ze świadczeniem usług,
- f) receptury, formuły, modele, projekty i prototypy oraz
- g) wartości niematerialne w toku wytwarzania.

Wymienione wyżej grupy dzieli się na mniejsze (lub łączy w większe), jeśli może przyczynić się to do dostarczania informacji bardziej przydatnych dla użytkowników sprawozdań finansowych.

Biorąc pod uwagę par. 119 MRS 38 autorzy Panfil i Szablewski (2011) zidentyfikowali pięć grup aktywów niematerialnych:

- 1) marketingowe (znaki towarowe: fabryczne, handlowe, usługowe; domena internetowa, umowa o zakazie konkurencji, układy strony tytułowej gazety, wzory przemysłowe);
- 2) klienckie (lista klientów, niezrealizowane zamówienia, umowy i umowne oraz pozaumowne relacje z klientami);
- 3) artystyczne (sztuki teatralne i operowe, książki, dzieła muzyczne, obrazy, fotografie, materiały wizualne);
- 4) prawne (umowy: licencyjne, reklamowe, leasingowe, franchisingowe, o pracę; pozwolenia budowlane, prawa do obsługi i transmisji, użytkowania);
- 5) technologiczne (patenty, oprogramowanie, rozwiązania nieopatentowane, bazy danych, know-how).

Wartość firmy według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej MSSF3 „Połączenia jednostek” definiuje wartość firmy jako składnik aktywów reprezentujący przyszłe korzyści ekonomiczne powstające z aktywów nabytych w ramach połączenia jednostek, których nie można pojedynczo zidentyfikować ani osobno ująć (MSSF3 Załącznik A stan prawny na 12 maja 2020 r.). Stąd ww. pięć grup wg tego standardu nie można pojedynczo zidentyfikować ani odrębnie ująć. Dodatkowo MSR 38 (par. 48 wraz ze zmianami stan prawny na 12 maja 2020 r.) wyraźnie nie zezwala ujmować jako składnika aktywów wartości firmy wytworzonej przez jednostkę gospodarczą we własnym zakresie, ponieważ nie stanowi możliwego do zidentyfikowania zasobu (Panfil i Szablewski, 2011).

Paragraf 8 standardu MSR 38 określa składnik wartości niematerialnych jako „możliwy do zidentyfikowania niepieniężny składnik aktywów, nie posiadający postaci fizycznej” (IAS 38, wraz ze zmianami stan obowiązuje od 12 maja 2020 r.). Możliwość identyfikacji zasobu oznacza, iż może być on wyraźnie odróżniony od wartości firmy (*goodwill*). Standard precyzuje dwie okoliczności, w których spełnione jest kryterium identyfikowalności zasobu niematerialnego: a) można go wyodrębnić – tj. można go wyłączyć lub wydzielić z jednostki gospodarczej i sprzedać, przekazać, licencjonować lub oddać do odpłatnego użytkowania osobom trzecim, zarówno pojedynczo, jak i łącznie z powiązaną z nim umową, składnikiem aktywów lub zobowiązaniem; b) wynika z tytułów umownych lub innych tytułów prawnych (bez względu na to czy są one zbywalne lub możliwe do wyodrębnienia z jednostki gospodarczej lub z innych tytułów lub zobowiązań). Zasoby niematerialne charakteryzuje brak postaci fizycznej (Panfil i Szablewski, 2011). Kapitał i wartość migrują między regionami świata, poszczególnymi sektorami gospodarki i przedsiębiorstwami.

Doświadczenia ostatnich lat wskazują na migrację wartości do amerykańskich korporacji z sektora najnowszych technologii (Apple, Google, Microsoft), chińskich banków (ICBC, ChCB, Bank of China) oraz korporacji surowcowych (BHP – Billiton, PetroChina, Petrobras). Także wśród źródeł wartości przedsiębiorstw następują widoczne przesunięcia – z finansowych do marketingowych i niematerialnych. Te ostatnie, a zwłaszcza: kapitał intelektualny, kapitał klienta, zdolność do innowacji (szeroko pojmowanej) oraz budowa zaufania i reputacji społecznej określają w największym stopniu zdolność przedsiębiorstwa do długoterminowego budowania jego wartości (Panfil i Szablewski, 2011). Podstawowym źródłem zasobów niematerialnych jest wiedza: jej zdobywanie, posiadanie, rozpowszechnianie, a nade wszystko – wykorzystanie. Umiejętne zdobycie i korzystanie z tych zasobów umożliwia generowanie wartości – ponadprzeciętnych zysków przewyższających koszt pozyskanych kapitałów. Różne przedsiębiorstwa w odmiennym stopniu korzystają z tego źródła wartości.

Podstawowym wyróżnikiem, wyznaczanym przez specyfikę branży, jest charakter działalności. Wartość przedsiębiorstwa w najwyższym stopniu opiera się na czynnikach niematerialnych w przypadku podmiotów reprezentujących branżę „oparte na wiedzy”, czyli podmioty świadczące usługi doradcze i consultingowe, edukacyjne i szkoleniowe, informatyczne (w zakresie tworzenia oprogramowania i związane z Internetem), finansowe, przedsiębiorstwa wymagające wysokich nakładów na prace badawczo-rozwojowe (m.in. z sektora farmaceutycznego, high-tech, biotechnologii). Znaczenie zasobów niematerialnych jest dużo niższe w przypadku tych przedsiębiorstw, gdzie podstawową rolę w produkcji lub świadczeniu usług odgrywa wykorzystanie aktywów fizycznych (np. przemysł ciężki i wydobywczy) bądź wykonujących proste prace niewymagające kreatywności i inwencji (np. przemysł przetwórczy) (Panfil i Szablewski, 2011). Rachunkowość niejednokrotnie mierzy się z kalkulacją wartości kapitału ludzkiego. Jednakże jest to termin trudny do uchwycenia fizycznie w kategoriach pieniężnych. Ponieważ jednostką miary zjawisk gospodarczych i opisujących je kategorii ekonomicznych stosowaną w rachunkowości jest pieniądz, to, czego nie można za jego pomocą wyrazić nie zostanie zaprezentowane w bilansie. Pojęcie „niewidzialnego” bilansu przedstawione przez K. Sveiby sugeruje, że poza schematami sprawozdań finansowych istnieją jeszcze ukryte zasoby, niewidoczne w przekazie finansowym. Do kategorii takich będą należeć: wytworzony wewnątrz firmy kapitał intelektualny, kapitał związany z klientami, wizerunek firmy, reputacja, znak towarowy (marka), umiejętności pracowników, kapitał strukturalny, bazy danych, logistyka, kultura organizacji, lokalizacja itp. Te „ukryte aktywa”, nazywane także „aktywami niewidzialnymi”

mi” czy też „zasobami niematerialnymi”, w coraz większym stopniu decydują o sukcesie przedsiębiorstw i w dużej mierze powodują, że wartość księgowa spółek różni się od ich wartości rynkowej (Panfil i Szablewski, 2011). W tym miejscu warto zauważyć, że czynniki „niewidzialnego” bilansu (por. tab. 2.3), jak wartość kapitału ludzkiego, czy relacje z klientami zostały przedstawione po stronie zarówno „ukrytych” aktywów, jak i pasywów. Takie uszeregowanie wynika z wielowymiarowości niewidzialnych czynników, gdyż odgrywają one rolę aktywów, które zgodnie z ustawą o rachunkowości to „kontrolowane przez jednostkę zasoby majątkowe o wiarygodnie określonej wartości, powstałe w wyniku przeszłych zdarzeń, które spowodują w przyszłości wpływ korzyści ekonomicznych”, jak również stanowią część pasywów w postaci kapitału własnego. Przecież tworząc przedsiębiorstwo, sami właściciele stanowią kapitał intelektualny, a ich znajomość z interesariuszami niejednokrotnie wpływa na relacje części z nich będących ich klientami – stąd wpływ na kapitał własny.

Tabela 2.3. „Niewidzialny” bilans przedsiębiorstwa

	AKTYWA	FINANSOWANIE
AKTYWA BILANSOWE	AKTYWA TRWAŁE	KAPITAŁ WŁASNY
	AKTYWA OBROTOWE	ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE
		ZOBOWIĄZANIA BIEŻĄCE
AKTYWA POZABILANSOWE	KAPITAŁ STRUKTURALNY	NIEWIDZIALNY KAPITAŁ WŁASNY
	KAPITAŁ RELACYJNY	
	KAPITAŁ LUDZKI	

Źródło: opracowano na podstawie: Sveiby, 1997–2001, s.1; Urbanek, 2007, s.158.

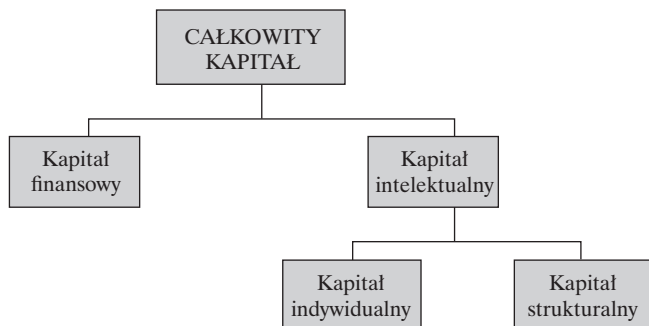
Inwestorzy dostrzegają w spółkach coś więcej niż aktywa wykazane w bilansie w wartości netto. To istotne ograniczenie rachunkowości finansowej stawia pod znakiem zapytania przydatność sprawozdania finansowego przy podejmowaniu decyzji przez jego użytkowników. Sprawozdawczość finansowa stoi przed bardzo trudnym zadaniem zbudowania takiego modelu wyceny, który zapewni wymaganą przez rachunkowość przydatność i wiarygodność. Z tego

też powodu w rachunkowości finansowej podejmowane są próby wyceny „wewnętrznych” niematerialnych zasobów w sprawozdaniu skonsolidowanym bądź też prezentowania informacji o nich w formie opisowej w raporcie rocznym (np. w sprawozdaniu z działalności zarządu) (Panfil i Szablewski, 2011). Niematerialne zasoby przedsiębiorstwa są utożsamiane z kapitałem intelektualnym, co jest podejściem błędnym w przypadku, gdy jest on definiowany jako różnica między wartością rynkową i księgową przedsiębiorstwa. Wartość księgowa obejmuje bowiem m.in. aktywa niematerialne (czyli te zasoby niematerialne, które spełniają definicję aktywów i kryteria ujmowania ich w bilansie). Z tego rozróżnienia wynika zatem, że kapitał intelektualny może być rozpatrywany w szerokim ujęciu – jako zespół zasobów niematerialnych przedsiębiorstwa albo w ujęciu wąskim – jako tylko te zasoby niematerialne, które nie są uwzględniane w bilansie (w wartości księgowej) (Panfil i Szablewski, 2011).

2.5. Grupa Konrada – podział kapitału

Analizując rodzaje kapitału intelektualnego, na ogół uwzględnia się dwie jego główne składowe: kapitał ludzki/indywidualny (wiedza, umiejętności, doświadczenie, kreatywność, innowacyjność i zdolności poszczególnych pracowników przedsiębiorstwa umożliwiające sprawne wykonywanie zadań) i kapitał strukturalny (elementy, które są własnością przedsiębiorstwa – to jego zdolności wspierające produktywność pracowników) będący sumą kapitału organizacyjnego i kapitału relacyjnego (kapitału relacji z klientami i innymi interesariuszami podmiotu) (Panfil i Szablewski, 2011). W listopadzie 1987 roku powstała pierwsza metoda pomiaru i zarządzania kapitałem intelektualnym (czyli niematerialnymi aktywami przedsiębiorstwa), którą nazwano Raportem Konrada. Raport stworzyła tzw. grupa Konrada, złożona z siedmiu Szwedów. W raporcie dokonano krytyki dotychczasowego sposobu prowadzenia sprawozdawczości, która nie uwzględniała wartości kapitału ludzkiego. Dotyczy zwykle takich elementów, jak: płynność, rentowność i zadłużenie. Pomijała natomiast wagę pracowników, ich potencjału, kultury organizacji oraz innych elementów niematerialnych, stanowiących ważne aktywa. W ten sposób powstała innowacyjna koncepcja kapitału intelektualnego, która podważyła znaczenie jedynie wskaźników o charakterze finansowym (Francik i Kot-Radojewska, 2020).

Rysunek 2.1. Podział kapitału



Źródło: https://mfiles.pl/pl/index.php/Raport_Konrada.

W raporcie dokonano podziału kapitału intelektualnego na kapitał ludzi i strukturalny (por. rys. 2.1). Wskazano również, że kapitał intelektualny może być kapitałem przypisanym jednostce (wówczas jest to kapitał indywidualny, a wskaźnikiem jego wartości może być np. odpowiedzialność przed klientem, wykształcenie czy doświadczenie zawodowe) bądź organizacji (kapitał strukturalny, którego wskaźnikiem wartości może być np. zdolność do rozwiązywania problemów czy relacje z klientami). Kapitał indywidualny został scharakteryzowany w następujący sposób: „indywidualne, osobiste i społeczne umiejętności, doświadczenie, wykształcenie i inne umiejętności zorientowane na zewnątrz w kierunku klientów przedsiębiorstwa. Z kolei kapitał strukturalny opisano jako: doświadczenie i historia całej organizacji zapisana w podręcznikach, programach komputerowych, narzędziach i koncepcjach wypracowanych w celu rozwiązywania problemów klientów” (Kunasz, 2007, s. 288).

Wedle tej koncepcji posiadaczem kapitału strukturalnego jest organizacja, natomiast kapitału indywidualnego – poszczególni członkowie organizacji. Co ważne – w przypadku odejścia z organizacji kluczowego pracownika traci ona cały kapitał jako indywidualny, jaki jest z nim związany, chyba że – wcześniej – część tego kapitału została utrwalona w ramach kapitału strukturalnego. Stąd niezwykle ważne jest zidentyfikowanie tych pracowników, którzy mają dla organizacji wartość strategiczną, posiadają dużą wiedzę, doświadczenie, kluczowe kompetencje, kontakty i relacje z klientami; bez których firma narażona byłaby na poważny kryzys i chaos. Raport Konrada był przyczynkiem do dalszych pogłębionych badań nad kapitałem intelektualnym, czego wynikiem są m.in. różnorakie jego ujęcia w literaturze przedmiotu (Strojny, 2000). Kapitał intelektualny definiowany jest jako materiał intelektualny: wiedza, informa-

cje, własność intelektualna i doświadczenie, które mogą być wykorzystywane do tworzenia bogactwa, czyli wszystko, co każdy w przedsiębiorstwie wie, a co decyduje o przewadze konkurencyjnej na rynku (Nogalski i Rybnicki, 2001). Według definicji W.J. Hudsona kapitał intelektualny organizacji tworzą cztery czynniki: genetyczne dziedzictwo, edukacja, doświadczenie, postawa do życia i biznesu (Sokołowski, 2002). Kapitał intelektualny określany jest także jako „zbiór aktywów powstałych na skutek czynności intelektualnych rozciągających się od nabywania nowej wiedzy (uczenie się) – przez inwestycje – do tworzenia cennych relacji z innymi” (Wigg, 1997, s. 401).

2.6. Kapitał ludzki – problemy pomiaru

W zakres zdefiniowanego wcześniej kapitału intelektualnego wchodzi kapitał ludzki, który stanowi jego kluczowy element i fundament tworzenia. Po raz pierwszy pojęcie „kapitału ludzkiego” w teorii ekonomii pojawiło się w drugiej połowie XX wieku. Noblista T. Schultz opisał kapitał ludzki w następujący sposób: „wszystkie ludzkie zdolności są bądź to wrodzone, bądź nabyte. Każdy człowiek rodzi się z pewnym szczególnym zespołem genów określającym jego wrodzone zdolności. Cechy nabytej jakości populacji, które mają wartość i mogą być wzbogacane za pomocą odpowiedniego inwestowania, będziemy uważać za kapitał ludzki” (Schultz 1981, s. 21, za: Fitz-Enz, 2001, s. 9). Definicja T. Davenporta przedstawia kapitał ludzki za pomocą wzoru matematycznego (Francik i Kot-Radojewska, 2020, s. 60):

$$\text{Kapitał ludzki} = (\text{zdolności} + \text{zachowanie}) \times \text{wysiłek} \times \text{czas}.$$

Wzór ten wskazuje na cztery zasadnicze elementy: zdolności wraz z zachowaniem, wysiłek oraz czas. Zdolności to dla autora sprawność w wykonywaniu czynności związanych z pracą. Są one determinowane przez wiedzę, zręczności oraz talent. Wiedza to możliwości osoby w zakresie przyswajania nowych informacji oraz zasób już posiadanych, które są niezbędne do wykonywania pracy. Zręczność to umiejętne wykorzystywanie metod i środków używanych w procesach pracy, talent zaś to wrodzone zdolności do wykonywania określonego zadania. Zarówno zdolności, jak i zachowanie jednostki są zwiększane poprzez wysiłek ponoszony na rzecz ich rozwijania. Ten wysiłek oznacza umysłne, a więc zaplanowane wykorzystanie posiadanych zasobów fizycznych i umysłowych – jednostki same decydują, jak, kiedy i gdzie ulokują swój kapitał. Ostatni z wymienionych komponentów dotyczy chronologii zdarzeń. Czas to

jedyny element występujący poza człowiekiem. Jednak to człowiek sprawuje nad nim kontrolę. Jednostka, inwestując w czas potrzebny na wykonanie określonego zadania, może osiągnąć sukces.

Z uwagi na rygorystyczny charakter definicji aktywów (i kryteriów ich ujmowania w bilansie) oraz wartości niematerialnych i prawnych zwykle niewielka część zasobów niematerialnych znajduje odzwierciedlenie w bilansach przedsiębiorstw. Dzieje się tak z powodu ograniczenia możliwości uwzględnienia w aktywach bilansu większości zasobów wytworzonych we własnym zakresie – jest to możliwe tylko w przypadku zakończonych prac rozwojowych. Nie ma natomiast takiej możliwości m.in. w przypadku stworzonych przez podmiot marek i znaków handlowych, tytułów czasopism i tytułów wydawniczych, list klientów (wykazów odbiorców) itp. Innym powodem braku możliwości ujęcia zasobów niematerialnych w bilansie są trudności z wykonaniem wiarygodnej wyceny tych zasobów – jako wiarygodne uznawane są tylko te wyceny, które mogą być zweryfikowane. Mogą to być zatem przede wszystkim wyceny kosztowe (weryfikacja jest dokonywana na podstawie zapisów księgowych w dokonanych wydatkach na zakup lub nakładach na samodzielne wytworzenie zasobu). Należy przy tym zauważyć, że koszty ponoszone na wytworzenie tych zasobów mogą nie mieć związku z ich wartością. Wyceny rynkowe i porównawcze są o tyle utrudnione, że indywidualny, specyficzny charakter zasobów niematerialnych powoduje, że nie istnieje na nie aktywny rynek, z którego ceny mogłyby być podstawą do wyceny podobnych aktywów. Wśród innych ograniczeń można też wskazać brak możliwości sprawowania kontroli nad zasobami (m.in. wiedzą i umiejętnościami pracowników) oraz brak związku przyczynowo-skutkowego między poniesieniem nakładu a powstaniem zasobu oraz możliwymi do pozyskania w przyszłości korzyściami ekonomicznymi (Panfil i Szablewski, 2011).

Zgodnie z MSR 38 zasadniczo wartością początkową składnika wartości niematerialnych jest cena nabycia lub koszt wytworzenia, czyli kwota zapłaconych środków pieniężnych (lub ich ekwiwalentów), lub wartość godziwa innych dóbr przekazanych z tytułu nabycia składnika aktywów w momencie jego nabycia lub wytworzenia. Ujęcie i oszacowanie wartości niematerialnych zależą od sposobu ich pozyskania – standard wyodrębnia następujące sytuacje:

- nabycie w oddzielnej transakcji,
- nabycie w transakcji połączenia jednostek gospodarczych,
- przejęcie w drodze dotacji lub subsydiów państwowych,
- wymiana składników wartości niematerialnych.

2.7. Kapitał intelektualny – cel i metody pomiaru

D. Skyrme i D. Amidon (1998), opierając się na swoich międzynarodowych badaniach, identyfikują trzy najważniejsze motywy, dla których menedżerowie powinni mierzyć kapitał intelektualny (Urbanek, 2007):

- uzyskanie podstawy do wyceny przedsiębiorstwa (zorientowanie na aktywa);
- stymulowanie koncentracji kierownictwa firmy na najważniejszych czynnikach tworzących wartość (zorientowanie na działanie);
- uzasadnienie inwestycji w działania związane z zarządzaniem wiedzą (zorientowane na korzyści).

Natomiast ogólnie najważniejsze motywy dokonywania pomiaru kapitału intelektualnego można podzielić na trzy grupy:

- 1) poprawę wewnętrznego zarządzania przedsiębiorstwem – pomoc w zarządzaniu zasobami ludzkimi, jak również w zarządzaniu relacjami z klientami;
- 2) poprawa jakości raportowania na zewnątrz – w tym poprawa informacji, jakie są przedstawiane akcjonariuszom, co wspomaga inwestycje;
- 3) potrzeby statutowe i transakcyjne.

W najprostszych podejściach łączne zasoby niematerialne nieuwzględniane w bilansie są wyceniane przez pryzmat różnicy między wartością rynkową i księgową przedsiębiorstwa na podstawie wskaźników giełdowych. Bardziej zaawansowane metody starają się uwzględnić specyfikę tych zasobów – odwołują się do ich potencjału dochodowego (w szczególności do ponadprzeciętnych zysków, których generowanie jest uwarunkowane wykorzystaniem kapitału intelektualnego).

Najbardziej spopularyzowane propozycje metod pomiaru kapitału intelektualnego to (Panfil i Szablewski, 2011):

- 1) wycena według wskaźników giełdowych (np. MVA, P/BV, wskaźnik Q Tobina);
- 2) wycena dochodów nadwyżkowych (np. CIV);
- 3) wyceny wskaźnikowe (np. VAIC, KCE);
- 4) inne narzędzia wyceny kapitału intelektualnego.

Wycena według wskaźników giełdowych (np. MVA, P/BV, wskaźnik Q Tobina)

Rynkowa wartość dodana (*Market Value Added* – MVA) jest najprostszą metodą oszacowania kapitału intelektualnego – wzór (1) (<https://ichi.pro/pl/analiza-ekonomicznej-wartosci-dodanej-eva-115027462414374>). Stanowi różnicę

wartości rynkowej i księgowej przedsiębiorstwa. Miara ta nawiązuje do koncepcji zysku ekonomicznego (np. EVA): MVA jest wartością bieżącą przyszłych zysków ekonomicznych. Obliczamy MVA, sumując zdyskontowane obecne wartości wszystkich oczekiwanych przyszłych EVA.

$$MVA = \sum_{t=1}^{\infty} \frac{EVA_t}{(1+c)^t} \quad (1)$$

Skalę tworzenia wartości rynkowej przedsiębiorstwa (MV – *Market Value*) przez kapitał intelektualny (IC) można też poznać, analizując wskaźnik cena/wartość księgowa (P/BV) (Panfil i Szablewski, 2011, s. 503):

$$IC/MV = \frac{P/BV - 1}{P/BV} \quad (2)$$

Metoda szacowania MVA (podobnie jak wskaźnik oparty na relacji P/BV) to najchętniej stosowane najprostsze narzędzie, umożliwiające szybkie poznanie potencjalnych rozmiarów kapitału intelektualnego. Nie może być jednak utożsamiona z kapitałem intelektualnym, gdyż uwzględnia także pozostałe elementy wartości rynkowej, w tym efekty frykcji rynkowych.

Idea MVA jest zbliżona do stosowanej w rachunkowości finansowej kategorii wewnętrznie generowanej wartości firmy. Jakkolwiek ona sama nie może być rejestrowana w bilansie, to w przypadku nabycia przedsiębiorstwa za cenę wyższą od sumy wartości godziwych przejętych aktywów netto powstaje wartość firmy (*goodwill*), która jest ujmowana w księgach przejmującego podmiotu. Wartość firmy jest kategorią węższą niż rynkowa wartość dodana, gdyż wymaga identyfikacji wszelkich aktywów i zobowiązań podmiotu, a ponadto operuje ich wartościami godziwymi (a nie księgowymi, jak w przypadku MVA). Jest zatem postrzegana jako bardziej rzetelna, gdyż zakłada rynkowy punkt widzenia i tak wyceniany jest kapitał intelektualny przejmowanego przedmiotu (Panfil i Szablewski, 2011).

Wskaźnik Q Tobina to relacja sumy wartości rynkowej kapitału własnego i wartości księgowej zobowiązań do wartości odtworzeniowej (księgowej) aktywów. Nie jest on wyceną kapitału intelektualnego. Jest to wskaźnik polegający na benchmarkingu (zwłaszcza w obrębie jednej branży) stopnia uzależnienia wartości rynkowej od posiadanych zasobów bilansowych (wartość zaktualizowana). Wskaźnik ten ułatwia w pewnym stopniu także ocenę potencjalnej wartości firmy, ponieważ odnosi się do skali różnic między wartością rynkową i księgową aktywów.

Wycena dochodów nadwyżkowych (np. CIV)

Metoda T. Stewarda znana jako oszacowana wartość niematerialna (*Calculated Intangible Value – CIV*) jest najbliższa uwzględnienia wartości kapitału intelektualnego.

Kapitał intelektualny jest obliczany jako wartość bieżąca nadwyżek zysków przedsiębiorstwa ponad średnią dochodowość aktywów realizowaną w danym sektorze – mierzy zatem zdolność do generowania wyższych zysków przy posiadaniu takich samych aktywów. Różnica zatem – nadwyżkowe zyski – jest spowodowana kapitałem intelektualnym (KI) – zob. wzór (3) (Panfil i Szablewski, 2011, s. 504).

$$KI = \frac{\text{Zysk} - (ROA_{\text{sektor}} \times \text{Aktywa})}{\text{stopa dyskontowa}} \quad (3)$$

Wadą tej metody kalkulacji jest pomiar kapitału intelektualnego, który winien być wyższy od średniego kapitału w branży. Może jednak służyć jako punkt wyjścia do dalszych analiz międzysektorowych.

Wyceny wskaźnikowe (np. VAIC, KCE)

Metody szacowania wartości kapitału intelektualnego bazują na analizie jego źródeł. B. Lev zaproponował metodę wyceny zasobów niematerialnych opartą na analizie zysków z kapitału wiedzy (*Knowledge Capital Earnings – KCE*) – zob. wzór (4) (Panfil i Szablewski, 2011, s. 505). W metodzie tej przyjmuje się, że wynik finansowy jest efektem wykorzystania aktywów fizycznych, finansowych i zasobów niematerialnych. Uwzględniając zatem średnią stopę zwrotu z aktywów fizycznych i finansowych, możliwe jest ustalenie zysku przypadającego na kapitał wiedzy, a po jego zdyskontowaniu – wartości tego kapitału.

$$\text{Wynik} = \alpha \times \text{aktywa fizyczne} + \beta \times \text{aktywa finansowe} + \delta \times \text{zasoby niematerialne (kapitał wiedzy)}, \quad (4)$$

gdzie:

α – stopa zwrotu z aktywów fizycznych,

β – stopa zwrotu z aktywów finansowych,

δ – stopa zwrotu z kapitału wiedzy.

$\text{Wynik} = \text{Zysk Całkowity} = \text{zysk z aktywów fizycznych} + \text{zysk z aktywów finansowych} + \text{zysk z kapitału wiedzy}.$

Zysk jest wartością podaną, przeciętne stopy zwrotu zarówno z aktywów fizycznych, jak i finansowych są możliwe do uzyskania podobnie jak stopa zwrotu z kapitału wiedzy, co pozwala na oszacowanie zdyskontowanej wartości zasobów niematerialnych, czyli kapitału wiedzy.

Wadą tej metody jest bazowanie na uśrednionych stopach rentowności inwestycji w aktywa fizyczne i finansowe stąd rodzą się pytania o część zysków, jakie powstają dzięki poszczególnym typom zasobów. Trudno też dowieść zależności między wartością kapitału intelektualnego a przyjętą stopą dyskonta.

Kolejną popularną metodą wyceny kapitału intelektualnego jest współczynnik *Value-Added Intellectual Coefficient* (VAIC) – wzór (5). Jest to zaproponowany przez Pulica miernik efektywności kapitału intelektualnego, który stanowi sumę relacji: wartości dodanej do kapitału ludzkiego, kapitału strukturalnego do wartości dodanej i wartości dodanej do kapitału zaangażowanego (Panfil i Szablewski, 2011, s. 506):

$$VAIC = HCE + SCE + CEE, \quad (5)$$

gdzie:

HCE – wartość dodana/kapitał ludzki,

SCE – kapitał strukturalny/wartość dodana,

CEE – wartość dodana/kapitał zaangażowany.

