



STUDENCKIE

zeszyty naukowe

Finansowe aspekty funkcjonowania przedsiębiorstw

Pod redakcją naukową

Mai Krasuckiej



S Z N 2 / 2 0 1 8

Redaktor naukowy:

Maja Krasucka

Autorzy tekstów:

Ewa Czajka, Łukasz Madej, Jessika Jałowy, Monika Krupa, Kamil Żymetka

Recenzent:

Marta Maciejasz-Świątkiewicz

Redakcja językowa:

Renata Żemojcin (język polski), Jacek Jędrzejowski (język angielski)

Kolegium Redakcyjne:

dr Edyta Szafranek

dr Maja Krasucka

dr inż. Magdalena Śliwa

dr Laura Płatkowska-Prokopczyk

dr Agnieszka Bobrowska

Rada Programowa:

prof. dr hab. Ewa Bogacka-Kisiel

dr hab. inż. Adam Czerwiński prof. UO

dr hab. Adam Drobnik prof. UE

dr hab. Krystyna Hanusik prof. UO

dr hab. Sabina Kauf prof. UO

dr hab. Urszula Łangowska-Szcześniak prof. UO

dr hab. Marta Maciejasz-Świątkiewicz prof. UO

dr hab. inż. Rafał Matwiejczuk prof. UO

prof. dr hab. Janusz Słodczyk

prof. dr hab. Stanisława Sokołowska

dr hab. Iveta Vozňáková prof. UO

dr hab. Agata Zagórska prof. UO

Publikacja elektroniczna. Publikacja powstała na podstawie badań przeprowadzonych przez studentów Wydziału Ekonomicznego Uniwersytetu Opolskiego w roku akademickim 2016/2017.

Wydawca: Wydział Ekonomiczny Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2018, szn.we.uni.opole.pl

ISBN: 978-83-7395-803-6



Spis treści

Maja Krasucka

WSTĘP 4

Ewa Czajka

CHARAKTERYSTYKA NIEFORMALNEGO RYNKU ANIOŁÓW BIZNESU W EUROPIE 6

Łukasz Madej

CROWDFUNDING JAKO METODA FINANSOWANIA PRZEDSIĘBIORSTW 21

Jessika Jałowy

SPOŁECZNE PRYZWOLENIE DLA DOPUSZCZANIA SIĘ OSZUSTW PODATKOWYCH A STOPIEŃ
WYKORZYSTANIA METOD OPTYMALIZACJI PODATKOWEJ – WYNIKI BADANIA 31

Monika Krupa, Kamil Żymełka

ZJAWISKO UPADŁOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE ORAZ W KRAJACH EUROPY ZACHODNIEJ
I ŚRODKOWO-WSCHODNIEJ 55

WSTĘP

Zapraszamy do lektury drugiego numeru „Studenckich Zeszytów Naukowych”, cyklicznej publikacji mającej na celu prezentację rozważań naukowych studentów, którzy promują swoje zainteresowania oraz pragną brać udział w dyskusji naukowej. Prezentowane prace zostały zgłoszone indywidualnie przez studentów Wydziału Ekonomicznego Uniwersytetu Opolskiego, kierunku ekonomia. Przedstawione artykuły są efektem ich samodzielnej pracy i osobistych spostrzeżeń. W tym numerze zamieszczono cztery teksty. Podjęta w nich tematyka dotyczy zagadnień, które nawiązują do finansowych aspektów funkcjonowania przedsiębiorstw.

Dysponowanie przez przedsiębiorstwo kapitałem finansowym jest nieodzowną przesłanką jego funkcjonowania oraz rozwoju. Brak dostępu do kapitału, czyli tzw. luka kapitałowa, jest barierą rozwoju dla wielu przedsiębiorstw na każdym etapie ich działalności. Deficyt środków własnych i problem z uzyskaniem zewnętrznych źródeł finansowania dotyka nie tylko przedsiębiorstw znajdujących się w fazie koncepcyjnej oraz zasiewu i startu. Również przedsiębiorstwa znajdujące się w fazie rozwoju i wzrostu napotykają na trudności z pozyskaniem kapitału, zwłaszcza gdy planowane przez nie przedsięwzięcia dotyczą innowacji.

Dynamiczne otoczenie, w tym postęp technologiczny, rodzi jednak rozwiązania, które umożliwiają innowacyjnym podmiotom gospodarczym pozyskiwanie kapitału także poza obszarem działania klasycznych instytucji finansowych. Jako przykład wskazać można prywatnych inwestorów, którzy są w stanie wesprzeć finansowo rozwój firmy. Jedną z takich grup są aniołowie biznesu, którzy sami będąc doświadczonymi przedsiębiorcami, wychodzą niejednokrotnie naprzeciw potrzebom kapitałowym osób podejmujących wyzwania biznesowe. Specyfikę i rozmiary ich zaangażowania przybliży autorka w pierwszym z prezentowanych w zeszycie artykułów pt. *Charakterystyka nieformalnego rynku aniołów biznesu w Europie*. Wyróżniając i klasyfikując aniołów biznesu, wskazuje ich motywacje, formy organizacji oraz przykłady finansowanych inwestycji.

Następujące zmiany społeczne i innowacje technologiczne przyczyniają się także do dynamicznego rozwoju alternatywnych finansów i nowych sposobów pozyskiwania kapitałów. Coraz większego znaczenia nabierają mobilizacja i partycypacja ze strony obywateli, którzy w ramach crowdfundingu, jako kapitałodawcy chętnie gromadzą się wokół wybranej inicjatywy biznesowej. *Crowdfunding*, będąc alternatywą dla typowych źródeł i form finansowania, umożliwia finansowanie ciekawych pomysłów biznesowych niewielkimi wpłatami dokonywanymi przez wielu inwestorów za pośrednictwem platform internetowych. Ten sposób pozyskiwania kapitałów zaprezentował autor

w artykule pt. *Crowdfunding jako metoda finansowania przedsiębiorstw*. Wychodząc od wyjaśnienia istoty i specyfiki poszczególnych modeli crowdfundingu, scharakteryzował możliwości jego zastosowania w finansowaniu przedsiębiorstw. Zwrócił także uwagę na istotne cechy, znaczenie i perspektywy rozwoju rynku tej formy finansowania.

Przedsiębiorcy podejmujący decyzje gospodarcze zmuszeni są uwzględniać także wiele innych uwarunkowań zewnętrznych. Jednym z nich jest system podatkowy i składające się nań podatki. Pozbawiony waloru neutralności podatek generuje skutki gospodarcze i społeczne, a przez to w istotny sposób kształtuje zachowania i sytuację finansową podatników, wpływając na ich postawy względem obciążeń podatkowych. Są one różne – począwszy od poddania się obowiązkowi podatkowemu aż po ucieczkę przed nim. Uciekając przed obciążeniami podatkowymi, podatnicy skłonni są podejmować aktywne działania, w tym również te mające cechy oszustw podatkowych. Dotyczy to zarówno przedsiębiorców, ich pracowników, jak i klientów. Konsekwencją prezentowanych postaw jest również poziom aprobaty dla oszustw podatkowych. Tę problematykę przybliży autorka kolejnego artykułu pt. *Społeczne przyzwolenie dla dopuszczania się oszustw podatkowych a stopień wykorzystania metod optymalizacji podatkowej – wyniki badania*. Wskazując dostępne i wykorzystywane formy redukcji obciążeń fiskalnych, posługując się eksperymentem, autorka przeanalizowała stopień przyzwolenia dla oszustw podatkowych.

Zarówno ograniczony dostęp do źródeł finansowania, jak i finansowe skutki decyzji podatkowych przy zmienności warunków gospodarowania mogą się w istotny sposób przyczyniać do pogorszenia kondycji finansowej przedsiębiorstw i ostatecznie ich upadłości. Zmienność i złożoność otoczenia sprawia, że ryzyko upadłości należy rozpatrywać w kategoriach zjawiska towarzyszącego działalności każdej jednostki gospodarczej. Powszechność oraz wielowymiarowość tego zjawiska skłoniła autorów artykułu pt. *Zjawisko upadłości przedsiębiorstw w Polsce oraz w krajach Europy Zachodniej i Środkowo-Wschodniej* do jego ilościowej analizy. W ujęciu przestrzennym przeanalizowali stopień nasilenia tego zjawiska i jego determinanty w wybranych krajach europejskich.

Pragniemy podziękować wszystkim autorom, którzy podjęli trud przygotowania zamieszczonych tekstów. Wyrażamy nadzieję, że problematyka artykułów prezentowanych w tym numerze spotka się z zainteresowaniem oraz pozytywnym przyjęciem wśród pracowników naukowych oraz studentów Wydziału Ekonomicznego. Jednocześnie gorąco zachęcamy studentów do rozwijania swoich zainteresowań badawczych, wyrażania swoich refleksji naukowych i publikowania ich wyników w „Studenckich Zeszytach Naukowych”.

Ewa Czajka

Ekonomia, II SUM, Uniwersytet Opolski

CHARAKTERYSTYKA NIEFORMALNEGO RYNKU ANIOŁÓW BIZNESU W EUROPIE

CHARACTERISTICS OF THE INFORMAL MARKET OF BUSINESS ANGELS IN EUROPE

Abstrakt: Problemem badawczym niniejszego artykułu jest ocena wielkości i specyfika rynku aniołów biznesu w Europie. Artykuł składa się z trzech części, którymi są: Wstęp, Rezultaty badań oraz Dyskusja i wnioski. Rozdział Rezultaty badań został podzielony na pięć podrozdziałów, które przedstawiają ogólną charakterystykę aniołów biznesu, ich klasyfikację, preferencje, formy wyjścia z inwestycji, a także omówiona została tu działalność sieci i syndykatów oraz przykłady przedsiębiorstw, które osiągnęły sukces dzięki wsparciu ze strony aniołów biznesu. Celem artykułu jest ukazanie obrazu działalności aniołów biznesu w Europie oraz tego, jak się ona rozwijała na przestrzeni lat, poprzez analizę danych statystycznych zebranych przez organizację European Business Angels Network.

Słowa kluczowe: aniołowie biznesu, inwestycje wysokiego ryzyka

Abstract: The research problem of this article is the assessment of the size and specificity of the market of business angels in Europe. The article consists of three parts: introduction, results of research and discussion and conclusions. The chapter "Results of research" is divided into five subsections that outline the general characteristics of business angels, their classification, preferences, forms of exiting investments, as well as network and syndication activities and examples of successful businesses supported by business angels. The aim of this article is to show the activity of business angels in Europe and how it has evolved over years, through analyzing the statistics collected by the European Business Angels Network.

Keywords: business angels, high risk investments

Kod klasyfikacji JEL: G320.

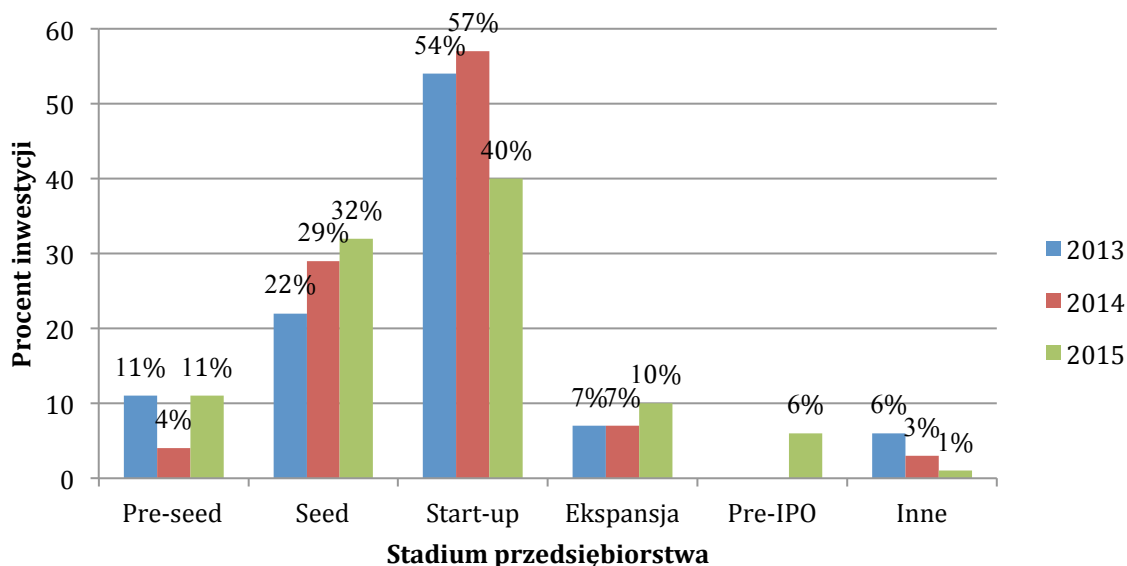
1. Wstęp

Tematem niniejszego artykułu jest działalność aniołów biznesu w Europie. Wybór tematyki spowodowany jest tym, że w Polsce zagadnienie to nie zostało wystarczająco rozwinięte w dotychczas powstałych pracach naukowych, które opierają się głównie na teorii, a nie na danych empirycznych.

Aniołowie biznesu istnieją, odkąd pojawił się kapitalizm, jednak nie jest to zjawisko powszechnie znane. Celem artykułu jest przybliżenie podstawowych zagadnień związanych z ich działalnością oraz określenie wielkości europejskiego rynku *business angels*.

Niniejsza praca opiera się głównie na danych statystycznych zebranych przez organizację *European Business Angels Network*, które zostały poddane analizie w celu pokazania, jak rozwija się i do czego dąży nieformalny rynek prywatnych inwestorów.

Business angels inwestują w przedsiębiorstwa na poszczególnych etapach ich życia. Częstotliwość, z jaką tego dokonują w danych fazach rozwoju działalności gospodarczej, przedstawia wykres 1.



Wykres 1. Inwestycje dokonywane przez *business angels* a stadium rozwoju przedsiębiorstwa w latach 2013–2015

Źródło: opracowanie na podstawie: EBAN 2014, s. 8; EBAN 2016, s. 9.

Poddając analizie wykres 1, można zauważyć, że aniołowie biznesu dokonują inwestycji najczęściej na etapie *start-up*. W 2013 i 2014 r. ponad połowa przedsiębiorstw finansowanych kapitałem należącym do *business angels* to startupy. W roku 2015 ich udział zmalał do 40%, co było spowodowane zwiększeniem zainteresowania inwestorów innymi fazami ewolucji działalności gospodarczej. *Start-up* jest to faza wczesnego rozwoju przedsiębiorstwa, które posiada produkt i jest gotowe do wejścia na rynek, jednak zazwyczaj na tym etapie nie wykazuje żadnych zysków.

Kolejnym najczęściej wybieranym przez inwestorów stadium rozwoju przedsiębiorstwa jest faza zasiewu. W badanym okresie obejmowała ona od 22% w 2013 r. do 29% w 2015 r. Faza zasiewu jest pierwszym etapem życia przedsiębiorstwa, gdy znajduje się ono na poziomie projektu. Obejmuje ona moment, gdy przedsiębiorstwo ma opracowany biznesplan, przeprowadzone badania rynkowe, zespół, jednak nie posiada jeszcze gotowego produktu.

Następnym etapem, w który inwestują aniołowie biznesu, jest *pre-seed*, czyli faza przed zasiewem, która określa moment wyprzedzający założenie przedsiębiorstwa. W badanym okresie od 4% do 11% inwestorów wspomogło finansowo tego typu projekty. Ponadto aniołowie biznesu angażują swój kapitał również w rozwinięte przedsiębiorstwa znajdujące się w fazie ekspansji.

W 2015 r. nastąpił wzrost liczby inwestycji na tym etapie o 3 punkty procentowe i osiągnęła ona wówczas 10%.

W 2015 r. aniołowie biznesu zaczęli również obejmować akcje w *pre-IPO*¹. Wcześniej takie inwestycje nie były popularne wśród *business angels*, w 2013 i 2014 r. nie występowały w ogóle, natomiast w 2015 r. ich udział wzrósł aż do 6%, co zwiększyło znaczenie aniołów biznesu we wszystkich etapach rozwoju przedsiębiorstwa.

Określenie *business angels* powstało w USA na Broadwayu. Nazywano tak biznesmenów, którzy podejmowali się ryzykownych inwestycji w sztuki teatralne (Mikołajczyk 2007, s. 119). To właśnie Stany Zjednoczone uważane są za kolebkę aniołów biznesu. W Europie zjawisko to najszybciej rozwinęło się w Wielkiej Brytanii, natomiast w Polsce jego pojawienie się datuje się na lata 90. ubiegłego stulecia.

Przykładem, który warto tu przytoczyć, są badania nad sztuczną ludzką insuliną prowadzone przez firmę Bioton, które zostały sfinansowane przez Krzysztofa Krauzego. Gdyby nie pojawienie się wówczas anioła biznesu, badania zostałyby zaniechane, gdyż żaden bank nie zdecydował się udzielić na nie kredytu (Dąbkowski 2015, s. 28).

Na podstawie badań przeprowadzonych przez organizację *European Business Angels Network* (EBAN) można ustalić profil typowego europejskiego anioła biznesu. Inwestorami przeważnie są mężczyźni w wieku 35–65 lat. Są to najczęściej przedsiębiorcy lub menedżerowie, którzy posiadają duże doświadczenie w prowadzeniu biznesu. Jednorazowo są oni gotowi zainwestować średnio od 25 tys. do 250 tys. euro lub równowartość 15% funduszy własnych. W Wielkiej Brytanii natomiast inwestycje sięgają nawet 400 tys. euro. Ponadto z badań przeprowadzonych przez EBAN wynika, że aniołowie biznesu wspierają najczęściej projekty oraz przedsiębiorstwa znajdujące się w ich niedalekim otoczeniu (EBAN 2009, s. 10).

W literaturze wyróżnia się kilka rodzajów aniołów biznesu, które porządkują inwestorów ze względu na ich motywację oraz wielkość zainwestowanego kapitału. Biorąc pod uwagę pierwsze z kryteriów, *business angels* dzieli się na:

- hedonistów – nastawieni są oni na osiągnięcie zarówno zysku, jak i zadowolenia z inwestycji;
- altruistów – liczą się dla nich nie tylko korzyści finansowe, ale także społeczne;
- *economic investors* – akceptują nawet bardzo wysokie ryzyko, licząc na wysokie zyski (Rosa 2009, s. 193).

¹ *Pre-IPO* – niepubliczna emisja akcji, która poprzedza emisję publiczną. Skierowana jest do prywatnych inwestorów.

Natomiast ze względu na wielkość inwestycji wyróżnia się:

- entrepreneur angels – stanowią oni grupę najbardziej aktywnych inwestorów, którzy dokonują największej inwestycji oraz angażują największą kapitał; są nastawieni na duże zyski oraz osiągnięcie satysfakcji;
- income seeking angels – nieco mniej aktywni aniołowie, również nastawieni na zysk, a oprócz korzyści finansowych ich motywacją jest chęć zatrudnienia w przedsiębiorstwie, do którego wnoszą kapitał; inwestują w znane dla siebie branże, gdzie mogą również zaangażować się menedżersko;
- wealth maximising angels – inwestują w kilka przedsięwzięć, licząc na zysk;
- corporate angels – aniołowie, którzy oprócz wspierania innych przedsięwzięć, prowadzą także swój własny biznes;
- latent angels – grupa inwestorów wspierająca przedsiębiorstwa głównie w swoim regionie;
- virgin angels – początkujący inwestorzy, mało rozeznani w rynku oraz posiadający niewielki kapitał (Rosa 2009, s. 194).

Elementem wspólnym dla wszystkich wymienionych rodzajów inwestorów jest osiągnięcie zysku z zaangażowanego kapitału. Niektórzy z nich kierują się również aspektem społecznym, przyczyniając się do wzrostu poziomu jakości życia społeczeństwa.

2.2. Czynniki i preferencje wpływające na działalność aniołów biznesu

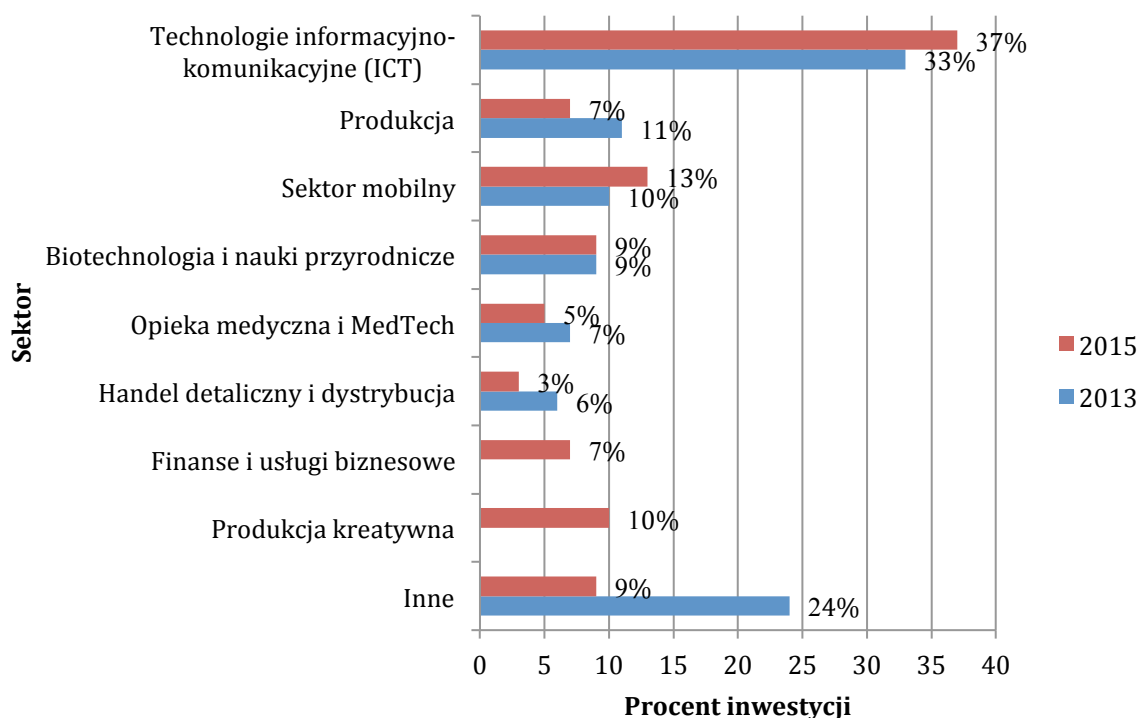
Działania aniołów biznesu motywowane są wieloma czynnikami zarówno ekonomicznymi (głównym celem prywatnych inwestorów jest osiągnięcie wysokiej stopy zwrotu z zainwestowanego kapitału), jak i pozaekonomicznymi, wśród których wyróżnić można:

- czerpanie satysfakcji,
- poczucie społecznej odpowiedzialności,
- przyczynianie się do rozwoju danego regionu,
- potrzebę samorealizacji,
- chęć podejmowania ryzyka,
- unikanie podatków oraz wykorzystanie ulg podatkowych,
- chęć zdobycia uznania,
- udział w postępie technologicznym (Rosa 2009, s. 193).

Aniołowie biznesu, oprócz chęci uzyskania jak największych zysków z inwestycji, czują się współodpowiedzialni za rozwój swojego regionu oraz postępu technologicznego, czym przyczyniają się do poprawy warunków bytu społeczeństwa zamieszkującego daną jednostkę terytorialną.

Ponadto angażowanie kapitału w różne projekty bądź przedsiębiorstwa sprawia aniołom biznesu wiele satysfakcji, podnosi ich samoocenę, czują się wówczas dowartościowani i potrzebni społeczeństwu. Niektórzy również traktują to jako pewną formę hazardu, gdyż inwestycje w startupy często związane są z bardzo wysokim ryzykiem.

