

# FORWARD



magazyn studencki

nr: 16 (03/2015)

Uniwersytet Łódzki

ISSN 1899-5748

## **CROWDFUNDING ROŚNIE W SIŁĘ! SPRAWDŹ CZY TO COŚ DLA CIEBIE**

**LUDZIE ŚWIADOMIE DECYDUJĄ SIĘ NA CROWDFUNDING, BO TO UMOŻLIWIA ZBUDOWANIE SPOŁECZNOŚCI, ZNALEZIENIA AMBASADORÓW DO SWOJEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA I PRZETESTOWANIA RYNKU. TE KORZYŚCI POZAFINANSOWE NIERZADKO MAJĄ WIĘKSZĄ WARTOŚĆ NIŻ KAPITAŁ, KTÓRY UDA SIĘ POZYSKAĆ**  
Karol Król

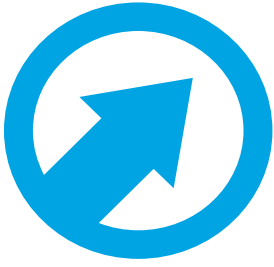
**TWOJE FINANSE:  
Ozusowanie umów zlecenie**

кто на tym zyska?

**NOWE TECHNOLOGIE:  
Wygięte ekrany w smartfonach**

Przyszłość, czy zbędny bajer?

**INWESTYCJE  
ALTERNATYWNE:  
12 cali zysku**



## Alternatywne sposoby finansowania kluczem do sukcesu!

Przypomnijcie sobie. Ile pomysłów na własny biznes odłożyliście do kąta, z powodu obaw przed ryzykiem związanym z zadłużeniem się w banku lub poświęceniem swoich oszczędności? Czyż nie byłoby wspaniale, gdyby każda z osób, którą napotkaliście dzisiaj w drodze na uczelnię, pomogła Wam choć odrobinę w realizacji własnych planów lub marzeń? Odpowiedzią na podobne dylematy jest *crowdfunding* - alternatywny sposób finansowania projektów.

To fascynujące, że dzięki mikropłatnościom jesteśmy w stanie zrealizować w zasadzie każdy projekt. Dynamiczny rozwój Internetu w ciągu ostatnich kilkunastu lat pozwolił znieść wszelkie bariery w komunikacji. Teraz wszystko zależy już tylko od naszej kreatywności, od tego, do jak wielu ludzi uda nam się dotrzeć z pomysłem oraz jak skutecznie przekonamy ich do zaangażowania się w niego. Co w zamian? Możemy zaoferować gotowe produkty, akcje, bilety lub nawet... pamiątki z podróży? Wystarczy chwytliwy pomysł i dostęp do Internetu, a reszta zależy już tylko od Waszego uporu i konsekwencji.

Polecam lekturę artykułu numeru Eweliny Stacheckiej „Crowdfunding rośnie w siłę! Sprawdź czy to coś dla ciebie”. Będzie on dla Was teoretycznym wprowadzeniem do wywiadu z Karolem Królem, specjalistą z zakresu gospodarki społecznościonej, który przybliży wszystkim zagadnienie *crowdfundingu* od strony bardziej praktycznej.

Uzupełnieniem tematyki finansów alternatywnych będzie artykuł Kamila Szwegierka „12 cali zysku”, dotyczący inwestycji alternatywnych. Czy w Waszych domach nie leżą może przypadkiem zakurzone płyty winylowe zespołów *Pink Floyd* lub *The Beatles*? Czy zdajecie sobie sprawę ile one mogą być warte? Jeśli nie, to ten artykuł będzie dla Was zaskoczeniem.

Oprócz innowacyjnych tematów, zapraszam Was także do lektury artykułów związanych z bardziej tradycyjnym podejściem do ekonomii czy prawa. Szczególnie uważam polecam dwa artykuły. Pierwszy z nich, dotyczący rachunkowości otwartych ksiąg z działu *Trendy biznesowe* oraz drugi, poświęcony mechanizmowi luzowania ilościowego w Stanach Zjednoczonych, który w obliczu kryzysu miał wspomóc tradycyjne metody stymulowania gospodarki – dział *Analiza*.

Mam nadzieję, iż szesnaste wydanie Magazynu Forward będzie dla Was inspiracją i po lekturze sięgniecie po swoje stare pomysły, których realizacja wydawała Wam się nierealna z powodu braku możliwości zdobycia finansowania. Portale społecznościowe pozwalają dotrzeć do większości osób z Waszego najbliższego otoczenia i nie tylko. Cóż więc stoi na przeszkodzie by założyć fanpage i ruszyć do działania?

Wraz z całą Redakcją, zapraszam Was do lektury Magazynu Forward gdziekolwiek jesteście. W domu, na uczelni czy w drodze do pracy. W wersji papierowej lub na smartphonie czy tablecie. Jesteśmy z Wami wszędzie!

Szymon Szymczak

### Patronat



KARIERA w FINANSACH.PL

Nakład: 6 tys. szt.

WYDAWCA: SKN PROGRESS

Uniwersytet Łódzki  
Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny  
Instytut Finansów  
ul. Rewolucji 1905 r. 41  
90-214 Łódź  
Siedziba: FP10  
Tel: 728-899-221  
progress@progress.org.pl  
www.progress.org.pl

Wszystkie materiały chronione są prawem autorskim. Przedruk lub rozpowszechnianie w jakiegokolwiek formie i jakimkolwiek języku bez pisemnej zgody wydawcy jest zabronione. Wydawcy magazynu nie ponoszą odpowiedzialności za błędy czy konsekwencje wynikające z zastosowania informacji w nim zawartych.

REDAKCJA FORWARD

PROWADZĄCY:



Koordynator projektu:  
Judyta Bezak  
j.bezak@progress.org.pl



Redaktor naczelny:  
Szymon Szymczak  
s.szymczak@progress.org.pl

Z ZAŁOGĄ:

Korekta: Nina Bezpałko

Dystrybucja: Agnieszka Kobytecka

Marketing: Edyta Pasek, Izabela Strawa

Kontakty zewnętrzne: Łukasz Bryłka, Weronika Czaplicka, Agnieszka Gawron, Michał Gąsiorowski, Urszula Kaźmierczak, Martyna Swarzyńska, Szymon Zbyszewski

Stała współpraca: Sylwia Bartoli, Paweł Brzeziński, Mateusz Graczyk, Joanna Remiasz, Dominik Zagaj, Magdalena Zajączkowska

Projekt graficzny i skład: Kosmiczni.com

Internet:

fb.me/magazyn.studencki.forward

forward.progress.org.pl

issuu.com/forward.mag

Patronat honorowy nad Forwardem objęli:

prof. zw. dr hab. Włodzimierz Nykiel  
Rektor Uniwersytetu Łódzkiego

dr hab. Paweł Starosta  
prof. nadzw. UŁ, Dziekan Wydziału  
Ekonomiczno – Socjologicznego

prof. dr hab. Monika Marcinkowska  
prof. zw. UŁ, Dyrektor Instytutu  
Finansów na Wydziale Ekonomiczno-  
Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego

**Rachunkowość otwartych ksiąg. Dodatkowa szansa czy zagrożenie?** ..... 4

**Crowdfunding rośnie w siłę!**  
Sprawdź czy to coś dla Ciebie ..... 6

**Przedsiębiorstwa sektora finansowego**  
w mediach społecznościowych ..... 9

**Efektywne zarządzanie ryzykiem**  
**biznesowym** ..... 12

**12 cali zysku** ..... 14

**Ozusowanie umów zlecenie** – kto na tym zyska? ..... 16

**Wywiad z Karolem Królem** ..... 20

**Luzowanie ilościowe w Ameryce.** Cudów  
w finansach nie ma ..... 22

**Skąd się biorą złe decyzje?** Psychologia  
z inwestowaniem w tle ..... 24

**Słaby punkt NewConnect** ..... 26

**Populizm prawniczy na przykładzie**  
**„ustawy o bestiach”** ..... 29

**Oszustwa karuzelowe vat,** czyli jak budżet państwa  
traci miliardy ..... 32

**Przychodzi Y i Z do pracodawcy...** Jak stereotypy  
pokoleniowe wpływają na wzajemne postrzeganie i jak temu zaradzić ..... 35

**WORK-LIFE BALANCE,** czyli o tym jak zdobyć szczyt i nie  
spaść na dno ..... 38

**Wygięte ekrany w smartfonach -**  
**przyszłość czy zbędny bajer?**  
Historia smartfonów w pigułce ..... 41

Arkadiusz Kardas  
a.h.kardas@gmail.com

Analytyka Gospodarcza  
Uniwersytet Ekonomiczny  
w Katowicach

Opiekun naukowy:  
dr Magdalena  
Wójcik-Jurkiewicz



# RACHUNKOWOŚĆ OTWARTYCH KSIĄG. DODATKOWA SZANSA CZY ZAGROŻENIE?

## SŁÓW KILKA O KONCEPCJI...

Lean *accounting*, czyli szczupła rachunkowość, to praktyka rachunkowości stosowana z sukcesem w Japonii i wielu innych państwach Europy oraz w Stanach Zjednoczonych Ameryki. Wraz z szczupłą produkcją (*lean manufacturing*) stanowi element koncepcji szczupłego zarządzania (*lean management*), który z kolei jest niezbędnym krokiem, jaki należy wykonać w stronę realizacji w praktyce idei szczupłego przedsiębiorstwa (*lean enterprise*), wywodzącego się z filozofii myślenia o nazwie *lean thinknig*. Szczupła rachunkowość po raz pierwszy została zastosowana z powodzeniem w latach 50. XX wieku w firmie produkcyjnej Toyota Motor, która do dnia obecnego rozwija jej praktyki. Celem samym w sobie, a zarazem celem długoterminowym *lean accounting* jest ciągłe redukowanie takich wielkości jak czas wytwarzania i dostarczania klientowi produktów lub usług, pracownicy, kapitał, koszt produktu lub usługi, braki (*muda*), liczba poziomów zarządzania, liczba transakcji i procedur biurokratycznych czy też

ilość poziomów technologicznych<sup>1</sup>. Zatem *lean accounting* to czynności w systemie rachunkowości zajmujące się *generowaniem informacji finansowych i niefinansowych dla menedżerów i pracowników podejmujących decyzje zapewniające realizację strategii, uwzględniając cel podejścia lean w procesie rachunkowości i konieczność jego reorientacji na tworzenia wartości*<sup>2</sup>. W celu osiągnięcia korzyści związanych z zastosowaniem *lean accounting* w praktyce szczupła rachunkowość oferuje szeroką gamę metod rachunkowości zarządczej oraz rachunku kosztów. Przykładami owych narzędzi są np.: rachunek kosztów celu (*target costing*), rachunek redukcji kosztów (*kaizen costing*), rachunek kosztów i wyników strumienia wartości, rachunek kosztów według cech charakterystyk produktów, rachunkowość otwartych ksiąg (*open book accounting*, rachunkowość jawna), łańcuchowy rachunek kosztów celu. Ostatnie dwie metody stanowią część składową dyscypliny rachunkowości menedżerskiej, jaką jest rachunkowość zarządcza w relacjach międzyorganizacyjnych, określana także

w literaturze przedmiotu jako rachunkowość zarządcza w sieciach. Rozwój procesów globalizacji oraz ekspansja międzynarodowych korporacji sprawiły, że dzisiaj najbardziej interesujące dylematy zarządzania i rachunkowości mają miejsce nie w poszczególnych organizacjach, ale w sieciach relacji, które współtworzą. Przykładami sieci o bardziej skomplikowanym charakterze niż dotychczas są łańcuchy dostaw o różnorodnych formach relacji sprzedawca-nabywca, podmioty prowadzące usługi *outsourcingowe*, *joint venture*, alianse strategiczne, konsorcja badawcze, jak również grupy kapitałowe<sup>3</sup>. W dalszej części artykułu zostanie przybliżona jedna z metod rachunkowości międzyorganizacyjnej, jaką jest rachunkowość otwartych ksiąg oraz wynikające z jej zastosowania w praktyce potencjalne szanse i zagrożenia dla jednostki gospodarczej.

## JAK I DLA KOGO?

Aby sprostać wymaganiom stawianym przez rynek, przedsiębiorstwa szukają różnych dróg

do poprawienia swojej efektywności zarówno ekonomicznej, jak i finansowej. Jednym ze sposobów jest zastosowanie systemu międzyorganizacyjnej rachunkowości zarządczej między współpracującymi i niezależnymi kooperantami. *Istotą międzyorganizacyjnej rachunkowości zarządczej jest dostarczenie informacji finansowej, która wspomaga zarządzanie relacjami z partnerami biznesowymi*<sup>4</sup>. Doskonałym narzędziem spełniającym wszystkie te wymagania jest rachunkowość otwartych ksiąg, przez którą należy rozumieć ujawnianie przez firmę informacji innej firmie (dostawcom, odbiorcom, konkurentom) na temat swojej struktury kosztów, żeby pokazać zaangażowanie, wzmocnić pozycję rynkową wśród konkurentów, nauczyć się o stosowanych procesach w innych przedsiębiorstwach i przeprowadzania wspólnymi próbami redukcję kosztów odnośnie całkowitego kosztu dostawy w łańcuchu dostaw produktu<sup>5</sup>. Innymi słowy rachunkowość jawna to praktyka polegająca na przekazywaniu szeroko rozumianej informacji generowanej przez komórki *controllingu* i rachunkowości zarządczej innym podmiotom, z którymi tworzy ona sieć relacji o charakterze biznesowym w celu wspólnego osiągnięcia wyższego poziomu efektywności, niż gdyby działała samodzielnie. Za prekursorów rachunkowości otwartych ksiąg uważa się japońskie firmy motoryzacyjne, mianowicie Toyotę i Hondę, które jako pierwsze zaczęły stosować praktyki rachunkowości jawnej z dużym powodzeniem, osiągając dzięki nim znaczną przewagę na rynku wśród konkurencji. W celu lepszego przedstawienia i zrozumienia omawianej koncepcji, dr Monika Łada z Akademii Górniczo-Hutniczej prezentuje ogólny model wymiany informacji stosowanej w koncepcji rachunkowości otwartych ksiąg między współpracującymi partnerami biznesowymi, na który składa się pięć etapów:

- ustalenie ceny adekwatnej do oczekiwanej wartości współpracy dla klienta,
- ustalenie zasad podziału ryzyka oraz wyznaczenie uzasadnionych kosztów współpracy,
- ewidencja kosztów według wcześniej ustalonych zasad,
- rewizja otwartych ksiąg,
- raport końcowy i rozliczenie współpracy<sup>6</sup>.

Rachunkowość otwartych ksiąg to uniwersalne narzędzie znajdujące swoje zastosowanie w różnych branżach począwszy od działalności handlowej, przez usługową, po wytwórczą, skierowaną zarówno dla jednostek nastawionych na osiąganie zysków, jak i organizacji *non profit* różnych narodowości. Na chwilę obecną najczęściej sieci biznesowe wymieniające dane rachunkowe są tworzone przez firmy japońskie, brytyjskie, skandynawskie lub międzynarodowe<sup>7</sup>.

## POTENCJALNE KORZYŚCI I ZAGROŻENIA?

Zastosowanie idei rachunkowości otwartych ksiąg w praktyce może się przyczynić do poprawy efektywności o charakterze finansowych podmiotów gospodarczych funkcjonujących w sieci powiązań poprzez zastosowanie trzech typów działań takich jak: relatywne obniżenie kosztów funkcjonowania całej sieci, generowanie większej wartości dla klientów oraz odpowiednia polityka inwestycyjno-finansowa. Opisywane wyżej działania, mające na celu zwiększenie skuteczności ekonomicznej współpracujących przedsiębiorstw, są zarazem ich potencjalnymi korzyściami finansowymi, jakie mogą one osiągnąć w przyszłości. Niemniej poza efektami czysto finansowymi występują także gratyfikacje o charakterze pozafinansowym, do których w krótkim okresie niewątpliwie należy zaliczyć takie bonusy jak: budowanie między jednostkami wzajemnego zaufania, zaciśnięcie wzajemnej współpracy, lepsze zrozumienie celów partnera biznesowego, szybszy rozwój ich wiedzy, mniejsze ryzyko związane z asymetrią informacji wynikającej z niedoskonałości mechanizmów rynkowych. Z kolei do głównej korzyści pozafinansowej osiągananej w długoterminowej perspektywie dzięki praktykom jawnej rachunkowości jest lepsza pozycja konkurencyjna partnerów na rynku<sup>8</sup>. Mimo wielu korzyści, jakie niesie za sobą system rachunkowości otwartych ksiąg, jego praktyczne wykorzystanie nie zawsze kończy się pełnym powodzeniem. Implementacja rachunkowości jawnej często napotyka na swej drodze szereg przeszkód, które niejednokrotnie są barierami nie do przejścia. Na podstawie badań empirycznych w literaturze wymienia się siedem zasadniczych przeszkód, jakie napotykać firmy chcące urzeczywistnić praktyki rachunkowości otwartych ksiąg. Wśród nich wymienia się:

- niedostrzeżenie przez uczestników sieci korzyści (z wymiany informacji), jakie wiąże się ze stosowaniem rachunkowości jawnej, przez co system taki uważa się za bezcelowy i nieefektywny,
- niechęć partnerów biznesowych do udostępniania informacji wynikająca z nadgorliwości, braku zaufania oraz błędnego i tradycyjnego przeświadczenia, iż tego typu dane powinny zostać wewnątrz przedsiębiorstwa, a każde ich ujawnienie traktuje się jako potencjalne zagrożenie,
- nieumiejętność przygotowania odpowiedniej jakości dostarczanych danych przez partnerów, co związane jest z posiadaniem odrębnych i różnych systemów informacyjnych,
- obawa słabszych podmiotów w stosunku do partnerów o wyższej pozycji rynkowej, iż większe korzyści i poprawę efektywności uzyskają jednostki silniejsze kosztem słabszych,

- wysokie koszty obsługi i wdrożenia systemu rachunkowości otwartych ksiąg, wymagającego poniesienia wysokich nakładów finansowych i dużych zasobów wiedzy oraz czasu, którymi nie zawsze dysponują mniejsi partnerzy,
- brak konsekwencji podczas ustaleń na temat wspólnego modelu wymiany informacji, który bierze swoje źródło z niskiej elastyczności i zaangażowania uczestników relacji biznesowych,
- czynniki społeczno-kulturowe, czyli zwyczaje, obyczaje i kultura biznesowa panująca w danym kraju bądź regionie<sup>9</sup>.

## PODSUMOWANIE

Rachunkowość strategiczna to stosunkowo młody i stale rozwijający się obszar współczesnej rachunkowości zarządczej. Coraz szybszy postęp cywilizacji, głównie za sprawą procesów globalizacji, stawia przed podmiotami gospodarczymi XXI wieku szereg nowych wyzwań. Podjęcie decyzji o stosowaniu narzędzi i metod proponowanych przez strategiczną rachunkowość zarządczą może się przyczynić do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej na rynku, o którą jest coraz trudniej. W rezultacie rachunkowość otwartych ksiąg to bardzo ciekawa propozycja usprawnienia procesów biznesowych. Podejmując ostateczną decyzję o ewentualnym wdrożeniu opisywanego systemu należy starannie przeprowadzić rachunek ekonomiczny tego przedsięwzięcia oraz przeanalizować wszystkie jego za i przeciw. W końcu już Heraklit z Efezu mawiał, że *jedyną stałą jest zmiana*, a J. W. Goethe pisał, iż *kto nie idzie do przodu ten się cofa...* Ryzyko nieodłączny element prowadzenia wszelkiej działalności gospodarczej, nie zawsze się *ono* opłaca, ale nie od dziś wiadomo że kto nie ryzykuje ten nie zyskuje. Ostateczna dyspozycja o implementacji bądź nie systemu rachunkowości jawnej pozostaje w gestii decydentów.

### Przypisy

1. I. Sobańska (red.), *Lean accounting: integralny element lean management: szczypta rachunkowości w zarządzaniu*, Wolters Kluwer, Warszawa 2013, s. 54.
2. I. Sobańska (red.), *Lean accounting: integralny element...*, dz. cyt., s. 55.
3. Michalak J., *Management accounting in networks – mapping the research streams*, Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości, tom 72 (128), SKWP, Warszawa 2013, pp. 95–115, s. 96.
4. Łada M. (red.), *Międzyorganizacyjna rachunkowość zarządcza: zastosowania metod rachunkowości w zarządzaniu sieciami biznesowymi*, Wolters Kluwer, Warszawa 2014, s. 51.
5. Zob. Kulmala H. I., *Open-Book Accounting in Networks*, "LTA – Finnish Journal of Business Economics" 2002, Vol 51, s. 157.
6. Zob. Łada M., *Pomiar ekonomiczny zorientowany na relacje z klientami we współczesnej rachunkowości*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Katowice 2011, s. 162.
7. Łada M., *Rachunkowość otwartych ksiąg...*, dz. cyt., s. 138.
8. Zob. Kozarkiewicz A., Łada M., *Zarządzanie wartością projektów: instrumenty rachunkowości zarządczej i controllingu*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2010, s. 218.
9. Por. Łada M., *Rachunkowość otwartych ksiąg – zarys koncepcji*, ZESZYTY TEORETYCZNE RACHUNKOWOŚCI, tom 49 (105), Warszawa 2009 r., s. 140–141.

Ewelina Stachecka  
e.stachecka@gmail.com

Finanse i Rachunkowość  
Uniwersytet Łódzki  
SKN Progress

Recenzent:  
dr Agnieszka  
Skoczylas – Tworek



## Crowdfunding rośnie w siłę! Sprawdź czy to coś dla Ciebie

Crowdfunding staje się coraz powszechniejszą praktyką e-biznesową. Rokrocznie zwiększa się ilość projektów finansowanych w ten społecznościowy sposób. Z kolei łączna, miesięczna wartość dokonywanych wpłat przekracza 0,5 mln zł. Czy w ten sposób możemy sfinansować dowolny projekt? Czy tak naprawdę jest crowdfunding?

### CZYM JEST FINANSOWANIE SPOŁECZNOŚCIOWE?

Crowdfunding jako forma finansowania był realizowany jeszcze przed zaistnieniem samego terminu. Za pierwszą kampanię crowdfundingu uznaje się zbiórkę, przeprowadzoną w 1997 r. przez brytyjską grupę Marillion, na rzecz sfinansowania trasy koncertowej po Stanach Zjednoczonych<sup>1</sup>. Za pośrednictwem Internetu, muzykom udało się zebrać 60 tys. dolarów. Właściwy rozwój koncepcji nastąpił w latach 2005 – 2008 podczas tworzenia platform internetowych takich jak Kickstarter.com, Zopa.com, IndieGoGo.com, Kiva.org i innych

Crowdfunding (inaczej: finansowanie społecznościowe) jest stosunkowo nowym modelem pozyskiwania środków niezbędnych w celu pokrycia wymaganych kosztów związanych z realizacją projektu. W związku z tym nie została wykształcona jednoznaczna definicja opisująca ideę crowdfundingu. Proces zdefiniowania tego pojęcia podlega ciągłej ewolucji. Na potrzeby artykułu, przytoczono jedną z definicji określających to pojęcie.

„(...) Crowdfunding to „rodzaj gromadzenia i alokacji kapitału przekazywanego na rzecz rozwoju określonego przedsięwzięcia

w zamian za określone świadczenie zwrotne, który angażuje szerokie grono kapitałodawców, charakteryzuje się wykorzystaniem technologii teleinformatycznych oraz niższą barierą wejścia i lepszymi warunkami transakcyjnymi, niż ogólnodostępne na rynku. (...)”<sup>2</sup>

Sam termin (crowdfunding) został zaproponowany przez Michaela Sullivan w 2006 r. na forum blogu fundavlog, poprzez ujęcie go w następujący sposób: „gromadzenie środków finansowych z tłumu jest bazą, od której wszystko inne zależy i jest tworzone. Zatem crowdfunding jest właściwym określeniem, bym mógł wyjaśnić istotę fundavlog”.

### CECHY DEFINIUJĄCE CROWDFUNDING

Celem zrozumienia oraz bliższego zapoznania się z ideą crowdfundingu konieczne jest ukazanie istotnych cech charakterystycznych opisujących to zjawisko. Wskazane poniżej właściwości umożliwią rozpoznanie finansowania społecznościowego wśród innych mechanizmów, w tym fundraisingu, zbiórek publicznych czy darowizn. Zatem crowdfunding jest postrzegany z punktu widzenia:

- pieniądza – jako finansowanie społecznościowe związane z przekazywaniem gotówki;
- celu – jako ściśle sprecyzowane przeznaczenie środków finansowych oraz efektów wynikających z ich wydatkowania;
- Internetu – jako narzędzia, za pośrednictwem którego odbywa się informowanie o projekcie, jego promocja bądź gromadzenie środków finansowych.

Crowdfunding jest również opisywany poprzez następującą specyfikę<sup>3</sup>:

- szeroka społeczność – informacja o projekcie jest dostępna dla szerokiego grona odbiorców;
- open call – skierowanie możliwości wsparcia projektu do nieoznaczonego adresata;
- wielu kapitałodawców – podmioty dokonujące niewielkich wpłat na projekt;
- przedział czasowy – ściśle określony termin w którym odbywa się zbiórka środków;
- atrakcyjne warunki – pozyskanie kapitału przez projektodawcę odbywa się na zasadach korzystniejszych w odniesieniu do zasad proponowanych przez rynek;
- świadczenie zwrotne – każdy podmiot udzielający wsparcia finansowego posiada prawo do otrzymania świadczenia w różnej formie (warunek: świadczenie zwrotne nie może mieć charakteru emocjonalnego).<sup>4</sup>

Projektodawcy, chcąc zwrócić uwagę kapitałodawców na zaproponowany projekt, oferują im różnorodne korzyści/swiadczenia. W związku z powyższym można wyodrębnić kilka rodzajów finansowania społecznościowego w oparciu o:

1. darowizny – korzyści posiadają charakter wizerunkowy, tj. podziękowanie na stronie internetowej, satysfakcja ze wsparcia projektu;
2. nagrody – profity przybierają postać gadżetów reklamowych, koszulek, płyt itp.;
3. przedsprzedaż – świadczenie stanowi produkt, który ma zostać wytworzony;
4. inwestowanie społecznościowe – nabycie przez finansującego udziałów/akcji w spółce

realizującej określony projekt, który ma przynieść wymierny zysk finansowy dla udziałowców/akcjonariuszy;

- pożyczki społecznościowe – udzielenie pomysłodawcy pożyczki służącej realizacji projektu oczekując jednocześnie zwrotu kapitału (z odsetkami lub bez).

## CROWDFUNDING A INNE ŹRÓDŁA FINANSOWANIA

Powszechność tego pojęcia jest jednoznacznie wyznaczona poprzez dostępne raporty, obrazujące zasięg działania tego zjawiska. Zgodnie ze sprawozdaniem Massolution pt.: „Crowdfunding Industry Report 2012” wykazano, iż w Europie zostało w ten sposób sfinansowanych 470 000 projektów, na których realizację zgromadzono ok. 735 mln euro. Wskazane wartości jednoznacznie podkreślają dotychczasowy sukces odnotowany przez finansowanie społecznościowe. Z kolei mając na uwadze perspektywę długoterminową, mechanizm ten może okazać się ważnym, alternatywnym źródłem finansowania innowacyjnych projektów. Zatem czy crowdfunding zyskuje przewagę nad innymi źródłami kapitału? Poniżej zaprezentowano wybrane argumenty potwierdzające pozytywne strony tej formy finansowania.

Po pierwsze, łatwo i szybko można dokonać weryfikacji potencjału rynkowego danego projektu. Społeczeństwo za pośrednictwem portali finansowania społecznościowego, głośuje na projekt poprzez dokonywanie wpłat z góry, nie znając finalnego rezultatu. Już po kilku dniach istnieje możliwość określenia, na podstawie deklaracji kapitałodawców, czy nasz pomysł ma szansę na komercyjny sukces. Rodzaj produktu nie ma znaczenia, istotne jest bowiem odszukanie chętnych, którym spodoba się koncept. W sytuacji, gdy nasz produkt nie wzbudzi zainteresowania, należy przeanalizować jego słabe punkty – naprawiając je bądź w ogóle z niego zrezygnować.

Po drugie, istnieje możliwość uzyskania finansowania projektów specyficznych, o niewielkiej skali / wielkości, które mają utrudniony dostęp do innych, tradycyjnych źródeł finansowania. Posiadając pomysł, nie

zawsze jesteśmy w stanie przedstawić wiarygodne zabezpieczenie, co ostatecznie oddala nas od możliwości skorzystania chociażby z kredytów. W tym przypadku nie liczy się wiarygodność zabezpieczenia, wystarczy wykazać, iż nasz projekt jest możliwy do zrealizowania oraz atrakcyjny dla odbiorców.

Ostatecznie crowdfunding pozwala na wypromowanie projektu w tani i szybki sposób, wśród licznej społeczności. Oprócz osób, które finansowo wesprą nasz projekt, docieramy do potencjalnych nabywców naszego produktu, budując tym samym relacje na przyszłość.

## FINANSOWANIE SPOŁECZNOŚCIOWE W LICZBACH

Na Zachodzie crowdfunding stał się podstawowym źródłem finansowania niecodziennych projektów. Aby docenić jego możliwości, należy prześledzić największe sukcesy zagranicy, które zaprezentowano w tabeli poniżej. Powinny one stać się motywem dla pomysłodawców, którzy nie mają wystarczających środków na realizację swoich marzeń.

Zaprezentowane dane pokazują, iż zebrane w ramach finansowania społecznościowego kwoty znacząco przewyższają oczekiwania pomysłodawców. Stanowi to idealny przykład skuteczności działania tego mechanizmu. Szansę na uzyskanie finansowania mają zarówno przedsięwzięcia charytatywne, kulturowe, społeczne czy biznesowe. Oczywiście konieczne jest odpowiednie przygotowanie, praca nad kreowaniem wiarygodności oraz ogromne zaangażowanie. Naszym nadrzędnym celem jest konieczność opracowania pomysłu w atrakcyjny sposób, aby zachęcić do niego społeczeństwo. Dodatkowo jesteśmy zobowiązani do spełnienia wymogów, jakie większość portali narzuca w odniesieniu do wyglądu projektu. Opracowany projekt, między innymi, powinien zawierać następujące elementy:

- tytuł – krótki, przykuwający uwagę, wyjaśniający ideę projektu;
- opis – szczegółowa charakterystyka projektu, sposobu jego realizacji; istotne może okazać się tutaj uatrakcyjnienie opisu poprzez załączenie dodatkowych wizualizacji;

- video – element nieobowiązkowy, jednak niejednokrotnie pomaga ono w wzbudzeniu zainteresowania wśród odbiorców;
- cel finansowy – minimalny poziom budżetu niezbędny do realizacji projektu. Jego wysokość powinna być ustalona w stopniu pozwalającym na realizację projektu, bez obniżania jego jakości. Oczywiście lepiej jest, gdy cel finansowy znajduje się na jak najniższym poziomie, gdyż od jego osiągnięcia zależy pomyslnie zakończenie naszego projektu;
- informację o nagrodach, profitach/bonusach dla jednostek dokonujących wpłaty. Mogą one przybierać formę produktów bądź usług (bilet, płyta CD), unikalnych wartości (autograf) lub akcji.

Swoją drogą warto zaplanować także działania promocyjne, dzięki którym o projekcie dowie się wiele osób, w tym media, a internauci będą zainteresowani uczestnictwem.

Jeżeli projekt jest dobry, rzeczywiście przydatny – społeczność internetowa nie będzie znała ograniczeń w finansowym wsparciu. Aby zwiększyć swoje szanse, należy przedstawić projekt oferujący usługę bądź produkt, które wypełnią obecną „lukę” na rynku, ponieważ sztuka jest pokazująca społeczeństwu pomysły, które zaintrygują bądź wzbudzą ich zainteresowanie.

### Bibliografia:

- Crowdfunding's Potential for the Developing World. 2013. Info Dev, Finance and Private Sector Development Department. Washington, DC: World Bank, [http://www.infodev.org/infodev-files/infodev\\_crowdfunding\\_study\\_0.pdf](http://www.infodev.org/infodev-files/infodev_crowdfunding_study_0.pdf)
- JAD CZAK Michał, Największe sukcesy crowdfundingu w liczbach, <http://technologie.ngo.pl/wiadomosc/1004009.html>, data dostępu: 27.12.2014.
- WARDYŃSKI, Crowdfunding, Warszawa 2014, <http://www.codozasady.pl/wp-content/uploads/2014/09/raport-o-crowdfunding.pdf>, data dostępu: 06.01.2015r.
- How Big Will the Debt and Equity. Crowdfunding Investment Market Be? Comparisons, Assumptions, and Estimates, College of Engineering University of California, Berkeley, [http://www.funqinstute.berkeley.edu/sites/default/files/Crowdfund\\_Investment\\_Paper.pdf](http://www.funqinstute.berkeley.edu/sites/default/files/Crowdfund_Investment_Paper.pdf), data dostępu: 06.01.2015r.
- SCOTT STEINBERG, The Crowdfunding Bible – How to raise money for any startup, video game, or project, <http://www.crowdfundingguides.com/The%20Crowdfunding%20Bible.pdf>, data dostępu: 31.12.2014r.
- DE BUYSERE K., A Framework for European Crowdfunding, [http://www.europecrowdfunding.org/files/2013/06/FRAMEWORK\\_EU\\_CROWDFUNDING.pdf](http://www.europecrowdfunding.org/files/2013/06/FRAMEWORK_EU_CROWDFUNDING.pdf), data dostępu: 06.01.2015r.

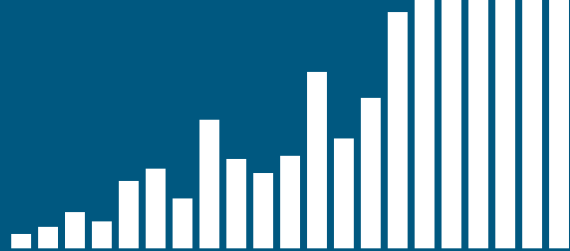
### Przypisy

- DZIUBA D., Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania, [w:] Problemy zarządzania, vol. 10, nr 3 (38), s. 83-103, <http://pz.wz.uw.edu.pl/sites/default/files/artykuly/dziuba.pdf>
- KRÓL K., „Finansowanie społecznościowe jako źródło finansowania przedsięwzięć w Polsce”, <http://crowdfunding.pl/crowdfunding-faq/>, data dostępu: 05.01.2015r.
- KRÓL K., „Crowdfunding. Od pomysłu do biznesu, dzięki społeczności”, Warszawa 2013.
- Doodler – specjalne pióro za pomocą którego można „rysować” za pomocą materiałów używanych w drukarkach 3D. Stał on się prawdziwym hitem, pomimo wysokiego poziomu skomplikowania wywołanego wysoką precyzją jaką należy się wykazać, podczas użytkowania.
- Oculus Rift – specjalne google pozwalające na przeniesienie użytkownika do świata rzeczywistości wirtualnej. Wynalazkiem tym szybko zainteresowali się: Facebook, Google czy Sony.
- The Dash – słuchawki nie posiadające okablowania, działają za pomocą połączenia Bluetooth. Wyposażone są w czujniki dla aktywnych, ułatwiają im tym samym kontrolowanie organizmu w czasie wysiłku.
- Pono Music – odtwarzacz umożliwiający emisję plików muzycznych niepoddanych żadnym zabiegom kompresyjnym, prosto z sal nagrańowych.
- Pebble – smartwatch z prostym wyświetlaczem z papieru elektronicznego.