Wartość dodana rozumiana jest jako wynik operacyjny powiększony o koszty pracy; kapitał ludzki jest utożsamiany z kosztami pracy, natomiast kapitał strukturalny – zgodnie z definicją kapitału intelektualnego – jest różnicą wartości dodanej kapitału ludzkiego.

Zastosowane uproszczenia są istotnym źródłem krytyki modelu. Wskaźnik ten umożliwia ocenę stopnia wykorzystania kapitału intelektualnego, nie jest jednak metodą jego wyceny.

Wszystkie powyższe mierniki są łatwe do obliczenia i zwykle bazują na łatwo dostępnych danych, większość z nich ma obiektywny charakter i prostą interpretację. Niektóre z nich są jednak dużym (nawet zbyt dużym) uproszczeniem i czynią trudne do obrony założenia.

Mając na uwadze, że żadna z proponowanych metod nie jest pozbawiona wad, należy przyjąć, że tym bardziej trudne będzie uzgodnienie metody wyceny kapitału intelektualnego. Można uznać, że zaproponowane modele umożliwiają dokonanie przybliżonych szacunków.

Inne narzędzia wyceny kapitału intelektualnego

W ostatniej grupie znajdują się m.in. metody wyceny pojedynczych zasobów niematerialnych oraz metody wielowymiarowych kart wyników, opierające się na jakościowej i częściowo ilościowej ocenie wybranych obszarów, które – po przypisaniu konkretnych wartości przeliczeniowych – mogą być uznane za metody wyceny. Metody wyceny pojedynczych zasobów niematerialnych nie są szczegółowo opisane w niniejszej publikacji, a tylko wymienione jako metody pomiaru.

Do najbardziej popularnych modeli kart wyników należą:

- zrównoważona karta wyników (*Balanced Scorecard*),
- navigator Scandii,
- monitor aktywów niematerialnych (*Intangible Assets Monitor*),
- karta łańcucha wartości (*Value Chain Scoreboard*).

2.8. Zakończenie

Historia ekonomii, praktyki zarządzania czy metody kalkulacji oraz ramy rachunkowości uwzględniają wartość kapitału ludzkiego i pozwalają na dokonanie wyceny pozbawionej subiektywnych ocen oraz szacunków, jednak dokonanie jednoznacznego jej oszacowania jest niemożliwe. Badacze i analitycy dążą zaś do zminimalizowania tych wpływów poprzez dokonanie analiz i kalkulacji różnymi metodami i podają ostateczny wynik jako przedział wartości. Należy również pamiętać o uwzględnieniu celu, miejsca i czasu niniejszej analizy oraz charakterystyki wartości kapitału ludzkiego jako składowej wartości niematerialnych, których cechą jest duża zmienność. Przedstawiony zarys historyczny w dużym stopniu podkreśla wartość kapitału ludzkiego od stron zarówno kalkulacyjnej, jak i świadomości pracodawców i samych pracowników, jak cennym są aktywem w swoich zakładach pracy. Dunn spostrzegła, że wartość człowieka to nie tylko kwalifikacje i umiejętności, lecz także oddanie i dbanie o wynik pracy, to identyfikowanie się z misją i wizją firmy. Oddany pracownik stanowi wartość, która jest trudna do obliczenia, ale strata takiego pracownika może powodować również stratę finansową dla firmy, a to już łatwiej jest skalkulować. Pracownicy podobnie jak kiedyś, tak i dziś w kolejnej epoce rozwoju technologii nie powinni się obawiać, że ich wartość spadnie czy też zostanie wyparta przez postęp. Podobnie dawne obawy, że automatyzacja zaowocuje bezrobociem na wielką skalę, nie potwierdziły się w ogóle. Wszystko, czego automatyzacja może dokonać, to przesunąć zatrudnienie ze zgoła

niskopłatnej pracy fizycznej do znacznie wyżej płatnej pracy techników czy specjalistów (Drucker, 1995). A to już dowodzi, że należy w swoim rozwoju zawodowym stawiać na wiedzę i wykształcenie.

Bibliografia

- Adamkiewicz, Z. (2011). *Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej MSSF Część A Założenia koncepcyjne i wymogi– Oficjalne dokumenty wydane według stanu na dzień 1 stycznia 2011 roku* (s. A1024). Warszawa: Stowarzyszenie Księgowych w Polsce.
- Barlik, E. (1996). Wartościowanie pracy. *Rzeczpospolita*, 27 marca.
- Boulton, R.E.S., Libera, B.D. i Samek, S.M. (2001). *Odczytując kod wartości – Jak firmy tworzą wartość w nowej gospodarce*. Warszawa: Wydawnictwo WIG-Press.
- Bramham, J. (2004). *Benchmarking w zarządzaniu zasobami ludzkimi*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Cieciura, M. (2018). *Rozliczanie wartości firmy w świetle międzynarodowych standardów rachunkowości*. Warszawa: CeDeWu Sp z o.o.
- Czuma, I. (2007). *O moralne podstawy ustroju – wybór pism Ignacego Czumy (1891–1963)*. Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Damodaran, A. (2017). *Wycena firmy – Storytelling i liczby*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext Sp. z o.o.
- Dobija, D. (2003). *Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego*. Warszawa: Wydawnictwo WSPiZ.
- Drucker, P.F. (1995). *Zarządzanie w czasach burzliwych*. Kraków: Nowoczesność Akademia Ekonomiczna w Krakowie – Czytelnik.
- Dunn, E. (2017). *Prywatyzując Polskę – O bobofrutach, wielkim biznesie i restrukturyzacji pracy*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej Seria Historyczna (26).
- Fitz-Enz, J. (2001). *Rentowność inwestycji w kapitał ludzki*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna – Dom Wydawniczy ABC.
- Francik, A. i Kot-Radojewska, M. (2020). *Kapitał ludzki w organizacji opartej na wiedzy*. Warszawa: Wydawnictwo Difin S.A.
- Graeber, D. (2020). *Praca bez sensu*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Grzybczyk, K. (2018). *Ikony popkultury a prawo własności intelektualnej. Jak znani i sławni chronią swoje prawa*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- <http://taxfin.pl/stronguorstrongbr-wartosc-firmy-ang-goodwill-zgodnie-z-art-33-ust-4-ustawy-o-rachunkowosci-dalej-uor-stanowi-rznice/>.
- <http://www.poradnikksiegowego.pl/artukul,93,9952,wartosci-niematerialne-wedlug-msr-8211-identyfikacja.html>.
- <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19941210591/U/D19940591Lj.pdf>.
- https://mfiles.pl/pl/index.php/Raport_Konrada.
- <https://www.pkfpolska.pl/msr-mssf-%E2%80%93-93-obowiazujace-od-12-05-2020-4806>.
- <https://www.slideshare.net/mandreasik/wycena-kapitau-intelektualnego-dla-grupy-ywiec-sa-i-grupy-ambra-sa>.
- Jabłoński, A. (2010). *Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa i strategiczna karta wyników – Teoria i Praktyka*. Dąbrowa Górnicza: Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej.
- Jabłoński, M. (2009). *Zarządzanie wartością przedsiębiorstw o orientacji jakościowej a kapitał intelektualny*. Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza „Humanitas”.

- Jan Paweł II. (1981). *Encyklika Laborem exercens*. Pozyskano z: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pl/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_14091981_laborem-exercens.html.
- Juchnowicz, M. (2008). *Elastyczne zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacji wiedzy*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Kamela-Sowińska, A. (1996). *Wartość firmy*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kunasz, M. (2007). Wybrane narzędzia pomiaru kapitału intelektualnego. *Optimum–Studia Ekonomiczne*, (2).
- Low, J. i Kalafut, P.C. (2006). *Niematerialna wartość firmy ukryte źródła przewagi konkurencyjnej*. Kraków: Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska Sp z o.o.
- Magier-Łakomy, E., Boguszewicz-Kreft, M. i Dworak, J. (2014). Relacje przedsiębiorstwa z interesariuszami. *Prace Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku*, 36.
- Marcinkowska, M. (2000). *Kształtowanie wartości firmy*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Michalczuk, G. (2013). *Zasoby niematerialne jako czynnik wartości przedsiębiorstwa – luka informacyjna sprawozdawczości finansowej*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Muszyński, C. (red.). (2007). *Przedsiębiorstwo Wartość Zarządzanie*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A.
- Nemethy, L. (2011). *Uwolnij wartość swojej firmy*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o.
- Neysi, S.H., Mazraeh, S. i Mousavi, Z. (2012). The importance of intellectual capital disclosure. *International Journal of Business and Social Science*, 3(15).
- Nita, B. (2007). *Metody wyceny i kształtowania wartości przedsiębiorstwa*. Warszawa: PWE.
- Nogalski, B. i Rybicki, J. (2001). Zarządzanie portfelem kapitału intelektualnego. W: A. Pochtowski (red.), *Kapitał intelektualny: dylematy i wyzwania*. Nowy Sącz: Wyższa Szkoła Biznesu.
- Panfil, M. i Szablewski A. (red.). (2011). *Wycena przedsiębiorstwa – od teorii do praktyki*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.
- Panfil, M. i Szablewski, A. (red.). (2013). *Dylematy wyceny przedsiębiorstwa*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.
- Patterson, R. (2008). *Kompendium terminów z zakresu rachunkowości po polsku i angielsku*. Warszawa: PriceWaterhouseCoopers.
- Piketty, T. (2015). *Kapitał w XXI wieku*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Radiu, R.V. i Tudor, A.T. (2013). The classification of goodwill – an essential accounting analysis. *Review of Economic Studies and Research Virgil Madgearu*, 2.
- Schultz, T.W. (2014). *Ekonomia kapitału ludzkiego*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer S.A.
- Schultz, T.W. (1981). *Investing in People: The Economics of Population Quality*. Berkeley: University of California.
- Skyrme, D.J. i Amidon, D.M. (1998). New Measures of Success. *Journal of Business Strategy*, 19(1), 20–24. <https://doi.org/10.1108/eb039905>.
- Sokołowski, J. (2002). Rola pakietowych systemów wynagrodzeń w kształtowaniu kapitału intelektualnego organizacji. *Przegląd Organizacji*, 1.
- Stiglitz, J.E. (2020). *Ludzie chcą zysku, nie wyzysku*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN S.A.
- Stroiński, R. (2003). *Przedsiębiorstwo, charakter prawny oraz zbycie w prawie amerykańskim, francuskim i polskim*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.

- Strojny, M. (2000). Zarządzanie kapitałem intelektualnym. Ogólny zarys koncepcji. *Przegląd Organizacji*, 7/8
- Sveiby, K. (1997–2001). *The „Invisible” Balance Sheet*. Pozyskano z: www.sveiby.com/articles.
- Szablewski, A. (red.). (2010). *Zmienność rynków a wartość przedsiębiorstw*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.
- Szczepankowski, P. (2007). *Wycena i zarządzanie wartością przedsiębiorstwa*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN S.A.
- Trevino, G.A. (2015). Internally generated intangible assets and the value of personal goodwill. *American Journal of Family Law*, Winter.
- Turyna, J. (2014). *Rachunkowość finansowa*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Urbanek, G. (2007). *Pomiar kapitału intelektualnego i aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz.U. 1994 Nr 121 poz. 591).
- Walsh, M. (2020). *Algorytmiczny lider*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie Sp. z o.o.
- Wigg, K.M. (1997). Integrating Intellectual Capital with Knowledge Management. *LongRange Planning*, June. www.sveiby.com/articles.
- Zadora, H. (2010). *Wycena przedsiębiorstw w teorii i praktyce*. Warszawa: Stowarzyszenie Księgowych w Polsce.

Rozdział 3

Finansowanie proeksportowych działań firm – skutki wykorzystania funduszy europejskich

W latach 2007–2020 przedsiębiorcom oferowano wsparcie ukierunkowane m.in. na rozwój działalności eksportowej. Znaczna jego część była współfinansowana ze środków unijnych w dwóch perspektywach finansowych: 2007–2013 oraz 2014–2020. W obu tych okresach przedsiębiorcy mogli korzystać z programów regionalnych oraz ogólnokrajowych, a część z nich także z programu dla makroregionu Polski wschodniej. Różnorodność programów skutkowała zróżnicowanym dostępem do pomocy dla firm w zależności od ich wielkości (statusu) oraz miejsca prowadzenia działalności (siedziby). W zależności od konkretnego programu, a nawet jego części, nieco inaczej definiowane były cele programów wsparcia. O ile wszystkie miały przyczyniać się do wsparcia eksporterów, o tyle niektóre z nich stawiały akcent na wzrost ilości eksporterów, a inne koncentrowały się na dywersyfikacji kierunków eksportu. Efekty tych programów możemy obserwować, studiując obecną liczbę firm zaangażowanych w eksport i niemal stale zwiększanie się wartości polskiego eksportu w ujęciu rok do roku. Natomiast dużym wyzwaniem wciąż pozostaje silna koncentracja eksportu na rynku europejskim, a szczególności – rynku Unii Europejskiej.

Słowa kluczowe: eksport, pomoc publiczna, fundusze unijne, kierunki eksportu.

STATE AID TO EXPORTERS – THE EXPERIENCES OF THE EU FUNDS IN THE PROCESS

During the 2007–2013 period, the state offered support to entrepreneurs, aimed at the development of export activities. A significant part of it was co-financed by EU funds in two financial perspectives: 2007–2013 and 2014–2020. In both these periods, entrepreneurs could use regional (voivodeship) and national programmes, and some of them could use the programme for the Eastern Poland microregion. The variety of programmes resulted in diversified access to aid for companies, depending on their size (status) and place of business activities (headquarters). Depending on a specific programme, or even its part, the objectives of the support programmes

* dr Michał Koltuniak – Wydział Zarządzania, Uniwersytet Warszawski, ul. Szturmowa 1/3, 02-678 Warszawa; e-mail: mkoltuniak@wz.uw.edu.pl; ORCID ID: 0000-0001-6912-3613.

were defined slightly differently. While all of them were to support exporters, some of them focused on the increase in the number of exporters, and others focused on the diversification of export directions. We can observe the effects of these programmes by studying the current number of companies involved in exports, and the almost constant increase in the value of Polish exports year on year. However, the strong concentration of exports on the European market, in particular the European Union market, remains a big challenge.

Keywords: export, state aid, EU funds, export destinations.

JEL: F1, H2

3.1. Wstęp

Działalność eksportowa przedsiębiorstw jest istotna i korzystna dla gospodarki. Zagadnienie to można rozpatrywać z punktu widzenia samych przedsiębiorców oraz gospodarki jako całości. Eksport, jako przejaw internacjonalizacji, stawia przed firmą nowe wyzwania, naraża ją wprawdzie na dodatkową konkurencję, ale zmusza jednocześnie do szukania nowych rozwiązań, wdrażania dostosowań ważnych na nowym rynku, a wynikających na przykład z różnic kulturowych, prawnych, obyczajowych. Wymusza wprowadzanie innowacji. To wszystko może przyczyniać się do podnoszenia poziomu konkurencyjności takiego podmiotu, który – stając się lepszy, efektywniejszy – może pośrednio narzucać zmiany i dostosowania także na krajowych firmach, nieprowadzących wprawdzie działalności eksportowej, ale konkurujących z danym podmiotem na krajowym rynku.

Dla gospodarki jako całości eksport jest częścią popytu globalnego, który zwiększając się, przyczynia się do wzrostu produkcji, a tym samym wykorzystania czynników produkcji, co ma wpływ na ożywienie gospodarki. Wzrost dynamiki PKB wpływa pozytywnie m.in. na poziom dochodu i zatrudnienia (Begg, Vernasca, Fischer i Dornbusch, 2020; Mankiw i Taylor, 2020).

Dlatego też istotne wydaje się być funkcjonowanie w kraju efektywnego systemu wspierania eksporterów, na bieżąco dostosowywanego do aktualnych wyzwań i oczekiwań tak przedsiębiorców, jak i całej gospodarki, a jednocześnie pozostającego w zgodzie z międzynarodowymi regulacjami, które mogą znaleźć tutaj zastosowanie. Projektując odpowiednie rozwiązania, należy zatem zważyć wszystkie te czynniki: legalność udzielania pomocy, wielkość i dynamikę eksportu, ilość firm eksportujących produkty, kierunki eksportu, stopień uzależnienia od chłonności najważniejszych rynków docelowych. W celu usyste-

matyzowania treści niniejszego rozdziału warto postawić w tym miejscu pewne tezy:

- polski eksport jest silnie uzależniony od rynków Unii Europejskiej, w tym przede wszystkim od takich państw, jak: Niemcy, Francja, Włochy, Czechy;
- uzależnienie polskiego eksportu od chłonności kilku kluczowych rynków ma konsekwencje gospodarcze w wypadku osłabienia tempa wzrostu gospodarczego na tych rynkach;
- dostępność instrumentów wsparcia eksportu jest w dużym stopniu determinowana wielkością przedsiębiorstwa, dotychczasową działalnością eksportową, przynależnością regionalną, a także przynależnością do określonej (wspieranej) branży;
- programy proeksportowego wsparcia, oferowane w ramach funduszy unijnych 2007–2013 oraz 2014–2020, nie wykraczały poza dozwolone schematy udzielania pomocy eksporterom wypracowane na forum Światowej Organizacji Handlu, OECD oraz zasady pomocy publicznej wypracowane ramach Unii Europejskiej;
- oferowane programy przyczyniły się do zwiększenia stopnia umiędzynarodowienia firm sektora małych i średnich przedsiębiorstw.

Ważne w tym miejscu wydaje się pytanie, jak i czy prawidłowo zostały skomponowane proeksportowe programy wsparcia finansowane ze środków unijnych? Do uzyskania odpowiedzi na to pytanie zastosowano analizę literatury oraz takie metody badawcze, jak metoda opisowa oraz metody badań niereaktywnych, a zwłaszcza metoda historyczno-porównawcza i statystyczna analiza danych. Te ostatnie metody nie mogłyby znaleźć zastosowania bez sięgnięcia do danych Głównego Urzędu Statystycznego, Światowej Organizacji Handlu, unijnego urzędu statystycznego – EUROSTAT. Konieczne było także przeprowadzenie analizy wybranych aktów prawnych (regulujących zasady udzielania pomocy) oraz programów operacyjnych obowiązujących w latach 2007–2013 oraz 2014–2020 (szczegółowe opisy osi priorytetowych wraz z kryteriami wyboru projektów).

3.2. Kluczowe informacje o polskim eksporcie

Na przestrzeni kilkunastu ostatnich lat w Polsce funkcjonowały programy wsparcia eksporterów, w tym również skierowane do firm dopiero planujących zagraniczną ekspansję. Bardzo wiele z nich zostało włączonych do programów współfinansowanych z funduszy Unii Europejskiej. Dotyczyło to zarówno tzw. okresu programowania 2007–2013 (MFiPR, 2020), jak i kończącego

się obecnie okresu 2014–2020 (MFIPR, 2021). W tym okresie przedsiębiorcy, przede wszystkim sektora małych i średnich firm, mogli korzystać z dofinansowania (zwykle bezzwrotnych dotacji), biorąc w tym celu udział w konkursach. Mnogość programów wsparcia nie pozwala w tym miejscu na ich szczegółową charakterystykę. Warto podkreślić, że w obu okresach programowania unijne środki zostały podzielone na programy ogólnokrajowe oraz regionalne (wojewódzkie). Ponadto w latach 2007–2013 funkcjonował program „Rozwój Polski Wschodniej”, a w okresie 2014–2020 program „Polska Wschodnia”. Oba zostały stworzone na potrzeby makroregionu i obejmowały swoim zasięgiem województwa: podlaskie, warmińsko-mazurskie, lubelskie, świętokrzyskie oraz podkarpackie. Taki podział sprawiał, że w zależności od miejsca prowadzenia działalności, przedsiębiorcy mieli zróżnicowany dostęp do instrumentów wsparcia eksportu finansowanych ze środków unijnych. Przykładem mogą tu być firmy z województwa lubelskiego i opolskiego z okresu 2007–2013. Podczas gdy przedsiębiorca z województwa lubelskiego miał w tym czasie do dyspozycji potencjalnie cztery źródła finansowania projektów proeksportowych (tj. dwa tzw. działania programu „Innowacyjna Gospodarka”, program „Rozwój Polski Wschodniej” oraz program regionalny), firma z województwa opolskiego mogła skorzystać jedynie z dwóch (działania programu „Innowacyjna Gospodarka”; program regionalny nie przewidywał bezpośredniego wsparcia dla eksporterów). Jeżeli jednak firma ta prowadziła już działalność eksportową na nieco większą skalę, nie miała prawa ubiegać się o pomoc z działania „Paszport do Eksportu”, który, zgodnie z kryteriami przyjętymi dla niego, był skierowany głównie do tzw. początkujących eksporterów (MRR, 2011). Pozostawało jej drugie działanie programu IG, ale z istotnymi ograniczeniami. Decydując się bowiem na udział w programach promocji ogólnej, firma mogła wybierać tylko takie wydarzenia (np. konkretne targi lub misje gospodarcze), które były ujęte w tym programie. Natomiast o dopuszczalności udziału w branżowych programach decydował rodzaj prowadzonej działalności. Dlatego nie wszystkie firmy miały szansę zakwalifikowania się do tego programu (MRR, 2011) (ewentualnie wymagałoby to podjęcia decyzji o rozszerzeniu działalności).

Wreszcie w niektórych województwach zarejestrowane tam firmy mogły korzystać ze środków na promocję eksportu w ramach programów regionalnych, ale tylko wówczas, gdy dostosowały się do założeń programów realizowanych przez jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe lub instytucje otoczenia biznesu. Udział w wybranych imprezach typu: targi zagraniczne, wystawy lub misje gospodarcze mógł być zasadny, jeżeli pasował do ich własnego planu rozwoju. Jeżeli nie, to udział w takich projektach nie miał dla

nich większego znaczenia. Nie mogli natomiast samodzielnie wybierać miejsca ekspansji.

Jeszcze w innych przypadkach (np. firm z województwa świętokrzyskiego (RPO WŚ, 2007) oraz częściowo pomorskiego (RPO WP, 2020)) możliwość pozyskania wsparcia na udział w targach lub misjach był ograniczony do tych przedsiębiorców, dla których plan międzynarodowej ekspansji był tylko elementem większego projektu inwestycyjnego, związanego z poprawą konkurencyjności (innowacyjności).

W okresie 2014–2020, jak już zostało podkreślone, także obowiązywał podział na programy ogólnokrajowe, regionalne i jeden program dla makroregionu Polski wschodniej. Programy regionalne były tworzone przez władze samorządowe szczebla wojewódzkiego we współpracy z Komisją Europejską. Ponownie decydowało to o zróżnicowanym dostępie do proeksportowych programów wsparcia, w zależności od miejsca prowadzenia działalności gospodarczej przez przedsiębiorcę. To samorządy decydowały bowiem o szczegółowych kwestiach związanych np. z rodzajami wspieranych projektów czy też kryteriami ich wyboru. W programie ogólnokrajowym „Inteligentny Rozwój” znalazło się działanie poświęcone wspieraniu działalności eksportowej.

Było to działanie 3.3 „Wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych przedsiębiorstw” (poddziałanie 3.3.3 „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand”). Jego celem był wzrost konkurencyjności polskich przedsiębiorstw sektora MŚP poprzez internacjonalizację ich działalności gospodarczej. Wsparcie na rzecz przedsiębiorstw realizowane w ramach działania miało umożliwić przełamanie barier wejścia na rynki zagraniczne oraz ułatwić dostęp do doradztwa, w szczególności w zakresie nawiązywania kontaktów z potencjalnymi partnerami zagranicznymi.

Należy podkreślić, że wsparcie zostało skoncentrowane na branżach o wysokim potencjale konkurencyjnym i innowacyjnym oraz na wybranych rynkach zagranicznych uznanych za priorytetowe (MFiPR, 2021a). Za branże o szczególnym potencjale uznano: biotechnologię i farmaceutykę, budowę i wykańczanie budowli, części samochodowe i lotnicze, maszyny i urządzenia, modę polską, IT/ICT, jachty i łodzie rekreacyjne, polskie specjalności żywnościowe, sprzęt medyczny, branżę kosmetyczną, branżę meblarską oraz sektor usług prozdrowotnych.

Z kolei mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa, niedziałające w wymienionych branżach, ale posiadające innowacyjny produkt lub usługę mogły ubiegać się o środki z tego działania poprzez programy promocji ogólnej, które były skierowane na rynki uznane za priorytetowe. Zaliczono do nich: Algierię, Indie, Iran, Meksyk oraz Wietnam (<https://www.trade.gov.pl/pl/nie->

zbednik-eksportera/303217,eksport-przez-internet-raport-dla-przedsiębiorców.html).

Ograniczenia, jakie wynikały z powyższych zasad, przekładały się na kryteria wyboru projektów, które warto przytoczyć: „Każdy projekt musi na dzień złożenia wniosku o dofinansowanie spełniać warunki określone w regulaminie konkursu i dotyczyć co najmniej jednego programu promocji (branżowego lub ogólnego), rynków perspektywicznych określonych dla wybranego programu promocji, typów działań promocyjnych określonych w regulaminie konkursu i działań promocyjnych, w tym targów lub imprez wystawienniczych uwzględnionych w danym programie promocji (zgodność musi być zachowana zarówno w odniesieniu do rodzaju działań promocyjnych, w tym targów lub imprez wystawienniczych, jak i terminu ich przeprowadzenia oraz nazwy imprezy – jeśli dotyczy). Ocenie podlegać będzie, czy na dzień złożenia wniosku o dofinansowanie projekt dotyczy co najmniej minimalnej wymaganej liczby działań promocyjnych, w tym targów lub imprez wystawienniczych, określonej w danym programie promocji oraz wymaganych w wybranym przez wnioskodawcę programie promocji: działań obligatoryjnych; działań fakultatywnych i działań fakultatywnych – uzupełniających” (Komitet Monitorujący PO IR, 2020, s. 5).

Metody wspierania przedsiębiorców zarówno w latach 2007–2013, jak i 2014–2020 koncentrowały się na dwóch elementach. Z jednej strony, na dofinansowaniu usług doradczych, które miały pomóc przedsiębiorcom w przygotowaniu ekspansji (opracowaniu strategii rozwoju eksportu). Z drugiej zaś – na dofinansowaniu działań polegających na wdrożeniu takiego planu, m.in. poprzez sfinansowanie części kosztów udziału w zagranicznych targach, misjach gospodarczych, organizacji pokazów, degustacji, pozyskiwania i weryfikacji potencjalnych partnerów, uzyskiwania niezbędnych dokumentów i certyfikatów wymaganych na zagranicznych rynkach.

Analiza dokumentów programowych, związanych z funduszami europejskimi, oraz kryteriów wyboru projektów dla poszczególnych konkursów pozwala stwierdzić, że podstawowym celem działań wspierających eksporterów było zwiększenie skali ich działalności, poprzez pozyskanie nowych klientów lub nowych rynków zbytu. W przypadku działania „Paszport do eksportu” (Innowacyjna Gospodarka 2007–2013) nacisk kładziono na rozwój eksportu przez przedsiębiorców, którzy do tej pory nie angażowali się w sprzedaż na rynkach zagranicznych lub robili to na niewielką skalę. Można powiedzieć, że jednym z celów było więc zwiększenie liczby firm-eksporterów. Z kolei poprzez działanie 3.3 programu Inteligentny Rozwój 2014–2020 główny nacisk położono na wspieranie kilku wybranych branż, które uznano za szczególnie perspektywiczne oraz większą geograficzną dywersyfikację eksportu. Miało się do tego

przyczynić wyłonienie kilku perspektywicznych rynków, na których miała koncentrować się promocja. Warto zaznaczyć, że były to rynki pozaunijne, a nawet pozaeuropejskie.

Czy cele te były prawidłowo dobrane, czy i w jaki sposób powinna być wspierana działalność firm eksportujących w kolejnych latach? To pytania, które warto stawiać i szukać na nie odpowiedzi. W tym celu należy poddać analizie podstawowe dane odnoszące się do wielkości polskiego eksportu, liczby eksporterów i kierunków handlu.

