
Streszczenia

Managerial Economics 13, 115-117

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

STRESZCZENIA

Joanna Duda: **Rola kredytów bankowych w finansowaniu działalności inwestycyjnej polskiego sektora MSP** ■ *Managerial Economics* 2013, No. 13

Słowa kluczowe: *kredyt bankowy, innowacje, sektor MSP, źródła finansowania, inwestycje*

Innowacyjność przedsiębiorstw jest w dużym stopniu zależna od możliwości pozyskania kapitałów na inwestycje. Powszechnie mówi się o problemach pozyskania kredytów bankowych przez sektor MSP, dlatego też w niniejszym artykule na podstawie badań literaturowych i empirycznych podjęto próbę oceny roli kredytów bankowych w finansowaniu działalności inwestycyjnej polskich MSP. W tym celu dokonano analizy źródeł finansowania ze szczególnym uwzględnieniem oferty kredytowej skierowanej przez banki do małych i średnich przedsiębiorstw; przedstawiono koszty i warunki uzyskania kredytów oraz odniesiono je do struktury realizowanych inwestycji.

Henryk Gurgul, Roland Mestel, Robert Syrek: **Testowanie zależności przyczynowych pomiędzy stopami zwrotu a wielkością obrotów za pomocą kopul** ■ *Managerial Economics* 2013, No. 13

Klasyfikacja JEL: G15, G17

Słowa kluczowe: *dane intraday, zmienność zrealizowana, wielkość obrotów, zależności dynamiczne, kopule*

W artykule przeprowadzono analizę zależności pomiędzy stopami zwrotu, ich zmiennością oraz wielkością obrotów pięciu spółek notowanych na Wiedeńskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Wykorzystując dane wysokiej częstotliwości, przeprowadzono testy, wykorzystując kopule Bernsteina oraz odległość Hellingera. Warto zauważyć, że testy te mogą być zastosowane dla dowolnej liczby zmiennych. Jedynym parametrem, który musi określić badacz, jest parametr określający dokładność oszacowania nieparametrycznych gęstości kopul. W pracy zaprezentowano pewne wzory zależności przyczynowych pomiędzy stopami zwrotu, zmiennością oraz oczekiwanym i nieoczekiwanym wolumenem. Wykazano, że istnieje zależność przyczynowa od zmienności zrealizowanej do oczekiwanego wolumenu i brak takiej zależności w odwrotnym kierunku. Wykryto silną zależność przyczynową liniową oraz nieliniową od stóp zwrotu do oczekiwanego wolumenu. Oznacza to, że znajomość historycznych stóp zwrotu może być pomocna w prognozowaniu oczekiwanego wolumenu. Nie wykryto zależności w kierunku przeciwnym.

Henryk Gurgul, Artur Machno, Roland Mestel: **Modelowanie stóp zwrotu i wielkości obrotów za pomocą kopuł przełącznikowych** ■ *Managerial Economics* 2013, No. 13

Klasyfikacja JEL: G15, G17

Słowa kluczowe: *zmienność stóp zwrotu, wielkość obrotów, zależność, kopule przełącznikowe*

Struktura zależności pomiędzy zmiennością zrealizowaną a wielkością obrotów może być oddana za pomocą kopul przełącznikowych. Estymacja za pomocą kopul przełącznikowych dostarczyła

wyniki dotyczące zależności pomiędzy zmiennością zrealizowaną a wielkością obrotów wybranych spółek notowanych w indeksie ATX na Giełdzie Wiedeńskiej. W pierwszym reżimie została wybrana asymetryczna kopuła z dodatnimi zależnościami w ogonach. Natomiast w drugim reżimie została wybrana kopuła Gaussa, która jest symetryczna oraz łączy zmienne niezależne w ogonach. W przypadku wszystkich badanych spółek prawdopodobieństwo przebywania w pierwszym reżimie okazało się znacznie większe. Taki wynik sugeruje, iż na rynku istnieje zależność dla ekstremalnych wartości między zmiennością zrealizowaną a wielkością obrotów. Uzyskane wyniki sugerują, że na siłę zależności nie ma prawdopodobnie wpływu wielkość spółki, a istotnym czynnikiem jest tu przypuszczalnie branża, do której spółka przynależy.