Tabela 1. Najciekawsze i najdroższe projekty, jakie zaistniały dzięki portalom crowdfundingowym

Nazwa projektu	Plan	Realizacja
3Doodler <sup>5</sup>	30 000	2 344 134
Oculus Rift <sup>6</sup>	250 000	2 437 429
The Dash <sup>7</sup>	260 000	3 390 551
Pono Music <sup>8</sup>	800 000	6 225 354
Pebble <sup>9</sup>	100 000	10 266 845

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Michał Jadcak, Największe sukcesy crowdfundingu w liczbach, <http://technologie.ngo.pl/wiadomosc/1004009.html>, dostęp dnia: 27-12-2014.



# AKADEMIA LIDERÓW RYNKU

KAPITAŁOWEGO

## X. EDYCJA



# PRESTIŻOWY PROJEKT KSZTAŁCĄCY PRZYSZŁĘ ELITY ŚWIATA FINANSÓW W POLSCE

## KOGO SZUKAMY?

Projekt kierujemy do studentów (od 3 roku studiów) i absolwentów (do 26. roku życia), dla których ekonomia i finanse są prawdziwą pasją. Szukamy młodych liderów, którzy są aktywni w swoim otoczeniu, rozwijają swoje zainteresowania, inicjują i angażują się w projekty edukacyjne i społeczne.

Jeżeli jesteś pasjonatem rynków kapitałowych, biznesu lub prawa, **dołącz do nas w 2015 roku!**

## NA ZGŁOSZENIA CZEKAMY DO 3 MAJA 2015 ROKU

[www.alrk.paga.org.pl](http://www.alrk.paga.org.pl)





# Przedsiębiorstwa sektora finansowego w mediach społecznościowych



Istnienie mediów społecznościowych jest nierozdzielnie powiązane z istnieniem Internetu. Media te pojawiły się jako konsekwencja rozwoju technologii internetowych<sup>1</sup>. Można nawet spotkać się ze stwierdzeniem, że media społecznościowe „są tak stare jak Internet”<sup>2</sup>. Mimo że sam termin *social media* powstał już w ubiegłym wieku<sup>3</sup>, to dynamiczny rozwój nazywanych tym określeniem narzędzi nastąpił w ciągu ostatnich kilku lat. Media społecznościowe, przeznaczone początkowo do komunikowania się między indywidualnymi użytkownikami, szybko rozszerzały swój zasięg. Zaczęto umożliwiać komunikację nie tylko osobom prywatnym, ale także przedsiębiorstwom, które chciały rozpocząć budowanie swojego wizerunku wśród społeczności potencjalnych i aktualnych klientów<sup>4</sup>.

Przedsiębiorstwa od samego początku prezentowały różnorakie podejścia do tematu biznesowego wykorzystania mediów społecznościowych. Jednym z czynników różnicujących to podejście jest branża, w jakiej działa firma. W tym temacie w pewnych aspektach wyróżnia się branża finansowa.

## MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE - SPOSÓB NA UZYSKANIE PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ?

Wraz z nieustannym rozwojem nowych technologii, a co za tym idzie, postępującą w ostatnich latach digitalizacją usług finansowych, nie zmieniły się zbytnio oczekiwania klientów odnośnie tychże usług. Priorytetem wciąż pozostaje dla nich wygoda korzystania<sup>5</sup>. Jednocześnie rośnie sprzedaż produktów finansowych odbywająca się przy użyciu urządzeń mobilnych, co w konsekwencji oznacza, że coraz więcej klientów doświadcza zautomatyzowanego kontaktu z instytucjami finansowymi.

Chociaż cyfryzacja nie zmieniała priorytetów klientów w temacie korzystania z usług finansowych, to doprowadziła do zmian w przyjmowanych kryteriach wyboru dostawców tych usług. Wybór na podstawie odległości oddziały danej instytucji od domu lub miejsca pracy potencjalnego klienta został w znacznej mierze zastąpiony wyborem opartym jedynie o ceny i korzyści wynikające z konkretnych rozwiązań produktowych. Dla strony popytowej rynku finansowego takie spojrzenie wydaje się być uzasadnione. Patrząc jednak z perspektywy strony podaźowej, konkurowanie wyłącznie za pomocą cen i cech produktów nie jest korzystne dla wielu marek, a w szczególności dla przedsiębiorstw finansowych, takich jak banki czy zakłady ubezpieczeń<sup>6</sup>. Wyróżnienie się spośród konkurentów w takich warunkach wymaga zatem czegoś innego, trwalszego. Dlatego też aktualnym wyzwaniem stojącym przed przedsiębiorstwami finansowymi jest ożwienie osobistych doświadczeń klientów bez jednoczesnego zmniejszania stopnia wygody korzystania z usług. Sposobem wspomagającym oferowanie klientom zarówno komfortu użytkowania, jak i spersonalizowanej obsługi może być inteligentne wykorzystanie mediów społecznościowych. Pozwalają one z jednej strony na zaangażowanie konsumentów w relacje z firmą i na bardziej bezpośredni kontakt, mimo że wciąż za pośrednictwem Internetu, z drugiej zaś pokazują ludzkie oblicze przedsiębiorstw<sup>7</sup>.

Wydaje się więc, że usługi finansowe i media społecznościowe to dobre połączenie. To stwierdzenie wynika z faktu, iż sukces przedsiębiorstw finansowych jest oparty na ich umiejętnościach budowania relacji z klientami, analizowania ogromnych ilości dynamicznie zmieniających się danych<sup>8</sup> i wykorzystywania najnowszych technologii w celu uzyskiwania przewagi nad konkurencją<sup>9</sup>. Wszystkie te umiejętności mają zasadnicze znaczenie przy skutecznym wykorzystaniu potencjału, jaki niesie ze sobą użytkowanie mediów społecznościowych. Mimo to poziom zrozumienia i zaangażowania firm sektora finansowego w te media jest jeszcze niski w porównaniu z innymi sektorami korporacyjnymi<sup>10</sup>, chociaż coraz bardziej widoczne są zmiany w tej tendencji.

## WYZWANIA BRANŻY FINANSOWEJ

Przedsiębiorstwa branży finansowej stosunkowo późno zaczęły budować swoją obecność w mediach społecznościowych. Podczas gdy marki konsumenckie zaczęły podejmować działania promocyjne i odkrywać możliwości nowych mediów już w połowie pierwszego dziesięciolecia XXI wieku, sektor finansowy był tam wciąż nieobecny. Dopiero kilka lat później pracownicy branży finansowej zaczęli dostrzegać i doceniać potencjał drzemiący

w nowych platformach społecznościowych. Mimo to ich podejście do tematu było wciąż nieufne, a same media społecznościowe często uważali za pewną fanaberię czy chwilową modę, która wkrótce przeminie, dlatego też nie podejmowali za ich pomocą prób dotarcia do swoich docelowych klientów. Sytuacja ta zaczęła się zmieniać wraz ze zmianami w strukturze demograficznej użytkowników nowych mediów (wzrost liczby użytkowników w interesujących firmy przedziałach wiekowych). Firmy finansowe rozpoczęły wykorzystywanie tych środków przekazu w celu budowania strategii marketingowych oraz komunikacji z klientami. W toku tych działań napotkały na dwie przeszkody: jedną pochodzącą z zewnątrz i jedną wewnętrzną.

Zewnętrznym wyzwaniem stał się kryzys finansowy. Dynamiczny wzrost popularności wielu serwisów społecznościowych nastąpił w ciągu 2007 i 2008 roku, czyli w czasie, kiedy coraz większa część sektora finansowego zaczęła odczuwać skutki uderzenia kryzysu kredytowego. Początkowo to kryzys kredytowy, a następnie kryzys finansowy i gospodarczy spowodowały ogromne szkody wizerunkowe całej branży usług finansowych. Co ciekawe, platformy społecznościowe przyczyniły się do tego, odgrywając znaczącą rolę w rozpowszechnianiu informacji oraz dyskusji na temat rozwijającego się kryzysu finansowego. Dziennikarze, głównie za pomocą Twittera i własnych blogów, opisywali jego rozwój i związane z nim aktualne wydarzenia. Docierające zewsząd negatywne wiadomości doprowadziły w rezultacie do znacznego spadku poziomu zaufania opinii publicznej do instytucji finansowych, czego potwierdzeniem mogą być dane na temat sytuacji na rynku brytyjskim: w latach 80. ubiegłego wieku 90% społeczeństwa twierdziło, że banki są dobrze zarządzane, podczas gdy w roku 2009 liczba ta spadła do 19%<sup>11</sup>.

Ze względu na wszystkie te wydarzenia wiele przedsiębiorstw finansowych było niechętnych budowaniu swojej obecności w mediach społecznościowych w czasie, gdy nie tylko cała branża przechodziła fundamentalne zmiany, ale również nastroje społeczeństwa wobec sektora finansowego były bardzo negatywne. Mimo iż znaczna część firm finansowych nie była w okresie kryzysu obecna w nowych mediach, klienci i tak dyskutowali o nich na portalach społecznościowych. Nieobecność komentowanych firm na tych platformach obróciła się przeciwko nim samym i doprowadziła do braku ich kontroli nad tym, co się o nich mówi. Trzeba jednak zaznaczyć, że już przed rozpoczęciem kryzysu finansowego konsumenci wywierali presję na przedsiębiorstwach finansowych przy użyciu serwisów społecznościowych. Można tu przytoczyć przykład działania brytyjskiego stowarzyszenia *The National Union of Students*. Za pośrednictwem Facebooka

stowarzyszenie to przeprowadziło akcję mającą na celu przekonanie banku HSBC, aby nie likwidował nieoprocementowanych kredytów w rachunku bieżącym studentom, którzy właśnie ukończyli studia. Akcja zgromadziła ponad 5 tysięcy zwolenników i pokazała siłę konsumentów współpracujących na masową skalę za pomocą mediów społecznościowych<sup>12</sup>.

Jeśli chodzi o drugą ze wspomnianych przeszkód „wewnętrzna” mowa tu o kwestii tzw. *compliance*<sup>13</sup>. *Compliance* w zakresie mediów społecznościowych to wyzwanie stojące szczególnie przed przedsiębiorstwami należącymi do sektorów w znacznej mierze regulowanych przez państwo. Nie tylko obowiązujące w danym kraju prawo<sup>14</sup>, ale także regulacje branżowe mogą w znacznym stopniu ograniczać swobodę w decydowaniu o tym, co i jak przedsiębiorstwa te mogą komunikować za pomocą mediów. Nieprzestrzeganie ustalonych zasad może w ostateczności doprowadzić do takich negatywnych skutków jak: pozwy i procesy sądowe, grzywny czy utrata reputacji.

Instytucje finansowe, jako instytucje zaufania publicznego, w szczególny sposób są zobowiązane do ochrony danych osobowych swoich klientów. Działania tych podmiotów w mediach społecznościowych niosą ze sobą ryzyka związane z bezpieczeństwem i poufnością udzielanych im informacji. Trzeba tu podkreślić, że *social media* nie powinny być wykorzystywane do pozyskiwania osobistych danych od potencjalnych i obecnych klientów, ponieważ mogłoby to doprowadzić do zagrożeń takich jak kradzież tożsamości czy *phishing*<sup>15</sup>.

Mimo wspomnianych trudności sektor finansowy jest coraz silniej obecny w przestrzeni mediów społecznościowych i to niezależnie od posiadanej strategii w tym zakresie<sup>16</sup>. Może to wynikać z dwóch tendencji. Po pierwsze, z wciąż zwiększającej się roli mediów społecznościowych w życiu znacznej części społeczeństw, a po drugie, z dużego znaczenia Internetu jako źródła pozyskiwania informacji, w tym informacji dotyczących produktów i usług finansowych.

## SPECYFIKA DZIAŁAŃ SEKTORA FINANSOWEGO W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Warto odpowiedzieć na pytanie, czy przedsiębiorstwa branży finansowej wykorzystują zalety mediów społecznościowych w taki sam sposób, jak czynią to firmy z innych branż. Kilka kwestii nieodłącznie związanych z sektorem usług finansowych sprawia, że w tym przypadku jest to inicjatywa bardziej złożona i jednocześnie bardziej zniechęcająca niż w przypadku innych rodzajów biznesu. Wynika to m.in. stąd, że bankowość, ubezpieczenia i inne części sektora finansowego zajmują najniższe pozycje w rankingach

działów gospodarki uszeregowanych według deklarowanego wobec nich zaufania. W konsekwencji, liczba osób zainteresowanych profilami przedsiębiorstw finansowych jest zdecydowanie mniejsza niż w przypadku firm z innych branż. Trzeba jednak zauważyć, że mimo mniejszej ilości osób zainteresowanych profilami firm finansowych, profile te często cieszą się stosunkowo dużym zaangażowaniem użytkowników<sup>17</sup>.

Porównując styl publikowanych w nowych mediach wypowiedzi marek finansowych z publikacjami innych branż, różnica w komunikacji jest znacząca. Firmy finansowe są bardziej niż wszelkie inne rodzaje przedsiębiorstw narażone na negatywne reakcje ze strony niezadowolonych klientów. W rzeczywistości może to doprowadzić do sytuacji, w których zaangażowanie przedsiębiorstw w działania prowadzone w mediach społecznościowych koncentrują się przeważnie na zbieraniu skarg i przeproszeniu<sup>18</sup>.

## OCZEKIWANIA UŻYTKOWNIKÓW

Nie jest zaskoczeniem fakt, iż media społecznościowe szybko stały się kolejnym kanałem obsługi klientów instytucji finansowych. Kiedy konsumenci potrzebują pomocy, chcą ją zwykle uzyskać na własnych warunkach. Spędzając czas na danym portalu, najłatwiej jest im zadać firmie pytanie, wyrazić prośbę czy opublikować skargę właśnie w tym miejscu. Jeśli tylko mają taką możliwość, coraz częściej wybierają sposób umożliwiający upublicznienie ich opinii czy prośby. Tym samym setki innych osób mogą się dołączyć i poprzeć dany komentarz. Takie upublicznienie ma również za zadanie zwiększyć presję wywieraną na danej firmie, aby ta jak najszybciej, a najlepiej natychmiast, zareagowała na działanie klienta<sup>19</sup>. Jak wskazują dane, co najmniej 80% klientów kierujących zapytanie do firmy za pomocą mediów społecznościowych oczekuje odpowiedzi jeszcze tego samego dnia, około 50% chce uzyskać odpowiedź w ciągu dwóch godzin, natomiast 30% użytkowników Twittera oraz 25% użytkowników Facebooka oczekuje reakcji w ciągu mniej niż pół godziny<sup>20</sup>. Warto zaznaczyć, że w wielu przypadkach istotniejsza dla klientów jest szybka reakcja firmy niż samo rozwiązanie problemu. Osoby, które otrzymały odpowiedź na swoje zapytanie, bardzo często rekomendują daną markę swoim znajomym<sup>21</sup>, czyli potencjalnym nowym klientom. Jak podaje raport firmy Accenture, czterech na pięciu klientów skorzystałoby z rekomendacji znalezionych za pomocą mediów społecznościowych po to, aby na przykład wybrać najbardziej odpowiedni zakład ubezpieczeń. Co więcej, dla około 30% respondentów rekomendacje te stanowiłyby główne kryterium tegoż wyboru.

Czego jeszcze poszukują użytkownicy mediów społecznościowych odwiedzający profile przedsiębiorstw finansowych? Na to pytanie odpowiada raport firmy Accenture<sup>22</sup>, w którym wskazano najczęstsze oczekiwania klientów wobec podmiotów finansowych. Są to:

- informowanie o nadchodzących promocjach,
- dostęp do opinii innych użytkowników,
- otrzymywanie porad finansowych,
- propozycje personalizowanych produktów finansowych,
- nagrody za rekomendowanie marki,
- możliwość publikowania własnych opinii, skarg oraz pytań,
- dostęp do aplikacji wspomagających zarządzanie własnymi finansami.

## JAK SIĘ KOMUNIKOWAĆ?

Korzyści wynikające z prezentowania firmy przy pomocy nowych technologii są poszukiwane przez większość przedsiębiorstw obecnych w mediach społecznościowych. Wiele z tych przedsiębiorstw wykorzystuje w swoich przekazach humor, nieformalny język i bardziej „ludzkie” podejście od tego, do którego przez wiele lat tradycyjnego marketingu wszyscy zdążyli przywyknąć. Biorąc jednak pod uwagę specyfikę branży finansowej, takie podejście może być postrzegane jako sprzeczne z obrazem wiarygodnej, profesjonalnej firmy zajmującej się tak poważnymi tematami jak kredyty czy ubezpieczenia. Można tu zauważyć pewien paradoks. Z jednej strony oczekuje się od podmiotów rynku finansowego prezentowania się w mediach w sposób formalny, jak przystało na poważne instytucje, natomiast z drugiej strony, przedsiębiorstwa finansowe nie cieszą się dużą popularnością na portalach społecznościowych właśnie ze względu na „suche”, sztywne przekazy.

Warto w tym miejscu przytoczyć przykład dwóch marek wprowadzonych na rynek przez brytyjską sieć Tesco. Jedną z nich to marka sieci komórkowej, Tesco Mobile, natomiast druga, Tesco Bank, to firma reprezentująca rynek finansowy. Na Twitterze można zaobserwować dwa różne podejścia do prezentowania wskazanych marek. Tesco Mobile jest prowadzone jako interaktywne, pełne humoru, przyciągające uwagę konto, które gromadzi wielu fanów, natomiast Tesco Bank to przykład jednostronnych, korporacyjnych przekazów. Trzeba zauważyć, że pierwszy ze wskazanych profili zgromadził 25 razy więcej zwolenników niż ten drugi.

## PODSUMOWANIE

Wydaje się, iż w dzisiejszej rzeczywistości, w której media i nowe technologie odgrywają tak znaczącą rolę, obecność firmy w mediach

społecznościowych nie jest kwestią wyboru, a koniecznością. Nie można jednak zapominać, że aby działania firmy prowadzone w tym obszarze odnosiły zamierzone korzyści, muszą być przemyślane, dostosowane do docelowych odbiorców oraz zgodne ze strategią biznesową i celami firmy. Dodatkowo, przedsiębiorstwa finansowe powinny zwrócić uwagę na wskazane w artykule obszary problemowe. Mimo wielu utrudnień i zawiłości sprawiających, że prowadzenie przez firmy finansowe kont w mediach społecznościowych jest dużym wyzwaniem, należy pamiętać o wynikających z tego różnorodnych korzyściach, których omówienie to temat na osobne opracowanie.

### Przypisy

1. MIOTK A., Skuteczne social media. Prowadź działania, osiągając zamierzone efekty, Helion, Gliwice 2013.
2. BONEK T., SMAGA M., Biznes na Facebooku i nie tylko, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2013.
3. BERCOVICI J., Who Coined "Social Media"? Web Pioneers Compete for Credit, 2010, <http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2010/12/09/who-coined-social-media-web-pioneers-compete-for-credit/> (dostęp: 22.01.2015).
4. Tamże, s.15.
5. Brandwatch, Brandwatch Report. Financial Services 2014. Social listening & financial services: An industry snapshot, 2014, s.3.
6. Tamże, s.4.
7. Jako inną korzyść można tu wskazać niższe koszty obsługi. Według danych przedstawionych w raporcie firmy Brandwatch obsługa klienta przy użyciu mediów społecznościowych może kosztować sześciokrotnie mniej niż obsługa tego samego klienta przez telefon.
8. Tzw. big data.
9. Cicero, Made in heaven or marriage from hell? Social media and the financial sector, 2012.
10. Wskazuje na to chociażby brak marek z branży finansowej w zestawieniu 50 najpopularniejszych profili korporacyjnych na Facebooku (omawiane zestawienie zostało stworzone przez firmę Accenture).
11. Cicero, Made in heaven or marriage from hell? Social media and the financial sector, 2012, s.12.
12. Tamże, s.13.
13. Compliance (z ang. przestrzeganie, zgodność) to w najprostszym ujęciu działanie zgodne z obowiązującymi regulacjami i przepisami prawa.
14. KUCHCIAK I., Social media jako element strategii banków opartej budowaniu relacji z klientami, Zarządzanie i Finanse, Journal of Management and Finance, vol 10, no 4, part 1, 2012. Mówiąc o regulacjach na szczeblu krajowym można wskazać przykładowo na zapisy zawarte w ustawie o ochronie danych osobowych, o zmianie ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych oraz prawie prasowym. Na poziomie międzynarodowym należy wskazać przede wszystkim na standardy koncentrujące się na eliminowaniu naruszeń własności intelektualnej.
15. Biuro Służby Kryminalnej Komendy Głównej Policji, Ochrona informatyczna danych- „phishing” i kradzież tożsamości, 2010, <http://www.policja.pl/pol/kp/bsk/dokumenty/cyberprzestepczosc/58792,Ochrona-informatyczna-danych-phishing-i-kradziez-tozsamosci.html?search=877166> (dostęp: 19.01.2015). Phishing polega na pozyskiwaniu danych poprzez wprowadzenie w błąd co do autentyczności portali internetowych lub autentyczności źródeł wiadomości elektronicznych przekierowujących lub nakładających do odwiedzenia fałszywych stron internetowych. Warto podkreślić, że sektor finansowy jest obecnie numerem jeden na liście celów ataków hakerów.
16. KUBICA E., Banki w mediach społecznościowych, 2012, [http://www.alebank.pl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=15533:banki-w-mediach-spoecznościowych&catid=574:mk-pl&Itemid=365](http://www.alebank.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=15533:banki-w-mediach-spoecznościowych&catid=574:mk-pl&Itemid=365) (dostęp: 23.01.2015).
17. Accenture, Insurers and social media: vast potential, significant challenges, 2012, <http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/PDF/Accenture-Insurers-Social-Media-Vast-Potential-Significant-Challenges.pdf>, s.5 (dostęp: 20.01.2015).
18. Brandwatch, Brandwatch Report. Financial Services 2014. Social listening & financial services: An industry snapshot, 2014, s.5.
19. Deloitte, Biznes społecznościowy- nowa era w komunikacji biznesowej. Raport na podstawie badania „Polskie firmy na Facebooku- portale społecznościowe w komunikacji marketingowej polskich przedsiębiorstw, 2012.
20. Tamże, s.13.
21. Co ciekawe, rekomendują ją nawet wtedy, kiedy ich problem nie został rozwiązany; wystarczyło, że firma zareagowała na wypowiedź klienta i nawiązała z nim kontakt.
22. Accenture, Social Banking. The Social Networking Imperative for Retail Banks, 2011, <http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/PDF/Accenture-Social-Banking-Retail.pdf> (dostęp: 10.01.2015).

# EFEKTYWNE ZARZĄDZANIE RYZYKIEM BIZNESOWYM

Paweł Dzieciol  
pawel.dzieciol@arm-polska.pl

Finanse i Rachunkowość  
Uniwersytet Ekonomiczny  
w Poznaniu

Recenzent:  
dr Magdalena Osak



Zarządzanie ryzykiem jest kategorią względnie nową, której ramy nie są jeszcze w pełni określone, a która to nieustannie jest poznawana, odkrywana i redefiniowana. Początki wdrażania systemów zarządzania ryzykiem sięgają drugiej połowy XX wieku, choć samo ryzyko i różne formy jego kontroli towarzyszą ludzkości od początku dziejów. Ludzie pierwotni, wznecając ogień, otaczali palenisko kamieniami, aby ten nie rozprzestrzenił się. Z drugiej strony lokalizowali paleniska na tyle blisko miejsc noclegowych, aby wspomniany ogień zapewnił bezpieczeństwo przed zwierzyną, jednakże na tyle były one oddalone od nich, aby nie wybuchł pożar. Są to różne formy kontroli ryzyka i - jak można zauważyć - większość z nich jest naturalnym zachowaniem człowieka, często podejmowanym instynktownie. Podobnych zależności można dopatrzeć się w przedsiębiorstwie.

## ISTOTA ERM

Literatura przedmiotu wyróżnia wiele definicji ryzyka i zarządzania ryzykiem, jak również kategorii rodzajowych ryzyka. Mogą one dotyczyć jednego konkretnego obszaru, np. ryzyko bankowe, ryzyko kredytowe, ryzyko podatkowe, ryzyko ubezpieczeniowe lub ryzyko inwestycyjne<sup>1</sup>. Istnieje jednak kategoria, która obejmuje po części wszystkie inne, nazywana jest ryzykiem biznesowym. Jest to o tyle nietypowe, że dla każdego przedsiębiorstwa przybiera ono inną formę ze względu na zindywidualizowaną praktykę działalności gospodarczej. Zatem zarządzanie ryzykiem biznesowym (ang. *Enterprise Risk Management* - ERM<sup>2</sup>) jest to taki system zarządzania, który koncentruje się na danym przedsiębiorstwie, a który obejmuje podmiot w sposób kompleksowy. Niektórzy autorzy

traktują ERM jako część strategii korporacyjnej<sup>3</sup>. W polskiej literaturze zarządzanie ryzykiem dość powszechnie rozumie się przez „radzenie sobie z ryzykiem w przedsiębiorstwie”<sup>4</sup>. Inne podejście prezentuje C. Bennett, który traktuje *risk management* jako *ochronę aktywów, dochodów, zobowiązań oraz zasobów ludzkich przedsiębiorstwa z zachowaniem maksymalnej efektywności oraz przy możliwie najniższym koszcie tej ochrony*<sup>5</sup>. Warto także przedstawić zarządzanie ryzykiem w ujęciu systemowym, definiowane jako *system metod i działań zmierzających do obniżenia stopnia oddziaływania ryzyka na funkcjonowanie podmiotu gospodarczego, służący do podejmowania w tym celu optymalnych decyzji. Natomiast głównym jego celem jest zabezpieczenie operacyjnej efektywności przedsiębiorstwa*<sup>6</sup>. Bez względu na przyjętą definicję, ryzyko biznesowe może zawierać różne czynniki, które mogą mieć potencjalny wpływ na działalność, procesy i zasoby organizacji<sup>7</sup>. Takie podejście zakłada wydzwięk ryzyka zarówno pozytywnego<sup>8</sup>, jak i negatywnego<sup>9</sup>. Należy dodać, że przesłanką organizacyjną jest zazwyczaj fundamentalnym powodem wdrażania systemu zarządzania ryzykiem<sup>10</sup>.

## WDRAŻANIE SYSTEMU ERM

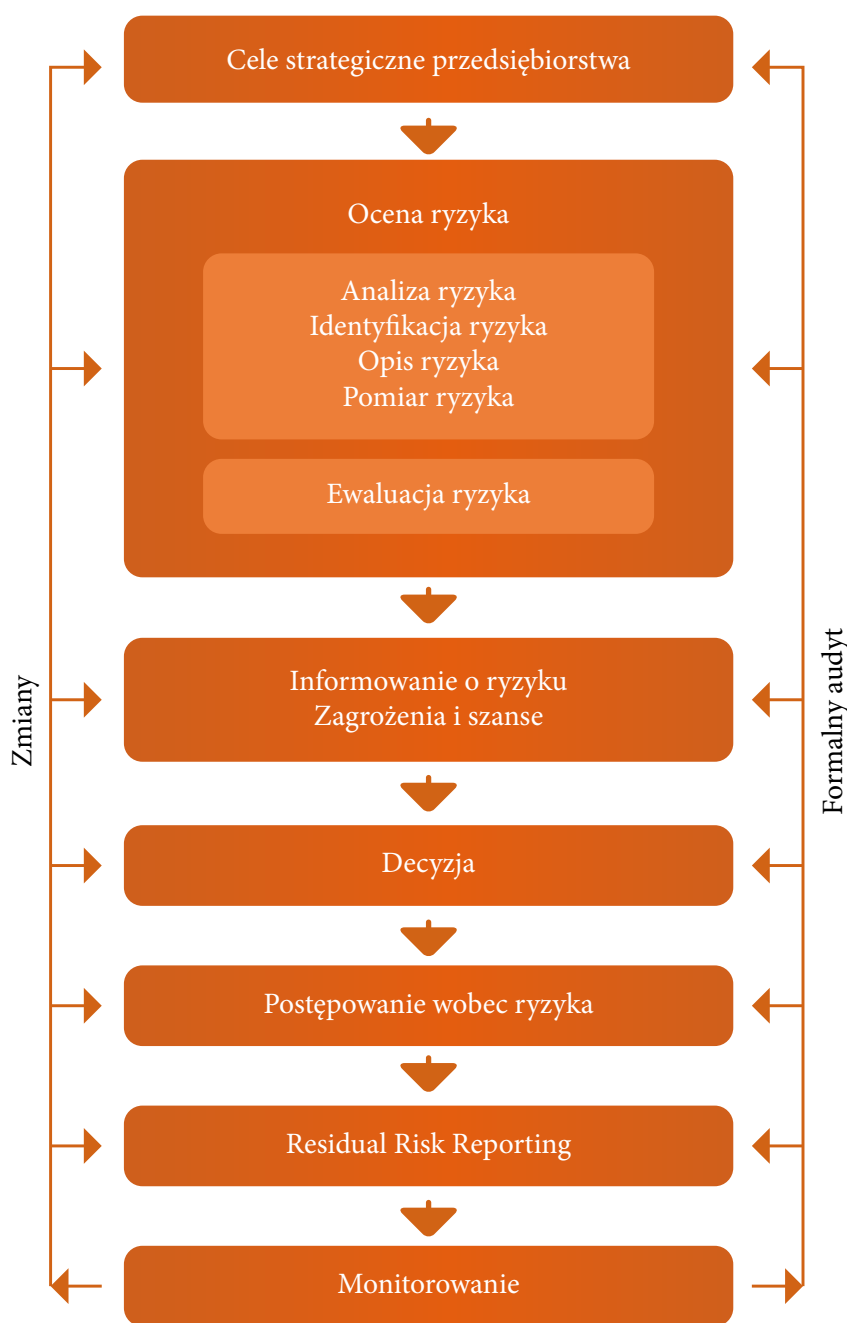
Przedsiębiorstwa mogą wdrażać różne systemy zarządzania ryzykiem. Gama systemów oferowanych przez rynek jest naprawdę szeroka. Z jednej strony organizacje mogą wybierać systemy standaryzowane, takie jak ISO 31000:2009, COSO, AS/NZS 4360:2004 lub standardy AIRMIC/ALARM/IRM<sup>11</sup>. Wśród inicjatyw krajowych można też doszukać się działań Ministra Finansów wybierających formy tzw. *soft law* - wytycznych i dobrych praktyk niemających charakteru przepisów powszechnie obowiązujących<sup>12</sup>.

Z drugiej strony istnieją firmy, które wypracowały własny system *risk management* lub oferują wdrażanie zindywidualizowanych systemów, tzw. „szytych na miarę”. Trudno wskazać optymalny wybór wdrażania ERM, ponieważ każda organizacja cechuje się własnymi potrzebami i oczekiwaniami.

Znamienną kwestię porusza jednak F. Knight, pytając czy warto minimalizować ryzyko, czy może lepiej jest je wykorzystywać dla osiągnięcia maksymalnych zysków<sup>13</sup>. Szeroko rozumiany *risk management* jest na pewno procesem długookresowym, ukierunkowanym na rozwój organizacji<sup>14</sup>. Wdrożenie systemu ERM jest rozłożone w czasie, w pierwszej kolejności wymaga zaangażowania zarządu i pracowników wyższego szczebla oraz może kształtować się w różnej formie. Standard zarządzania ryzykiem FERMA w prosty, a zarazem uniwersalny sposób prezentuje proces wdrażania (Rys. 1).

Pierwszy etap polega na poznaniu i określeniu celów strategicznych przedsiębiorstwa. W tym momencie istotne jest sprecyzowanie celów względem samego zarządzania ryzykiem. Brak określenia celów wdrożenia ERM może prowadzić do nieefektywności systemu. Na ocenę ryzyka składa się pięć etapów, z których ostatni - ewaluacja ryzyka - polega na zmapowaniu ryzyka. Klasyczna mapa ryzyka jest funkcją prawdopodobieństwa wystąpienia zdarzenia oraz przewidywanej wielkości skutków (strat). Nowoczesne techniki ewaluacji ryzyka skierowane są jednak na porównanie kosztów (związanych z ponoszeniem ryzykiem) z „korespondencyjnymi” przychodami (ang. *risk-return relation*). Dopiero takie zestawienie pomaga podejmować decyzje biznesowe i jest pełnym obrazem ryzyka w przedsiębiorstwie<sup>15</sup>. Informowanie

Rysunek 1. Proces zarządzania ryzykiem.



Źródło: AIRMIC, ALARM, IRM, Standard zarządzania ryzykiem, FERMA, cop. 2003, s. 5.

o ryzyku jest etapem wyboru i zestawienia tylko istotnych ryzyk dla organizacji oraz przedstawienia teje „informacji” osobom decyzyjnym. Dalsze działania są uzależnione od decyzji zarządu i pracowników wyższego szczebla, ponieważ to oni najlepiej znają przedsiębiorstwo oraz cele strategiczne i operacyjne. Na postępowanie wobec ryzyka (tzw. kontrolę ryzyka) składa się unikanie, redukcja, retencja lub transfer. Jak podkreśla E. Kowalewski, wymienione metody muszą być poparte wcześniejszą analizą techniczną, ponieważ jedne mogą okazać się korzystniejsze, a inne niemożliwe do zastosowania w konkretnym przypadku<sup>16</sup>.

### SZANSE I ZAGROŻENIA

Nadrzędnym celem wdrożenia koncepcji zarządzania ryzykiem biznesowym powinna być maksymalizacja efektywności przedsiębiorstwa<sup>17</sup>, jednakże słusznie podkreślono w Komunikacie Ministra Finansów z dnia 6 grudnia 2012 r., że *podstawowym warunkiem skuteczności każdego systemu zarządzania ryzykiem jest jego dopasowanie do jednostki*<sup>18</sup>. Z uwagi na powyższe należy zaznaczyć, że wraz z wdrażaniem systemu zarządzania ryzykiem biznesowym wynikają szanse i zagrożenia dla przedsiębiorstwa.