W pierwszej kolejności warto odnotować, że już od początku lat 90. ubiegłego wieku wartość polskiego eksportu towarów niemal systematycznie wzrastała, z blisko 14,9 mld USD w 1991 r. do 264,5 mld USD w 2019 r. (MG, 2014, s. 29; MR, 2020a, s. 4). W pierwszych latach po transformacji dynamika importu przewyższała tempo wzrostu eksportu, co skutkowało powtarzającym się deficytem handlowym. Z upływem czasu to wartość eksportu zmieniała się szybciej, początkowo prowadząc do redukcji, a w końcu nawet pojawienia się nadwyżki w handlu towarami (po raz pierwszy w 2015 r.). Zjawisko dynamicznego wzrostu wartości importu i słabszych wyników eksportu w latach 90. można tłumaczyć m.in. załamaniem się głównych rynków eksportowych (rozpad ZSRR, Rady Wzajemnej Pomocy Gospodarczej) i koniecznością wchodzenia na inne rynki zbytu (Wołodkiewicz-Donimirski, 1994; Czerwińska, 1999). Jednocześnie zmiany w polskiej gospodarce i ustabilizowanie sytuacji politycznej skłaniały zagraniczne przedsiębiorstwa do dokonywania inwestycji w Polsce, w tym bezpośrednich inwestycji zagranicznych i przenoszenia na polski rynek części swojej produkcji (również tej kierowanej później na eksport)¹. Zjawisko to przybrało na sile w przeddzień wstąpienia Polski do Unii Europejskiej oraz w następnych latach po tym wydarzeniu². To pozwoliło na wzmiankowaną poprawę wyników eksportu. Z kolei dynamiczny wzrost importu w pierwszych latach transformacji mógł być wynikiem znacznego zapóźnienia rozwoju gospodarczego. Z jednej strony występował bowiem popyt inwestycyjny na nowoczesne urządzenia i maszyny, z drugiej zaś – popyt konsumpcyjny na towary, które przez lata były niedostępne w Polsce.

Z kolei lata 2009–2013 były okresem dynamicznych zmian w gospodarce światowej, które przekładały się na zawirowania w polskim handlu zagra-

¹ Można tu wskazać chociażby na przemysł motoryzacyjny (Fiat, Volkswagen, Opel, Scania, Volvo), przemysł związany z AGD (LG, Samsung, Whirlpool), wyposażeniem mieszkań (IKEA).

² Przykładowo w latach 2006–2007 do Polski pod postacią BIZ napłynęło odpowiednio 15,5 mld euro i 16,5 mld euro (wobec 4,3 mld w 2003 r., 9,8 mld w 2004 r.) (zob. NBP, 2004; 2005; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2011a).

nicznym. Pierwszy okres (2009–2010) utożsamiany jest z globalnym kryzysem (wielka recesja), którego symboliczny początek łączony jest z upadkiem banku Lehman Brothers³. Jednak o ile jego pierwsza faza przetoczyła się wówczas z różnym nasileniem przez cały świat (The World Bank, 2021), o tyle kolejne lata, zwłaszcza 2011–2012, wiążą się przede wszystkim z kryzysem finansowym w Unii Europejskiej, najsilniej odczuwanym w strefie euro (tzw. kryzys zadłużeniowy).

W kilku ostatnich latach udało się utrzymać dodatkowo tempo wzrostu wartości eksportu, pomimo zawirowań na światowym i europejskim rynku. Wśród wydarzeń, które mocno wpływały na światowy handel lub przynajmniej wymianę w Europie można wskazać m.in. aneksję Krymu przez Rosję i pogorszenie relacji tego kraju z UE, politykę handlową USA skutkującą pojawieniem się nowych tariff celnych oraz wojną handlową na linii USA – Chiny, niepewność wokół „Brexitu”. Pomimo tego w 2018 r. obroty towarowe handlu zagranicznego po raz kolejny osiągnęły rekordowo wysoką wartość. Eksport wyniósł 223 mld EUR i był wyższy o 7% w stosunku do 2017 roku. Z kolei w 2019 roku polski eksport towarowy osiągnął wartość 238 mld EUR i był o 6,5% wyższy, licząc rok do roku. Rok 2019 „potwierdził mocną pozycję polskich przedsiębiorstw w globalnej gospodarce, które poradziły sobie ze słabą koniunkturą w strefie euro, zamieszaniem wokół Brexitu i generalnym spowolnieniem w światowym handlu. Dobre wyniki polskiego eksportu to m.in. zasługa wysokiej jakości naszych produktów oraz postawienia przez naszych przedsiębiorców na geograficzną dywersyfikację odbiorców, by zrekompensować sobie niższy popyt generowany przez UE” (PARP, 2020, s. 2).

Analiza danych o wartości eksportu wskazuje na jej niemal systematyczny wzrost. Tabela 3.1 zawiera dane o wielkości eksportu, importu oraz zmianach tych wartości rok do roku dla okresu 2000–2019. Analizując je, można zauważyć, że cel w postaci zwiększania skali ekspansji został osiągnięty. W tym miejscu należy postawić pytanie, czy w okresie realizacji programów współfinansowanych ze środków unijnych Polska awansowała w światowej grupie eksporterów. W tym celu warto odwołać się do danych Światowej Organizacji Handlu.

³ Załamanie w handlu dotknęło wtedy cały świat, stąd nazywane jest „wielkim załamaniem handlu” (*great trade collapse*). Według danych WTO, wartość światowego obrotu w 2008 r. osiągnęła rekordowy poziom w historii. Licząc rok do roku, w jego pierwszych trzech kwartałach powiększała się przeciętnie o 25%, aby w ostatnich miesiącach roku zmaleć o 12%, a następnie w I kwartale 2009 r. o kolejne 31%, w II kwartale o 33%, w III kwartale o 25%, aż do IV kwartału, w którym nastąpiło odbicie w górę o 4% (zob. WTO, 2012, s. 28 i nast.).

Tabela 3.1. Obroty polskiego handlu w latach 2000–2019 (w mln euro)

Rok	Eksport	Import	Saldo	Rok poprzedni = 100	
				Eksport	Import
2000	34 373	53 085	–18 711	—	—
2001	40 195	56 035	–15 840	116,9	105,6
2002	43 499	58 480	–14 981	108,2	104,4
2003	47 526	60 354	–12 827	109,3	103,2
2004	59 698	71 354	–11 656	125,6	118,2
2005	71 424	81 170	–9 746	119,6	113,8
2006	87 926	100 784	–12 858	123,1	124,2
2007	101 838	120 389	–18 550	115,8	119,4
2008	116 244	142 448	–26 204	114,1	118,3
2009	98 274	107 529	–9 254	84,5	75,5
2010	120 373	134 188	–13 815	122,6	124,8
2011	136 694	152 568	–15 875	113,6	113,7
2012	143 456	154 040	–10584	104,9	101,0
2013	154 994	156 978	–1 984	108,0	101,9
2014	165 774	168 432	–2 658	107,0	107,3
2015	178 710	175 031	3 678	107,8	103,9
2016	184 842	180 924	3 918	102,9	102,1
2017	206 647	206 084	563	111,8	113,9
2018	223 596	228 172	–4 576	107,0	109,7
2019	238 247	236 976	1 271	106,5	103,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS, 2000–2019.

Według danych tej organizacji w 2008 r. Polska była na 28 miejscu wśród największych eksporterów na świecie i na 19 miejscu największych importerów, z udziałami w światowym handlu odpowiednio na poziomach 1,0 i 1,2% (WTO, 2009, s. 12). Listę największych eksporterów otwierały: Niemcy, Chiny, USA, Japonia, Holandia, Francja, Włochy, Belgia, Rosja i Wielka Brytania. Z kolei według danych za 2019 rok, czyli już po okresie funkcjonowania programów z lat 2007–2013 i w końcówce okresu 2014–2020, awansowała na 24 pozycję, z udziałem w światowym eksporcie (towarów) na poziomie 1,4%. Jednocześnie utrzymała pozycję 19 największego importera z udziałem 1,4% (WTO, 2020, s. 82). Listę największych światowych eksporterów oraz importerów przedstawia tabela 3.2.

Tabela 3.2. Najwięksi światowi eksporterzy i importerzy – 2019 r.
(w mld dolarów i procentach)

Lp.	Eksporterzy	Wartość	Udział	Lp.	Importerzy	Wartość	Udział
1	Chiny	2499	13,2	1	USA	2568	13,4
2	USA	1646	8,7	2	Chiny	2077	10,8
3	Niemcy	1489	7,9	3	Niemcy	1234	6,4
4	Holandia	709	3,8	4	Japonia	721	3,7
5	Japonia	706	3,7	5	Wielka Brytania	692	3,6
6	Francja	570	3,0	6	Francja	651	3,4
7	Korea Pld.	542	2,9	7	Holandia	636	3,3
8	Hongkong (Chiny)	535	2,8	8	Hongkong (Chiny)	578	3,0
9	Włochy	533	2,8	9	Korea Pld.	503	2,6
10	Wielka Brytania	469	2,5	10	Indie	484	2,5
11	Meksyk	461	2,4	11	Włochy	474	2,5
12	Kanada	447	2,4	12	Meksyk	467	2,4
13	Belgia	445	2,4	13	Kanada	464	2,4
14	Rosja	419	2,2	14	Belgia	426	2,2
15	Singapur	391	2,1	15	Hiszpania	372	1,9
16	Hiszpania	334	1,8	16	Singapur	359	1,9
17	Tajwan	331	1,8	17	Tajwan	287	1,5
18	Indie	324	1,7	18	Szwajcaria	277	1,4
19	Szwajcaria	314	1,7	19	Polska	262	1,4
20	ZEA	280	1,5	20	ZEA	262	1,4
21	Australia	272	1,4	21	Rosja	254	1,3
22	Arabia Saudyjska	269	1,4	22	Wietnam	254	1,3
23	Wietnam	264	1,4	23	Tajlandia	237	1,2
24	Polska	264	1,4	24	Australia	222	1,2
25	Tajlandia	246	1,3	25	Turcja	210	1,1
26	Malezja	238	1,3	26	Malezja	205	1,1
27	Brazylia	223	1,2	27	Austria	185	1,0
28	Czechy	199	1,1	28	Brazylia	184	1,0
29	Turcja	181	1,0	29	Czechy	178	0,9
30	Austria	179	0,9	30	Indonezja	171	0,9

Źródło: WTO, 2020, s. 82.

3.3. Liczba eksporterów – dostępne dane i szacunki

Drugim istotnym elementem, który należy poddać analizie jest liczba eksporterów. Jak zostało bowiem odnotowane, cel – w postaci zwiększenia liczby firm podejmujących działalność eksportową – był w polu zainteresowania działania „Paszport do eksportu” (program Innowacyjna Gospodarka 2007–2013). Już na wstępie należy odnotować, że nie ma danych, które jednoznacznie wskazywałyby na liczbę takich firm. Może być ona tylko szacowana, co robi m.in. Główny Urząd Statystyczny, a za nim np. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

Próba wykazania liczby eksporterów może bazować na statystykach handlu zagranicznego. Źródłem danych będą zatem dokumenty zgłoszeń celnych (SAD), a w odniesieniu do handlu wewnątrzunijnego deklaracje Intrastat. Statystyka handlu zagranicznego umożliwia więc pokazanie eksportu i importu towarów realizowanych przez firmy, niezależnie od statusu, czyli tego czy dany podmiot zostanie zaklasyfikowany do mikroprzedsiębiorców, małych, średnich, czy dużych firm. Jednocześnie funkcjonują jednak limity skutkujące tym, że część podmiotów zajmujących się obrotem wyłącznie wewnątrzunijnym nie ma obowiązku składania deklaracji Intrastat⁴. Dlatego część transakcji eksportowych (ściślej: wewnątrzunijnej dostawy) i tym samym eksporterów może pozostać utajona (Wołodkiewicz-Donimirski, 2014, s. 1).

Drugim źródłem informacji o polskim handlu może być finansowa statystyka przedsiębiorstw. Dane te znajdują się m.in.: w sprawozdaniach finansowych o przychodach, kosztach i wyniku finansowym oraz o nakładach na środki trwałe. Tego typu dokumentację na potrzeby GUS sporządzają przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej dziewięciu osób. Nie ma zatem w tej grupie mikroprzedsiębiorców. Jednocześnie, w przeciwieństwie do statystyki handlu zagranicznego, informacje wynikające z tych sprawozdań obejmują handel zarówno towarami, jak i usługami. Stąd, jak słusznie zauważa Z. Wołodkiewicz-Donimirski (2014, s. 2), dane o eksporcie i imporcie zawarte w statystyce handlu zagranicznego i w statystyce przedsiębiorstw nie są w pełni porównywalne. Dane w statystyce handlu zagranicznego obejmują wszystkie przedsiębiorstwa, bez względu na ich wielkość, ale podają wyłącznie obrót towarami. Natomiast dane ze statystyki przedsiębiorców nie obejmują najmniejszych przedsiębiorców, a stanowią oni 96,7% wszystkich aktywnych firm (PARP, 2020, s. 8), a w ich sferze zainteresowania pozostaje zarówno obrót towarowy, jak i usługowy.

⁴ Przykładowo w 2020 r. obowiązywał próg statystyczny dla wywozu w wysokości 2 mln zł (próg podstawowy) oraz 108 mln zł (próg szczegółowy). Oznacza to, że firma, która sprzedawała do krajów UE towary o wartości mniejszej niż 2 mln zł nie miała obowiązku składać deklaracji.

Zgodnie z danymi GUS, w 2007 roku liczba firm, które zadeklarowały działalność eksportową wynosiła ponad 15,8 tys. podmiotów, z czego blisko 13,8 tys. stanowiły małe i średnie firmy (bez mikroprzedsiębiorstw). W kolejnych latach liczba eksporterów zmieniała się, aby w 2019 r. zbliżyć się do 17,4 tys. podmiotów, z czego blisko 16,2 tys. stanowiły przedsiębiorstwa małe i średnie. Tabela 3.3 ukazuje liczbę eksporterów, w tym firm małych i średnich, które prowadziły działalność eksportową w latach 2007–2019.

Tabela 3.3. Liczba eksporterów, w tym małych i średnich firm w latach 2007–2019.
Udział małych i średnich firm w ogóle eksportujących przedsiębiorców

Rok	Przedsiębiorstwa eksportujące	Eksporterzy – małe i średnie firmy	Udział małych i średnich firm w ogóle eksporterów (w %)
2007	15 845	13 785	86,9
2008	16 290	14 249	87,5
2009	17 079	15 178	88,9
2010	15 719	13 798	87,8
2011	15 828	13 888	87,7
2012	16 341	14 347	87,8
2013	16 715	14 717	88,0
2014	17 251	15 224	88,2
2015	17 390	15 303	88,0
2016	17 689	15 540	87,9
2017	17 729	15 498	87,4
2018	18 003	15 712	87,3
2019	18 597	16 161	86,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS: GUS, 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012; 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018.

Biorąc pod uwagę, że powyższe dane odnoszą się wyłącznie do firm zatrudniających co najmniej 10 osób, można zauważyć, iż liczba eksporterów w analizowanym okresie wzrosła. Dotyczy to wszystkich badanych firm, a odnosi się do sektora małych i średnich podmiotów. Nie był to wzrost równomierny, przy czym szczególnie wyróżnia się rok 2010, który przyniósł wyraźny spadek liczby eksporterów. Zjawisko to, przynajmniej w znacznym stopniu, można tłumaczyć efektem wielkiej recesji lat 2008–2009, która doprowadziła m.in. do znacznego zmniejszenia rozmiarów globalnego handlu i generalnie osłabiła popyt na wielu rynkach, w tym także znaczących odbiorców polskich wyrobów. W kolejnych latach liczba eksporterów wzrosła (zarówno ogółem, jak i w grupie małych i średnich przedsiębiorców). Na tej podstawie można by wnioskować

wać, że cel w postaci zwiększenia liczby firm eksportujących, przynajmniej w pewnym stopniu, został osiągnięty, chociaż fundusze unijne i programy proeksportowego wsparcia finansowane z funduszy UE odgrywały w tym zapewne tylko pewną rolę. Decyzje o podejmowaniu eksportu i jego skali zależą bowiem od wielu czynników, na omówienie których nie ma tutaj miejsca⁵.

W kontekście udzielania pomocy publicznej na działania rozwijające i promujące eksport, istotne może być pytanie, do kogo w pierwszej kolejności powinna być taka pomoc adresowana. W tabeli 3.4 zaprezentowano stopień internacjonalizacji podmiotów różnej wielkości (bez mikroprzedsiębiorstw), rozumiany jako stosunek eksporterów do wszystkich firm w danej grupie.

Tabela 3.4. Liczba przedsiębiorców zatrudniających co najmniej 10 osób, w tym liczba eksporterów oraz ich udział w liczbie przedsiębiorstw w latach 2013 i 2019

Wielkość firmy	2013			2019		
	liczba firm	liczba eksporterów	udział eksporterów w ogólnej liczbie firm	liczba firm	liczba eksporterów	udział eksporterów w ogólnej liczbie firm
Ogółem	49 934	16 715	33,5	49 243	18 597	37,8
Małe	32 695	8 094	24,7	31 504	9 065	28,8
Średnie	14 148	6 623	46,8	14 079	7 096	50,4
Duże	3 091	1 998	64,6	3 660	2 436	66,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2014; 2020).

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 3.4, pomiędzy 2013 i 2019 rokiem zwiększyła się liczba przedsiębiorców decydujących się na prowadzenie działalności eksportowej. W 2019 r. w całej grupie badanych firm taką działalność deklarowało 37,8% z nich, w porównaniu z 33,5% w 2013 roku. Co istotne, wzrost umiędzynarodowienia był widoczny w każdej grupie firm, wyodrębnionej na podstawie wielkości. Analiza danych nie pozostawia także wątpliwości, że im większa firma, tym większe prawdopodobieństwo, że sprzedaje ona swoje towary lub usługi za granicę. W 2019 roku takie operacje wykonywało ponad 66% dużych przedsiębiorców, ponad połowa średniej wielkości firm oraz niecałe 30% małych. Gdyby adresować wsparcie, kierując się tym kryterium, wydaje

⁵ Tylko sygnalizacyjnie można wskazać na wahania koniunktury, które przebiegają na świecie w sposób niejednorodny. Dobra krajowa koniunktura, przy gorszej na zagranicznych rynkach, może zniechęcać do eksportu. Odwrotnie, gdy sytuacja ulegnie zmianie. Podobnie mogą działać wahania kursów walutowych, zwiększając zainteresowanie firmy sprzedażą towarów na obcym rynku bądź działając odwrotnie. Analogiczny wpływ mogą odgrywać wydarzenia polityczne: sankcje, embarga i ich łagodzenie lub całkowite znoszenie.

się, że w pierwszej kolejności powinno ono trafiać do małych firm. Zdecydowana większość z nich nie oferuje bowiem swoich produktów na zagranicznych rynkach. Pomoc w tym zakresie mogłaby stymulować dalszy rozwój eksportu.

Dopełniając informacje o liczbie firm – eksporterów, należy przytoczyć szacunki odnoszące się do mikroprzedsiębiorców, czyli podmiotów zatrudniających do dziewięciu osób. Jak już zostało podkreślone, podmioty tej wielkości nie podlegają tak szczegółowej analizie i nie muszą dostarczać do GUS informacji i sprawozdań wymaganych od większych podmiotów. Przykładowo, szacowania liczby eksporterów dokonuje Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, bazując na danych GUS. Z najnowszego raportu o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw wynika, że 4,6% firm w Polsce (tj. 98,7 tys.) sprzedaje wyroby za granicę, a zaledwie 0,97% (20,9 tys.) – usługi. Łącznie dawałoby to liczbę około 120 tys. eksporterów (PARP, 2020, s. 29). Warto także podkreślić, że mikroprzedsiębiorstwa zaniżają wskaźnik udziału eksporterów w całej grupie przedsiębiorców. Jak podaje PARP w swoim raporcie, eksporterzy stanowią 5,6% wszystkich przedsiębiorców. Natomiast, jak zostało zauważone wcześniej, w grupie małych, średnich i dużych firm wskaźnik ten jest znacznie większy, wynosi bowiem 37,8%.

Kolejnym celem, szczególnie podkreślanym w działaniu 3.3 programu Inteligentny Rozwój 2014–2020, jaki postawiono przed funduszami unijnymi, skierowanymi na wycinek wspierania działań proeksportowych, była dywersyfikacja kierunków polskiego eksportu. Czy rzeczywiście taki nacisk na geograficzne zróżnicowanie kierunków wysyłki polskich produktów był istotny, jakie przyniósł efekty? Czy powinien być kontynuowany w następnych latach?

Odpowiadając na powyższe pytania, należy przyjrzeć się kierunkom polskiego eksportu. W pierwszej kolejności można je ukazać w podziale na kontynenty, wykorzystując dane z 2007, 2013 oraz najnowsze z 2019 roku, co pozwoli pokazać sytuację z początku okresu budżetowego lat 2007–2013, sytuację „pomiędzy” kolejnymi okresami oraz ostatnie pełne dane bliskie końca okresu 2014–2020. Informacje o wielkości eksportu w mln euro oraz udziały poszczególnych regionów świata w imporcie polskich produktów zostały zaprezentowane w tabeli 3.5.

Tabela 3.5. Eksport towarów z Polski według kontynentów w okresach: 2007, 2013 i 2019 (w mln euro i w %)

Kierunek eksportu	Wielkość eksportu i udział poszczególnych regionów świata					
	2007		2013		2019	
	w mln euro	w %	w mln euro	w %	w mln euro	w %
Polska (eksport ogółem)	101 838	100	152 778	100	238 147	100
Europa	93 392	91,71	134 324	87,92	211 364	88,75
Azja	4 310	4,23	9 790	6,41	12 480	5,24
Afryka	926	0,91	1 987	1,30	2 865	1,20
Ameryka Płn.	1 885	1,85	4 134	2,71	8 180	3,43
Ameryka Płd.	903	0,89	1 778	1,16	2 252	0,90
Australia i Oceania	312	0,31	622	0,41	962,6	0,40

Źródło: opracowanie własne na podstawie: MG, 2008; 2014a; MR, 2020.

Dane z tabeli 3.5 wskazują na dominację krajów Europy jako głównych importerów polskich towarów. Udział ten pomiędzy 2007 a 2013 rokiem nieco spadł z 91,7 do 87,9%, ale już w okresie 2013–2019 ponownie nieznacznie wzrósł do poziomu 88,7%. Odbył się to kosztem mniejszych udziałów pozostałych regionów z wyjątkiem Ameryki Północnej, której udział wzrósł z 1,85% w 2007, przez 2,71% w 2013 r., do 3,43% w 2019 roku. Niemniej, zaokrąglając, niemal 90% polskiego eksportu trafiała do państw europejskich. Na drugim miejscu, jako odbiorcy polskich produktów, znajdowały się państwa azjatyckie, a ich udział w polskim eksporcie kształtuje się obecnie na poziomie 5,24%. Kolejny region stanowią kraje Ameryki Północnej z udziałem, jak już zostało zasygnalizowane, na poziomie 3,43%. Wszystkie państwa afrykańskie⁶ przyjmują 1,2% polskiego eksportu, państwa Ameryki Południowej – niecały 1%. Najmniejsza część polskiego eksportu trafia do Australii i Oceanii. Ten region ma udział w polskim eksporcie na poziomie 0,4%. Już tylko analiza tych danych wskazuje na silną geograficzną koncentrację rynków docelowych polskich produktów.

Bardziej szczegółowe dane, które ukazują udział poszczególnych państw w polskim eksporcie w podziale na najważniejszych partnerów handlowych prezentuje tabela 3.6. Ponownie zostały tam wybrane dane za rok 2007, 2013 oraz 2019, aby ukazać sytuację na początku okresu programowania 2017–2013, rok 2013, jako „przełomowy” pomiędzy tym okresem a budżetem na lata

⁶ Na kontynencie afrykańskim 55 państw jest uznawanych za afrykańskie, z czego 54 należą do Unii Afrykańskiej. Liczba ludności Afryki przekracza miliard mieszkańców według danych za 2010 r., zob. Unia Afrykańska, http://www.au.int/en/member_states/countryprofiles (data dostępu: 16.02.2021); United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2011). World Population Prospects: The 2010 Revision.

2014–2020 oraz 2019, jako ostatni z perspektywy 2014–2020, za który dostępne są pełne dane statystyczne.

Tabela 3.6. Najwięksi importerzy polskich produktów w 2007, 2013 i 2019 roku oraz ich udziały w polskim eksporcie

2007			2013			2019		
lp.	nazwa kraju	udział w eksporcie	Lp.	nazwa kraju	udział w eksporcie	Lp.	nazwa kraju	udział w eksporcie
1	Niemcy	25,89	1	Niemcy	25,00	1	Niemcy	27,73
2	Włochy	6,60	2	Wielka Brytania	6,50	2	Czechy	6,12
3	Francja	6,09	3	Czechy	6,17	3	Wielka Brytania	5,98
4	Wielka Brytania	5,94	4	Francja	5,60	4	Francja	5,86
5	Czechy	5,54	5	Rosja	5,33	5	Włochy	4,52
6	Rosja	4,62	6	Włochy	4,30	6	Holandia	4,38
7	Ukraina	3,96	7	Holandia	3,96	7	Rosja	3,12
8	Holandia	3,83	8	Ukraina	2,82	8	USA	2,84
9	Szwecja	3,22	9	Szwecja	2,74	9	Szwecja	2,80
10	Węgry	2,91	10	Słowacja	2,63	10	Węgry	2,76
11	Hiszpania	2,89	11	Węgry	2,54	11	Słowacja	2,61
12	Belgia	2,69	12	Hiszpania	2,23	12	Hiszpania	2,56
13	Słowacja	2,18	13	USA	2,21	13	Belgia	2,39
14	Dania	1,92	14	Belgia	2,20	14	Rumunia	2,19
15	Austria	1,88	15	Norwegia	2,02	15	Austria	2,12
16	Norwegia	1,80	16	Austria	1,77	16	Ukraina	2,09
17	Litwa	1,63	17	Dania	1,64	17	Dania	1,63
18	Rumunia	1,55	18	Litwa	1,52	18	Litwa	1,52
19	USA	1,48	19	Turcja	1,50	19	Norwegia	1,14
20	Turcja	1,08	20	Rumunia	1,50	20	Chiny	1,11
21	Białoruś	0,81	21	Białoruś	1,20	21	Szwajcaria	0,91
22	Łotwa	0,78	22	Chiny	1,04	22	Finlandia	0,84
23	Finlandia	0,72	23	Łotwa	0,85	23	Turcja	0,81
24	Chiny	0,71	24	Szwajcaria	0,84	24	Białoruś	0,72
25	Szwajcaria	0,70	25	Finlandia	0,76	25	Łotwa	0,60
26	Estonia	0,57	26	Estonia	0,54	26	Kanada	0,59
27	Grecja	0,41	27	Kanada	0,50	27	Estonia	0,48
28	Bułgaria	0,39	28	Bułgaria	0,49	28	Bułgaria	0,47
29	Irlandia	0,37	29	Serbia	0,42	29	Portugalia	0,47
30	Kanada	0,37	30	ZEA	0,37	30	Grecja	0,41

Źródło: opracowanie własne na podstawie: MG, 2008, 2014a; MR, 2020a.

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 3.6, lista państw będących największymi importerami polskich produktów nie różni się w sposób zasadniczy, niezależnie czy analizujemy dane z 2007, 2013, czy też z 2019 roku. Według danych za 2007 r. pierwszym pozaeuropejskim państwem na tej liście były Stany Zjednoczone, a ich udział w polskim eksporcie był szacowany na 1,48%, co dawało im 19 pozycję. Na 24 miejscu znajdowały się Chiny, a na 30 Kanada z udziałami na poziomach odpowiednio 0,71 i 0,37%. Przybliżając dane za 2013 r., do USA wysyłano 2,21% polskiego eksportu (13 pozycja), do Chin – 1,04% (22 pozycja), a do Kanady niespełna 0,5% (27 pozycja). Jedyne co można odnotować, biorąc pod uwagę perspektywę dążenia do większej geograficznej dywersyfikacji eksportu, to brak na liście najważniejszych partnerów w eksporcie Grecji i Irlandii (dwa państwa unijne), a pojawienie się w ich miejsce Serbii (państwo europejskie, ale pozaunijne) i Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Jednak już w 2019 roku wynik ten się zmienił, ponieważ na liście 30 najważniejszych importerów polskich produktów znów pojawia się Grecja, a także Portugalia, wypychając Serbię oraz przede wszystkim ZEA, a tym samym umacniając rynek unijny jako najważniejszą destynację polskich produktów. W kontekście dywersyfikacji za istotny można jedynie uznać awans USA, które w 2019 roku miały status ósmego najważniejszego partnera Polski w eksporcie, z udziałem na poziomie 2,84%.