Warto się również przyjrzeć, w co najchętniej *business angels* angażują swój kapitał. Podział na poszczególne sektory, które były głównym obiektem zainteresowania prywatnych inwestorów w 2013 oraz 2015 r. przedstawia wykres 2.



Wykres 2. Preferencje aniołów biznesu według liczby inwestycji w latach 2013 i 2015 w podziale na poszczególne sektory

Źródło: opracowanie na podstawie: EBAN 2014, s. 8; EBAN 2016, s. 9.

Najwięcej inwestycji w 2013 r., bo aż 33%, aniołowie ulokowali w branży technologii informacyjno-komunikacyjnej, natomiast w 2015 r. udział ten wzrósł aż do 37%. Spowodowane jest to tym, że w dzisiejszych czasach ICT znajdują zastosowanie w niemalże wszystkich dziedzinach życia. Popyt na coraz to lepszy sprzęt komputerowy, komunikacyjny, różnego rodzaju oprogramowanie jest ogromny, co sprawia, że aniołowie biznesu, angażując swój kapitał w tym sektorze, osiągają wysokie zyski.

W 2015 r. w porównaniu z rokiem 2013 zwiększył się także udział liczby inwestycji w sektor mobilny. Wzrost ten wyniósł 3 punkty procentowe, co spowodowało, że w 2015 r. sektor ten znalazł

się na drugim miejscu wśród sektorów, w które najczęściej inwestowali aniołowie biznesu – z udziałem 13%.

Sektorem, w którym odnotowano relatywnie najwyższy spadek liczby inwestycji w 2015 r. w stosunku do roku 2013, jest produkcja, gdzie nastąpiło zmniejszenie liczby zawieranych transakcji o 4 punkty procentowe. Aniołowie biznesu w 2015 r. chętniej lokowali swój kapitał nie w standardową produkcję, lecz w produkcję kreatywną, która obejmuje m.in.: film, telewizję, reklamę, muzykę, rękodzieło czy też inne gałęzie, w których wykorzystywane są indywidualna kreatywność, talent itp. W branżę tę w 2015 r. dokonano aż 10% wszystkich inwestycji, natomiast w 2013 r. liczba ta była tak znikoma, że *European Business Angels Network* w swoim raporcie nawet nie uwzględnił dokładnej wartości. Podobna sytuacja dotyczy również finansów i usług biznesowych, w przypadku których w statystykach z roku 2013 udział liczby inwestycji w tym sektorze nie został sprecyzowany, natomiast w 2015 r. wzrósł do poziomu 7%.

W analizowanym okresie spadek udziału odnotowano także w sektorze opieka medyczna i MedTech – z 7% do 5% – oraz w handlu detalicznym i dystrybucji – z 6% do 3%. Bez żadnych zmian natomiast pozostała branża biotechnologiczna i nauki przyrodnicze, w które zarówno w 2013 jak i w 2015 r. dokonano 9% inwestycji. Inwestycje w inne niż wymienione sektory stanowiły w roku 2013 24%, a zaliczono do nich głównie: logistykę i transport, przemysł kreatywny, środowisko, finanse i usługi biznesowe oraz energetykę. Natomiast w roku 2015 udział pozostałych sektorów wyniósł już tylko 9%, co spowodowane było uszczegółowieniem statystyk w raporcie EBAN.

Oprócz kryterium wyboru, jakim jest branża, aniołowie biznesu przy podejmowaniu decyzji kierują się także lokalizacją, inwestycji kapitału. W Europie w 2013 r. najwięcej, bo aż 96%, stanowiły inwestycje w kraju inwestora, natomiast transgraniczne lokaty kapitału były znikome i stanowiły jedynie 4% inwestycji ogółem, z czego 1% to nakłady poniesione poza Europą. Natomiast jeśli chodzi o region, to 52% aniołów biznesu decyduje się na zaangażowanie kapitału w swoim regionie, a 44% poza nim (EBAN 2014, s. 9).

2.3. Sieci i syndykaty aniołów biznesu

Prywatni inwestorzy najczęściej chcą pozostać anonimowi, co znacznie utrudnia kojarzenie ich z potencjalnymi biorcami kapitału. Rozwiązaniem tego problemu są sieci aniołów biznesu, które zrzeszają inwestorów i dzięki temu ułatwiają kontakt między stronami procesu inwestycyjnego. Ponadto sieci mają do spełnienia szereg innych zadań, takich jak:

- przyjmowanie zgłoszeń od przedsiębiorców i ich wstępna weryfikacja,
- przygotowywanie wzorów umów pomiędzy aniołem biznesu a przedsiębiorcą,

- przygotowywanie różnego rodzaju seminariów i wykładów, co ułatwia wymianę doświadczeń pomiędzy aniołami biznesu,
- wsparcie syndykatu aniołów biznesu,
- wsparcie prawne dla inwestorów i przedsiębiorców w celu zamknięcia transakcji,
- organizacja forów, na których przedsiębiorcy mogą zaprezentować swoje pomysły potencjalnym inwestorom.

Wszystkie te czynności znacznie ułatwiają działalność aniołom biznesu, w szczególności w kwestii dopasowania przedsiębiorcy lub projektu do ich preferencji. Przynależność do sieci pozwala inwestorom na poszerzanie swojej dotychczasowej wiedzy, a także w dużym stopniu ułatwia zamknięcie transakcji oraz załatwienie wszelkich formalności związanych z inwestycją.

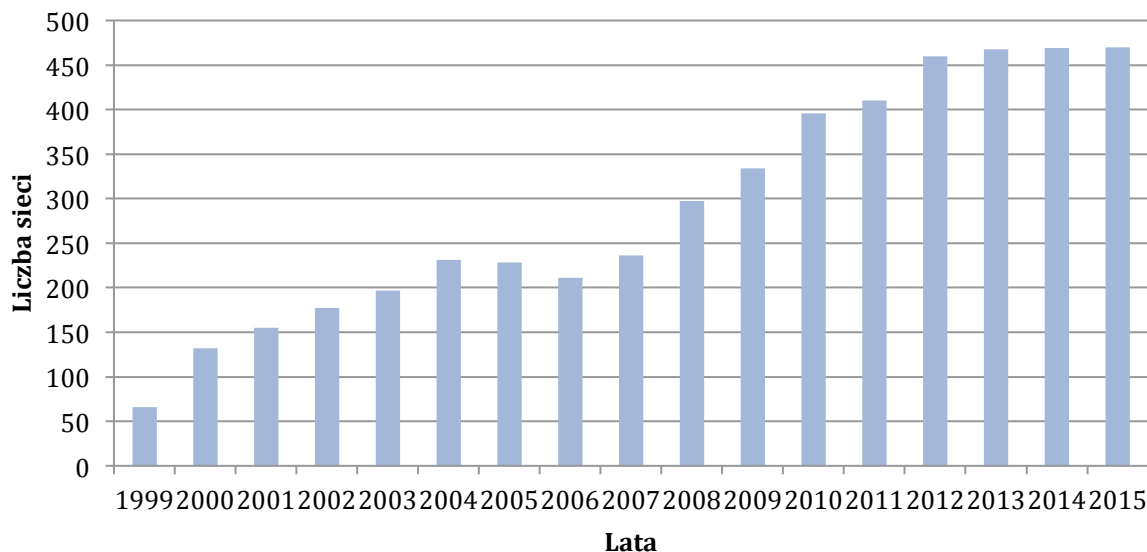
W Polsce najstarszą i największą siecią aniołów biznesu roku jest PolBAN Business Angels Club. Powstała ona w 2003 r., a jej założycielem jest Wojciech Dołkowski. Poza PolBAN na terenie Polski funkcjonują jeszcze takie sieci jak:

- Gildia Aniołów Biznesu,
- Lewiatan Business Angels,
- Platinum Investors,
- Regionalna Sieć Inwestorów i Inwestycji Kapitałowych RESIK,
- Sieć Aniołów Biznesu Amber,
- Sieć Inwestorów Prywatnych SATUS,
- Smart Business Angels,
- Wschodnia Sieć Aniołów Biznesu WSAB.

Sieci aniołów biznesu znajdujące się w Europie zrzesza *European Business Angels Network*, czyli tzw. sieć sieci. Jest to instytucja *non profit* powstała w 1999 r. dzięki *European Association of Development Agencies* (EURADA) we współpracy z Komisją Europejską. Obecnie stowarzyszenie to obejmuje około 150 organizacji członkowskich z ponad 50 krajów, w skład których wchodzi także te spoza Europy (www.eban.org).

EBAN nie zajmuje się bezpośrednim kontaktem z inwestorami oraz przedsiębiorcami, lecz kieruje zainteresowane osoby do odpowiednich sieci, które gromadzi. Ponadto organizacja zajmuje się promocją idei działalności aniołów biznesu, daje możliwość wymiany doświadczeń pomiędzy poszczególnymi sieciami oraz zajmuje się tworzeniem różnego rodzaju statystyk, analiz, raportów i opracowań dotyczących działalności *business angels* w Europie.

Działalność aniołów biznesu wzrasta z roku na rok. Wykres 3 prezentuje liczbę sieci aniołów biznesu działających w Europie w poszczególnych latach.

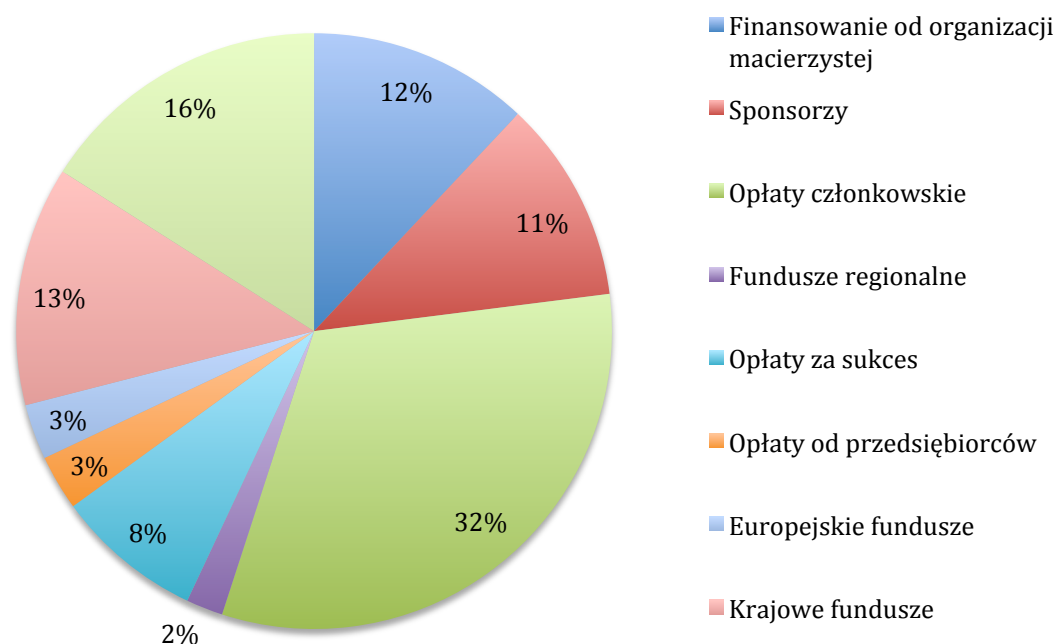


Wykres 3. Liczba sieci aniołów biznesu w Europie w latach 1999–2015

Źródło: opracowanie na podstawie danych *European Business Angels Network*.

Największy wzrost liczby sieci aniołów biznesu odnotowano już rok po powstaniu EBAN – podwoiła się ona wówczas, wzrastając z 66 do 132 organizacji. Relatywnie duży przyrost nastąpił również w latach 2008 i 2010, powstały wtedy odpowiednio 61 i 62 nowe sieci. Analizując dane przedstawione na wykresie 3, można także zauważyć spadek liczby sieci aniołów biznesu w latach 2005 oraz 2006, jednak nie był on znaczący. W ostatnich trzech latach badanego okresu liczba aktywnie działających sieci aniołów biznesu w Europie utrzymywała się na prawie niezmiennym poziomie i wynosiła wówczas między 468 a 470.

Sieci aniołów biznesu w większości nie są nastawione na zysk. Według statystyk EBAN w 2007 r. w Europie 36% tych organizacji funkcjonowało na zasadach komercyjnych (EBAN 2009, s. 65). Jest to jednak o wiele więcej niż w latach wcześniejszych. Dzieje się tak dlatego, że sieci są zmuszone dążyć do samodzielności finansowej ze względu na coraz mniejsze wsparcie ze strony instytucji publicznych. Źródła finansowania sieci aniołów biznesu w Europie w roku 2015 prezentuje wykres 4.



Wykres 4. Źródła finansowania działalności sieci aniołów biznesu w Europie w 2015 r.

Źródło: opracowanie na podstawie EBAN 2016, s. 13.

Głównym źródłem, z którego finansowana jest działalność sieci *business angels*, są opłaty członkowskie pobierane od aniołów biznesu. W 2015 r. stanowiły one 1/3 budżetu europejskich sieci. Ważną rolę spełniają także inne źródła finansowania, do których zaliczyć można m.in. przychody związane z organizacją szkoleń i wydarzeń. W analizowanym okresie ich udział kształtował się na poziomie 16%. Istotne dla finansowania działalności sieci aniołów biznesu są również krajowe fundusze oraz kapitał pochodzący od organizacji macierzystych czy też sponsorów. Najmniej przychodów w badanym okresie przyniosły natomiast fundusze europejskie i regionalne oraz opłaty pobrane od przedsiębiorców.

Oprócz sieci *business angels* działalność aniołów biznesu wspierana jest również poprzez tworzenie nieformalnych konsorcjów (syndykatów), czyli porozumień między kilkoma inwestorami, którzy decydują się na wspólną inwestycję w dany projekt lub przedsiębiorstwo. Zawierane są one zazwyczaj w przypadku dużych inwestycji, których anioł biznesu nie byłby w stanie sfinansować w pojedynkę.

Syndykat obejmuje od kilku do kilkunastu aniołów, z których jeden zostaje archaniołem (*lead angel*) i wciela się w rolę przedstawiciela reprezentującego członków syndykatu w kontaktach biznesowych. Funkcja ta obejmowana jest przeważnie przez najbardziej doświadczonego inwestora.

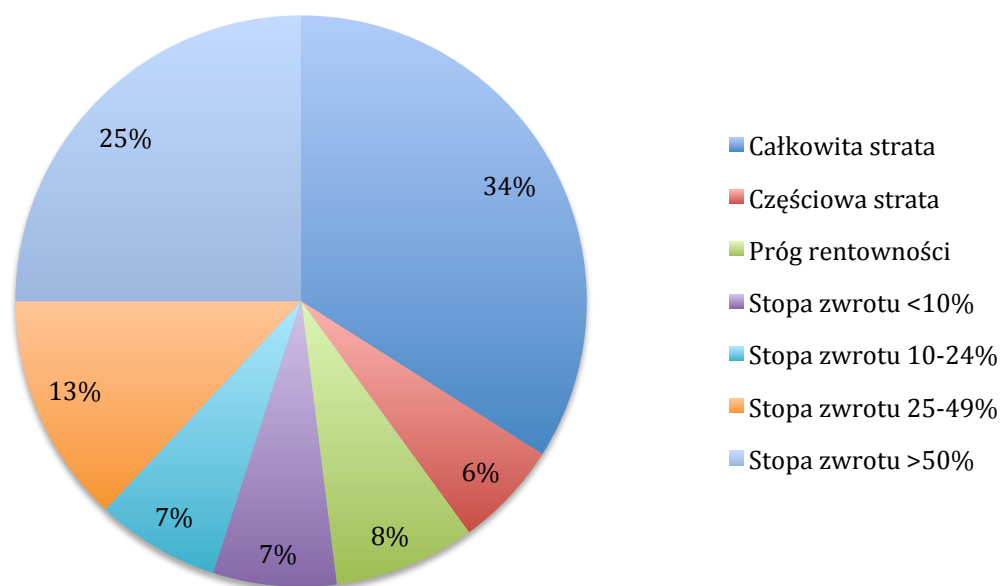
Nieformalne konsorcja są źródłem zarówno korzyści, jak i negatywnych skutków. Główną zaletą syndykatu jest zmniejszenie ryzyka finansowego, które w razie niepowodzenia inwestycji rozkłada się nie na jednego, lecz na wielu aniołów, co zmniejsza potencjalne straty jednostki. Atutem jest również możliwość inwestowania w przedsięwzięcia wymagające dużych nakładów kapitału, wymiana doświadczeń między członkami syndykatu oraz większe możliwości negocjacyjne i przetargowe niż podczas inwestycji w pojedynkę.

Natomiast wadą syndykatu jest z pewnością wydłużenie czasu potrzebnego na podjęcie decyzji oraz nadmierne poczucie bezpieczeństwa inwestorów mogące doprowadzić do niepoprawnego oszacowania poziomu ryzyka. Również różnice w sposobie działania i odmienne osobowości mogą doprowadzić do konfliktów między członkami syndykatu i w rezultacie skazać inwestycję na fiasko (Mikołajczyk, Krawczyk 2007, s. 81).

2.4. Formy wyjścia z inwestycji

Zaangażowanie anioła biznesu w dany projekt trwa zazwyczaj od 3 do 7 lat, po tym czasie inwestor wycofuje swój kapitał z przedsiębiorstwa. Istnieje wiele form wyjścia z biznesu, najczęściej polega ono na sprzedaniu udziałów inwestorowi branżowemu, założycielom firmy lub funduszowi *venture capital*. Wycofanie anioła biznesu może nastąpić także poprzez wprowadzenie przedsiębiorstwa na giełdę.

Należy jednak zwrócić uwagę na to, że nie każda inwestycja anioła biznesu kończy się sukcesem. W Wielkiej Brytanii przeprowadzono badania dotyczące stopy zwrotu z inwestycji dokonanych przez *business angels*. Obejmowały one 127 angielskich biznesmenów, którzy łącznie byli zaangażowani finansowo w 372 przedsięwzięcia (EBAN 2009, s. 73–74). Wyniki, jakie otrzymano, przedstawia wykres 5.



Wykres 5. Wysokość stopy zwrotu z inwestycji dokonanych przez *business angels* na przykładzie Wielkiej Brytanii

Źródło: opracowanie na podstawie EBAN 2009, s. 73–74.

Niemal połowa, bo aż 48% z analizowanych inwestycji, nie przyniosła żadnego zysku, z czego aż 34% przedsięwzięć spowodowało całkowitą stratę, 6% częściową stratę, a 8% inwestycji osiągnęło próg rentowności, nie przynosząc ani zysku, ani straty.

Mimo to wśród zyskownych projektów największy odsetek stanowiły inwestycje posiadające stopę zwrotu powyżej 50%. Ich udział we wszystkich zrealizowanych przedsięwzięciach wyniósł aż 25%, natomiast inwestycje o stopie zwrotu między 25 a 49% stanowiły 13%. Przedsięwzięcia, które przyniosły zysk na poziomie 10–24%, oraz te o stopie zwrotu poniżej 10%, obejmowały po 7% ogółu inwestycji.

Na podstawie zebranych danych można stwierdzić, że ryzyko związane z inwestycjami dokonywanymi przez *business angels* jest dość wysokie. Rozwiązaniem tego problemu może być dywersyfikacja portfela inwestycyjnego poprzez inwestycje w kilka przedsiębiorstw należących do różnych branż oraz będących na różnych etapach rozwoju działalności gospodarczej.

2.5. Przykłady inwestycji dokonanych przez *business angels*

Istnieje wiele przedsiębiorstw, które osiągnęły spektakularny sukces dzięki kapitałowi pozyskanemu od aniołów biznesu, natomiast inwestorzy dzięki tym inwestycjom osiągnęli

nieprawdopodobnie wysokie stopy zwrotu. Poniżej zaprezentowano kilka najbardziej charakterystycznych przykładów:

Amazon.com – amerykańskie przedsiębiorstwo handlowe prowadzące największy na świecie sklep internetowy. Thomas Alberg zainwestował w nie 100 tys. USD, osiągając zysk w wysokości 26 mln USD (Mikołajczyk, Krawczyk 2007, s. 78).

Apple (wcześniej Apple Computer) – firma zajmująca się elektroniką użytkową, oprogramowaniem i sprzętem komputerowym. Anonimowy anioł biznesu zainwestował w nią 91 tys. USD, osiągając stopę zwrotu w wysokości niemalże 170 000% i zarabiając na tym aż 154 mln USD (Mikołajczyk, Krawczyk 2007, s. 78).

Google – wyszukiwarka internetowa. Pierwszym aniołem biznesu, który zainwestował w Google, kiedy było ono jeszcze tylko pomysłem, był Andy Bechtolsheim. Inwestycja ta wyniosła 100 tys. USD i przyniosła inwestorowi po 10 latach udziały w wysokości 1,5 mln USD (www.pi.gov.pl).

Skype – komunikator internetowy, w który grupa aniołów biznesu zainwestowała wspólnie 2 mln USD, na czym po 3 latach zyskali aż 2,6 mld USD (www.owocebiznesu.pl).

The Body Shop – brytyjska sieć sklepów z kosmetykami. Ian McGlinn zainwestował w nią jedynie 3 tys. GBP, osiągając zwrot w wysokości 137 mln GBP. To około 45 tysięcy razy więcej niż wyniósł jego wkład (Mikołajczyk, Krawczyk 2007, s. 79).

W Biegu Café – sieć kawiarni, w której rozwój zainwestował Piotr Pośnik. Anioł biznesu poświęcił na inwestycję kilka milionów PLN w zamian za 50% udziałów (www.forbes.pl).

Dokładne sprecyzowanie przedsięwzięć oraz kwot, jakie zainwestowali aniołowie biznesu, w wielu przypadkach nie jest możliwe, ponieważ inwestorzy ci zazwyczaj nie ujawniają informacji na ten temat, gdyż chcą pozostać anonimowi. Poza wyżej wymienionymi przedsiębiorstwami można także wskazać na takie jak: Yahoo!, Starbucks, eBay, Facebook, Twitter, portal Wirtualna Polska i wiele innych. Niektóre z nich przyniosły inwestorom niewyobrażalne fortuny i uczyniły ich milionerami. W wielu przypadkach możliwe jest, że gdyby nie pojawienie się anioła biznesu, to przedsiębiorstwa te nigdy nie osiągnęłyby sukcesu.

3. Dyskusja i wnioski

Działalność aniołów biznesu ma bardzo duże znaczenie dla gospodarki. Dzięki nim szansę na rozwój mają różnego rodzaju innowacyjne projekty, które zdane same na siebie nie zawsze zakończyłyby się pomyślnie. Aniołowie biznesu przyczyniają się do postępu technologicznego,

powstawania nowych miejsc pracy, poprawy warunków życia, a także oddziałują pozytywnie zarówno na wzrost, jak i rozwój gospodarczy.

Nieformalny rynek prywatnych inwestorów w Europie stale się rozwija, powstaje coraz więcej sieci aniołów biznesu. Jednak określenie dokładnej liczby *business angels* jest bardzo trudne ze względu na to, że wielu z nich decyduje się na zachowanie anonimowości.

Business angels najczęściej inwestują w sektory charakteryzujące się wysokim poziomem innowacyjności, takie jak technologie informacyjno-komunikacyjne czy też sektor mobilny. Ich motywacją nie jest jedynie zysk, ale także czerpanie satysfakcji, potrzeba samorealizacji oraz chęć udziału w postępie technologicznym i w rozwoju danego regionu.