Do najważniejszych przesłanek wdrażania koncepcji *risk management* należy

zmniejszenie kosztów działalności, ochrona aktywów jednostki, poznanie ryzyka w przedsiębiorstwie (ang. *risk-return relation*), szczegółowe poznanie szans i zagrożeń oraz słabych i mocnych stron organizacji, a także zwiększenie bezpieczeństwa organizacji. Ponadto w wyniku wdrożenia ERM jednostka może zabezpieczyć interesy akcjonariuszy lub udziałowców, wspierać działania zarządu i rady nadzorczej, przygotować się na zdarzenia przyszłe, zarządzać przez cele, zwiększyć zaangażowanie pracowników, podnieść swoją konkurencyjność oraz zmniejszyć koszty ubezpieczenia.

Przed przystąpieniem do procesu zarządzania ryzykiem zarząd powinien zdać sobie sprawę, czy organizacja potrzebuje wdrażania tej koncepcji. Należy nadmienić, że prawidłowe zarządzanie ryzykiem biznesowym powinno zmniejszyć koszty działalności oraz być dostosowane do charakterystyki organizacji. Warto przyjąć założenie, że wiele procesów w przedsiębiorstwie funkcjonuje już optymalnie. Radykalne zmiany procesów i dopasowanie „na siłę” do standardów mogą doprowadzić przedsiębiorstwo do dezorganizacji. Dlatego znaczącym zagrożeniem jest wdrożenie nieefektywnego systemu ERM, który będzie jedynie biurokracją, a który poza liczbami i procedurami nie będzie miał na uwadze ludzi tworzących dany podmiot.

Przypisy:

1. JAJUGA K. (red.), Zarządzanie ryzykiem, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 18-19.
2. ERM tłumaczy się również jako zintegrowane zarządzanie ryzykiem lub zarządzanie ryzykiem korporacyjnym zob. RUDNICKI R., SŁOBOSZ J., Zintegrowane zarządzanie ryzykiem – luksus czy konieczność, [w:] PolRisk, Raport specjalny. Zarządzanie ryzykiem, CFO Magazyn Finansistów, 2007, nr 9, s. 6.
3. DICKINSON G., Enterprise risk management: Its origins and conceptual foundation, The Geneva Papers on Risk and Insurance 2001, s. 360-366.
4. HADYNIAK B., MONKIEWICZ J. (red.), J. Monkiewicz (red.), Ubezpieczenia w zarządzaniu ryzykiem przedsiębiorstwa, tom I, Poltext, Warszawa 2010, s. 31.
5. BENNETT C., Dictionary of Insurance, Pitman, London 1996.
6. ŁUKASZEWICZ-OBIEŃSKA A., ZIOBROWSKI J. i JĘDRUSZEK O. (red.), Zarządzanie ryzykiem podatkowym, Wolters Kluwer, Warszawa 2013, s. 21.
7. OLSON D.L., WU D.D., Enterprise Risk Management, World Scientific Publishing, 2007, s. 4.
8. Ryzyko pozytywne tłumaczy się jako takie skutki nieprzewidywanych zdarzeń, które niosą ze sobą wartość dodaną dla organizacji.
9. Przez ryzyko negatywne rozumie się ujemne skutki nieprzewidywanych zdarzeń dla podmiotu.
10. DZIĘCIOŁ P., Rola akredytacji w zarządzaniu szpitalem, CeDeWu, Warszawa 2015, s. 47.
11. OKUNIEWSKI M., Jaką metodą wybierzemy...metodę zarządzania ryzykiem?, Risk Focus, nr 4, grudzień 2007, s. 6-11. [https://www.ergohestia.pl/\\_items/publikacje/riscfocus/rf\\_4/jaka\\_metode\\_wybierzemy...metode\\_zarzadzania\\_ryzykiem.pdf](https://www.ergohestia.pl/_items/publikacje/riscfocus/rf_4/jaka_metode_wybierzemy...metode_zarzadzania_ryzykiem.pdf), [dostęp: 03.02.2015 r.] zob. AIRMIC, ALARM, IRM, Standard zarządzania ryzykiem, FERMA, cop. 2003.
12. PUCHACZ K., Zarządzanie ryzykiem w sektorze finansów publicznych, ODDK, Gdańsk cop. 2013, s. 5.
13. KNIGHT F.H., Risk, Uncertainty and Profit, Houghton Mifflin Company, Boston 1921 za: OPOLSKI K., WAŚNIEWSKI K., Zarządzanie jakością i ryzykiem w usługach zdrowotnych, wyd. I, CeDeWu, Warszawa 2011, s. 29.
14. OPOLSKI K., WAŚNIEWSKI K., op. cit., s. 33.
15. MEADLER M., Why risk should be everyone's problem, IESE, Barcelona 2014, <http://www.iese.edu/en/about-iese/news-media/news/2014/october/strategic-thinking-in-risk-management/>, [dostęp: 31.01.2015r.]
16. KOWALEWSKI E., Ryzyko w działalności człowieka i możliwości jego ograniczenia, w: SANGOWSKI T. (red.), Ubezpieczenia gospodarcze, wyd. 2, Poltext, Warszawa cop. 1999, s. 44-50.
17. D'ARCY S.P., BROGAN J.C., Enterprise Risk Management, University of Illinois, Champaign 2001, s. 4.
18. Komunikat Ministra Finansów z dnia 6 grudnia 2012 r. w sprawie szczegółowych wytycznych dla sektora finansów publicznych w zakresie planowania i zarządzania ryzykiem (Dz. Urz. MF z 2012 r. poz. 56).



## 12 cali zysku

Jakże często szukamy drogi do dobrej inwestycji. Wielu z nas rynek kapitałowy postrzega jako niebezpieczny, nieprzewidywalny, wymagający czujnego oka każdego dnia. Brak odpowiedniej wiedzy, brak wolnego czasu to jedne z wielu wymienianych powodów, które zmuszają nas często do wybrania najłatwiejszej z dróg – otwarcia tradycyjnej lokaty. Nie niesie to jednak za sobą zadowalających zysków. Bardziej cierpliwi i zasobni w kapitał, inwestują dla przykładu w nieruchomości. Czy jest jednak możliwość wysokiej stopy zwrotu przy niskich nakładach inwestycyjnych? Czy z pasji niezwiązanej z rynkiem kapitałowym można generować zyski? Niniejszy artykuł przedstawia jedną z możliwych dróg do osiągnięcia tego celu.

### INWESTYCJE ALTERNATYWNE

Hasłem „inwestycje alternatywne” możemy określić ogół inwestycji niesklasyfikowanych jako tradycyjne źródła pozyskiwania środków pieniężnych z rynku kapitałowego. To, czy daną inwestycję definiujemy jako alternatywną, będzie warunkowane przez kilka podstawowych czynników, z których wyróżnić możemy dwa:

- problematyczność wyceny przedmiotu inwestycji,
- obrót przedmiotem inwestycji na rynku pozagiełdowym o niskiej płynności.

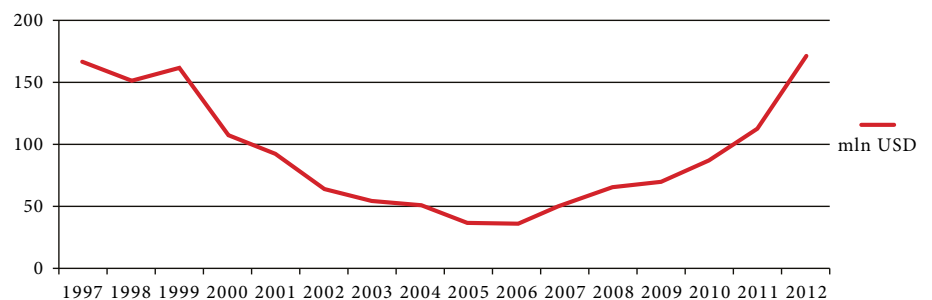
W ramach wspomnianej grupy możemy dokonać podziału dodatkowo na inwestycje emocjonalne (*passion investment*) i nowoczesne instrumenty finansowe. W pierwszym z wymienionych przypadków mamy do czynienia z inwestowaniem, które oprócz stopy zwrotu zapewnia inwestorom odczuwanie radości, z racji samego posiadania przedmiotu inwestycji. Do wspomnianej kategorii zaliczymy m.in. lokowanie kapitału w: trufle, numizmaty, whisky, cygara oraz płyty winylowe<sup>1</sup>.

### KILKA SŁÓW O SAMYM WINYLU

Polichlorek winylu to budulec płyt, z którymi spotkało się zapewne wielu. Większość

osób, które miały możliwość trzymania w ręku muzyki zapisanej w tej formie, miało do czynienia z tradycyjną, czarną, 12-calową płytą winylową. Jednakże płyty winylowe były wydawane w różnej formie, np. w latach 70. i 80. XX wieku producenci muzycy decydowali się na wydawanie mniejszych, 7-calowych płyt, tego typu płyty zawierały przede wszystkim single, czyli pojedyncze utwory. Produkowane były także 10, a nawet 5-calowe płyty. Część wytwórni wydawała, a kilka nadal wydaje, winyle w różnych kolorach. Jest to zabieg tylko i wyłącznie estetyczny. Jednakże najciekawszymi spośród wszystkich płyt są tzw. picture winyle (*picture vinyl*)<sup>2</sup>. Nośniki określane tym terminem są wysoko cenione, nie tylko ze względu na walory wizualne, lecz także z racji tego, iż zazwyczaj są to płyty wydawane w niskim nakładzie. Duża część „picture winyli” posiada swój numer, poświadczający, iż wydanie płyty było limitowane.

Wykres 1. Wartość sprzedanych płyt winylowych na świecie w latach 1997-2012.



Źródło: 2012 Music sales were ... up? or was that down?, <http://parttimeaudiophile.com/2013/06/03/2012-music-sales-are-up-or-is-that-down/>, 30.12.2014.

### CYFRYZACJA WROGIEM CZARNEJ PŁYTY?

Dlaczego płyty winylowe? To podstawowe pytanie, jakie powinniśmy sobie zadać przed zainwestowaniem w pierwszą z płyt. W dobie rozwoju e-biznesu, również rynek muzyczny zaczął się rozwijać w internecie. Ubiegłe lata to ciągły rozwój portali takich jak iTunes, czy chociażby Beatport, które oferują sprzedaż muzyki tylko w formie cyfrowej. Rozwój cyfryzacji mógłby sugerować, iż producenci

muzycy będą z biegiem lat redukować liczbę tłoczonych płyt CD na rzecz muzyki sprzedawanej poprzez internet jedynie w formie cyfrowego zapisu, natomiast płyty winylowe zostaną całkowicie zmarginalizowane. Obserwując dane statystyczne możemy zauważyć, iż liczba sprzedanych albumów na płytach winylowych stanowi zaledwie niespełna 2,4% sprzedanych albumów CD oraz ok. 4% albumów zapisanych w formacie .mp3 i sprzedanych poprzez internet. Ostatnie dane pokazują jednak bardzo duże zmiany na rynku muzycznym. Sprzedaż muzyki w formie cyfrowego zapisu wg danych za trzeci kwartał 2014 spadła aż o 12,9%, w stosunku do trzeciego kwartału roku 2013. Natomiast sprzedaż płyt CD w tym samym okresie zanotowała aż 18,9% spadku. We wspomnianym czasie jedynie sprzedaż płyt winylowych notuje wzrost o 47,5%<sup>3</sup>. Dodatkowo analizując dane zaprezentowane na wykresie 1 zauważymy bardzo dynamiczny wzrost wartości sprzedaży na rynku płyt winylowych w poprzednich latach, a dokładniej między 2006, a 2012 rokiem.

### BIAŁE KRUKI

Dziennikarze brytyjskiego dziennika „Daily Mail” podjęli się przygotowania zestawienia dziesięciu najbardziej wartościowych płyt winylowych. Tabela 1 przedstawia wspomnianą listę, opartą na współpracy z magazynem „RecordCollector”.

Posiadaczem najdroższej spośród wymienionych płyt jest John Duff Lowe, klawiszowiec zespołu The Quarry Men (zespół, w którym

Kamil Szwagierek  
kamil.szwagierek@wp.pl

Finanse i rachunkowość  
Uniwersytet Łódzki

Recenzent:  
dr Artur Żimny



grało trzech z czterech członków późniejszej grupy The Beatles: John Lennon, Paul McCartney, George Harrison<sup>4</sup>). Rekordowa wartość wynika w tym przypadku z faktu, iż jest to pierwsze wydanie z 1958 roku, nagrane w Liverpoolu, dodatkowo na temat płyty wypowiadał się sam Paul McCartney: *miałem ją przez tydzień, później George miał ją przez tydzień, John miał ją przez tydzień, Colin Hanton miał ją przez tydzień, a następnie Duff przez 23 lata*. Kolejna pozycja na liście 10 najbardziej wartościowych płyt to *de facto* ten sam album, jego wartość jest jednak o przeszło 20 razy mniejsza, m.in. ze względu na fakt, iż jest to jedynie replika pierwszego wydania. Dla inwestora świadomość tego, iż płyta była w posiadaniu samych muzyków jest źródłem znacznej wartości dodanej.

Zestawienie przedstawione w tabeli 1. oparte jest jednak na szacunkowej wycenie, która nie należy do najłatwiejszych, m.in. ze względu na problem z oceną możliwej ilości identycznych egzemplarzy na rynku. W poszukiwaniu płyt, które możemy określić jako „białe kruki” (*biały kruk* – unikat<sup>5</sup>), warto także odwiedzić portale aukcyjne. Prawdziwe unikatki możemy znaleźć pod adresem: [www.ebay.com](http://www.ebay.com). Tabela 2. prezentuje 4 wybrane albumy o najwyższej wartości po wpisaniu haseł takich jak *lp* czy *vinyl*.

Wysokie ceny płyt przedstawionych w tabeli 2. nie są bezpodstawne. Jeśli chodzi o The Beatles „Introducing The Beatles”, to jest to wydanie kupione w jednym z renomowanych domów handlowych w USA - Alexander's Department Store, o czym świadczy charakterystyczna czerwona naklejka. Kolejny z albumów brytyjskiego zespołu zatytułowany „Please Please Me” zawdzięcza swoją ponadprzeciętną wartość temu, iż jest pierwszym wydaniem płyty (1963). Trzecia pozycja to grupa Ramones, adnotacja na płycie świadczy o tym, iż jest to jeden z zaledwie 350 wydanych egzemplarzy. Z kolei „Entremeterse” Pink Floyd to unikat ze względu na fakt, iż płyta została

wydana w Chile, w roku 1974. Płyty wydane w Ameryce Południowej to rzadkość. Tego typu egzemplarze są niezwykle wartościowe dla kolekcjonerów, których kolekcje określa się mianem „worldwide”.

### JESTEM BOGATY?!

Widząc rosnące rozmiary rynku płyt winylowych wielu może przemknąć przez myśl możliwość osiągnięcia dużego zysku z płyt wydanych w latach 60. 70. i 80. kolekcjonowanych przez poprzednie pokolenia. Niestety, Polska jako jeden z krajów bloku wschodniego nie była rynkiem bogatym w najbardziej wartościowe wydania albumów (pochodzące głównie z USA czy Wielkiej Brytanii). Rodzimy rynek obfituje w wydania pochodzące z Polski, Niemieckiej Republiki Demokratycznej czy Bułgarii. Tego typu wydania nie należą zwykle do najbardziej wartościowych. Chcąc dokonać dobrej inwestycji, powinniśmy odwiedzać antykwariaty, serwisy aukcyjne i szukać wydań z rodzimych rynków muzycznych danych wykonawców, edycji limitowanych, czy też pierwszych wydań. Poświęcając choćby kilkanaście minut każdego dnia na poszukiwanie „nowości” we wspomnianych miejscach, przy odpowiedniej wiedzy, możemy dać sobie szansę na odnalezienie fonograficznych pereł. Umiejętność odnalezienia unikatów pośród setek sprzedawanych codziennie płyt daje możliwość osiągnięcia ponadprzeciętnej stopy zwrotu. Oczywiście jeśli potencjalne zyski analizowalibyśmy na przykładzie chociażby „Please Please Me” grupy The Beatles, stopa zwrotu sięgałaby dziesiątek tysięcy procent, ale takie sukcesy nie zdarzają się często. Spróbujmy odnieść się jednak także do rynku polskiego poprzez portal allegro.pl. Dla przykładu zapis z koncertu grupy Queen „Queen Rock Montreal” wyceniony został na 790 zł<sup>6</sup>. Biorąc pod uwagę fakt, iż używaną płytę możemy kupić najczęściej w przedziale od 20 do 100 zł (uśredniając: 60 zł), oraz to, że koszty

Tabela 2. Zestawienie najbardziej wartościowych płyt na 28.12.2014 wg ebay.com.

Artysta	Tytuł	Wartość
The Beatles	Introducing The Beatles	45000 USD
The Beatles	Please Please Me	30000 USD
Ramones	Baby Doll	19900 USD
Pink Floyd	Entremeterse	15000 USD

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [www.ebay.com](http://www.ebay.com), 28.12.2014.

wynikające z eksploatacji i przechowywania winyli są praktycznie równe zero, dochodzimy do prostej kalkulacji:

W naszym przykładzie inwestor zyskałby aż 1317% uśrednionego nakładu. Uwzględniając wartość pozostałych płyt widniejących na allegro.pl najczęściej mamy jednak do czynienia z zyskowością od 50% wzwyż. Biorąc pod uwagę niskie ryzyko inwestycji (nieduży nakład jednostkowy) inwestycje w winyle należy uznać za bardzo atrakcyjne.

$$\frac{\text{cena sprzedaży}}{\text{cena zakupu}} \times 100\% = \frac{790}{60} \approx 1317\%$$

Podsumowując, należy odnieść się do pytania ze wstępu, tj. czy przy niskich nakładach inwestycyjnych możemy osiągnąć wysoką stopę zwrotu. Uwzględniając wcześniej przytoczone dane należy stwierdzić, iż z pewnością lokowanie kapitału w płyty winylowe daje nam taką możliwość. Jednak bez czerpania radości z obcowania z historią, muzyką, ciężko o dobrą inwestycję. Pasja, jako nieodłączny element inwestycji w płyty winylowe daje nam o wiele większe szanse na osiągnięcie ponadprzeciętnych zysków. Należy jednak pamiętać, iż wartość aktywów emocjonalnych do których należą płyty winylowe zależy w dużej mierze od zmieniających się gustów<sup>7</sup>, na chwilę obecną jednak prognozy dla rynku winyli są bardzo optymistyczne.

Tabela 1. Zestawienie 10 najbardziej wartościowych płyt wg Daily Mail.

Artysta	Tytuł	Wartość
The Quarry Men	That'll Be The Day/In Spite Of All The Danger (1958)	200 000 GBP
The Quarry Men	That'll Be The Day/In Spite Of All The Danger (replika - wydanie z 1981r.)	10 000 GBP
Sex Pistols	God Save The Queen/No Feelings	10 000 GBP
Sex Pistols	God Save The Queen/No Feelings	8 000 GBP
Sex Pistols	Anarchy In The UK/No Fun	7 000 GBP
The Beatles	The Beatles	7 000 GBP
The Beatles	Please Please Me	5 000 GBP
Queen	Bohemian Rhapsody/I'm In Love With My Car	5 000 GBP
The Beatles	Love Me Do/PS I Love You	5 000 GBP
Sex Pistols	Anarchy In The UK	5 000 GBP

Źródło: REYNOLDS E., *Are you sitting on a goldmine? Beatles and Sex Pistols dominate top-10 list of most expensive vinyl with priciest record coming in at £200,000*, <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2229716/Beatles-Sex-Pistols-dominate-list-expensive-vinyl-priciest-record-coming-200-000.html>, 30.12.2014.

#### Bibliografia:

1. ebay, [www.ebay.com](http://www.ebay.com), 28.12.2014.
2. KASPRZAK-CZELEJ A., *Możliwość dywersyfikacji ryzyka z wykorzystaniem inwestycji alternatywnych*, „Zarządzanie i Finanse” 2/4 2013.
3. REYNOLDS E., *Are you sitting on a goldmine? Beatles and Sex Pistols dominate top-10 list of most expensive vinyl with priciest record coming in at £200,000*, <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2229716/Beatles-Sex-Pistols-dominate-list-expensive-vinyl-priciest-record-coming-200-000.html>, 30.12.2014.

#### Przypisy:

1. GRABOWSKA A., *Inwestycje alternatywne na rynku sztuki*, „Firma i Rynek” 1/2012.
2. OLSZEWSKI M., *Nie tylko czarne płyty, czyli najciekawsze rodzaje płyt winylowych*, <http://artelis.pl/artykuly/61290/Nie-tylko-czarne-plyty-czyli-najciekawsze-rodzaje-plyt-winylowych>, 30.12.2014.
3. ULLOAN., *Album sales are down 14.4 percent in 2014...*, <http://www.digitalmusicnews.com/permalink/2014/10/14/album-sales-14-4-percent-2014,%>, 30.12.2014.
4. EDER B., *Artist Biography by Bruce Eder*, <http://www.allmusic.com/artist/the-quarrymenmn000491441/biography>, 30.12.2014.
5. *Słownik języka polskiego*, <http://sjp.pl/kruk>, 30.12.2014.
6. [www.allegro.pl](http://www.allegro.pl), 25.01.2015.
7. *Aktywa emocjonalne, czyli mocno alternatywne*, <http://trystero.blox.pl/2013/10/Aktywa-emocjonalne-czyli-mocno-alternatywne.html>, 25.01.2015.



## OZUSOWANIE UMÓW ZLECENIE – KTO NA TYM ZYSKA?

23 października Sejm uchwalił ustawę dotyczącą tzw. ozusowania umów zlecenie<sup>1</sup>. Temat ten niejednokrotnie pojawiał się na sejmowej mównicy, jednak do tej pory nie znormalizowano go w żadnym akcie prawnym. Po uchwaleniu tego projektu, złożonego przez Izabelę Katarzynę Mrzygłocką<sup>2</sup>, zawrzało w mediach. Pojawiały się liczne komentarze – jedne bardziej, inne mniej pozytywne. Negatywne opinie nie wpłynęły jednak na decyzję Prezydenta Bronisława Komorowskiego i 1 grudnia 2014 roku miało miejsce podpisanie Ustawy z dnia 23 października 2014 r. o zmianie ustawy o systemie ubezpieczeń społecznych oraz niektórych innych ustaw, której postanowienia obowiązują od 1 stycznia 2015 roku, z wyjątkiem kilku punktów, które wejdą w życie 1 stycznia 2016 r.<sup>3</sup> (zostaną one omówione w dalszej części artykułu). Mimo iż objętość tej nowelizacji nie jest duża - zaledwie sześć artykułów - to jej znaczenie jest ogromne i to nie tylko dla osób zatrudnionych na podstawie umowy zlecenie, ale także dla pracodawców i Zakładu Ubezpieczeń Społecznych.

### UMOWA ZLECENIE

Wiele osób wykonuje pracę na podstawie umowy zlecenia, jednak nie ma ona nic wspólnego z umową o pracę i Kodeksem Pracy. Umowa zlecenie to umowa cywilnoprawna, uregulowana w Kodeksie Cywilnym (Tytuł XXI, art. 734-751)<sup>4</sup>. Na jej podstawie

zleceniobiorca zobowiązuje się do wykonania określonej pracy na rzecz zleceniodawcy. Zleceniobiorca nie musi wykonywać osobiście powierzonego zadania, może za niego zrobić to osoba trzecia, pod warunkiem, że zostanie to zawarte w umowie bądź zleceniobiorca z przyczyn losowych osobiście nie może wykonać zleconej pracy – wtedy znajduje zastępcę. Z reguły wykonanie zlecenia jest odpłatne, ale jeżeli w umowie jest odpowiedni zapis, można wykonywać pracę bez wynagrodzenia. Zarówno zleceniodawca, jak i zleceniobiorca, jeżeli wystąpi istotny powód, mogą wypowiedzieć umowę w dowolnym czasie. W przypadku gdy rozwiązanie umowy nastąpiło bez ważnego powodu, strona, która wypowiedzi umowę, jest odpowiedzialna za szkody powstałe w wyniku zerwania stosunku prawnego<sup>5</sup>.

Prawidłowo sporządzona umowa zlecenie powinna zawierać następujące elementy:

- dokładne określenie stron umowy – jeśli zarówno zleceniodawca, jak i zleceniobiorca są osobami fizycznymi, wówczas należy podać: imię, nazwisko, datę urodzenia, imiona rodziców, adres zamieszkania, numer dowodu osobistego i numer PESEL każdej ze stron umowy. Natomiast jeśli któraś ze stron prowadzi działalność gospodarczą, należy podać nazwę przedsiębiorstwa i numer NIP. Jeżeli zaś mamy do czynienia ze spółką, niezbędne jest wyszczególnienie nazwy spółki, adresu jej siedziby, numeru

wpisu do KRS oraz osoby uprawnionej do reprezentowania spółki;

- miejsce i data zawarcia umowy;
- dokładny opis zlecenia – w tym punkcie należy wskazać obowiązki zleceniobiorcy wobec zleceniodawcy, czyli co strony rozumieją poprzez świadczenie zlecenia (jaką pracę należy wykonać), jak również zobowiązania zleceniodawcy wobec zleceniobiorcy, na przykład w sytuacji, gdy do wykonania umowy niezbędne są materiały, które powinien dostarczyć zleceniodawca;
- czas obowiązywania zlecenia – data rozpoczęcia i zakończenia zlecenia (lub zaznaczenie, iż jest to umowa na czas nieokreślony);
- wysokość wynagrodzenia i jego forma oraz termin płatności;
- informacja o sankcjach w przypadku niewykonania umowy, wykonania pracy z opóźnieniem lub z nienależytą starannością.

Ponadto w umowie zlecenie mogą znaleźć się zapisy na temat wykonania zlecenia przez osoby trzecie oraz informacja, że we wszelkich sprawach nieuregulowanych umową znajdują zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego<sup>6</sup>.

### SKŁADKI ODPROWADZANE OD UMÓW ZLECENIE DO 31 GRUDNIA 2015 R.

Zasadniczo od umowy zlecenia odprowadza się składki na ubezpieczenie emerytalne,



rentowe i zdrowotne, dobrowolnie można podlegać ubezpieczeniu chorobowemu. Jednakże nawet w sytuacji, gdy zleceniobiorcy potrącają się wyżej wymienione składki, nie ma on prawa do urlopu, płatnych nadgodzin i wynagrodzenia w przypadku nieobecności z powodu choroby poświadczonej zwolnieniem lekarskim, chyba że poddał się dobrowolnemu ubezpieczeniu chorobowemu – ale nawet wtedy *prawo do zasiłku chorobowego nabywa po upływie 90 dni nieprzerwanego ubezpieczenia*<sup>7</sup>. Dodatkowo przedsiębiorstwo związane ze stroną umową cywilnoprawną nie musi prowadzić akt osobowych czy ewidencji czasu pracy, co jest także dużym uproszczeniem. To wszystko wpływa na zmniejszenie kosztów zleceniodawcy, a to właśnie sprawia, że umowy zlecenia są tak popularne.

Jednak umowy zlecenia zawierane ze studentami czy uczniami rządzą się swoimi prawami. Na dzień dzisiejszy umowy zlecenia studentów do 26. roku życia nie podlegają składkom na ubezpieczenie emerytalne, rentowe, chorobowe i zdrowotne. Potrącana jest jedynie zaliczka na podatek dochodowy (18%) po odliczeniu od wynagrodzenia brutto 20% kosztu uzyskania przychodu. Jest to bardzo korzystne dla zleceniodawców, ponieważ nie muszą ponosić kosztów ubezpieczeń społecznych (które są zwykle sporym obciążeniem), jak jest to w przypadku zatrudnienia na umowę o pracę lub w przypadku zatrudnienia osoby niebędącej studentem na umowę zlecenie<sup>8</sup>.

Nie jest to jednak tak, że student zatrudniony na umowę zlecenie jest poszkodowany. Dzięki umowom zlecenie student nawet w przypadku, gdy studiuje dziennie, może podejmować tzw. dorywczą pracę. Z racji tego, że nie są

mu potrącać od wynagrodzenia składki na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne, otrzymuje wyższą płacę netto niż gdyby te składki były opłacane. Osoba studiująca często nie posiada jeszcze wystarczającej wiedzy, aby w pełni wykonywać obowiązki na danym stanowisku pracy, wykonuje zwykle (choć nie zawsze) prostsze czynności, a jednocześnie oswaja się ze środowiskiem pracy, zdobywa doświadczenie i praktykę, które po skończeniu studiów są dodatkowym atutem na rynku pracy.

## RÓŻNICE POMIĘDZY UMOWĄ ZLECENIE A UMOWĄ O PRACĘ

Często na pierwszy rzut oka trudno, nie widząc podpisanych dokumentów, odróżnić czy ktoś pracuje na umowę o pracę, czy na umowę zlecenie. Trudno się zgodzić, że w porównaniu z pracownikiem zatrudnionym na umowę o pracę osoba wykonująca pracę na podstawie umowy zlecenie jest mniej uprzywilejowana i ma mniej praw, ale z drugiej strony umowa zlecenie jest bardziej elastyczną formą zatrudnienia. Kilka aspektów, które pozwalają odróżnić te dwa stosunki prawne to m.in.:

- w przypadku umowy zlecenia zasadniczo zleceniobiorcy nie przysługuje urlop (chyba że strony w umowie postanowią inaczej),
- składki na ubezpieczenie chorobowe są opłacane przez zleceniodawcę tylko na wyraźne zgłoszenie takiej woli przez zleceniobiorcę, w przypadku umowy o pracę ta składka jest obowiązkowa,
- gdy zleceniobiorca jest studentem do 26. roku życia i w tym samym przedsiębiorstwie nie jest zatrudniony na umowę o pracę, zleceniodawca nie potrąca składek na ubezpieczenie

społeczne i zdrowotne,

- brak obowiązku ze strony zleceniobiorcy wykonywania pracy w określonym miejscu i czasie, ważny jest jedynie fakt wykonania zlecenia,
- zleceniobiorca podczas wykonywania zlecenia nie musi być pod nadzorem zleceniodawcy,
- zleceniodawca nie ma obowiązku wypłacać wynagrodzenia co miesiąc (jak to jest w przypadku umowy o pracę) - wypłata następuje w terminie zawartym w umowie zlecenie,
- istnieje możliwość, by umowa zlecenie była nieodpłatna - w przypadku umowy o pracę wynagrodzenie jest obligatoryjne,
- zleceniobiorca, w przypadku gdy poprzez niewywiązanie się z umowy bądź nienależyte wykonanie umowy spowoduje szkody dla zleceniodawcy, odpowiada całym swoim majątkiem<sup>9</sup>.

## OSKŁADKOWANIE UMÓW ZLECENIE STUDENTÓW OD 1 STYCZNIA 2016 R.

W podpisanej przez Prezydenta Bronisława Komorowskiego *Ustawie z dnia 23 października 2014 r. o zmianie ustawy o systemie ubezpieczeń społecznych oraz niektórych innych ustaw* (te „inne ustawy” to *Ustawa z dnia 20 grudnia 1990 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników* i *Ustawa z dnia 27 sierpnia 2004 r. o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych*<sup>10</sup>) wyszczególniono zmiany w trzech obszarach:

- potrącanie składek na ubezpieczenie emerytalne i rentowe od dochodów członków rad nadzorczych, które weszło w życie z dniem 1 stycznia 2015 r.,

Tab. 1 Symulacja kosztu pracodawcy i płacy netto pracownika przy wynagrodzeniu 1750 zł<sup>16</sup>

	Rok 2015 (nieoskładkowana umowa zlecenie studenta)	Rok 2016 (oskładkowana umowa zlecenie studenta)	Umowa o pracę
Płaca brutto (minimalne wynagrodzenie w 2015r.)	1750 zł	1750 zł	1750 zł
Składka na ubezpieczenie emerytalne (po 9,76% pracownik i pracodawca)	0	170,80 zł - zleceniobiorca 170,80 zł - zleceniodawca	170,80 zł
Składka na ubezpieczenie rentowe (1,5% - pracownik, 6,5% - pracodawca)	0	26,25 zł - zleceniobiorca 113,75 zł - zleceniodawca	26,25 zł - pracownik 113,75 zł - pracodawca
Składka na ubezpieczenie chorobowe (2,45%)	0	42,88 zł	42,88 zł
Składka na ubezpieczenie wypadkowe (1,93% - jeśli pracodawca nie ubezpiecza więcej niż 9 osób)	0	33,77 zł	33,77 zł
Składka na Fundusz Pracy (2,45%) i Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych (0,10%)	0	0	FP = 42,88 zł FGŚP = 1,75 zł
Składka na ubezpieczenie zdrowotne (9%)	0	135,91 zł	135,91 zł
Koszty uzyskania przychodu (tylko w przypadku umowy zlecenie - 20%)	350 zł	302,02 zł	0
Należna zaliczka na podatek dochodowy (18% podstawy wymiaru zaokrąglona do pełnych złotych)	(1750-350) x 18% +252 zł	100 zł	88 zł
Łączny koszt pracodawcy /zleceniodawcy (suma: wynagrodzenia brutto + składki na ubezp. emerytalne + rentowe+ wypadkowe + FP + FGŚP)	1750 zł	2068,32 zł	2110,95 zł
Płaca netto pracownika/zleceniobiorcy + wynagrodzenie brutto - (składki na ubezp. emerytalne + rentowe + chorobowe + zdrowotne + podatek)	1498 zł	1274,16 zł	1286,16 zł

Źródło: opracowanie własne.

- umożliwienie rolnikom i ich domownikom kontynuacji ubezpieczenia rolniczego (po złożeniu stosownego oświadczenia), jeżeli zawarli umowę zlecenie na kwotę nie wyższą niż połowa minimalnego wynagrodzenia za pracę<sup>11</sup>,
- objęcie ubezpieczeniem emerytalnym i rentowym umów zlecenia, które będzie obowiązywało od 1 stycznia 2016 r.<sup>12</sup>.

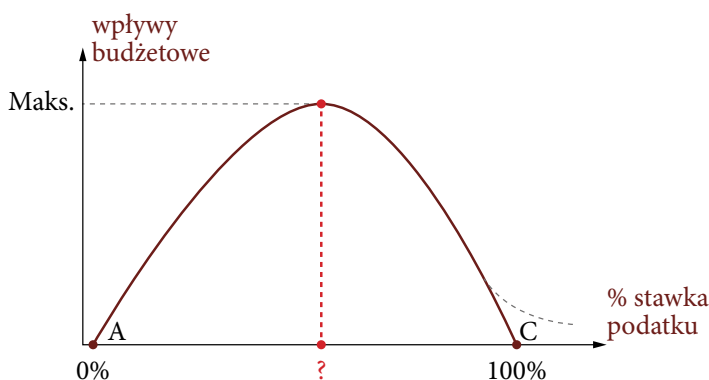
Według szacunków ekspertów zmiany te mają zwiększyć wpływy do ZUS o 650 mln zł, w tym 350 mln zł będzie pochodzić ze składek członków rad nadzorczych<sup>13</sup>.