Omawiając listę 30 największych importerów polskich produktów, warto odnotować niezwykle stabilność pierwszej dziesiątki prezentowanych na niej państw, które w poszczególnych analizowanych latach zmieniają się tylko kolejnością na tej liście. Niezmiennie największym nabywcą polskich towarów jest Niemiecka Republika Federalna, a jej udział w polskim eksporcie jest bardzo znaczący. Jediną istotną zmianą, jaką można zaobserwować w pierwszej dziesiątce, analizując rok 2007 oraz 2019, to pojawienie się w niej Stanów Zjednoczonych kosztem Ukrainy. Na pewno warto natomiast odnotować, że łączny udział w polskim eksporcie najwyżej stojących na liście dziesięciu importerów w 2013 r. przekraczał 65% (MG, 2014, s. 17), a w roku 2019 kształtował się już na poziomie 66,1%. Można powiedzieć, że wprawdzie nieznacznie, ale pewna zależność od kilku najważniejszych rynków uległa wzmocnieniu, podczas gdy istotą dywersyfikacji powinno być doprowadzenie do odwrotnego zjawiska: zwiększania liczby rynków docelowych i zmniejszania udziałów pojedynczych rynków. Biorąc pod uwagę silną „eurocentryczność” polskiego eksportu, to w kontekście przyznawania przez państwo pomocy publicznej na proeksportowe przedsięwzięcia, mogłoby być celowym, aby wsparcie to trafiało na realizację projektów koncentrujących się na zdobywaniu lub umacnianiu pozycji na bardziej odległych rynkach (przynajmniej w pierwszej kolejności).

3.4. Eurocentryczność eksportu i jego konsekwencje dla gospodarki

Geograficzna struktura polskiego eksportu skoncentrowana na najbliższych rynkach nie jest zaskakująca. Tłumaczy ją tzw. model grawitacyjny handlu (Krugman i Obstfeld, 2007). Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Włochy, Holandia to największe gospodarki tej części świata. Z kolei Czechy i Słowacja to nasi bezpośredni sąsiedzi. Także w handlu ze Szwecją i Węgrami odległość między krajami nie stanowi poważnej bariery dla wymiany⁷. Wszystkie wymienione państwa, poza Wielką Brytanią, są jednocześnie członkami Unii Europejskiej, co implikuje funkcjonowanie między nimi unii celnej⁸. Jedynymi państwami spoza UE, które są na liście dziesięciu najważniejszych partnerów pod kątem analizy eksportu, to Rosja i USA. Jednak pierwsze z nich to bezpośredni sąsiad Polski i państwo o dużym potencjale, zwłaszcza gdy uwzględnimy, że łączy je unia celna z Białorusią i Kazachstanem – państwa te razem tworzą znaczący rynek. USA to zaś największa światowa gospodarka, a tym samym model grawitacyjny także dobrze tłumaczy istnienie strumieni wymiany.

Znaczenie dystansu, które, obok potencjału gospodarczego, jest kluczowym elementem w analizie modelu grawitacyjnego handlu, nie może być pomijane. W modelach tych istotną zmienną, wpływającą na wartość wymiany pomiędzy krajami, jest właśnie dystans geograficzny (Tinbergen, 1962).

Na potwierdzenie tej tezy, warto wskazać na wyniki niektórych badań. Przykładowo, na podstawie analizy kosztów transportu z portu w Baltimore, N. Linmao i A.J. Venebles (2001, s. 451–479) dowodzą, że 10% wzrost kosztów generowanych przez transport towarów redukuje wymianę o 20%. Z kolei z innych badań (Frankel i Rose, 2002, s. 437–466) wynika, że wraz ze wzrostem dystansu pomiędzy krajami o 1%, wielkość wymiany handlowej podlega redukcji mniej więcej w takim samym stopniu. I wreszcie D. Hummels wykazał, że w przypadku dóbr przemysłowych wydłużenie czasu transportu morskiego o jeden dzień zmniejsza prawdopodobieństwo zawarcia umowy handlowej i prowadzenia wymiany o 1,5% (Hummels, 2007, s. 131–154).

Należy również zaznaczyć, że w międzynarodowym biznesie pojęcie „dystansu” ma dużo szersze znaczenie i nie można go odnosić wyłącznie do

⁷ W przypadku Czech, Słowacji i Węgier rosnącą skalę wymiany można także tłumaczyć polityką zagranicznych koncernów, które inwestowały w fabryki w tej części Europy, aby optymalizować koszty produkcji w ramach swoich łańcuchów produkcyjnych. Więcej na ten temat zob. Mroczek, 2009.

⁸ Zakres integracji wewnątrz Unii Europejskiej jest znacznie głębszy i obejmuje funkcjonowanie jednolitego (wspólnego) rynku europejskiego, jednak na potrzeby rozpoznania ewentualnych ułatwień lub utrudnień w handlu wystarczy powołać się na ten etap integracji.

odległości (wielowymiarowe pojęcie dystansu⁹). Oprócz dystansu geograficznego można wskazać na dystans ekonomiczny, instytucjonalny, kulturowy i psychiczny (Ghemawat, 2001, s. 137–147). Niektórzy autorzy (Berry, Guillen i Zhou, 2010, s. 1460–1680) stosują jeszcze szerszą typologię, wprowadzając: dystans demograficzny (struktura demograficzna społeczeństwa), dystans finansowy (poziom rozwoju rynków finansowych), komunikacyjny (turystyka, dostęp do Internetu), polityczny (stabilność polityczna, poziom demokracji) oraz związany z wiedzą (patenty, poziom wiedzy naukowej). Wymiar dystansu oraz definicje i czynniki składowe w skrótowy sposób przedstawia tabela 3.7.

Tabela 3.7. Wymiary dystansu oraz definicje i czynniki składowe

Wymiar dystansu	Definicja/czynniki składowe
Geograficzny	– odległość, brak wspólnej granicy, różne strefy czasowe, różnice klimatu, chorób panujących na danym obszarze – ortodroma (najkrótsza odległość) pomiędzy geograficznymi środkami państw
Ekonomiczny	– różnice w poziomie dochodów mieszkańców, różnice dotyczące kosztów i jakości zasobów naturalnych, finansowych, ludzkich, infrastruktury, surowców pośrednich, wiedzy i informacji – różnice w poziomie rozwoju gospodarczego i wskaźników makroekonomicznych
Instytucjonalny	– brak więzi kolonialnych, brak uczestnictwa we wspólnocie gospodarczej, brak wspólnej waluty, wrogość polityczna – różnice dotyczące obszaru regulacyjnego (zbiór regulacji prawnych oraz sposób i stopień ich przestrzegania), poznawczego (schematy i stereotypy) oraz normatywnego (przekonania, normy i wartości)
Kulturowy	– różne języki, grupy narodowościowe, religie, normy społeczne, brak zaufania – różnice w zakresie stosunku do władzy, zaufania, indywidualizmu oraz znaczenia pracy i rodziny
Psychiczny	– postrzegane koszty uczenia się lub redukcji niepewności, wynikające z różnic dotyczących języka, systemów edukacji, praktyk biznesowych, kultury oraz poziomu rozwoju przemysłu

Źródło: Ciszewska-Mlinaric i Wąsowska, 2012, s. 7.

Występujące różnice oraz bariera dystansu w ujęciu geograficznym powodują, że firmy rozważające rozwój eksportu w pierwszej kolejności wybierają rynki bliższe pod względem geograficznym i kulturowym. Taką obserwację potwierdzają wyniki badań przeprowadzonych przez ośrodek THINKTANK (Bonikowska, Rabiej i Żurek, 2012). 71% ankietowanych firm wskazywało, że ekspansję należy planować przede wszystkim na rynkach geograficznie najbliższych, zwłaszcza na zachodzie i północy (z polskiego punktu widzenia).

Wymienione bariery nie powinny stanowić przeszkody w aktywniejszym wspieraniu tych firm, które zamierzają je przełamywać. Jak podaje M. Wytry-

⁹ Analizę znaczenia dystansu w procesie internacjonalizacji przedsiębiorstw wraz z obszernym wykazem literatury na ten temat zawiera praca M. Ciszewska-Mlinaric i A. Wąsowskiej (2012).

kus, koordynatorka programu *Executive Training Programme* w firmie Deloitte, w 2010 r. tylko 650 polskich firm eksportowało własne towary do Korei Południowej. Dla porównania, w tym samym roku ponad 3 tys. koreańskich firm sprzedawało swoje towary w Polsce (Kołtuniak, 2013). A przecież bariery geograficzne, prawne, kulturowe, obyczajowe i wszystkie inne działają tak samo w obu kierunkach.

Tabela 3.8. Główne regiony eksportowe firm sektora MSP w podziale na firmy z UE-15, UE-12 i pozostałych krajów europejskich objętych badaniem*

Główne kierunki eksportu	UE-15	UE-12	Europejskie kraje pozaunijne
Kraje sąsiadujące	49	46	35
Kraje UE	76	83	57
Rosja	12	7	2
Inne kraje europejskie	30	20	24
Bliski Wschód	17	3	16
Północna Afryka	19	1	3
Pozostałe kraje Afryka	14	1	7
Japonia	8	1	10
Chiny	11	3	8
Indie	9	0	4
Pozostałe kraje Azji	9	2	12
Ameryka Północna	21	3	12
Brazylia	9	1	1
Pozostałe kraje Ameryki Południowej i Centralnej	12	3	5
Australia i Nowa Zelandia	10	0	3

* Ankietowani mogli wskazać kilka głównych rynków, dane w kolumnach nie sumują się do 100.

Źródło: KE, 2010, s. 33.

Sytuacja międzynarodowej ekspansji, dokonywanej w pierwszej kolejności na rynki zbliżone geograficznie, nie jest typowa wyłącznie dla Polski. Z badań Komisji Europejskiej na temat umiędzynarodowienia sektora małych i średnich firm w Europie (KE, 2010) wynika, że kraje, będące bezpośrednimi sąsiadami i pozostałe państwa Unii Europejskiej były przez badane podmioty najczęściej wybieranymi rynkami docelowymi (zob. tab. 3.8). Dla krajów „starej Unii” było to odpowiednio 49 i 76% wskazań¹⁰; dla „nowych” państw UE

¹⁰ Ankietowani mogli wskazać kilka głównych rynków (kierunków) ekspansji, stąd wyniki nie sumują się do 100%.

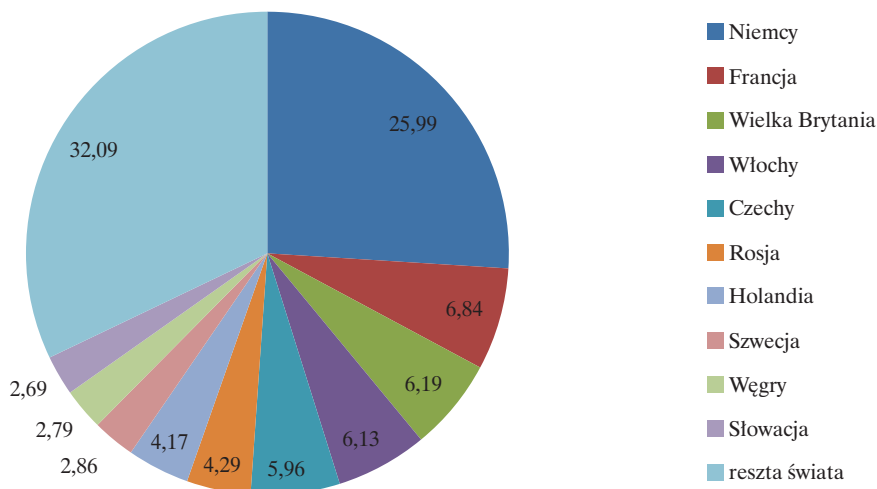
46 i 83%. Należy jednak podkreślić, że poddane badaniom podmioty sektora MŚP z państw UE-15 znacznie częściej wskazywały także na bardziej odległe rynki, niż czyniły to firmy z tzw. nowej Unii. Dla zobrazowania, kraje Bliskiego Wschodu były wskazywane jako główne rynki eksportowe przez 17% ankietowanych firm UE-15 i tylko przez 3% firm UE-12. Rynek chiński był wymieniany jako istotny przez 11% ankietowanych firm ze „starej Unii” i tylko przez 3% z „nowej”. Podobne różnice ujawniają się w przypadku rynków Ameryki Północnej i Południowej oraz rynku indyjskiego. Ponownie może to być argumentem za bardziej aktywną promocją eksportu na rynki odleglejsze. Tym bardziej, że polskie firmy zaczynają dostrzegać ich potencjał.

Różnicę w międzynarodowej aktywności firm z krajów „starej” i „nowej” Unii Europejskiej na odleglejszych rynkach można tłumaczyć wieloma względami. Z jednej strony przedsiębiorcy z tych państw są obecni na rynkach światowych od wielu lat, podczas gdy np. w Polsce handel zagraniczny był scentralizowany. Poszczególne firmy, aby eksportować lub importować towary, musiały dokonywać operacji przez centrale handlu zagranicznego. Liberalizację w tym względzie przyniósł dopiero przełom lat 80. i 90. XX wieku. Na korzyść firm „starej” Unii mogą przemawiać dawne powiązania kolonialne i związane z tym pewne podobieństwa językowe i kulturowe (np. kraje Ameryki Południowej z urzędowym językiem hiszpańskim lub portugalskim, regiony Afryki z urzędowymi językami angielskim lub francuskim).

Jak zostało udowodnione bardzo duży wpływ na wielkość polskiego eksportu mają rynki kilku państw. Przykładowo, gdyby z analizowanego okresu 2007–2020 wybrać rok 2010, to do pierwszych pięciu importerów (Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Włochy, Czechy) trafiło łącznie ponad 50% polskiego eksportu. Przy rozszerzeniu listy największych importerów do dziesięciu państw, według tych samych danych, szóstą pozycję zajmowałaby na niej Rosja z udziałem na poziomie około 4,3%, siódmą Holandia (4,17%), ósmą Szwecja (2,86%), dziewiątą Węgry (2,79%), dziesiątą Słowacja (2,69%) (MG, 2010). Rysunek 3.1 ilustruje udziały wszystkich tych dziesięciu państw w całości polskiego eksportu.

Silne uzależnienie polskiego eksportu od chłonności tylko kilku rynków może być niekorzystne, ponieważ zaburzenia na tych rynkach przekładają się automatycznie na mniejszą dynamikę eksportu, a w skrajnych przypadkach na zmniejszenie jego wartości. W konsekwencji wpływają na gospodarkę państwa – eksportera (Nowak i Zalega, 2020; Milewski i Kwiatkowski, 2005).

Rysunek 3.1. Udziały w polskim eksporcie najważniejszych dziesięciu partnerów handlowych w 2010 r. (dane w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: MG, 2011.

Takie uzależnienie występuje w przypadku polskiego eksportu (rys. 3.1). Wymienionych na nim dziesięć państw, absorbowало około 70% polskiego eksportu. Załamanie popytu na tych rynkach, a tym samym osłabienie importu, przekładało się negatywnie na dynamikę polskiego eksportu, co ilustrują rysunki 3.2–3.4. Na pierwszym z nich (rys. 3.2) pokazana jest dynamika PKB Niemiec oraz dynamika polskiego eksportu w latach 2000–2013. Pobieżna analiza pokazuje, że osłabienie dynamiki wzrostu PKB Niemiec przekładało się na dynamikę polskiego eksportu. Jest to szczególnie widoczne w latach załamania gospodarki światowej (2008–2009), które bardzo mocno dotknęło naszego zachodniego sąsiada i przełożyło się na załamanie eksportu Polski. Dość dynamiczna odbudowa niemieckiej gospodarki w 2010 r. (wzrost PKB o 4,2%) odpowiadała wysokiej dynamice polskiego eksportu. Powrót w granice stagnacji w 2012 r., to ponownie znacznie mniejsza dynamika polskiego eksportu.

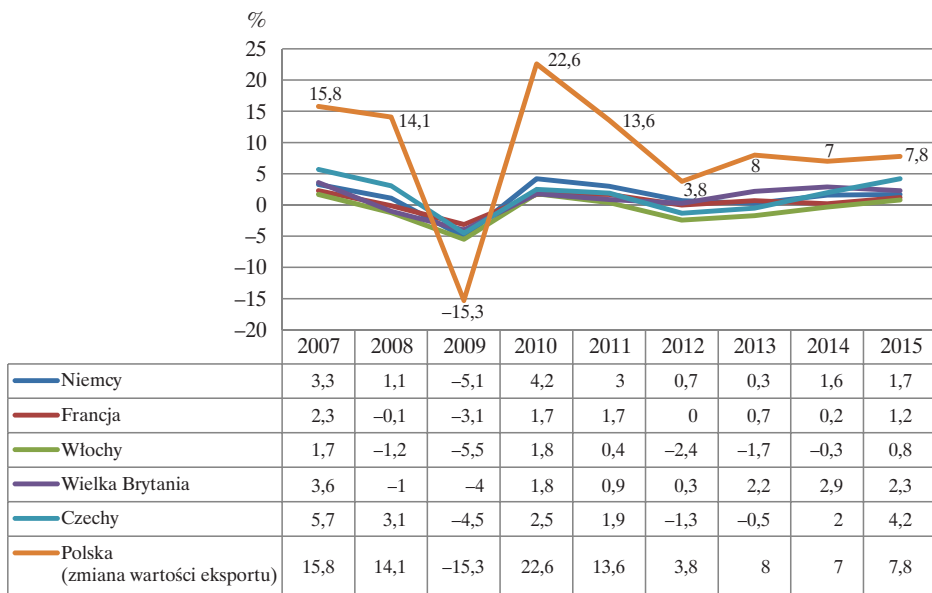
Rysunek 3.2. Dynamika PKB Niemiec (w % rok do roku) oraz dynamika polskiego eksportu (w % rok do roku, w ujęciu w euro) w latach 2000–2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tec00115>; MG, 2014, s. 27.

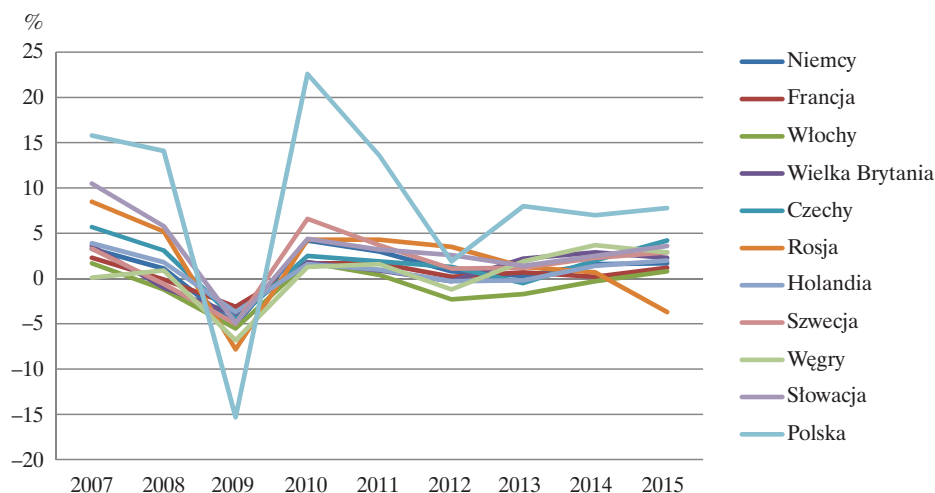
Tłumaczenie gorszych lub lepszych wyników polskiego eksportu wyłącznie tym, co dzieje się na rynku niemieckim, nawet jeżeli jest to rynek kluczowy, byłoby zbyt dużym uproszczeniem. Dlatego rysunek 3.3 przedstawia zmiany PKB pięciu najważniejszych importerów polskich towarów oraz dynamikę polskiego eksportu. Analiza obejmuje lata 2007–2015. Natomiast rysunek 3.4 rozszerza tę analizę na dziesięć największych importerów polskich produktów.

Rysunek 3.3. Zmiana PKB (w % rok do roku) pięciu najważniejszych partnerów eksportowych Polski oraz zmiana wartości polskiego eksportu (w % rok do roku) w latach 2007–2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/national-accounts/statistics-illustrated>; MG, 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012; 2014a; 2015; MR, 2016.

Rysunek 3.4. Dynamika PKB dziesięciu najważniejszych partnerów eksportowych Polski (w % rok do roku) oraz dynamika polskiego eksportu (w % rok do roku) w latach 2007–2015



Źródło: jak rys. 3.3.

Na rysunkach 3.3 i 3.4 szczególnie charakterystyczne są lata 2008–2012. Zauważa się wtedy korelację między gwałtownym załamaniem gospodarczym we wszystkich ujętych tam państwach a załamaniem polskiego eksportu. W 2010 r. występuje wysoka dynamika wzrostu eksportu, która towarzyszyła odbudowie gospodarek i ponowne spowolnienie dynamiki eksportu, towarzyszące kolejnemu osłabieniu dynamiki wzrostu PKB lub wręcz recesji. O ile w Rosji został odnotowany wzrost gospodarczy na poziomie 3,5%, w Niemczech 0,8%, Czechach 1,3%, a w Szwecji 1,1%, o tyle już Włochy odnotowały recesję –2,3%, podobnie Wielka Brytania –0,3%, Holandia –0,3% i Węgry –1,2% (Eurostat, 2021).

Powyższa analiza byłaby niepełna, gdyby pominąć zmianę kursu walutowego. Należy zatem odnotować, że zmiana dynamiki polskiego eksportu, chociaż w dużym stopniu skorelowana z dynamiką wzrostu gospodarczego u naszych głównych partnerów handlowych, wiązała się także z aprecjacją lub deprecjacją złotego. Koniecznie należy więc odnotować, że polski złoty uległ silnej deprecjacji na przełomie 2008 i 2009 r., zarówno w stosunku do euro, jak i do amerykańskiego dolara. Następnie w 2009 r. zaobserwowano umacnianie jego wartości względem tych dwóch walut, co przełożyło się na mniejszą opłacalność

eksportu i spotęgowało załamanie jego dynamiki. W 2010 r. złoty ponownie uległ deprecjacji, co zwiększyło konkurencyjność polskiego eksportu. Przyjmując za punkt wyjścia 2007 r., do końca 2013 r. euro umocniło się względem złotego o 8,25%, a dolar amerykański – o 3,49% (Money.pl, 2021).

W takich warunkach, mając przed oczami obraz polskiego eksportu, w tym jego geograficznego uzależnienia od kilku partnerów, przygotowywane były programy wsparcia na lata 2014–2020. Nie powinno więc zaskakiwać, że przynajmniej w pewnym stopniu położono w nich nacisk na silniejszą geograficzną dywersyfikację eksportu. Jak już było kilkakrotnie podkreślone, głównie poprzez działanie 3.3 programu „Inteligentny Rozwój”, które przewidywało realizację tzw. branżowych programów promocji oraz programów ogólnych przy nacisku na wybrane rynki perspektywiczne. Dotacje na udział w targach, misjach gospodarczych oraz organizacja różnych sponsorowanych wydarzeń nie przyniosły póki co wyraźnych rezultatów. Jak zostało zaprezentowane w tabeli 3.6, patrząc na dane za 2019 rok, grupę 30 największych importerów polskich produktów nadal tworzyły przede wszystkim państwa europejskie. A pierwsza dziesiątka tych krajów zgłaszała popyt na przeszło 66% polskiego eksportu.

3.5. Promocja eksportu – legalność udzielania firmom pomocy

Zadaniem proeksportowej polityki państwa jest stworzenie dla firm jak najlepszych warunków do rozwoju eksportu. Stosowane instrumenty mają ułatwić przedsiębiorcom zdobywanie rynków zagranicznych. Przeprowadzona dotychczas analiza sektora przedsiębiorstw, wielkości, dynamiki i kierunków polskiego eksportu, każe dojść do wniosku, że w szczególności wsparcie powinno być adresowane do firm mikro oraz małych, w dalszej kolejności do średnich. Po drugie, na preferencyjne traktowanie (łatwiejszy dostęp do dotacji, większe kwoty grantów, wyższy poziom dofinansowania kosztów kwalifikowanych itp.) powinni liczyć autorzy tych projektów eksportowych, które zakładają zdobywanie egzotycznych – z polskiego punktu widzenia – rynków.

Należy jednocześnie zauważyć, że niczym niekrępowana pomoc publiczna ukierunkowana na zdobywanie rynków zagranicznych sprawiłaby, że wiele państw zamiast konkurować między sobą innowacyjnością, jakością produktów, nowoczesną technologią oraz wydajnością pracy, koncentrowałoby się na walce o zdobywanie różnego rodzaju dotacji (subwencji), ulg, zwolnień podatkowych czy innego preferencyjnego finansowania. Stąd wiele państw, zwłaszcza

należących do Światowej Organizacji Handlu¹¹, przyjęło w tym zakresie pewne zobowiązania.

Przede wszystkim państwa te zobowiązały się do niestosowania tych narzędzi polityki handlowej, które uznano za niekorzystne dla rozwoju międzynarodowej wymiany, opartej na uczciwych i równych warunkach konkurencji. Ponadto państwa, uczestniczące w procesach integracyjnych, przystępując do strefy wolnego handlu bądź do unii celnej, powinny przestrzegać ustanowionych reguł, odnoszących się do wymiany międzynarodowej (Nowak, 2002). Jako przykład można tu wymienić porozumienie o prowadzeniu wspólnej, jednolitej polityki handlowej, które opowiada się za rezygnacją ze stosowania dowolnie dobranych instrumentów takiej polityki.

Organizacje międzynarodowe, zainteresowane rozwojem gospodarczym i ekonomicznym państw, mogą narzucać pewne rozwiązania, w tym ograniczające dowolność wspierania działalności eksportowej. Przykładem może być Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) (Latoszek i Proczek, 2001). W kontekście omawiania proeksportowych instrumentów wsparcia stosowanych przez Polskę, nie sposób pominąć także regulacji unijnych, odnoszących się nie tylko do polityki handlowej stosowanej wobec państw trzecich, lecz także do handlu wewnątrzunijnego¹².

Reguły uczciwego handlu ustanowione na forum WTO zawarte są zarówno w samych układach GATT, jak i w statucie WTO. W kontekście ewentualnego wspierania eksporterów warto przede wszystkim odnieść się do kwestii subsydiów. Artykuł 1 Porozumienia w sprawie subsydiów i środków wyrównawczych z 1994 r. (tzw. kodeks subsydiów) wprowadził definicję subsydiów¹³. Obejmują one dwa elementy: wkład finansowy bądź wsparcie dochodowe lub cenowe ze strony rządu albo jakiegokolwiek innej instytucji publicznej oraz uzyskanie korzyści przez beneficjenta. Następnie zostały zdefiniowane formy

¹¹ Według stanu na 2 marca 2021 r. WTO liczyła 164 członków, https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org6_e.htm (data dostępu: 02.03.2021).

¹² Tradycyjne pojęcia „eksportu” i „importu” stosowane w handlu międzynarodowym, na potrzeby handlu pomiędzy krajami unijnymi zostały zastąpione pojęciami „wewnątrzunijnej dostawy towarów” i „wewnątrzunijnego nabycia towarów”. W ten sposób jest rozróżniany handel pomiędzy krajami unijnymi a resztą świata.

¹³ Pierwszą definicję subsydium zawierał już Układ GATT z 1947 roku. Była ona jednak bardzo ogólna. Układ określał subsydium jako formę dochodu lub promocji cenowej, oferowanej przez państwo będące stroną umowy GATT, bezpośrednio lub pośrednio w celu zwiększenia eksportu lub zredukowania importu na terytorium kraju udzielającego subsydium. W 1979 r. strony GATT podpisały umowę o interpretacji i zastosowaniu artykułów VI, XVI, XXIII GATT, czyli tzw. kodeks subsydiów GATT. W trakcie Rundy Urugwajskiej, skutkującej powstaniem Światowej Organizacji Handlu i wprowadzeniem GATT 1994, wynegocjowano także nowe brzmienie kodeksu subsydiów.

publicznego wkładu finansowego w postaci: bezpośredniego przepływu środków, przejęcia zobowiązań, umorzenia należności lub odroczenia płatności (np. podatkowych), transferu dóbr lub usług innych niż przeznaczone na cele infrastrukturalne, a także zakup dóbr na warunkach innych niż rynkowe. Wymienione świadczenia, zgodnie z definicją, mogą być uznane za subsydia nie tylko wtedy, kiedy pochodzą bezpośrednio od rządu lub innej instytucji publicznej, lecz także wówczas, gdy są realizowane bezpośrednio przez instytucje prywatne na zlecenie publiczne.