Ich kapitał zazwyczaj lokowany jest w początkowe fazy rozwoju przedsiębiorstwa, kiedy najbardziej potrzebuje ono pomocy finansowej z zewnątrz. Nowo powstałe firmy często nie radzą sobie z problemami finansowymi, ponieważ nie mogą liczyć na pozyskanie środków z kredytu bankowego. Dlatego też działalność aniołów biznesu ma kluczowe znaczenie dla ich rozwoju, a tym samym przyczynia się ona do wzrostu PKB.

BIBLIOGRAFIA

Brzozowska K., Flejterski S., 2010, *Anioły biznesu w krajach Unii Europejskiej*, [w:] Bielawska A., Łuczak T. (red.), *Uwarunkowania rynkowe rozwoju mikro i małych przedsiębiorstw Mikrofirma 2010*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 588.

Dąbkowski A., 2015, *Rynek inwestorów wysokiego ryzyka – aniołowie biznesu*, Kwartalnik Naukowy Uczelni Vistula, nr 4(46).

European Business Angels Network, www.eban.org (dostęp 24.08.2017).

European Early Stage Market Statistics 2015, EBAN 2016, <http://www.eban.org/wp-content/uploads/2016/06/Early-Stage-Market-Statistics-2015.pdf> (dostęp 1.09.2017).

Fila J., 2010, *Gildia aniołów biznesu jako forma wspierania innowacyjności w regionie łódzkim*, [w:] Bielawska A., Łuczak T. (red.), *Uwarunkowania rynkowe rozwoju mikro i małych przedsiębiorstw Mikrofirma 2010*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 588.

Forbes, <https://www.forbes.pl/wiadomosci/finansowy-zastrzyk-z-nieba/bsd40pq> (dostęp 1.09.2017).

Introduction to Business Angels and Business Angels Network Activities in Europe, EBAN 2009, http://www.eban.org/wp-content/uploads/2013/02/EBAN-ToolKit_EN-2009.pdf (dostęp 1.09.2017).

Mikołajczyk B., 2007, *Infrastruktura finansowa MSP w krajach Unii Europejskiej*, Difin, Warszawa.

Mikołajczyk B., Krawczyk M., 2007, *Aniołowie biznesu w sektorze MSP*, Difin, Warszawa.

Owoce biznesu, <http://owocebiznesu.pl/artykuly/pokaz/10824> (dostęp 1.09.2017).

Portal Innowacji,

www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86196.asp?soid=FD7B901B3E9B45E7A074994B7572B132 (dostęp 1.09.2017).

Rosa A., 2009, Alternatywne instrumenty finansowania, [w:] Bielawska A. (red.), *Nowoczesne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa*, C.H. Beck, Warszawa.

Statistics Compendium EBAN 2014, <http://www.eban.org/wp-content/uploads/2014/09/13.-Statistics-Compendium-2014.pdf> (dostęp 1.09.2017).

Łukasz Madej

Ekonomia, II SUM, Uniwersytet Opolski

CROWDFUNDING

JAKO METODA FINANSOWANIA PRZEDSIĘBIORSTW

CROWDFUNDING AS A METHOD OF FINANCING ENTERPRISES

Abstrakt: Celem pracy jest przedstawienie problematyki crowdfundingu w Polsce, oszacowanie rynku globalnego i krajowego na podstawie dostępnej literatury oraz platform crowdfundingowych. W pracy zbadano wielkość oraz liczbę projektów na podstawie zebranych danych statystycznych z platform crowdfundingowych, a także oszacowano znaczenie i perspektywy rozwoju crowdfundingu. Zagregowane dane w sposób skonsolidowany przedstawione zostały w tabelach i porównane z podobnym zestawieniem z lat poprzednich, co pozwoliło na określenie kierunku oraz szybkości rozwoju platform crowdfundingowych.

Słowa kluczowe: crowdfunding, finansowanie przedsiębiorstw, crowdfunding inwestycyjny, crowdfunding pożyczkowy

Abstract: The aim of the study is to present the problem area of crowdfunding in Poland as well as to estimate the global and domestic markets on the basis of available literature and crowdfunding platforms. In the work, the value and the number of projects were examined on the basis of statistical data collected from crowdfunding platforms. Also the importance and development prospects were assessed. All the data which were aggregated in a consolidated way are presented in tables and compared with a similar compilation from previous years, which allowed determining the direction and the ongoing development of crowdfunding platforms.

Keywords: crowdfunding, financing enterprises, equity crowdfunding, social lending

Kod klasyfikacji JEL: G21, G23, G32

1. Wstęp

Tematem niniejszego artykułu jest *crowdfunding*, który błyskawicznie się rozwija i stanowi nową możliwość finansowania dla milionów przedsiębiorców na całym świecie. Sama idea crowdfundingu jest dość prosta – interesujący projekt jest wspomagany niewielkimi wpłatami, co pozwala przedsiębiorcy lub twórcy zrealizować nie tylko swoje marzenia oraz cel zawodowy, ale również stworzyć produkt społecznie akceptowany oraz potrzebny. Znaczenie tłumu, który jest fundamentalnym czynnikiem tworzącym *crowdfunding*, staje się niewątpliwie coraz ważniejsze w czasach, w których w wyniku globalizacji i cyfryzacji możliwa jest wymiana informacji między wieloma podmiotami w bardzo krótkim czasie. Interesujące wydaje się znaczenie tego segmentu finansowania na terenie Polski. Celem pracy jest oszacowanie globalnego rynku, zbadanie wielkości crowdfundingu w Polsce oraz próba określenia, jak istotną rolę odgrywa on w finansowaniu polskich przedsiębiorstw.

1.1. Definicja oraz modele crowdfundingu

Crowdfunding to relatywnie nowa forma finansowania przedsiębiorstwa polegająca na gromadzeniu środków finansowych za pomocą platform internetowych czy serwisów społecznościowych. Osoby szukające wsparcia finansowego w celu realizacji swoich projektów próbują zainteresować jak największą liczbę swoich potencjalnych inwestorów – internetowy tłum. Pojęcie crowdfundingu wprowadzone zostało w 2006 r. przez Michaela Sullivana (Dziuba 2014, s. 11). Nie każdy jednak zgadza się z polskim odpowiednikiem tego słowa – finansowanie społeczne. *Crowd* (tłum) jest pojęciem szerszym niż „społeczność” (ang. *community*) i nie powinno się ich stosować zamiennie (Malinowski, Giełzak 2015, s. 24). Warto jednak zaznaczyć, że przedsięwzięcia polegające na gromadzeniu przez tłum powstawały już dużo wcześniej. Swoistym przykładem takiego finansowania jest zbiórka 60 tys. USD przez brytyjską grupę rockową Marillion na wyjazd koncertowy do Stanów Zjednoczonych (Pazowski, Czudec 2014, s. 1080). Istnieje jednak kilka zasadniczych różnic pomiędzy zbiórką, zbiórką publiczną a crowdfundingiem. W przypadku crowdfundingu nie potrzeba zgody władz, pieniądze mogą być przeznaczone na interes osobisty, wpłaty dokonywane są wyłącznie drogą internetową, czas finansowania projektu często z góry ograniczony, a w przypadku niepowodzenia – pieniądze są oddawane finansującym (Malinowski, Giełzak 2015, s. 21–22). Szymon Mazurek zalicza crowdfunding oraz social lending (crowdfunding pożyczkowy) do modeli pozyskiwania środków finansowych, czyli możliwości skutecznego wykorzystania crowdsourcingu. Ciekawe wydaje się również porównanie przez tego autora projektu do pływaka błękitnego, będącego największym ssakiem, który jednocześnie żywi się planktonem (Mazurek 2015, s. 129–130). Autor próbuje wykazać w ten sposób, że nawet niewielki wkład w przedsięwzięcie może się przyczynić do stworzenia ogromnego, świetnie prosperującego biznesu. Warto dodać, że crowdfunding przyczynił się za pomocą portalu Wspieram.to do powstania jednego z pierwszych podręczników o tym sposobie finansowania. Na projekt zebrano w postaci 188 wpłat 11 284 zł, chociaż celem było tylko 5 000 zł (www.wspieram.to). W literaturze można wyróżnić kilka modeli crowdfundingowych:

- donacyjny,
- pożyczkowy,
- inwestycyjny,
- oraz dodatkowo model hybrydowy, będący zespoleniem wyżej wymienionych modeli (Dziuba 2015, s. 22).

Model donacyjny może mieć charakter charytatywny, czyli osoby wspierające projekt nie oczekują gratyfikacji w żadnej formie. Może mieć również charakter sponsorski, charakteryzujący się

nagrodami rzeczowymi wydawanymi w zamian za wsparcie projektu, co skutecznie zachęca ofiarodawców do przekazywania środków pieniężnych.

W kolejnym modelu – pożyczkowym – pożyczki finansowane są przez większą grupę osób. Model ten zaczął się rozwijać po 2009 r., kiedy to stanowił świetną alternatywę dla kredytów bankowych po kryzysie ekonomicznym w 2008 r. Powstanie crowdfundingu pożyczkowego zapewne nie byłoby możliwe bez dokonań Deana Jonathana Swifta, który w latach 20. XVIII w. w postaci mikrokredytów o wartości poniżej 10 funtów pożyczał pieniądze biednej części społeczeństwa (Hollis, Sweetman 1996, s. 5). W modelu tym pożyczkobiorca określa cel pożyczki, kwotę, okres spłaty oraz oprocentowanie. Zainteresowani pożyczkodawcy natomiast oferują kwotę pieniędzy, jaką są gotowi pożyczyć, wraz z oprocentowaniem, które nie może być wyższe od oprocentowania zadeklarowanego przez pożyczkobiorcę.

Model inwestycyjny jest modelem, w którym ofiarodawcy stają się udziałowcami. W zamian za wkład w projekt otrzymują oni akcje, obligacje albo inne świadczenia upoważniające ich do otrzymywania przyszłych dochodów ze sprzedaży czy też udziału w zyskach firmy. Seth C. Oranburg w swojej pracy pisze, że *crowdfunding* udziałowy (*equity crowdfunding*) polega na sprzedawaniu za pomocą portali internetowych niewielkich ilości udziałów dużej liczbie osób (Oranburg 2015, s. 417). Z kolei inny autor wskazuje, że *equity crowdfunding* jest wypełnieniem luki w pozyskaniu kapitału dla startupów, które nie są w stanie pozyskać innych form finansowania, a ich stadium rozwoju nie pozwala im jeszcze na zainteresowanie sobą aniołów biznesu czy *venture capital* (Ibrahim 2015, s. 563).

Warto też wspomnieć, że *crowdfunding* ma wiele innych potencjalnych zastosowań. Zauważono, że może on nie tylko finansować projekty finansowe, ale również być świetnym źródłem informacji poprzez finansowanie badań naukowych, jako iż monopolistyczne przedsiębiorstwa często wpływają na prawdziwość przygotowywanych raportów (Valencine, Jegeleviciute 2013, s. 41).

1.2. Zalety i wady crowdfundingu

Główną zaletą crowdfundingu jest możliwość pozyskania kapitału do finansowania przedsiębiorstwa. Z powodu luki kapitałowej wiele przedsiębiorstw nie jest w stanie sfinansować swojej działalności, a pozyskanie kapitału zewnętrznego często jest niemożliwe. Banki oraz inne instytucje finansowe nie są skłonne inwestować pieniędzy w niepewne i ryzykowne przedsięwzięcia. *Crowdfunding* jest zatem świetną alternatywą dla tego typu projektów, których zrealizowanie byłoby niemożliwe tradycyjnymi metodami finansowania działalności. Ponadto *crowdfunding* pozwala uniknąć niepotrzebnych problemów związanych z biurokracją czy długiego oczekiwania na decyzję. Niewątpliwie umożliwia on również otrzymanie informacji zwrotnej o zapotrzebowaniu na produkt,

co pozwala już na starcie lepiej wpasować się w możliwości rynkowe oraz ulepszyć produkt w sposób spełniający wymogi klientów. Zatem nawet niezrealizowany projekt nie musi być porażką przedsiębiorcy, a może się stać weryfikacją produktu na rynku. Dodatkowo *crowdfunding* może się okazać szybką i taną formą reklamy, co pozwoli na przekształcenie inwestora w przyszłego klienta. Kolejną zaletą jest możliwość znalezienia osoby dysponującej fachową wiedzą przy minimalnym wkładzie finansowym. Zrealizowany przez platformę crowdfundingową projekt może również skłonić profesjonalnych kapitałodawców lub anioły biznesu do zainwestowania w przedsiębiorstwo.

Jednakże niepowodzenie projektu może postawić przedsiębiorstwo w złym świetle, co mogłoby doprowadzić do odstraszenia innych potencjalnych inwestorów. Istnieje także obawa, że pomysł zostanie skradziony i wykorzystany przez inną osobę. Należy również pamiętać o tym, że nie zostaje tutaj spisana żadna umowa i projektodawca może przeznaczyć pieniądze na cele niezwiązane z projektem albo dostarczyć produkt o parametrach niespełniających początkowych zobowiązań. Trzeba zaznaczyć, że nawet mimo szczyrych chęci zarówno projektodawcy, jak i inwestorów projekt może się zakończyć porażką. Dość duże ryzyko można zaobserwować również w crowdfundingu pożyczkowym, w ramach którego nie mamy pewności, czy pożyczkobiorca będzie w stanie spłacić kredyt. Zwlekanie ze spłatą przez pożyczkobiorców oraz długotrwały proces windykacyjny mogą skutecznie obniżyć zysk z udzielonych pożyczek. Jednak należy zauważyć, że wysokie ryzyko może być rekompensowane o wiele wyższymi zyskami niż te osiągnięte dzięki lokatom bankowym. Wysokie zyski dla pożyczkodawcy nie oznaczają jednak mniej korzystnej oferty dla pożyczkobiorcy. Przedsiębiorca pożyczający pieniądze często nie ma możliwości zaciągnięcia kredytu bankowego, co może być spowodowane dość ryzykownym, innowacyjnym projektem (Malinowski, Giełzak 2015, s. 26–32).

Można zatem stwierdzić, że mimo licznych zalet *crowdfunding* w wielu aspektach nadal jest dość ryzykowną metodą finansowania przedsiębiorstwa, jednak głównym czynnikiem powstrzymującym przedsiębiorców od wykorzystania go w swoim projekcie wydaje się brak wiedzy oraz doświadczenia. *Crowdfunding* to wciąż niszowa i mało rozpowszechniona wśród przedsiębiorców forma finansowania o niewątpliwych zaletach. Być może po jej upowszechnieniu i nabraniu do niej zaufania liczba zrealizowanych projektów ulegnie lawinowemu wzrostowi, a *crowdfunding* pożyczkowy zrewolucjonizuje mechanizm pożyczkowy.

1.3. Znaczenie crowdfundingu w Polsce oraz jego szacunkowe wartości

Początkowo globalny rynek crowdfundingu stanowił zaledwie 0,5 mld USD w 2010 r. W roku kolejnym zaobserwowano wzrost o 0,3 mld USD do wartości 0,8 mld USD. W roku 2012 było to już 2,8 mld USD. W kolejnych latach, 2013 i 2014, wartość globalna crowdfundingu wynosiła kolejno

ponad 6 mld USD oraz ponad 16 mld USD (Ziobrowska 2016, s. 289). W roku 2015 wartość ta stanowiła niemal 35,5 mld USD. Jak wynika z danych, dominujący jest *crowdfunding* o charakterze nieudziałowym, który stanowi ponad 60% rynku. Pozostałe 40% przypada na *crowdfunding* udziałowy, który wyniósł w 2015 r. aż 6,7 mld USD. Obserwowana jest również tendencja wzrostowa w finansowaniu projektów biznesowych i startupów. Dla Polski wartość finansowania pozyskanego za sprawą crowdfundingu była marginalna i wynosiła zaledwie 4 mln euro w roku 2014 (Waszkiewicz 2016, s. 327).

Z przeprowadzonych w 2015 r. badań wynika, że na 1858 aktywnych portali crowdfundingowych Polska może się poszczycić zaledwie 37, co stanowi 2% udziału w rynku globalnym (Dziuba 2015, s. 36). W tabeli 1 przedstawiono udział w tym rynku wybranych krajów.

Tabela 1.

Wielkość środków oraz liczba platform crowdfundingowych w wybranych krajach – stan na 27.06.2015 r.

Kraj	Skumulowane środki finansowe (mln USD)	Liczba wdrożeń
USA	45 682	680
UK	13 920	185
Chiny (z HK)	10 374	50
Kanada	1 364	109
Indie	806	21
Francja	699	76
Niemcy	536	118
Holandia	486	90

Źródło: opracowanie na podstawie Dziuba 2015, s. 36–40.

Wiodącym krajem według danych szacunkowych dotyczących środków finansowych zebranych przez platformy crowdfundingowe są Stany Zjednoczone, które zebrały ponad 45,5 mld USD. Kolejnymi gigantami są Wielka Brytania oraz Chiny, które zgromadziły kolejno 13 mld USD oraz 10 mld USD. Największa liczba wdrożeń platform crowdfundingowych miała miejsce w Stanach Zjednoczonych, gdzie do czerwca 2015 r. wyodrębnić można było ich aż 680. Kolejne miejsca przypadają Wielkiej Brytanii oraz Niemcom, które zgromadziły kolejno 185 oraz 118 systemów crowdfundingowych. Słuszne jest zatem stwierdzenie, że segment crowdfundingu rozwija się niezwykle szybko. Można zaobserwować, że z 1858 badanych platform prawie 60% powstało w latach 2013–2015 (Dziuba 2015, s. 36). Zaznaczyć jednak trzeba, że tylko nieznaczna część platform jest aktywna, co może być spowodowane dynamicznie zmieniającym się rynkiem oraz ciągłymi zmianami regulacji prawnych.

Wyniki badania przeprowadzonego w 2017 r. świadczą o tym, że występuje korelacja pomiędzy chęcią inwestowania w projekty crowdfundingowe a wiekiem społeczeństwa w danym kraju (Bednarz, Markiewicz, Płoska 2017). Jako że społeczeństwo polskie jest w dużej mierze starzejące się, to na pozytywne efekty związane z wyżym demograficznym trzeba będzie poczekać jeszcze kilka lat.

Dodatkowo na podstawie raportu z badania przeprowadzonego w 2016 r. na grupie 539 polskich startupów można stwierdzić, że *crowdfunding* jest niszowym źródłem pozyskiwania kapitału – stanowi zaledwie 2% wpływów. Dominującą formą finansowania przedsiębiorstwa jest finansowanie z własnych środków, które jest wybierane przez prawie 80% startupów. Zewnętrzne środki pochodzą najczęściej z unijnych dotacji, funduszy *venture capital* czy od aniołów biznesu, co stanowi kolejno 24%, 22% oraz 17%. Rzadziej wybieranymi źródłami kapitału zewnętrznego są: akceleratory biznesu (czyli programy wsparcia dla startupów), strategiczni inwestorzy branżowi czy kredyty bankowe. Widoczne jest coraz częstsze zainteresowanie omawianą formą finansowania przedsiębiorstw. Według przeprowadzonej ankiety 11% startupów zadeklarowało się wykorzystać ją w swojej działalności. Jest to nadal nieduży odsetek, jednak zaznaczyć należy, że wiele osób niechętnie podchodzi do nowatorskich i niesprawdzonych rozwiązań. Crowdfundingowy projekt, który zakończyłby się niepowodzeniem, może nie tylko narazić na straty finansowe, ale również nadszarpnąć dobre imię przedsiębiorstwa. Dodać należy, że z przeprowadzonej ankiety wynika, iż aż 83% badanych startupów zwiększyło zatrudnienie o od 1 do 3 pracowników w ciągu półrocznego okresu, a 6% z nich zatrudniło ponad 10 osób (Skala, Kruczkowska 2016, s. 33–34). Można zatem stwierdzić, że polskie startupy pozytywnie wpływają na gospodarkę poprzez zwiększenie poziomu zatrudnienia, aczkolwiek *crowdfunding* jest rzadko wybieraną formą finansowania przedsiębiorstwa, przez co jego znaczenie jest nadal marginalne.

2. Rezultaty badań

Platformy crowdfundingu udziałowego działające na terenie Polski to: Beesfund.com, Crowdangels.pl, Crowdway.pl oraz Findfunds.pl. Pierwsza platforma jest to hybryda modelu inwestycyjnego i donacyjnego, natomiast reszta platform ma charakter inwestycyjny. Platforma Crowdcube.pl, filia brytyjskiej spółki, jest już nieaktywna.

Z zebranych danych wynika (tabela 2), że skonsolidowane wpłaty wyniosły ponad 8 mln PLN. Łącznie sfinansowano 22 projekty, a dodatkowo 3 projekty platformy Beesfund.com są niezakończone (łącznie zebrano na chwilę obecną ponad 0,5 mln PLN). W porównaniu do roku 2016 widoczna jest tendencja wzrostowa w liczbie zrealizowanych projektów – z 9 do 22 – oraz ponad 400-procentowy wzrost wartości wpłaconych środków. Można zatem dojść do wniosku, że *crowdfunding*

w Polsce rozwija się dość szybko i nawet wchodzące na rynek nowe platformy crowdfundingowe (Crowdway.pl) realizują duże projekty.

Tabela 2.

Equity crowdfunding – wybrane platformy crowdfundingowe

Nazwa platformy	Rok powstania	Stan finansowania na 20.04.2016 r. (w PLN)	Liczba projektów	Stan finansowania na 31.08.2017 r. (w PLN)	Liczba projektów
Beesfund.com	2012	1 541 000	5	3 684 895	13
Crowdangels.pl	2013	188 250	2	1 760 250	3
Crowdcube.pl	2014	223 000	2	–	–
Crowdway.pl	2015	–	–	2 163 041	3
Findfunds.pl	2012	–	–	428 034	3
Razem		1 952 250	9	8 036 220	22

Źródło: opracowanie na podstawie platform crowdfundingowych oraz Waszkiewicz 2016, s. 327.

Platforma Beesfund.com zebrała łącznie ponad 3,6 mln PLN. Cel nie wszystkich projektów został zrealizowany, tj. tylko osiem z nich osiągnęło 100%. Mimo dużej liczby projektów niezakończonych w 100% wynik ten i tak jest zadowalający, biorąc pod uwagę model crowdfundingu. Twórcy oferują możliwość finansowania projektu w modelu *flexible funding*, czyli „bierzysz, ile chcesz”. Model ten umożliwi projektodawcy otrzymanie zebranych środków pomimo nieosiągnięcia celu projektu. Należy zwrócić uwagę, że górną granicą finansową projektu jest 400 tys. PLN.

Platforma Crowdangels.pl zebrała łącznie ponad 1,7 mln PLN przy zakładanym celu projektów o łącznej wartości równej ponad 652 500 PLN. Oznacza to, że sfinansowano projekty na 270% potrzebnego kapitału. Jest to możliwe dzięki overfundingowi, czyli przyzwoleniu na kontynuowanie zbiórki mimo zebrania 100% wymaganych środków.

Platforma Crowdway.pl sfinansowała trzy projekty na kwotę przekraczającą 2 mln PLN. Każdy z projektów osiągnął cel finansowy, a ich sfinansowanie było możliwe dzięki wkładowi 168 akcjonariuszy. Platforma ta umożliwia finansowanie za pomocą dwóch modeli – „wszystko albo nic” lub „zbiierz i zatrzymaj”. W modelu pierwszym w przypadku niezebrania celu finansowego pieniądze są zwracane inwestorom. W przypadku drugim projektodawca po zebraniu przynajmniej 20% zakładanego celu finansowego otrzymuje środki, mimo iż cel nie został osiągnięty.