Skupmy się na punkcie trzecim, który będzie dotyczył najszerzej grupy odbiorców (w tym także studentów). Na oficjalnej stronie sejmowej możemy przeczytać, że *Zgodnie z nowymi przepisami od umów zlecenia będą pobierane składki emerytalne i rentowe. Składki te będą odprowadzane od kwoty równej co najmniej pensji minimalnej*<sup>14</sup>. W 2014 r. minimalna płaca wynosiła 1680 zł, od 1 stycznia 2015 r. jej wartość wzrosła do kwoty 1750 zł<sup>15</sup>. Wynika z tego, że umowy zlecenia studentów na kwoty niższe niż minimalne wynagrodzenie nadal nie będą podlegały potrąceniom na rzecz ZUS. Jak będzie wyglądało wynagrodzenie netto przy płacy minimalnej w roku 2015, kiedy umowa zlecenie jeszcze nie będzie ozusowana, a jak w 2016 r., gdy będzie już podlegała ubezpieczeniu społecznym pokaże symulacja.

## SYMULACJA

Jak wykazują obliczenia z tabeli nr 1. ozusowanie umów zlecenie zwiększy koszty zleceniodawcy zatrudniającego zleceniobiorcę na kwotę 1750 zł (minimalne wynagrodzenie w 2015 r.) o 318,32 zł (różnica pomiędzy 2068,32 zł a 1750 zł), co jest porównywalne z kosztami ponoszonymi przez pracodawcę zatrudniającego pracownika o takim samym wynagrodzeniu – różnica wynosi jedynie 44,63 zł, czyli dokładnie koszt składek na Fundusz Pracy i Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych.

Rys. 1 Krzywa Laffera



Źródło: opracowanie własne na podstawie Makro- i Mikroekonomia. Podstawowe problemy współczesności, pod red. S. Marciniak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013, s. 474.

Zleceniobiorca-student na oskładkowanej umowie zlecenie traci ze swojego wynagrodzenia netto 223,84 zł (z 1498 zł, które otrzymałby, gdyby od umowy nie były potrącane żadne składki, do 1274,16 zł po ozusowaniu umowy). Co ciekawe, symulacja ukazała, że płaca netto (po potrąceniu składek od umowy zlecenia) będzie niższa, niż gdyby zleceniobiorca zatrudniony był na umowę o pracę. Wówczas przy tej samej pensji brutto otrzymałby o 12 zł więcej, jednocześnie zyskując pełnię praw pracowniczych.

Natomiast jeśli weźmiemy pod uwagę wpływy do ZUS, z oskładkowania jednej takiej umowy zlecenia wpływy wzrosną aż o 694,16 zł! Jest to suma kwot składek na ubezpieczenia: emerytalne, rentowe, chorobowe, wypadkowe i zdrowotne. Z drugiej strony o 152 zł zmniejsza się wartość należnej zaliczki na podatek dochodowy (z 252 zł z nieoskładkowanej umowy zlecenie na 100 zł z umowy zawierającej potrącenia), zatem zmniejszają się wpływy budżetowe.

## MOŻLIWY SKUTEK OZUSOWANIA UMÓW ZLECENIE

Jak wynika z tabeli nr 1. koszt zleceniodawcy, jeżeli umowa zlecenie zostanie ozusowana, znacznie wzrasta. Zleceniobiorca w zamian za potrącone składki otrzymuje szansę na otrzymanie w przyszłości emerytury lub renty. Nadal jednak nie ma prawa do urlopu, z płatnym zwolnieniem chorobowym także nie będzie tak, jak w przypadku umowy o pracę, mimo że zleceniodawca będzie ponosił praktycznie takie same koszty, jak pracodawca zatrudniający pracownika na umowę o pracę.

Czy zatem ozusowanie umów zlecenia nie jest tylko kolejną próbą ratowania polskiego systemu emerytalnego? Trudno powiedzieć, że te wszystkie zmiany są dla dobra ogółu. Prawda już od dawna jest wszystkim znana, że aby mieć z czego żyć na emeryturze, już teraz trzeba samemu odkładać pieniądze, bo kondycja finansowa Zakładu Ubezpieczeń Społecznych już jest zła, a za 50

lat może być wręcz tragiczna, o ile oczywiście do tego czasu przetrwa instytucja ZUS.

Sytuację z obciążeniami ZUS-owskimi można porównać z obciążeniami podatkowymi, a to nieodłącznie wiąże się z krzywą Laffera, którą przedstawia rysunek 1.

Podwyższając stawki podatkowe, wpływy do budżetu rosną, jednak tylko do pewnego momentu. Potem obciążenia podatkowe są zbyt duże, podatnicy „uciekają” od podatku i wpływy budżetowe, mimo podwyższonej stopy procentowej, się zmniejszają. Z obciążeniami ZUS-owskimi może być podobnie. Istnieje więc ryzyko, że oskładkowanie umów zlecenie zamiast zwiększyć wpływy do ZUS, sprawi, że będą one coraz mniejsze. Zleceniodawcy mogą zaniżyć wynagrodzenia za zlecenie, aby nie przekroczyć kwoty minimalnego wynagrodzenia albo w ogóle nie będą podpisywać ze zleceniobiorcą umowy, co tym samym zwiększy szarą strefę. Podobny efekt odnotowała polska gospodarka po podwyższeniu akcyzy na alkohol. Miało to zwiększyć wpływy do budżetu państwa, tymczasem skutek był odwrotny<sup>17</sup>.

## PODSUMOWANIE

Potrącanie składek na ubezpieczenie społeczne od wynagrodzeń za umowy zlecenia zmniejszy wynagrodzenie netto zleceniobiorcy, jednocześnie nie dając gwarancji, że w przyszłości otrzyma emeryturę lub rentę. Niewątpliwie zwiększy to koszty zleceniodawcy. Istnieje ryzyko rozwinięcia się szarej strefy, co źle wpłynie na całą gospodarkę. Jedynym „wygranym” w tym układzie jest Zakład Ubezpieczeń Społecznych, który dzięki temu początkowo może otrzymywać większe wpływy. Ozusowanie umów zlecenie to jedynie kropla w morzu reform, które należałoby przeprowadzić, aby ustabilizować polski system emerytalno-ubezpieczeniowy. Nie ma także pewności, że do 2016 r. obecny kształt ustawy nie zostanie powtórnie zmieniony.

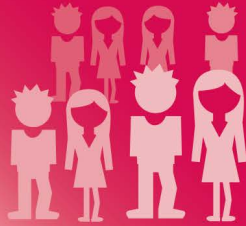
### BIBLIOGRAFIA:

1. Makro- i Mikroekonomia. Podstawowe problemy współczesności, pod red. S. Marciniak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.

### Przypisy

1. <http://www.sejm.gov.pl>, dostęp: 02.01.2015 r.
2. <http://www.gazetaprawna.pl>, dostęp: 02.01.2015 r.
3. <http://www.sejm.gov.pl>, dostęp: 02.01.2015 r.
4. <http://www.bankier.pl>, dostęp: 03.01.2015 r.
5. <http://isap.sejm.gov.pl>, dostęp: 03.01.2015 r.
6. <http://www.bankier.pl>, dostęp: 03.01.2015 r.
7. <http://www.zus.pl>, dostęp: 03.01.2015 r.
8. <http://www.kadrywpratyce.pl>, dostęp: 03.01.2015 r.
9. <http://www.bankier.pl>, dostęp: 03.01.2015 r.
10. <http://www.sejm.gov.pl>, dostęp: 02.01.2015 r.
11. <http://serwis.gazetaprawna.pl>, dostęp: 04.01.2015 r.
12. <http://www.sejm.gov.pl>, dostęp: 02.01.2015 r.
13. <http://wyborcza.biz>, dostęp: 03.01.2015 r.
14. <http://www.sejm.gov.pl>, dostęp: 02.01.2015 r.
15. <http://www.mpips.gov.pl>, dostęp: 04.01.2015 r.
16. Stawki stóp procentowych poszczególnych potrąceń przyjęto na podstawie danych z oficjalnego portalu <http://zus.pl>, dostęp: 09.01.2015 r.
17. <http://www.pb.pl>, dostęp: 04.01.2015 r.

**9000** studentów  
**25** kół naukowych



**550** pracowników



### Wybitni absolwenci

Marek Belka, Witold Orłowski,  
Jacek Saryusz-Wolski, Andrzej Sapkowski,  
Jolanta Chetmińska, Krzysztof Candrowicz  
i wielu innych

### Kategoria A wg. MNiSW

Najwyższy poziom naukowy



**NAJWIĘKSZY**  
z 12 WYDZIAŁÓW UŁ  
**7** INSTYTUTÓW  
**36** KATEDR  
**11** ZAKŁADÓW

**19**

kierunków  
kształcenia

- ANALITYKA GOSPODARCZA
- ANALITYKA SPOŁECZNA
- BANKOWOŚĆ I FINANSE  
CYFROWE *NOWOŚĆ!*
- ECONOMICS
- ECONOMICS AND INTERNATIONAL  
BUSINESS *NOWOŚĆ!*
- EKONOMIA
- EKONOMIA EKOBIZNES
- EUROPEISTYKA
- FINANSE I RACHUNKOWOŚĆ
- GOSPODARKA PRZESTRZENNA
- INWESTYCJE I NIERUCHOMOŚCI *NOWOŚĆ!*
- INFORMATYKA
- INFORMATYKA I EKONOMETRIA
- LOGISTYKA
- MIĘDZYNARODOWE STOSUNKI GOSPODARCZE
- POLITYKA SPOŁECZNA
- PRACA SOCJALNA
- RYNEK FINANSOWY *NOWOŚĆ!*
- SOCJOLOGIA



### Rada Biznesu

Największe firmy w regionie łódzkim

**ASIA**

	AZERBAIJAN
	CHINA
	INDIA
	ISRAEL
	JAPAN
	KAZAKHSTAN
	THAILAND
	MALAYSIA

**EUROPE**

	AUSTRIA		LATVIA
	BELARUS		LICHTENSTEIN
	BELGIUM		LITHUANIA
	BULGARIA		LUXEMBOURG
	CZECH REPUBLIC		MALTA
	CYPRUS		MOLDOVA
	CROATIA		NETHERLANDS
	DENMARK		NORWAY
	ESTONIA		PORTUGAL
	FINLAND		ROMANIA
	FRANCE		RUSSIA
	GERMANY		SLOVAKIA
	GREAT BRITAIN		SLOVENIA
	GREECE		SWITZERLAND
	HUNGARY		SPAIN
	ICELAND		SWEDEN
	IRELAND		TURKEY
	ITALY		UKRAINE

**NORTH AMERICA**

	UNITED STATES
	MEXICO

**SOUTH AMERICA**

	ARGENTINA
	BRASIL
	CHILE
	ECUADOR

Współpraca z zagranicą

**50** lat  
1965-2015



# Wywiad z Karolem Królem

Współzałożycielem Centrum Gospodarki Społecznościowej, Wiceprezesem Polskiego Towarzystwa Crowdfundingu oraz właścicielem portalu crowdfunding.pl. Autor książki „Crowdfunding. Od pomysłu do biznesu, dzięki społeczności”.

Wywiad przeprowadził Szymon Szymczak

**Szymon Szymczak: Załóżmy, że posiadam 50 zł i chcę je zainwestować w dowolny projekt osoby szukającej finansowania poprzez crowdfunding. Czy tak niska kwota będzie wsparciem dla projektodawcy?**

**Karol Król:** Każda kwota wsparcia przybliża projektodawcę do odniesienia sukcesu, czyli pozyskania środków na realizację swojego przedsięwzięcia. W przypadku modelu udziałowego obejmujemy małą paczkę akcji w nowej spółce. Natomiast w modelu nieudziałowym w ramach tzw. przedsprzedaży nie tylko wesprzemy twórcę, ale także otrzymamy egzemplarz książki, czy płytę. To także forma inwestycji, ale raczej o charakterze emocjonalnym.

**Które z projektów są bardziej popularne wśród osób dokonujących mikropłatności. Czy te o charakterze udziałowym, czy emocjonalnym?**

Zdecydowanie większy wolumen, jeżeli chodzi o liczbę projektów to nieudziałowe finansowanie społecznościowe, czyli oparte na przedsprzedaży. *Crowdfunding* udziałowy (*equity crowdfunding*) charakteryzuje się zupełnie innymi motywacjami. Wtedy faktycznie bardziej inwestujemy niż wspieramy jakąś inicjatywę, która nam się podoba. Spośród projektów nieudziałowych prym wiodą raczej projekty kulturalne, chociaż oś powoli przesuwa się w kierunku nowych technologii, elektroniki użytkowej oraz gier video.

**Czy w naszym kraju można zauważyć podobną tendencję?**

U nas dominują projekty związane z powszechnie rozumianą kulturą i rozrywką, czyli płyty, projekty wydawnicze, również książki i albumy. *Crowdfunding* jest barometrem całego otoczenia społeczno-gospodarczego w danym kraju. W Stanach Zjednoczonych rzeczywiście gry wideo, produkty, gadzety elektroniczne stanowią coraz większy wolumen. W Polsce jednak zdecydowanie jest to bardziej kultura, trochę też akcji społecznych, aczkolwiek projekty oczywiście są dostępne we wszystkich kategoriach.

**Czy można określić przeciętną mikropłatność, jaką ludzie wnoszą na projekty w ramach crowdfundingu?**

Należałoby tu rozgraniczyć z jakim rodzajem wsparcia mamy do czynienia. W przypadku projektów udziałowych płatności będą liczone nawet w dziesiątkach tysięcy złotych, ale tych projektów jest na tyle mało, że nie ma sensu tego dogłębnie analizować. Natomiast w przypadku projektów nieudziałowych jest to dosyć ciekawe, bo z reguły tzw. gwiazdą projektu, czyli celem jego realizacji, jest płyta, książka lub czasem bilet, jeżeli chodzi o event. Co do zasady te produkty kosztują około 30-40 zł. Natomiast wszystkie statystyki z polskich portali, dla projektów zakończonych sukcesem pokazują, że średnia kwota wsparcia wynosi około 88 zł i ta tendencja jest rosnąca. Oznacza to, że ludzie wspierając projekty dają dużo większe pieniądze i można by uznać, że to jest jakby wycena tego pierwiastka emocjonalnego zaangażowania się w ten projekt oraz tego że chcemy pomóc komuś, a nie tylko kupujemy od niego efekt realizacji projektu. To się różni trochę między

kategorią, ale jest to tendencja zdecydowanie wzrostowa w ciągu ostatnich lat.

**Gdzie powinna szukać wsparcia osoba, która chciałaby uzyskać finansowanie przy realizacji swojego projektu za pomocą crowdfundingu, np. w pozyskaniu odpowiedniej liczby ludzi?**

Raczej nie powinno się podchodzić do problemu w taki sposób, że robimy projekt pod *crowdfunding*. Początkiem powinna być idea. Dopiero potem zaczynamy analizować dostępne źródła kapitału. *Crowdfunding* ma szereg korzyści również pozafinansowych, więc w wielu przypadkach zdecydowanie warto go rozważyć. Wsparcia przy realizacji projektu można uzyskać od właścicieli platform crowdfundingowych. W ich interesie jest przecież to, żeby projektów było jak najwięcej, bo zarabiają na tym, że twórcy osiągają sukces. Jest także kilka podmiotów, jak Centrum Gospodarki Społecznościowej, której mam przyjemność być współzałożycielem. Wspierają one twórców projektów na wielu płaszczyznach. Polecam również przeglądać portale *crowdfundingowe*, tak polskie jak i zagraniczne, co może być bardzo ciekawą dawką inspiracji.

**Czy potrafi Pan wskazać przykład projektu, który odniósł sukces w naszym kraju? Osoby, która skorzystała z platformy crowdfundingowej i udało jej się w pełni zrealizować zamierzone cele?**

Takich przykładów jest bardzo dużo. Najciekawszym z nich i chyba pierwszym, polskim jest kariera dosyć popularnej polskiej

artystki Julii Marcell, nagrodzonej w 2012 roku paszportem polityki w kategorii muzyki popularnej, która już w 2007 roku, na zagranicznej platformie przedstawiła kilka swoich utworów i powiedziała, że chciałaby nagrać płytę. Nie szła z tym ani do producentów muzycznych, ani do wytwórni tylko liczyła na wsparcie społeczności. Udało jej się zebrać 50 tys. dolarów, wydała płytę i tak zaczęła się jej kariera, która trwa i rozwija się do teraz.

### Czy polskie projekty mają szansę uzyskać wsparcie na zagranicznych platformach takich jak Kickstarter lub Indiegogo?

To bardzo zależy od projektu. W opinii publicznej funkcjonuje mit, że na zagranicznych platformach można łatwiej zebrać dużą ilość pieniędzy, ale nie jest to prawdą. Platforma jest tylko i wyłącznie narzędziem IT, na którym możemy prezentować nasz pomysł oraz zarządzać wpłatami i komunikacją z ludźmi. Całe zaangażowanie, promocja i dotarcie do odpowiednich osób leży po naszej stronie. W większości przypadków lepszym rozwiązaniem jest więc polska platforma, przynajmniej w pierwszym etapie. Doskonałym przykładem jest spółka która zebrała 130 tys. zł na wydanie gry Teomachia, a w tej chwili zbliża się do kwoty 200 tys. dolarów na Kickstarterze, jako kolejny etap globalnej ekspansji. Niewiele jest jednak małych, polskich projektów, na których odbiorcy są w Stanach Zjednoczonych.

### Co jeśli nie uda nam się zdobyć wystarczającej ilości środków na zrealizowanie naszego projektu. Czy pieniądze należy zwrócić osobom, które dokonały wpłaty?

Zarządzanie tymi wpłatami funkcjonuje w zupełnie inny sposób. Projektodawca określa minimalny cel finansowy swojego projektu. Założmy, że będzie to 20 tys. zł i określa tzw. okres prezentacji, czyli czas, przez który ten projekt będzie aktywny. Sugeruje się od 3 do 7 tygodni. Mamy teraz trzy możliwości. Przypadek pierwszy: mamy zebrane 20 tys. zł i projekt zakończył się sukcesem. Możemy zabierać się za jego realizację. Przypadek drugi, przekroczyliśmy tę kwotę. Nie ma to znaczenia, że zebraliśmy więcej pieniędzy niż chcieliśmy. Bardzo często zdarza się że udaje się pozyskać 150-200%, a czasami nawet 2000%, kwoty początkowej i ewentualnego zysku, należącego się projektodawcy, nikt nie ma prawa odebrać. Natomiast jest też trzeci przypadek, w którym nie osiągnęliśmy tej kwoty. Wtedy wszystkie pieniądze trafiają do osób wpłacających. To jest taka zasada wszystko albo nic. Jest to bezpiecznik chroniący wspierających. Ważne jest to, że pieniądze, nie wpływają bezpośrednio na konto projektodawcy. Trzyma je pośrednik płatności, albo z reguły właściciel portalu, więc projektodawca otrzymuje jakiegokolwiek pieniądze jeśli projekt zakończy się sukcesem.



To ma ograniczyć ryzyko nadużyć, czy oszustw po stronie projektodawców, bo chrońić trzeba przede wszystkim wspierających.

### Czy nie obawia się Pan o rozwój crowdfundingu w Polsce? Podobne pomysły pojawiały się już w latach 90. kiedy Internet był zupełną nowością. Pojawiało się wtedy wiele inicjatyw, które nie trafiły jednak na podatny grunt.

Crowdfunding jako pomysł na zbieranie pieniędzy od bardzo wielu osób funkcjonuje na świecie od bardzo dawna. W starożytności finansowano w ten sposób powstawanie szkół. W ten sam sposób Amerykanie sfinansowali monument, na którym stanęła Statua Wolności – prezent od Francuzów. Natomiast crowdfunding definitywnie odbywa się raczej w przestrzeni wirtualnej. Jest to odpowiedź na potrzeby rynku i uważam, że ta zmiana nie wynika z ewolucji portali społecznościowych i nie z tego jak my się zachowujemy, ale z konieczności twórców, którzy szukają alternatyw w czasach obniżenia zaufania do instytucji finansowych.

### Czy bogacenie się społeczeństwa idzie w parze ze wzrostem liczby projektów finansowanych w alternatywny sposób?

Bogacenie się społeczeństwa nie jest jedynym motywarem do działania. Crowdfunding niekoniecznie opiera się na tym, że ludzie mają więcej pieniędzy tylko, że chcą być bliżej projektów i chcą wspierać pewne inicjatywy. Ludzie świadomie decydują się na crowdfunding, bo to umożliwia zbudowanie społeczności, znalezienia ambasadorów do swojego przedsięwzięcia i przetestowania rynku. Te korzyści pozafinansowe nierzadko mają większą wartość niż kapitał, który uda się pozyskać.

Dodatkowo, dzięki transparentności crowdfunding jest dostępny dla każdego. Jest również chętnie nagłaśniany przez media, dzięki czemu dla wielu osób stał się inspiracją, żeby wyciągnąć swoje pomysły z szuflad

i spróbować. Ja oczywiście jestem optymistą i wiem, że będzie jeszcze więcej portali niż jest, będzie jeszcze więcej projektów i ten kapitał będzie płynął. W Polsce powoli zaczyna powstawać trend, który obserwujemy w CGS, współpracując z inwestorami, administracją i różnymi uczestnikami rynku, które przychodzą do nas z zachodu. Mianowicie zainteresowanie inwestorów zagranicznych oraz samych portali. Są już pierwsze przykłady specjalizacji portali crowdfundingowych, bo nie każdy już może być pierwszy i już nie każdy może być teraz największym w swojej kategorii. Zaczynają powstawać portale dedykowane tylko projektom kulturalnym, albo tylko z określonej kategorii, które będą dążyć do tego aby stworzyć cały ekosystem wsparcia dla twórców. Wsparcia medialnego, ale później także wsparcia w realizacji tych projektów.

### Gdzie można szukać informacji o crowdfundingu? Jak poszerzać swoją wiedzę?

Zapraszam, jeżeli chodzi o całą tematykę finansów alternatywnych, na stronę fundacji Centrum Gospodarki Społecznościowej. Prowadzimy szereg działań edukacyjnych, wspieramy twórców, edukujemy rynek, ale również sami się trochę uczymy, organizując konferencje, na które przychodzą ludzie z różnych stron. W związku z samym crowdfundingiem zapraszam na portal [crowdfunding.pl](http://crowdfunding.pl). Natomiast jeśli chodzi o problem badawczy to niestety niewiele jest bibliotek w Polsce, które dysponują jakimikolwiek książkami o crowdfundingu. Ja posiadam takie książki, więc mogę je udostępnić, jak również artykuły naukowe. Wystarczy zgłosić się do mnie poprzez moją stronę internetową [www.karolkrol.pl](http://www.karolkrol.pl). Jeżeli chodzi o porady praktyczne to jak już wspominałem: CGS, [crowdfunding.pl](http://crowdfunding.pl), Akademia Crowdfundingu oraz portale [crowdfundingowe](http://crowdfundingowe.com), a jeżeli chodzi o porady naukowe czy biznesowe to zapraszam do kontaktu indywidualnego.

# Luzowanie ilościowe w Ameryce. Cudów w finansach nie ma

Bank centralny Ameryki od 2007 roku obniżał stopy procentowe, a pod koniec 2008 roku osiągnął stopę funduszy federalnych do zera<sup>1</sup>. Wprowadzając odpowiednią ustawę, można zapewnić dobrą cenę za pszenicę, lecz nie można zmusić kupców do zapłaty, jeśli nie mają zapewnionego dobrego wynagrodzenia. Banki w Ameryce nie pożyczają pieniędzy na taką skalę, na jaką wskazywałoby rekordowo niskie oprocentowanie, ponieważ w kryzysie kredytobiorcy znajdowali się w fazie oddłużania, a w późniejszym etapie nie wykazywali skłonności do zwiększania swoich zobowiązań.

## GENEZA

W zwyczajnych warunkach banki centralne wpływają na podaż pieniądza poprzez zakup lub sprzedaż obligacji rządowych. Kiedy bank centralny prowadzi ekspansywną politykę monetarną, dokonuje zakupu obligacji rządowych, co prowadzi do obniżenia krótkoterminowych stóp procentowych i zwiększenia podaży pieniądza. Strategia ta traci jednak na skuteczności, gdy stopy procentowe są bliskie zera. W jaki sposób „rozgrzać gospodarkę”, gdy zerowe stopy procentowe nie napędzają inwestycji i konsumpcji? Z pomocą przychodzi narzędzie luzowania ilościowego (ang. *quantitative easing*).

Luzowanie ilościowe (QE) jest niekonwencjonalnym mechanizmem polityki monetarnej, polegającym na skupowaniu przez bank centralny obligacji rządowych lub innych papierów wartościowych, np. hipotecznych listów zastawnych (MBS) od banków komercyjnych. W Ameryce mechanizm ten polegał w praktyce na zamianie obligacji z krótkim terminem zapadalności na rezerwy w dolarach. QE nie jest więc klasycznym dodrukiem nowych banknotów<sup>2</sup>. Jednak część ekonomistów uważa QE za bombę z opóźnionym zapłonem, która w długim okresie doprowadzi do nadmiernej emisji pustego pieniądza bez pokrycia<sup>3</sup>.

## POCZĄTKI QE W KONTEKŚCIE NAJWIĘKSZEJ GOSPODARKI ŚWIATA

W Ameryce QE składał się z trzech transz. Historia QE1 sięga kryzysu z 2008 roku (*Subprime Mortgage Crisis*), którego znaną konsekwencją był upadek banku Lehman Brothers oraz zanik płynności w systemie finansowym. W listopadzie 2008 roku Fed w odpowiedzi na agresywne załamanie rynku finansowego rozpoczął, w ramach QE1, skup nie płynnych obligacji o relatywnie dużym ryzyku i przekształcał je w rezerwy banków komercyjnych. Ben Bernanke przeznaczył na ten cel 600 mln dol., nabywając listy zastawne zabezpieczone hipoteką (*Mortgage Back Securities* – MBS) oraz 100 mln dol., nabywając pozostałe instrumenty dłużne<sup>4</sup>. Dzięki temu zabiegowi banki komercyjne nie musiały zwiększać swoich rezerw w banku centralnym (które na wskutek QE1 wzrosły kilkunastokrotnie), a środki, które na ten cel służyły, mogły przeznaczyć na ekspansję kredytową. Ekspansja kredytowa okazała się jednak nieznaczająca, a efektem QE1 było pobudzenie płynności w sektorze międzybankowym. Co prawda baza monetarna znacząco wzrosła, ale nie inflacja, ponieważ „wykreowane” w ten sposób rezerwy nie mogły trafić do podmiotów indywidualnych i przedsiębiorstw<sup>5</sup>.

QE1 nie do końca działał tak jak zaplanowano, dlatego w listopadzie 2010 roku Fed ogłosił, że rozpoczyna drugą turę zakupów instrumentów dłużnych – QE2. Tym razem mechanizm ten miał wesprzeć rząd<sup>6</sup>. Rezerwa Federalna rozpoczęła skup długoterminowych

Mateusz Graczyk  
m.graczyk@progress.org.pl

Finanse i Rachunkowość  
Uniwersytet Łódzki  
SKN Progress



Recenzent:  
dr hab. Jerzy Gajda  
prof. nadzw. UŁ

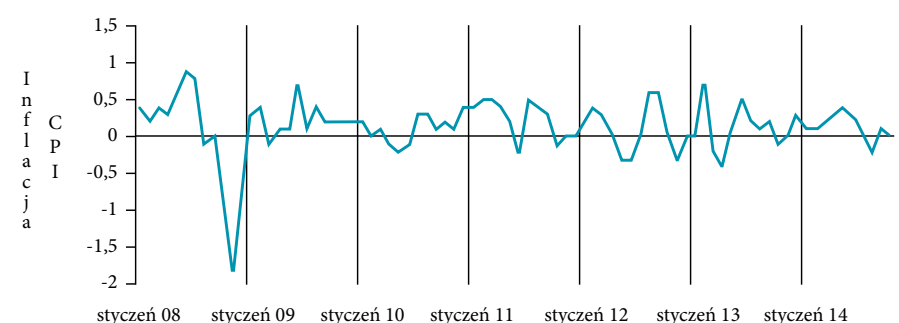
obligacji skarbowych za 600 mld dol. (*Treasury Bills, Bonds and Notes*). To postępowanie oznaczało, że portfel Fedu urosnie do rekordowego w tamtym czasie poziomu - 2 miliardów dolarów<sup>7</sup>.

Trzy miesiące po wygaśnięciu programu QE2 Fed zdecydował się na przeprowadzenie strategii *Twist*. Strategia ta polega na zamianie obligacji krótkoterminowych na długoterminowe. Fed sprzedawał więc krótkoterminowe obligacje (których okres do wykupu kończył się), a pieniądze uzyskane w ten sposób inwestował w obligacje długoterminowe. Operacja *Twist* podbiła ceny tych instrumentów długoterminowych, obniżając ich rentowność. Spadająca rentowność obligacji miała wpłynąć na obniżenie oprocentowania kredytów hipotecznych, które jest dodatnio skorelowane z rentownością obligacji długoterminowych. Zabieg ten miał na celu zmniejszenie rat kredytowych, które w naturalny sposób miały pobudzić wzrost gospodarczy.

We wrześniu 2012 roku Rezerwa Federalna ogłosiła, że stopy funduszu (*Fed funds rate*) pozostaną w pobliżu zera do połowy 2015 roku. W tym samym czasie Fed zapowiedział również trzecią rundę luzowania ilościowego nazwaną QE3. Mechanizm QE3 w przeciwieństwie do QE1, które skupiało się na zmniejszeniu negatywnych skutków kryzysu, koncentrował się na próbie ożywienia gospodarki. Fed zdecydował o zakupie za dodatkowe 40 mld dol. miesięcznie listów zastawnych zabezpieczonych hipoteką (*MBS*). Ponadto Fed zapowiedział kontynuację prowadzenia operacji *Twist*.

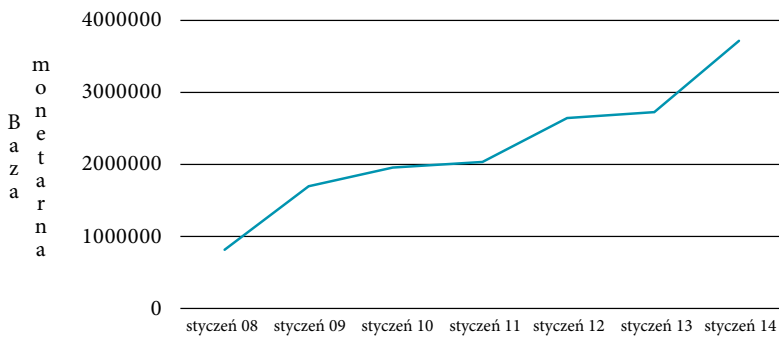
Rozmiar QE3 był niewielki, porównując go do zakupów za 600 mld dol. zapowiedzianych w grudniu 2008 roku oraz zakupów za kolejne 600 mld dol. zapoczątkowanych podczas QE2. Jednak transakcje na instrumentach dłużnych w ramach QE3 były znacząco duże jak na rynek papierów wartościowych typu MBS.

Wykres 1. Inflacja CPI m/m



Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy danych bankier.pl

Wykres 2. Tempo wzrostu bazy monetarnej w USA\*



Źródło: opracowanie własne na podstawie Board of Governors of the Federal Reserve System

\* Baza monetarna rozumiana jest jako suma sald utrzymywanych oraz gotówki w obiegu. Wartości podano w mln dol.

Fed podbił ceny tych instrumentów, obniżając jednocześnie ich rentowność. Zabieg ten miał pozwolić na obniżenie oprocentowania kredytów hipotecznych oraz zagwarantować ich przystępność. Fed liczył, że niskie oprocentowanie wesprze rynek mieszkaniowy oraz podniesienie ceny podobnych papierów wartościowych<sup>8</sup>.

Fed wraz z upływem czasu stopniowo redukował program QE3<sup>9</sup>. Ostatecznie pod koniec października 2014 roku podczas posiedzeń FOMC<sup>10</sup> ogłoszono zakończenie trzeciej rundy luzowania ilościowego.

## EFEKTY LUZOWANIA ILOŚCIOWEGO

Mechanizm luzowania ilościowego został wcielony w życie przez Fed w odpowiedzi na fiasko tradycyjnych narzędzi polityki pieniężnej. Pomimo tego, że mechanizm ten przybierał kilka form, wspólną cechą trzech transz QE była reakcja na problem błędnej alokacji kapitału, która doprowadziła do kryzysu.

Kluczowym czynnikiem motywującym QE w USA była próba uniknięcia deflacji (Wykres 1). Rynki finansowe są wyjątkowo czułe na decyzje banków centralnych. Podczas ogłaszania komunikatów tych instytucji na rynkach obserwuje się ożywienie przejawiające się znaczącym wzrostem obrotów. Kiedy bank centralny decyduje, że zrobić coś, czego wcześniej nigdy nie robił (na przykład QE), wprowadza na rynek kolejny czynnik

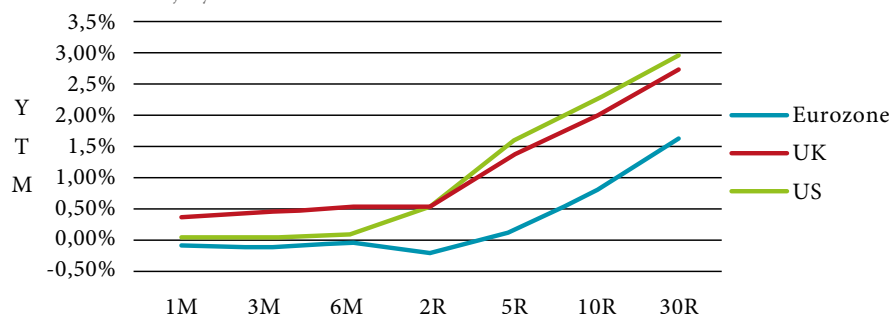
niepewności. W przypadku QE była to destabilizacja oczekiwań inflacyjnych<sup>11</sup>.

Poprawa płynności na rynku finansowym była szczególną konsekwencją QE, jednak mimo to bilans sektora prywatnego nie wzrósł. Pieniądze w postaci rezerw trafiły do systemu finansowego i na chwilę obecną tam utkwily. Świadczy o tym wskaźnik dóbr i usług konsumpcyjnych (CPI, utożsamiany przez ekonomistów głównego nurtu z inflacją), który w trakcie trwania QE nie wzrastał gwałtownie mimo systematycznego wzrostu bazy monetarnej (Wykres 2).

