

Małgorzata Lewandowska

Tendencje zmian w makrootoczeniu - perspektywa polskich przedsiębiorstw

International Journal of Management and Economics 27, 155-179

2010

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.

Tendencje zmian w makrootoczeniu – perspektywa polskich przedsiębiorstw

Wprowadzenie

Globalizacja¹ to jeden z ważniejszych trendów, jakie charakteryzują współczesną gospodarkę. Zjawisko globalizacji jest wielowymiarowe, gdyż jego występowanie możemy obserwować w kilku obszarach – mówimy o globalizacji finansów, rynków i strategii, technologii, stylów życia i modeli konsumpcji, rządu i regulacji prawnych, globalizacji jako politycznym ujednolicaniu świata². To właśnie wysoki stopień globalizacji gospodarki światowej przyczynił się do szybkiego rozprzestrzenienia się kryzysu gospodarczego.

Jednym z przejawów globalizacji widocznym na poziomie przedsiębiorstw jest ich umiędzynarodowienie³, czyli różne formy i zakres powiązań przedsiębiorstwa z rynkami zagranicznymi⁴.

Analiza otoczenia przeprowadzana na użytek przedsiębiorstwa od zjawiska globalizacji nie może więc abstrahować. Przeprowadzona zaś w sposób kompleksowy ma za zadanie umożliwić identyfikację szans, ale też zagrożeń, jakie niesie ze sobą otoczenie. Analiza dotyczyć powinna kluczowych czynników otoczenia, takich, które wywierają będą największy wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa oraz możliwości jego rozwoju⁵. Jakie czynniki do analizy wybrać, zależy już będzie od rodzaju produktu i specyfiki branży.

Analiza otoczenia w przypadku produktów masowej konsumpcji skupiać się będzie na czynnikach ekonomicznych, demograficznych i kulturowych, podczas gdy w analizie przeprowadzonej dla dóbr inwestycyjnych i zaopatrzeniowych większy nacisk położyć należy na czynniki technologiczne, uwarunkowania ekonomiczne oraz prawno-polityczne⁶. Pamiętać również należy, że poszczególne elementy otoczenia charakteryzuje różna dynamika zmian. Czynniki, których zmiany zachodzą w sposób ciągły, są zdecydowanie łatwiejsze do przewidzenia, podczas gdy zmienne nieciągłe (elementy otoczenia technologicznego czy też gwałtowne wydarzenia ekonomiczne) wymagają stałej analizy, która i tak zresztą, jak w przypadku ostatniego kryzysu finansowego, nie gwarantuje przedsiębiorstwom bezpieczeństwa i stabilności działania, a służyć może jedynie jako element wczesnego ostrzegania.

Otoczenie przedsiębiorstwa stanowią wszystkie czynniki zewnętrzne, które wpływają lub mogą wpływać na zdolność firmy do skutecznego przeprowadzenia transakcji

z klientami⁷. Otoczenie możemy podzielić na dalsze – makrootoczenie oraz otoczenie bezpośrednie, bliższe – mikrootoczenie.

Makrootoczenie jest to zespół warunków funkcjonowania przedsiębiorstwa wynikający z tego, że działa ono w określonym kraju i regionie, w określonej strefie klimatycznej, w danym układzie politycznym, prawnym itp⁸. Makrootoczenie można podzielić na mniejsze grupy uwarunkowań, takie jak: otoczenie ekonomiczne, otoczenie społeczno-kulturowe, otoczenie demograficzne, otoczenie administracyjno-prawne i polityczne, otoczenie technologiczne, otoczenie naturalne. Makrootoczenie w sposób bardzo silny określa możliwości działania przedsiębiorstwa. Jako że samo przedsiębiorstwo nie może w istotny sposób go modyfikować, musi dostosować do niego swoje plany rozwoju. Makrootoczenie wpływa również na zachowania innych podmiotów rynku – pośredników handlowych, producentów, konsumentów. Globalizacja powoduje przenikanie się wymienionych czynników (sfer makrootoczenia) w skali międzynarodowej (technologia coraz częściej ma wymiar światowy), następuje ujednolicenie prawa w skali regionalnej (wpływ integracji), zmiany stanu aktywności gospodarczej następują w skali globalnej (patrz ostatni kryzys).