Kodeks subsydiów wyróżnia trzy rodzaje subsydiów: zabronione (*prohibited subsidies*), uzasadniające akcję neutralizującą (*actionable subsidies*) oraz niepociągające za sobą akcji neutralizującej (*non-actionable subsidies*). Inaczej można je określić jako subsydia zakazane, podlegające i niepodlegające sankcjom. Za zdecydowanie szkodliwe, objęte powszechnym zakazem uznano subsydia eksportowe oraz te, których przyznanie jest uwarunkowane użyciem towarów pochodzenia krajowego, zamiast towarów importowanych (art. 3). Subsytia eksportowe (*export subsidies*) zostały zdefiniowane jako faktycznie lub prawnie ukierunkowane na działalność eksportową. Rozróżnienie „faktycznego” i „prawnego” ukierunkowania subsydium ma na celu uznanie, że może zaistnieć sytuacja, w której formalnie pomoc nie jest uzależniona od działalności eksportowej adresatów, niemniej faktycznie jej celem jest zwiększenie dochodów z eksportu. Przez to pojęcie rozumie się więc te subsydia, które są uzależnione od wyników eksportu (np. od wielkości eksportu lub dochodów eksportowych).

Należy jednak wskazać, że tego typu wsparcie przyznane firmie eksportującej nie stanowi jeszcze podstawy do uznania go za subsydtum eksportowe. Jak wskazuje R.R. Ludwikowski (2019), adresowanie subsydium do firm zajmujących się eksportem nie musi oznaczać poparcia ich działalności eksportowej. Może to być przykładowo pomoc socjalna dla pracowników.

W artykule 5 porozumienia określono w sposób pośredni subsydia inne niż eksportowe, które podlegają sankcjom. Stwierdzono w nim, że nie mogą one oddziaływać negatywnie na interesy innych krajów. Sankcjom podlegają więc trzy kategorie subsydiów (Piotrowski, 1998) wyrządzające szkodę przemysłowi krajowemu innemu członka WTO, naruszające lub eliminujące korzyści innych członków WTO, wynikające bezpośrednio lub pośrednio z postanowień układu GATT, zwłaszcza korzyści z koncesji (handlowych) wymienionych w artykule II GATT 1994 oraz powodujące poważny uszczerbek (*seriousprejudice*) interesów innego kraju.

A. Budnikowski podaje, że „w odniesieniu do subsydiów produkcji krajowej za legalne, po spełnieniu pewnych dodatkowych warunków, uznano jedynie subsydiowanie prac badawczych i inwestycji wymaganych w związku z ochroną

środowiska, a także wspomaganie finansowe regionów zacofanych” (Budnikowski, 2006, s. 209). Na pewne odstępstwa od zakazu stosowania subsydiów może liczyć produkcja rolna, chociaż państwa członkowskie WTO zobowiązały się do redukcji takich subsydiów. „Znacznie surowsze reguły odnoszą się do subsydiów eksportowych, są one, co do zasady, zabronione” (Świerkocki, 2004, s. 123–124). Tolerowane jest jednak subsydiowanie stóp procentowych przy pożyczkach zaciąganych w bankach na finansowanie transakcji eksportowych i gwarancje państwowe dla banków kredytujących eksport.

Co to oznacza dla Polski w wymiarze stosowania polityki proeksportowej? Przede wszystkim nie pozwala na wprowadzenie takich instrumentów wsparcia dla firm, które bezpośrednio wpływałyby na ceny oferowanych przez nie na rynkach międzynarodowych produktów, czyniąc je pod względem cenowym atrakcyjniejszymi od oferty przedsiębiorców z innych państw. Jest zatem niemożliwe wprowadzenie narzędzi zakładających np. dopłaty do wyeksportowanych towarów, zwłaszcza towarów przemysłowych. Takie działania wywołałyby reakcję państw, szczególnie tych, na których rynki trafiałyby dotowane produkty (zagrożając krajowym producentom), lub państw eksportujących podobne produkty. Po udowodnieniu stosowania subsydiów, zagrożony kraj miałby prawo wprowadzić cła wyrównawcze.

Jakość towaru, warunki dostawy, okres gwarancji, czas realizacji kontraktu, to elementy, które decydują o atrakcyjności oferty handlowej (Kaczmarek, 1998; Nowak i Kozioł, 2011). Dotyczy to także transakcji międzynarodowych. Istotny jest również sposób rozliczenia transakcji, a przede wszystkim termin, w jakim importer (zamawiający) ma dokonać płatności. Na konkurencyjnym rynku elementem decydującym o wyborze oferty, przy założeniu, że pozostałe parametry są podobne, może być zaoferowanie nabywcy kredytu kupieckiego. Innymi słowy, odległy termin płatności zaproponowany przez eksportera może spowodować, że jego oferta zostanie uznana za najlepszą. W przypadku, gdyby eksporter był wspomagany przez państwo preferencyjnymi kredytami eksportowymi, na rynku mogłoby dojść do nieuczciwej konkurencji. Aby jej przeciwdziałać, państwa członkowskie OECD zawarły Porozumienie w sprawie oficjalnie wspieranych kredytów eksportowych (OECD, 2020). Ustanawia ono wspólne zasady udzielania pomocy poprzez kredyty eksportowe. Najogólniej sprowadza się ono do tego, że chociaż państwa mogą tworzyć programy wsparcia, to porozumienie wprowadza system wyrównywania stóp procentowych. W Polsce zasady tego porozumienia zostały wprowadzone w programie DOKE¹⁴.

¹⁴ Program DOKE został wprowadzony ustawą o dopłatach do oprocentowania kredytów eksportowych o stałych stopach procentowych (Dz.U. 2001 Nr 73, poz. 762).

Jednolity rynek europejski wymaga przestrzegania zasad uczciwej i równej konkurencji. Dlatego unijna kontrola udzielonej pomocy jest niezbędna dla efektywnej konkurencji i wolnego handlu. „Przepisy dotyczące pomocy publicznej tworzą jednolitą strukturę i zapewniają równe warunki konkurencji dla przedsiębiorstw europejskich. Pozwala to na uniknięcie sytuacji, w której państwa członkowskie prześcigałyby się w udzielaniu dotacji, co w konsekwencji szkodziłoby Unii jako całości” (KE, 2008, s. 5).

Stąd zakaz udzielania pomocy publicznej w sytuacjach, w których pomoc taka mogłaby zakłócać konkurencję. Ma to przeciwdziałać sytuacjom, w których państwa członkowskie UE, dysponując różnymi możliwościami, udzielałyby wsparcia przedsiębiorcom, które wywoływałyoby zakłócenia na rynku. Ideą wspólnego rynku jest bowiem, aby wszystkie firmy, niezależnie od przynależności państwowej, trafiały na takie same warunki konkurencji.

Różnorodność form przy udzielaniu pomocy publicznej mogłaby się wiązać z różnym poziomem rozwoju gospodarczego państw UE, tym bardziej widocznego po rozszerzeniach z 2004 r. (dziesięć nowych państw członkowskich), z 2007 r. (przystąpienie Bułgarii i Rumunii) oraz z 2013 roku (przystąpienie Chorwacji). Stąd w warunkach dowolności w udzielaniu pomocy publicznej przedsiębiorcom, firmy z bogatszych państw mogłyby liczyć na preferencje, naruszając zasady konkurencji. Mogłoby to stanowić zagrożenie dla krajów biedniejszych, których rządy (sektor publiczny) mają mniej zasobów niż kraje najwyżej rozwinięte. Dlatego istnienie jednolitego rynku europejskiego wymusiło stosowanie jednolitych reguł przyznawania pomocy publicznej, chociażby z tego powodu, że skutki jej udzielenia przez dane państwo mogą wykraczać poza jego terytorium, a to, co mogłoby się wydawać korzystne dla lokalnej gospodarki, może stanowić zagrożenie dla podmiotów działających na rynku pozostałych państw członkowskich UE (UOKiK, 2009).

Z kolei, jak zauważa J.W. Wiktor (2010 s. 110), państwo „poprzez politykę ekonomiczną może przyczyniać się do destrukcji rynku, wypaczenia rynkowego mechanizmu alokacji zasobów i zafałszowania konkurencji”, a S. Dudzik (2002, s. 17) dodaje: „W konsekwencji, przedsiębiorstwa nieefektywne, które w warunkach normalnej konkurencji nie mogłyby przetrwać na rynku, dzięki uzyskanemu od władz publicznych wsparciu, mogą w dalszym ciągu funkcjonować. Odbywa się to jednak kosztem wszystkich obywateli, a także kosztem przedsiębiorstw bardziej efektywnych”.

Ogólny zakaz udzielania takiego wsparcia ma podstawę traktatową. Jest on określony w artykule 107 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej. Przewiduje on, że – z zastrzeżeniem odmiennych postanowień – wszelka pomoc, przyznawana przez państwo członkowskie lub przy użyciu zasobów państwo-

wych w jakiejkolwiek formie, która zakłóca lub grozi zakłóceniem konkurencji poprzez sprzyjanie niektórym przedsiębiorstwom lub produkcji niektórych towarów, jest niezgodna z rynkiem wewnętrznym w zakresie, w jakim wpływa na wymianę handlową między krajami członkowskimi (Gałązka, 2012).

Jednocześnie należy dodać, że chociaż pojęcie „pomocy publicznej” nie zostało precyzyjnie określone w dokumentach UE, to pośrednio, na podstawie cytowanego artykułu Traktatu, można uznać, iż pomocą publiczną jest wsparcie udzielane przedsiębiorstwu, jeśli są spełnione następujące warunki: pomoc jest przyznawana przez państwo lub pochodzi ze środków państwowych, jest udzielana na warunkach korzystniejszych niż oferowane na rynku, ma charakter selektywny (uprzywilejowuje dane przedsiębiorstwo lub przedsiębiorstwa albo produkcję określonych towarów), grozi zakłóceniem lub zakłóca konkurencję, wpływa na wymianę handlową między państwami członkowskimi UE. Aby wsparcie stanowiło pomoc publiczną, wymienione wyżej warunki muszą zaistnieć łącznie. W przypadku, gdy którykolwiek z nich nie jest spełniony, wtedy nie mamy do czynienia z pomocą publiczną.

Zgodnie z *Vademecum – Community Law on State Aid* (KE, 2008, s. 7–8), warunki określone powyżej należy rozumieć jako:

- 1) przekazanie zasobów państwowych – zasady pomocy państwa obejmują wyłącznie środki, z zastosowaniem których wiąże się przekazanie zasobów państwowych (przez władze krajowe, regionalne lub lokalne, banki publiczne, fundacje itp.); pomoc nie musi być koniecznie udzielona przez państwo, może jej udzielić prywatny lub publiczny organ pośredni wyznaczony przez państwo;
- 2) korzyść ekonomiczna – pomoc powinna stanowić korzyść ekonomiczną, której przedsiębiorstwo nie uzyskałoby w zwykłym toku działalności; bez wątpienia taką korzyścią będzie przyznanie bezzwrotnej dotacji albo udzielenie preferencyjnej pożyczki. Ale istnieją też mniej oczywiste przykłady transakcji spełniających ten warunek, np. firma, która:
 - kupuje lub dzierżawi grunt, będący własnością Skarbu Państwa po cenie niższej od ceny rynkowej;
 - sprzedaje grunt Skarbowi Państwa po cenie wyższej niż cena rynkowa;
 - korzysta z uprzywilejowanego dostępu do infrastruktury, nie uiszczając za to stosownej opłaty;
 - uzyskuje kapitał podwyższonego ryzyka od państwa na warunkach, które są bardziej korzystne niż warunki oferowane w sektorze prywatnym;
- 3) selektywność – pomoc państwa musi wpływać na równowagę pomiędzy niektórymi przedsiębiorstwami i ich konkurentami. Selektywność to cecha odróżniająca pomoc państwa od tzw. środków ogólnych (czyli środków,

które mają zastosowanie do wszystkich firm we wszystkich sektorach gospodarki w danym państwie członkowskim). Za selektywny uważa się taki program, w którym władze zarządzające mają pewną swobodę decyzyjną. Kryterium selektywności jest spełnione także wówczas, gdy program ma zastosowanie tylko do części terytorium państwa członkowskiego (tak jest w przypadku wszelkich programów pomocy regionalnej i sektorowej);

- 4) wpływ na konkurencję i wymianę handlową – pomoc musi mieć potencjalny wpływ na konkurencję i wymianę handlową między państwami członkowskimi. Wystarczy wykazać, że beneficjent prowadzi działalność gospodarczą i działa na rynku, na którym istnieje wymiana handlowa pomiędzy państwami członkowskimi. Forma działalności beneficjenta nie ma w tej kwestii żadnego znaczenia (nawet organizacja nienastawiona na osiąganie zysku może prowadzić działalność gospodarczą). Warto zaznaczyć, że Komisja Europejska uważa, iż niewielkie kwoty pomocy (zgodne z zasadą *de minimis*) nie mają potencjalnego wpływu na konkurencję i wymianę handlową między państwami członkowskimi. W związku z tym KE jest zdania, że pomoc taka nie wchodzi w zakres artykułu 107 Traktatu.

Reasumując, udzielanie pomocy publicznej w UE jest niezgodne ze wspólnym rynkiem, z wyjątkiem sytuacji opisanych w TFUE. Wyjątki te zostały skatalogowane w przepisach artykułu 107 ust. 2 i 3 TFUE. Zgodna z rynkiem wewnętrznym jest zatem pomoc:

- o charakterze socjalnym przeznaczona dla indywidualnych konsumentów, pod warunkiem, że jest przyznawana bez dyskryminacji związanej z pochodzeniem produktów;
- mająca na celu naprawienie szkód spowodowanych klęskami żywiołowymi lub innymi zdarzeniami nadzwyczajnymi;
- przyznawana gospodarce niektórych regionów RFN dotkniętych podziałem Niemiec, w zakresie, w jakim jest niezbędna do skompensowania niekorzystnych skutków gospodarczych spowodowanych przez ten podział.

Ponadto, za zgodną z rynkiem wewnętrznym może zostać uznana pomoc przeznaczona na:

- sprzyjanie rozwojowi gospodarczemu regionów, w których poziom życia jest zdecydowanie niski lub w których dominuje niedostateczne zatrudnienie oraz regionów, o których jest mowa w artykule 349, z uwzględnieniem ich sytuacji strukturalnej, gospodarczej i społecznej;

- wspieranie realizacji ważnych projektów, stanowiących przedmiot wspólnego europejskiego zainteresowania lub mających na celu zaradzenie poważnym zaburzeniom w gospodarce państwa członkowskiego;
- ułatwianie rozwoju niektórych działań gospodarczych lub regionów gospodarczych, jeśli nie zmienia to warunków wymiany handlowej, sprzecznych ze wspólnym interesem;
- wspieranie kultury i zachowania dziedzictwa kulturowego, jeśli nie zmienia to warunków wymiany handlowej i konkurencji w Unii w zakresie sprzecznym ze wspólnym interesem;
- inne kategorie pomocy, jakie Rada Europejska może określić decyzją, na wniosek Komisji Europejskiej.

Ogólnie wyrażony w artykule 107 zakaz udzielania pomocy nie jest zatem bezwzględny. Instytucje UE, zwłaszcza Komisja Europejska, odpowiadają bowiem za prowadzenie różnorodnych polityk tej organizacji, w tym: polityki rozwoju regionalnego, zrównoważonego rozwoju, podnoszenia innowacyjności i konkurencyjności gospodarki całej Unii. Stąd tylko krok do tego, aby pewne rodzaje wsparcia dla firm były akceptowane i stosowane w praktyce. Co więcej, mogą być nawet, i w praktyce są, przedmiotem wsparcia ze strony funduszy unijnych.

Dlatego zakaz udzielania pomocy umieszczony w Traktacie, w praktyce podlega ograniczeniom poprzez przyjęte akty prawa wtórnego, wskazujące szczególne sytuacje, w których pomoc taka będzie uznawana za zgodną z polityką wspólnego rynku. Uprawnienie do wydawania takich przepisów wynika z artykułu 109 TFUE¹⁵. Przepisy te dokładnie określają, kiedy, kto i na jakich zasadach ma prawo ubiegać się o pomoc i w jakiej maksymalnej wysokości może być ona udzielona (Gałązka, 2012).

W sytuacjach, np. gdy wysokość pomocy miałaby przekroczyć pewne ustalone granice, prawo do podjęcia decyzji o jej przyznaniu przechodzi z państwa członkowskiego na Komisję Europejską. W innych sytuacjach, gdy państwo uważa, że należałoby przyznać pomoc, ale nie znajduje ono odpowiedniego upoważnienia w aktach prawnych, jej przyznanie też jest dopuszczalne, ale po uprzedniej notyfikacji KE i udzieleniu przez nią na to zgody. Generalnie Komisja Europejska ma możliwość wydawania rozporządzeń, na podstawie których pewne kategorie pomocy są, niejako z góry, uznane za zgodne ze wspólnym

¹⁵ Przepis ten stanowi, że Rada, na wniosek Komisji i po konsultacji z Parlamentem Europejskim, może wydać wszelkie właściwe rozporządzenia w celu zastosowania artykułów 107 i 108, a zwłaszcza może określić warunki do stosowania artykułu 108 ustęp 3 oraz kategorie pomocy zwolnione z tej procedury.

rynkiem i w związku z tym nie wymagają wcześniejszej notyfikacji oraz uzyskania zgody Komisji Europejskiej. Są to projekty objęte tzw. wyłączeniami grupowymi (blokowymi) oraz pomocą *de minimis*.

Pomoc *de minimis* jest szczególną kategorią wsparcia udzielanego przez państwo, gdyż uznaje się, zgodnie z paremią: *de minimis not curat lex*, że ze względu na swoją małą wartość nie powoduje ona zakłócenia konkurencji w wymiarze unijnym. W związku z tym, nie stanowi *de facto* pomocy publicznej w rozumieniu artykułu 107 ust. 1 TFUE, a zatem nie podlega obowiązkowi notyfikacji Komisji Europejskiej. W praktyce stwarza możliwość przyznania przedsiębiorcy pomocy w wysokości 200 tys. euro w okresie trzech lat. Dopóki limit ten nie zostanie przekroczony, pomoc taka nie podlega zgłoszeniu do Komisji Europejskiej jako niezagrażająca funkcjonowaniu jednolitego rynku. Może ona przybierać różne formy, od dotacji bezpośrednich, przez wsparcia na zakup usług doradczych, po ulgi podatkowe i inne rozwiązania.

Podstawowym aktem, regulującym zasady udzielania pomocy publicznej przez Unię w okresie budżetowym 2007–2013 było rozporządzenie Komisji Europejskiej nr 800/2008, uznające niektóre rodzaje pomocy za zgodne ze wspólnym rynkiem w zastosowaniu artykułów 87 i 88 Traktatu¹⁶. Natomiast w okresie 2014–2020 odpowiednim aktem było rozporządzenie Komisji (UE) nr 651/2014 z dnia 17 czerwca 2014 r. uznające niektóre rodzaje pomocy za zgodne z rynkiem wewnętrznym w zastosowaniu art. 107 i 108 Traktatu¹⁷. Zgodnie z tym ostatnim, nie powinno mieć ono zastosowania do pomocy uwarunkowanej pierwszeństwem użycia produktów krajowych w stosunku do produktów przywożonych ani do pomocy na działalność związaną z wywozem. Nie powinno mieć zwłaszcza zastosowania do pomocy na tworzenie i funkcjonowanie sieci dystrybucji w innych państwach. Pomoc na pokrycie kosztów uczestnictwa w targach handlowych bądź kosztów badań lub usług doradczych potrzebnych do wprowadzenia nowego lub już istniejącego produktu na nowy rynek w innym państwie członkowskim lub w kraju trzecim nie stanowi zazwyczaj pomocy na działalność związaną z wywozem. Natomiast, jak wskazywał art. 19, pomoc na udział MŚP w targach jest zgodna z rynkiem wewnętrznym w rozumieniu art. 107 ust. 3 Traktatu i wyłączona z obowiązku zgłoszenia, o którym mowa w art. 108 ust. 3 Traktatu, jeżeli spełnione są warunki ustanowione w niniejszym artykule i w rozdziale I. Za koszty kwalifikowalne uznaje się koszty wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego podczas uczest-

¹⁶ Rozporządzenie nazywane ogólnym rozporządzeniem w sprawie wyłączeń grupowych zostało opublikowane w Dzienniku Urzędowym UE nr L 214 z 9 sierpnia 2008 roku.

¹⁷ Rozporządzenie zostało opublikowane w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej nr L 187 z 26 czerwca 2014 roku.

nictwa przedsiębiorstwa w danych targach lub danej wystawie. Intensywność pomocy nie przekracza 50% kosztów kwalifikowalnych.

W całym analizowanym okresie stosowana mogła być również wspomniana już pomoc *de minimis*. Zasady jej przyznawania w okresie 2014–2020 regulowało rozporządzenie Komisji (UE) nr 1407/2013 z dnia 18 grudnia 2013 r. w sprawie stosowania art. 107 i 108 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do pomocy *de minimis*.

Reasumując, zasady udzielania proeksportowego wsparcia w całym analizowanym okresie 2007–2020 musiały być w zgodzie nie tylko z zasadami WTO czy OECD, ale przede wszystkim regułami unijnymi. Stąd oferta dla przedsiębiorców obejmowała współfinansowanie usług doradczych związanych z przygotowaniem planów ekspansji oraz ich wdrożenia, przygotowaniem i uczestnictwem w międzynarodowych targach, wystawach lub misjach gospodarczych. Koszty podlegające refundacji mogły także obejmować poszukiwanie i weryfikację zagranicznych partnerów, pozyskiwanie certyfikatów i innych dokumentów niezbędnych do wprowadzenia towaru na obcy rynek, organizację pokazów, degustacji i tym podobnych wydarzeń. Wszystkie te działania można ująć zbiorem działań promocyjnych. Jako takie mieściły się w katalogu legalnych środków wspierania eksporterów.

3.6. Zakończenie

Programy proeksportowego wsparcia, oferowane firmom w analizowanym okresie, niewątpliwie przyczyniały się do zwiększenia skali polskiego eksportu, co obrazują poddane analizie dane. Świadczy o tym również fakt dużego zainteresowania ogłaszanymi konkursami i wyczerpaniem puli środków na dotacje, tak w okresie 2007–2013, jak i praktycznie 2014–2020 (tutaj pewna pula jeszcze jest dostępna, ale zgodnie z zasadą $n+3$ będzie mogła być rozliczona nawet do końca 2023 roku). To bowiem oznacza, że przedsiębiorcy chcieli korzystać z takiego wsparcia i w praktyce rzeczywiście po nie sięgali (składając wnioski o dofinansowanie i biorąc udział w konkursach). Jak wynika z przeprowadzonych badań, oferowana eksporterom pomoc była ograniczona do narzędzi i instrumentów zgodnych z międzynarodowymi zobowiązaniami Rzeczypospolitej Polskiej, w szczególności zasadami przyznawania pomocy publicznej (pomocy *de minimis*) w ramach Unii Europejskiej. Stąd ograniczała się do dofinansowania kosztów nabycia usług doradczych, udziału w targach, wystawach lub misjach gospodarczych, w trakcie których przedsiębiorcy mogli prezentować swoją ofertę i prowadzić negocjacje z potencjalnymi partnera-

mi (przedsiębiorcy mieli prawo oczekiwać rozliczenia m.in. kosztów: wynajmu powierzchni wystawienniczej, transportu eksponatów, wraz z ich ubezpieczeniem, wpisu na listę uczestników, reklamy w targowych katalogach, wyjazdów służbowych). Odpowiada to postawionej na wstępie tezie, że programy proeksportowego wsparcia, oferowane w ramach funduszy unijnych 2007–2013 oraz 2014–2020, nie wykraczały poza dozwolone schematy udzielania eksporterom pomocy wypracowane na forum Światowej Organizacji Handlu, OECD oraz odpowiadały zasadom udzielania pomocy publicznej wypracowanym w ramach Unii Europejskiej.

Realizacja współfinansowanych ze środków unijnych programów przyczyniła się także do zwiększenia skali umiędzynarodowienia firm, co zostało wykazane danymi o rosnącym udziale eksporterów w grupie małych i średnich przedsiębiorstw, do których pomoc była adresowana. Szacunki odnoszące się do mikroprzedsiębiorstw także wskazują na rosnącą tendencję do rozpoczynania eksportu przez tę grupę podmiotów. Tym samym tezę, iż oferowane programy przyczyniły się do zwiększenia stopnia umiędzynarodowienia małych i średnich firm, także można uznać za udowodnioną. Takie stanowisko jest tym bardziej uzasadnione, jeżeli weźmie się pod uwagę, że w analizowanym okresie niemal wszystkie działania koncentrujące się na promocyjnym wsparciu eksportu sektora małych i średnich przedsiębiorstw były dofinansowywane właśnie z funduszy unijnych w ramach analizowanych programów. Oczywiście nie należy rosnącego umiędzynarodowienia działalności firm tłumaczyć wyłącznie tymi programami, ale biorąc pod uwagę wspomniane zainteresowanie firm udziałem w konkursach i niemal stuprocentowym wykorzystaniem dostępnych środków, programy te na pewno odegrały w tym procesie znaczącą rolę (w okresie poddanym analizie przedsiębiorcy mogli korzystać z pewnych programów pomocy finansowanych wyłącznie ze środków budżetu państwa – chociaż ich skala była znacznie mniejsza, a także programów ułatwiających finansowanie i rozliczanie operacji handlowych oferowanych przez Bank Gospodarstwa Krajowego. Nie można wykluczyć, że także one w jakimś stopniu przyczyniły się do rosnącego zaangażowania firm w działalność na rynkach międzynarodowych).

Jak wynika z analizy przytoczonych w rozdziale danych, wyzwaniem pozostaje wciąż silna koncentracja eksportu na kilku, względnie kilkunastu rynkach docelowych, które konsumują zdecydowaną większość polskiego eksportu. Stąd słuszne wydaje się postawienie tezy, że polski eksport jest silnie uzależniony od rynków Unii Europejskiej, w tym przede wszystkim od takich państw, jak: Niemcy, Francja, czy Republika Czeska. Stąd także wniosek: kontynuując proeksportowe programy pomocy, skierowane do firm, na pewno warto stawiać na dalszą geograficzną dywersyfikację kierunków eksportu, co mogłoby

oznaczać stosowanie preferencji, polegających na udzielaniu dofinansowania – przynajmniej w pierwszej kolejności – tym firmom, które planowałyby ekspansję na odleglejsze, pozaeuropejskie rynki.

Jedna z postawionych tez odnosiła się także do zróżnicowanej dostępności instrumentów wsparcia eksportu. W analizowanym okresie był on determinowany wielkością przedsiębiorstwa, dotychczasową działalnością eksportową, przynależnością regionalną, a także przynależnością do określonej (wspieranej) branży. Wyniki przeprowadzonych badań rzeczywiście potwierdzają to zróżnicowanie, chociaż kryteria podziału różniły się w zależności od tego czy analizie poddamy okres 2007–2013, czy też 2014–2020.

Bibliografia

- African Union. (2021). Unia Afrykańska – liczba państw. Pozyskano z: <https://au.int/en/memberstates> (16.02.2021).
- Begg, D., Vernasca, G., Fischer, S. i Dornbusch, R. (2020). *Economics*. Londyn: McGraw-Hill.
- Berry, H., Guillen, M.F. i Zhou, N. (2010). An Institutional Approach to Cross-national Distance. *Journal of International Business Studies*, 41(9). <http://doi.org/10.1057/jibs.2010.28>.
- Bonikowska, M., Rabiej, P. i Żurek, K. (2012). *Jak państwo wspiera ekspansję firm?* Warszawa: Ośrodek THINKTANK.
- Budnikowski, A. (2006). *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*. Warszawa: PWE.
- Ciszewska-Mlinaric, M. i Wąsowska, A. (2012). Znaczenie dystansu w procesie internacjonalizacji przedsiębiorstw. *Management and Business Administration. Central Europe*, 6.
- Czerwińska, E. (1999). *Problemy długookresowego wzrostu gospodarczego w Polsce*. Warszawa: Kancelaria Sejmu, Biuro Studiów i Ekspertyz, Informacja nr 696.
- Dudzik, S. (2002). *Pomoc państwa dla przedsiębiorstw publicznych w prawie Wspólnoty Europejskiej*. Kraków: Zakamycze.
- Eurostat. (2021). *Wskaźniki PKB*. Pozyskano z: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tec00115> (19.02.2021).
- Frankel, J. i Rose, A. (2002). An Estimate of the Effect of Common Currencies on Trade and Income. *Quarterly Journal of Economics*, 117(2). <http://doi.org/10.1162/003355302753650292>.
- Gałązka, K. (2012). *Pomoc publiczna dla przedsiębiorców*. Warszawa: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
- Ghemawat, P. (2001). *Distance Still Matters: The Hard Reality of Global Expansion*. *Harvard Business Review*, 79(8).
- GUS. (2014). *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych za I–XII 2013*. Warszawa: GUS.
- GUS. (2020). *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych za I–XII 2019*. Warszawa: GUS.
- GUS. (2000–2019). *Roczniki Statystyczne Rzeczypospolitej Polskiej za lata 2000–2019*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- GUS. (2007). *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych za I–XII 2007*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- GUS. (2008). *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych za I–XII 2008*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.