QE to program, który nie oddziaływał na portfele gospodarstw domowych w jednokowy i sprawiedliwy sposób. Uprzywilejował dwie grupy: rząd i kredytobiorców. Dążąc do obniżenia oprocentowania kredytów oraz rentowności instrumentów dłużnych, Fed zachęcił do lewarowania i zakupów tylko wybranych aktywów - obligacji z długim terminem zapadalności.

Wdrażając luzowanie ilościowe w życie, Fed zwiększył swój bilans z 950 mld dol. przed upadkiem Lehman Brothers do prawie 3 bln dol., co oznacza potrojenie wartości portfela aktywów. To istotny sygnał dla rynków, informujący inwestorów o tym, jak wielkie jarzmo kryzysu jest w stanie udźwignąć największy bank centralny na świecie.

Wykres 3. Struktura czasowa stóp procentowych. Niskie oprocentowanie to trend utrzymujący się nie tylko w USA, ale również w Wielkiej Brytanii i strefie euro



Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy danych Financial Times, stan na 07.12.2014 r.

## PODSUMOWANIE

Prowadzona obecnie polityka monetarna pokazuje, że gospodarka wcale nie jest prosta. Główny problem polegał na ustaleniu nadmiernie niskich stóp procentowych, zaburzających harmonię w gospodarce. Stopy te prowadzą nie tylko do zmniejszenia marży instytucji funkcjonujących na rynku finansowym, na przykład banków komercyjnych, ale również do daleko idących konsekwencji zauważalnych w całej gospodarce. Zbyt niskie stopy procentowe wypychają inwestycje we wszystko bez względu na rachunek ekonomiczny. Doprowadzają do niskiej produktywności aktywów, które powstają tylko ze względu na tanie finansowanie długiem. W warunkach zerowych stóp procentowych nierentowne inwestycje okazują się opłacalne z powodu niskiego kosztu kapitału obcego. To wszystko powoduje, że biznes działa jak na zasadzie dotacji unijnych, które przedsiębiorca wydaje na cokolwiek, co zaakceptuje urzędnik - nie zważając na preferencje konsumenta i wymagania rynku.

Stopy procentowe oscylujące przy zerze ustalane są po to, by zmniejszyć bezrobocie i zwiększyć dochód narodowy. Programy takie jak QE wykazują, że jest to zabieg tylko doraźny. Jakie będą konsekwencje i następstwa QE w długim terminie? Nikt nie ma szklanej kuli. Oby stagflacja była najmniej niebezpiecznym zjawiskiem ze wszystkich, które mogą nadejść.

Program QE posiada swoje zalety, ale również i negatywne aspekty. Szczególnie dyskusyjna jest pierwsza transza - QE1. W trakcie jej trwania Fed popełnił błąd natury psychologicznej. Odkupując od banków komercyjnych instrumenty finansowe o niskiej wiarygodności i obciążone dużym ryzykiem, pokazuje, że banki te mogą zawierać nadmiernie ryzykowne transakcje, nie ponosząc z tego tytułu konsekwencji. W razie zagrożenia niewypełnienia warunków umowy (np. nie wypłacenia kuponów) bank centralny jako „bank banków” odkupi obligacje tak naprawdę nawet najgorszej jakości, spruwadając swoją rolę *de facto* do roli „banku ostatniej nadziei”.

### Przypisy

1. Wskaźniki makroekonomiczne, www.bankier.pl, dostęp: 19.12.2014 r.
2. Portal finansowy www.investopedia.com, dostęp: 19.12.2014 r.
3. HOLLENBECK F., Brak zmian w planach Fedu po wygaszeniu luzowania ilościowego, 2014, www.mises.org.pl, dostęp: 19.12.2014 r.
4. AMADEO K., What is QE1?, www.useconomy.about.com, 2012, dostęp: 19.12.2014 r.
5. GADOMSKI W., Czekając na inflację, www.obserwatorfinansowy.pl, 2012, dostęp: 19.12.2014 r.
6. BAGUS P., Czy dojdzie do trzeciego, czwartego i piątego ilościowego poluzowania?, www.mises.pl., 2011, dostęp: 19.12.2014 r.
7. AMADEO K., Federal Reserve's QE2 (Quantitative Easing 2), 2012, www.useconomy.about.com, dostęp: 19.12.2014 r.
8. MALPASS, D. (2013) „The Fed need to change course”, CATO Journal, 33(3), 365-377.
9. KOLANY K., Fed ograniczy QE3 o 10 mld USD, www.bankier.pl, dostęp: 19.12.2014 r.
10. FOMC - Federalny Komitet do spraw Operacji Otwartego Rynku.
11. MORTIMER-LEE, P. (2012), The effects and risks of quantitative easing, Journal Of Risk Management In Financial Institutions, 5(4), 372-389.

**Edyta Sobótka**  
e.sobotka@progress.org.pl

Analiza i Zarządzanie  
w Biznesie  
Uniwersytet Łódzki  
SKN Progress

Opiekun naukowy:  
dr Dariusz Urban



# Skąd się biorą złe decyzje?

## Psychologia z inwestowaniem w tle

Podstawą klasycznej teorii finansów jest założenie, że inwestorzy są racjonalni – oznacza to, że podejmują decyzje z wykorzystaniem wszelkich dostępnych informacji, kierują się stałymi preferencjami oraz mają niezmienny stosunek do ryzyka. Publikacje z zakresu finansów behawioralnych nie raz już obalały tę tezę. W swoim artykule chciałabym nawiązać do artykułu z poprzedniego wydania Magazynu Forward - „Anomalie sezonowe na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie” pani Anny Wilanowskiej - w którym został poruszony jakże ciekawy temat wpływu efektów kalendarzowych na zachowania inwestorów. Moim celem będzie poszerzenie informacji na temat błędów w procesie decyzyjnym popełnianych pod wpływem emocji w kontekście finansów behawioralnych.

### CZYM JEST DECYZJA?

Podstawowym zagadnieniem, które należy wyjaśnić na wstępie, jest decyzja. Termin ten oznacza wybór z co najmniej dwóch możliwości potwierdzony fazą namysłu i refleksji. Podejmując decyzję, należy najpierw dokonać oceny użyteczności, czyli w sposób subiektywny ocenić korzyści i koszty wiążące się ze wszystkimi alternatywami. Następnym krokiem jest ocena prawdopodobieństwa polegająca na oszacowaniu stopnia naszej pewności, że dane zdarzenie wystąpi (podejście subiektywne) oraz obliczenie częstości tych zdarzeń (podejście obiektywne). Ostatnią fazą jest szacowanie ryzyka. Określamy wtedy następstwa i konsekwencje każdej z możliwych opcji. Dokonujemy to poprzez skonstruowanie funkcji dwóch zmiennych: prawdopodobieństwa i wielkości straty<sup>1</sup>. Podejmowanie decyzji jest efektem oceny

przyszłych zysków i strat, a wpływ **emocji** jest w dużej mierze ignorowany<sup>2</sup>. Proces ten, jak widzimy, jest skomplikowany i czasochłonny. Inwestorzy, aby ułatwić sobie podejmowanie decyzji, stosują pewne heurystyki - czyli uproszczone reguły myślenia. Ich stosowanie ma swoje zalety, jak np. zaoszczędzony czas, oraz wady - zbytne uogólnienie.

Każdy zespół menedżerski w pewnym momencie staje przed podjęciem ważnej lub ryzykownej decyzji. Czasami będzie ona słuszna i bardzo opłacalna. Np. w 2007 roku linie Southwest zdecydowały się zabezpieczyć na wypadek wzrostu cen paliwa lotniczego, co okazało się posunięciem niemal proroczym. Czasami jednak wielkie decyzje kończą się zupełną porażką. Tak było w 2007 roku, kiedy AOL i Time Warner zdecydowały o wycofaniu się z fuzji obu spółek z 2001 roku przedsięwzięcia o wartości 350 miliardów



dolarów. Szefowie Time Warner Jeff Bewkes i Gerald Levin nazwali ją później „największym błędem w historii przedsiębiorczości korporacyjnej”<sup>3</sup>.

Inwestor, który pragnie podejmować decyzje w sposób najbardziej zbliżony do racjonalnego, powinien zapoznać się z teorią perspektywy opracowaną przez Daniela Kahnemana i Amosa Tversky'ego. Autorzy dowodzą w niej, że stosunek ludzi do ryzyka nie jest stały. Z przeprowadzonych badań bowiem wynika, że ludzie definiują wartość wariantów decyzyjnych nie ze względu na końcowe stany posiadania, ale ze względu na potencjalne zyski i straty będące efektem dokonanego wyboru. I tak według wskazanej teorii ludzie z jednej strony przeceniają bardzo małe prawdopodobieństwa, np. w sytuacji oceny szans wygrania w lotto, gdy subiektywne prawdopodobieństwo wygrania jest dużo wyższe od odpowiadającego mu prawdopodobieństwa obiektywnego. Z drugiej strony zaś zaniżają prawdopodobieństwa średnie i wysokie, np. przy ocenie prawdopodobieństwa udziału w stłuczce dokonywanej przez właściciela samochodu – taką ocenę ludzie zwykle zaniżają<sup>4</sup>. Kolejną, równie ważną z punktu inwestowania, kwestią jest awersja ludzi do strat i podejmowania ryzyka w tej sferze. Z tych samych badań wynika, iż zdecydowana większość ludzi wybiera mniejszą, ale pewną wygraną (opcja ostrożna), a nie wariant, w którym z większą wygraną wiąże się konieczność zaakceptowania wyższego ryzyka (opcja ryzykowna)<sup>5</sup>.

## KIEDY UMYŚŁ ZAWODZI

W teorii perspektywy wskazywanych jest wiele błędów popełnianych przez inwestorów. Jednym z nich jest wnioskowanie o jakimś obiekcie na podstawie jego kilku atrybutów lub wyrwykowych obserwacji, a jednocześnie ignorowanie danych statystycznych na jego temat<sup>6</sup>. Błąd ten nazywany jest heurystyką reprezentatywności. Inwestorzy często pomijają statystyki, a skupiają się na przykładach potwierdzających obrane wcześniej zdanie. Przykładem może być polska afery w sprawie Amber Gold. Ponad jedenaście tysięcy inwestorów powierzyło spółce swoje oszczędności pomimo faktu, że oferowana na poziomie 16% stopa zwrotu z lokaty kilkukrotnie przewyższała stopy zwrotu oferowane przez firmy, które otrzymały zgodę Komisji Nadzoru Finansowego na wykonywanie czynności bankowych (średnio w grupie tej było to 5%)<sup>7</sup>. Chciwość, łatwowierność oraz ignorowanie ogólnych prawidłowości dotyczących relacji między stopą zwrotu a ryzykiem spowodowały, że inwestorzy zignorowali statystyki i wpadli w pułapkę<sup>8</sup>.

Bywa tak, że gdy natrafimy na jakąś „okazję” zapominamy o żelaznych zasadach statystyki, m.in. o prawie regresji do średniej. Nie

jest możliwe, aby osiągać coraz lepsze lub gorsze wyniki w nieskończoność. Zarówno w pierwszym, jak i drugim przypadku należy oczekiwać powrotu rezultatów do średniej<sup>9</sup>. Zapewne prawo regresji do średniej nie zostało uwzględnione przez inwestorów, którzy w lipcu zeszłego roku kupili akcje CYNK Technology. Na początku sierpnia amerykańska Komisja Papierów Wartościowych i Giełd (SEC) zawiesiła handel akcjami spółki CYNK Technology, gdy ich kurs w ciągu niecałego miesiąca wzrósł z 6 centów do... 22 dolarów. Kto na tym zarobił? Grupa inwestorów odpowiedzialna za wykreowanie bańki spekulacyjnej. Podobna sytuacja miała miejsce w latach 90., gdy Jordan Belfort, złodziej sportretowany w filmie „Wilk z Wall Street”, dokonywał podobnych manipulacji<sup>10</sup>.

W większości znanych przypadków łatwiej jest oszacować prawdopodobieństwo wystąpienia zdarzenia, które miało miejsce już wiele razy w historii, niż sytuacji, która powtarzała się rzadziej<sup>11</sup>. Dostępnością psychiczną nazywana jest łatwość odświeżenia sobie danej sytuacji w pamięci. W tym kontekście wskazać można, że działania marketingowe mogą prowadzić do zaburzeń oceny niepewności i ryzyka właśnie w oparciu o zasadę dostępności. Przykładem tych działań mogą być częste wzmianki o danej firmie w mass mediach, aktualność wydarzeń powiązanych z tą firmą czy żywe i budzące emocje opisy danego przedsiębiorstwa. Decydując się na zakup akcji takiej korporacji, inwestorzy często kierują się zasadą dostępności psychicznej, przeceniając wyniki finansowe tej spółki.

Inwestorzy oraz osoby mniej lub bardziej związane z finansami często uzależniają swoje decyzje od jakiejś „kotwicy”, czyli punktu odniesienia, o którym dowiadujemy się przed podjęciem decyzji. W wielu badaniach udowodniono, że jeśli przy szacowaniu kosztów, ceny czy szans ktoś poprosi nas o ustosunkowanie się do jakiejś liczby, np. „Czy koszty przekroczą 100 tysięcy złotych?”, nasz werdykt będzie bardziej zbliżony do liczby 100 tysięcy, niż gdyby taki punkt odniesienia nie został uwzględniony w pytaniu. Innym typem „kotwicy” są okrągłe liczby. Bywa, że akcjonariusze za wszelką cenę sprzedają akcje, gdy tylko ich kurs osiągnie jakąś okrągłą liczbę, np. 100 zł.

Analizując błędy popełnianie przez inwestorów w procesie decyzyjnym, nie można pominąć iluzji kontroli. Opiera się ona na odczuwaniu przez decydenta nagłego nieuzasadnionego przypląwu poczucia kontroli nad sytuacją, który w efekcie prowadził do wzrostu zachowań ryzykownych oraz nierealistycznej, zbyt optymistycznej oceny sytuacji<sup>12</sup>. Być może takie złudzenie miały osoby, które nie doceniły ryzyka walutowego i wzięły kredyt we frankach. Jednak 550 tysięcy rodzin wzięło kredyt w walucie, w której nie zarabiali, o której nie mieli wiedzy

oraz przy braku świadomości dotyczącej możliwości kontrolowania ryzyka walutowego. Zdaniem profesora Tomasza Zaleskiewicza ludzie nie oceniają wartości i kosztu kredytu w perspektywie długoterminowej – myślą krótkoterminowo i próbują ustalić, jaka jest rata w tej chwili. Polacy często porównują kredyty w kilku bankach i kilku walutach, wybierając to, co w danym momencie wydaje się najtańsze. Kredyty we frankach szwajcarskich były bardzo popularne w latach 2000-2005. Wtedy kurs franka szwajcarskiego kształtował się na poziomie 2,2-2,7 zł. Obecnie kurs ten plasuje się w okolicach 4 zł, przez co miliony kredytobiorców mają problem ze spłatą swoich zobowiązań<sup>13</sup>.

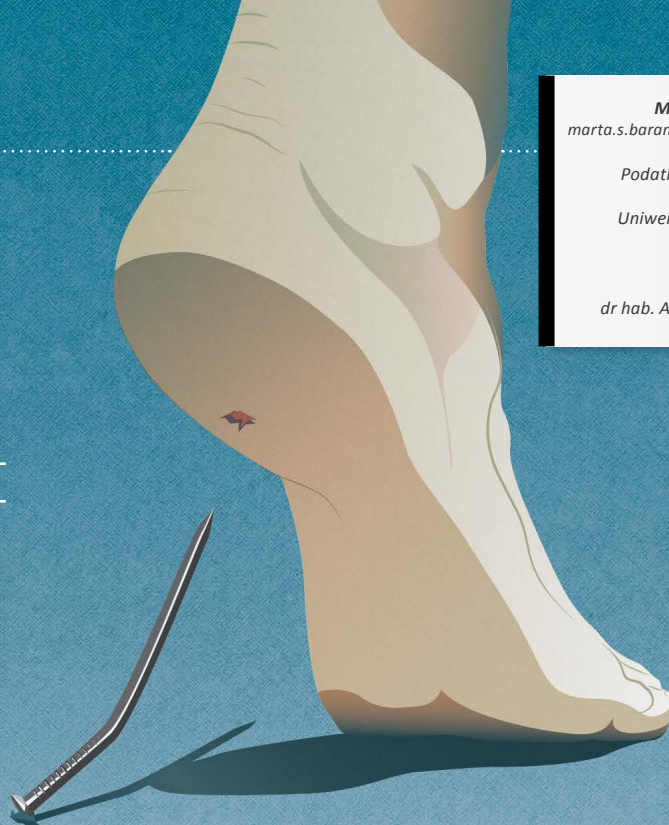
## PODSUMOWANIE

Doświadczenia ostatniego kryzysu finansowego wydają się wskazywać na rolę czynników psychologicznych w decyzjach inwestycyjnych podejmowanych przez największe globalne instytucje finansowe świata, za którymi jednak zawsze na poziomie mikro stoi człowiek. Człowiek ten, nawet jeśli jest wybitnym inwestorem, w sytuacji dużej dostępności informacji oraz braku presji czasu stara się postępować w sposób analityczny. Oznacza to, że w swoich rozważaniach bierze pod uwagę potencjalne korzyści i straty oraz szacuje prawdopodobieństwa. Jednak rozmaite ograniczenia zewnętrzne (przeciążenie poznawcze, brak danych, naciśki czasowe) powodują, że myślenie graczy na giełdzie staje się uproszczone, co prowadzi do popełniania błędów. Uświadomienie sobie najczęściej popełnianych pomyłek stanowić może podstawę do bardziej świadomego i jednocześnie nacechowanego mniejszą ilością błędów poznawczych działania w środowisku finansów.

### Przypisy

- KOZIELECKI I. (1992). Podejmowanie decyzji. [w:] Psychologia ogólna, TOMASZEWSKI T. (red.), tom 1 (s. 155-187). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- ZNAJMIECKA – SIKORA M., KAFLIK – PIĘRÓG M., (2012). Dlaczego ludzie zachowują się ryzykownie? Analiza zjawiska ryzyka – przegląd definicji, stan badań. [w:] Współczesne standardy w zakresie zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy. Między teorią a praktyką., LEWANDOWSKI J. ZNAJMIECKA – SIKORA M. (red.) Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej
- <http://www.hbrp.pl/news.php?id=1143&t=5-pulapek-w-podejmowaniu-decyzji> (dostęp 30.01.2015 r.)
- TYSZKA, T., Psychologiczne pułapki oceniania i podejmowania decyzji, GWP, Gdańsk 1999.
- ŁUCZAK J., Pewność, niepewność i ryzyko w decyzjach menedżerskich, [http://jmf.wzr.pl/pim/2012\\_1\\_1\\_7.pdf](http://jmf.wzr.pl/pim/2012_1_1_7.pdf)
- MANKINS, M. C., 5 pułapek w podejmowaniu decyzji <http://www.hbrp.pl/news.php?id=1143&t=5-pulapek-w-podejmowaniu-decyzji>
- PRZASNSKI R., Po Amber Gold konieczna ocena ryzyka, <http://www.finance.egospodarka.pl/84647,Po-Amber-Gold-konieczna-ocena-ryzyka,2,48,1.html>
- RESPONDEK M. Wpływ emocji na podejmowanie decyzji <http://www.psychiatria.pl/wiadomosc/wplyw-emocji-na-podejmowanie-decyzji/12264.html>
- TYSZKA T., ZALESKIEWICZ T., Racjonalność decyzji. Pewność i ryzyko, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2001.
- KACZMARCZYK M., Ktoś dał CYNK... i ceny akcji pofrunęły w kosmos, [http://m.wyborcza.biz/biznes/1,106501,16328952,Ktos\\_dal\\_CYNK\\_i\\_ceny\\_akcji\\_pofrunely\\_w\\_kosmos.html](http://m.wyborcza.biz/biznes/1,106501,16328952,Ktos_dal_CYNK_i_ceny_akcji_pofrunely_w_kosmos.html)
- TYSZKA T., Psychologia ekonomiczna, GWP, Sopot 2004.
- STODOLAK S., Władza i iluzja kontroli, Psychologia Biznesu nr 7/2009.
- KOZŁOWSKA K., Klienci banków popełniają te same błędy co inwestorzy giełdowi, <http://www.obserwatorfinansowy.pl/tematyka/rynki-finansowe/klienci-bankow-popolniaja-te-same-bledy-co-inwestorzy-gieldowi/>

# Słaby punkt NewConnect



**Marta Baranowska**  
marta.s.baranowska@gmail.com

Podatki i Doradztwo  
Podatkowe  
Uniwersytet Gdański

Recenzent:  
prof. UG  
dr hab. Anna Zamojska



Inwestorzy rynku kapitałowego już dawno oswoili się z terminem „obowiązków informacyjnych”, jednak wraz z rozwojem alternatywnych platform obrotu coraz częściej słyszy się o braku ich realizacji. Efektem tych niedociągnięć są decyzje podejmowane przez inwestorów w warunkach niepewności i podwyższonego ryzyka. Konsekwencje tych działań zależą wówczas przede wszystkim od czynników, na które podejmujący nie ma żadnego wpływu. Aby zweryfikować, czy poprawna komunikacja przyciąga inwestorów, przedstawiono wykresy rozkładu kursu zamknięcia wybranych spółek oraz tabelę zainteresowania inwestorów, która odzwierciedla ilość zawartych transakcji.

## KLIKA SŁÓW O NEWCONNECT

Polski rynek alternatywny jest platformą kojarzącą oferty kupna i sprzedaży dostępnych instrumentów finansowych oferowanych przez małe i średnie przedsiębiorstwa. Celem uruchomienia nowej platformy obrotu było zapewnienie MSP dostępności do kapitału – w związku z czym koszty emisji oraz transakcyjne są niskie, a obowiązki emitenta mniej restrykcyjne. Mniejsza ilość przepisów oraz ich słabsza precyzyjność pozwalają emitentowi swobodnie decydować o zakresie upublicznianych informacji. Czy jest to spójne z najważniejszą cechą transparentności przypisywaną rynkom kapitałowym?

Inwestorzy decydujący się na ewentualną alokację kapitału mają utrudnione zadanie, gdy chcą dokonać analizy wybranej spółki z rynku NewConnect. Wykluczona zostaje możliwość przeprowadzenia dokładnej analizy fundamentalnej oraz technicznej. Dzieje się tak ze względu na niewielki zakres dostępnych informacji. Spółki na rynku NewConnect dostarczają inwestorom informacji za pomocą raportów bieżących i okresowych. Ich zakres był kilkukrotnie

modyfikowany w historii istnienia rynku. Obecnie spółki zobowiązane są do przedkładania do publicznej wiadomości raportów bieżących, kwartalnych oraz rocznych.

Pierwsze z nich obejmują informacje o emisjach akcji, fuzjach i przejściach, splitach oraz podpisanych umowach. Regulamin ASO pozostawia emitentowi dowolność w zakresie i istotności przekazania wymienionych zdarzeń. Pomimo braku wytycznych komunikaty powinny zawierać niezbędne minimum informacyjne, tak by przeciętny inwestor mógł zrozumieć przyczyny, jakie kierowały zarządem przy podjęciu danej decyzji oraz wpływ, jaki będzie ona miała na stan majątkowy, finansowy oraz gospodarczy emitenta<sup>1</sup>. Komunikaty bieżące kierowane są głównie do inwestorów, którzy są zaangażowani w spółkę lub rozważają taką decyzję. Raporty kwartalne początkowo obejmowały minimalny zakres informacji przekazywany przez inwestora, tj. dwanaście pozycji bilansu oraz krótkie elementy opisowe odnoszące się do uzyskanego wyniku przedsiębiorstwa. Z czasem jednak poszerzone zostały wymogi dotyczące zamieszczanych komentarzy. Obecnie emitent zobowiązany jest przedstawić m.in. opinię zarządu na temat zdarzeń mających wpływ na uzyskane wyniki oraz informację o aktualnej strukturze akcjonariatu. W skład raportów rocznych wchodzi dodatkowo pismo zarządu, zbadane roczne sprawozdanie raportu oraz opinia z badania rocznego sprawozdania finansowego.

Realizacja obowiązków informacyjnych podlega bieżącej ocenie. W przypadku uchybień kompetencje organizatora rynku alternatywnego uprawniają do podejmowania decyzji o zawieszeniu obrotu akcjami lub wykluczenia akcji z obrotu.<sup>2</sup> Zawieszenie obrotu instrumentami danej spółki może nastąpić w trzech sytuacjach:

- na wniosek emitenta, np. w przypadku upadłości likwidacyjnej,
- jeżeli GPW uzna, że jest to warunek zachowania bezpieczeństwa uczestników obrotu,
- jeżeli emitent naruszy regulacje obowiązujące w alternatywnym systemie obrotu.

## AUTORYZOWANE PORADY

Prawidłową realizację obowiązków informacyjnych wspomagają Autoryzowani Doradcy. Rozpoczynają współpracę ze spółką na początkowym etapie przygotowań do debiutu emitenta. Dokonują weryfikacji spółki, wraz z emitentem sporządzają dokument informacyjny oraz samodzielnie go zatwierdzają. Dokument informacyjny jest jednym z wymogów wejścia na rynek NewConnect<sup>3</sup>. Następnie doradca przygotowuje spółkę pod względem organizacyjnym, formalnym oraz biznesowym do funkcjonowania na rynku. Wsparcie wobec emitenta nie kończy się z dniem debiutu – współpraca z Autoryzowanym Doradcą trwa przez trzy lata od dnia emisji z możliwością jej skrócenia do jednego roku. W tym okresie sprowadza się ona do doradztwa w zakresie obowiązków informacyjnych oraz szeroko rozumianego funkcjonowania na rynku NewConnect. W szczególności ma wesprzeć emitenta podczas sporządzania oraz publikacji dokumentów finansowych oraz pomóc w interpretacji obowiązujących zasad ładu korporacyjnego.

## OBOWIĄZKI OBOWIĄZKAMI

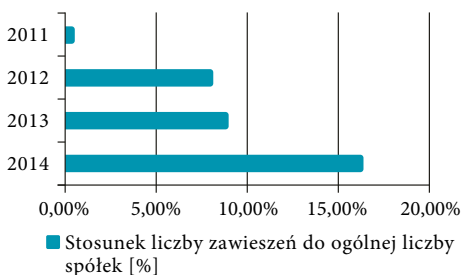
Zastanawiające jest, dlaczego spółki decydujące się na publiczny debiut następnie unikają przekazywania swoim akcjonariuszom pełnych i wartościowych informacji. Wiele z nich zasłania się tajemnicą handlową, mimo że podmiot publiczny jest zobowiązany do transparentności. Często jesteśmy

świadkami realizacji obowiązków jedynie po to, by wywiązać się z ciążącego na spółce przymusu, a nie po to, by wykorzystać je jako formę kontaktu z inwestorami. Bywają również przypadki, w których firma korzysta z systemu publikacji w celach marketingowych, prezentując rekomendacje domów maklerskich, które radzą, aby nabyć instrumenty finansowe danej spółki. Gdy dochodzi do opóźnień w przekazaniu raportów finansowych, spółki powołują się na wady programów księgowych, które nie tworzą automatycznie rachunku przepływów pieniężnych.<sup>4</sup>

Na wykresie 1. przedstawiono procentową liczbę spółek zawieszonych z powodu niedopilnowania obowiązków informacyjnych. Duży skok ilościowy widoczny w 2012 roku wynika z decyzji Komisji Nadzoru Finansowego o przyjęciu bardziej restrykcyjnej polityki wobec niezdyscyplinowanych emitentów. W kolejnych latach utrzymuje się wzrost udziału zawieszonych spółek w spółkach ogółem. W ostatnim prezentowanym roku przyczyną takiego stanu były regulacje<sup>5</sup> dotyczące raportowania, obowiązujące emitentów od III kwartału 2013 roku, w związku z czym kary dotyczyły w dużej mierze raportów za ostatni kwartał oraz raportów rocznych za 2013 rok. Na podstawie analizy dokonanej przez Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych<sup>6</sup> stwierdzono, iż w tym okresie aż 22 spółki nie udostępniły raportu w terminie.

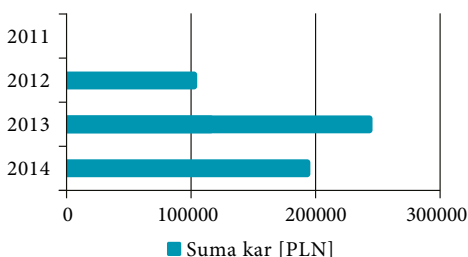
Na wykresie 2. widać wysokość przyznanych kar emitentom przez KNF. Wartość

Wykres 1. Ilość spółek zawieszonych z powodu naruszenia obowiązków informacyjnych na rynku NewConnect w latach 2011-2014 [%]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych www.newconnect.pl (stan na 20.01.2015 r.)

Wykres 2. Suma kar przyznanych emitentom na rynku NewConnect w latach 2011-2014 z powodu naruszenia obowiązków informacyjnych



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych www.newconnect.pl (stan na 20.01.2015 r.)

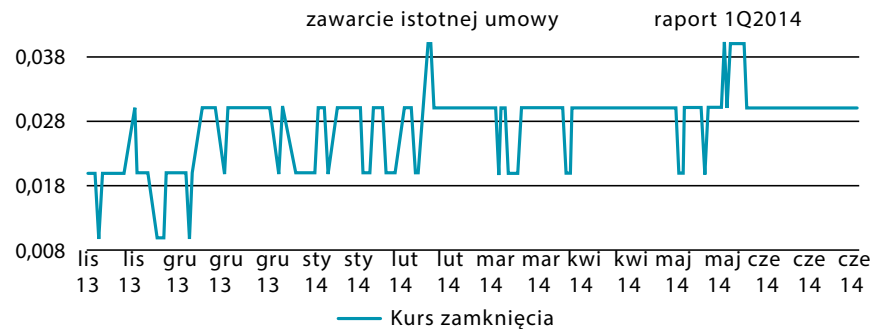
kary przyznawanej spółkom za brak wywiązania się z nałożonych obowiązków mieści się w przedziale od 5 do 20 tysięcy złotych. W pierwszym badanym roku nie zastosowano kar pieniężnych. Ich liczba wzrasta dopiero po decyzji KNF o zaostrzeniu polityki. W ostatnim roku można zauważyć spadek wartości nałożonych kar, jest to przesłanką, by stwierdzić, że decyzja KNF była słuszna. Nałożenie kary pieniężnej na spółkę następuje dopiero po wcześniejszym upomnieniu emitenta oraz jego zawieszeniu.

Czasami nałożenie kary wynika z incydentalnych zaniedbań lub naruszeń ze strony emitenta. Jednak również często zdarza się, że została zatajona istotna informacja o wydarzeniach zaszłych w spółce lub została ona przedstawiona w sposób niezrozumiały dla inwestora.

Błędne odczytanie informacji przez inwestora jest jednym z czynników, które determinują podejmowanie niekorzystnych decyzji<sup>7</sup>. Na wykresach przedstawione jest kształtowanie kursu zamknięcia dla trzech spółek z sektora usług finansowych. Dwie z nich miały trudności z realizacją obowiązków, czego skutkiem była interwencja Komisji Nadzoru Finansowego. Brak systematyczności w kontaktach z inwestorami skutkowało niestabilnością kursu obu spółek oraz niską płynnością, co zostało przedstawione w tabeli (bardzo niska liczba zawieranych transakcji). Jak wynika z danych, inwestorzy zwracali się ku spółkom dopiero w momencie, gdy publikowały raporty.

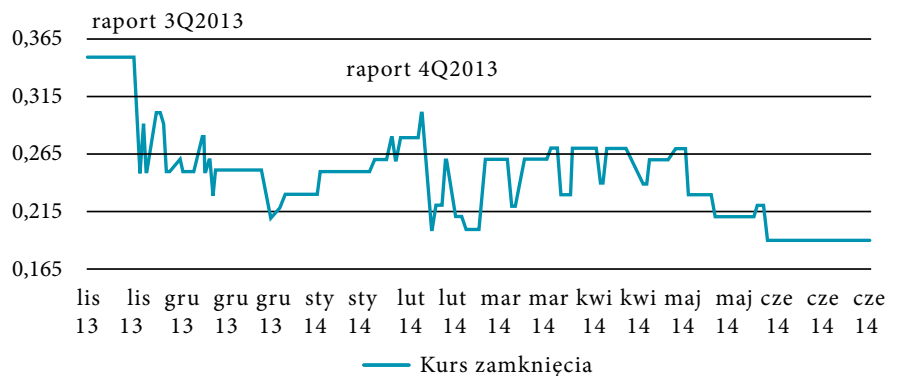
Pozytywny komunikat obwieszony przez Jurajski Dom Brokerski SA o zawarciu istotnej umowy przyciągnął inwestorów – tego dnia

Wykres 1. Kształtowanie się kursu zamknięcia spółki Jurajski Dom Brokerski



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych www.newconnect.pl (stan na 20.01.2015 r.)

Wykres 2. Liczba transakcji spółki Cerabud SA



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych www.newconnect.pl (stan na 20.01.2015 r.)

Wykres 3. Kurs zamknięcia spółki Doradcy24 SA



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych www.newconnect.pl (stan na 20.01.2015 r.)

zostało zawartych 17 transakcji. Komunikat zawierał prognozę wzrostu przychodu spółki o 20% względem wcześniejszych szacowań.

Również spółka Cerabud SA odnotowała większe zainteresowanie inwestorskie. Przyczyną była publikacja raportu za IV kwartał 2013 roku, wówczas ilość transakcji wzrosła do 12. Na ostatnim wykresie przedstawiona została spółka, która do tej pory nie wykazała uchybień w zakresie wypełniania obowiązków.

Tabela 1. Ilość dziennie zawartych transakcji na rynku NewConnect dla wybranych spółek z sektora usług finansowych w okresie listopad 2013 - czerwiec 2014:

Liczba transakcji	Cerabud SA	Jurajski Dom Brokerski SA	Doradcy24 SA
0	57	9	25
1	50	48	16
2	21	51	28
3	8	19	21
4	8	11	22
5	6	1	9
6-10	9	13	27
11-15	1	5	5
16-20	brak	1	3
21-25	brak	0	1
26 i więcej	brak	2	3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych www.newconnect.pl (stan na 03.02.2015 r.)

Jej kurs jest znacznie stabilniejszy, a ilość dziennie zawieranych transakcji – wyższa.

Obowiązki raportowe nie powinny być dla spółek przykrym obowiązkiem, ale elementem wspierającym osiągnięcie celu, jakim jest pozyskanie inwestora w długim okresie czasu. Rzetelna realizacja obowiązków informacyjnych jest elementem przyciągającym inwestora do spółki. Z kolei ich zaniedbanie narusza podstawowe funkcje systemu finansowego<sup>8</sup> m.in. efektywną alokację finansową. Jednostki posiadające nadwyżkę finansową przekazują

ją podmiotom posiadającym deficyt środków, tak by w dłuższym okresie czasu osiągnąć wymierną korzyść, niestety dochodzi do sytuacji, gdy inwestycja w wybraną spółkę nieprzynosi zysków. Zachwiane zostają również mechanizmy zarządzania ryzykiem, które

w sytuacji niepełnej informacji mogą być niemiarodajne.