Platforma FindFunds.pl przekroczyła cel 250 tys. PLN, finansując trzy projekty na kwotę przekraczającą 400 tys. PLN. Wyróżniającą cechą tej platformy jest model „wszystko albo nic” zmodyfikowany o możliwość wyznaczenia celu finansowego projektu na podstawie przedziału kwotowego. Przykładowo projekt Scabrosus wyznaczony został na kwotę 50–300 tys. PLN. Pozwala to uchronić projekt przed możliwym jego niesfinansowaniem. Jednak w przypadku Turtle Team

zabieg ten okazał się niewystarczający i projekt zakończył się porażką. Projekt oszacowany na kwotę 100–500 tys. PLN zdołał zainteresować tylko trzech akcjonariuszy, którzy wpłacili łącznie prawie 19 tys. PLN, co było kwotą mniejszą niż zakładany próg finansowy.

Innym modelem crowdfundingu mającym duże znaczenie dla finansowania działalności przedsiębiorstwa jest crowdfunding pożyczkowy. Dane zostały pozyskane z czterech platform: Finansowo.pl, Kokos.pl, Zakra.pl oraz Zakramini.pl (tabela 3).

Tabela 3.

Lending crowdfunding – wybrane platformy crowdfundingowe

Nazwa platformy	Rok powstania	Stan finansowania na 31.08.2017 r. (w PLN)	Udzielone pożyczki	Liczba użytkowników
Finansowo.pl	2011	94 868 320	264 995	–
Kokos.pl	2008	153 725 650	134 040	303 000
Zakra.pl	2010	–	–	40 477
Zakramini.pl	2010	14 255 610	44 850	17 505
Rzaem		262 849 580	443 885	360 982

Źródło: opracowanie na podstawie platform crowdfundingowych.

Łączna wartość środków w formie ponad 443 tysięcy pożyczek wyniosła prawie 263 mln PLN. Największą wartość udzielonych pożyczek można zaobserwować na platformie Kokos.pl, gdzie wartość wpłat wyniosła do tej pory ponad 153 mln PLN. Trzeba zaznaczyć, że platforma ta z badanej próby posiada największą liczbę użytkowników – ponad 300 tys. osób. Finansowo.pl oraz Zakramini.pl udzieliły pożyczek na kwotę prawie 95 mln PLN oraz 15 mln PLN. Niestety nie jest możliwe stwierdzenie, czy pożyczki przyczyniły się do finansowania działalności przedsiębiorstwa czy posłużyły celom prywatnym. Jednak sama idea crowdfundingu pożyczkowego jest świetną alternatywą dla przedsiębiorstw, które nie mogą skorzystać z kredytu bankowego. Ponadto pożyczka taka może okazać się korzystniejsza dla przedsiębiorcy – mieć mniejsze oprocentowanie niż kredyt bankowy. Nie ulega wątpliwości, że udział polskiego crowdfundingu w rynku globalnym jest niewielki, a liczba zrealizowanych projektów czy udzielonych pożyczek relatywnie niska. Mimo iż wzrost tego udziału wydaje się dość obiecujący, to w najbliższym czasie nie należy się spodziewać wyparcia przez *crowdfunding* innych metod finansowania.

3. Dyskusja i wnioski

Crowdfunding jest szybko rozwijającą się metodą finansowania różnego rodzaju projektów, jednakże w przypadku przedsiębiorstw widoczna jest awersja do podejmowania tego rodzaju działań. Nadal głównym źródłem finansowania startupów są środki własne. Z przeprowadzonych badań

wynika, że 3024 inwestorów wspomogło swoimi środkami 22 projekty na ponad 8 mln PLN. W crowdfundingu pożyczkowym zrealizowanych zostało ponad 443 tys. pożyczek na łączną kwotę ponad 262 mln PLN. Słuszne wydaje się stwierdzenie Komisji Europejskiej w raporcie z 2016 r., w którym oszacowano europejski rynek w roku 2015 na 4,2 mld EUR (z czego 4,1 mld EUR stanowi *crowdfunding* udziałowy i pożyczkowy), że obecna sytuacja powinna być monitorowana, ale wprowadzanie zmian o zasięgu unijnym jest na razie nieuzasadnione. Komisja nie wykluczyła, że w przyszłości mogą być podjęte pewne regulacje, ale zważywszy na mały rozmiar rynku, jego działalność lokalną oraz szybkość przemian, takie kroki w najbliższym czasie nie zostaną podjęte (Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce 2016).

Trzeba zaznaczyć, że grupą docelową crowdfundingu są użytkownicy Internetu, czyli 3,8 mld ludzi. W Polsce dostęp do Internetu ma ponad 22,5 mln osób, co stanowi 67,5% mieszkańców kraju (www.internetworldstats.com). W Polsce w 2016 r. było około 2670 startupów (Skala, Kruczkowska 2016, s. 13). Internauci w dzisiejszych czasach stanowią bardzo liczną grupę, która może się znacząco przyczynić do rozwoju młodych przedsiębiorstw. *Crowdfunding* jest to nadal stosunkowo nowe i wciąż ewoluujące rozwiązanie. Nie ulega wątpliwości, że obserwujemy rozwój tej metody finansowania przedsiębiorstw nie tylko w Polsce, ale i na całym świecie. Można stwierdzić, że tendencja wzrostowa zostanie zachowana, jednak trudno oszacować, jaką finalną formę przybierze zjawisko i czy w przyszłości stanie się podstawową formą finansowania przedsiębiorstw.

Ciekawym zagadnieniem wydają się trudności związane z utrzymaniem się platform crowdfundingowych na rynku. Być może zagłębienie się w ten problem pozwoli uchronić te platformy przed przedwczesnym zakończeniem swojej działalności, co jednocześnie przyczyni się do poprawienia sytuacji przedsiębiorców, którzy mieliby lepszy dostęp do kapitału pochodzącego z crowdfundingu.

BIBLIOGRAFIA

Bednarz J., Markiewicz M., Płoska A., 2017, The determinants of crowdfunding development – empirical analysis in the countries of Central and Eastern Europe, “Institute of Economic Research Working Papers” No. 70.

Dziuba D.T., 2014, Wstęp do ekonomiki crowdfundingu – modele finansowania społecznościowego, Difin, Warszawa.

Dziuba D.T., 2015, Ekonomika crowdfundingu – zarys problematyki badawczej, Difin, Warszawa.

Ecoman, <http://www.ecoman.ktu.lt/index.php/Ekv/article/view/3713/2499> (dostęp 29.08.2017).

Hollis A., Sweetman A., 1996, The evolution of a microcredit institution: the Irish loan funds, 1720-1920, Department of Economics University of Toronto.

Ibrahim D.M., 2015, Equity Crowdfunding: A Market for Lemons?, “Minnesota Law Review” vol. 100.

Internetworldstats, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (dostęp 29.08.2017).

Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, 2016, Crowdfunding w krajach Unii Europejskiej, <https://kpf.pl/crowdfunding-w-krajach-unii-europejskiej/> (dostęp 29.08.2017).

Malinowski B., Giełzak M., 2015, Crowdfunding. Zrealizuj swój pomysł ze wsparciem cyfrowego tłumu, Helion, Gliwice.

Mazurek S., 2015, Crowdsourcing, czyli pozyskiwanie zasobów na rynkach sieciowych, „Ekonomia XXI Wieku” nr 1.

Oranburg S.C., 2015, Bridgefunding: Crowdfunding and the Market for Entrepreneurial Finance, “Cornell Journal of Law and Public Policy” vol. 25.

Pazowski P., Czudec W., 2014, Economic prospects and conditions of crowdfunding, <http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-09-3/papers/ML14-685.pdf> (dostęp 29.08.2017).

Skala A., Kruczkowska E., 2016, Raport – polskie startupy 2016, http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/files/Startup_Poland_Raport_2016_16.pdf (dostęp 29.08.2017).

Valencine L., Jegeleviciute S., 2013, Valuation of Crowdfunding: Benefits and Drawbacks, “Economics and Management” vol 18, No 1.

Waszkiewicz A., 2016, Crowdfunding – alternatywna forma finansowania przedsiębiorstw w Polsce?, [w:] Klamut E. (red.), Terapia finansów, Społeczna Akademia Nauk, Łódź–Warszawa.

Wspieram.to, <https://wspieram.to/3030-podrecznik-crowdfunding-u-od-we-the-crowd.html> (dostęp 29.08.2017).

Ziobrowska J., 2016, Crowdfunding jako nowoczesna forma wsparcia przedsięwzięć społecznych, kulturowych i biznesowych, „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia” nr 3.

Jessika Jałowy

Ekonomia V rok, Uniwersytet Opolski

SPOŁECZNE PRYZWOLENIE DLA DOPUSZCZANIA SIĘ OSZUSTW PODATKOWYCH A STOPIEŃ WYKORZYSTANIA METOD OPTIMALIZACJI PODATKOWEJ – WYNIKI BADANIA

SOCIAL AC ACQUIESCENCE TO FISCAL FRAUDS VS. THE EXTENT OF USAGE OF FISCAL OPTIMIZATION METHODS – SURVEY RESULTS

Abstrakt: W opracowaniu zaprezentowano empiryczną analizę stopnia przyzwolenia społeczeństwa na praktyki dopuszczania się przestępstw podatkowych oraz stopień stosowania metod optymalizacyjnych. Celem było zweryfikowanie następujących hipotez: 1) Społeczeństwo wyraża duże przyzwolenie na praktyki związane z nielegalnymi metodami zmniejszenia obciążeń podatkowych; 2) Na dopuszczanie się oszustw podatkowych wpływa przede wszystkim wysokość podatków. Wyniki pokazały, iż większość badanych określiła swoje stanowisko wobec malwersacji podatkowych jako neutralne. Jednak w odpowiedziach dotyczących aprobaty matactw podatkowych przeważały reakcje potępiające oszustwa. Podważona została pierwsza hipoteza. Drugie stwierdzenie okazało się po części prawdziwe, gdyż w ankiecie odpowiedź ta była drugą najczęściej wskazywaną przez próbę badawczą. Najważniejszym argumentem okazało się zbyt wiele obciążeń.

Słowa kluczowe: podatki, system podatkowy, optymalizacja podatkowa, oszustwa podatkowe

Abstract: In the paper, the author presented an empirical analysis of the degree of social acceptance of fiscal frauds and the range of usage of optimization methods. The following hypotheses were verified: - society express a high degree of approval of practices related to illegal methods of reducing the tax burden, - tax evasion is primarily affected by the height of taxes. The results showed that most of the respondents defined their attitude towards tax evasion as neutral. However, when considering all the answers with reference to tax fraud approval, reactions condemning the fraud were prevailing. Thus, the first hypothesis was challenged. The second statement that tax evasion is induced by too high taxes proved to be partly true, because in the survey, this answer was the second most often indicated by the respondents in the research sample. The most important argument was the fact that there are too many different burdens.

Keywords: taxes, tax system, fiscal optimization, tax frauds

Kod klasyfikacji JEL: H21, H31, H26

1. Wstęp

Podatki towarzyszą rozwojowi cywilizacyjnemu. Parafrazując za Benjaminem Franklinem, są one pewne niczym śmierć (Benjamin...). Rozwój handlu, przemysłu, własności prywatnej skłaniały rządzących do tworzenia różnego rodzaju podatków, dzięki którym możliwe było finansowanie wydatków państwa. Obecnie stanowią one największy strumień wpływów budżetowych (Podatki...). System podatkowy jest ciekawą konstrukcją, dla wielu stanowiąc jednak zupełnie niezrozumiały twór.

Do głównych celów niniejszego opracowania należy ukazanie dopuszczalnych przez prawo możliwości redukcji obowiązku fiskalnego, a także wskazanie na sytuacje, w których dochodzi do nielegalnego unikania podatków. Ponadto za pomocą eksperymentu i badania ankietowego zbadano wykorzystanie metod optymalizacyjnych oraz stopień przyzwolenia na dopuszczanie się oszustw podatkowych. W artykule sformułowane zostały następujące hipotezy:

1) Społeczeństwo wyraża duże przyzwolenie na praktyki związane z nielegalnymi metodami zmniejszenia obciążeń podatkowych;

2) Wysokość podatków jest główną determinantą skali oszustw podatkowych.

2. Źródła i metody badań

Podatki są nieodłącznym elementem życia społecznego. Powstały jako powszechne daniny publiczne, by opłacać działalność osób sprawujących władzę (Wolański 2003, s. 11). Ewolowały wraz z rozkwitem rolnictwa, przemysłu i handlu oraz zwiększeniem obiegu pieniądza, którym finansowano rosnącą liczbę obowiązków panującego (Wolański 2007, s. 15). Można zatem wskazać, że geneza podatków związana jest z istnieniem własności prywatnej, dzięki której pojawił się dochód będący źródłem zapłaty świadczenia na rzecz państwa tworzącego obszar prawa podatkowego (Krasowska-Walczak 1997, s. 142).

W Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej jako nadrzędnym akcie prawodawczym zostało zaznaczone, iż: „Każdy jest obowiązany do ponoszenia ciężarów i świadczeń publicznych, w tym podatków, określonych w ustawie” (Konstytucja RP, art. 84), przy czym konstrukcja poszczególnych podatków powinna być określona w drodze odpowiednich ustaw (Konstytucja RP, art. 217).

Ciężar podatkowy nie jest określony z góry jako wielkość stała, zależy od bardzo wielu czynników, za których pomocą można kształtować jego ostateczną wysokość. Stanowi to przestrzeń do różnego rodzaju manipulacji, które służą obniżeniu tego ciężaru. Mogą one mieć charakter legalny lub nielegalny.

Przedmiotem badania była ocena przyzwolenia dla popełniania przestępstw podatkowych wśród podatników oraz stopnia korzystania z legalnych metod redukcji obciążeń podatkowych. Próbę badawczą stanowiło 200 losowo wybranych klientów przedsiębiorstwa handlowo-usługowego z branży motoryzacyjnej mającego swoją siedzibę w Strzelcach Opolskich. W zakładzie są zarówno świadczone usługi naprawy pojazdów samochodowych, jak też oferowane części i akcesoria samochodowe. Odbiorcami są lokalni przedsiębiorcy oraz klienci indywidualni z terenu powiatu strzeleckiego i powiatów sąsiadujących, m.in. kędzierzyńsko-kozielskiego, opolskiego czy gliwickiego. Dobór próby badawczej był losowy. Badanie przeprowadzane było w sytuacji, gdy klient był sam lub z osobą towarzyszącą, jednak tak aby podczas eksperymentu osoba poddawana testowi nie była tego świadoma (procedura maskowania), a reakcja była spontaniczna i naturalna.

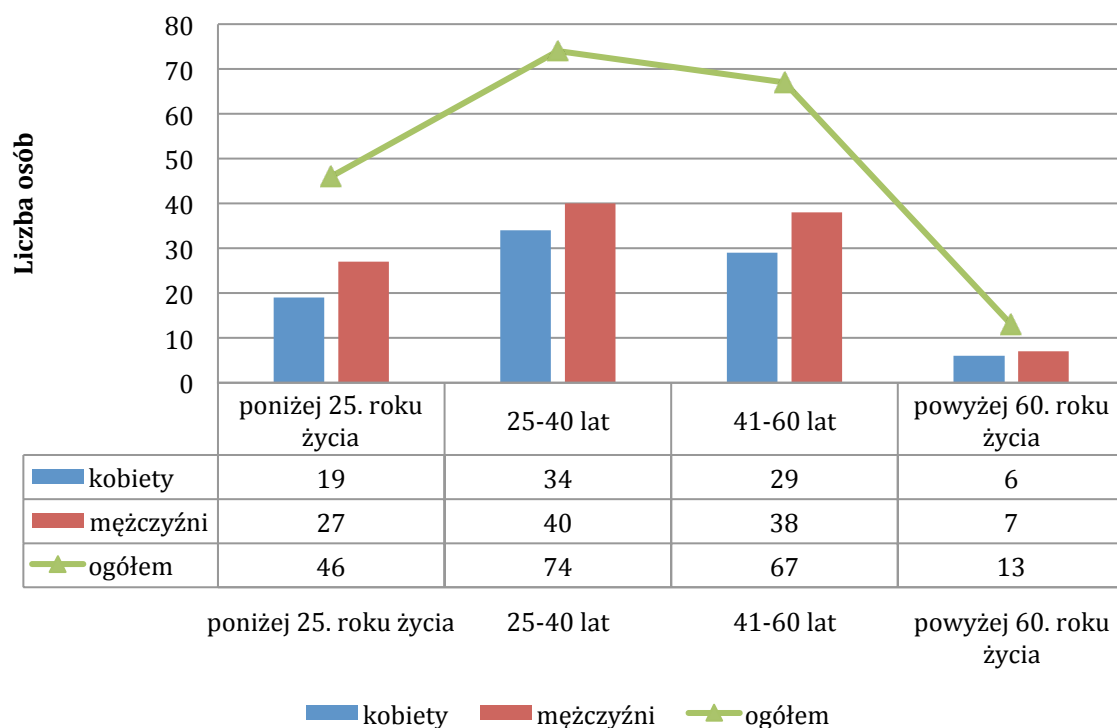
Badanie przeprowadzone zostało w dwóch fazach. Pierwsza opierała się na krótkim eksperymencie, podczas którego klient przedsiębiorstwa handlowo-usługowego podczas

dokonywania transakcji zakupu informowany był o fałszywej awarii kasy fiskalnej. Przeanalizowane zostały: stanowisko, jakie przyjął kupujący, dowiadując się o braku potwierdzenia transakcji oraz jego zachowanie, gesty, mimika twarzy, a także ton głosu. W kolejnym etapie konsument proszony był o wypełnienie ankiety. Składała się ona z 18 pytań dotyczących optymalizacji oraz oszustw podatkowych. Na koniec klient był informowany o przeprowadzonej manipulacji (procedura odkłamywania), po czym transakcja była finalizowana.

Początkowe pytania (metryczka) miały na celu określenie podstawowych informacji o kliencie. Następnie pojawiły się pytania dotyczące obowiązującego systemu podatkowego i podatków w szerokim ujęciu. W dalszej części badania poruszane były kwestie dotyczące tego, czy kiedykolwiek dopuszczono się przestępstwa podatkowego, a także – jakie oszustwa podatkowe zostały popełnione przez ankietowanego oraz czy wyraża przyzwolenie dla tego typu działań. Kolejną poruszaną kwestią było wskazanie stosowanych metod optymalizacyjnych. Jako ostatnie pojawiły się pytania dotyczące czynników skłaniających ku przestępstwom podatkowym i możliwości ograniczenia ich występowania.

Próbę badawczą liczącą 200 ankietowanych reprezentowało 112 mężczyzn (56%) oraz 88 kobiet (44%). Różnica może wynikać ze specyfiki przedsiębiorstwa, w którym badanie zostało przeprowadzone.

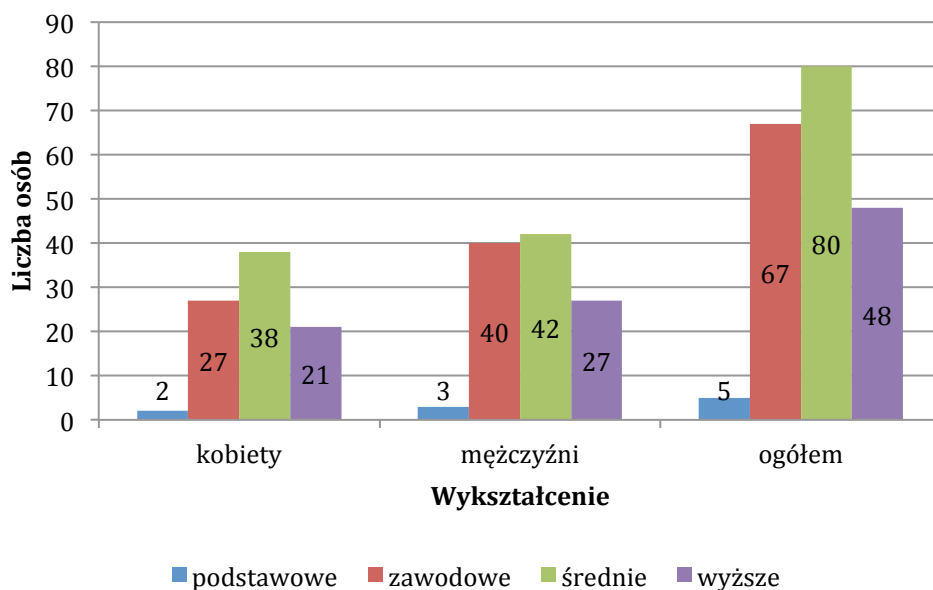
Badani byli przedstawicielami czterech grup wiekowych: poniżej 25. roku życia, pomiędzy 25. a 40., 41. a 60. oraz powyżej 60. roku życia. Wyniki (przedstawione na wykresie 1) wskazują na różnorodny dobór próby. Największy odsetek stanowiły osoby w wieku od 25 do 40 lat oraz od 41. do 60. roku życia, a zatem w wieku produkcyjnym, rozpoczynające karierę i zakładające rodziny lub z odpowiednio większym doświadczeniem życiowym i ugruntowaną pozycją na rynku. Najmniejszy udział stanowią badani, którzy ukończyli 60. rok życia. W każdej z grup większość stanowią mężczyźni.



Wykres 1. Struktura wieku badanych z uwzględnieniem płci

Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety.

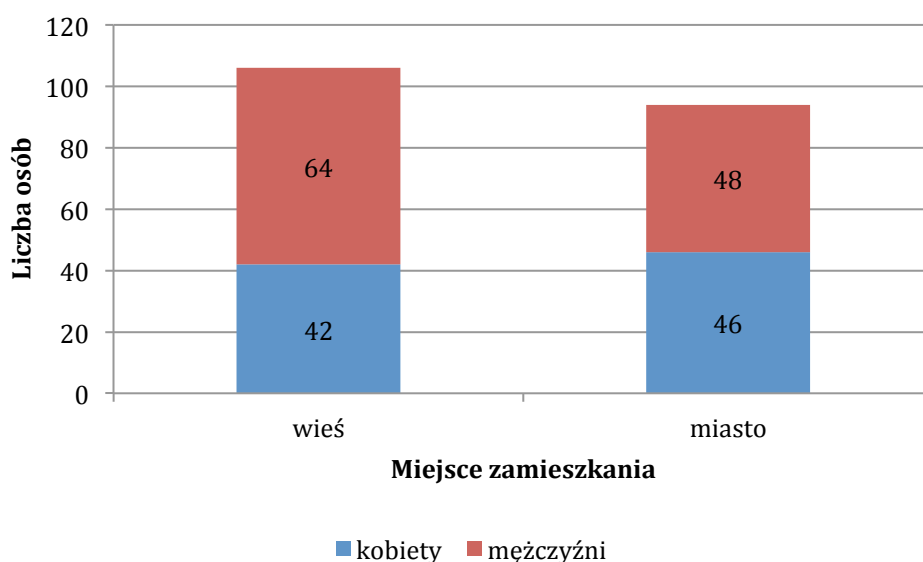
Rozpatrując strukturę badanych ze względu na wykształcenie, można zauważyć przewagę osób posiadających wykształcenie średnie. Stanowią one 40% wszystkich respondentów. Szkołę zawodową ukończyła 1/3 badanych. Wykształceniem wyższym może się pochwalić 48 ankietowanych. Osób po szkole podstawowej jest zaledwie 5 z 200 (2,5%). Pod względem płci osób badanych – mężczyźni w każdej z grup stanowią większość. Wyniki te zostały zaprezentowane na wykresie 2.



Wykres 2. Podział badanych według wykształcenia i płci

Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety.