Mikrootoczenie (otoczenie konkurencyjne) to wszystkie podmioty funkcjonujące na rynku, które mają bezpośredni wpływ na działania przedsiębiorstwa⁹. Kluczowymi podmiotami tego otoczenia są: ostateczni i pośredni nabywcy produktów oferowanych przez przedsiębiorstwo, konkurenci przedsiębiorstwa (obecni i potencjalni), dostawcy dóbr i usług, właściciele (akcjonariusze i udziałowcy), inne grupy interesów: media, instytucje finansowe, władze samorządowe, organizacje ekologiczne i konsumenckie, związki zawodowe, związki pracodawców, grupy lobbingowe¹⁰. Mikrootoczenie wpływa na przedsiębiorstwo, warunkując jego rozwój, jednocześnie przedsiębiorstwo poprzez swoją strategię konkurencyjną modyfikuje warunki otoczenia.

W niniejszym opracowaniu poruszona zostanie jedynie problematyka otoczenia dalszego – makrootoczenia. Szczególna uwaga zostanie poświęcona skutkom akcesji Polski do Unii Europejskiej, efektom globalizacji oraz konsekwencjom kryzysu finansowo-ekonomicznego.

Otoczenie ekonomiczne

Otoczenie ekonomiczne odzwierciedla potencjał rynkowy danego kraju, stwarza warunki działania w zakresie sprzedaży produktów i zaopatrzenia w surowce. Opisywane jest przez takie czynniki, jak stan gospodarki i tempo jej wzrostu, kursy wymiany walut, bilans płatniczy, poziom inflacji, zmiany zatrudnienia, stopę inwestycji ogółem i w danej branży.

Szczególnie ważnym czynnikiem jest tempo wzrostu gospodarczego, gdyż wraz z poprawą sytuacji gospodarki poprawia się sytuacja nabywców i rośnie popyt stymulowany przez wzrost ich siły nabywczej. Równie ważnym czynnikiem jest stopa inflacji, gdyż

wysoka destabilizuje sytuację gospodarczą, wzmacnia zmiany kursów walut, wpływa na spadek długoterminowych inwestycji¹¹.

Stosunkowo łatwo dostępne są dane o **produkcie krajowym brutto** kraju, przypadającym **na jednego mieszkańca**, który obrazuje poziom zamożności społeczeństwa. Roczny wzrost PKB w latach 2004–2008 wyniósł w Polsce średnio 5,3% wobec 3,1% w latach 1999–2003. Dzięki temu PKB *per capita* wzrósł z poziomu 49,0% w roku 2003 do 53,6% względem pozostałych państw Unii Europejskiej¹². Proces realnej konwergencji, czyli odrabiania przez gospodarkę polską dystansu rozwojowego jest stosunkowo szybki, choć nadal, według szacunków ekspertów, Polska ma szansę dogonić stare kraje Unii dopiero w 2039 r. Dystans w poziomie rozwoju Polski względem krajów zachodnich wynika głównie z przestarzałych technologii produkcji, gorszego wykorzystania kapitału ludzkiego oraz mniejszej ilości zakumulowanego kapitału fizycznego¹³.

Jak widać, nie można oczekiwać znaczącego zmniejszenia się różnic w poziomie życia społeczeństw starych i nowych krajów Unii w perspektywie najbliższych kilku lat. Dodatkowo kryzys ekonomiczny sprawił, że dotychczasowe przewidywania należy poddać daleko idącej weryfikacji, a nawet założyć, że zapaść gospodarcza może wywołać procesy dywergencyjne w gospodarkach państw Europy Środkowo-Wschodniej¹⁴.