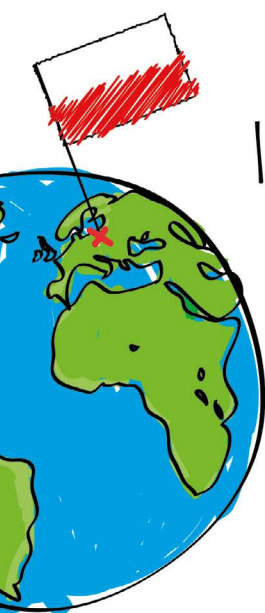
Zarządcy rynku NewConnect, stosując twardą politykę co do realizacji obowiązków informacyjnych, wzmacniają pozycję rynku, co w perspektywie czasu spowoduje wzrost zainteresowania ze strony inwestorów. Osiągnięcie tego celu spowoduje, że obie strony będą zadowolone – spółka budująca swoją wartość<sup>9</sup> oraz inwestor, który obniża ryzyko inwestycyjne.

#### Przypisy

1. A. Swierkowska, Jakość raportów spółek z rynku NewConnect – cz.
2. Raporty bieżące, <http://www.ncbiuletyn.pl/>, dostęp: 28.11.2014.
3. Regulamin Alternatywnego Systemu Obrotu NewConnect, Rozdział IV, 01.09.2014, <http://www.newconnect.pl/>, dostęp: 02.11.2014.
4. Ibidem.
5. K. Grewling, S. Huczek, Raporty okresowe - czyli jesienne kłopoty na NewConnect, <http://www.sii.org.pl/>, dostęp 02.11.2014.
6. Zmiany naniesione w Załączniku nr 3 (Obrotu Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect) do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu.
7. K. Grewling, S. Huczek, Raporty okresowe - czyli jesienne kłopoty na NewConnect, <http://www.sii.org.pl/>, dostęp 02.11.2014.
8. Podczas działań podejmowanych w warunkach niepewności ludzie bardzo często podejmują decyzje nieracjonalne oraz oparte na zaangażowaniu emocjonalnym. Zob: E. Drabik, A. Górka, Procesy przetwarzania informacji i podejmowania decyzji inwestycyjnych w warunkach niepewności na przykładzie WGT SA w Warszawie. Zeszyty Naukowe SGGW - Ekonomia i Org. Gosp. Żywnościowej, nr 63, s. 71-88.
9. A. Matyszek-Jedrych, System finansowy – definicja i funkcje [w:] Bank i kredyt, Narodowy Bank Polski, Warszawa 2007, s. 42.
9. A. M. Krug, Relacje inwestorskie w nowoczesnej spółce giełdowej, Wydawnictwo Poligraf, Brzeźnia Łąka 2010, s. 65.

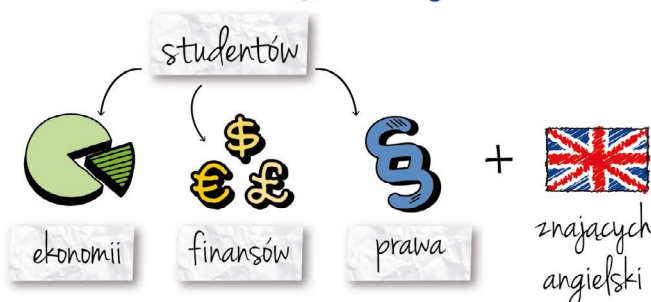
**KPMG**  
cutting through complexity

# Postaw na KPMG!



**KPMG**  
155 krajów 155 000 pracowników

Poszukujemy:



**kariera.kpmg.pl**  
**junior.kpmg.pl**  
**facebook.com/kpmgpoland**

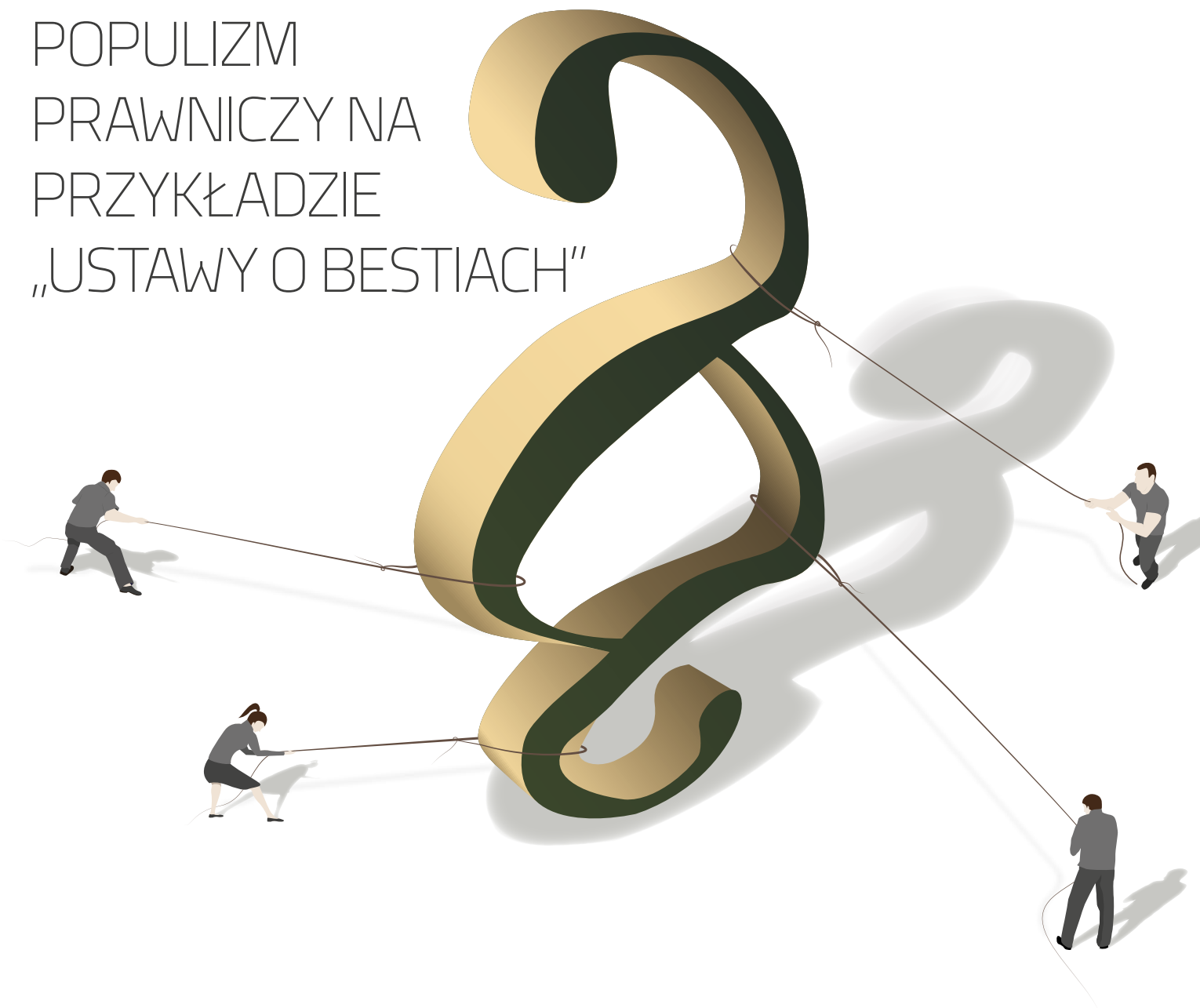
Bartłomiej Błaszczak  
blaszczak@onet.eu



Prawo  
Uniwersytet Łódzki

Opiekun naukowy:  
dr Jarosław Sułkowski

# POPULIZM PRAWNICZY NA PRZYKŁADZIE „USTAWY O BESTIACH”



## CZYM JEST POPULIZM W PRAWIE?

Populizm jest zjawiskiem politycznym, które często bywa określane jako ułomność demokracji. Wyłącznie bowiem w warunkach demokratycznych możliwe jest wykorzystanie go jako instrumentu służącego do zdobycia i utrzymania poparcia społeczeństwa, a w następstwie również władzy. Populizm to pojęcie nieostre, używane do opisywania zjawisk politycznych charakteryzujących się odwoływaniem w swej retoryce do szeroko pojmowanej „woli ludu”. Nauka podkreśla trzy aspekty tego zjawiska - socjotechniczny,

psychospołeczny i doktrynalny. Pierwszy z nich polega na prowadzeniu działań politycznych z wykorzystaniem instrumentów takich jak demagogia, odwoływanie się do mitów społecznych, a nawet ich kreowanie w celu wykazania kontrastu pomiędzy „normalnością” a rozumianymi w różny sposób odchyleniami. W aspekcie doktrynalnym populizm oznacza przyjęcie „woli masy”, woli ludu jako politycznej legitymacji dla poczynań władzy. Aspekt psychospołeczny wiąże się z głównym celem populizmu - dostarczeniem pożądanego przez większość przywódcy<sup>1</sup>.

Środkiem służącym realizacji celów politycznych jest przede wszystkim ustawodawstwo rozumiane jako czynność uprawnionych organów, polegająca na stanowieniu obowiązującego prawa oraz skutek tej czynności w postaci ogółu obowiązujących w danym kraju norm prawnych<sup>2</sup>. Z tej właśnie przyczyny populizm często znajduje swój wyraz w normach prawnych, przybierając postać tzw. populizmu prawniczego. Często sytuacją skłaniającą ustawodawcę do wprowadzenia nowego lub zmiany już obowiązującego prawa jest wystąpienie tzw. *cause célèbre*. Mianem tym określa się przypadki procesów sądowych, które budziły żywe zainteresowanie

opinii publicznej, często związane z występowaniem wokół danej sprawy wzmożonego zainteresowania mediów, określanego czasem pejoratywnym terminem „cyrk medialny”<sup>3</sup>.

Jednym z przypadków takiej właśnie zmiany obowiązującego prawa, będącej następstwem głośnej sprawy, było przyjęcie przez Sejm ustawy z dnia 22 listopada 2013 r. o postępowaniu wobec osób z zaburzeniami psychicznymi stwarzających zagrożenie życia, zdrowia lub wolności seksualnej innych osób (Dz. U. z 2014 r. poz. 24) w następstwie powstania nagonki medialnej wokół zakończenia odbywania kary przez Mariusza Trynkiewicza.

### „SZATAN Z PIOTRKOWA”

4 lipca 1988 roku Mariusz Trynkiewicz, cierpiący na zaburzenia preferencji seksualnych, były nauczyciel wychowania fizycznego z Piotrkowa Trybunalskiego, zwałił do swojego mieszkania przypadkowo napotkanego trzynastolatka, którego wykorzystał seksualnie, a następnie udusił. Ciało swojej ofiary zakopał w lesie. Kilkanaście dni później w podobnych okolicznościach dopuścił się podobnych czynów na trzech innych chłopcach, z których najmłodszy miał 11 lat. Według późniejszych wyjaśnień sprawcy, chłopcy zgodzili się odwiedzić Trynkiewicza, skuszeni możliwością obejrzenia jego akwarium oraz postrzelania z wiatrówki, co obiecywał im w trakcie rozmowy. Kiedy już znaleźli się w zamkniętym pomieszczeniu, sprawca uśmiercił całą trójkę. Po kilku dniach zapakował ciała do samochodu pożyczonego od ojca i zabrał do lasu. Zawinięte w tkaninę zwłoki ułożył na stosie i podpalił, próbując nadać czynowi charakter mordu rytualnego. Sprawcę zabójstw udało się ująć, a 29 września 1989 roku sąd wydał wyrok skazujący Trynkiewicza na karę śmierci. W tym samym roku jednakże kara śmierci została zniesiona, a wymierzone już kary tego typu zostały zamienione na mocy amnestii na karę wolnościową w wymiarze 25 lat pozbawienia wolności (maksymalny możliwy wówczas na mocy kodeksu karnego wymiar kary pozbawienia wolności)<sup>4</sup>.

W roku 2014, zgodnie z treścią wyroku, Trynkiewicz miał wyjść na wolność. Spotkało się to z ogromnym sprzeciwem społeczeństwa, podsycanym dodatkowo przez media, które prowokowały niepokoje społeczne, informując widzów, czytelników i słuchaczy o szczegółach dotyczących sprawy. W obliczu powyższego obojętni nie pozostali także politycy. W rekordowym tempie przygotowano i uchwalono ustawę o postępowaniu wobec osób z zaburzeniami psychicznymi stwarzających zagrożenie życia, zdrowia lub wolności seksualnej innych osób, zwaną potocznie również „ustawą o izolacji postpenalnej”, lub też, niezbyt trafnie, „ustawą o bestiach”.

### „USTAWA O BESTIACH”

Zgodnie z uzasadnieniem do projektu ustawy jej celem miała być prewencja zarówno w aspekcie ogólnym, przyjmująca postać ochrony społeczeństwa przed sprawcami najgroźniejszych przestępstw, jak i w aspekcie szczególnym, wiążącym się z izolacją osób uważanych za stwarzające potencjalne zagrożenie w przypadku ich wypuszczenia na wolność po odbyciu kary pozbawienia wolności. Umieszczenie w utworzonym na mocy tejże ustawy Krajowym Ośrodku Zapobiegania Zachowaniom Dysocjalnym<sup>5</sup> miałyby umożliwić umieszczonym w nim osobom poddanie się terapii i powrót do życia w społeczeństwie w stanie psychofizycznym niestwarzającym już zagrożenia dla siebie i innych osób. Jednocześnie społeczeństwo mogłoby stopniowo zmieniać stosunek do tychże sprawców, co skutkowało miałyby zmniejszeniem prawdopodobieństwa ich późniejszej stygmatyzacji przez uświadomienie, iż po odbyciu terapii nie stanowią oni już zagrożenia<sup>6</sup>.

Dokładniejsze zapoznanie się z treścią aktu prawnego powoduje pojawienie się szeregu wątpliwości związanych z niewypełnianiem celów przedstawianych jako uzasadnienie jej wprowadzenia. Co więcej, budzi również poważne wątpliwości co do zgodności aktu prawnego z Konstytucją. Rzecznik Praw Obywatelskich 16 maja 2014 roku wystąpił do Trybunału Konstytucyjnego z wnioskiem o zbadanie konstytucyjności sześciu przepisów niniejszej ustawy.

### PROBLEM KONSTYTUCYJNOŚCI. ZAKRES PODMIOTOWY

Po pierwsze, wątpliwości wzbudził już sam zakres podmiotowy ustawy. Zgodnie z jej art. 1 pkt 1, ustawa ma regulować postępowanie wobec osób, które spełniają łącznie trzy przesłanki:

- odbywają prawomocnie orzeczoną karę pozbawienia wolności lub karę 25 lat pozbawienia wolności, wykonywaną w systemie terapeutycznym,
- w trakcie postępowania wykonawczego występowały u nich zaburzenia psychiczne w postaci upośledzenia umysłowego, zaburzenia osobowości lub zaburzenia preferencji seksualnych,
- stwierdzone u nich zaburzenia psychiczne mają taki charakter lub takie nasilenie, że zachodzi co najmniej wysokie prawdopodobieństwo popełnienia czynu zabronionego z użyciem przemocy lub groźbą jej użycia przeciwko życiu, zdrowiu lub wolności seksualnej, zagrożonego karą pozbawienia wolności, której górna granica wynosi co najmniej 10 lat.

Wobec takich osób możliwe jest zastosowanie środków w postaci nadzoru prewencyjnego albo umieszczenia we wspomnianym już wyżej ośrodku, skutkujące ograniczeniem albo też pozbawieniem wolności. Według uzasadnienia do projektu ustawy miała ona znaleźć zastosowanie jedynie do sprawców najgroźniejszych przestępstw. Tymczasem, zgodnie z treścią przytoczonego przepisu, wystarczające jest, aby sprawca odbywał karę pozbawienia wolności w systemie terapeutycznym oraz spełniał pozostałe wymogi przewidziane w art. 1.

Kodeks karny wykonawczy w art. 96 § 1 stanowi, iż w systemie terapeutycznym karę pozbawienia wolności odbywają skazani z niepsychotycznymi zaburzeniami psychicznymi, w tym skazani za przestępstwo przeciwko wolności seksualnej i obyczajności (takie jak zgwałcenie czy obcowanie płciowe z małoletnim poniżej lat 15), popełnione w związku z zaburzeniami preferencji seksualnych, upośledzeni umysłowo, a także uzależnieni od alkoholu albo innych środków odurzających lub psychotropowych oraz skazani niepełnosprawni fizycznie, również dość szerokie grono innych osób, w stosunku do których zachodzi konieczność odbywania kary w tym właśnie systemie<sup>7</sup>. Jak zatem widać, grono osób odbywających karę w systemie terapeutycznym jest bardzo szerokie i nie ogranicza się jedynie do sprawców najgroźniejszych przestępstw. W opinii rzecznika takie określenie kręgu podmiotowego nie spełnia kryterium dostatecznej określoności, przez co narusza art. 41 ust. 1 w zw. z art. 31 ust. 3 Konstytucji RP, wyrażające zasadę, iż stanowione prawo musi być w dostatecznym stopniu precyzyjne<sup>8</sup>.

Przy okazji zakresu podmiotowego warto zwrócić również uwagę na poruszaną we wniosku Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka do Prezydenta RP kwestię retroaktywności prawa. Bowiem zgodnie z przedmiotową ustawą dozwolone jest stosowanie ustawy w stosunku do osób, które popełniły czyn zabroniony i odbywały karę także przed jej wejściem w życie. Trybunał Konstytucyjny w jednym z orzeczeń (wyrok z dn. 12 maja 2009, sygn. P 66/07) postanowił, że możliwe jest uznanie za zgodne z zasadą demokratycznego państwa prawnego (art. 2 Konstytucji RP) retroaktywnych norm prawnych w przypadku, gdy:

- nie są to przepisy prawa karnego ani regulacje zakładające podporządkowanie jednostki państwu,
- mają one rangę ustawową,
- ich wprowadzenie jest konieczne dla realizacji lub ochrony innych, ważniejszych wartości konstytucyjnych,
- spełniona jest zasada proporcjonalności,
- poprawiają sytuację prawną niektórych

adresatów danej normy prawnej, jednocześnie nie powodując ograniczenia praw lub zwiększenia ich zobowiązań,

- problem rozwiązywany przez ustawę nie był znany wcześniej i nie mógł być rozwiązany bez wykorzystania środków działających wstecz<sup>9</sup>.

W ocenie fundacji zaś kryteria powyższe, w szczególności wymienione w punkcie pierwszym, trzecim, piątym i szóstym, nie pozwalają na uznanie aktu prawnego za zgodny z wyrażoną w art. 2 Konstytucji RP zasadą demokratycznego państwa prawnego<sup>10</sup>. Profesor Witold Kulesza w swoim wystąpieniu podczas posiedzenia Komisji Praw Człowieka, Praworządności i Petycji 7 listopada 2013 roku stwierdził wręcz, iż „ustawa o izolacji postpenalnej” nie będzie mogła w świetle obowiązującego prawa znaleźć zastosowania do osób skazanych na karę pozbawienia wolności przed jej wejściem w życie<sup>11</sup>. Powyższe argumenty nie zostały jednak powtórzone we wniosku RPO, który milczy w kwestii retroaktywności „ustawy o bestiach”.

## OPINIA PSYCHIATRYCZNA I PSYCHOLOGICZNA

Kolejny zarzut dotyczący konstytucyjności „ustawy o bestiach” wiąże się z treścią jej artykułu 9. Stanowi on o konsekwencjach wydania wobec osoby znajdującej się w kręgu podmiotowym ustawy opinii psychiatrycznej i psychologicznej w trakcie postępowania wykonawczego, czyli w okresie odbywania przez nią kary. W razie stwierdzenia w niej występowania okoliczności z art. 1 pkt. 2 i 3 dyrektora zakładu karnego występuje do właściwego sądu z wnioskiem o uznanie osoby, której dotyczy wniosek, za osobę stwarzającą zagrożenie. Do wniosku dołącza się opinię, a także informację o wynikach dotychczas stosowanych programów terapeutycznych i postępach w resocjalizacji. Ten przepis również nie jest sformułowany dostatecznie precyzyjnie. Nie istnieje bowiem żadne ograniczenie okresu, w którym zaburzenia muszą zostać zaobserwowane, co oznacza, że w przypadku osoby skazanej na 25 lat pozbawienia wolności wystarczające jest, aby objawy określone w art. 1 pkt. 2 i 3 występowały u niej w jakimkolwiek okresie w trakcie odbywania kary. Co więcej, opinie psychiatry i psychologa nie tylko muszą odnosić się do stanu zdrowia psychicznego osadzonego, ale także zawierać prognozę prawdopodobieństwa popełnienia przez niego czynu zabronionego wskazanego rodzajowo przez ustawodawcę, co oznacza konieczność wykazania się przez lekarzy tych specjalności zdolnościami niemalże profetycznymi. Powyższe narusza wywodzoną z wyrażonej w art. 2 Konstytucji RP zasady demokratycznego państwa prawnego zasadę poprawnej legislacji, poprzez brak precyzji legislacyjnej.

## ODDZIAŁYWANIA TERAPEUTYCZNE

Artykuł 25 „ustawy o bestiach” stanowi o jej celu - prowadzeniu wobec osób umieszczonych w ośrodku oddziaływań terapeutycznych. Celem owych oddziaływań ma być, cytując tekst ustawy, „poprawa stanu jej zdrowia i zachowania w stopniu umożliwiającym funkcjonowanie w społeczeństwie w sposób niestwarzający zagrożenia życia, zdrowia lub wolności seksualnej innych osób”. Plan terapii ma być sporządzany przez kierownika ośrodka indywidualnie dla każdego z osadzonych. Ustawa nie zawiera ponadto innych wskazówek odnośnie postępowania z osadzonymi. Cały opis terapii, która miała stanowić on potrzeby funkcjonowania tego aktu w obrocie prawnym, ograniczony został do jednego tylko przepisu. Polskie Towarzystwo Psychologiczne słusznie podnosi, że nie ma możliwości ustalenia, na czym właściwie terapia takowa miałaby polegać. Poza tym przy określaniu personelu zatrudnianego w ośrodku ustawodawca całkowicie nie dostrzegł potrzeby stosowania wobec umieszczonych w nim pensjonariuszy psychoterapii i nie wygospodarował etatów dla lekarzy o takowej specjalizacji. Stąd, zdaniem środowiska psychologów, „nieliczne, niejasne i ogólne sformułowania odnoszące się do postępowania terapeutycznego zawarte w ustawie, jak i rozporządzeniu, nie pozwalają na to, aby uznać, że w Krajowym Ośrodku Zapobiegania Zachowaniom Dysocjalnym realizowane będą jakiegokolwiek świadczenia zdrowotne, które można nazwać psychoterapeutycznymi”<sup>12</sup>. Co więcej, lektura opinii sporządzonej przez dr Heitzmana pozwala na jednoznaczne stwierdzenie, iż w stosunku do przeważającej części osób znajdujących się w kręgu podmiotowym ustawy prowadzenie skutecznej terapii poprzez umieszczenie w ośrodku nie jest możliwe. Nie są znane skuteczne metody leczenia tych zaburzeń, a te z metod terapeutycznych, które są obecnie stosowane (głównie oddziaływania psychoterapeutyczne), wymagają akceptacji i czynnego uczestnictwa osoby poddawanej takim działaniom. W psychiatrii nie istnieje pojęcie psychoterapii bez zgody pacjenta<sup>13</sup>. Identyczne wnioski wysnuła również Helsińska Fundacja Praw Człowieka w swoim wniosku do Prezydenta RP o skierowanie ustawy do TK w trybie kontroli prewencyjnej<sup>14</sup>. Rzecznik Praw Obywatelskich uznał ten przepis za niezgodny z konstytucyjną zasadą zaufania obywateli do państwa, wywodzoną z art. 2 Konstytucji RP. Zasada ta oznacza nakaz stanowienia prawa w ten sposób, aby nie stawało się ono swoistą pułapką dla obywateli poprzez niweczenie założenia, że dotychczas podejmowane przez nich zachowanie nie rodziło dla nich negatywnych konsekwencji prawnych. Zdaniem rzecznika art. 25 powinien w znacznie szerszym zakresie odnosić się do problematyki prowadzonych oddziaływań

terapeutycznych. Jego obecne brzmienie nie pozwala pozytywnie ocenić zgodności treści artykułu z Konstytucją.

## PODSUMOWANIE

Na przykładzie przedmiotowej ustawy widać doskonale, iż prawo stanowione pod wpływem chwilowej potrzeby, w związku z nagonką medialną narosłą wokół danego stanu faktycznego, doprowadzić może do wprowadzania do obiegu bublej prawnych i to pomimo apeli wystosowywanych zarówno przez profesjonalistów z dziedziny psychologii i psychiatrii (jak na przykład cytowany już dr Heitzman), jak i Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka, której wniosek skierowany do Rzecznika Praw Obywatelskich skutkowało podniesieniem przez rzecznika między innymi powyższych zarzutów. Jednakże dla polityków, niezależnie od opcji rządzącej, wartości takie jak zaufanie obywatela do państwa czy wprowadzanie prawa o określonym stopniu precyzji stanowią kwestie drugorzędne. Jak bowiem powiedział w ujawnionej przez tygodnik „Wprost” rozmowie z Pawłem Grasiem Jacek Krawiec (prezes PKN Orlen) – nie ma znaczenia opinia specjalistów czy obrońców praw człowieka, bowiem „naród jest generalnie za tym, żeby bestia siedziała”<sup>15</sup>. Słowa te stanowią najlepsze potwierdzenie postawionej na wstępie tezy, iż „ustawa o izolacji postpenalnej” stanowi jeden z coraz liczniejszych obecnie przykładów populizmu prawniczego.

### Przypisy

1. Por.: BUJWIN-KUREK E., Populizm w państwach Bałkanów Zachodnich, *Krakowskie Studia Międzynarodowe*, nr 4, s. 255-266, VIII. 2011; Burta J. Prawda i kłamstwo w wypowiedziach populistycznych. Słowo. *Studia językoznawcze*, nr 3, s. 56-62, 2012.
2. Słownik Języka Polskiego PWN, dostępny pod adresem: <http://sjp.pwn.pl/sjp/>
3. Longman Dictionary of Contemporary English, Harlow, 2004.
4. <http://sledczy.focus.pl/>
5. Art. 4 ust. 1 Ustawy z dnia 22 listopada 2013 r. o postępowaniu wobec osób z zaburzeniami psychicznymi stwarzających zagrożenie życia, zdrowia lub wolności seksualnej innych osób, Dz. U. z dn. 7. 01. 2014, poz. 24.
6. Zob. uzasadnienie do projektu ustawy, s. 1, druk sejmowy nr 1577.
7. Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. – Kodeks karny wykonawczy, Dz. U. 1997 nr 90 poz. 557.
8. Wniosek Rzecznika Praw Obywatelskich z dnia 16 maja 2014 roku, nr IL517.X093.2014.ED/ST, s. 6-7.
9. Wyrok TK z dn. 12 maja 2009, sygn. P 66/07.
10. Wniosek Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka do Prezydenta RP z dn. 27 listopada 2013 r.,
11. Tamże.
12. Wniosek Rzecznika Praw Obywatelskich, s. 25
13. HEITZMAN J., Ekspertyza projektu ustawy o postępowaniu wobec osób z zaburzeniami psychicznymi stwarzających zagrożenie życia, zdrowia lub wolności seksualnej innych osób, s. 10; dostępne na stronach: <http://orka.sejm.gov.pl/>
14. Wniosek Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka do Prezydenta RP z dn. 27 listopada 2013 r., s. 5.
15. LĄTKOWSKI S. i inni, Nowe taśmy „Wprost”, *Wprost*, nr 26(1634)/2014, s. 39.

Dawid Tomaszewski  
dawidtomaszewski9@gmail.com

Prawo  
Uniwersytet Łódzki

Opiekun naukowy:  
dr Katarzyna  
Koperkiewicz-Mordel  
Recenzent:  
dr Ziemowit Kukulski



# OSZUSTWA KARUZELOWE VAT, CZYLI JAK BUDŻET PAŃSTWA TRACI MILIARDY

## SŁOWO WSTĘPNE

Oszustwa karuzelowe to temat niezwykle ciekawy, a jednocześnie rozległy i bardzo skomplikowany. Na samym wstępie chciałem podkreślić, że to co zostanie przedstawione w artykule jest zbiorem przemyśleń samego autora, które oparte są na docierających z mediów informacjach. Motorem do napisania tego artykułu stał się opublikowany dnia 10 grudnia 2014 r. przez Związek Przedsiębiorców i Pracodawców raport pt. „Mechanizmy karuzelowe. Schemat działania, skutki dla Skarbu Państwa, indolencja państwa polskiego”<sup>1</sup>. Z raportu tego możemy wyczytać, jakie stanowisko ZPP prezentuje na temat postępującego procederu wyłudzeń podatku VAT. Moim zadaniem będzie wskazanie podstawowych problemów, które wpływają na powiększanie się luki budżetowej

poprzez przestępcze działania pewnych podmiotów.

## MECHANIZM DZIAŁANIA

Sama konstrukcja podatku od towarów i usług, której główne założenia opierają się na zasadach: neutralności (dla jego podatników), przeczalności (na konsumenta) i odliczeniach, jest zachętą dla oszustów. Jednocześnie wzrost wartości towaru na każdym kolejnym etapie obrotu gospodarczego - będący fundamentem podatku VAT jako podatku konsumpcyjnego - powoduje, iż koniecznym jest istnienie wyżej podanych cech tej daniny<sup>2</sup>. Karuzele podatkowe mają wydzźwięk w całej UE. Transakcje wewnątrzspółnotowe, gdzie stawka VAT na dostawę towarów wynosi 0% są bowiem zarzewiem problemu<sup>3</sup>. Oszuści próbują coraz bardziej zmylić organy podatkowe i tworzą zespoły powiązanych ze sobą

osobowo lub kapitałowo podmiotów. Postaram się przedstawić prosty schemat działania karuzeli podatkowej. W schemacie wystąpią następujący aktorzy: Dostawca, Znikający Handlarz (Słup), Bufor (których jest zazwyczaj bardzo dużo), oraz Broker. Nasz Dostawca (siedziba w kraju członkowskim UE innym niż Polska) sprzedaje Znikającemu Handlarzowi (z siedzibą w Polsce) towar w ramach wewnątrzspółnotowej dostawy towarów. Stawka VAT wynosi 0%, więc nie płaci on podatku. Dalej Słup sprzedaje towar Buforowi już w ramach wewnątrz krajowej dostawy towarów. Żeby lepiej zobrazować sytuację z jaką mamy do czynienia, przyjmijmy, że cena netto towaru to 100. Stawka VAT wynosi natomiast 20%. W związku z tym, Słup składa deklarację VAT, w której podatek naliczony równa się 0, a podatek należny, którego nie płaci opiewa na 20. Następnie, zgodnie ze swoja





rolą znika. Bufor sprzedaje towar Brokerowi za 200. Podatek naliczony stanowi 20, zaś podatek należny wynosi 40. Bufor wpłaca więc do Urzędu Skarbowego 20. Broker sprzedaje towar z powrotem Dostawcy w ramach wewnątrzwspólnotowej dostawy towarów. Stawka VAT w tym przypadku to 0%, więc podatek należny także stanowi 0. Broker tym samym występuje o zwrot podatku naliczonego, tj. 40<sup>4</sup>. Przedstawienie się zakończyło, aktorzy zagraли swoje role, niektórzy nawet nieświadomie, a oszuści zainkasowali całkiem pokaźne pieniądze. Niejednokrotnie zdarza się, że nie następuje nawet fizyczne przeniesienie towaru do kolejnego ogniw lub liczba pracowników danego przedsiębiorstwa jest zbyt mała do obsłużenia tak dużej liczby transakcji. W tym momencie z niczego została wykreowana kwota, która

zwrócona przez organ podatkowy będzie dla oszusta niemalą gratką. Trzeba bowiem pamiętać, że kwoty oraz ilość transakcji na poszczególnych stadiach są większe niż w zaprezentowanym przykładzie, co prowadzi do wielomilionowych wyłudzeń. Branża stalowa, paliwowa, czy nawet ostatnio telefonów komórkowych oraz nawozów sztucznych stały się polem do popisu dla przestępców w białych kołnierzykach.

### LUKA PODATKOWA W VAT

Czym jest owa luka wyjaśnił najprościej jak się da Tomasz Kassel, partner w dziale prawnym – podatkowym firmy doradczej PWC. Zdefiniował ją jako: „różnicę między tym, co hipotetycznie z tego podatku powinno wpłynąć do budżetu,

a tym, co faktycznie do niego wpływa”<sup>5</sup>. Nie jest tajemnicą, że luka w podatku od towarów i usług powiększa się corocznie. O ile w 2006 r. wynosiła 1% PKB, tak w roku 2014 luka zwiększyła się do 2,5% PKB. Jednocześnie warto nadmienić, że oznacza to spadek względem 2013 r., który był rekordowy - 2,9% PKB. Zauważmy jak dużo tracimy przez wyłudzenia VAT. Dodatkowo uwzględnijmy założenia polityki budżetowej państwa polskiego, które w 2014 r. stanowiły, że dochody z podatku od towarów i usług będą stanowiły niespełna 41,7% ogółu dochodów państwa<sup>6</sup>. Jest to kwota ogromna i straty sięgające 25% na podatku VAT nie mogą pozostać bez echa dla całego budżetu. Ponadto trzeba przypomnieć, że w obszarze Unii Europejskiej wpływy z tytułu podatku VAT wiążą się z wpływami do budżetu UE.

Każde państwo członkowskie UE zobowiązane jest wpłacać do budżetu pewien procent ogólnej sumy wpływów, jakie uzyskane zostały z tego podatku. Co za tym idzie, tracący budżet Polski to strata dla całej Unii Europejskiej. Trzeba pamiętać, że Polska wcale nie jest wyjątkiem w Europie i nie tylko u nas na masową skalę napędzane są oszustwa karuzelowe. Jednakże w UE wcale nie widać działań zmierzających do zahamowania tego przestępczego procederu. W Sprawozdaniu Prokuratora Generalnego z rocznej działalności Prokuratury w 2012 r. możemy wyczytać, że w samych 291 ujawnionych sprawach kwalifikowanych jako oszustwa karuzelowe (a ile nawet nie zostało wykrytych?) w latach 2007-2012 budżet państwa stracił blisko 699 mld zł [sic!]. Za Richardem T. Ainsworthem (specjalistą z zakresu zwalczania przestępczości podatkowej) wskazują: „że w karuzeli VAT, tak jak w każdej innej, przegrywa ten rząd, od którego wyłudzone zostaje VAT. Pozostałe wygrywają, bo znaczna część obrotu między kolejnymi spółkami przynosi realne wpływy podatkowe”<sup>7</sup>.