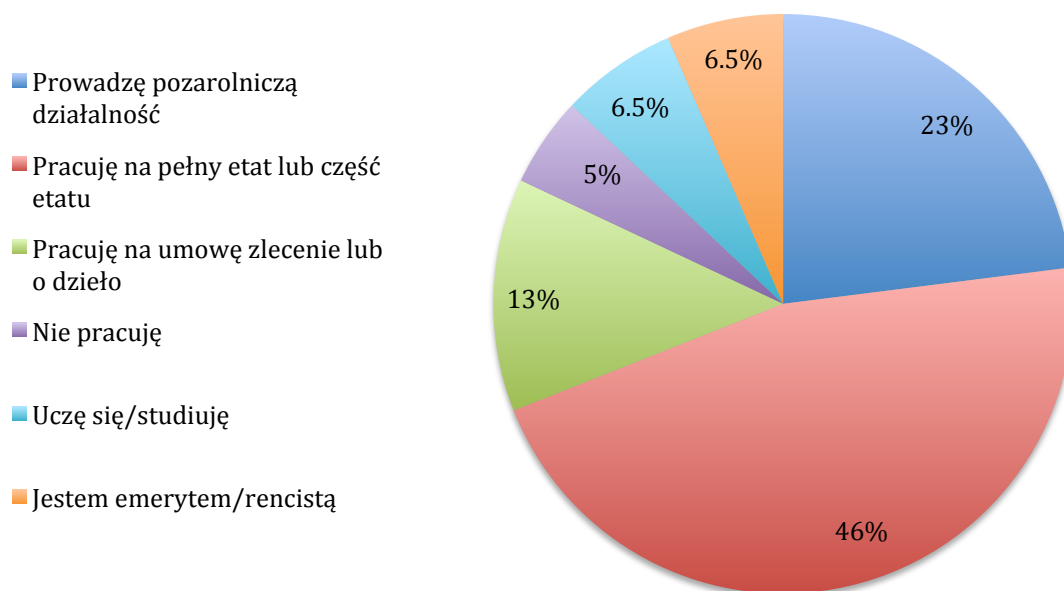
Respondenci zostali również rozróżnieni ze względu na miejsce zamieszkania, co przedstawiono na wykresie 3. Mieszkańców wsi było 106, a zasiedlających miasta 94, co daje odpowiednio 53% i 47% ankietowanych. Jest to stosunkowo niewielka różnica. Wśród ankietowanych więcej kobiet mieszka w mieście, a mężczyzn – na wsiach.



Wykres 3. Miejsce zamieszkania respondentów a płeć

Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety.

Klienci biorący udział w ankiecie zostali podzieleni również według głównego źródła dochodów. Struktura wyników przedstawiona została na wykresie 4.



Wykres 4. Podstawowe źródło dochodów respondentów

Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety.

Prawie połowę wszystkich respondentów stanowiły osoby pracujące na podstawie umowy o pracę na pełny etat lub część etatu. 23% ankietowanych prowadzi własną działalność gospodarczą. O 10 punktów procentowych mniej osób jest zatrudnionych na podstawie krótkich umów-zleceń lub umów o dzieło. Studenci i uczniowie oraz osoby będące bez pracy, a zatem pozostające bez stałego strumienia wpływów finansowych, to łącznie 11,5% badanych. Ze świadczeń emerytalnych lub rentowych korzysta 6,5% próby badawczej.

3. Zastosowanie narzędzi obniżania podatków wśród osób badanych

Poczucie niesprawiedliwości może skłaniać do działań będących na granicy prawa lub niezgodnych z zamierzeniami ustawodawcy. W tabeli 1 przedstawione zostały najczęstsze oszustwa, do których popełnienia przyznali się ankietowani. Należy jednak zauważyć, że pozyskane dane nie są w pełni wiarygodne, gdyż nie każdy spośród badanych był szczery i udzielił odpowiedzi zgodnej z prawdą.

Tabela 1.

Rodzaje oszustw, do których popełnienia przyznali się ankietowani (liczba osób)

Rodzaj oszustwa	Liczba osób ogółem	Płeć		Wiek				Źródło dochodu					Miejsce zamieszkania		Wykształcenie				
		kobiety	mężczyźni	do 25. r.ż.	25–40 lat	41–60 lat	po 60. r.ż.	własna działalność	etat	zlecenie	bez pracy	szkoła	emeryt	wieś	miasto	podstawowe	zawodowe	średnie	wyższe
Praca lub zatrudnianie osoby bez zawarcia umowy o pracę	67	25	42	20	26	17	4	19	16	16	6	6	4	38	29	2	21	30	14
Otrzymywanie wynagrodzeń wyższych niż wykazywane w rozliczeniach	62	26	36	25	19	15	3	6	29	18	5	3	1	33	29	3	24	22	13
Niepopelnianie żadnego z oszustw	52	27	25	17	19	10	6	17	20	4	2	4	5	28	24	2	8	24	18
Kupowanie na fakturę firmową produktów używanych do celów prywatnych	46	22	24	9	16	18	3	29	14	1			2	21	25	3	15	16	12
Korzystanie z samochodu służbowego do celów prywatnych	41	17	24	3	18	17	3	24	13	1		1	2	17	24	1	11	19	10
Niewydanie paragonu, nieudokumentowanie sprzedaży towaru czy wykonanej usługi	34	22	12	7	14	10	3	16	11	4		2	1	17	17		8	12	14
Zatajenie lub niewykazywanie wszystkich osiągniętych dochodów w rozliczeniach rocznych	30	15	15	6	11	10	3	4	10	5	6	2	3	13	17	3	6	8	13
Nieuwzględnienie w PIT drogich prezentów	23	8	15	7	7	7	2	9	6	1	2	3	2	13	10	1	6	9	7
Ewidencjonowanie wydatków, które nie zostały poniesione (fałszywe faktury kosztowe)	21	7	14	2	9	7	3	11	7	3				15	6		6	8	7
Romantyczne kolacje i atrakcje prywatne ujmowane jako koszty reprezentacyjne	18	6	12	4	8	5	1	8	8				2	8	10	1	4	5	8
Wykazywanie darowizn w kwocie wyższej niż faktyczna	14	5	9		3	8	3	6	5	2			1	5	9	1	6	3	4
Przedstawienie nieprawdziwych informacji w rozliczeniach PIT	10	3	7	4	3	3			3	3	2	2		6	4	2	3	5	
Inne	6	2	4		3	1	2	2	1	1	1		1	4	2		1	2	3
Nierozliczanie rocznego PIT	6	1	5	2	1	1	2			2	2	1	1	4	2	2	3	1	
Transfery środków pieniężnych między firmami (manipulacja wysokością środków)	2		2		1	1		2						1	1		1		1
Przenoszenie zysków do rajów podatkowych	0																		
Ogółem	432	186	246	106	158	130	38	153	143	61	26	24	25	223	209	21	123	164	124

Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety.

Najczęściej popełnianymi oszustwami okazały się praca lub zatrudnianie osób bez podpisania stosownej umowy o pracę. Do popełnienia tych wykroczeń przyznało się około 1/4 kobiet i 1/3 mężczyzn. Tę samą odpowiedź wskazało około 30% mieszkańców wsi oraz miast. Ponadto przy wzięciu pod uwagę skali tego zjawiska wśród badanych według grup wiekowych prawie połowa najmłodszych osób przyznała, że pracowała (ewentualnie zatrudniała) bez potwierdzenia tego faktu umową. Licznie wskazały na to naruszenie prawa także osoby pomiędzy 25. a 40. rokiem życia. Do tych czynów przyznało się 19 z 46 osób prowadzących własną działalność, a zatem aż 60%, podobnie jak w przypadku pracujących na umowy-zlecenia i o dzieło oraz osób pozostających bez pracy. Wyniki pokazują, jak wielka jest skala przestępstwa, tym bardziej że można domniemywać, iż pewna część osób zataiła fakt udziału w tego typu działaniach.

Niewiele mniej badanych potwierdziło otrzymywanie obecnie lub w przeszłości wynagrodzenia za pracę wyższego niż wykazywane przez pracodawcę. Przyznało się do tego około 1/3 osób pracujących na umowę o pracę i aż 70% osób z umową-zleceniem. Podobnie jak poprzedni wskazany proceder, tak i ten często wykorzystywany jest, by zachować dodatki, dopłaty, renty czy zapomogi, których przyznanie jest uzależnione od wysokości uzyskiwanych dochodów.

Najwięcej odpowiedzi zaprzeczających popełnianiu oszustw wskazały kobiety, osoby po 60. roku życia oraz z wykształceniem wyższym. Wysoki odsetek mieszkańców wsi i pracujących na etacie również twierdzi, że nie dopuścił się nigdy żadnego z wymienionych przestępstw.

Osoby prowadzące działalność na własny rachunek wskazywały licznie oszustwa związane z kosztami w działalności: kupowanie produktów do użytku prywatnego na fakturę firmową, fałszywe faktury kosztowe czy korzystanie ze służbowego samochodu w celach nie tylko służbowych. Do tego ostatniego przyznało się też wielu spośród pracowników etatowych.

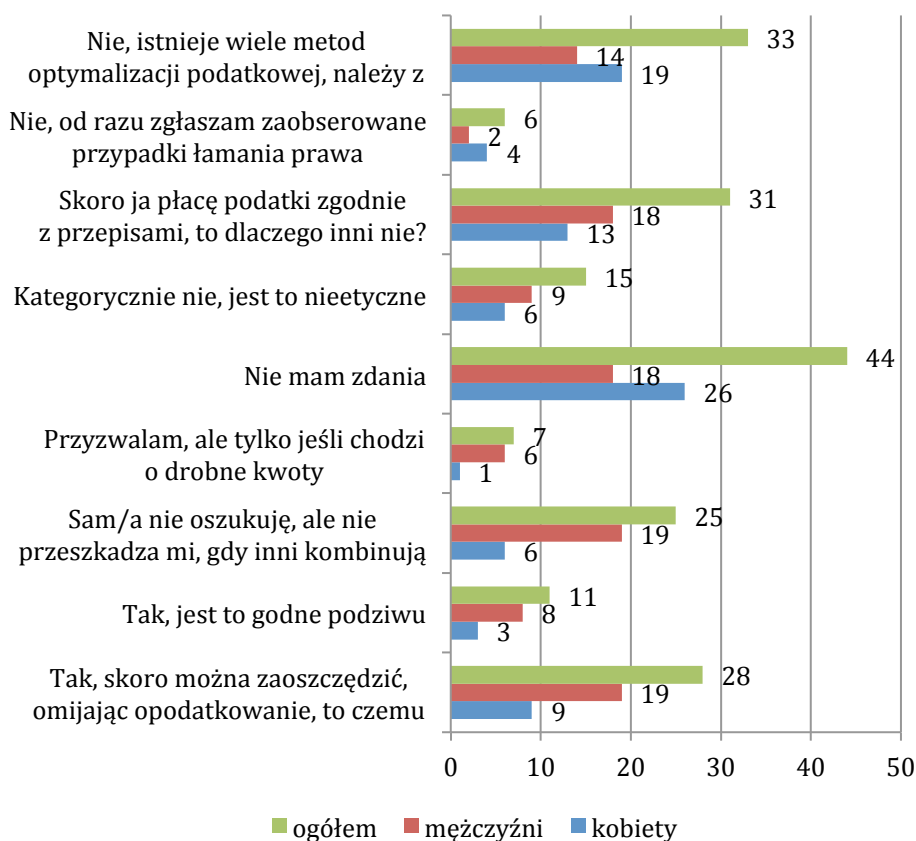
Co ciekawe, tyle samo zatrudnionych na umowę o pracę i przedsiębiorców do kosztów reprezentacyjnych zalicza np. romantyczne kolacje. Wielu właścicieli firm zaznaczyło także niewydanie dowodu zakupu klientowi, dzięki czemu zaniżali przychody, a tym samym podatki z tego tytułu. Odpowiedzi tej udzieliło więcej kobiet niż mężczyzn.

Wiele oszustw miało związek z rocznymi rozliczeniami PIT. 30 osób zaniżyło swoje dochody. Uwzględniając wykształcenie, zauważyć można zależność, że im jest ono wyższe, tym więcej osób zataiło swój roczny dochód. Ponadto 23 osoby „zapomniały” ująć w rozliczeniu znacznego powiększenia majątku, który np. otrzymały w formie prezentu. Prym wiodą w tej kwestii mężczyźni. 5% ankietowanych przyznało się do przedstawiania nieprawdziwych informacji w rozliczeniach rocznych, a sześciu osobom zdarzyło się nie rozliczyć PIT w ogóle.

Liczba 52 badanych, którzy zaznaczyli odpowiedź, iż nie dopuścili się nigdy żadnego z wymienionych w ankiecie oszustw, nie jest duża. Oznacza to, że zaledwie co czwarty badany płaci podatki zgodnie z wymogami państwa. Można jednak przypuszczać, że faktyczna liczba takich osób jest jeszcze mniejsza. Podczas rozwiązywania ankiety pojawiały się pytania, czy test jest na pewno anonimowy i czy wyniki nie zostaną użyte w celach innych niż artykuł. Zdecydowanie świadczy to o obawie, że nieuczciwość w związku z opłacaniem podatku dochodowego wyjdzie na jaw.

Odrębną kwestią jest akceptacja popełniania wykroczeń podatkowych, na co wskazuje rozkład odpowiedzi zaprezentowany na wykresie 5.

Czy przyzwala Pan/Pani na łamanie przepisów podatkowych albo działanie na granicy prawa?



Wykres 5. Procentowy stopień przyzwolenia społecznego na dopuszczanie się przestępstw podatkowych

Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety.

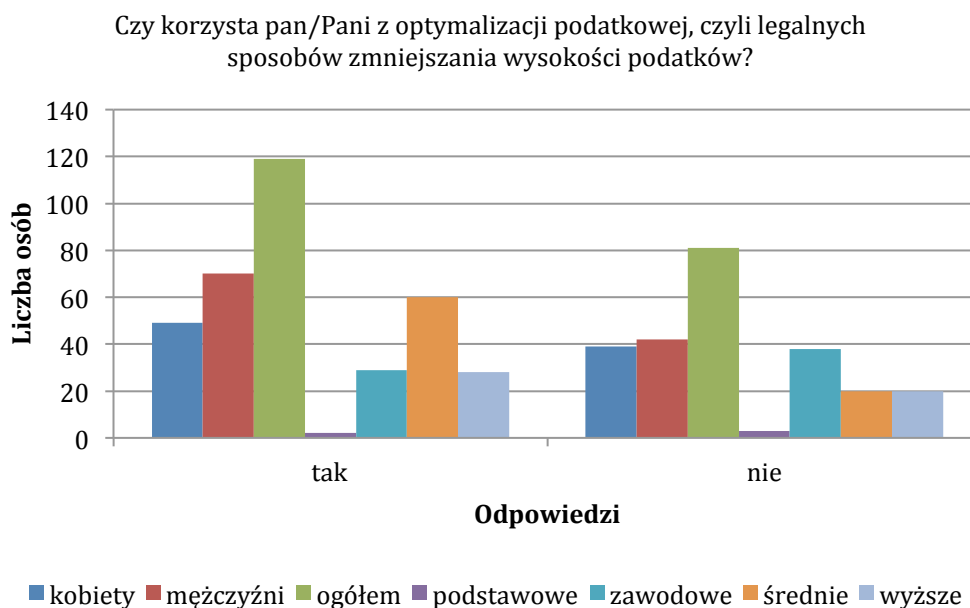
Jak pokazują wyniki, większość respondentów wykazuje neutralny stosunek do łamania przepisów podatkowych. Kobiety przeważają w tym względzie. Panowie z kolei po równo wskazali, że mimo iż sami nie oszukują, nie przeszkadza im, gdy inni to robią, oraz że skoro można „zmniejszyć”

podatki, to skorzystaliby z tej opcji. Co ciekawe, suma odpowiedzi, które sugerowałyby, że badani w sferze podatków postępują zgodnie w wymogami prawnymi – 110 osób (wykres 5) – jest dwukrotnie wyższa od liczby osób, które zadeklarowały, że nie popełniły oszustw podatkowych – 52 badanych (tabela 1).

Popularną odpowiedzią odnośnie do akceptacji oszustw fiskalnych jest stosowanie metod optymalizacji jako formy legalnego zmniejszenia obowiązku podatkowego. Jednakże wiele osób nie wie, na czym polega tego typu zarządzanie obciążeniami z tytułu PIT lub nie zdaje sobie sprawy z tego, że z metod tych korzysta. Mimo jasno sformułowanego pytania „Czy korzysta Pan/Pani z optymalizacji podatkowej, czyli legalnych sposobów zmniejszenia wysokości podatków?” dwanaścioro badanych zaznaczyło, iż nie stosuje tego typu praktyk, a w kolejnym pytaniu ankietowym wskazali formy, z których korzystali.

Wykres 6 obrazuje, że 119 osób biorących udział w ankiecie stosuje metody optymalizacyjne, w tym większość badanych w grupach kobiet i mężczyzn. Mogłoby się wydawać, że na tym polu prym będą wieść osoby z wyższym, jako te najlepiej wyedukowane, jednak procentowo to osoby z wykształceniem średnim częściej zarządzają swoimi podatkami. Osoby z podstawowym lub zawodowym wykształceniem w większości nie korzystają z ulg i odliczeń. Wskazywanymi przyczynami niestosowania optymalizacji były:

- niewiedza, czym jest optymalizacja – podana przez 5 osób,
- brak potrzeby stosowania optymalizacji – 4 osoby,
- brak wiedzy o możliwościach odliczeń – 3 wskazania,
- zbyt małe odliczenia w stosunku do ilości wymogów, jakie trzeba spełnić – dla 3 osób,
- brak odpowiedniej dla siebie ulgi – wskazany przez 3 badanych,
- obawa przed dokonaniem odliczeń, które nie należą się podatnikowi – 2 odpowiedzi.



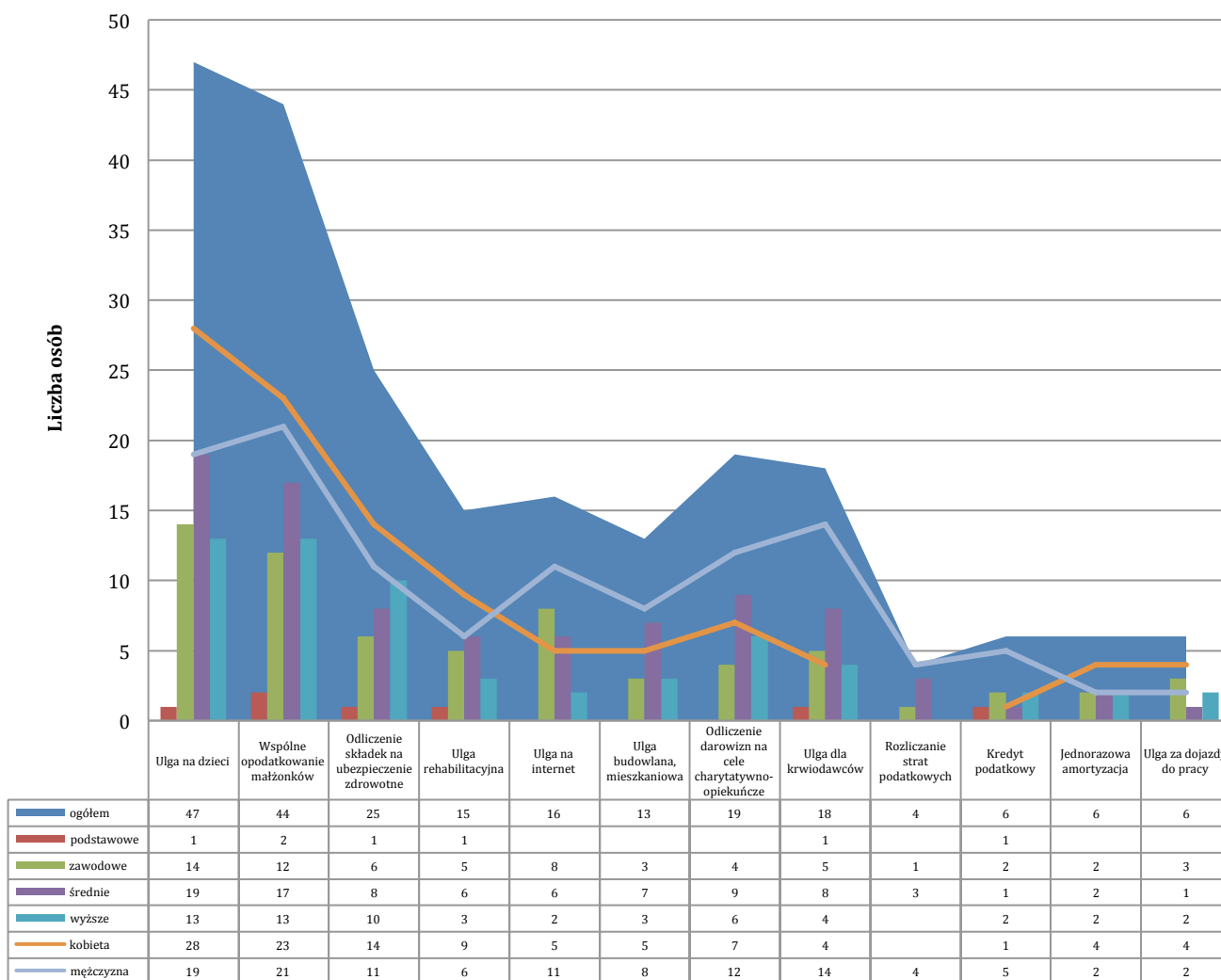
Wykres 6. Stosowanie metod optymalizacji podatkowej

Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety.

Pokazuje to, że część osób świadomie rezygnuje z optymalizacji. Kilko uczestników ankiety nie określiło w ogóle, dlaczego nie korzysta z odliczeń. Wykres 7 prezentuje zestawienie dotyczące stosowanych przez grupę badawczą form optymalizacji.

Pierwsza na liście jest ulga rodzinna w związku z wychowywaniem dzieci. Wskazało ją 47 osób, w tym 23% z wykształceniem średnim i 27% z wyższym. Stosują ją częściej kobiety niż mężczyźni. Podobnie w przypadku wspólnego opodatkowania małżonków. Za ledwie 21% spośród 119 osób odpowiadających na pytanie wskazało, że pomniejsza podatek dochodowy o sumę składek na ubezpieczenie zdrowotne, choć te odliczane są praktycznie przez każdego w zeznaniu rocznym. Świadczy to, iż społeczeństwo niestety nie jest świadome tego, czym jest optymalizacja, co można odliczyć i jak legalnie zmniejszyć podatek. Przyczyną może być to, że w przypadku odliczeń w PIT deklaracja roczna jest wypełniana przez osoby postronne, np. księgowych, którzy w imieniu podatnika rozliczają podatek dochodowy, a nie zostali poinformowani o pomniejszeniach, których można dokonać. Nie zmienia to jednak faktu, że każdy, składając zeznanie podatkowe, zobowiązany jest sprawdzić dokument, pod którym składa podpis.

Popularne wśród odliczeń są także: darowizny, ulgi dla krwiodawców, ulga na Internet, rehabilitacyjna oraz budowlana. Pozostałe wymienione mają charakter marginalny. Wśród innych ulg sześciu ankietowanych wpisało odliczenie w związku z dojazdem do pracy do innej miejscowości niż miejsce zamieszkania.