- GUS. (2009). *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych za I–XII 2009*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- GUS. (2010). *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych za I–XII 2010*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- GUS. (2011). *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych za I–XII 2011*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- GUS. (2012). *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych za I–XII 2012*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- GUS. (2013). *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych za I–XII 2013*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- GUS. (2015). *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych za I–XII 2015*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- GUS. (2016). *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych za I–XII 2016*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- GUS. (2017). *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych za I–XII 2017*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- GUS. (2018). *Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych za I–XII 2018*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- Hummels, D. (2007). Transportation Cost and International Trade in the Second Era of Globalization. *Journal of Economic Perspectives*, 21(3). <http://doi.org/10.1257/jep.21.3.131>.
- Kaczmarek, T.T. (1998). *Poradnik eksportera do krajów Unii Europejskiej*. Gdańsk: Oddk.
- KE. (2008). *Vademecum – Community Law on State Aid*, Bruksela: Komisja Europejska.
- KE. (2010). *Internationalisation of European SMEs, Final Report*. Bruksela: Komisja Europejska.
- Kołtuniak, M. (2013). Przedsiębiorcy dowiedzą się, w jaki sposób prowadzić biznes w Azji. *Rzeczpospolita*, 15 lutego.
- Komitet Monitorujący PO IR. (2020). Kryteria wyboru projektów Poddziałanie 3.3.3. „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand”. Pozyskano z: <https://www.parp.gov.pl/component/grants/grants/go-to-brand#dokumenty> (12.02.2021)
- Krugman, P.R. i Obstfeld, M. (2007). *Ekonomia Międzynarodowa, teoria i polityka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Latoszek, E. i Proczek, M. (red.). (2001). *Organizacje międzynarodowe. Założenia, cele, działalność*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- Linmao, N. i Venables, A.J. (2001). Infrastructure, Geographical Disadvantage, Transport Cost, and Trade. *The World Bank Economic Review*, 15(3).
- Ludwikowski, R.R. (2019). *Handel Międzynarodowy*. Warszawa: C.H. Beck.
- Mankiw, G.N. i Taylor, M.P. (2020). *Economics*. Londyn: Cengage.
- MFiPR. (2020). *Fundusze 2007–2013*. Portal Funduszy Europejskich. Pozyskano z: <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/zasady-dzialania-funduszy/poprzednie-perspektywy-fe/fundusze-europejskie-2007-2013/> (11.02.2021).
- MFiPR. (2021). *Fundusze 2014–2020*. Portal Funduszy Europejskich. Pozyskano z: https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/?utm_source=Google&utm_medium=Search&utm_campaign=MFIPR_MG (data dostępu 11.02.2021)
- MFiPR. (2021a). *Szczegółowy Opis Osi priorytetowych Programu Innowacyjna Gospodarka*. Warszawa: Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej.
- MG. (2005). *Syntetyczna informacja o eksporcie i imporcie Polski za 2004 r.* Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.

- MG. (2006). *Syntetyczna informacja o eksporcie i imporcie Polski za 2005 r.* Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.
- MG. (2007). *Syntetyczna informacja o eksporcie i imporcie Polski za 2006 r.* Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.
- MG. (2009). *Syntetyczna informacja o eksporcie i imporcie Polski za 2008 r.* Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.
- MG. (2010). *Syntetyczna informacja o eksporcie i imporcie Polski za 2009 r.* Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.
- MG. (2012). *Syntetyczna informacja o eksporcie i imporcie Polski za 2011 r.* Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.
- MG. (2015). *Syntetyczna informacja o eksporcie i imporcie Polski za 2014 r.* Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.
- MG. (2008). *Syntetyczna informacji o eksporcie i imporcie Polski za 2007 r.* Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.
- MG. (2011). *Syntetyczna informacji o eksporcie i imporcie Polski za 2010 r.* Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.
- MG. (2014). *Polska 2014. Raport o stanie handlu zagranicznego.* Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.
- MG. (2014a). *Syntetyczna informacji o eksporcie i imporcie Polski za 2013 r.* Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.
- Milewski, R. i Kwiatkowski, E. (2005). *Podstawy ekonomii.* Warszawa: WN PWN.
- Money.pl. (2021). *Kursy walut.* Pozyskano z: <http://www.money.pl/pieniadze/nbparch/srednie/> (15.02.2021).
- MR. (2016). *Syntetyczna informacja o eksporcie i imporcie Polski za 2015 r.* Warszawa: Ministerstwo Rozwoju.
- MR. (2020). *Ocena sytuacji w handlu zagranicznym Polski w 2019 r.* Warszawa: Ministerstwo Rozwoju.
- MR. (2020a). *Syntetyczna informacja o eksporcie i imporcie Polski za 2019 r.* Warszawa: Ministerstwo Rozwoju.
- Mroczek, W. (2009). *Handel zagraniczny Polski po przystąpieniu do Unii Europejskiej. Wspólnoty Europejskie, 2.*
- MRR. (2011). *Przewodnik po kryteriach wyboru finansowanych operacji w ramach programu operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.* Warszawa: Ministerstwo Rozwoju Regionalnego.
- NBP. (2004). *Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce za lata 2003.* Narodowy Bank Polski. Pozyskano z: <http://www.nbp.pl/home.aspx?f=/publikacje/zib/zib.html> (05.03.2021).
- NBP. (2005). *Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce za lata 2004.* Narodowy Bank Polski. Pozyskano z: <http://www.nbp.pl/home.aspx?f=/publikacje/zib/zib.html> (05.03.2021).
- NBP. (2007). *Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce za lata 2005.* Narodowy Bank Polski. Pozyskano z: <http://www.nbp.pl/home.aspx?f=/publikacje/zib/zib.html> (05.03.2021).
- NBP. (2008). *Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce za lata 2006.* Narodowy Bank Polski. Pozyskano z: <http://www.nbp.pl/home.aspx?f=/publikacje/zib/zib.html> (05.03.2021).
- NBP. (2009). *Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce za lata 2007.* Narodowy Bank Polski. Pozyskano z: <http://www.nbp.pl/home.aspx?f=/publikacje/zib/zib.html> (05.03.2021).
- NBP. (2010). *Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce za lata 2008.* Narodowy Bank Polski. Pozyskano z: <http://www.nbp.pl/home.aspx?f=/publikacje/zib/zib.html> (05.03.2021).
- NBP. (2011). *Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce za lata 2009.* Narodowy Bank Polski. Pozyskano z: <http://www.nbp.pl/home.aspx?f=/publikacje/zib/zib.html> (05.03.2021).

- NBP. (2011a). *Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Polsce za lata 2010*. Narodowy Bank Polski. Pozyskano z: <http://www.nbp.pl/home.aspx?f=/publikacje/zib/zib.html> (05.03.2021).
- Nowak, A.Z. (2002). *Integracja europejska. Szansa dla Polski?* Warszawa: PWE.
- Nowak, A.Z. i Koziół, W.M. (red.). (2011). *Handel zagraniczny. Perspektywa europejska*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe WZ UW.
- Nowak, A.Z. i Zalega, T. (red.). (2019). *Makroekonomia*. Warszawa: PWE.
- OECD. (2020). *Arrangement on Officially Supported Export Credits (TAD/PG(2020)1)*. Janu-ary. Pozyskano z: [www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclang=age=en&cote=tad/pg\(2020\)1](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclang=age=en&cote=tad/pg(2020)1) (20.02.2021).
- PARP. (2020). *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce 2020*. War-szawa: PARP.
- Piotrowski, J. (1998). Subsydia i zasady ochrony przed subsydiami. W: J. Kaczurba, E. Kawec-ka-Wyrzykowska (red.), *Polska w WTO*. Warszawa: IKiCHZ.
- Portal Promocji Eksportu. (2021). Niezbędnik eksportera. Pozyskano z: <https://www.trade.gov.pl/pl/niezbednik-eksportera/polskie-programy-wsparcia-eksportu/rynki-perspektywiczne/225612,piec-programow-promocji-na-rynkach-perspektywicznych.html> (10.02.2021).
- RPO WP. (2020). *Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego*. Dokument przyjęty Decyzją Komisji Europejskiej nr K (2011) 8615 i Uchwałą Zarządu nr 799/68/07 z późn. zm. Pozyskano z: https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/97723/rpo_wp_18_12_2020.pdf.
- RPO WŚ. (2007). *Regionalny Program Operacyjny Województwa Świętokrzyskiego*. Dokument przyjęty Decyzją Komisji Europejskiej z dnia 21 grudnia 2007 r. oraz Uchwałą Zarządu nr 88/07 z późn. zm. Pozyskano z: <http://www.rpo-swietokrzyskie.pl/>.
- Świerkocki, J. (2004). *Zarys międzynarodowych stosunków gospodarczych*. Warszawa: PWE.
- The World Bank. (2021). *Wskaźniki PKB*. Pozyskano z: <https://databank.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/1ff4a498/Popular-Indicators> (11.02.2021).
- Tinbergen, J. (1962). *Shaping the World Economy: Suggestions for an International Economic Policy*. Nowy Jork: The Twentieth Century Fund. <https://doi.org/10.1002/tie.5060050113>.
- UN. (2011). *World Population Prospects: The 2010 Revision*. Department of Economic and Social Affairs, Population Division. Nowy Jork: United Nations.
- UOKiK. (2009). *Pomoc publiczna* (broшуra informacyjna). Warszawa: Urząd Ochrony Kon-kurencji i Konsumentów.
- Wiktor, J.W. (2005). *Rynek Unii Europejskiej. Koncepcja i zasady funkcjonowania*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie.
- Wołodkiewicz-Donimirski, Z. (1994). *Przyczyny narastającego deficytu w handlu zagranicznym Polski*. Warszawa: Kancelaria Sejmu, Biuro Studiów i Ekspertyz, Informacja nr 212.
- Wołodkiewicz-Donimirski, Z. (2014). *Eksport małych i średnich przedsiębiorstw w 2012 r*. Warszawa: Biuro Analiz Sejmowych, Analizy nr 1 (105).
- WTO. (2009). *International Trade Statistics 2009*. Genewa: WTO Publication.
- WTO. (2012). *Report on G-20 Trade Measures (Mid October 2011 – to Mid May 2012)*. Genewa: WTO Publication.
- WTO. (2020). *World Trade Statistical Review 2020*. Pozyskano z: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2020_e/wts20_toc_e.htm (9.02.2021).
- WTO. (2021). *Members and Observers*. Pozyskano z: https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org6_e.htm (02.03.2021).

Rozdział 4

Sprawozdanie zarządu z działalności jednostki notowanej na wybranych rynkach zorganizowanych jako przejaw narracji w rachunkowości

Przejście spółki, której walory są przedmiotem obrotu na rynku alternatywnym, na parkiet podstawowy pociąga za sobą znaczny wzrost obowiązków informacyjnych. Przekazywanie informacji przez spółki do ich otoczenia jest swoistą narracją, realizowaną w ramach obowiązków sprawozdawczych. Celem jest analiza porównawcza zawartości i jakości sprawozdań zarządu z działalności spółki notowanej na NewConnect oraz na Rynku Głównym GPW w Warszawie. Autorka stawia tezę, że przejście na Rynek Główny powoduje wzrost jakości powyższego raportu, a jednocześnie jest przejawem kształtowania obrazu spółki w ramach jej narracji. W rozdziale zostały wykorzystane dwie metody: studia literaturowe oraz badanie empiryczne sprawozdań z działalności emitentów – sprawozdań zarządu. Analiza przepisów prawnych wykazała, że sprawozdanie zarządu spółki notowanej na rynku regulowanym musi zawierać więcej informacji niż sprawozdanie zarządu spółki notowanej na NewConnect. Badanie empiryczne udowodniło, że sprawozdania zarządów spółek z NewConnect charakteryzują się minimum informacyjnym, natomiast przejście na parkiet główny determinuje nie tylko większą zawartość informacyjną tego raportu, lecz także wzrost staranności jego przygotowania.

Słowa kluczowe: narracja, sprawozdanie zarządu, Rynek Główny, NewConnect.

THE BOARD'S REPORT ON THE ACTIVITY OF A COMPANY LISTED ON SELECTED ORGANIZED MARKETS AS AN EXPRESSION OF NARRATION IN ACCOUNTING

The entry of a company whose securities are traded on the alternative market into the main trading floor entails a significant increase of information obligations. Providing information by

* dr Małgorzata Winter – Wydział Zarządzania, Uniwersytet Warszawski, ul. Szturmowa 1/3, 02-678 Warszawa; e-mail: mwinter@wz.uw.edu.pl; ORCID ID: 0000-0001-8012-4975

companies to their business environment is a specific narrative constructed as part of reporting obligations. The purpose of this article to make a comparative analysis of the content and quality of the Board's report on the activity of a company listed on NewConnect and on the Main Market of the Warsaw Stock Exchange. The author argues that the entry into the main market results in an increase of the quality of the report and at the same time it is a manifestation of shaping the company's image within its narrative.

Two main methods were used to attain the pursued goal and to prove the thesis: studies of relevant literature, including the analysis of legal regulations, and an empirical study of the reports on the activity of the issuers – the Board's reports. The analysis of the legal regulations proved that the Board's report in the case of a company listed on the regulated market must contain more information than the Board's report concerning a company listed on NewConnect. The empirical study proved that for companies listed on NewConnect, the Board's reports are characterized by informational minimum, while the entry into the main trading floor determines not only a higher information content of such a report but also an increase in the carefulness of its preparation.

Keywords: board's report, main market, NewConnect, narration.

JEL: G14, M41

4.1. Wstęp

Decyzja spółki akcyjnej o funkcjonowaniu na giełdzie – zarówno na Rynku Głównym, jak i na rynku alternatywnym – ma na celu przede wszystkim pozyskanie kapitału, który umożliwi jej rozwój. Status spółki publicznej zazwyczaj zwiększa jej renomę i wiarygodność, a tym samym umacnia jej pozycję na rynku (Wszelaki, 2014, s. 710). Niezwykle ważna jest przy tym transparentność informacyjna, gdyż tylko wtedy inwestorzy gotowi są lokować swoje aktywa w danym podmiocie. Jednym z narzędzi służących do przekazywania informacji otoczeniu są raporty bieżące i okresowe zamieszczane w systemie ESPI i EBI. W przypadku obu rynków w skład raportów rocznych wchodzi m.in. sprawozdanie finansowe oraz sprawozdanie z działalności jednostki, nazywane potocznie sprawozdaniem zarządu¹.

Sprawozdanie z działalności jednostki stanowi swoiste uzupełnienie sprawozdania finansowego o szereg informacji pozwalających na dokonanie wielowymiarowej, a zarazem kompleksowej oceny sytuacji finansowej i majątkowej jednostki, w tym ocenę efektów jej działalności. Prawidłowo sporządzone sprawozdanie zarządu powinno ponadto ujawnić występowanie czynników ryzyka

¹ W przypadku parkietu głównego nazwa formalna tego raportu to „sprawozdanie emitenta”.

i opis potencjalnych zagrożeń dla prawidłowego funkcjonowania jednostki, a także jej perspektywy.

Powyższy raport, w przeciwieństwie do sprawozdania finansowego, wprowadzie nie był do tej pory przedmiotem bardzo licznych badań i dociekań naukowych, można jednak zauważyć rosnące zainteresowanie badaczy tą tematyką – stąd też zamiarem autorki jest aktywny udział w tym trendzie naukowym i podjęcie próby uzupełnienia luki poznawczej dotyczącej wybranych aspektów sprawozdania zarządu.

Celem rozdziału jest analiza komparatywna zawartości oraz jakości informacji prezentowanej w sprawozdaniu z działalności spółki notowanej na NewConnect oraz na Rynku Głównym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Autorka stawia tezę, że przejście na Rynek Główny powoduje wzrost jakości powyższego raportu, poprzez zwiększenie zakresu ujawnianych informacji oraz staranności sporządzania tego raportu. Jednocześnie, zmiana w podejściu do raportowania stanowi praktyczną realizację narracji zarządów spółek w obszarze kształtowania wizerunku spółki w ramach komunikacji z odbiorcami informacji sprawozdawczych.

Dla realizacji przyjętego celu i dowiedzenia postawionej tezy zostały wykorzystane dwie zasadnicze metody: studia literaturowe, obejmujące przegląd literatury i analizę regulacji prawnych oraz badanie empiryczne, na które składała się analiza wybranych wskaźników rynku kapitałowego oraz – jako kluczowa – analiza sprawozdań z działalności emitentów (czyli sprawozdań z działalności), na tle krótkiej charakterystyki wybranych aspektów polskiego rynku kapitałowego: Alternatywnego Systemu Obrotu NewConnect i Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie.

Podstawowym aktem normatywnym regulującym sprawozdania z działalności spółek są przepisy zawarte w treści art. 49 ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości (t.j. Dz.U. 2021, poz. 217; dalej: ustawa o rachunkowości). Wstępna analiza raportów bieżących i okresowych spółek, których akcje są w publicznym obrocie wskazała, że znacząca większość z nich jako ramowe założenia dla swojej sprawozdawczości finansowej przyjmuje Międzynarodowe Standardy Rachunkowości/Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej – MSR/MSSF, a tylko nieliczne z nich sporządzają swoje sprawozdania finansowe zgodnie z polskimi standardami. Spółki notowane na NewConnect zobowiązane są do stosowania dodatkowo regulacji ujętych w Regulaminie Alternatywnego Systemu Obrotu, a w szczególności do zaprezentowania danych określonych w załączniku 3 do tego regulaminu, w ramach Informacji bieżących i okresowych przekazywanych w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect (NewConnect, 2000; dalej: Informacje). Z kolei

spółki, których akcje są notowane na parkiecie podstawowym mają obowiązek przygotować swoje sprawozdania z działalności emitenta z uwzględnieniem – poza przepisami ustawy o rachunkowości – regulacji zawartych w rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (t.j. Dz.U. 2014, poz. 133 ze zm.; dalej: rozporządzenie w sprawie informacji bieżących 2009 lub rozporządzenie 2009), a począwszy od kwietnia 2018 roku w rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz.U. 2018, poz. 757; dalej: rozporządzenie w sprawie informacji bieżących 2018 lub rozporządzenie 2018). Szczegółowej analizie porównawczej poddano powyższe akty, przy czym uwzględniono stan prawny obowiązujący do dnia 28 lutego 2021 roku.

W ramach badania empirycznego wykorzystano podejście, które jest określone jako badanie wydarzeń, poprzedzone analizą ilościową wybranych parametrów rynku kapitałowego. Badanie wydarzeń polegało na przeprowadzeniu analizy komparatywnej sprawozdań zarządu wybranych spółek giełdowych notowanych na NewConnect za trzy okresy sprawozdawcze: dwa przed wejściem na Rynek Główny oraz za rok, w którym nastąpił debiut danej spółki na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Główny akcent dla tej części badania empirycznego został położony na zmiany o charakterze jakościowym, z marginalnym potraktowaniem zmian o charakterze ilościowym.

4.2. Narracja a sprawozdanie z działalności

4.2.1. Narracja w rachunkowości

O narracji można mówić w różnych znaczeniach i kontekstach. Słownikowa definicja tego pojęcia – wywodząca się z teorii literatury – stanowi, że jest to „sposób wypowiedzi w utworze epickim, mający na celu przedstawienie zdarzeń w określonym porządku czasowym” (Doroszewski, 2000). Współczesny świat, charakteryzujący się dynamicznie przebiegającymi zmianami, nadał pojęciu „narracja” także inne znaczenia. Coraz częściej można zauważyć, że słowo „narracja” używane jest także w takim rozumieniu, jak opinia, stanowisko czy punkt widzenia – i które jako neosemantyzm weszło do świata polity-

ki, mediów czy gospodarki. Charakterystyczna dla użycia w takim rozumieniu narracji jest chęć skłonienia odbiorców przez wypowiadającego się do swoich racji. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na pewną paralelę, jaką można przeprowadzić pomiędzy tym „nowym” rozumieniem narracji a jej źródłami antycznymi. W starożytnej Grecji – która uważana jest za kolebkę filozofów – za Arystotelesem narrację postrzegano jako szczególną sztukę przekonywania odbiorcy danej wypowiedzi za pomocą argumentów historycznych, które równie dobrze mogą być prawdziwe, prawdopodobne, jak i fantastyczne. W rozdziale XXII, akapit 90 traktatu *„O sztuce poetyckiej”* (znanej także pod nazwą *Poetyka*) Arystoteles (Siedlecki, 1887) określa warunki, jakie powinien spełniać język w utworze: przejrzysty, ale nie prosty oraz podniosły, ale nie niezrozumiały. Ma to służyć temu, aby „Fabuły zaś układać i opracowywać wystawieniem należy tak, ażeby sobie ile możności uprzytomnić to przed oczyma. Tym sposobem bowiem oglądający, jak gdyby sam był przy przebiegu zdarzeń, najjaśniej dopatry się tego, co stosowne, i najmniej ujdą jego uwagi sprzeczności” (Siedlecki, 1887, rodz. XVII, akapit 68). O ile Arystoteles wprowadził omawiane pojęcie, o tyle za twórcę pełnej (aktualnej także i współcześnie) teorii narracji uważa się Cyserona, który jawi się jako mówca i pisarz umiejący najlepiej wykorzystać swoje rozważania w działalności publicznej i literackiej. Cyseron zdefiniował narrację jako „przedstawienie tego co się wydarzyło, albo wydarzyć się mogło” (Lausberg, 2002, s. 175–176). W rezultacie, począwszy od Cyserona, narracja stała się istotnym narzędziem politycznym i jednocześnie niezwykle skutecznym środkiem służącym do zdobycia najwyższych stanowisk w Republice Rzymskiej.

Podjmując problematykę narracji w rachunkowości, nie sposób nie zwrócić uwagi na amplifikację narracji, która polega na zmianie objętości i rangi w relacji pomiędzy faktami i/lub przedstawianiu owych faktów w stosunku do istniejących proporcji. Starożytni filozofowie podkreślali przy tym, że zastosowanie amplifikacji nie może polegać na wprowadzaniu w błąd, a na wykorzystaniu właściwego sposobu narracji. Wyróżnia się przy tym (Ziomek, 1990 s. 117) cztery podstawowe sposoby narracji:

- uwypuklenie, polegające na celowym zwiększaniu objętości wypowiedzi i gradacji wartości słów;
- porównanie, polegające na zestawieniu treści narracji z takimi faktami czy pojęciami, które nie stanowią tematu danej wypowiedzi;
- domniemanie, polegające na zastosowaniu rozumowania lub wniosku przez przypuszczenie oznaczające z pozoru błędną narrację, która ma w efekcie powodować sprzeciw u odbiorcy i skłonić go do wyciągnięcia takich wniosków, które będą zgodne z założeniami wypowiadającego się;

- kumulacja, polegająca na wykorzystaniu w wypowiedzi znaczącej ilości synonimów lub zdań różnych co do treści, ale o tym samym znaczeniu.

Zastosowanie odpowiedniego sposobu narracji ma na celu skłonienie odbiorców danej wypowiedzi do takiej interpretacji faktów, która będzie zgodna z intencją wypowiadającego się.

Współczesne narzędzia techniczne dają o wiele szersze możliwości do skutecznego wykorzystania narracji także w ramach szeroko rozumianej sprawozdawczości finansowej. Jak trafnie zauważa Masztalerz (2016, s. 41–42), „... rachunkowość coraz chętniej posługuje się zarówno opisem słownym, jak i prezentacją graficzną. Ich zadaniem jest głównie rozszerzenie i objaśnienie syntetycznych informacji liczbowych, niemniej wykorzystanie tekstu i obrazu w sprawozdawczości może służyć także do kreowania wizerunku jednostki raportującej, w szczególności do tzw. zarządzania wrażeniem”. Autor zwraca uwagę, że jest to działanie polegające na celowym wykorzystaniu różnych form narracji, zmierzających do przedstawienia jednostki i zarządzających nią w jak najbardziej korzystnym dla nich świetle oraz wywołania dobrego wrażenia na odbiorcach informacji generowanej przez rachunkowość, poprzez zastosowanie różnych zabiegów komunikacyjnych. Rachunkowość, która zazwyczaj była (i często nadal jest) postrzegana jako dziedzina operująca liczbami, a nie opisem słownym ulega stałym przeobrażeniom. Można więc wręcz mówić o „zwrócenie narracyjnym” w rachunkowości, przejściu z raportowania liczbowego do raportowania jakościowego (Masztalerz, 2016). Przykładem wykorzystania narracji w rachunkowości w powyższym znaczeniu jest sprawozdanie z działalności, które wpisuje się w powyższy nurt.

Do zasadniczych przyczyn takiego kształtowania się narracji w rachunkowości w powyższym znaczeniu Masztalerz (2016, s. 43) zalicza: „wzrost złożoności zjawisk gospodarczych, rosnące potrzeby informacyjne użytkowników, postępujący rozwój standardów rachunkowości, odchodzenie w rachunkowości od sztywnych reguł na rzecz elastycznych zasad, rozwój regulacji i wytycznych organizacji zawodowych, wzrost znaczenia zrównoważonych raportów i sprawozdawczości zintegrowanej, odchodzenie od przekazywania informacji na rzecz komunikacji oraz kreowanie obrazu i zarządzanie wrażeniem”.

4.2.2. Sprawozdanie z działalności spółek w świetle regulacji prawnych – oczekiwania co do treści

Sprawozdanie zarządu stanowi szczególny sposób komunikacji jednostki z jej otoczeniem. Jest specyficznym raportem, różniącym się od sprawozdania

finansowego sporządzanego zgodnie z przepisami ustawy o rachunkowości tym, że pomimo wykazu wymaganego zakresu informacji, nie ma ściśle narzuconej formy i szczegółowego, jednoznacznego i precyzyjnego zestawu oczekiwanych danych. Pomocą w tym zakresie mogą być rekomendacje zawarte w Krajowym Standardzie Rachunkowości nr 9 „Sprawozdanie z działalności” (KSR, 2018; dalej KSR 9). Zgodnie z tym standardem zasadniczym celem sporządzania sprawozdania z działalności „jest wzbogacenie wiedzy o jednostce dzięki dostarczaniu jego użytkownikom istotnych informacji uzupełniających sprawozdanie finansowe, z którym jest powiązane, oraz informacji dodatkowych ułatwiających ocenę jednostki – jej działalności, sytuacji, zamierzeń i perspektyw rozwoju”. Raport ten powinien być odpowiednio wyważony, a także powinien w sposób obiektywny prezentować i analizować wszelkie informacje o spółce, odpowiadające jej specyfice, wielkości i stopniu złożoności. Warto podkreślić, że sprawozdanie z działalności nie stanowi elementu sprawozdania finansowego, ale jest jego dopełnieniem, swoistym „tłumaczeniem” kierownika jednostki zawierającym jego ocenę warunków, interpretację osiągniętych przez spółkę rezultatów i perspektyw dla jej dalszej działalności oraz odpowiednie wyjaśnienia pozwalające na zrozumienie specyfiki działalności danej spółki, jej dokonań, a także ocenę jej sytuacji majątkowej i finansowej. W porównaniu ze sprawozdaniem finansowym analizowany dokument ma charakter wieloaspektowej, wielowymiarowej informacji, która obejmuje dane nie tylko o charakterze finansowym, lecz także prezentuje dane jakościowe. Sprawozdanie finansowe ma charakter bilansowy, natomiast sprawozdanie z działalności powinno cechować się podejściem zarządczym (Judkowiak, 2018). Kolejną różnicą pomiędzy sprawozdaniem z działalności a sprawozdaniem finansowym jest uwzględnienie w tym pierwszym subiektywnej opinii zarządu jednostki oraz konieczność położenia nacisku na przyszłość podmiotu gospodarczego (Nowak, 2012). Ważne jest przy tym, aby zarząd, sporządzając sprawozdanie z działalności, oparł się pokusie „działań marketingowych” i położył nacisk na pozytywne aspekty działalności i perspektyw jednostki, a marginalnie potraktował potencjalne rodzaje ryzyka. W założeniu sprawozdanie z działalności jednostki ma stanowić ważne narzędzie w rękach inwestora, szczególnie w odniesieniu do raportowania ryzyka (Świdarska, 2006).

Sprawozdanie z działalności jednostki wymagane przepisami ustawy o rachunkowości oraz sprawozdanie z działalności emitenta określone w regulacjach rozporządzeń w sprawie informacji bieżących 2009 i 2018 wydają się być bardzo zbliżone. Dokładna analiza unormowań prawnych pozwala dostrzec podobieństwa, ale również wiele różnic zachodzących pomiędzy tymi raportami.