## NIEŚWIADOMY BUFOR

Znajdując się w centrum wydarzeń, niczego nieświadomy przedsiębiorca jest w nieciekawej sytuacji. Możemy zaprezentować tu przykład przedsiębiorstwa, które zostało wmieszane w karuzelę poprzez swego Dyrektora Handlowego. Chodzi o głośny przypadek firmy „Nexa” z Zamościa. Właściciel po zorientowaniu się, w co jego przedsiębiorstwo zostało uwikłane zgłosił się do organu podatkowego chcąc dokonać korekty deklaracji oraz powiadomił odpowiednie organy o zaistniałej sytuacji<sup>8</sup>. W tym momencie zaczął się atak na niego i jego przedsiębiorstwo. Konsekwencje tych działań były zatrważające i z prężnie działającej firmy nie pozostało nic. Ludzie stracili pracę, a prokuratura umorzyła śledztwo w przedmiocie prawidłowości kontroli w „Nexa”<sup>9</sup>. Sprawa ta może przypominać czytelnikowi przypadek firmy „Optimus” Romana Kluski. W obu bowiem przypadkach aparat państwowy skupił się na niszczeniu przedsiębiorców, zamiast wnikliwie wyjaśnić wszelkie zawiłości. Mechanizm działania organów podatkowych nie zmienił się tak bardzo, mimo że od zakończenia tamtej sprawy minęło już ponad 10 lat. Jak się ma jednocześnie do tego wypracowana przez Europejski Trybunał Sprawiedliwości zasada mówiąca, że w przypadku gdy dostawa jest realizowana na rzecz podatnika, który nie wiedział lub nie mógł wiedzieć o tym, że dana transakcja była wykorzystana do celów oszustwa, które zostało popełnione przez sprzedawcę, nie można odebrać nabywcy prawa do odliczenia podatku zapłaconego przez tego podatnika. W orzeczeniu będącym podstawą takiego punktu widzenia problemu podkreślono jednocześnie, że to, iż transakcja była nieważna na gruncie prawa cywilnego,

nie oznacza samo przez się braku prawa do odliczenia u nabywcy<sup>10</sup>. Z orzeczenia tego wynikają doniosłe skutki. Podmiot, który nieświadomie uczestniczy w oszustwie podatkowym, takim jak karuzela VAT, nie może zostać pozbawiony prawa do odliczenia podatku z tego powodu, że transakcja poprzedzająca jego dostawę bądź następująca po jego dostawie miała charakter oszukańczy. Ponadto materiał dowodowy zebrany przez organ podatkowy powinien wskazywać, że podmiot wiedział lub mógł wiedzieć, że uczestniczy w przestępczym procederze. „Sąd sądem, a sprawiedliwość musi być po naszej stronie” chciałoby się zacytować kultowe słowa Leonii Pawlak w odniesieniu do poczynań organów podatkowych.

## LEPIEJ ZAPOBIEGAĆ NIŻ LECZYĆ

Podczas konferencji „Ułatwienia dla biznesu 2015+” 15 grudnia 2014 r. wiceminister finansów J. Neneman zapowiedział walkę z wyłudzeniami VAT<sup>11</sup>. Remedium na problemy w tym zakresie ma być rozszerzenie listy towarów objętych procedurą odwróconego VAT, a także zakres odpowiedzialności solidarnej. Zdaniem Ministerstwa Finansów działania te w znacznym stopniu ograniczą skalę problemu. Krytykiem takiego rozwiązania jest twórca ustawy o podatku od towarów i usług - prof. W. Modzelewski, który w ostrych słowach odnosi się do pomysłów MF. Jego zdaniem rozwiązania te dążą do wykończenia małych i średnich przedsiębiorców będących podstawą systemu gospodarczego<sup>12</sup>. Minister podkreślił również, że współpraca organów podatkowych, prokuratury i sądów układa się coraz lepiej. Oby tylko władza wykonawcza nie pomieszała się z władzą sądowniczą, bo jak już zauważył Monteskiusz w swym dziele „O duchu praw”: *gdyby była (władza sądownicza) połączona z władzą wykonawczą, sędzia mógłby mieć siłę ciemności.* Uznajmy więc, że współdziałanie jak najbardziej, jednak nie na zbyt zażyłym poziomie. MF rozpoczęło także kampanię społeczną „Nie daj się zrobić w słupa”, której celem jest przybliżenie problemu karuzeli VAT oraz zagrożeń i sankcji, które czekają na osoby wiedzione perspektywą łatwego zarobku mające zostać słupami<sup>13</sup>. Ekspertki PWC ponadto zwracają uwagę na odpływ przestępczości zorganizowanej do oszustw karuzelowych. Po co sobie brudzić ręce np. narkotykami, czy bronią, gdzie grożą wieloletnie wyroki pozbawienia wolności, kiedy można za oszustwa karuzelowe dostać grzywnę, a w najgorszym wypadku warunkowe zawieszenie wykonania kary<sup>14</sup>. Przedstawiają również takie pomysły jak:

- rozwiązanie oparte na tym, że przy okazji każdej transakcji cena netto będzie wpłacana na konto bieżące dostawcy, podczas gdy odpowiednia kwota podatku trafia na odrębne konto, którym zawiaduje administracja

podatkowa,

- wprowadzenie centralnej bazy monitorującej VAT opierającej się na e-fakturowaniu<sup>15</sup>

Z kolei ZPP głównego problemu upatruje w zerowej stawce podatku VAT w obrocie międzynarodowym i postuluje jej zniesienie<sup>16</sup>. Przyjęte rozwiązania będą sprawdzianem dla Ministerstwa Finansów, czy zwyciężą postulaty uproszczenia systemu podatkowego, czy rozbudowania już dość zagmatwanego gąszczu przepisów i aparatu biurokratycznego. Kwestia jest trudna i nie dziwi fakt, iż została ona wybrana jako jeden z naczelnych celów jakie stawia przed sobą MF w 2015 r.

## POSŁOWIE

Swego czasu Maria Koterbska śpiewała „karuzela, karuzela na Bielanach co niedziela”. W przeciwieństwie do piosenki, z karuzelami VAT mamy do czynienia cały czas, a nie tylko okazjonalnie. To co zostało ujawnione stanowi zaledwie wierzchołek góry lodowej. Jednak jak to zwykle jest z przestępczością zorganizowaną, jako pierwsze wpadają niewiele znaczące jednostki, zaś ściśle kierownictwo jest bezpiecznie zakamuflowane. Ponadto obecne regulacje prawne ułatwiają przestępcy zadanie. Równocześnie uważam, że zarówno w interesie władzy, jak i przedsiębiorców leży zwalczanie oszustw podatkowych. Walka o ich ograniczenie leży w interesie każdego z nas. Nie chcielibyśmy bowiem żyć w państwie, w którym władza, nie mogąc sobie poradzić ze źródłem problemu, walczy z niewinnymi podmiotami, które zostały nieświadomie wciągnięte w przestępczy proceder.

Przypisy:

1. Raport z dnia 10 grudnia 2014 opublikowany roku przez Związek Przedsiębiorców i Pracodawców pt. „Mechanizmy karuzelowe. Schemat działania, skutki dla Skarbu Państwa, indolencja państwa polskiego”.
2. NYKIEL W., CHRÓŚCIELEWSKI W., KOPERKIEWICZ-MORDEL K., SEK M., WILK M., Polskie prawo podatkowe, Difin, Warszawa 2013.
3. Ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (tekst jednolity) Dz.U.2011.177.1054 j.t. ze zmianami
4. HUCZKO P., Na czym polega karuzela podatkowa?, <http://www.infor.pl> (dostęp dnia 8.01.2015r.)
5. SKWIROWSKI P., Wielka dziura w VAT. Tracimy miliardy złotych, 2014, <http://wyborcza.biz> (dostęp dnia 8.01.2015r.)
6. Załącznik nr 1 do ustawy budżetowej z dnia 24 stycznia 2014 r. - podpisana przez Prezydenta RP 29 stycznia 2014 r. (Dz. U. z 2014 r., poz. 162)
7. KRASNOWSKA-SAŁUSTOWICZ V., SURMACZ W., VAT się kręci, a my z nim, 2010 <http://www.newsweek.pl> (dostęp dnia 8.01.2015r.)
8. Urząd skarbowy zniszczył firmę, która ujawniła karuzelę VAT, <http://www.infor.pl> (dostęp dnia 8.01.2015r.)
9. JSZ, Nexa z Zamościa kontra fiskus. Śledczy umorzyl sprawę, 2014 <http://www.dziennikwschodni.pl> (dostęp dnia 8.01.2015r.)
10. Wyrok ETS z dnia 6 marca 2006 r., sygn. akt C-439/04 i C-440/04 oraz PEČZYK A., TOFEL M., Glosa do wyroku TS z dnia 6 marca 2006 r. sygn. akt C-439/04 i C-440/04, „Monitor Podatkowy” 2007/1/49.
11. Walka z wyłudzeniami VAT priorytetem MF w 2015 roku, <http://www.infor.pl> (dostęp dnia 8.01.2015r.)
12. MODZELEWSKI W. MF: Dochody z VAT: Nokautujący cios dla budżetu, 2014, <http://www.interia.pl> (dostęp dnia 8.01.2015r.)
13. MF: MF ostrzega, 'Nie daj się zrobić w słupa', 2014, <http://www.interia.pl> (dostęp dnia 8.01.2015r.)
14. SKWIROWSKI P., Grupy przestępcze przerzucają się z handlu narkotykami na oszustwa podatkowe, 2014, <http://wyborcza.biz> (dostęp dnia 8.01.2015r.)
15. SKWIROWSKI P., Wielka dziura w VAT. Tracimy miliardy złotych, 2014, <http://wyborcza.biz> (dostęp dnia 8.01.2015r.)
16. MÓZGOWIEC K., Karuzela podatkowa: skarbowka zamiast ścigać oszustów niszczy uczciwe firmy, 2014, <http://www.polskieradio.pl> (dostęp dnia 8.01.2015r.)

Izabela Grochowicka

Regional Senior  
Consultant

Paulina Wierus

Product Development  
Manager

**thomas**   
your business. your people. but better

Wiele mówi się ostatnio o pokoleniowości, szczególnie w odniesieniu do rynku pracy i procesów rekrutacji, ale również w kontekście zarządzania przedstawicielami młodego pokolenia. Zmiana pokoleniowa niesie ze sobą obawy – zarówno wśród pracodawców – „Czy będziemy w stanie efektywnie zarządzać pokoleniem Y i Z?”, jak i wśród ich przyszłych pracowników – „Czy ta korporacja da mi to, czego potrzebuję?”. Te obustronne wątpliwości są jak najbardziej uzasadnione, a różnice w mentalności i systemach wartości pokoleń są na tyle znaczące, że mogą prowadzić do konfliktów, braku porozumienia, nierealistycznych oczekiwań lub wzajemnego demotywowania się osób reprezentujących różne grupy wiekowe. Dobrą wiadomością jednak jest fakt, że istnieją gotowe rozwiązania i narzędzia, z których pracodawcy korzystają, aby temu przeciwdziałać.

Pokolenie to zbiorowość ludzi, którzy doświadczyli takich samych ważnych wydarzeń historycznych, przeżyli te same sytuacje, reagowali na te same wyzwania, ale doświadczyli tego wszystkiego osobno, każdy nieco inaczej<sup>1</sup>. Pokolenie to osoby w zbliżonym wieku należące do danego kręgu kulturowego, które dzięki wspólnej sytuacji historyczno-społecznej wykazują podobieństwo postaw, motywacji, nastawień i systemów wartości<sup>2</sup>.

W oparciu o obserwacje i badania socjologów aktualnie wyraźnie kształtują się trzy pokolenia na rynku pracy: baby boomers, X i Y. Widać również, że nadciąga kolejne pokolenie – Z.

- Pokolenie Baby-boomers – urodzone w latach 1947-1967
- Pokolenie X – urodzone w latach 1967-1982
- Pokolenie Y – urodzone po roku 1982
- Pokolenie Z – osób urodzonych po 1990 r.<sup>3</sup>

Pierwsze dwa pokolenia to aktualni pracodawcy, którym całkiem niedawno przyszło się

# Przychodzi Y i Z do pracodawcy...

## Jak stereotypy pokoleniowe wpływają na wzajemne postrzeganie i jak temu zaradzić

mierzyć z zarządzaniem pokoleniem Y, a już muszą myśleć o tym, jak skutecznie rekrutować i wykorzystywać potencjał najmłodszego pokolenia Z.

Pokolenie X to grupa osób wychowanych w czasach kryzysu, zmian politycznych oraz dochodowych<sup>4</sup>. Na ich zachowania i wartości miały wpływ zmiany ustroju, systemu edukacyjnego czy rynku pracy. Należy jednak zauważyć, że przedział wiekowy jest tutaj bardzo duży, przez co obejmuje osoby, które mają 40–47 lat, przeżyły i pamiętają dobrze czasy PRL-u oraz osoby, które mają 33 lata, czyli w socjalizmie były w wieku przedszkolnym<sup>5</sup>.

Inaczej jednak niż w Pokoleniu X czy Pokoleniu Baby-boomers, których przedstawiciele rezygnowali z bardzo absorbującej, dobrze płatnej pracy na rzecz takiej, która daje więcej satysfakcji, młodzi ludzie rozpoczynający swoje zawodowe doświadczenia od razu takiej pracy poszukują, wcale nie rezygnując z dobrych zarobków i możliwości zrobienia kariery. Chodzi tylko o to, aby praca nie była „męczarnią” i żeby czuć się tam dobrze i swobodnie. Zasygnalizowane tu cechy młodych wkraczających na rynek pracy obserwujemy obecnie zarówno w Polsce, jak i za granicą. Postawy i oczekiwania wobec pracy przedstawicieli Pokolenia Y zdecydowanie różnią się od postaw i oczekiwań poprzednich pokoleń. Pokolenie Y oczekuje dobrych relacji z szefem i współpracownikami. Ważnym elementem jest oczywiście godziwy zarobek, ale nie on decyduje o ocenie atrakcyjności pracy. Istotniejsza jest możliwość planowania

i rozwoju kariery, efektywne wykorzystywanie umiejętności oraz docenianie dobrze wypełnianych obowiązków. Codzienna praca nie może być nudna - przedstawiciele Pokolenia Y oczekują zmieniających się wyzwań, stymulujących do aktywnej pracy. Jednocześnie oczekują harmonii między pracą a życiem prywatnym<sup>6</sup>.

Przedstawiciele pokolenia Y mają wiele umiejętności przydatnych dla pracodawców. Potrafią odnaleźć informacje, o których istnieniu początkowo nawet nie wiedzą (...). Są świetnie przygotowani do poruszania się w obszarach związanych z gospodarką globalną i różnorodnością kulturową. Chętnie pracują w zespołach, oceniają się w stosunku do swoich rówieśników, tworzą społeczności i często się ze sobą komunikują. Potrafią wykonywać wiele zadań w tym samym czasie (90% badanych osób w wieku 18-24 lat uważa, że słuchanie iPod'a w czasie pracy zwiększa ich produktywność; odczuwają znudzenie, jeśli brakuje im bodźców w postaci muzyki i obrazu)<sup>7</sup>.

Generacja Z dopiero zaczyna wkraczać na rynek pracy – większość z nich jest na studiach i stawia swoje pierwsze zawodowe kroki, najczęściej w roli praktykantów lub stażystów. To wejście na rynek odbywa się w trudnych warunkach kryzysu. Mimo że w stosunku do młodszych pokoleń popularny jest stereotyp określający ich jako osoby bardzo roszczeniowe, w większości młodzi pracownicy są świadomi zagrożenia, przed którym stoją. Mówi się, że przedstawiciele pokolenia

## » Y lubią nowe technologie i dobrze się w nich czują, natomiast reprezentanci pokolenia Z są podłączeni do sieci 24/7

Z są do życia nastawieni w sposób realistyczny i materialistyczny, a zarazem bywają twórcy i ambitni. Chcą wszystko mieć i osiągać natychmiast. Trudno jest im pogodzić się z wizją długotrwałego budowania kariery zawodowej za pomocą małych kroków. Wyróżnia ich też podejście do wiedzy. Ważna jest szybkość wyszukiwania informacji oraz kreatywne podejście do sposobów dotarcia do niej. Mają świadomość, w jakim tempie świat się zmienia. Cechuje ich także mobilność, znają języki obce i mają znajomych na całym świecie<sup>8</sup>.

Oba pokolenia łączy wiele cech, jednak u Z przyjmują one jeszcze silniejszy wymiar. Y lubią nowe technologie i dobrze się w nich czują, natomiast reprezentanci pokolenia Z są podłączeni do sieci 24/7. Y dążą do równowagi między życiem prywatnym a zawodowym, podczas gdy dla Z życie zawodowe oraz prywatne ma stanowić całość, jedną i tą samą rzeczywistość, w której są sobą oraz kierują się tymi samymi wartościami. To, co dla starszych pokoleń stanowi zagrożenie, dla przedstawicieli generacji Y i Z jest obiektem fascynacji i polem do eksperymentowania. Nie zależy im na stabilności - w pracy szukają różnorodności, uciekają od rutyny. Chętnie komunikują się z innymi kulturami, chcą wyjeżdżać na zagraniczne staże oraz próbować nowych metod pracy.

Tyle o teoriach, wizjach i stereotypach. Musimy pamiętać, że nie każdy podejmuje rolę przedstawiciela własnego pokolenia. Dzieje się tak dlatego, że zawsze istnieje grupa osób, dla których wspólne położenie pokoleniowe nie wywołuje zmian charakterystycznych dla formowania się jedności pokoleniowej<sup>9</sup>. Nie należy zatem koncentrować się na szufladkowaniu, a raczej patrzeć indywidualnie na mocne strony i ograniczenia poszczególnych ich przedstawicieli.

Obecność różnych pokoleń, a co za tym idzie różnych systemów wartości, sposobów zawodowego funkcjonowania i wzajemnych oczekiwań na jednym rynku pracy, może prowadzić do nieporozumień, obaw lub niechęci, a w konsekwencji zaniechania współpracy. Może to mieć znaczący, negatywny wpływ na organizację jako całość, jasne więc jest, że należy dołożyć wszelkich starań, by do takiej sytuacji nie dopuścić.

W radzeniu sobie z tego typu wyzwaniem może pomóc skorzystanie z rozwiązań psychometrycznych, które pozwalają na uzyskanie informacji stanowiących platformę porozumienia między reprezentantami poszczególnych pokoleń. Warto uświadomić sobie, że aspekty społecznego funkcjonowania każdego człowieka są w jasny sposób definiowane, a świadomość mechanizmów, jakie nimi rządzą, pozwala na lepsze zrozumienie osób nawet znacząco różniących się od nas samych.

Przykładowo na Platformie Thomas International<sup>10</sup> dostępne są analizy, dzięki którym jesteśmy w stanie określić najważniejsze elementy poza-kompetencyjnego profilu zawodowego funkcjonowania człowieka. Wiedząc jak kształtują się preferencje dotyczące stylu zachowania osób w zespole, ich potencjał intelektualny i inteligencja emocjonalna, mamy możliwość indywidualnego przyjrzenia się każdemu z osobna, a wtedy to, co wynika z „pokoleniowej” przynależności, staje się tylko uzupełnieniem unikatowych predyspozycji i ograniczeń.

Już nawet analizując to, co najbardziej widoczne, czyli preferowany styl zachowania - na bazie analizy Thomas PPA, otrzymujemy wiele cennych informacji pozwalających przewidzieć jak będzie układała się współpraca między potencjalnie bardzo różnymi osobami w zespole, kto z kim będzie rywalizował, zachowanie których osób może być punktem zapalnym, a kto z kim szybko złapie nić porozumienia. Co więcej - w momencie kiedy pokoleniowe różnice wartości są nie do negocjacji, próba przekonania kogoś do innego sposobu myślenia może być porzywaniem się z motyką na słońce. To właśnie dopasowanie stylu zachowania, sposobów reagowania na wyzwania, podejmowania decyzji, budowania relacji, podejścia do zasad i procedur, tempa działania może być pierwszym krokiem do budowania współpracy. Co więcej, świadomość wzajemnych różnic w tym zakresie może przenieść punkt ciężkości oceny drugiej osoby z pokoleniowej zastołości na indywidualne uwarunkowania, co w prosty sposób eliminuje uprzedzenia i zwiększa wzajemną tolerancję.

Kolejnym krokiem do lepszego zrozumienia drugiej osoby jest przyjrzenie się jej inteligencji emocjonalnej, najlepiej przy pomocy narzędzia opartego o analizę głęboko zakorzenionych przekonań prowadzących do określonych reakcji emocjonalnych. Przekonania te pozwalają w dokładny sposób przewidzieć szeroki wachlarz zachowań i potencjał osiągnięć, z których wiele ma istotne znaczenie w kontekście pracy zawodowej - satysfakcji, zarządzania stresem, umiejętności liderkich, pracy zespołowej, świadomości organizacyjnej, zaangażowania itd. Tego typu narzędzie, dostępne na rynku od niedawna, a już

bardzo dobrze przebadane, oceniane i nagradzane, Kwestionariusz Thomas TEIQue, pozwala uzyskać informacje m.in. w aspektach takich jak: empatia i umiejętności emocjonalne - których wysoki poziom pozwala na lepszą komunikację międzypokoleniową, łatwość adaptacji - elastyczność; asertywność - czyli zdolność do obrony własnych racji, poziom motywacji wewnętrznej - co przy dużej roszczeniowości niektórych przedstawicieli młodszych pokoleń pozwala przewidzieć ich zaangażowanie w pracę; kompetencje społeczne - zdolność do dostosowania sposobu działania do ludzi, wśród których się przebywa; oraz samokontrola - a w niej przede wszystkim poziom impulsywności i podatność na stres.

Dodatkowym elementem diagnozy może być analiza potencjału intelektualnego osoby, szybkości przetwarzania i przyswajania nowych informacji. Jak już było wspomniane przy opisie pokoleń Y i Z, ich przedstawiciele, ze względu na powszechną dostępność informacji, nie przywiązują dużej wagi do wytrwania i żmudnie zdobywanej wiedzy. Kluczowa do osiągnięcia sukcesu staje się wtedy umiejętność szybkiego wyszukiwania informacji i praktycznego ich stosowania, a to ściśle powiązane jest z wrodzoną szybkością intelektualną, zwaną inteligencją płynną. Rozwiązanie ją mierzące, Thomas GIA, daje informacje w zakresie spostrzegawczości osoby, jej umiejętności dedukowania, uzdolnień matematycznych, językowych, technicznych, a także ogólnie potencjału intelektualnego, na podstawie którego można wnioskować o zapotrzebowaniu osoby na wyzwania, a także jej chęci pozostawania dłużej w tych samych strukturach.

Podsumowując, prawdą jest, że różnice międzypokoleniowe na rynku pracy są znaczne, a ich wzajemne rozbieżności mogą generować trudności i w efekcie prowadzić do obniżenia efektywności. Jednak szereg dostępnych rozwiązań i diagnoza indywidualnych dla każdego pracownika parametrów pozwala w sposób praktyczny zniwelować te różnice i znaleźć możliwości porozumienia prowadzące z jednej strony do zwiększenia rentowności firm, a z drugiej do poprawy jakości pracy i satysfakcji pracowników, niezależnie od ich pokoleniowej przynależności.

#### Przypisy

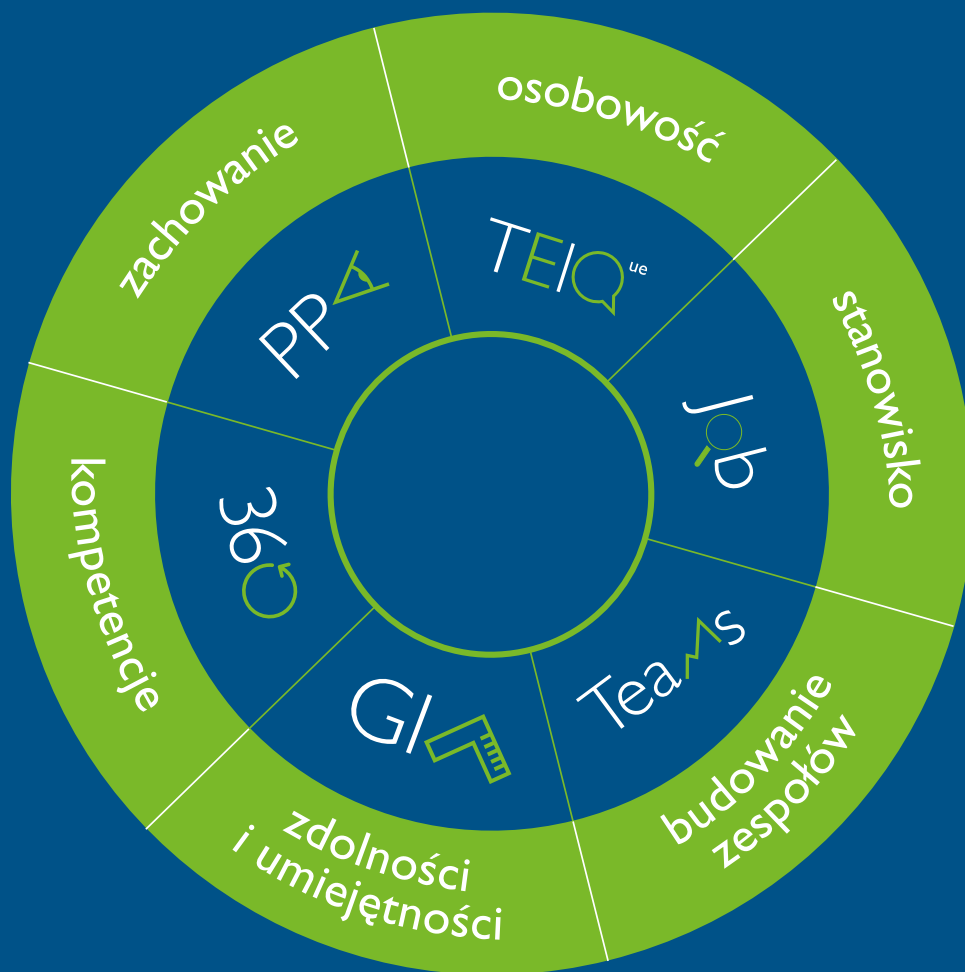
1. SZTOMPKA P., Socjologia. Analiza Społeczeństwa, Kraków 2002, Wydawnictwo Znak, s. 175
2. Griese 1996, za: Wrzesień, 2004: 14
3. Źródło: Raport Deloitte - How the four generations work; Understanding Generations, 2009
4. KOTLER P., Marketing, Wydawnictwo Rebis, Poznań 2005.
5. BONI M., Młodzi 2011, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2011.
6. WRZESIEŃ W., Czy pokoleniowość nam się nie przydarzy? Kilka uwag o współczesnej polskiej młodzieży. Art. Nauka 03/2007, www.pan.poznan.pl
7. WOJCIECHOWKA R., Pokolenie X i Y na rynku pracy, www.kariera.sgh.waw.pl
8. www.pracuj.pl, wyp. K. Sowińska, HR Manager w PwC.
9. GAREWICZ J., 1983, s.77
10. www.thomasinternational.net

# thomas<sup>TM</sup>

your business. your people. but better

## 20 lat w Polsce zobowiązuje

- wiarygodny i skuteczny partner  
w procesach rekrutacyjnych



**SLG Thomas International Poland Sp. z o.o.**

ul. Nowy Świat 64, 00-357 Warszawa, t. +48 (22) 355 33 00, e. thomas@slg.com.pl

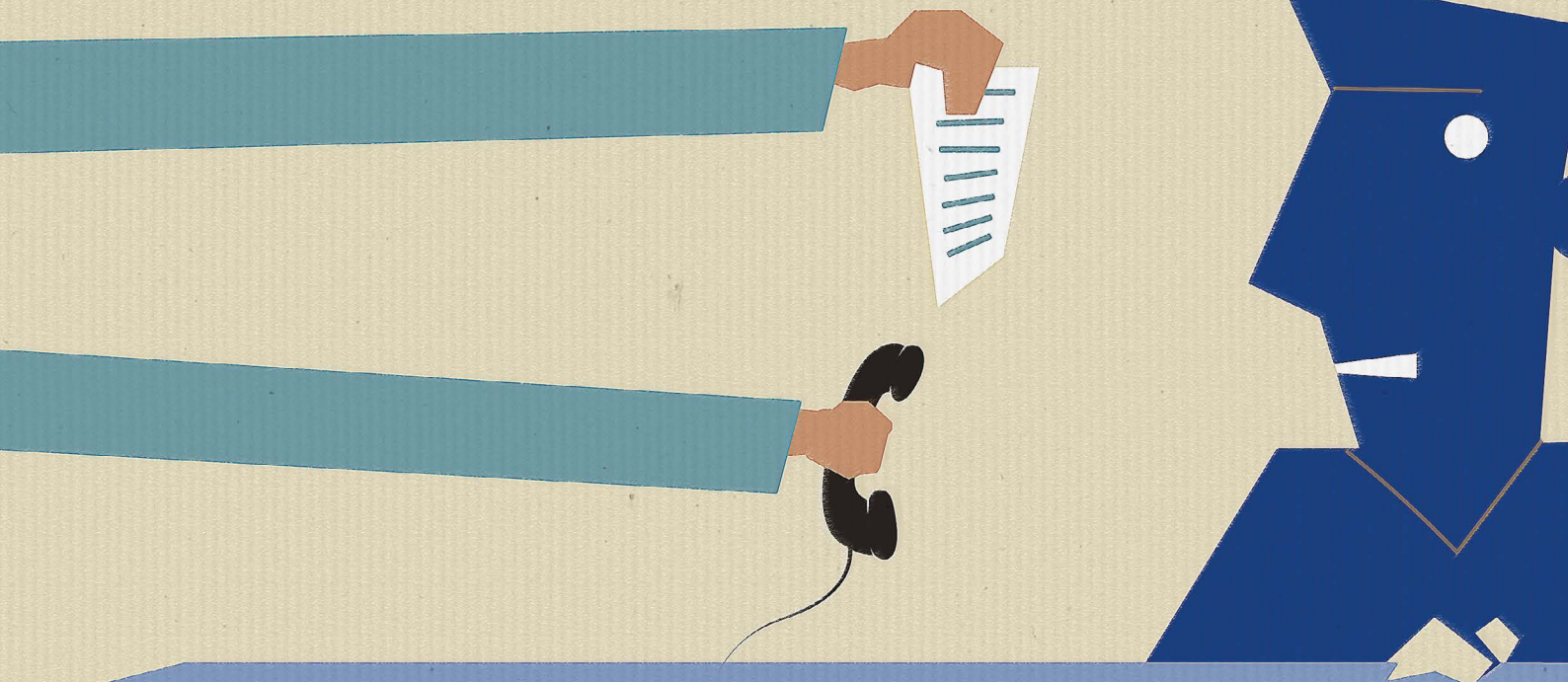
[www.thomasinternational.net](http://www.thomasinternational.net)

# WORK-LIFE BALANCE, czyli o tym jak zdobyć szczyt i nie spaść na dno

Urszula Kaźmierczak  
u.kazmierczak@progress.org.pl

Finanse i Rachunkowość  
Uniwersytet Łódzki  
SKN Progress

Opiekun naukowy:  
dr Marika Świeszczak



Praca stanowi integralną część życia dorosłego człowieka i zarówno jej brak, jak i nadmiar, może fatalnie oddziaływać na wiele aspektów jego egzystencji. Oczywiście wszyscy chórem powiemy, że najkorzystniejsze jest znalezienie „złotego środka” pomiędzy czasem „pracującym” i „odpoczywającym”. Praktyka pokazuje jednak, że nie jest to wcale takie proste. Oto kilka przykładów:

- Jesteś absolwentem, który właśnie odebrał dyplom? Dostałeś pracę, o której inni marzą latami? Tłumaczysz sobie, że musisz się pokazać z jak najlepszej strony. Przecież jak tylko skończy się okres próbny „wrzucisz na luz”.
- Masz kredyt mieszkaniowy? Praca jest teraz Twoją łodzią ratunkową. Jesteś pewien, że bez niej pójdziesz na dno. Dlatego zostajesz

po godzinach, a resztę papierkowej roboty zabierasz do domu.

- Pracujesz w wielkiej korporacji, gdzie „wyścig szczurów” widać nawet w kolejce po lunch? Jeśli teraz upadniesz, zostaniesz zdeptyany przez pędzący po kanapki tłum.
- Ciągłe słyszysz o zwolnieniach i likwidowanych stanowiskach? Zgadzasz się więc na dodatkowe nadgodziny i pracę w weekendy, bo bezrobocie jest tak duże, że nie możesz pozwolić sobie na utratę pracy.

Jeśli jedno z powyższych zdań choć w części opisuje Ciebie, jeśli w domu bywasz gościem, potrafisz ciągle rozmyślać o pracy, a szef śni Ci się po nocach, w Twoim życiu brakuje równowagi. Zapewne jest wiele sposobów na jej odnalezienie, proponuję jednak zacząć od przeczytania niniejszego artykułu.

## LICZBY MÓWIĄ SAME ZA SIEBIE

Poziom równowagi między życiem zawodowym a prywatnym bada Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD), skupiająca 34 najbardziej rozwinięte kraje na świecie. Publikuje ona od 2011 roku tzw. wskaźnik lepszego życia (*Better Life Index*), którego jednym z głównych składników jest subindeks work-life balance<sup>1</sup>. Uzyskane wyniki wskazują, że Polska zajmuje 2. miejsce w ilości czasu spędzanego w pracy, a 7,5% pracowników pracuje więcej niż 50 godzin tygodniowo. Połowa respondentów przyznała się także do rozmyślania o obowiązkach zawodowych w domu. Jedynym pozytywnym polskich pracowników okazała się ilość czasu poświęcana



na obowiązki pozazawodowe, która wynosi 15 godzin na dobę (wliczając w to sen) i jest zbliżona do średniej dla wszystkich krajów biorących udział w badaniu<sup>2</sup>. Według firmy *Kelly Services*, co piąty Polak pracuje co najmniej na dwa etaty, a co czwarty wykonuje pracę weekendową<sup>3</sup>. Prawda, że powyższe wyniki skłaniają do rozważań? W 2010 roku Główny Urząd Statystyczny badał umiejętności łączenia pracy z życiem prywatnym naszych pracowników. W ramach Badania Aktywności Ekonomicznej Ludności (BAEL) wprowadzono moduł „praca a obowiązki rodzinne”, który pozwolił zebrać informacje na temat łączenia zobowiązań wobec najbliższych z aktywnością na rynku pracy. Wieloaspektowość badanego zjawiska rozpatrywano w związku z istnieniem trzech płaszczyzn:

- Instytucjonalnej – dotyczącej głównie dostępu do usług opiekuńczych (m.in. żłobków, przedszkoli, świetlic);
- Prawnej – dotyczącej m.in. regulacji w zakresie uprawnień pracowników związanych z rodzicielstwem, jak i regulacji w zakresie elastycznych form zatrudnienia;
- kulturowej (obyczajowej) – dotyczącej m.in. postaw i postrzegania ról społecznych, podziału ról w rodzinie, i na tym tle możliwości godzenia obowiązków rodzinnych z zawodowymi<sup>4</sup>.