Wykształcenie i płeć badanych

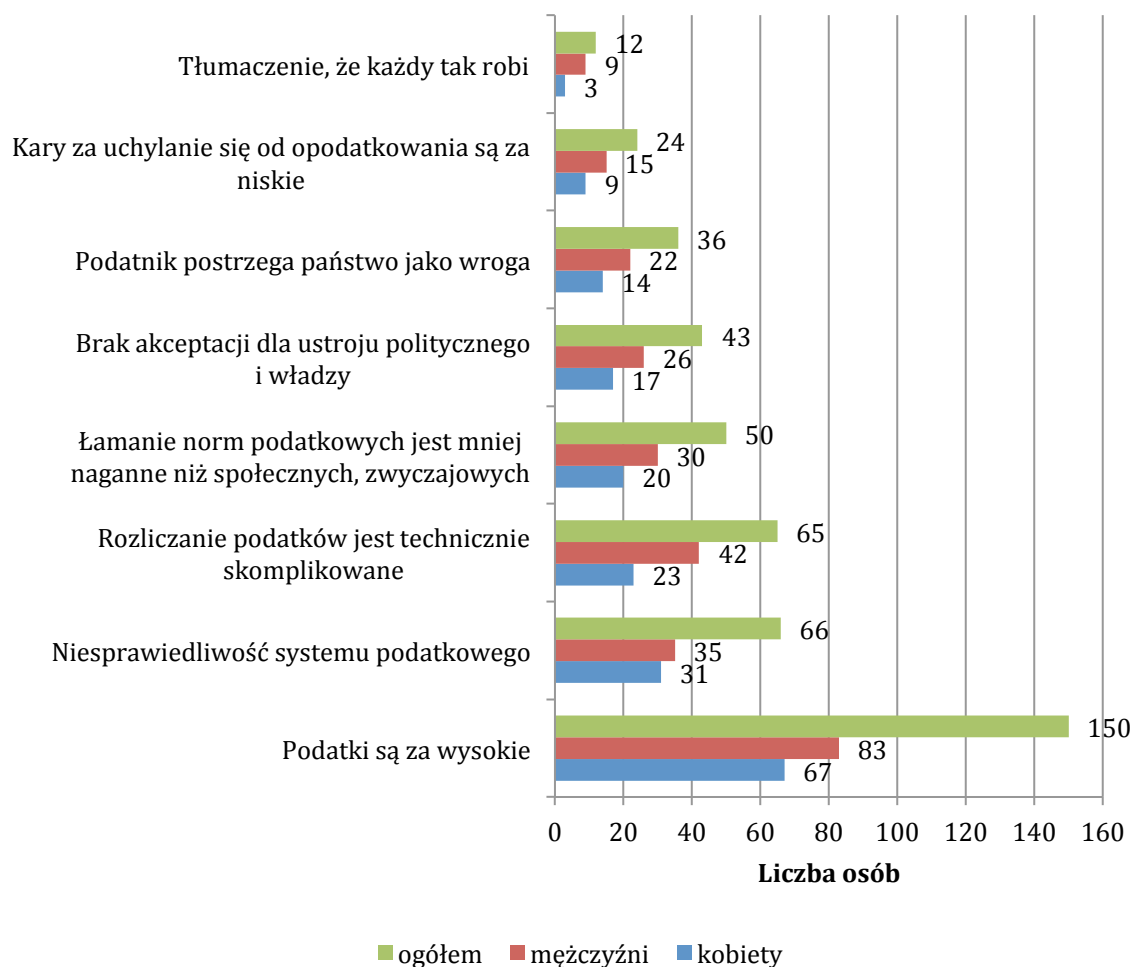
ogółem podstawowe zawodowe średnie wyższe kobieta mężczyzna

Wykres 7. Stosowane formy optymalizacji

Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety

Pomimo tego, iż zaledwie 60% respondentów deklaruje stosowanie ulg w PIT, aż 89% chce, by istniały. Rozbieżność może wynikać z faktu, iż wiele osób, mimo iż świadomie nie wykorzystuje zalet optymalizacji, nie chciałoby odbierać tej możliwości innym, zwłaszcza biedniejszym. Część osób prawdopodobnie nie spełnia ustawowych warunków do korzystania z ulg przez np. brak dzieci, zbyt wysokie dochody itp.

Kolejną rozpatrywaną kwestią było ustalenie przyczyn dopuszczania się nadużyć podatkowych. Na wykresie 8 zaprezentowano czynniki najbardziej do nich skłaniające.



Wykres 8. Przyczyny dopuszczania się oszustw podatkowych

Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety.

Respondenci jako najważniejszy powód oszustw wskazali, że podatki są zbyt wysokie. Odpowiedź zaznaczyło aż 75% grupy badawczej. Kolejne istotne przesłanki to: niesprawiedliwość systemu podatkowego oraz technicznie skomplikowane rozliczanie należności podatkowych, wskazane przez ex aequo 33% ankietowanych. Ponadto duże znaczenie ma przeświadczenie, że łamanie prawa podatkowego jest mniej naganne niż nierespektowanie norm społecznych i zwyczajowych. Często występuje nawet społeczne przyzwolenie, a wręcz podziwianie osób, które wzbogaciły się na matactwach podatkowych. Poważną sprawą jest brak akceptacji ustroju i poczynań władzy, a także traktowanie państwa jako wroga. Zaznaczony został ponadto problem niskich sankcji za łamanie prawa podatkowego. Marginalne znaczenie, zaledwie 6% odpowiedzi, ma tłumaczenie, że „każdy tak robi”. Powstaje zatem pytanie, jakie działania powinny podjąć władze, by „nie każdy” oszukiwał. Propozycje zmian wymienione zostały w tabeli 2.

Tabela 2.

Sposoby walki z oszustwami podatkowymi wskazywane przez ankietowanych (liczba osób)

Sposoby zapobiegania oszustwom	Ogółem	Płeć		Wykształcenie				Miejsce zamieszkania	
		kobiety	mężczyźni	podstawowe	zawodowe	średnie	wyższe	wieś	miasto
Zmniejszenie liczby obciążeń podatkowych	72	30	42	3	23	27	19	48	24
Zmniejszenie wysokości podatków	54	20	34	5	16	21	12	26	28
Większa pomoc w rozliczeniach ze strony urzędów skarbowych	47	18	29	2	17	21	7	27	20
Większa przejrzystość przepisów podatkowych	47	22	25	1	13	18	15	29	18
Wyższe kary finansowe	46	27	19		18	12	16	22	24
Częstsze kontrole podatkowe	40	16	24		9	18	13	14	26
Stworzenie większej liczby ulg i zwolnień	37	21	16		10	16	11	20	17
Ułatwienie sposobu obliczania i poboru podatku	33	13	20		12	15	6	20	13
Edukacja w zakresie optymalizacji podatkowej	32	13	19	1	8	10	13	16	16
Usunięcie listy ulg i zwolnień na poczet większej liczby progów podatkowych, a tym samym bardziej precyzyjne dostosowanie podatków do wysokości dochodów	28	19	9		3	11	14	12	16
Wyższe odsetki za zaległości podatkowe	20	12	8	1	3	8	8	4	16
Organizowanie większej liczby akcji typu „Narodowa loteria paragonowa”	20	11	9		8	7	5	7	13
Wysyłanie pism przypominających i upominających	15	9	6	2	7	4	2	10	5
Inne	2		2			2			2
Ogółem	493	231	262	15	147	190	141	255	238

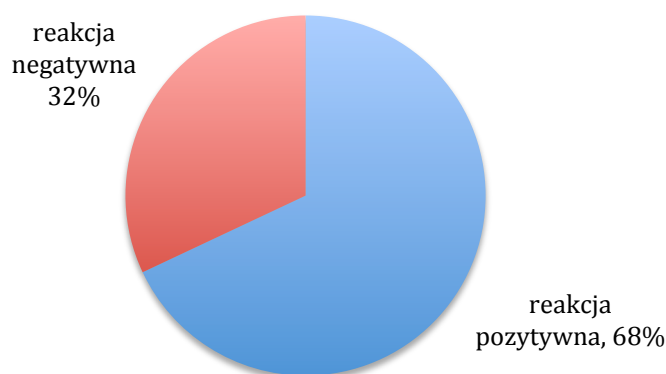
Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety.

Lista możliwych działań jest długa. Ankietowane osoby uważają jednak, że najskuteczniejszym rozwiązaniem mogłoby być zmniejszenie liczby podatków. Taką opcję wskazało 36% próby badawczej, najwięcej osób w każdej grupie. O 9 punktów procentowych mniej respondentów postulowałoby zmniejszenie wysokości podatków. Niższe obciążenia fiskalne spowodowałyby, że więcej osób rzetelnie wypełniałoby zobowiązania wobec urzędów skarbowych, a to zwiększyłoby wpływy budżetowe. Kolejna propozycja to większa pomoc urzędników w rozliczaniu PIT. Można byłoby dodać także wyższe kompetencje i bardziej uprzejme doradztwo. Ponadto – przejrzystość przepisów podatkowych, a przez to lepszy poziom ich zrozumienia. Pozytywny efekt mogłyby przynieść wyższe kary finansowe oraz liczniejsze kontrole, co zniechęciłoby oszustów do nadużyć. Nowe ulgi mogłyby spowodować, poza zwiększeniem zadowolenia z systemu podatkowego i efektywniejszym poborem podatków, takie kierowanie działaniami społeczeństwa, by popularyzować preferowane ścieżki. Przykładem mogą być odliczenia uwzględniające różne grupy społeczne, jak choćby rzemieślników, a dzięki temu wspieranie wygasających szkół zawodowych, lub te związane ze spełnianiem konkretnych wymogów środowiskowych, walkę ze smogiem, sadzenie

drzew, a tym samym podwyższanie jakości życia ludzi. Dodatkowo osoby z wykształceniem średnim i zawodowym proponowały ułatwienie obliczania i poboru podatków jako skuteczne sposoby walki z przestępstwami podatkowymi. Ankietowani z wykształceniem wyższym z kolei uważają, iż edukacja w zakresie optymalizacji pozwoliłaby na lepsze wykorzystanie możliwości, jakie daje zarządzanie podatkowe. Grupa 28 osób, zwłaszcza tych lepiej wykształconych, jest zdania, że sposobem na oszustwa jest usunięcie listy ulg i zwolnień na poczet większej liczby progów podatkowych, a tym samym bardziej precyzyjne dostosowanie podatków do wysokości dochodów. 10% respondentów wskazało na wyższe odsetki i kary za zwłokę w zapłacie należności fiskalnych oraz częstsze akcje dotyczące zbierania paragonów za zrealizowane zakupy jako skuteczne sposoby walki z nadużyciami podatkowymi. Wszystkie wymienione działania są korzystne i mogłyby pomóc zmniejszyć szarą strefę. Niezbędne jest jednak, by każdy się do tego przyczynił, choćby robiąc mały gest i zabierając dowód zakupu po dokonaniu transakcji.

4. Analiza wyników eksperymentu dotyczącego badania reakcji klienta na „zepsutą kasę fiskalną”

Eksperyment polegał na informowaniu klientów przedsiębiorstwa handlowo-usługowego o chwilowych kłopotach z obsługą kasy fiskalnej. Przebadana została ogólna reakcja – pozytywna, kiedy klient niezrażony usterką postanawia dokończyć transakcję, bądź negatywna w przypadku gdy konsument sprzeciwia się wobec braku potwierdzenia zakupu. Obserwowano również postawę osoby uczestniczącej w badaniu, jej gesty, mimikę czy ton głosu. Rezultaty są niepokojące. Aż 136 osób, to jest 68% badanych, nie przejęło się brakiem zarejestrowania transakcji, a niecała 1/3 respondentów uznała to za coś złego (wykres 9).



Wykres 9. Badanie reakcji klientów na usterkę kasy fiskalnej

Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety.

Badając postawy klientów, można było zauważyć, iż osoby reagujące „pozytywnie” były nastawione przychylnie wobec kasjera. Dopytywały o ewentualne zwroty, jednak nie zamierzały zrezygnować z zakupów. Często machnęły ręką na znak obojętności wobec zaistniałej sytuacji. Były uprzejme i nawet jeśli się spieszyły, wypełniały ankietę stanowiącą kolejny etap badania. Najczęściej używały sformułowań:

- Nie szkodzi/nie ma sprawy/trudno – 58 reakcji;
- „Nie potrzebuję paragonu” – stwierdziło tak 38 badanych;
- „To tylko kilka złotych, obojętnie” – odpowiedziało 14 osób;
- „Jeśli karta gwarancyjna wystarczy, nie potrzebuję potwierdzenia” – 11 respondentów;
- „Mam nadzieję, że kiedy tylko kasa będzie naprawiona, zostanie wydrukowany paragon” – 9 klientów;
- „Państwo zapisują w systemie usługi, zwrot według kartoteki będzie możliwy?” – dopytywało 6 badanych.

Osoby „pozytywnie nastawione” traktowały eksperyment jako coś nowego, ciekawego i pytały o wyniki. Często pojawiała się szersza dyskusja dotycząca podatków i oszustw podatkowych. Inaczej wyglądała sytuacja w przypadku osób krytycznych wobec awarii. Badani z tej grupy wyrażali się stanowczo, większość z nich była taktowna, jednak zdarzali się klienci bardzo niezyczliwi, a wręcz wrogo nastawieni do kasjera i przedsiębiorstwa jako całości. Kilka razy podnosili głos i wymachiwali rękoma. Uspokajali się dopiero po wyjaśnieniu treści eksperymentu. Komentowali sytuację następująco:

- „Proszę o odrębne potwierdzenie – stwierdziło 23 badanych;
- „Nie można wydrukować z innego urządzenia? Potrzebuję potwierdzenia” – dopytywało 13 konsumentów;
- „Odbiorę towar jutro, zakup nie jest pilny” – 8 osób;
- „Trudno, pójdę do innego sklepu” – oświadczyło 6 respondentów;
- „W razie czego proszę o potwierdzenie możliwości zwrotu albo reklamacji” – 6 badanych;
- „W takim razie nie zapłacę” – awanturowało się 3 klientów;
- „Zapłacę i wezmę towar, a jutro przyjdę po paragon” – 2 wskazania;
- „To niedorzeczne, powinniście mieć zamknięte” – zarzuciły 2 osoby;
- Jeden klient prosił o rozmowę z kierownikiem.

Strukturę „pozytywnych” i „negatywnych” reakcji z uwzględnieniem płci, wieku, źródła dochodów, miejsca zamieszkania i wykształcenia respondentów przedstawiają odpowiednio tabele 3 i 4.

Tabela 3.

Struktura „pozytywnych” reakcji klientów na awarię kasy fiskalnej (liczba osób)

Reakcja pozytywna	Ogółem	Płeć		Wiek				Źródło dochodu					Miejsce zamieszkania		Wykształcenie				
		kobiety	mężczyźni	do 25. r.ż.	25–40 lat	41–60 lat	po 60. r.ż.	własna działalność	etat	zlecenie	bez pracy	szkoła	emeryt	wieś	miasto	podstawowe	zawodowe	średnie	wyższe
Nie szkodzi / nie ma sprawy / trudno	58	20	38	14	21	17	6	10	27	5	4	6	6	32	26	2	23	18	15
Nie potrzebuję paragonu	38	21	17	9	10	15	4	11	12	6	1	4	4	21	17	1	13	17	7
To tylko kilka złotych, obojętnie	14	4	10	1	7	6		5	9					9	5		5	4	5
Jeśli karta gwarancyjna wystarczy, nie potrzebuję potwierdzenia	11	3	8		7	4		4	5	2				5	6		3	4	4
Mam nadzieję, że kiedy tylko kasa będzie naprawiona, zostanie wydrukowany paragon	9	6	3	3	5	1		2	7					3	6		4	3	2
Czy państwo zapisują w systemie usługi, zwrot według kartoteki będzie możliwy?	6	3	3	1	2	3		3	2	1				4	2	1		3	2
Ogółem	136	57	79	28	52	46	10	35	62	14	5	10	10	74	62	4	48	49	35

Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety.

Tabela 4.

Struktura „negatywnych” reakcji klientów na awarię kasy fiskalnej (liczba osób)

Reakcja negatywna	Ogółem	Płeć		Wiek					Źródło dochodu					Miejsce zamieszkania		Wykształcenie			
		kobiety	mężczyźni	do 25. r.ż.	25–40 lat	41–60 lat	po 60. r.ż.	własna działalność	etat	zlecenie	bez pracy	szkoła	emeryt	wieś	miasto	podstawowe	zawodowe	średnie	wyższe
Proszę o odrębne potwierdzenie	23	12	11	7	11	3	2	2	11	5	1	2	2	13	10	1	6	9	7
Nie można wydrukować z innego urządzenia? Potrzebuję potwierdzenia	13	7	6	5	4	4		3	6	1	2	1		8	5		6	4	3
Odbiorę towar jutro, zakup nie jest pilny	8	2	6	1	1	5	1	1	3	2	1		1	3	5		3	4	1
Trudno, pójdę do innego sklepu	6	4	2	1	2	3		1	2	3				1	5		1	5	
Proszę o potwierdzenie możliwości zwrotu albo reklamacji w razie czego	6	1	5	3	2	1		4	1	1				5	1		3	3	
W takim razie nie zapłacę	3	3			2	1			3					1	2			2	1
Zapłacę i wezmę towar, a jutro przyjdę po paragon	2		2	1		1			1		1			1	1			2	
To niedorzeczne, powinniście mieć zamknięte	2	2				2			2						2			2	
Poproszę z kierownikiem	1		1			1			1						1				1
Ogółem	64	31	33	18	22	21	3	11	30	12	5	3	3	32	32	1	19	31	13

Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety.

Analizując tabelę 3, można zauważyć, że najczęściej, bo aż 58 klientów, zareagowało słowami: „trudno”, „nie szkodzi”, „nie ma sprawy”, a zatem podeszło obojętnie do awarii i zgodziło się na brak potwierdzenia zakupu. Była to najczęstsza reakcja wśród mężczyzn, także uczniowie i emeryci, jako przedstawiciele najmłodszej i najstarszej grupy wiekowej, nie widzieli problemu w nieudokumentowaniu transakcji. Kolejna opinia o podobnym wydźwięku – „nie potrzebuję paragonu” – wypowiedziana została przez 38 osób, w tym najczęściej kobiet oraz osób prowadzących własną działalność gospodarczą. O „drobnej” kwocie wspominało 14 konsumentów, a 11 badanych upewniało się, czy w razie ewentualnej reklamacji zakupionych artykułów wystarczy karta gwarancyjna. Należy wyjaśnić, iż w przedsiębiorstwie, w którym przeprowadzana była ankieta, stworzony jest rejestr klientów, w którym zapisywane są m.in. dane klienta, rodzaj wykonywanych usług czy zakupione produkty. Szczęść osób spośród badanych powołało się na ten właśnie rejestr. Ankietowani wyrazili także ufność, że po naprawieniu kasy fiskalnej paragon będzie wystawiony. Należało do nich dwóch klientów prowadzących własną firmę oraz siedmiu pracowników etatowych.

Sposób wypowiedzi i żartobliwy ton głosu sugerowały jednak, że wątpią, iż tak się stanie, dlatego przyporządkowani zostali do opisywanej grupy, która nie była oburzona brakiem paragonu.

Przy rozpatrywaniu wyników całościowo zastanawiające jest, że prawie 2/3 kobiet i 70% mężczyzn bez większych uwag odniosło się do niewydania pokwitowania. Pod względem wieku najmniej reakcji pozytywnych (60,8%) było w grupie najmłodszej, jednak wynik ten wcale nie jest optymistyczny. Podobnie prezentują się odpowiedzi w kolejnych grupach, wahając się w granicach od 61% badanych z wykształceniem średnim do nawet 80% wśród osób, które skończyły tylko szkołę podstawową. Najmniej „pozytywnych” opinii wypowiedziała połowa osób pozostających bez pracy oraz 54% uczniów. Wynik ten jest bardzo ciekawy. O ile w przypadku uczniów łatwiej to wyjaśnić, bo jako młodzi ludzie są nieufni i wolą otrzymać potwierdzenie transakcji, a często wysyłani są np. przez rodziców do punktów handlowo-usługowych i potrzebują paragonu, by rozliczyć się z wydatków, to w odniesieniu do bezrobotnych można ufać, że zabierają paragon świadomie, by ograniczać oszustwa podatkowe, tym bardziej że z podatków finansowane są świadczenia dla osób zarejestrowanych w urzędach pracy.

Tabela „negatywnych” reakcji (tabela 4) dobitnie pokazuje, że zaledwie 32% ankietowanych zgłosiło sprzeciw wobec braku dokumentu potwierdzającego zakup. Niecałe 14% kobiet i 10% mężczyzn poprosiło o odrębne potwierdzenie transakcji. Kolejne siedem pań i sześciu panów pytało o możliwość wydruku z innego urzędnia. Ośmioro badanych deklarowało, iż wrócą kolejnego dnia, gdyż nie potrzebowali pilnie naprawionych już urzędzeń czy części. Znaczny sprzeciw wykazywali klienci, którzy: stwierdzili, iż pójdą do konkurencji (sześć osób); oburzeni nie chcieli zapłacić za towar (trzy ankietowane); krzyczeli, że skoro nie można wydrukować paragonu, kasa powinna być zamknięta (dwie klientki), a jeden mężczyzna żądał rozmowy z kierownikiem. W tych przypadkach eksperyment został szybko przerwany, a poddawani testowi byli informowani o celach symulacji, w której uczestniczyli. Awanturowały się częściej kobiety niż mężczyźni. Ponadto wśród wymienionych większość mieszka w mieście i posiada wykształcenie średnie. Dwie osoby, które mają więcej czasu lub też mieszkają czy pracują niedaleko przedsiębiorstwa, w którym przeprowadzono badanie, były skłonne podejść następnego dnia po odbiór pokwitowania.

Procentowo więcej kobiet niż mężczyzn uznało awarię kasy za problem. Dodatkowo to panie bardziej roszczeniowo podeszły do sprawy. Pod względem wieku osoby w przedziałach 25–40 lat oraz 41–60 lat częściej wykazywały opór wobec braku potwierdzenia kupna. Rozpatrując ankietowanych w podziale na miejsce zamieszkania, można zauważyć, że po 32 osoby z miasta i ze wsi były niezadowolone z awarii kasy fiskalnej. Uwagi miały też częściej osoby lepiej wykształcone, po

szkołach średnich i wyższych. Pokazuje to, że istotne w przypadku zahamowania oszustw podatkowych jest kształcenie i informowanie o sposobach walki z nieuczciwością.

5. Wnioski z przeprowadzonych badań

Na podstawie ogólnej analizy wyników eksperymentu i ankiety nasuwa się wniosek o bardzo niskim poziomie świadomości podatkowej osób badanych. Ankietowani wiedzą, że podatki są potrzebne, jednak podatnicy uważają przepisy podatkowe za mało zrozumiałe, a rozliczenia podatków za zbyt skomplikowane. Co więcej, prawie 90% badanych nie jest zadowolonych z systemu podatkowego, a zwłaszcza z wysokości podatków. Występuje wysokie poczucie niesprawiedliwości w tej kwestii, jednak jest to pojęcie bardzo względne, uzależnione m.in. sytuacją majątkową danego człowieka. Wśród wad podatków wymienione zostały także nadmierna biurokracja oraz fakt, że występuje zbyt wiele różnych rodzajów podatków, a dodatkowo obciążenia są zbyt wysokie. Z kolei jako najważniejsze zalety zostały wskazane możliwość dokonywania odliczeń zmniejszających podatek dochodowy oraz finansowanie wydatków publicznych z podatków zasilających budżet państwa. Co ważne, część ankietowanych dostrzegła dobrowolność wyboru najkorzystniejszej dla siebie metody opodatkowania oraz logiczność systemu podatkowego.