Jedną z miar rozwoju społeczno-ekonomicznego państw jest **wskaźnik rozwoju społeczno-ekonomicznego** (*Human Development Index*), opracowany przez ONZ w 1993 r. dla celu porównań międzynarodowych. Według rankingu z 2008 r. Polska zajmuje 39. pozycję wśród badanych 179 państw i zaliczana jest do grupy krajów o wysokim poziomie HDI¹⁵. Jednak mimo stosunkowo wysokiej pozycji w skali całego świata, w porównaniu z innymi krajami UE Polska nie wypada już tak znakomicie. W rankingu wyprzedzają ją wszystkie kraje UE15 oraz Czechy, Słowenia czy Węgry. Przy uwzględnieniu więc tego indeksu Polska w rozszerzonej Unii zajmuje 21. miejsce, podczas gdy w rankingach sporządzanych wyłącznie na podstawie PKB *per capita* jest na pozycji 25. Uwzględnienie więc innych poza dochodem wskaźników poziomu życia poprawia naszą pozycję w Unii¹⁶.

Z kolei w rankingu *Global Competitiveness Index*¹⁷ nasz kraj spadł z 45. pozycji w latach 2006–2007 na 53. (na 134 oceniane kraje) w latach 2008–2009, by w rankingu 2009–2010 znaleźć się na 46. pozycji. W ogólnym rankingu 2009–2010 wyprzedziły nas takie kraje, jak Czechy (pozycja 31.), Estonia (35.) czy Słowenia (37.). W ocenach wskaźników częściowych GCI najlepiej plasujemy się pod względem wielkości rynku (pozycja 20.) oraz poziomu wyższego wykształcenia (31.), najgorzej zaś pod względem rozwoju infrastruktury (103.).

Kolejny ważny element otoczenia ekonomicznego to **inflacja**, która jest czynnikiem wpływającym na dochody konsumentów oraz koszty produkcji przedsiębiorstw. W Polsce od czerwca 2009 zaobserwowano, że wynagrodzenia w przedsiębiorstwach rosną wolniej (przeciętnie o 2%) niż inflacja, która wyniosła 3,5%¹⁸. Oznacza to, że realna siła nabywcza polskich konsumentów spada, co może niepokoić, gdyż 60% produktu krajowego brutto pochodzi właśnie z ich wydatków.

Jednym z ważnych czynników otoczenia ekonomicznego jest również **dostępność kredytów**, zarówno dla przedsiębiorstw, jak i konsumentów indywidualnych. W dobie kryzysu banki cofają jednak przedsiębiorstwom limity kredytowe w związku z niepewną sytuacją rynkową. W dalszej perspektywie może to prowadzić do bankructw przedsiębiorstw, gdyż mają one trudności ze ściąganiem należności, jednocześnie nie mając wystarczającej płynności do regulowania swoich zobowiązań. Stan ten zdają się potwierdzać wyniki badań Konfederacji Pracodawców „Lewiatan” z czerwca 2009 r., przeprowadzonych na grupie 400 firm, z których wynika, że w przypadku co trzeciej firmy bank zażądał dodatkowych zabezpieczeń kredytu, co czwarta z badanych firm ma zmniejszony limit linii kredytowych, a 15% badanych przedsiębiorstw banki odmówiły przyznania kredytu¹⁹.

Kolejnym ważnym elementem otoczenia ekonomicznego są **wahania kursów walutowych**, a co się z tym wiąże – ryzyko kursowe. Ponieważ obserwuje się stosunkowo duże wahania kursu złotego, przedsiębiorcy starają się ograniczać to ryzyko, między innymi przez zawieranie terminowych kontraktów walutowych, odwracanie ryzyka transakcyjnego, walutowe transakcje opcyjnie oraz podział ryzyka²⁰.