Z badań GUS wynika, że ponad 87% pracowników najemnych, zatrudnionych w pełnym wymiarze czasu pracy przyznało, że ich godziny pracy są z góry ustalone przez pracodawcę, bez możliwości elastycznego dopasowania ich do wykonywanych

obowiązków rodzinnych. Niemalże 6% zadeklarowało możliwość nieznacznego modelowania godzin pracy w porozumieniu z przełożonym. System bardziej elastyczny, który polega na posiadaniu określonej liczby godzin do wypracowania w ciągu tygodnia/miesiąca, występuje u 4,6% badanych. Najbardziej pożądanym jest indywidualne ustalanie własnego planu pracy. Niestety, tylko 1,6% biorących udział w badaniu może pochwalić się takim „luksusem”. Nieco lepiej sytuacja kształtuje się wśród zatrudnionych w niepełnym wymiarze czasu pracy. Wśród nich aż 30% osób korzysta z elastycznych form ustalania czasu pracy. Tylko 38% badanych ma możliwość zmiany godzin pracy z bardzo ważnych powodów rodzinnych, a 14% nie ma możliwości wzięcia dnia wolnego od pracy, wykorzystania wypracowanych nadgodzin czy zamiany ze współpracownikiem w przypadku zmianowego modelu pracy. Jak nie trudno zgadnąć, to kobiety częściej zmniejszają wymiar godzinowy, rezygnują z pracy lub korzystają z urlopów wychowawczych w celu opieki nad dzieckiem. Co dziwne, w zatrudnieniu kobiet obserwuje się także mniejszą elastyczność ustalania czasu pracy. Z czego to wynika? Najczęściej ze specyfiki zajmowanych przez nie stanowisk. Edukacja, praca biurowa, opieka zdrowotna, pomoc społeczna – to dziedziny, w których płęć żeńska występuje częściej niż męska. Fakt, że to kobiety zazwyczaj biorą na siebie obowiązki wychowawczo-opiekuńcze, wpływa na ich dalsze losy na rynku pracy. Długa dezaktywacja osłabia siłę przebicia i obniża konkurencyjność wobec mężczyzn, którzy mimo zapewnienia im możliwości zaangażowania się w życie rodzinne (np. tzw. urlopy „tacierzyńskie”), nie korzystają z nich zbyt często. Przyczyn należy upatrywać się w przyjętym modelu rodziny i podziale obowiązków, w którym to kobieta jest „strażniczką domowego ogniska”, a mężczyzna za punkt honoru stawia sobie utrzymanie rodziny.

## HOUSTON, MAMY PROBLEM!

Potrzebę zachowania równowagi między życiem zawodowym a prywatnym dostrzegli, już w latach 70. ubiegłego stulecia, nie kto inny jak Amerykanie. Tamtejsze działy personalne zauważyły tendencję „wypalania się” nawet młodych pracowników, czego objawem był spadek aktywności, kreatywności i zadowolenia z pracy. Do tego dochodziły coraz liczniejsze choroby o podłożu psychosomatycznym i nerwicowym, a także częste rozpady związków i małżeństw, obserwowane wśród pracowników. Czarę goryczy przepełniła informacja, że w najbardziej rozwiniętej na świecie, japońskiej gospodarce, liczbę ofiar „przepracowania” (*Karoshi*) szacuje się na 30 tysięcy rocznie<sup>5</sup>. Wywołało to panikę w świecie HR (*Human Resources*). Zaczęto się zastanawiać, jak powstrzymać tę, szalejącą

niczym dżuma, chorobę nowoczesnego świata. Pracodawcy zaczęli proponować następujące rozwiązania:

- praca w domu;
- elastyczny czas pracy;
- niepełne wymiary godzin;
- udogodnienia dla rodziców małych dzieci;
- restrykcje i zaostżenia wobec godzin nadliczbowych;
- zapewnianie opieki nad dziećmi, zorganizowanej przez pracodawców;
- dodatkowe szkolenia rozwijające kompetencje organizacyjne;
- dodatkowe dni wolne dla rodziców<sup>6</sup>.

Wszystkie szlachetne idee, jakie się wtedy narodziły, okazały się tylko ideami. Jak wiadomo, „każdy sznurek musi mieć gdzieś swój początek”. I tak oto, początek równowagi między tym, co w pracy, a tym, co w domu, znajduje się w naszych głowach i w mentalności, jaką w sobie wypracowaliśmy. Konieczne jest postawienie granicy równowagi i odpowiednie zidentyfikowanie stanu znajdującego się poza nią. Łatwo powiedzieć? Ciało daje nam wyraźne sygnały, kiedy „nierównowaga” zaczyna mu nadto doskwierać. Kwestie duchowe są natomiast indywidualne i zależą tylko i wyłącznie od nas samych. Pomocne może okazać się otoczenie. Jeśli kilka osób zwraca uwagę na ten sam fakt, warto się nad nim zastanowić. I wtedy najczęściej popełniamy największy błąd, izolując pracę i życie osobiste, jako dwa odrębne światy. Takie zachowanie jest jednym z najsilniejszych czynników zaburzających równowagę życia zawodowego z prywatnym. Nie da się postawić grubej kreski oddzielającej te dwie sfery, ponieważ obie są integralną częścią naszego życia i w wielu momentach przenikają się wzajemnie. Warto zatem równoważyć wpływ obu obszarów na siebie nawzajem. Work-life balance to nie tylko „równowaga godzinowa”, czyli realizacja XIX-wiecznego postulatu socjalistów: „8 godzin snu, 8 godzin pracy, 8 godzin odpoczynku”<sup>7</sup>. Według nowego podejścia, rozmowa w domu na temat pracy jest potrzebna chociażby ze względu na swoje właściwości „terapeutyczne”. Problem, który pojawił się w pracy, nie zniknie cudownie, gdy tylko wyjdziemy z biura. Psychologowie zgodnie twierdzą, że dzielenie się swoimi przeżyciami wpływa na nasz stosunek do przeciwności losu i pomaga nam sobie z nimi radzić. Odrzucając medal na drugą stronę uświadomimy sobie, że nasze życie osobiste nie zamiera w godzinach pracy. Na osiem godzin nie stajemy się przecież bezdzietnymi singlami bez życia prywatnego.

## MOGŁAŚ MOJĄ BYĆ, KRYZYSOWĄ...SYTUACJĄ!

Aż jedna trzecia brytyjskich 33-latków przyznaje, że konieczność godzenia pracy zawodowej z życiem prywatnym pozwala im na zaledwie 5 godzin snu<sup>8</sup>. Brzmi zdumiewająco? Faktem jest, że po trzydziestym roku życia pracujemy najwięcej. To w tych latach ważą się losy naszej dalszej kariery. Po trzydziestce również średnio zarabiamy najwięcej. To zapewne motywuje do cięższej pracy. Wskaźnik work-life balance w 2013 r. wyniósł dla Polski 115 punktów i jest to mniej od światowej średniej, wynoszącej 120 punktów. Dla pracodawców miara ta oscylowała wokół 113 punktów<sup>9</sup>. W czasach, gdy pracownicy są dostępni 24 godziny na dobę, a rynek pracy zmusza ich do ciągłej walki o zatrudnienie, mogłoby się wydawać, że pracodawcy nie są entuzjastami koncepcji work-life balance. Nieprawda. Świadomy pracodawca wie, że spełniony pracownik, który równoważy życie zawodowe i prywatne, zrobi dla firmy więcej niż ten, który zarywa noce i cały wolny czas poświęca na pracę. Menadżer wdrażający tę koncepcję musi przede wszystkim poznać pracowników. Zapoznanie się z ich potrzebami, priorytetami i ambicjami ułatwi stworzenie efektywnego systemu. Odkrywszy skuteczne działania w firmach o podobnej specyfice, warto zastanowić się nad ich adaptacją, należy jednak pamiętać o uwzględnieniu indywidualnych uwarunkowań firmy i ograniczeń jej pracowników<sup>10</sup>. Różni ludzie odmiennie postrzegają ideę równowagi. Badania nad zagadnieniem work-life balance dowodzą, że pracownicy organizacji, która dostrzeże i szanuje ich potrzeby samorealizacji, także w innych niż zawodowa sferach życia, są o wiele bardziej zaangażowani w pracę i lojalni wobec pracodawcy. Pracują wydajniej i zazwyczaj udaje im się uniknąć wypalenia zawodowego. To z kolei przekłada się na wymierne korzyści dla firmy: szybciej kończone projekty, mniejszą fluktuację kadry, długotrwałe, stabilne relacje z klientami i dostawcami, a co za tym idzie – lepsze wyniki finansowe<sup>11</sup>. Ponadto wspieranie pozazawodowych działań pracowników rzutuje na jakość wykonywanych przez nich zadań w pracy, np. kobieta radząca sobie z piętrzącymi się obowiązkami w domu, świetnie sprawdzi się w działaniu pod presją czasu i w nawale obowiązków zawodowych. Firma zyskuje reputację atrakcyjnego pracodawcy oraz lojalność i poparcie pracowników. Jak to wygląda z ich strony? Fakt, czasy są trudne. Z każdym rokiem wzrastają oczekiwania pracodawcy co do zawodowej efektywności pracowników, rosną budżety przychodowe, a wraz z nimi presja i stres. Wysoki poziom bezrobocia dodatkowo ten stres potęguje<sup>12</sup>. Balans między życiem prywatnym a zawodowym nie liczy się w godzinach przeznaczonych na poszczególne sfery. Ustalenie priorytetów będzie bardziej efektywne, gdy na pracę, odpoczynek i życie

osobiste nie będzie poświęcać się tyle samo czasu, lecz w zależności od potrzeb. Dzisiaj chcemy się realizować na wielu polach jednocześnie, osiągając przy tym satysfakcję płynącą z ról, w które się wpisaliśmy. Dla niektórych z nas świetnym rozwiązaniem jest *homeoffice*. Wygospodarowanie jednego dnia na pracę w domu pozwala nam np. zaoszczędzić czas na dojazdy do biura<sup>13</sup>. Warto także korzystać z możliwości, jakie oferują nam współczesne firmy – pakiety sportowe, wyjazdy zagraniczne, integracja. Pozwala to myśleć o pracy nie tylko w kategoriach miejsca, w którym spędzamy najgorsze 8 godzin w ciągu dnia, ale też miejsca, które daje mi szansę na rozwijanie swoich umiejętności i pasji. Przez ciągły rozwój stajemy się dla pracodawcy ważnym i niemalże niemożliwym do zastąpienia, elementem biznesowej układanki. Zwiększa się też nasza motywacja do pracy, zadania są chętniej i szybciej wykonywane. Zmniejsza się także ryzyko popełnienia błędów<sup>14</sup>.

## KONIEC KOŃCÓW

Mottem do dalszych rozważań niech będzie definicja, sformułowana przez Davida Clutterbuck'a: „Równowaga to stan, w którym jednostka radzi sobie z potencjalnym konfliktem między różnymi wymaganiami dotyczącymi jej czasu i energii w taki sposób, że zostaje zaspokojone jej pragnienie dobrobytu i spełnienia”<sup>15</sup>. Niech więc każdy z nas zada sobie pytanie: „Jak wygląda równowaga między moim życiem zawodowym i prywatnym?”

### Przypisy

1. KRUKOWSKA M., Kraje z najlepszym (i najgorszym) work-life balance, 07.08.2014, <http://csr.forbes.pl/kraje-z-najlepszym-i-najgorszym-work-life-balance,artykuly,181245,1,1.html> (dostęp: 28.01.2015).
2. SZYMANSKA M., Wolski K., Work-Life Balance- idea, którą warto się zainteresować, 26.03.2013, [http://rynekpracy.pl/artykul.php/typ.1/kategoria\\_glowna.21/wpis.652](http://rynekpracy.pl/artykul.php/typ.1/kategoria_glowna.21/wpis.652) (dostęp: 28.01.2015).
3. LIGMANN-LUBCZYŃSKA N., Pracować, żeby żyć, czy żyć, żeby pracować, 09.08.2011, [http://gazetapraca.pl/gazetapraca/1,90445,10087107,Pracowac\\_zeby\\_zyc\\_czy\\_zyc\\_zeby\\_pracowac\\_.html?as=2](http://gazetapraca.pl/gazetapraca/1,90445,10087107,Pracowac_zeby_zyc_czy_zyc_zeby_pracowac_.html?as=2) (dostęp: 28.01.2015).
4. Praca a obowiązki rodzinne w 2010 r., Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2012, s. 27.
5. MIKŃ J., Japońskie Karoshi, czyli śmierć z przepracowania, 01.11.2013, <http://www.pulshr.pl/rynek-zdrowia/japonskie-karoshi-czyli-smierc-z-przepracowania,16244,1.html>, (dostęp: 30.01.2015).
6. BORUCKA B., 10 przykazań Work Life Balance, 2010, <http://www.hrnews.pl/TopNews,3614,10-przykazan-Work-Life-Balance.aspx> (dostęp: 30.01.2015).
7. WIŚNIEWSKI M., Work-Life balance. To zależy także od Ciebie!, „Kariera w finansach i bankowości 2014/15”.
8. GNIAZDOWSKI P., Zmęczeni 30-letni, 17.11.2010, <http://kariera.forbes.pl/kariera/artykul/sekcja/Rozwoj-osobisty/zmecen-30-letni,8296,1>, (dostęp: 30.01.2015).
9. <http://kariera.forbes.pl/polakom-coraz-trudniej-pogodzic-zycie-prywatne-z-zawodowym,artykuly,157348,1,1.html> (dostęp: 31.01.2015).
10. Programy work-life balance jako narzędzie strategiczne biznesu; <http://www.hrnews.pl/news1.aspx?id=2600> (dostęp: 01.02.2015).
11. STROSZNAJDER D., Balans praca-życie jest możliwy. I opłacalny, 15.05.2014, <http://csr.forbes.pl/balans-praca-zycie-jest-mozliwy-i-oplacalny,artykuly,176715,1,1.html> (dostęp: 31.01.2015).
12. GŁOWACKA K., Work-life Balance- o co właściwie chodzi?, <http://www.nf.pl/manager/worklife-balance-o-co-wlasciwie-chodzi,8872,24> (dostęp: 01.02.2015).
13. BARANOWSKA P., Kariera a życie prywatne- w poszukiwaniu harmonii, 12.07.2013, <http://kariera.forbes.pl/kariera-a-zycie-prywatne-w-poszukiwaniu-harmonii,artykuly,158053,1,1.html> (dostęp: 02.02.2015).
14. Work-life balance w odpowiedzialnej firmie, <http://www.hrnews.pl/news1.aspx?id=2389> (dostęp: 02.02.2015).
15. CLUTTERBUCK D., Równowaga między życiem zawodowym a osobistym. Przewodnik dla specjalistów do spraw personalnych, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005, s. 26.



**Jakub Hanuszewski**  
k.hanuszewski@gmail.com

Finanse i Rachunkowość  
Uniwersytet Ekonomiczny  
w Poznaniu

Recenzent:  
dr Monika Kaczała



# WYGIĘTE EKRANY W SMARTFONACH – PRZYSZŁOŚĆ CZY ZBĘDNY BAJER?

HISTORIA SMARTFONÓW W PIGUŁCE



Czym właściwie jest smartfon? W dosłownym tłumaczeniu jest to mądry telefon. Z założenia ma być to sprzęt łączący możliwości telefonu i komputera. Gdy cofniemy się w czasie, pierwszym smartfonem był model Simon stworzony przez amerykański koncern IBM<sup>1</sup>. Prototyp modelu pojawił się w 1992 roku, a został wprowadzony do masowej produkcji rok później. Co w sobie miał? Nie, nie posiadał modułu 3G, nie potrafił robić zdjęć, nie posiadał supernowoczesnego procesora czy kilku GB pamięci operacyjnej. Można było z niego zadzwonić, wysłać fax oraz służył jako PDA. Niestety, mimo iż był pionierem swoich czasów i dzierżył miano pierwszego smartfona, to nie przyjął się zbyt dobrze. Społeczeństwo nie było przygotowane na taki „postęp” technologiczny. Telefon ważył blisko pół kilograma, a bateria wytrzymała zaledwie godzinę pracy. Takie parametry nie pozwoliły Simonowi odnieść światowego sukcesu.

Przenieśmy się do bliższych nam czasów, do technologii, którą już doskonale znamy i która zdomowała się w naszych kieszeniach na dobre. Rok 2007. Co miało wtedy miejsce? Prezentacja bardzo dobrze znanego modelu – iPhone’a pierwszej generacji. Czym wyróżniał się na rynku i dlaczego wszyscy wrócili mu rychłą śmiercią? Powodów było całkiem sporo. Głównym obiektem kpiny był pomysł z zastosowaniem dotykowego ekranu, pod którym zabrakło fizycznej klawiatury. Krytycy

zastanawiali się, jak, świętej pamięci CEO firmy, Steve Jobs, może nazywać smartfonem urządzenie, które kompletnie nie nadaje się do pisania maili? Steve Ballmer, były dyrektor generalny Microsoftu, zażartował na jednej z konferencji: *500 dolarów w abonamencie?! Rzekłbym, że to najdroższy telefon na świecie, który nie jest skierowany do klientów biznesowych, ponieważ nie ma klawiatury [...]*<sup>2</sup>. Jego zdanie potwierdzały wszystkie liczące się głowy z branży elektroniki mobilnej.

Co oferował pierwszy iPhone? Nic specjalnego, patrząc przez pryzmat dzisiejszych czasów. Parametry techniczne obejmowały 1-rdzeniowy procesor taktowany 412 MHz, 128 MB pamięci operacyjnej, archaiczny aparat 2 Mpx (który wytwarzał bardziej kleksy niż zdjęcia) oraz bardzo problematyczny i ograniczony system operacyjny IOS 1.0.

Co więc przyciągnęło miliony klientów do sklepów? Mianowicie bardzo duży, jak na tamte czasy, ekran oferujący 3,5 cala przestrzeni roboczej. Również ograniczenie ilości przycisków fizycznych do minimum przypadła wszystkim do gustu. Nieoczekiwanie pierwszy smartfonowy projekt Apple zrobił furorę w Ameryce i rozpoczął „wojnę” o klientów na całym rynku mobilnym.

Długo nie trzeba było czekać na odpowiedź konkurencji. Najwięksi sceptycy musieli uznać wyższość Apple i przyznać, że nadszedł

czas na zmiany. Niecały rok później, bo 22 października 2008 roku, do walki z iPhone’em włączyło się samo Google, które połączyło siły z HTC. Tak powstał pierwszy na świecie smartfon pod kontrolą systemu Android. Nazywał się HTC Dream i również posiadał dotykowy ekran (3,17 cala) oraz szereg funkcji multimedialnych.

Projektanci HTC jednak nie do końca wierzyli w kompletną śmierć telefonów z fizyczną klawiaturą i w swoim modelu wmontowali wysuwaną klawiaturę QWERTY. Poza właściwościami fizycznymi smartfon HTC musiał się czymś jeszcze wyróżnić, aby pokonać aktualnego lidera rynku. Inżynierowie wprowadzili nieco szybszy procesor o taktowaniu 528 MHz, pamięć operacyjną wynoszącą 192 MB, a aparat posiadał matrycę 3,2 Mpx.

Wtedy rozpoczęła się ekspansja smartfonów. Do rywalizacji włączali się coraz to nowsi gracze, tacy jak Sony-Ericsson, LG i aktualny lider – Samsung. Klientów trzeba było jakoś zdobyć, więc modele miały coraz szybsze procesory, większe baterie, pamięci operacyjne czy aparaty. Zaczął się wielki wyścig o cyferki.

Gdy został osiągnięty pewien poziom rozwoju technologicznego, producenci zaczęli zastanawiać się, czym można by przyciągnąć nowych klientów, skoro cyferki określające szybkość procesora przestały grać pierwsze skrzypce. I po raz kolejny, w 2009 roku,

pojawiło się HTC z modelem HD2, który wyraźnie odstawał od konkurencji z powodu swoich gabarytów. Posiadał on „ogromny” wyświetlacz – 4,3 cala w całkiem rozsądnej rozdzielczości 480 x 800 pikseli. Po raz kolejny krytycy zaczęli wypowiadać się na temat takiej wielkości i zgodnie uznali, że nikt tak wielkiego ekranu używać nie będzie, bo taki telefon ledwo mieści się w dłoni.

Jak pokazała historia – krytycy po raz kolejny byli w wielkim błędzie, bo w roku 2014 modele okraszone dopiskiem „mini” czy „compact” posiadały większe panele niż 4,3 cala. Przykładem może być najnowszy model Sony, pomniejszona wersja flagowej Z3, Z3 compact. Z3c została przez większość serwisów i testerów uznana za najlepszy flagowiec świata w kategorii mini, a posiada ekran 4,6 cala. Dzisiejszym standardem staje się 5 cali, a wielkości rzędu 6 cali nie robią na nikim specjalnego wrażenia. Około dwóch lat temu pojawiła się nawet specjalna nazwa dla tak wielkich urządzeń, mianowicie „phablet”. Jest to połączenie dwóch nazw – tablet i smartfon.

Wyścig o klientów trwał, a co za tym idzie – wzrastały możliwości obliczeniowe nowych smartfonów. Aktualnie najwydajniejsze z nich są w stanie konkurować z laptopami. 4-rdzeniowe procesory o taktowaniu 3 GHz, 4 GB pamięci RAM (Asus Zenfone 2) czy bardzo szybkie dyski twarde o pojemności do 128 GB (iPhone 6) – takimi parametrami nie może pochwalić się niejedyn laptop ze średniej półki.

## SAMSUNG GALAXY ROUND

Czym więc można zachęcić kolejnych klientów do zakupu swoich produktów? Tym problemem zainteresowali się na poważnie inżynierowie z Samsunga i LG. Co takiego zdołali wymyślić? Że czas na wygięte ekrany

Grafika 1. Samsung Galaxy Round



Źródło: samsungmedia.pl

Grafika 2. LG G Flex



Źródło: LG

smartfonów! I stało się - 10 października 2013 roku oficjalną premierę miał pierwszy na świecie telefon z wygiętym ekranem – Samsung Galaxy Round. Co oferował? Wnętrze było standardowe, czyli 4-rdzeniowy procesor Snapdragon 800, 3 GB pamięci RAM, 13 Mpx aparat główny, ekran FHD o rozdzielczości 5,7 cala i 32 GB wbudowanej pamięci. Żadna rewelacja. Tym, co było wyjątkowe w modelu, to ekran wygięty... w kompletnie niezrozumiały sposób.

Według twórców miał on zdecydowanie ułatwić życie użytkownikom. Zastosowali oni wiele innowacyjnych funkcji, które pozwalały sprawdzać nieodebrane połączenia, smsy, godzinę czy stan akumulatora poprzez bujanie telefonem. Można tak również zmieniać odtwarzany aktualnie utwór. Ale czy na pewno do tego potrzeba wyginać cały ekran? Wystarczyło pozostawić lekki łuk na tylnej klapce, a można by osiągnąć ten sam efekt<sup>3</sup>. Inżynierom przyświecał również inny cel – oglądanie filmów. Niestety nie zauważyli, że wygięte ekrany mają sens w momencie, gdy zastosowane są w telewizorach o wielkościach 50-60 cali czy też w salach kinowych. Tam ekran wygięty jest w kształcie łuku w poziomie, nie pionie. Ich produkt wygięty jest w kompletnie niezrozumiały sposób. Na domiar złego można dodać, że Galaxy Round zupełnie nie pasuje do kształtu twarzy. Ostatnim ciosem w klientów była cena - w momencie premiery wynosiła ponad 1000 dolarów<sup>4</sup>, co ustanowiło Galaxy Round w tamtym momencie najdroższym telefonem świata. Wszystkie te aspekty sprawiły, że „innowacyjny” twór Samsunga sprzedawał się bardzo kiepsko i szybko został pokonany przez produkt LG, który pokazano na targach CES w styczniu 2014 roku. Był nim LG G Flex.

## LG G FLEX

Czy po niezbyt udanym i kiepsko przyjętym pomysłem Samsunga LG było w stanie

osiągnąć lepsze wyniki sprzedaży, prezentując kolejny smartfon z wygiętym ekranem? Zdecydowanie tak. Przede wszystkim inżynierowie z LG postanowili nie utrudniać użytkownikom korzystania z telefonu i wygięli go we właściwym kierunku, tak by idealnie dopasowywał się do twarzy. Przy takim wygięciu wyraźnie wygodniej ogląda się filmy niż w przypadku poprzednika. Pod względem parametrów telefon nie wyróżniał się z tłumu, ale nie to było jego głównym celem. LG chciało wykorzystać do maksimum fakt, że telefon ma wygięty ekran, który dodatkowo może się wyprostować! Można bezproblemowo telefon zdusić na płaskiej powierzchni, a on po chwili powróci do kształtu łuku. Kolejnym istotnym dodatkiem była samoregenerująca się tylna powłoka<sup>5</sup>. Oczywiście w granicach rozsądku. Nie była ona niezniszczalna i starcia z nożem tapicerskim czy śrubokrętem raczej nie były wskazane. Natomiast małe, płytkie ryski, np. od przetarcia kluczami, znikają po minucie. Producent twierdzi, że powłoka jest w stanie zregenerować się blisko 1000 razy. Wszystko to wyglądało bardzo atrakcyjnie, cena również była niższa niż w przypadku Samsunga (około 800 dolarów), ale klienci nie byli jeszcze przygotowani na takie innowacje. Niestety G Flex posiadał również kilka mankamentów – dosyć szybko rozładowującą się baterię oraz zbyt duże gabaryty, które wynikały z 6-calowego ekranu.

Rok temu modele te zostały przyjęte na rynku ze średnim entuzjazmem, nie sprzedawały się w dziesiątkach milionów egzemplarzy, tak jak flagowce, i pozostały w pamięci bardziej jako ciekawostki i pokaz możliwości technologicznych niż jako produkty przynoszące setki milionów zysków. Jednak, jak uczy historia, pewne trendy i tak wrócą, nawet po niezbyt udanym *start-upie*. Nie inaczej było i w tym przypadku. Samsung i LG nie dali nam zapomnieć o wygiętych ekranach i już po niecałym roku każdy z nich dorzucił do swojego portfolio kolejny model.

Grafika 3. Samsung Galaxy Note Edge



Źródło: samsungmedia.pl

## SAMSUNG GALAXY NOTE EDGE

Pierwszy był Samsung, który zaproponował odmianę opartą o flagowca Galaxy Note 4. Tak powstał Samsung Galaxy Note Edge, który został zaprezentowany światu na targach IFA w Berlinie we wrześniu 2014 roku.

W swoim kolejnym modelu Samsung posłuchał głosów klientów i... porzucił pomysł rozwijania Galaxy Round. Rozpoczął on nową erę wygiętych ekranów, a dokładniej mówiąc - zagiętych ekranów. Sam Edge konstrukcyjnie, technicznie i wielkościowo nie różni się zbytnio od swojego pierwowzoru, jakim jest Galaxy Note 4. We wnętrzu znajdziemy procesor Snapdragon 805, zapewniający taktowanie z szybkością 2,7 GHz, 3 GB pamięci RAM, 5,7-calowy ekran Quad HD oraz aparat fotograficzny o matrycy 16 Mpx. To, co go wyróżnia, to ekran, który „spływa” na prawą krawędź telefonu.

Tym razem Samsung wprowadził innowację naprawdę przydatną i funkcjonalną, nie popełnił błędu takiego jak przy Galaxy Round. Boczny pasek, do którego wykorzystano tylko 160 pikseli (w zupełności wystarczają do funkcji, jakie ma ten pasek spełniać), można sensownie wykorzystać na wiele sposobów. Można na niego przeciągnąć skrót do ulubionych aplikacji i jest w stanie służyć jako pasek powiadomień telefonu. Pasek ten jest perfekcyjnym wręcz rozwiązaniem podczas oglądania filmów – służy jako nawigacja do przewijania, zatrzymywania czy ściszenia dźwięku. Da się z niego wywołać mini-aplikacje takie jak stoper czy kalkulator, a w nocy

pasek posłuży nam jako zegar, zużywając przy tym minimalne ilości energii<sup>6</sup>.

Jak widać, Samsung potrafi uczyć się na błędach i stworzyć model, który jest bardzo praktyczny i wyposażony w najnowocześniejszą technologię. Czy tym razem udało się odnieść biznesowy sukces? Jak najbardziej! Samsung początkowo planował wypuścić swój model tylko i wyłącznie na rynku amerykańskim i koreańskim, ale spotkało się to z ogromnym oburzeniem miłośników świata elektroniki mobilnej. Samsung początkowo nie był pewny, czy nie jest to chwilowy zachwyt i postanowił rozpocząć ankietę<sup>7</sup> na rynku niemieckim. Zapowiedział, że jeżeli chętnych do zakupu Edge'a będzie więcej niż 120 tysięcy, to rozpocznie dystrybucję. Chętnych nie brakowało i już po trzech dniach liczba zgłoszeń przekroczyła 150 tysięcy. Samsung dotrzymał słowa. Rozpoczął masową „ekspansję” Edge'a w Europie w cenie 3500 zł. Twierdzi, że chce sprzedać tylko milion sztuk tego modelu<sup>8</sup>, ale przy tak dużym zainteresowaniu najprawdopodobniej będzie to znacznie większa ilość.

## LG G FLEX 2

Po sukcesie Galaxy Edge'a LG musiało natychmiast zareagować i podjąć walkę w kategorii wygiętych ekranów. Co zrobili inżynierowie z Korei? Także posłuchali swoich klientów i stworzyli LG G Flex 2, który został zaprezentowany światu na targach CES w styczniu 2015 roku.

LG w nowym modelu poprawiło baterię i zarządzanie energią, zdecydowanie zmniejszyło wagę i gabaryty modelu oraz zastosowało mniejszy, wygodniejszy 5,5-calowy ekran o rozdzielczości QHD. Do tego dołożono 2 GB pamięci RAM, najwydajniejszy procesor Snapdragon 810 oraz znacznie szybciej regenerującą się tylną powłokę<sup>9</sup>. Już wcześniej dało się zauważyć ogromne zainteresowanie wygiętymi ekranami. Tak samo najprawdopodobniej będzie w przypadku nowego Flexa. Przede wszystkim dlatego, że zostały poprawione błędy poprzednika, a model wyposażony został w bardzo wydajne podzespoły. O sukcesie Flexa 2 przekonamy się już niedługo, bowiem oficjalna sprzedaż rozpoczęła się 30 stycznia br. Dużą zachętą jest cena, która będzie oscylowała w granicy 600-700 dolarów i jest zdecydowanie niższa niż w przypadku Galaxy Edge'a<sup>10</sup>.

Jak widać, zagięte ekrany na dobre zdomowały się w świecie elektroniki mobilnej. Aktualnie nie jest to już ciekawostka technologiczna, a wręcz nowa, wymagana linia rozwoju przyszłych modeli. Już teraz pojawiają się plotki, jakoby Samsung chciał wydać dwie wersje swojego nadchodzącego flagowca – Galaxy S6. Jedną z nich miałyby być wersja z ekranem zagiętym na obie krawędzie<sup>11</sup>.

Patrząc na już duży sukces Edge'a (który jest w sprzedaży od półtora miesiąca), wydaje się, że to tylko kwestia czasu aż zobaczymy Galaxy S6 Edge czy LG G Flex 3. A może inni producenci spróbują swoich sił w tym dziale? Jest na to bardzo duża szansa, czas pokaże.

### Przypisy

1. <http://appsvisio.com/kiedy-powstal-pierwszy-smartfon> [data dostępu 24.01.2015]
2. NURSKI M., <http://komorkomania.pl/2247,podroz-w-czasie-iphone-2g> [data dostępu 24.01.2015]
3. GONTARCZYK P., <http://pclab.pl/news55131.html> [data dostępu 26.01.2015]
4. <http://technowinki.onet.pl/samsung-galaxy-round-cena-tego-smartfona-to-szok/gfc2s> [data dostępu 26.01.2015]
5. NURSKI M., <http://komorkomania.pl/912,lg-g-flex-samoregenerujaca-sie-obudowa-zdaje-egzamin-ale> [data dostępu 27.01.2015]
6. KISZNIIEWSKI A., <http://pclab.pl/temat/Samsung.Galaxy.Note.Edge,59449> [data dostępu 27.01.2015]
7. SEMINOWICZ T., <http://www.gsmmania.pl/364534/zapisy-note-4-niemcy/> [data dostępu 27.01.2015]
8. SZYMAŃSKI A., <http://pclab.pl/news59776.html> [data dostępu 27.01.2015]
9. BLINSTRUB J., <http://komorkomania.pl/29945,lg-g-flex-2-wycieka-chwile-przed-premiera-swietna-specyfikacja-i-zakrzywiona-obudowa> [data dostępu 27.01.2015] <http://tech.wp.pl/kat,1031195,title,LG-G-Flex-2-w-sprzedazy-od-30-stycznia-Znamy-cene,wid,17200925,wiadomosc.html?icaid=114492> [data dostępu 27.01.2015]
10. <http://www.chip.pl/news/sprzet/telefony/2015/01/samsung-galaxy-s6-edge-z-podwojnie-wygiety-tyl-ekranem> [data dostępu 27.01.2015]

Grafika 4. LG G Flex 2



Źródło: LG

**EY**Building a better  
working world

Jak by nie patrzeć

**DOBRZE SIĘ  
SKŁADA****APLIKUJ  
DO 8.04!**

Do dzieła! Ułóż karierę swoich marzeń.

Twoja układanka będzie idealna, gdy połączysz pracę w zespole profesjonalistów EY, prestiżowe projekty dla największych graczy na rynku i nowe możliwości, jakie dają nasze szkolenia. Spójrz na swój rozwój z szerszej perspektywy i zobacz zawodową przyszłość w żywych barwach. Osiągniesz wiele, bo będziemy Cię wspierać w realizacji Twoich ambitnych celów.

Jak by na to nie patrzeć, dobrze się składa!

**Aplikuj** do pracy lub na płatne praktyki w Dziale Audytu, Doradztwa Podatkowego i Prawnego, Biznesowego oraz Transakcyjnego do 8 kwietnia. Zacznij poziom wyżej.

[ey.com.pl/kariera](http://ey.com.pl/kariera)  
[fb.com/EY.Kariera](https://fb.com/EY.Kariera)