Jak już poprzednio wspomniano, zgodnie z art. 49 ustawy o rachunkowości sprawozdanie z działalności stanowi odrębny od sprawozdania finansowego raport sporządzany przez kierownika jednostki, który powinien być kompatybilny ze sprawozdaniem finansowym. Sprawozdanie z działalności emitenta, o którym mowa zarówno w rozporządzeniu 2009, rozporządzeniu 2018 i Informacjach (NewConnect, 2000) jest natomiast jednym z integralnych elementów raportu rocznego, który zawiera także sprawozdanie finansowe.

Autorka rozdziału przeprowadziła gruntowną analizę porównawczą przepisów zawartych w rozporządzeniu 2009 z przepisami zawartymi w rozporządzeniu 2018, w odniesieniu do zakresu informacji wymaganych do ujawnienia w sprawozdaniu emitenta. Przepisy rozporządzenia 2018 uchyliły z dniem 30 kwietnia 2018 r. wymogi określone rozporządzeniem 2009, które miało zastosowanie do sprawozdań z działalności sporządzanych ostatni raz za rok obrotowy 2016. W rozporządzeniu 2018 w stosunku do rozporządzenia 2009 rozszerzono zakres wymaganych informacji o:

- 1) informacje o przyjętej strategii rozwoju spółki oraz działaniach podjętych w ramach jej realizacji w okresie objętym sprawozdaniem;
- 2) w odniesieniu do ładu korporacyjnego:
 - opis działania organów zarządzających, nadzorujących (administrujących) spółki, a także ich komitetów;
 - komitecie audytu, ze wskazaniem w szczególności:
 - osób spełniających kryteria niezależności;
 - osób legitymujących się wiedzą z zakresu rachunkowości lub rewizji finansowej;
 - osób posiadających wiedzę branżową, w której działa spółka;
 - zagadnień dotyczących wyboru firmy audytorskiej i usług świadczonych przez tę firmę na rzecz spółki;
 - liczby odbytych posiedzeń;
 - w przypadku dużych spółek: opis polityki różnorodności w odniesieniu do organów administrujących, zarządzających i nadzorujących;
- 3) oświadczenie na temat informacji niefinansowych na zasadach określonych w ustawie o rachunkowości;
- 4) zobowiązaniach wynikających z emerytur i świadczeń o podobnym charakterze dla osób, które w przeszłości wchodziły w skład organów zarządzających, nadzorujących albo administrujących;
- 5) organie, który dokonał wyboru firmy audytorskiej.

Należy przy tym zwrócić uwagę, że wymogi informacyjne dotyczące komitetu audytu mają zastosowanie wyłącznie do spółek, których akcje są notowa-

ne na rynku regulowanym, gdyż tylko dla takich jednostek – zainteresowania publicznego – został ustanowiony przez ustawodawcę wymóg powołania komitetu audytu (ustawa z dnia 11 maja 2017 roku o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym; t.j. Dz.U. 2020, poz. 1415; dalej: ustawa o biegłych rewidentach). W pozostałej tematyce zakres wymaganych informacji przez oba analizowane powyżej akty prawne jest praktycznie identyczny. W związku z powyższym, w dalszej części rozdziału przywoływany będzie co do zasady tekst rozporządzenia z 2018 roku.

Przeprowadzona na potrzeby rozdziału analiza porównawcza regulacji prawnych zawartych w ustawie o rachunkowości oraz rozporządzeniu 2018 dotyczących sprawozdania z działalności zarządu potwierdziła wyniki wcześniejszych badań prowadzonych przez P. Mućko (2013). Sprawozdanie z działalności emitenta, którego akcje są notowane na rynku podstawowym warszawskiej giełdy wymaga ujęcia o wiele większej ilości informacji i zagadnień niż raport przygotowywany przez spółkę notowaną na NewConnect.

Spółki notowane na NewConnect uwzględniają informacje zgodnie z wymogami zawartymi art. 49 ustawy o rachunkowości oraz informują o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego określonych w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect” (GPW, 2010). Sprawozdanie zarządu spółek notowanych na rynku regulowanym oprócz informacji prezentowanych zgodnie z przepisami art. 49 ustawy o rachunkowości musi uwzględnić dodatkowo wiele innych danych wymienionych odpowiednio w § 91 ust. 5 i 6 rozporządzenia 2009 lub w § 70 ust. 6 i 7, rozporządzenia 2018, ze szczególnym uwzględnieniem informacji o stosowanych zasadach ładu korporacyjnego. Warto w tym miejscu nadmienić, że nowelizacja ustawy o rachunkowości dokonana przez ustawodawcę w 2015 roku wprowadziła dla spółek giełdowych obowiązek zawarcia w sprawozdaniu z działalności oświadczenia o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego w zakresie zgodnym z rozporządzeniem 2009, a od 2018 roku z rozporządzeniem 2018. Dodatkowo, począwszy od 2017 roku, ustawa o rachunkowości zobowiązuje wszystkie jednostki sporządzające sprawozdanie z działalności do ujęcia w nim kluczowych finansowych i niefinansowych wskaźników efektywności związanych z działalnością jednostki oraz informacji dotyczących zagadnień pracowniczych i środowiska naturalnego, jeśli takie informacje są istotne dla oceny rozwoju i wyników, a także sytuacji danej jednostki. Ponadto, spółki notowane na parkiecie głównym powinny się kierować zasadami ujętymi w dokumencie „Dobre praktyki spółek notowanych na GPW” (GPW, 2012).

Zakres wybranych, najważniejszych informacji wynikających z obowiązujących regulacji prawnych, jakie muszą być ujawnione w sprawozdaniach zarzą-

du spółek notowanych na NewConnect oraz na parkiecie głównym prezentuje tabela 4.1.

Tabela 4.1. Obligatoryjna zawartość sprawozdań zarządu

Rodzaj informacji	Spółki notowane na NewConnect	Spółki notowane na GPW
1. Informacje wymagane przepisami art. 49 ustawy o rachunkowości	tak	tak
2. Informacje dotyczące stosowania zasad ładu korporacyjnego:		
a) wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego, któremu podlega spółka lub które przyjęła dobrowolnie	nie	tak
b) wskazanie, które zasady nie są stosowane i dlaczego	tak	tak
c) wskazanie sposobów usunięcia ewentualnych skutków wynikających z niezastosowania danej zasady	tak	nie
d) wskazanie podjętych kroków, mających na celu zmniejszenie ryzyka niezastosowania danej zasady w przyszłości	tak	nie
e) opis systemu kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem przy sporządzaniu sprawozdań finansowych	nie	tak
f) informacje dotyczące akcjonariatu	nie	tak
g) opis zasad funkcjonowania organów spółki	nie	tak
3. Wskazanie istotnych postępowań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej	nie	tak
4. Informacje o podstawowych produktach, towarach lub usługach wraz z ich określeniem wartościowym i ilościowym oraz udziałem poszczególnych produktów, towarów i usług (jeżeli są istotne) albo ich grup w sprzedaży jednostki ogółem, a także zmianach w tym zakresie w danym roku obrotowym	nie	tak
5. Informacje o rynkach zbytu oraz o źródłach zaopatrzenia	nie	tak
6. Objasnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w raporcie rocznym a wcześniej publikowanymi prognozami wyników na dany rok	nie	tak
7. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem	nie	tak
8. Informacje dotyczące pożyczek, kredytów	nie	tak
9. Pozostałe informacje	nie	tak

Źródło: opracowanie własne.

4.2.3. Sprawozdawczość z działalności spółek notowanych na NewConnect oraz na Rynku Głównym GPW w Warszawie – oczekiwania co do formy

Wskazane powyżej wymogi w zakresie merytorycznej zawartości (treści) sprawozdania z działalności (zarządu) nie określają formy prezentacji tych informacji. Także przepisy ustawy o rachunkowości nie zawierają w tym względzie żadnych postanowień. Nie ulega natomiast żadnej wątpliwości, że omawiany raport musi spełniać wszystkie cechy jakościowe, stawiane przez prawo bilansowe wszelkim sprawozdaniom sporządzanym w oparciu o jego regulacje. Do najważniejszych z tych właściwości zalicza się wiarygodność, przydatność, zrozumiałość i porównywalność, które łącznie składają się na użyteczność sprawozdania. Aby sprawozdanie spełniało wymóg wiarygodności, musi zawierać informacje, które są prawdziwe, obiektywne, poprawne oraz zgodne ze sprawozdaniem finansowym. Przydatność natomiast wymaga, aby informacje zawarte w sprawozdaniu z działalności pozwoliły czytelnikom tego sprawozdania na ocenę przeszłych, teraźniejszych i przyszłych zdarzeń dotyczących danej spółki lub na potwierdzenie albo skorygowanie dotychczasowej oceny tych zdarzeń. Powyższa cecha związana jest integralnie z istotnością informacji, która podlega subiektywnej ocenie zarządu. Kluczowe z punktu widzenia celu niniejszego rozdziału i przyjętego podejścia w badaniu empirycznym jest odniesienie się do wymogu zrozumiałości. Oczekuje się, że sprawozdanie z działalności zostanie przygotowane relatywnie prostym językiem, z zastosowaniem odpowiedniej, ścisłej klasyfikacji, będzie zawierać czytelny opis i stosowną prezentację informacji, a więc w sposób kompleksowy, klarowny i spójny. W tym celu wskazane jest wykorzystanie nie tylko opisu słownego, lecz także przygotowanie sprawozdania z działalności z użyciem tabel, zestawień czy różnorodnych form prezentacji graficznej, takich jak schematy, rysunki i wykresy. Postulat porównywalności danych nie określa szczegółowo horyzontu czasowego, niemniej KRS 9 (KSR, 2018) sugeruje, aby w sprawozdaniu ująć perspektywę 3–5 lat. Podobnie, nie narzuca się w ramach porównywalności odniesienia do innych jednostek – także w tym zakresie decyzja należy do kierownictwa jednostki. Powyższe powoduje, że sprawozdania zarządu mają indywidualny charakter i nie ma możliwości zapewnienia ich pełnej porównywalności.

Odpowiednio położony przez zarząd spółki nacisk w sprawozdaniach z działalności, wybór formy prezentacji informacji, subiektywna ocena dokonań stanowią praktyczną realizację amplifikacji narracji w rachunkowości.

4.3. Sprawozdanie z działalności w praktyce na przykładzie wybranych spółek rynku kapitałowego

4.3.1. Charakterystyka rynku kapitałowego – wybrane aspekty

Polski rynek kapitałowy jest stosunkowo młody i nadal dynamicznie się rozwija. Poza Rynkiem Głównym prowadzone są notowania na rynkach alternatywnych, a między innymi, począwszy od roku 2007 na NewConnect, który jest dedykowany zwłaszcza dla młodych, innowacyjnych spółek. Podstawowe dane opisujące oba powyższe rynki przedstawia tabela 4.2.

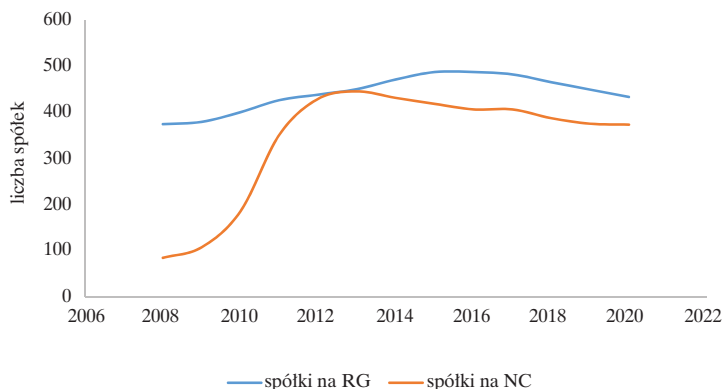
Tabela 4.2. Rynek Główny GPW i NewConnect w latach 2008–2021

Liczba	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Spółek notowanych na Rynku Głównym	374	379	400	426	438	450	471
Spółek notowanych na NewConnect	84	107	185	351	429	445	431
Debiutów na Rynku Głównym	33	13	34	38	19	23	28
Debiutów na NewConnect	2	26	86	172	89	42	22
Przejsz z NewConnect na Rynek Główny	1	1	8	6	2	7	10
Liczba	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021*
Spółek notowanych na Rynku Głównym	487	487	482	465	449	433	434
Spółek notowanych na NewConnect	418	406	406	387	375	373	376
Debiutów na Rynku Głównym	30	19	15	7	7	7	3
Debiutów na NewConnect	19	16	19	15	15	14	5
Przejsz z NewConnect na Rynek Główny	13	7	7	2	5	2	1

* wg stanu na 28 lutego 2021 r.

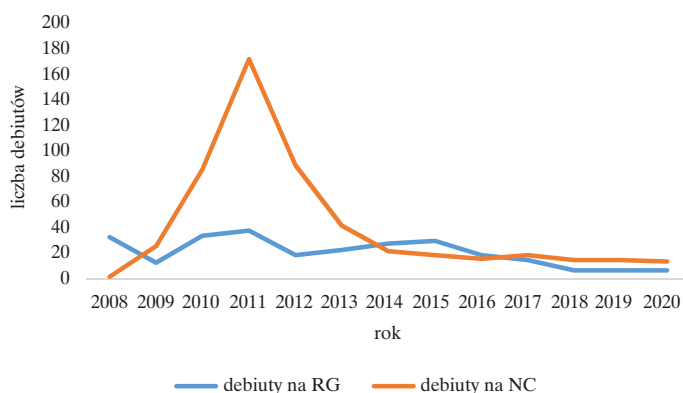
Źródło: opracowanie własne.

Opierając się na powyższych danych można przedstawić trendy, jakie charakteryzują oba badane rynki (zob. rys. 4.1 i 4.2).

Rysunek 4.1. Spółki notowane na Rynku Głównym GPW i NewConnect w latach 2008–2020

Źródło: opracowanie własne.

Analizując rysunek 4.1², można zauważyć następujące zjawisko: rynek NewConnect cechował się stałym wzrostem do roku 2013, natomiast w kolejnych latach daje się zauważyć tendencję spadkową. W przypadku Rynku Głównego ten spadek liczby notowanych spółek ma miejsce począwszy od 2017 roku. Warto zauważyć, że linia trendu na obu rynkach kształtuje się podobnie począwszy od tego roku. W tym kontekście warto zobrazować trendy w debiutach na obu rynkach.

Rysunek 4.2. Debiuty na Rynku Głównym GPW i NewConnect w latach 2008–2020

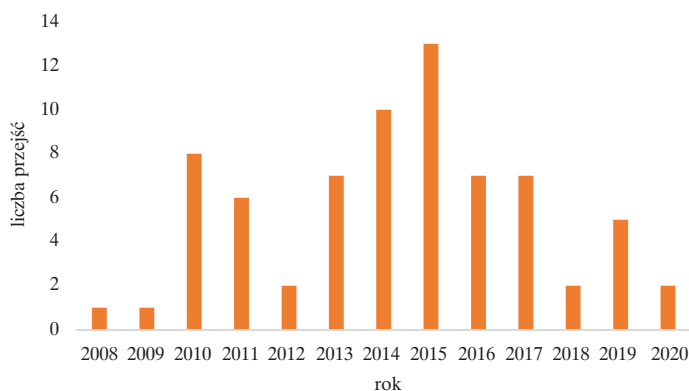
Źródło: opracowanie własne.

² W dalszej analizie pominięto rok 2021.

Interpretując rysunek 4.2, można zauważyć, że po gwałtownym wzroście liczby debiutów na NewConnect, jaki miał miejsce w 2011 roku, od 2014 roku nastąpiła ich stabilizacja, przy spadkowym w latach 2015–2018 trendzie debiutów na rynku regulowanym. Począwszy od 2018 roku oba rynki charakteryzują się względnie stałą liczbą debiutów.

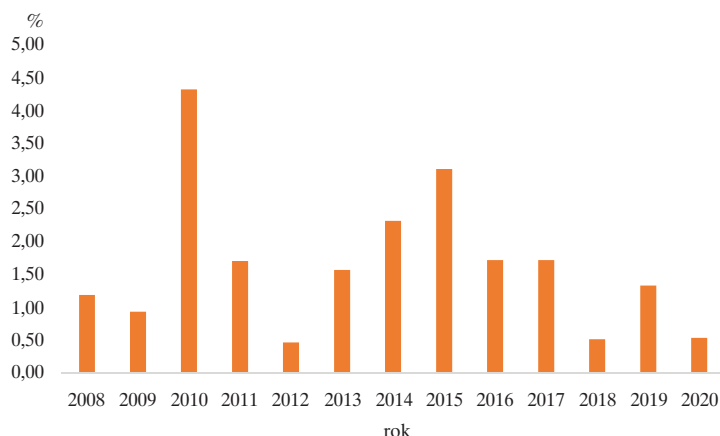
Alternatywny system obrotu NewConnect w założeniach miał stanowić etap pośredni przed przejściem spółki na Rynek Główny. Zasadniczym celem stworzenia tej platformy było wsparcie małych i średnich innowacyjnych spółek o dużym potencjale wzrostu, poprzez zwiększenie ich źródeł finansowania, przy relatywnie niskich kosztach pozyskania dodatkowego kapitału. NewConnect jest przeznaczony dla dynamicznie rozwijających się spółek, działających przede wszystkim w obszarze nowych technologii, w założeniach jako etap przejściowy przed rynkiem regulowanym, na którym to rynku stawiane są znacznie większe wymagania, w tym dotyczące obowiązków informacyjnych (Wszelaki, 2014). Także koszty związane z uczestnictwem na rynku NewConnect są zdecydowanie niższe, niż w przypadku gdy akcje spółki notowane są na parkiecie podstawowym. Te bariery mogą stanowić przyczynę, dla której przejście z alternatywnego rynku na Rynek Główny nie budzi większego zainteresowania. Doświadczenia ponad 12 lat funkcjonowania rynku alternatywnego pokazują, że tylko nieliczne spółki notowane na NewConnect decydują się na przejście na parkiet główny – przeciętnie mniej niż 2% wszystkich spółek notowanych w danym roku; najwięcej – 4,3% przeszło w roku 2010, przy czym największa liczba spółek (13) przeszła w roku 2015. Ilustrację tego zjawiska przedstawiają kolejne dwa rysunki (rys. 4.3 i 4.4).

Rysunek 4.3. Liczba przejść z NewConnect na Rynek Główny w latach 2008–2020



Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 4.4. Udział przejść z NewConnect na Rynek Główny w stosunku do wszystkich spółek notowanych na NewConnect w latach 2008–2020



Źródło: opracowanie własne.

4.3.2. Sprawozdawczość spółek notowanych na NewConnect oraz na Ryнку Głównym GPW w Warszawie – założenia do badania

Na potrzeby badania analizie zostaną poddane sprawozdania z działalności wybranych spółek, które przeszły z NewConnect na rynek podstawowy w latach 2015–2018. Uzasadnieniem dla takiego ustalenia dolnej granicy przedziału czasowego jest fakt, że najwięcej spółek przeszło z rynku NewConnect na rynek podstawowy w 2015 roku. Górna granica została zdeterminowana tym, że sprawozdania finansowe oraz sprawozdania z działalności za rok 2020 nie są jeszcze przez spółki przygotowane – ostateczny termin sporządzenia tych raportów to 31 marca 2021 roku³, natomiast zrezygnowano z analizy sprawozdań za 2019 rok, gdyż były one przygotowywane w roku 2020 w specyficznych warunkach, wynikających z pandemii COVID-19.

Dobór spółek do próby badawczej został podyktowany głównie dostępnością do danych⁴. W przypadku kilku spółek ich akcje nie są już notowane na rynku podstawowym, a jedna z nich została postawiona w stan upadłości – te spółki nie zostały ujęte w badaniu empirycznym. Pominięto także te spółki, których rok obrotowy nie pokrywał się rokiem kalendarzowym.

³ O ile nie zostanie dokonana zmiana tego terminu z uwagi na tzw. trzecią falę COVID-19 w Polsce.

⁴ Pomimo obowiązku zamieszczania raportów na stronach internetowych, nie wszystkie spółki wywiązały się z tego w pełnym wymiarze; część spółek nie umieściła raportów archiwalnych.

Tabela 4.3 prezentuje spółki, których sprawozdania zarządu zostały poddane analizie. W tabeli uwzględniono nazwę spółki, główny rodzaj prowadzonej działalności gospodarczej oraz ramowe założenie koncepcyjne sporządzanych sprawozdań finansowych w okresie objętym badaniem.

Tabela 4.3. Podmioty badania – charakterystyka

Lp.	Nazwa spółki akcyjnej	Główny obszar/rodzaj prowadzonej działalności	Czy stosuje MSR/MSSF	Uwagi
<i>Debiuty w 2015 roku</i>				
1.	11 BIT STUDIOS	IT, produkcja gier video	od roku 2015 MSR/MSSF	
2.	BIOMED-LUBLIN	biotechnologia, produkcja preparatów leczniczych (szczepionki)	nie	
3.	BRASTER	produkcja urządzenia do samodzielnego, profilaktycznego badania piersi w warunkach domowych	nie	
4.	LABO PRINT	produkcja bazująca na drukarni wielkoformatowej	nie	
5.	SUNEX	produkcja kolektorów słonecznych	nie	
6.	WIND MOBILE	IT, mobilna rozrywka, usługi oprogramowania – zwłaszcza dla hoteli	od roku 2014 MSR/MSSF	aktualna nazwa spółki to Ailleron
<i>Debiuty w 2016 roku</i>				
1.	GEKOPLAST	produkcja opakowań	nie	
2.	MEDIACAP	reklama medyczna	od roku 2015 MSR/MSSF	
3.	PGS SOFTWARE	IT – produkcja oprogramowania	od roku 2016 MSR/MSSF	
4.	SARE	media, marketing poprzez kanały internetowe	od roku 2015 MSR/MSSF	
5.	VIVID GAMES	IT, gry komputerowe	od roku 2015 MSR/MSSF	
<i>Debiuty w 2017 roku</i>				
1.	JWW INVEST	działalność polegająca na wytwarzaniu, montażu i remontach maszyn i urządzeń oraz na produkcji i montażu konstrukcji stalowych	nie	
2.	SETANTA	działalność inwestycyjna, której przedmiotem są holdingi finansowe, usługi kredytowe i inne usługi finansowe; od 2017 roku działalność jako ASI	od roku 2015 MSR/MSSF	aktualna nazwa spółki to ALL IN! GAMES
3.	UNIMOT	import paliw ciekłych i gazowych	od roku 2015 MSR/MSSF	
4.	VENTURE INC	działalność w formie funduszu typu venture capital, skoncentrowana na finansowym wspieraniu projektów działających przede wszystkim w modelu SaaS	od roku 2016 MSR/MSSF	
<i>Debiuty w 2018 roku</i>				
1.	T-BULL	IT, specjalizuje się w projektowaniu, produkcji i dystrybucji gier na różnorodne urządzenia mobilne oraz PC	nie	

Źródło: opracowanie własne.

Łącznie badaniem zostało objętych 16 spółek, z czego najwięcej debiutujących na rynku podstawowym w 2015 roku. Warto zauważyć, że prawie 40% z nich prowadzi działalność w obszarze IT. Drugą ciekawą konstatacją jest fakt, że zdecydowana większość spółek sporządza swoje sprawozdania finansowe w oparciu o standardy międzynarodowe, a nie krajowe, przy czym decyzje o przejściu na MSR/MSSF spółki podejmowały najczęściej w roku poprzedzającym debiut na Giełdzie Papierów Wartościowych.

Łącznie badaniem zostało objętych 48 sprawozdań zarządu sporządzonych przez 16 spółek, które w latach 2015–2018 przeszły z rynku NewConnect na rynek regulowany. Dla każdej ze spółek objętej badaniem empirycznym analizie zostały poddane trzy sprawozdania z działalności: z roku, w którym nastąpił debiut na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych oraz z dwóch lat poprzedzających to wydarzenie. Powodem, dla którego podjęta została decyzja o objęciu badaniem także sprawozdania zarządu sprzed dwóch lat w stosunku do roku debiutu było stwierdzenie tego, że zazwyczaj decyzje o przejściu na parkiet główny były podejmowane przez walne zgromadzenia akcjonariuszy w roku poprzedzającym debiut. Stąd, w ocenie autorki, sprawozdanie zarządu sporządzone przed podjęciem tej decyzji mogło istotnie się różnić od sprawozdania sporządzonego po podjęciu decyzji oraz jej faktycznej realizacji.

Dokonując oceny jakości informacji prezentowanych w sprawozdania z działalności, autorka zastosowała dwie grupy atrybutów:

- obiektywne kryteria oceny,
- autonomiczne kryteria oceny.

Do pierwszej grupy zaliczono zgodność formalną z obowiązującymi przepisami i zakres ujawnianej informacji o spółce oraz objętość sprawozdania. Prawdliwość formalną ustalono za pomocą check-listy sprawdzającej uwzględnienie w sprawozdaniach z działalności poszczególnych pozycji określonych w odpowiednich przepisach. Objętość sprawozdania ustalono jako liczbę stron opublikowanego raportu. Do drugiej grupy zaliczona została m.in. subiektywne oceniona przez autorkę szczegółowość ocenianego raportu.

Konstrukcja sprawozdania, jego szczegółowość, sposób prezentacji informacji, poprawność językowa i sposób formułowania opisu, a także ogólny odbiór raportu przez czytelnika stanowiły przedmiot subiektywnej oceny autorki rozdziału w ramach autonomicznych kryteriów oceny. Jako pierwsze kryterium subiektywnej oceny zastosowano poziom szczegółowości każdego z analizowanych sprawozdań zarządu, który został oceniony w skali 1÷5, gdzie 1 oznacza niski stopień szczegółowości, a 5 bardzo dużą szczegółowość prezentowanej

informacji. Jak już wyżej wspomniano, sprawozdanie z działalności jest kierowane głównie do inwestorów i powinno stanowić użyteczne narzędzie do oceny dokonań spółki, a także do wiarygodnego określenia perspektyw jej rozwoju. Warunkiem koniecznym jest takie przygotowanie tego raportu, aby zarówno jego konstrukcja, jak i forma przekazywanych informacji, sformułowania użyte przez zarząd pozwalały jego czytelnikowi na wykorzystanie prezentowanej informacji zgodnie z celem sporządzania sprawozdania. Wszystkie wymienione uwarunkowania wpływają na ostateczny odbiór dostarczanej informacji, decydują o jego przydatności i zostały poddane opisowej ocenie przeprowadzonej przez autorkę.

4.3.3. Wyniki badań

Formalna analiza zgodności zawartości sprawozdań zarządu z odpowiednimi regulacjami prawnymi została zawarta w tabeli 4.4.

Tabela 4.4. Zawartość sprawozdań zarządu wybranych spółek debiutujących na GPW a regulacje prawne

Lp.	Nazwa spółki akcyjnej	Rok debiutu	Rok poprzedzający	Dwa lata przed debiutem
<i>Debiuty w 2015 roku</i>				
1.	11 BIT STUDIOS	R	I	I
2.	BIOMED-LUBLIN	R	R	I
3.	BRASTER	R	R	I
4.	LABO PRINT	R	I	I
5.	SUNEX	R	I	I
6.	WIND MOBILE	R	I	I
<i>Debiuty w 2016 roku</i>				
1.	GEKOPLAST	R	I	I
2.	MEDIACAP	R	R	R
3.	PGS SOFTWARE	R	I	I
4.	SARE	R	I	I
5.	VIVID GAMES	R	I	I
<i>Debiuty w 2017 roku</i>				
1.	JWW INVEST	R	I	I
2.	SETANTA	R	I	I
3.	UNIMOT	R	R	R
4.	VENTURE INC	R	I	I
<i>Debiuty w 2018 roku</i>				
1.	T-BULL	R	I	I

I – zgodnie z Informacjami (NewConnect, 2000);

R – zgodnie z rozporządzeniem 2009 lub 2018.

Źródło: opracowanie własne.

Nie budzi większych zastrzeżeń formalne spełnienie przez wszystkie badane spółki obowiązku uwzględnienia w sporządzanych raportach wymaganych prawem informacji. Z tego punktu widzenia prawie każda ze spółek odniosła się w swoich raportach do wszystkich pozycji. Wyjątek stanowi spółka Sunex S.A., która w sprawozdaniu za 2013 rok nie odniosła się w ogóle do zasad ładu korporacyjnego, natomiast w sprawozdaniu za 2015 rok nie uwzględniła wymaganych przepisami rozporządzenia 2009 informacji dotyczących tego samego zagadnienia. Zarząd spółki oświadczył jedynie, że Sunex S.A. stosuje te zasady.