Omawiając elementy otoczenia ekonomicznego, nie sposób pominąć **akcesji Polski do Unii Europejskiej**, której efekty są bardzo zróżnicowane. Niewątpliwie przystąpienie Polski do UE dało najsilniejszy efekt w sferze ekonomicznej, gdyż nasz kraj został objęty jednolitymi zasadami obowiązującymi na wewnętrznym rynku UE²¹. Akcesją pozytywnie wpłynęła przede wszystkim na zwiększenie obrotów handlu zagranicznego i inwestycji. Niebagatelne znaczenie ma również transfer środków z budżetu UE, który do roku 2009 wyniósł 14 mld euro, oraz możliwość korzystania ze środków polityki spójności, które w latach 2004–2006 wyniosły 12 mld euro, w latach zaś 2007–2013 wynieść mają 68 mld euro²². Według badań przeprowadzonych rok po akcesji wśród biznesmenów przez Krajową Izbę Handlową około połowa przedsiębiorstw (46%) optymistycznie oceniała perspektywy biznesowe swoich firm w konsekwencji przystąpienia Polski do UE²³. Do pozytywnych zjawisk zaliczano możliwość korzystania z funduszy strukturalnych i łatwiejszy dostęp do nowych rynków. To pozytywne nastawienie przedsiębiorców nie zmieniło się przez cały, pięcioletni już, okres członkostwa w Unii. Według badania z lata 2008 r. przedsiębiorcy z sektora MŚP oczekiwali, że będą pracować w gospodarce rosnącej, firmach rozwijających się dynamicznie, śmiało inwestujących i zwiększających zatrudnienie²⁴.

Nastawienie to jednak zostało zweryfikowane przez **kryzys ekonomiczny**, jeden z bardzo ważnych obecnie czynników otoczenia ekonomicznego, który jest odczuwalny zarówno na poziomie makroekonomicznym – przez gospodarki państw, jak też na poziomie mikroekonomicznym – przez przedsiębiorstwa i klientów indywidualnych. Kryzys gospodarczy²⁵ dynamizuje warunki działania przy jednoczesnym podwyższonym stopniu nieprzewidywalności zmian, co oznacza wzrost ryzyka i niepewności w działalności podmiotów gospodarczych. Źródłami ryzyka są m.in.: spadek popytu na produkty przedsiębiorstwa, pogarszająca się kondycja finansowa, upadłość części

odbiorców i kooperantów przedsiębiorstwa²⁶. Pogorszenie się sprawności funkcjonowania kooperantów bądź ich upadłość powoduje zakłócenia w danym przedsiębiorstwie.

Efekty kryzysu ekonomicznego odczuwane są również na poziomie państw. Szacuje się, że deficyt sektora publicznego (liczony jako procent PKB) w 2010 r. w USA sięgnie 9,7%, w Wielkiej Brytanii 13,3%, we Francji 7,5%, w Niemczech 5,4%. Do września 2009 programy pomocowe pochłonęły w Wielkiej Brytanii i w Niemczech 1,6% ich PKB, we Francji 0,7% PKB²⁷. Na tym tle Polska jawi się jako kraj dotknięty kryzysem w stosunkowo niewielkim stopniu, co w części wynika z faktu, że nie jest tak ściśle powiązana z gospodarką amerykańską. Nie dziwi więc, że jesteśmy krajem, do którego napłynęło w zeszłym roku 16,5 mld dolarów w postaci bezpośrednich inwestycji zagranicznych, czyli więcej niż do innych nowych członków UE. W rankingu zaufania inwestorów Foreign Direct Investment (FDI) *Confidence Index*, opracowanym przez AT Kearney, Polska awansowała z 22. na 6. miejsce na świecie. Kolejny kraj z naszego regionu – Czechy zajął dopiero 16. miejsce²⁸. Słabsza sytuacja ekonomiczna innych krajów Europy Środkowo-Wschodniej jest w chwili obecnej okazją dla Polski, by przejąć potencjalnych inwestorów²⁹.