Respondenci, proszeni o zaznaczenie przykładów oszustw podatkowych, których się dopuścili, najliczniej wskazywali na pracę lub zatrudnianie pracowników bez podpisania stosownej umowy oraz na wynagrodzenia faktycznie wyższe niż wykazywane w rozliczeniach. 1/4 badanych zadeklarowała, że nie dopuściła się żadnego z przestępstw podatkowych i należy żywić nadzieję, że nie było wśród nich osób, które zataiły stosowane malwersacje skarbowe. W większości ankietowani wykazywali negatywny stosunek wobec nieudokumentowania sprzedaży w eksperymencie.

Odpowiedź na pytanie, dlaczego właściwie dochodzi do nadużyć podatkowych, przyniosła następujące wnioski: podatki są za wysokie, niesprawiedliwe, a rozliczenia z fiskusem skomplikowane i uciążliwe. Zdarza się, że łamanie prawa podatkowego jest nawet powodem do dumy. Pojawiły się także liczne reakcje wskazujące na brak akceptacji władzy, ustroju politycznego oraz postrzeganie państwa jako wroga. Naruszanie norm podatkowych jest rzadziej potępiane niż nieprzestrzeganie norm zwyczajowych czy społecznych. Zapytana o przyzwolenie na łamanie zasad podatkowych próba badawcza w 22% nie wyraziła opinii, jednak wszystkich odpowiedzi związanych z brakiem aprobaty wobec oszustw było ponad 42%, co napawa optymizmem. Respondenci zalecali stosowanie metod optymalizacyjnych w celu zmniejszenia obciążeń fiskalnych. Wiele osób nie zdaje sobie jednak sprawy, czym jest owa optymalizacja oraz jak ją zastosować, podchodzą do niej intuicyjnie. Istnieje też pewna grupa, która mimo iż korzysta z metod legalnego zmniejszania wysokości świadczeń

z tytułu podatku dochodowego, nie jest świadoma, iż należą do nich m.in. ulgi na dzieci czy wspólne opodatkowanie małżonków. Lepiej poinformowane w tej kwestii są osoby posiadające wykształcenie wyższe lub średnie, które są bardziej świadome i w większym stopniu rozumieją system podatkowy. Pokazuje to, jak ważna jest edukacja podatkowa, która powinna być wdrażana już od najmłodszych lat, co mogłoby wpłynąć na zredukowanie skali oszustw fiskalnych. Ponadto wśród sposobów walki z oszustwami ankietowani wyliczali: ograniczenie ilości i zmniejszenie wysokości obciążeń podatkowych, większą pomoc urzędów skarbowych w rozliczeniach oraz wyższy stopień przejrzystości przepisów. Skutecznie odstraszyć od nieprzestrzegania prawa mogłyby też wyższe kary finansowe oraz częstsze i niezapowiedziane kontrole skarbowe. Nie powinny one mieć jednak charakteru szerzenia paniki wśród podatników, lecz przybierać formę bardziej doradczą i pomagać w korygowaniu drobnych błędów, zwłaszcza gdy prowadzą księgowość sami, bez fachowej pomocy. Kontrole bez uprzedzenia mogłyby jednak pomóc wychwycić działania niezgodne z prawem.

„Awaria” kasy fiskalnej pokazała z kolei, że zdecydowana większość z grupy badanych nie widzi problemu, gdy nie dostaje paragonu po zapłaceniu za zakupione towary i usługi. Aby porównać stopień przyzwolenia na popełnianie nadużyć fiskalnych z reakcjami w przeprowadzonym eksperymencie, stworzono tabelę 5.

Tabela 5.

Przyzwolenie na przestępstwa podatkowe a reakcja na „usterkę” kasy fiskalnej (liczba)

Czy przyzwalaś na dopuszczanie się oszustw podatkowych?	Odpowiedzi ogółem		Reakcja pozytywna		Reakcja negatywna	
Tak, skoro można zaoszczędzić, omijając opodatkowanie, to czemu nie?	28	71	21	56	7	15
Tak, jest to godne podziwu	11		11			
Sam/a nie oszukuję, ale nie przeszkadza mi, gdy inni kombinują	25		19			
Przyzwalam, ale tylko jeśli chodzi o drobne kwoty	7		5			
Nie mam zdania	44		31		13	
Kategorycznie nie, jest to nieetyczne	15	85	6	49	9	36
Skoro ja płacę podatki zgodnie z przepisami, to dlaczego inni nie?	31		21			
Nie, od razu zgłaszam zaobserwowane przypadki łamania prawa	6		1			
Nie, istnieje wiele metod optymalizacji podatkowej, należy z nich korzystać	33		21			
Ogółem	200		136		64	

Źródło: opracowanie na podstawie wyników ankiety.

Mimo iż większość badanych jest przeciwna stosowaniu metod nielegalnych lub będących na granicy prawa, to aż 58% z nich na brak paragonu zareagowało pozytywnie, bez sprzeciwu. Co zwraca uwagę, ponad 21% badanych nie zaaprobowało braku potwierdzenia transakcji zakupu, choć

w ankiecie oznaczyły odpowiedzi sugerujące, że przyzwalają na oszustwa. Opinie są zatem częściowo sprzeczne, co może wynikać z faktu niezrozumienia pytania lub wskazania odpowiedzi na pytanie zgodnie z tym, jak „powinna” ona brzmieć, a nie według własnego przekonania.

Wyniki pokazują obraz społeczności, która nie do końca rozumie podatki i system podatkowy. Czuje się pokrzywdzona przez zbyt wysokie i niesprawiedliwie wymierzone obciążenia fiskalne. Mimo iż duża grupa badanych korzysta z metod optymalizacji, wielu z nich nie zdaje sobie z tego sprawy, dlatego należy o tym informować. Bardzo pomocne są organizowane akcje zbierania paragonów oraz reklamy radiowe i telewizyjne uczulające na procedury oszustw podatkowych i zmniejszające stopień przyzwolenia na malwersacje PIT. Powołując się na krzywą Laffera, należy jednak podkreślić, że zmniejszenie wysokości podatków może spowodować również zmniejszenie prób malwersacji podatkowych i zwiększenie wpływów budżetowych z tytułu podatków. Do tego można dodać, iż zmiana systemu podatkowego i jego większa przejrzystość mogłyby spowodować zwiększenie pewności w rozliczeniach i zarządzaniu wysokością podatków. Wiele osób nie stosuje metod optymalizacyjnych z obawy, czy dokona faktycznie przysługujących odliczeń w odpowiedniej wysokości.

Kolejną kwestią są sankcje, które w niewystarczający sposób odstraszą potencjalnych oszustów, bo skoro za wyłudzenia setek tysięcy w ramach karuzeli podatkowej grozi maksymalnie pięć lat pozbawienia wolności lub w skrajnych przypadkach dziesięć, na pewno znajdzie się ktoś, kto zaryzykuje, tym bardziej że wykrycie i zablokowanie tej formy wyłudzeń jest niezwykle trudne.

Zarówno rodzajów, jak i przyczyn oszustw podatkowych jest bardzo wiele, jednak ich główny skutek to „okradanie” państwa, a co za tym idzie – siebie nawzajem. Osoby uciekające od płacenia podatków często tłumaczą swoje zachowanie niesprawiedliwością systemu fiskalnego, wskazując choćby na nieproporcjonalność obciążeń podatkowych względem osiągniętych przychodów. W sytuacji jednak gdy dopuszczają się oszustw skarbowych, sami przyczyniają się do rażącej niesprawiedliwości względem uczciwie płacących. Spadek wpływów budżetowych ma często swoje odzwierciedlenie we wzroście poziomu podatków, w wyniku czego dochodzi do kolejnej redystrybucji wpływów od sumiennie płacących do nieuczciwych, bo przecież każdy korzysta z dóbr publicznych finansowanych z budżetu państwa lub jednostek terytorialnych.

Bardzo ważną konsekwencją niepłacenia podatków jest również spadek rentowności, a często także upadłość przedsiębiorstw, instytucji, m.in. edukacyjnych, kulturowych czy zdrowotnych, funkcjonujących pod patronatem państwa lub jednostek administracji publicznej.

Skutki tego są odczuwalne – wystarczy wymienić choćby niską jakość służby zdrowia albo niedostateczną dostępność nauki i kultury zwłaszcza dla mieszkańców małych wiosek.

Po przekalkulowaniu zysków i ewentualnych strat, a także realnych możliwości ukrycia nielegalnego procederu w przypadku poczucia nadmiernie wysokich podatków oraz niesprawiedliwości w tym kontekście liczba osób próbujących dopuścić się przestępstw skarbowych rośnie, tym bardziej jeśli kary za przewinienia są mało dotkliwe. W mentalności społeczeństwa utrwała się niechęć do podatków oraz pogląd, że niezapłacenie poszczególnych składek nie jest niczym złym, a zamiast tego często pojawia się satysfakcja, iż udało się w pewnym sensie przechytrzyć prawo. Zmniejszenie wysokości pobieranych podatków i ułatwienie ich rozliczania przy zastosowaniu jasnych i zrozumiałych progów kwotowych, a także zagrożenie wysokimi karami spowodowałyby, że uciekanie od opodatkowania stałoby się nieopłacalne. Spadłaby liczba pokus i możliwości malwersacji podatkowych, a dodatkowo ułatwiłoby to nie tylko życie podatników, ale również pracę urzędników inkasujących należności oraz łatwiej można byłoby wykryć defraudacje względem Skarbu Państwa. Pomocne może się okazać także najprostsze informowanie podatników o przysługujących ulgach i odliczeniach, a także zagrożeniach – akcje podobne do kampanii „Nie daj się zrobić w słupa”. Walka z nielegalnymi procederami powinna mieć charakter czynny i wielokierunkowy, gdyż, jak pokazują przeprowadzony eksperyment oraz ankieta, świadomość podatkowa jest bardzo niska, a oszustw podatkowych dopuszcza się wiele osób, i to mimo deklarowania braku przyzwolenia na malwersacje względem urzędów skarbowych.

Legalne metody redukcji obciążeń podatkowych w zakresie podatku dochodowego od osób fizycznych stanowią bardzo szeroki obszar badania. Zarówno system podatkowy, jak i metody optymalizacyjne dla wielu podatników nie są w pełni zrozumiałe. W niniejszym artykule zostały wskazane kwestie teorii podatkowej i możliwości zgodnego z prawem zmniejszenia opodatkowania. Podstawowe cele artykułu zostały zatem zrealizowane. Ponadto określono za pomocą eksperymentu i badania ankietowego stopień przyzwolenia na popełnianie wykroczeń podatkowych oraz skonfrontowano go z faktycznym dopuszczaniem się oszustw.

Rozpatrywano następujące hipotezy:

- Społeczeństwo wyraża duże przyzwolenie na praktyki związane z nielegalnymi metodami zmniejszenia obciążeń podatkowych;
- Wysokość podatków jest główną determinantą skali oszustw podatkowych.

Wyniki badania ankietowego wskazywały, iż większość badanych określiła swoje stanowisko wobec malwersacji podatkowych jako neutralne. Jednak po rozpatrzeniu wszystkich odpowiedzi

świadczących o braku przyzwolenia i aprobujących matactwa podatkowe okazało się, że przeważają reakcje potępiające oszustwa. Podważona została hipoteza: „Społeczeństwo wyraża duże przyzwolenie na praktyki związane z nielegalnymi metodami zmniejszenia obciążeń podatkowych”.

Drugie stwierdzenie, iż do popełniania przestępstw podatkowych skłaniają zbyt wysokie podatki, okazało się po części prawdziwe, gdyż w przeprowadzonym teście odpowiedź ta była drugą najczęściej wskazywaną przez próbę badawczą. Najważniejszym argumentem skłaniającym do manipulacji w sferze podatków okazał się fakt, iż występuje zbyt wiele różnych obciążeń.

Polski system podatkowy postrzegany jest jako skomplikowany. Wskazywano na zbytnią biurokrację, niejasność rozliczeń i zmienność przepisów. Wśród czynników, które blokują stosowanie legalnych metod redukcji obciążeń fiskalnych, wskazywane były niewiedza oraz obawa przed zastosowaniem ulg i odliczeń. Mimo iż możliwości optymalizacji definiowane są szczegółowo na kartach ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych, wiele osób wskazuje na ryzyko niedopełnienia obowiązków podatkowych oraz trudność zastosowania sposobów redukcji podatku. Aby uświadomić społeczeństwo i ograniczyć obawy wobec optymalizacji, należy edukować i informować w tym zakresie, co pozwoli dodatkowo ograniczyć praktyki nadużyć podatkowych.

Jak zostało przeanalizowane w artykule, paradoksalnie zmniejszenie wysokości i liczby obciążeń fiskalnych, połączone dodatkowo z edukacją związaną z legalnymi metodami zmniejszania wysokości należności skarbowych, mogłoby pomóc zmniejszyć skalę oszustw podatkowych. Tym samym pozwoliłoby to zwiększyć wpływy budżetowe z tytułu podatku dochodowego, a to z kolei wpłynęłoby na zwiększenie wydatków publicznych, a więc na poprawę sytuacji społecznej i gospodarczej.

BIBLIOGRAFIA

Benjamin Franklin – cytaty, <http://cytaty.klp.pl/acc-333-3.html> (dostęp 21.02.2017).

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r., Dz.U. z 1997 r., nr 78, poz. 483 ze zm.

Krasowska-Walczak G., 1997, *Finanse publiczne*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Poznań.

Podatki jako dochód budżetu państwa, <http://sektor-publiczny.pl/podatki-jako-dochod-budzetu-panstwa/> (dostęp 21.02.2017).

Wolański R. 2003, *System podatkowy*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlu i Prawa, Warszawa.

Wolański R., 2007, *System podatkowy w Polsce*, Wolters Kluwer, Warszawa.

Monika Krupa

Ekonomia, I rok SUM, Uniwersytet Opolski

Kamil Żymetka

Ekonomia, I rok SUM, Uniwersytet Opolski

ZJAWISKO UPADŁOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE ORAZ W KRAJACH EUROPY ZACHODNIEJ I ŚRODKOWO-WSCHODNIEJ

THE PHENOMENON OF A BUSINESS FAILURE IN POLAND, IN WESTERN AND CENTRAL- EASTERN EUROPEAN COUNTRIES

Abstrakt: Celem artykułu jest próba przedstawienia zjawiska upadłości przedsiębiorstw w Polsce i w poszczególnych krajach europejskich oraz charakterystyka przyczyn pogarszania lub polepszania się sytuacji ekonomiczno-finansowej podmiotów na przestrzeni analizy obejmującej okres od 2014 do 2016 r. Wzrost znaczenia upadłości w warunkach wzmożonej konkurencji zarówno krajowej, jak i zagranicznej sprawia, że kwestia ta pozostaje podstawowym punktem dociekań i empirycznych badań. Problematyka ta cieszy się dużym zainteresowaniem właścicieli i menedżerów firm, których jednym z nadrzędnych celów jest uniknięcie błędów prowadzących do upadłości. Jako źródła informacji w prezentowanym artykule posłużyły raporty: Upadłości i restrukturyzacje w Polsce w 2016 r. oraz Unternehmensinsolvenzen in Europa 2016/2017.

Słowa kluczowe: upadłość przedsiębiorstw, bankructwo, niewypłacalność

Abstract: The aim of the article is to present the phenomenon of a business failure in Poland and in other European countries and to give characteristics of the causes of deterioration or improvement of the situation of economic and financial entities on the basis of a relevant analysis covering the period between 2014 and 2016. The rise in the significance of bankruptcy in terms of increased competition, both on the domestic and foreign ground, makes this issue become more and more commonly the primary focal point of research and empirical studies. This issue is of great interest to owners and managers of companies, for whom one of the overarching goals is to avoid making mistakes which lead to bankruptcy. This article uses reports on bankruptcy and restructuring in Poland in 2016 and Unternehmensinsolvenzen in Europe 2016/2017 as the main source of information.

Keywords: bankruptcy of enterprises, bankruptcy, insolvency

KOD JEL: G33

1. Wstęp

Funkcjonowanie każdego przedsiębiorstwa wiąże się z występowaniem czterech głównych faz: narodzin, wzrostu, dojrzałości i schyłku. Ostatnia z wymienionych faz może dotyczyć upadłości. Zjawisko upadłości przedsiębiorstw jest nieodłączną cechą gospodarki rynkowej. Stanowi naturalne narzędzie eliminujące nieefektywne podmioty rynkowe, ponoszące straty. Upadłość przedsiębiorstw niesie za sobą zarówno pozytywne, jak i negatywne skutki. Dla gospodarki jako całości jest zjawiskiem pozytywnym, oczyszczającym rynek z podmiotów, które nie są w stanie sprostać wymogom rynku, konkurencyjności czy uregulowaniom prawnym. Z kolei do negatywnych cech można zaliczyć pogorszenie sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstw współpracujących z bankrutem, a także zatrudnionych w nim pracowników (Grzegorzewska 2008).

Przedsiębiorstwa funkcjonują w stale zmieniającym się środowisku. Sytuacja finansowa przedsiębiorstw uwarunkowana jest nie tylko poprzez czynniki egzogeniczne (zewnętrzne), ale także czynniki endogeniczne (wewnętrzne). Według Błażeja Prusaka wśród czynników egzogenicznych wyróżnia się: poziom zadłużenia, płynność finansową, technologię produkcji oraz umiejętności osób zarządzających. Z kolei do czynników endogenicznych zalicza się otoczenie makroekonomiczne (regulacje prawne, zmiana stawek podatkowych, zmiana stóp procentowych) i mikroekonomiczne (forma rynku, poziom konkurencji w sektorze) (Korol, Prusak 2005). W ujęciu makroekonomicznym kryzys przedsiębiorstwa jest nierozzerwalnie związany z cyklem koniunkturalnym. Rozpoczyna się obniżeniem aktywności gospodarczej, co w efekcie prowadzi do recesji. W początkowej fazie kryzysu przedsiębiorstwa można zauważyć spadek konsumpcji, co w konsekwencji wpływa na niższy poziom przychodów. Równocześnie zmniejsza się popyt na pracę, a to z kolei wpływa na wzrost poziomu bezrobocia, co jeszcze bardziej obniża popyt. Wysoki stan zapasów spowodowany zmniejszającą się konsumpcją może doprowadzić do deflacji. Brak odpowiednich działań przyczyniających się do zmiany sytuacji może spowodować powstanie spirali deflacyjnej (która w jeszcze większym stopniu wpływa na dalsze obniżanie cen i popytu) (Romanowska, Dziurski (red.) 2016).

Upadłość często jest utożsamiana z bankructwem, jednak w inny sposób definiuje się oba wspomniane terminy. Idea bankructwa wywodzi się z okresu średniowiecznych Włoch, od tacińskiego terminu *bancca rotta* oznaczającego „złamana ławka”. Łamanie ławki czy stoiska było symbolem nieregulowania zobowiązań przez handlarza. Współcześnie bankructwo jest określane jako zakończenie działalności spowodowane niewypłacalnością przedsiębiorstw i oznacza brak samodzielności bez pomocy finansowej z zewnątrz (Boratyńska 2009). Jednak nie każde bankructwo podlega prawu upadłościowemu. Upadłość jest bowiem prawnie określoną kategorią w prawie upadłościowym związaną z niewypłacalnością przedsiębiorstwa, w efekcie której przedsiębiorstwo przestaje funkcjonować (Mączyńska 2015). Pojęcie niewypłacalności oznacza z kolei warunki, w których sytuacja finansowa przedsiębiorstwa nie pozwala na regulowanie zobowiązań, ujawniając tym samym brak płynności finansowej. Reasumując – z prawnego punktu widzenia bankructwo nie zawsze oznacza upadłość podmiotu gospodarczego (Boratyńska 2009).

Wyniki badań zrealizowanych przez Elżbietę Mączyńską pokazują, że zewnętrzne przyczyny upadłości przedsiębiorstw należy upatrywać w czynnikach takich jak: wahania koniunkturalne i brak stabilności warunków funkcjonowania przedsiębiorstw, natężenie konkurencji zewnętrznej, czynniki inflacyjne, zmiany na rynku pracy czy nieprzewidywalność kursów walutowych. Natomiast jako czynniki wewnętrzne autorka badań wskazuje: manipulacje w obszarze księgowości, niedostosowanie narzędzi wczesnego ostrzegania (SWO) i niewystarczające możliwości aplikacyjne

płynące ze stosowania analizy ekonomiczno-finansowej, niski poziom controllingu finansowego, niski poziom innowacyjności, niski poziom kwalifikacji menedżerów oraz pracy rad nadzorczych. Tymczasem z badań dotyczących stanu zarządzania ryzykiem w polskich przedsiębiorstwach z roku 2010 zrealizowanych przez Stanisława Kasiewicza i Lecha Kurklińskiego wynika, że w polskich firmach występuje podejście intuicyjne i przekonanie, że jeśli fundamenty modelu biznesowego są dobre, to zagrożenia mają marginalny charakter, natomiast bariery dotyczące efektywnego zarządzania zorientowanego na zminimalizowanie ryzyka są najczęściej rezultatem: braku odpowiednich specjalistów, braku odpowiedniej wiedzy i umiejętności, braku zasobów materialnych i niematerialnych oraz niedostatku środków finansowych (Antonowicz 2015). Wyniki powyższych badań pokazują, że pierwszych symptomów kryzysu w przedsiębiorstwie należy się doszukiwać w błędach popełnianych przez kadrę menedżerską, zarówno w odniesieniu do decyzji operacyjnych, jak i strategicznych. Oznaki powstawania sytuacji kryzysowej są efektem nagromadzenia się wielu czynników oraz oznak pogarszającej się sytuacji ekonomicznej w przedsiębiorstwie i jego środowisku. Zjawisko to nie ma jednostkowego charakteru, lecz jest długotrwałym, narastającym w czasie procesem.

Kryzysy i upadłości przedsiębiorstw wywierają negatywne konsekwencje zarówno dla konsumentów, jak i rynku. „W przypadku konkurencji doskonałej negatywne konsekwencje są żadne lub bardzo niewielkie, ponieważ popyt na dane dobro z łatwością można zaspokoić u innego producenta. W przypadku oligopolu negatywne konsekwencje są znacznie większe. Potencjalny kryzys czy upadek monopolisty generuje duże efekty, ponieważ konsument traci możliwość pozyskania danego dobra na rynku” (Romanowska, Dziurski (red.) 2016, s. 17).

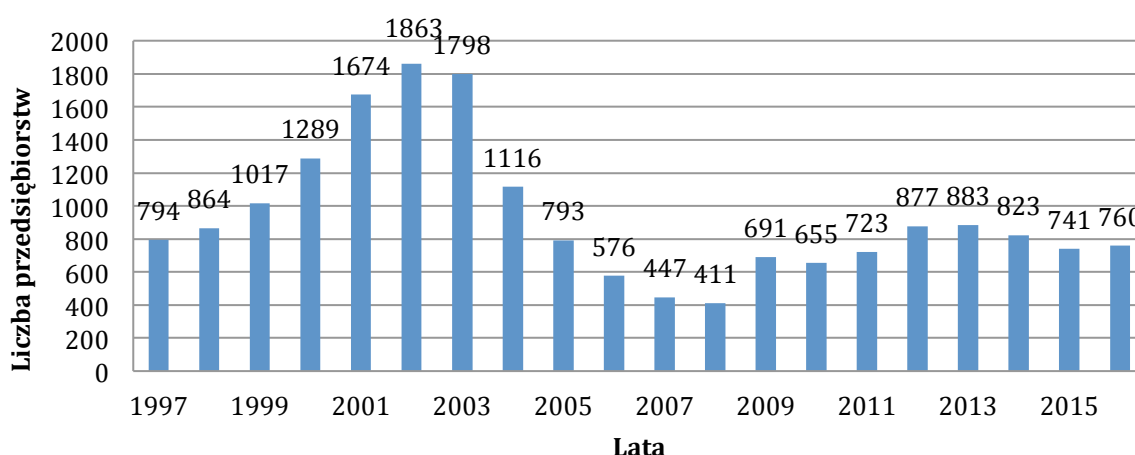
We współczesnym świecie gospodarka nabiera cech nietrwałości. Związane jest to z faktem, że coraz trudniej utrzymać się na rynku, na którym potencjalni konkurenci, zarówno krajowi, jak i zagraniczni, oferują swoje produkty lub usługi w niższych cenach, lepszej jakości oraz z szybszą realizacją. Duży wpływ mają na to intensywność postępu technologicznego i gwałtowność przemian gospodarczych. Obecnie firmy mają możliwość powiązań w skali globalnej, co powoduje, że upadłość staje się problemem wszystkich przedsiębiorstw. Proces ten może powodować efekt domina, czyli sytuację, gdy upadłość jednego przedsiębiorstwa pociągnie za sobą upadłość innego w skali globalnej (Mączyńska (red.) 2009).