Przeprowadzona analiza sprawozdań z działalności wykazała, że zakres prezentowanych informacji wiązał się z miejscem notowań walorów poszczególnych jednostek. Wszystkie spółki w okresie przed podjęciem decyzji o przejściu na parkiet główny sporządzały sprawozdania z działalności wyłącznie w obowiązkowym zakresie, zawierając jedynie te informacje, które wynikały z obowiązujących je przepisów. Tylko cztery jednostki w roku poprzedzającym debiut na rynku regulowanym zdecydowały się na rozszerzenie informacji ponad wymagane minimum, poprzez sporządzenie sprawozdania z działalności w oparciu o przepisy rozporządzenia (2009) lub odpowiednio (2018), a dwie z nich przygotowało sprawozdania zarządu także na tej podstawie już dwa lata wcześniej.

Kolejnym kryterium obiektywnym była objętość sprawozdania i związana z nią bezpośrednio, subiektywnie oceniona przez autorkę, szczegółowość ocenianego raportu. Wyniki badań tych cech sprawozdań z działalności badanych spółek prezentuje tabela 4.5.

Tabela 4.5. Objętość (i szczegółowość) sprawozdań zarządu wybranych spółek debiutujących na GPW*

Lp.	Nazwa spółki akcyjnej	Rok debiutu	Rok poprzedzający	Dwa lata przed debiutem
<i>Debiuty w 2015 roku</i>				
1.	11 BIT STUDIOS	27 (3)	11 (1)	8 (1)
2.	BIOMED-LUBLIN	73 (5)	62 (4)	7 (1)
3.	BRASTER	53 (4)	48 (3)	32 (3)
4.	LABO PRINT	29 (3)	25 (2)	24 (2)
5.	SUNEX	48 (3)	15 (4)	9 (1)
6.	WIND MOBILE	53 (4)	29 (4)	18 (4)
<i>Debiuty w 2016 roku</i>				
1.	GEKOPLAST	30 (3)	14 (3)	15 (3)
2.	MEDIACAP	83 (5)	60 (5)	55 (5)
3.	PGS SOFTWARE	26 (4)	18 (2)	19 (2)
4.	SARE	41 (4)	33 (3)	24 (3)
5.	VIVID GAMES	56 (4)	19 (3)	23 (3)
<i>Debiuty w 2017 roku</i>				
1.	JWW INVEST	10 (2)	5 (1)	5 (1)
2.	SETANTA	42 (4)	42 (4)	18 (2)
3.	UNIMOT	38 (5)	64 (4)	37 (4)
4.	VENTURE INC	46 (3)	36 (2)	18 (2)
<i>Debiuty w 2018 roku</i>				
1.	T-BULL	67 (5)	34 (3)	23 (3)

objętość w stronach; szczegółowość w skali 1–5.

Źródło: opracowanie własne.

Objętość sprawozdań z działalności jednostki po przejściu z NewConnect na parkiet podstawowy zwiększyła się w przypadku każdej z analizowanych spółek, przy czym najbardziej spektakularna różnica zauważalna jest przy zmianie sposobu prezentacji informacji w oparciu o przepisy rozporządzenia 2009 w przypadku Biomed-Lublin S.A, gdzie sprawozdanie zarządu zwiększyło swoją objętość aż dziesięciokrotnie w stosunku do sprawozdania sporządzonego dwa lata wcześniej. Warto przy tym zauważyć korelację, jaka zachodzi w przypadku tej spółki pomiędzy objętością sprawozdania a podstawą jego sporządzenia. Sprawozdanie sporządzone dwa lata przed debiutem oparte zostało na Informacjach (NewConnect, 2000), natomiast za kolejne lata na rozporządzeniu 2009. Szczegółowość, z jaką zostały opracowane sprawozdania z działalności wiązała się ściśle z ich objętością, co zostało pokazane w tabeli 4.5.

W następnych tabelach (4.6; 4.7 i 4.8) przedstawiono ocenę pozostałych atrybutów sprawozdania z działalności.

Tabela 4.6. Konstrukcja sprawozdań zarządu wybranych spółek debiutujących na GPW

Lp.	Nazwa spółki akcyjnej	Rok debiutu	Rok poprzedzający	Dwa lata przed debiutem
<i>Debiuty w 2015 roku</i>				
1.	11 BIT STUDIOS	prosta, czytelna	prosta, czytelna	prosta, czytelna
2.	BIOMED-LUBLIN	rozbudowana, ale czytelna	rozbudowana, ale czytelna	bardzo prosta, ale słabo czytelna
3.	BRASTER	rozbudowana, ale czytelna	rozbudowana, ale czytelna	prosta, czytelna
4.	LABO PRINT	bardzo prosta, ale słabo czytelna, stanowi element większej całości – raportu rocznego	bardzo prosta, ale słabo czytelna, stanowi element większej całości – raportu rocznego	bardzo prosta, ale słabo czytelna, stanowi element większej całości – raportu rocznego
5.	SUNEX	rozbudowana, ale czytelna	bardzo prosta, ale słabo czytelna, stanowi element większej całości – raportu rocznego	bardzo prosta, czytelna
6.	WIND MOBILE	prosta, czytelna	prosta, czytelna	prosta, czytelna
<i>Debiuty w 2016 roku</i>				
1.	GEKOPLAST	bardzo prosta, czytelna	bardzo prosta, czytelna	bardzo prosta, czytelna
2.	MEDIACAP	rozbudowana, ale czytelna	rozbudowana, ale czytelna	rozbudowana, ale czytelna
3.	PGS SOFTWARE	bardzo prosta, czytelna	bardzo prosta, czytelna	bardzo prosta, czytelna
4.	SARE	rozbudowana, ale czytelna	rozbudowana, ale czytelna	bardzo prosta, czytelna
5.	VIVID GAMES	rozbudowana, ale czytelna	bardzo prosta, czytelna	bardzo prosta, czytelna
<i>Debiuty w 2017 roku</i>				
1.	JWW INVEST	bardzo prosta, ale słabo czytelna	bardzo prosta, ale słabo czytelna	bardzo prosta, ale słabo czytelna
2.	SETANTA	prosta, czytelna	prosta, czytelna	prosta, czytelna
3.	UNIMOT	rozbudowana, ale czytelna	rozbudowana, ale czytelna	rozbudowana, ale czytelna
4.	VENTURE INC	prosta, dość czytelna	prosta, dość czytelna	bardzo prosta, ale słabo czytelna
<i>Debiuty w 2018 roku</i>				
1.	T-BULL	rozbudowana, ale czytelna	prosta, czytelna	prosta, czytelna

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4.7. Forma sprawozdań zarządu wybranych spółek debiutujących na GPW

Lp.	Nazwa spółki akcyjnej	Rok debiutu	Rok poprzedzający	Dwa lata przed debiutem
<i>Debiuty w 2015 roku</i>				
1.	11 BIT STUDIOS	generalnie forma opisowa uzupełniona nielicznymi tabelami	forma opisowa	forma opisowa
2.	BIOMED-LUBLIN	generalnie forma opisowa uzupełniona nielicznymi tabelami	generalnie forma opisowa uzupełniona nielicznymi tabelami	forma opisowa
3.	BRASTER	generalnie forma opisowa uzupełniona nielicznymi tabelami	generalnie forma opisowa uzupełniona nielicznymi tabelami	generalnie forma opisowa uzupełniona nielicznymi tabelami
4.	LABO PRINT	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami i tabelami	generalnie forma opisowa uzupełniona nielicznymi tabelami	generalnie forma opisowa uzupełniona nielicznymi tabelami
5.	SUNEX	dominuje forma opisowa, uzupełniona kilkoma tabelami i schematami	generalnie forma opisowa uzupełniona nielicznymi tabelami	generalnie forma opisowa uzupełniona nielicznymi tabelami
6.	WIND MOBILE	forma opisowa	forma opisowa	forma opisowa
<i>Debiuty w 2016 roku</i>				
1.	GEKOPLAST	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami i tabelami	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami i tabelami	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami i tabelami
2.	MEDIACAP	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami i tabelami	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami i tabelami	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami i tabelami
3.	PGS SOFTWARE	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami i tabelami	generalnie forma opisowa uzupełniona jednym wykresem	forma opisowa
4.	SARE	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami i tabelami	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami	forma opisowa
5.	VIVID GAMES	generalnie forma opisowa uzupełniona jednym wykresem	forma opisowa	forma opisowa
<i>Debiuty w 2017 roku</i>				
1.	JWW INVEST	forma opisowa	forma opisowa	forma opisowa
2.	SETANTA	forma opisowa	generalnie forma opisowa uzupełniona nielicznymi tabelami	forma opisowa
3.	UNIMOT	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami i tabelami	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami i tabelami	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami i tabelami
4.	VENTURE INC	forma opisowa	forma opisowa	forma opisowa
<i>Debiuty w 2018 roku</i>				
1.	T-BULL	generalnie forma opisowa uzupełniona nielicznymi tabelami	generalnie forma opisowa uzupełniona nielicznymi tabelami	forma mieszana: opisowa wzbogacona schematami i tabelami

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4.8. Język przekazu informacji w sprawozdaniach zarządu wybranych spółek debiutujących na GPW

Lp.	Nazwa spółki akcyjnej	Rok debiutu	Rok poprzedzający	Dwa lata przed debiutem
<i>Debiuty w 2015 roku</i>				
1.	11 BIT STUDIOS	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości
2.	BIOMED-LUBLIN	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	język prosty w odbiorze, nieskomplikowany
3.	BRASTER	sformułowania napisane językiem czytelnym, ale wymagają specjalistycznej wiedzy medycznej	sformułowania napisane językiem czytelnym, ale wymagają specjalistycznej wiedzy medycznej	sformułowania napisane językiem czytelnym, ale wymagają specjalistycznej wiedzy medycznej
4.	LABO PRINT	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości
5.	SUNEX	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości, ale w kilku miejscach użyte specjalistyczne, techniczne określenia	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości, ale w kilku miejscach użyte specjalistyczne, techniczne określenia	język prosty w odbiorze, nieskomplikowany
6.	WIND MOBILE	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości
<i>Debiuty w 2016 roku</i>				
1.	GEKOPLAST	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości, ale w kilku miejscach użyte specjalistyczne, techniczne określenia	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości, ale w kilku miejscach użyte specjalistyczne, techniczne określenia	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości, ale w kilku miejscach użyte specjalistyczne, techniczne określenia
2.	MEDIACAP	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości, ale w kilku miejscach użyte specjalistyczne, techniczne określenia	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości, ale w kilku miejscach użyte specjalistyczne, techniczne określenia	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości, ale w kilku miejscach użyte specjalistyczne, techniczne określenia
3.	PGS SOFTWARE	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości
4.	SARE	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości
5.	VIVID GAMES	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości
<i>Debiuty w 2017 roku</i>				
1.	JWW INVEST	język prosty w odbiorze, nieskomplikowany	język prosty w odbiorze, nieskomplikowany	język prosty w odbiorze, nieskomplikowany
2.	SETANTA	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości

Lp.	Nazwa spółki akcyjnej	Rok debiutu	Rok poprzedzający	Dwa lata przed debiutem
3.	UNIMOT	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości, ale w kilku miejscach użyte specjalistyczne, techniczne określenia	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości, ale w kilku miejscach użyte specjalistyczne, techniczne określenia	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości, ale w kilku miejscach użyte specjalistyczne, techniczne określenia
4.	VENTURE INC	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	język prosty w odbiorze, nieskomplikowany
<i>Debiuty w 2018 roku</i>				
1.	T-BULL	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości.	sformułowania klarowne, nie budzą wątpliwości

* w skali 1 ÷ 5.

Źródło: opracowanie własne.

Analiza niemierzalnych cech sprawozdań zarządu pozwala na sformułowanie wniosku, dotyczącego ich ogólnego odbioru: sprawozdania sporządzane w okresie notowań na rynku alternatywnym cechowały się częściej bardzo lakoniczną formą przekazu, prostą konstrukcją i łatwą w odbiorze treścią. Sprawozdania emitentów notowanych na rynku podstawowym cechują się bardziej rozbudowaną formą prezentacji, z użyciem tabel i schematów ułatwiających czytelnikowi analizę spółki. W obu przypadkach język przekazu można uznać za zadowalający.

Przeprowadzona analiza umożliwiła ogólną ocenę jakości prezentowanych informacji: w opinii autorki sprawozdania emitenta sporządzane po debiucie na Rynku Głównym cechuje większa staranność i precyzja niż sprawozdania sporządzane przez spółki notowane na NewConnect. Dowiedziona została teza, że sprawozdania z działalności emitenta notowanego na Rynku Głównym warszawskiej giełdy cechują się wyższą jakością niż sprawozdania spółek notowanych na rynku NewConnec, co jest jednocześnie przejawem zastosowania narracji w rachunkowości.

4.4. Zakończenie

Przeprowadzona analiza przepisów prawnych dotyczących sprawozdania z działalności emitenta wskazuje na znacznie większe wymagania stawiane tym dokumentom w odniesieniu do spółek notowanych na parkiecie głównym warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych, w porównaniu z wymaganiami stawianych spółkom notowanym na rynku alternatywnym NewConnect.

Badanie empiryczne wykazało, że sprawozdania zarządów z działalności analizowanych spółek zostały generalnie przygotowane zgodnie z obowiązującymi przepisami prawnymi: zarówno w okresie notowania na NewConnect, jak i po przejściu na rynek regulowany. Równocześnie brak sztywnych „formatek”, jak to ma miejsce w przypadku sprawozdania finansowego powoduje, że pełna ocena poprawności sprawozdań opisowych nie jest tak jednoznaczna, na co zwracał już uwagę P. Mućko (2013). Niemniej jednak, przeprowadzona analiza komparatywna wykazała, że sprawozdania sporządzane przez zarządy badanych spółek cechowały się większą starannością i szczegółowością tuż przed lub po debiucie na Rynku Głównym. Tym samym została udowodniona teza postawiona we wstępie.

Wykorzystanie przez spółki giełdowe całego „arsenału” różnorodnych środków wyrazu i przekazu, zarówno w postaci starannego, klarownego języka, jak i form graficznych czy tabelarycznych potwierdza obserwowany w praktyce zwrot narracyjny w rachunkowości.

W podsumowaniu warto zauważyć, że lepsza jakość sprawozdania zarządu spółek notowanych na rynku alternatywnym może przynieść korzyści tak inwestorom, jak i samym spółkom.

Bibliografia

- Siedlecki, S. (1887). *Arystoteles Poetyka w tłumaczeniu polskim z objaśnieniami*. Kraków: L. Anczyca i Spółka. Pozyskano z: <https://www.wbc.poznan.pl/dlibra/publication/511721/edition/452915/content>.
- Dobija, D. i Cieślak, I. (2015). Ład korporacyjny i sprawozdawczość finansowa na rynku alternatywnym NewConnect z perspektywy audytorów finansowych. *Prakseologia*, 1(157).
- Doroszewski, W. (2000). *Słownik języka polskiego PWN*. Pozyskano z: <https://sjp.pwn.pl/slowniki/narracja.html> (15.12.2020).
- GPW. (2010). *Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect*. Warszawa: Zarząd Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Pozyskano z: https://newconnect.pl/pub/NEWCONNECT/dobre_praktyki/zalacznik_do_uch293.pdf.
- GPW. (2012). *Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect*. Warszawa: Zarząd Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Pozyskano z: https://pgnig.pl/documents/10184/29448/dobre_praktyki_16_11_2012.pdf/fa56bace-a29f-4dc3-af2b-d3fd5f5b-86de.
- <http://ri.braster.eu> (03.01.2021).
- <http://www.adiuvoinvestments.com> (03.01.2021).
- <http://www.airwaymedix.pl> (10.01.2021).
- <http://www.apsenergia.pl> (03.01.2021).
- <http://www.asmgrouppl> (10.01.2021).
- <http://www.biomed.lublin.pl> (03.01.2021).
- <http://www.gekoplast.pl> (10.01.2021).

- <http://www.jwwinvest.pl> (20.01.2021).
- <http://www.laboprint.eu/pl/relacje> (03.01.2021).
- <http://www.orioninvestment.pl> (03.01.2021).
- <http://www.setantasa.pl> (20.01.2021).
- <https://ailleron.com> (03.01.2021).
- <https://esotiqhenderson.com> (03.01.2021).
- <https://ir.11bitstudios.com> (03.01.2021).
- <https://izoblok.pl> (03.01.2021).
- <https://newconnect.pl/statystyki-okresowe> (10.12.2020).
- <https://sare.pl> (10.01.2021).
- <https://sescom.eu> (20.01.2021).
- <https://t-bull.com> (20.01.2021).
- <https://towerinvestments.pl> (20.01.2021).
- <https://vividgames.com> (10.01.2021).
- <https://www.gpw.pl> (28.02.2021).
- <https://www.mediacap.pl> (10.01.2021).
- <https://www.pgs-soft.com> (10.01.2021).
- <https://www.sunex.pl> (03.01.2021).
- <https://www.unimot.pl> (20.01.2021).
- <https://www.ventureinc.com/pl> (20.01.2021).
- <https://www.wbc.poznan.pl/dlibra/publication/511721/edition/452915?language=pl> (06.12.2020)
- NewConnect. (2000) *Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect*. Regulamin Alternatywnego Systemu Obrotu, Załącznik nr 3. Pozyskano z: <http://www.newconnect.pl> (dostęp: 22.02.2021).
- Judkowiak, A. (2018). Raportowanie informacji o instrumentach finansowych w sprawozdaniach z działalności spółek giełdowych. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 4(94). <https://doi.org/10.18276/frfu.2018.94/1-10>.
- KSR. (2018). Komunikat Ministra Rozwoju i Finansów z dnia 4.01.2018 r. w sprawie ogłoszenia uchwały Komitetu Standardów Rachunkowości w sprawie przyjęcia aktualizacji Krajowego Standardu Rachunkowości nr 9 Sprawozdanie z działalności (Dz. Urz. MRiF 2018, poz. 4). Pozyskano z: <http://www.przepisy.gofin.pl/przepisy,4,16,181,4551,,20180109,komunikat-ministra-rozwoju-i-finansow-z-dnia-4012018-r.html>.
- Lausberg, H. (2002). *Retoryka literacka. Podstawy wiedzy o literaturze*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Homini.
- Mastalerz, M. (2016). Kreatywna sprawozdawczość 2.0 – czyli o zarządzaniu wrażeniem w raportach. *Zeszyty naukowe „Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów”*, (152), Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Mazurczak-Mąka, A. (2014). Raporty okresowe spółek notowanych na rynku regulowanym w Polsce jako podstawowe źródło informacji dla inwestorów. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 174, Katowice; Wydawnictwo UEK.
- Mućko, P. (2012). Atrybuty sprawozdania z działalności na tle sprawozdania finansowego. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 66(122). Warszawa: Stowarzyszenie Księgowych w Polsce.
- Mućko, P. (2013). Okresowa sprawozdawczość spółek publicznych dopuszczonych do obrotu na rynkach zorganizowanych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, (757). *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, (58). Szczecin.

- Nowak, E. (2012). Sprawozdanie z działalności jako źródło informacji o dokonaniach przedsiębiorstwa. W: E. Nowak (red.), *Pomiar i raportowanie dokonań przedsiębiorstwa*. Warszawa: CeDeWu.
- Remlein, M. i Roška, V. (2020). Ujawnienia dotyczące inwestycji związanych z CSR w sprawozdaniu zarządu. Informacje z niefinansowych spółek giełdowych w Polsce i Chorwacji. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 109(166). Warszawa: Stowarzyszenie Księgowych w Polsce.
- Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (t.j. Dz.U. 2014, poz. 133 ze zm.).
- Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz.U. 2018, poz. 757).
- Świdarska, G.K. (2006). *Raport roczny jako źródło informacji dla inwestora. Skrypt Management Accounting Consulting*. Warszawa: MAC/Difin.
- Ustawa z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości (t.j. Dz.U. 2021, poz. 217).
- Ustawa z dnia 11 maja 2017 roku o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym (t.j. Dz.U. 2020, poz. 1415).
- Wszelaki, A. (2014). Przedsiębiorstwo na rynku alternatywnym GPW– NewConnect. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, (804). *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, (67). Szczecin. <https://doi.org/10.18276/frfu>.
- Ziomek, J. (1990). *Retoryka opisowa*. Wrocław, Warszawa, Kraków: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Zygmański, T. (2018). Sprawozdanie z działalności jednostki jako źródło informacji o kapitale intelektualnym przedsiębiorstwa. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 4(94/1), 151–163. <https://doi.org/10.18276/frfu.2018.94/1-14>.

INFORMACJE O AUTORACH

Marta Czupryńska-Kociszewska – absolwentka Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego (studia licencjackie i magisterskie oraz studia doktorskie), aktualnie zatrudniona na stanowisku starszego asystenta w Katedrze Finansów i Rachunkowości; wykładowca Stowarzyszenia Księgowych w Polsce Oddziału Warszawskiego oraz członek Komisji ds. Szkoleń i Wydawnictw ww. organizacji; wykładowca w zakresie rachunkowości finansowej i zarządczej oraz finansów przedsiębiorstw turystycznych i hotelarskich w Szkole Głównej Turystyki i Hotelarstwa VISTULA (Grupa Uczelni Vistula). Doświadczenie zawodowe zdobyła, pracując w biurze rachunkowym, działach księgowych spółek handlowych oraz firmach audytorskich, pełniła również funkcję kontrolera finansowego w biurze podróży. Posiada certyfikat Ministra Finansów uprawniający do usługowego prowadzenia ksiąg rachunkowych. Jej główny obszar zainteresowań zawodowych to rachunkowość finansowa oraz zagadnienia finansowe w kontekście funkcjonowania rynku turystycznego. Jest autorką referatów i publikacji oraz współautorką publikacji książkowych z zakresu rachunkowości.

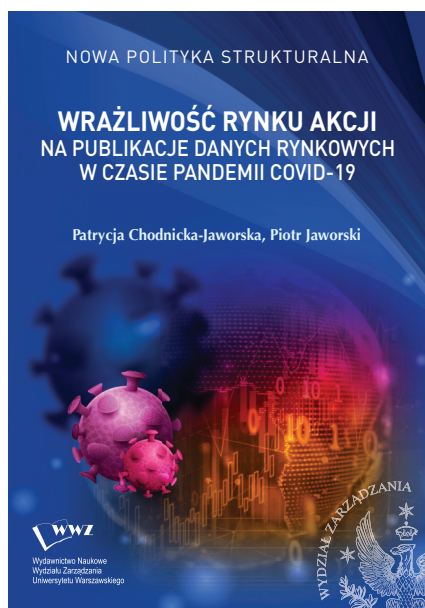
Sylwia Dudkowiak – absolwentka Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego (2004). Otwarty przewód doktorski (2018) tytuł pracy: *Goodwill w przedsiębiorstwie odpowiedzialnym społecznie*. Członek ACCA (The Association of Chartered Certified Accountants) (2020) oraz uczestniczka interdyscyplinarnego seminarium doktorskiego *Biznes, finanse, rachunkowość – wczoraj i dzisiaj* od 2017 roku; stała uczestniczka międzynarodowego seminarium *Warsaw Group for Organization Historiography (Humanistic Management Network)*; współorganizatorka międzynarodowych konferencji łączących perspektywę rachunkowości i historii organizacyjnej na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Gościnnie prowadzi zajęcia z *Etyki finansów* w ramach International Business Programme, *Pieniądz znany nie od dziś* i *Psychologia w finansach* na studiach dziennych Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Zawodowo od 15 lat pracuje w międzynarodowej firmie outsourcingowej świadczącej usługi finansowe.

Piotr Kociszewski – absolwent Wydziału Geografii i Studiów Regionalnych Uniwersytetu Warszawskiego (studia licencjackie, magisterskie, doktoranckie, wraz z ukończonym przygotowaniem pedagogicznym), doktor nauk o Ziemi. Adiunkt w Szkole Głównej Turystyki i Hotelarstwa VISTULA. Prodziekan Wydziału Turystyki i Rekreacji SGTiH Vistula, wydziałowy koordynator Studentckich Praktyk Zawodowych, koordynator w międzynarodowym projekcie „Blue Tourism”. W poprzednich latach koordynator merytoryczny projektu „InterTour. Nowy międzynarodowy program kształcenia na kierunku Turystyka i Rekreacja – studia”. Ponadto starszy wykładowca na Wydziale Geografii i Studiów Regionalnych UW, w Katedrze Turystyki i Rekreacji, koordynator ćwiczeń terenowych z zakresu pilotażu i przewodnictwa oraz regionalnych – dotyczących dziedzictwa kulturowego wybranych regionów Polski. Brał udział w tworzeniu interdyscyplinarnego kierunku studiów magisterskich „Polityki Zarządzania Dziedzictwem Kulturowym”. Autor artykułów i opracowań naukowych (w tym monografii), sekretarz redakcji czasopisma naukowego „Turystyka Kulturowa”, recenzent czasopism naukowych „Turizm” oraz „Folia Turistica”, włączony w projekty dotyczące turystyki kulturowej oraz turystyki seniorów, m.in. ekspert w projekcie „Dziedzictwo w ruchu” – „Heritage in Motion”, a także edukacji w zakresie pilotażu i przewodnictwa, np. we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną; prelegent i wykładowca m.in. dla Uniwersytetów Trzeciego Wieku i organizacji związanych z aktywizacją osób starszych. Współautor ścieżek szkoleniowych z zakresu edukacji turystycznej realizowanych we współpracy z firmą Asseco. Czynny pilot wycieczek, przewodnik miejski po Warszawie, od 2015 r. przedsiębiorca-właściciel biura podróży PITUR, mającego status organizatora turystyki, członka Polskiej Izby Turystyki i Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej. Od listopada 2015 r. trener krajowy przewodnictwa (*national trainer*) WFTGA (World Federation of Tourist Guide Associations), certyfikowany egzaminator pilotażu Polskiej Izby Turystyki oraz Kadr Turystyki.

Michał Kołtuniak – absolwent Wydziału Prawa i Administracji oraz Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych (Instytut Stosunków Międzynarodowych) na Uniwersytecie Warszawskim; doktor nauk ekonomicznych; adiunkt w Katedrze Gospodarki Rynkowej (Zakład Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych), gdzie prowadzi zajęcia obejmujące zagadnienia ekonomii w biznesie, międzynarodowych stosunków gospodarczych, operacji i technik handlu zagranicznego. Od 2007 roku współpracuje z dziennikiem „Rzeczpospolita”, na łamach którego publikuje artykuły o charakterze doradczym, kierowane do przedsiębiorców z sektora małych i średnich firm (pisze

m.in. o pomocy publicznej/funduszach unijnych dla firm, zagadnieniach handlu zagranicznego). Absolwent kursu International Business and Trade Summer Law Program organizowanego przez The Catholic University of America – Columbus School of Law oraz Uniwersytet Jagielloński. Członek założyciel Stowarzyszenia Intellectual Property Management Polska.

Małgorzata Winter – absolwentka Wydziału Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego; doktor nauk ekonomicznych. Od 2002 roku pracownik badawczo-dydaktyczny Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego – w Katedrze Finansów i Rachunkowości. Specjalizuje się w zakresie rachunkowości finansowej, zarządczej i podatkowej, zagadnieniach rewizji finansowej oraz audytu. Autorka kilkudziesięciu opracowań naukowych dotyczących powyższej tematyki. Poczawszy od pierwszej edycji (2005) kierownik Podyplomowych Studiów Menedżerskich w zakresie Audytu i Kontroli Wewnętrznej; biegły rewident – nr w rejestrze 11403; członek Krajowego Sądu Dyscyplinarnego dla biegłych rewidentów w kadencji 2015–2019 oraz 2019–2023. Przeprowadzała badania sprawozdań finansowych różnych podmiotów gospodarczych, w tym: instytutów badawczych oraz spółek raportujących zgodnie z polskim prawem bilansowym w ramach umów cywilno-prawnych zawartych z firmami audytorskimi. Audytowała także wykorzystanie środków unijnych przez różnych beneficjentów. Wydała wiele opinii sądowych jako biegła sądowa ad hoc dotyczących szeroko rozumianych zagadnień prawa gospodarczego. Autorka licznych ekspertyz realizowanych na zlecenie m.in. Ministra Zdrowia. Członek kilku zespołów opracowujących projekty aktów prawnych, w tym w randze ustawy. Przewodnicząca Zespołu ekspertów przygotowującego rekomendacje dotyczące przypisania poziomu Polskiej Ramy Kwalifikacji do kwalifikacji rynkowych: wspomaganie obsługi procesów księgowych, obsługa procesów księgowych, zarządzanie procesami księgowymi, zarządzanie procesami płacowymi.



Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego
ul. Prosta 69, 00-838 Warszawa
tel. 22 55 31 333
www.wuw.pl



Sekcja Wydawnicza
Wydziału Zarządzania
Uniwersytetu Warszawskiego



20.556

002

ISBN 978-83-235-5442-4



9 788323 554424

S22300153972