Henryk Gurgul, Marcin Suder: Modelowanie wypłat z wybranych bankomatów sieci „Euronet” ■ *Managerial Economics* 2013, No. 13

Słowa kluczowe: *bankomaty, wypłaty, schematy napełniania gotówką, modelowanie SARIMA*

W artykule został rozważony problem modelowania i prognozowania dziennych wypłat z bankomatów sieci „Euronet” zainstalowanych w województwie małopolskim oraz podkarpackim w okresie od stycznia 2008 do marca 2012. Głównym celem tego artykułu była estymacja modeli szeregów czasowych wypłat z wybranych bankomatów i próba prognozy zapotrzebowania na gotówkę w zależności od ich lokalizacji. Takie badania są niezbędne w celu ustalenia schematu napełniania bankomatów gotówką. Wyniki badań sugerują, że modele bazujące na liniowym modelu ARIMA uwzględniającym efekty sezonowe są użytecznymi narzędziami modelowania szeregów czasowych dziennych wypłat z bankomatów. Okazało się, że ten typ modeli może być stosowany niezależnie od lokalizacji bankomatów. Prognozy ex post są obciążone błędami poniżej 20%. Jest to błąd niższy niż błędy występujące przy stosowaniu obecnych schematów napełniania bankomatów gotówką.

Katarzyna Liczmańska, Agnieszka M. Wiśniewska: Silna marka jako determinanta zakupu w sektorach objętych zakazem reklamy publicznej – przykład polskiego sektora alkoholi wysokoprocentowych ■ *Managerial Economics* 2013, No. 13

Słowa kluczowe: *sila marki, instrumenty konkurowania, decyzje zakupowe, zakaz reklamy*

Zadaniem artykułu była ocena znaczenia silnej marki w procesach konkurowania o klienta, a także w procesach decyzyjnych konsumentów w sytuacji, gdy reklama jest prawnie zabroniona. Ostatecznie autorki proponują model budowania silnej marki w zbiorze determinant zakupowych w sytuacji zakazu stosowania reklamy. W artykule przedstawiono wyniki dwóch uzupełniających się badań. Pierwsze zostało zrealizowane metodą wywiadu osobistego na próbie 1500 respondentów indywidualnych w Polsce w roku 2007, natomiast drugie przeprowadzono metodą ankiety bezpośredniej lub internetowej na próbie 16 przedsiębiorstw produkujących bądź importujących alkohole wysokoprocentowe. Zebrany materiał pozwolił stwierdzić, iż konsumenci jako główny czynnik wyboru w przypadku alkoholi z wyższych półek cenowych wskazują silną markę, a wszyscy przedstawiciele producentów zauważają potrzebę budowania silnych marek oraz deklarują, że mają takie w swojej ofercie. W artykule dowiedziono, że w sektorach, w których obowiązuje zakaz reklamy masowej, lub z jakichś powodów reklama taka nie może być stosowana, budowanie silnych marek produktowych jest możliwe. Proponowany przez autorki model sugeruje, na co zwrócić uwagę przy tworzeniu silnej marki w sektorach, w których nie można w tym celu wykorzystać reklamy.

Paweł Zając: Nowe spojrzenie na estymację funkcji hazardu dla prawdopodobieństwa przeżycia przedsiębiorstw na przykładzie danych z Nowej Zelandii ■ Managerial Economics 2013, No. 13

Słowa kluczowe: *demografia biznesu, narodziny i śmierć przedsiębiorstwa, funkcja hazardu, symulacje Monte Carlo, predykcja*

Autor przedstawia nową metodologię o nazwie FIRM służącą do estymacji funkcji hazardu dla prawdopodobieństwa przeżycia nowo powstałych przedsiębiorstw. Metodologia opiera się na konstrukcji procesu stochastycznego i jest przetestowana z wykorzystaniem symulacji Monte Carlo na rzeczywistych danych. Dane pochodzą z Nowej Zelandii i zawierają informację na temat przedsiębiorstw powstałych w tym kraju w latach 2001–2010. Przedsiębiorstwa podzielone są na grupy w zależności od liczby pracowników, symulacje prowadzone są dla każdej grupy. Współczynniki determinacji osiągnięte w procesie symulacji oscylują w okolicy 90%. Autor zauważa znaczące różnice w prawdopodobieństwie przeżycia przedsiębiorstw w zależności od wielkości firmy mierzonej liczbą pracowników. Przeprowadzone symulacje pozwoliły na estymację średniej i odchylenia standardowego długości życia przedsiębiorstw oraz predykcję nieznanymi wartościami funkcji hazardu w każdej z grup.