Powszechność oraz wielowymiarowość omawianego zjawiska skłaniają do próby sklasyfikowania Polski na tle krajów europejskich z perspektywy upadłości i bankructwa przedsiębiorstw oraz charakterystyki procesu upadłościowego. Celem artykułu jest przedstawienie zjawiska upadłości przedsiębiorstw w Polsce i w poszczególnych krajach europejskich oraz

charakterystyka przyczyn pogarszania lub polepszania się sytuacji ekonomiczno-finansowej podmiotów na przestrzeni analizy ostatnich kilku lat. Prezentowane dane zostały uzyskane metodą *desk research*, która polega na analizie danych zastanych, czyli takich, które zostały wcześniej zebrane i opracowane przez agencje badawcze lub instytucje publiczne. Głównym źródłem danych wykorzystanych w artykule są wyniki badań ujęte w raportach: Upadłości i restrukturyzacje w Polsce w 2016 r. oraz Unternehmensinsolvenzen in Europa 2016/2017.

2. Upadłość i restrukturyzacja przedsiębiorstw w Polsce

W regionie Europy Środkowo-Wschodniej Polska ma jeden z najniższych wskaźników upadłości przedsiębiorstw. Pomimo niekorzystnych uwarunkowań zewnętrznych krajów Europy Wschodniej wyniki badań wskazują na silne tempo wzrostu gospodarczego. Poprawa sytuacji polskiej gospodarki w 2014 r. przełożyła się na zahamowanie upadłości krajowych firm. Skalę upadłości przedsiębiorstw w Polsce na przestrzeni ostatnich dwóch lat odzwierciedla raport grupy inwestycyjno-finansowej Coface pt. Upadłości i restrukturyzacje w Polsce w 2016 r. Jak wykazują dane zawarte w raporcie, liczba upadłości i restrukturyzacji polskich firm w roku 2016 wyniosła 760, co jest wynikiem o 2,6% wyższym niż w roku 2015. Dodać należy, że od 1 stycznia 2016 r. obowiązuje nowe prawo restrukturyzacyjne. Zgodnie z nim postępowaniu restrukturyzacyjnemu podlegają zarówno firmy niewypłacalne, jak i te, które są zagrożone niewypłacalnością. Prezentowane statystyki pokazują liczbę bankrutów i firm zagrożonych bankructwem. Zmiany przyniosły pozytywne efekty, gdyż wzrosło zainteresowanie nowymi formami ochrony przed upadłością. Na wykresie 1 zaprezentowano, jak przebiegała dynamika upadłości i restrukturyzacji w Polsce w latach 1997–2016.



Wykres 1. Postanowienia upadłościowe i restrukturyzacyjne w Polsce w latach 1997–2016

Źródło: opracowanie na podstawie Upadłości i restrukturyzacje... 2017.

Jak wynika z danych zaprezentowanych w formie graficznej, w ostatnim roku został zatrzymany trend spadkowy liczby zgłaszanych upadłości i restrukturyzacji przedsiębiorstw. Liczba ta wzrosła, co było spowodowane większą niepewnością biznesu. Zjawisko w podziale na poszczególne branże przedstawia tabela 1.

Tabela 1.

Upadłości i restrukturyzacje według branż w latach 2008, 2015 i 2016

Branża	Liczba upadłości w 2008 r.	Liczba upadłości w 2015 r.	Liczba upadłości w 2016 r.	Zmiana 2016/2015
Produkcja, w tym:	180	228	226	-1%
Przetwórstwo przemysłowe, w tym m.in.:	168	215	196	-9%
Produkcja artykułów spożywczych i napojów	32	29		+38%
Produkcja metali i metalowych wyrobów gotowych	18	41	39	-5%
Produkcja maszyn, urządzeń i urządzeń elektrycznych	9	14	19	+36%
Produkcja wyrobów z drewna, z wyłączeniem mebli	11	16	17	porównywalnie
Produkcja wyrobów z pozostałych mineralnych surowców niemetalicznych (w tym materiały budowlane)	8	19	15	-21%
Produkcja odzieży i wyrobów tekstylnych	24	20	10	-50%
Produkcja wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych	13	18	10	-44%
Poligrafia i reprodukcja	9	14	10	-29%
Produkcja mebli	12	7	5	spadek
Produkcja papieru i wyrobów z papieru	8	3	4	porównywalnie
Przetwórstwo przemysłowe pozostałe	24	34	27	-21%
Handel, w tym m.in.:	92	170	192	+13%
Handel hurtowy		108	112	+4%
Handel detaliczny		49	50	porównywalnie
Transport	15	41	31	-24%
Budownictwo	59	160	135	-16%
Pozostałe branże, w tym m.in.:	65	142	176	+24%
Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości	6	26	35	+35%
Ogółem	411	741	760	+2,6%

Źródło: opracowanie na podstawie Upadłości i restrukturyzacje... 2017.

W podziale na działy gospodarki struktura upadłości i restrukturyzacji kształtowała się następująco:

- Produkcja w roku 2016 osiągnęła łącznie o 1% mniej upadłości w stosunku do roku poprzedniego. Znaczny wzrost upadłości i restrukturyzacji zanotowano w branżach: produkcja artykułów spożywczych oraz produkcja maszyn i urządzeń elektrycznych – odpowiednio +38% i +36%. Powodów takiego stanu należy się doszukiwać w wahaniach cen surowców i zwiększającej się konkurencji na rynku, a także w malejącym poziomie inwestycji. Z kolei pozostałe branże przetwórstwa przemysłowego (m.in. metale i metalowe wyroby gotowe, wyroby z gumy i tworzyw sztucznych, produkcja mebli czy produkcja wyrobów papierniczych) osiągnęły spadek poziomu zgłaszanych upadłości i restrukturyzacji. Największy – 50% – osiągnęła produkcja odzieży i wyrobów tekstylnych.

- W przypadku handlu (zarówno hurtowego, jak i detalicznego) sytuacja była znacznie bardziej napięta. Rok 2016 był negatywny pomimo rosnącej konsumpcji. Pogarszały się zarówno obroty, jak i zdolność płatnicza przedsiębiorstw handlowych. Głośnym echem na rynku odbiła się np. likwidacja sieci sklepów detalicznych – Alma. Poza tym pogarszała się także sytuacja małych i średnich firm, którym coraz trudniej konkurować ze znacznie większymi koncernami. W 2016 r. w handlu upadły 192 spółki, w tym 112 zajmujących się handlem hurtowym i 50 handlem detalicznym. W porównaniu do roku 2015 jest to wzrost o 13%.
- W innych gałęziach gospodarki sytuacja kształtowała się następująco: transport charakteryzował się spadkiem liczby zgłaszanych upadłości w porównaniu do roku 2015 o 24%, budownictwo także zanotowało spadek – o 16%, a w pozostałych branżach (m.in. działalność związana z obsługą rynku nieruchomości) liczba upadłości wzrosła o 24%. Ogółem w całej gospodarce upadłość przedsiębiorstw wzrosła o 2,6% w stosunku rok do roku (w 2015 r. upadło 741 przedsiębiorstw, natomiast w 2016 r. już 760) (Upadłości i restrukturyzacje... 2017, s. 4–5).

Tabela 2 prezentuje geograficzny rozkład upadłości w naszym kraju – w podziale na województwa.

Tabela 2.

Upadłość polskich przedsiębiorstw w podziale na województwa

Województwo	Liczba upadłości 2015 r.	Liczba upadłości 2016 r.	Zmiana 2015/2016
Mazowieckie	165	145	-12%
Śląskie	85	104	+26%
Dolnośląskie	70	96	+37%
Małopolskie	65	79	+22%
Wielkopolskie	71	57	-20%
Zachodniopomorskie	49	44	-10%
Lubelskie	25	35	+40%
Kujawsko-pomorskie	50	33	-34%
Podkarpackie	29	33	+14%
Pomorskie	34	23	-32%
łódzkie	21	22	porównywalnie
Podlaskie	7	20	+86%
Warmińsko-mazurskie	28	19	-32%
Lubuskie	16	18	+13%
Świętokrzyskie	18	15	-16%
Opolskie	8	14	+75%
Ogółem	741	760	+2,6%

Źródło: opracowanie na podstawie Upadłości i restrukturyzacje... 2017.

W podziale na województwa dominującą pozycję pod względem liczby upadłości przedsiębiorstw w Polsce zajmuje województwo mazowieckie. Stan ten wynika z faktu, że województwo mazowieckie jest obszarem, na którym występuje największa liczba zarejestrowanych firm. Drugim regionem pod tym względem jest województwo śląskie. W porównaniu rok do roku

największy odsetek upadających przedsiębiorstw został odnotowany w województwie podlaskim (+86%) oraz opolskim (+75%). Województwa: kujawsko-pomorskie, pomorskie oraz warmińsko-mazurskie to obszary, na których wystąpiła znacząca poprawa sytuacji.

3. Upadłość przedsiębiorstw w krajach Europy Zachodniej

Liczba upadłości przedsiębiorstw Europy Zachodniej sukcesywnie malała od początku lat 90. Jedną z głównych przyczyn tego trendu była coraz lepsza sytuacja gospodarcza. Na przestrzeni roku 2000 sytuacja diametralnie się zmieniła i nastąpił wzrost ogólnej liczby upadłości przedsiębiorstw. Sytuację w ostatnich latach prezentuje tabela 3.

Tabela 3.

Liczba upadłości przedsiębiorstw w krajach Europy Zachodniej w latach 2014–2016

Kraj	2016 r.	2015 r.	2014 r.	Zmiana 2015/2016
Belgia	9 170	9 762	10 736	-6,1%
Dania	6 674	4 029	4 049	+65,6%
Niemcy	21 560	23 180	24 030	-7,0%
Finlandia	2 408	2 574	2 954	-6,4%
Francja	56 288	61 429	60 853	-8,4%
Grecja	108	189	330	-42,9%
Wielka Brytania	17 927	15 983	17 660	+12,2%
Irlandia	1 032	1 049	1 164	-1,6%
Włochy	15 057	16 015	16 101	-6,0%
Luksemburg	983	873	845	+12,6%
Holandia	4 399	5 271	6 645	-16,5%
Norwegia	4 544	4 462	4 803	+1,8%
Austria	5 534	5 422	5 600	+2,1%
Portugalia	7 168	7 288	6 773	-1,6%
Szwecja	6 019	6 433	7 158	-6,4%
Szwajcaria	6 504	6 098	5 867	+6,7%
Hiszpania	4 080	5 097	6 564	-20,0%
Razem	169 455	175 154	182 132	-3,3%

Źródło: opracowanie na podstawie Unternehmensinsolvenzen in Europa... 2017.

Pośród krajów Europy Zachodniej największą liczbą upadłości przedsiębiorstw na przestrzeni ostatnich lat odznaczała się Francja. Pomimo tendencji spadkowej (liczba upadłych przedsiębiorstw w stosunku rok do roku w latach 2016/2015 zmniejszyła się o 8,4%) Francja w dalszym ciągu przoduje wśród krajów Europy Zachodniej w tej dziedzinie. W minionym roku dynamika upadłości firm w tym kraju znacznie spowolniła, zatem w stosunku procentowym rok do roku Francja znajduje się zaraz za Grecją, Hiszpanią i Holandią pod względem zmniejszającej się liczby likwidowanych firm. Aktualna wartość jest na najniższym poziomie od 2011 r. Spowodowane jest to wzrostem inwestycji biznesowych i reaktywacją krajowej gospodarki. Wśród 17 badanych krajów Europy Zachodniej w latach 2015–2016 największym procentowym wskaźnikiem wzrostu upadłości przedsiębiorstw

charakteryzowała się Dania. Kolejnym państwem, które osiągnęło wysoki, lecz znacznie niższy niż Dania procentowy wskaźnik wzrostu upadłości przedsiębiorstw, jest Luksemburg (12,2%). Podobny poziom tego wskaźnika osiągnęła Wielka Brytania (12,6%), jednak porównując upadłość przedsiębiorstw pod względem ich liczby, znacznie więcej firm upadło w Wielkiej Brytanii, co wiąże się z dużą różnicą wielkości obu krajów.

Największy procentowy wskaźnik spadku liczby upadłości przedsiębiorstw w ujęciu rok do roku w latach 2015–2016 odnotowano w Grecji. Pomimo kryzysu finansowego występującego w ostatnich latach w tym kraju i jego negatywnych konsekwencji dla państwowej gospodarki w Grecji upadało z roku na roku coraz mniej przedsiębiorstw. Dla porównania: w 2014 r. upadło ich 330, a w kolejnych latach występował trend malejący – odpowiednio 189 upadłych firm w 2015 r. i jedynie 108 firm w roku 2016. Kolejnym państwem notującym znaczną zmianę spadku upadłości przedsiębiorstw była Hiszpania, gdzie, podobnie jak w Grecji, liczba upadających przedsiębiorstw co roku sukcesywnie maleje. Ma to swoje odzwierciedlenie we wzroście produktu krajowego brutto (PKB) w ostatnich latach, co jednocześnie przyczyniło się do zażegnania kryzysu występującego w ostatnim okresie na Półwyspie Iberyjskim. Zbliżoną wartość do Hiszpanii osiągnęła Holandia (–16,6), przy bardzo podobnej liczbie upadających firm.

4. Upadłość przedsiębiorstw w krajach Europy Środkowo-Wschodniej

Inaczej niż w Europie Zachodniej wygląda sytuacja w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Podczas gdy na zachodzie kontynentu liczba upadłych przedsiębiorstw łącznie zmalała o ponad 3%, w omawianych krajach wzrosła ona o 5,8% w stosunku rok do roku na przestrzeni lat 2015–2016. W każdym z przedstawionych w tabeli 4 państw istnieją akty prawne regulujące procesy upadłościowe przedsiębiorstw, jednak brak doświadczenia oraz odpowiednich narzędzi pozwalających stosować przepisy prawa w praktyce uniemożliwia ich skuteczne wykorzystywanie. W porównaniu do krajów Europy Zachodniej mechanizm gospodarki rynkowej został wprowadzony w późniejszym czasie, stąd wymogi dotyczące stosowania regulacji upadłościowych weszły w życie znacznie później (Grzegorzewska 2008).

Na tle statystyk dotyczących upadłości przedsiębiorstw krajów Europy Środkowo-Wschodniej Polska wyróżniała się największym spadkiem liczby upadających przedsiębiorstw wśród ośmiu krajów, w których odnotowano spadki w tej dziedzinie. Jest to przede wszystkim wynikiem ożywienia gospodarczego we wszystkich sektorach gospodarki. Polska jest jednym z dynamicznie rozwijających się krajów Unii Europejskiej dzięki rosnącym realnym dochodom, generowanym głównie przez prywatne firmy.

Tabela 4.

Upadłość przedsiębiorstw w krajach Europy Środkowo-Wschodniej w latach 2014–2016

Kraj	Liczba w 2016 r.	Liczba w 2015 r.	Liczba w 2014 r.	Zmiana 2015/2016
Bułgaria	871	1 083	1 031	-19,6%
Estonia	335	376	428	-10,9%
Chorwacja	38 052	24 074	7 776	+58,1%
Łotwa	732	802	964	-8,9%
Litwa	2 560	2 012	1 594	+27,2%
Polska	597	770	864	-22,5%
Rumunia	8 053	10 269	20 696	-21,6%
Serbia	2 104	2 072	2 062	+1,5%
Słowacja	692	715	831	-3,2%
Słowenia	1 228	1 154	1 302	+6,4%
Czechy	2 438	3 004	3 563	-18,8%
Węgry	41 007	46 967	60 596	-12,7%
Ogółem	98 668	93 298	101 707	+5,8%

Źródło: opracowanie na podstawie Unternehmensinsolvenzen in Europa... 2017.

Wśród pozostałych krajów o zbliżonym do Polski procentowym wskaźniku liczby upadłych przedsiębiorstw wyróżnia się: Rumunię, Bułgarię i Czechy. W przypadku Rumunii głównym czynnikiem zahamowania upadłości przedsiębiorstw na przestrzeni ostatnich dwóch lat był znaczny wzrost konsumpcji oraz importu. Z kolei w Bułgarii, pomimo występujących w tym kraju w ostatnim okresie wewnętrznych problemów politycznych, gospodarka zaskakująco dobrze się rozwijała. Przyczynami tego były wzrost PKB w 2016 r. o ponad 3% i spadające bezrobocie. W Czechach trend spadkowy spowodowany był głównie – podobnie jak we wcześniej wymienionych krajach – poprzez wzrost PKB.

Procentowy wzrost upadłości wystąpił jedynie w czterech z 12 badanych krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Na ich tle szczególnie wyróżnia się Chorwacja, która od 2015 r. posiada nowe, niekorzystne prawo upadłościowe. Stało się ono główną przyczyną zagrożeń dla przedsiębiorstw. Doszło tam do znacznego wzrostu upadłości podmiotów gospodarczych (58,1%). Również na Litwie znacząco wzrosła upadłość przedsiębiorstw – po roku 2015 cechującym się wzrostem o 26,2% również w 2016 r. tendencja wzrostowa nasilała się w podobnym stopniu. Wzrosty upadłości firm w mniejszej skali zarejestrowano w Słowenii i Serbii.

5. Podsumowanie

Badania ukazujące zjawisko upadłości przedsiębiorstw w poszczególnych krajach europejskich pokazują, że proces ten charakteryzuje się różnym stopniem nasilenia. Wśród analizowanych państw można wyróżnić takie o niskim, średnim i wysokim poziomie zjawiska. Uwarunkowane jest ono nie tylko sytuacją ekonomiczno-gospodarczą czy polityczną, ale także liczbą

działających na rynku podmiotów gospodarczych. Im większa liczba funkcjonujących na rynku firm, tym skala upadłości także może być większa.

Liczba upadłości przedsiębiorstw w krajach Europy Zachodniej nie różni się znacząco od liczby upadłości przedsiębiorstw krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Francja z liczbą 56 288 upadłości w roku 2016 osiągnęła największy wskaźnik na zachodzie Europy. Nieco mniej, bo 41 007 upadłości osiągnęły Węgry, zajmując tym samym pierwsze miejsce na liście upadłości przedsiębiorstw wśród krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Polska natomiast posiada jeden z najniższych wskaźników liczby upadających przedsiębiorstw w regionie. Jedną z głównych przyczyn takiego stanu jest wprowadzenie z początkiem 2016 r. nowego prawa upadłościowego, dzięki któremu liczba upadłości likwidacyjnych wyraźnie spadła i jest najniższa od 2009 r.

Wzrost gospodarczy Polski, podobnie jak innych krajów Europy Środkowo-Wschodniej, zyskał na inwestycjach współfinansowanych z funduszy Unii Europejskiej, stąd w tym regionie Europy zaledwie tylko w czterech z badanych państw odnotowano wzrost liczby upadłości przedsiębiorstw.

BIBLIOGRAFIA

Antonowicz P., 2015, *Bankructwa i upadłości przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.

Boratyńska K., 2009, *Przyczyny upadłości przedsiębiorstw w Polsce*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług” nr 39.

Grzegorzewska E., 2008, *Zjawisko upadłości przedsiębiorstw w Polsce na tle innych krajów europejskich*, „Zeszyty Naukowe SGGW. Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej” nr 68.

Korol T., Prusak B., 2005, *Upadłość przedsiębiorstw a wykorzystanie sztucznej inteligencji*, CeDeWu, Warszawa.

Mączyńska E., 2015, *Upadłości przedsiębiorstw – kontekst globalny*, [w:] Mączyńska E. (red.), *Bankructwa, upadłości i procesy naprawcze przedsiębiorstw. Wybrane aspekty regulacyjne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.

Mączyńska E. (red.), 2009, *Meandry upadłości przedsiębiorstw. Klęska czy druga szansa?*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.

Romanowska M., Dziurski P. (red.), 2016, *Anatomia kryzysu w przedsiębiorstwie*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.

Unternehmensinsolvenzen in Europa 2016/2017, 2017, raport Creditreform, https://www.creditreform.de/fileadmin/user_upload/crefo/download_de/news_termine/wirtschaftsforschung/inso-lvenzeneuropa/AnalyseUnternehmensinsolvenzen_in_Europa__2016-17.pdf (dostęp 15.06.2017).

Upadłości i restrukturyzacje w Polsce w 2016 r., 2017, raport Coface,
<http://www.coface.pl/AKTUALNOSCI-I-MEDIA/Biuro-prasowe/Raport-roczny-Coface-Upadlosci-i-restrukturyzacje-w-Polsce-w-2016-roku> (dostęp 26.05.2017).



STUDENCKIE
zeszyty naukowe

zachęcamy do rozwijania
Twojego *dorobku naukowego*

PUBLIKUJ ARTYKUŁ
Z KAŻDEJ
DZIEDZINY NAUK
TO
ZYSKASZ

Student, absolwent:

- uczestnictwo w dyskusji naukowej – wymianie myśli i twórczych rozwiązań naukowych,
- zwieńczenie pracy i zaangażowania na różnych polach aktywności studenckiej,
- profesjonalny debiut dla osób rozpoczynających działalność naukowo-badawczą,
- zdobycie umiejętności związanych z procedurą wydawniczą,
- rozwój kariery zawodowej,
- realizacja celów rozwoju naukowego i zawodowego w sposób niestandardowy,
- wzbogacenie swojego życiorysu i dorobku naukowego,
- zdobycie cennych punktów przy wnioskowaniu o stypendium Rektora lub Prezydenta Miasta.

Nauczyciel akademicki:

- rozwój dorobku naukowego poprzez udział w redagowaniu i recenzowaniu SZN WEUO – funkcja Redaktora lub Recenzenta Naukowego Zeszytu,
- rozwój i potwierdzenie umiejętności dydaktycznych poprzez upowszechnianie wyników badań naukowych studentów i doktorantów,
- skuteczne osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie kształtowania umiejętności badawczych studentów, także poza standardowymi zajęciami dydaktycznymi
- możliwość rozwoju interdyscyplinarnych badań i zacieśniania współpracy w środowisku naukowym.



UNIWERSYTET OPOLSKI
WYDZIAŁ EKONOMICZNY



REDAKCJA:

- 📍 Wydział Ekonomiczny, Uniwersytet Opolski
ul. Ozimska 46a , 45-058 Opole
- ✉ mkrasucka@uni.opole.pl
- ☎ (77) 40 16 897
- 🌐 szn.we.uni.opole.pl
- 📘 facebook.com/wydzialekonomiczny

szn.we.uni.opole.pl

Studenckie Zeszyty Naukowe mają charakter **Serii Wydawniczej** i są wydawane w formie elektronicznej.

Publikacja artykułów jest **nieodpłatna** - Autor nie ponosi żadnych kosztów związanych z publikowaniem artykułu.