Plany antykryzysowe zostały stworzone w większości państw. Do najczęściej stosowanych działań należą: wzmacnianie popytu wewnętrznego, np. przez stymulowanie rynku budowlanego i energooszczędnych rozwiązań w budownictwie (Austria, Irlandia), wprowadzanie oszczędności budżetowych (Irlandia, Niemcy) lub zwiększanie deficytu budżetowego (Belgia), podejmowanie inwestycji rządowych, np. uruchamianie robót publicznych (Argentyna), ułatwianie dostępu do kredytów w formie udzielania bankom środków (Litwa), wspieranie małych i średnich przedsiębiorstw (Belgia, Czechy), wspieranie ludności wiejskiej, np. w formie ulg podatkowych (Irlandia), wspieranie emerytów (Argentyna), rodzin wielodzietnych (Austria), wspieranie eksportu oraz napływu inwestycji zagranicznych, stabilizowanie cen surowców (Algieria)³⁰. W niektórych państwach europejskich wprowadzono także dopłaty do zakupu nowych samochodów produkowanych przez rodzime koncerny samochodowe.

Programy walki z kryzysem powstają na poziomie państw, ale również organizacji międzynarodowych. Unia Europejska w listopadzie 2008 r. ogłosiła Europejski Plan Naprawy Gospodarczej, obejmujący natychmiastowy impuls budżetowy w wysokości 200 mld euro (1,5% unijnego PKB). Celem planu jest istotne zwiększenie siły nabywczej, umożliwiające wzrost popytu, jak również „inteligentne inwestowanie”, szczególnie w czyste technologie i infrastrukturę, podnoszące w dłuższej perspektywie konkurencyjność Europy³¹.

Jednak skutki kryzysu odczuwane będą jeszcze długo, a przekładać się będą przede wszystkim na sytuację na rynku pracy, gdzie poziom bezrobocia, również w następstwie zmian strukturalnych, gwałtownie się zwiększa³². Innym skutkiem kryzysu w opinii ekspertów jest zwiększone ryzyko ataków spekulacyjnych na waluty, gdyż spekulacje tego typu nabierają dynamiki w okresach niepewności i zmienności³³.

W opinii większości firm (63% respondentów) kryzys przynosi skutki negatywne. Do najczęściej wymienianych respondenci zaliczyli spadek zamówień i zmniejszenie

przychodów (58%), obniżenie marży firmy (50%), renegocjacje kontraktów i cen (39%), obniżenie wydatków na marketing (34%), zwolnienia pracowników (28%). Do pozytywnych skutków kryzysu zaliczono wejście na nowe obszary działania (20% respondentów), spadek cen oferowanych przez podwykonawców (18%), zwiększenie sprzedaży (16%), wejście na nowe rynki (13%), zmniejszenie konkurencji na rynku (12%)³⁴.

Otoczenie społeczne i kulturowe

Czynniki społeczne i kulturowe stanowią bardzo ważny element otoczenia przedsiębiorstwa, zwłaszcza planującego prowadzić sprzedaż i związane z nią działania marketingowe poza granicami swojego kraju. Jednocześnie globalizacja przyczynia się do istotnych zmian w sferze społeczno-kulturowej, szczególnie dzięki powszechnemu dostępowi do nowoczesnych technologii, w tym przede wszystkim Internetu i telefonii komórkowej. Proponowane przez media wzorce konsumpcji kreują świadomość życia w obrębie kultury globalnej³⁵ i jednocześnie przyczyniają się do ich upowszechniania.

Wśród trendów obserwowanych w zachowaniach współczesnych konsumentów najczęściej wskazuje się na: upodabnianie się (homogenizację) konsumpcji, różnicowanie się (heterogenizację) konsumpcji, etnocentryzm konsumentki, wirtualizację konsumpcji, serwicyzację konsumpcji, ekologizację konsumpcji oraz dekonsumpcję³⁶.

W krajach wysoko rozwiniętych zwiększa się liczba osób o postawach konsumpcyjnych, pragnących zaspokajać coraz bardziej zróżnicowane potrzeby, jest to **heterogenizacja konsumpcji**. Jednocześnie zachodzi proces unifikacji – **homogenizacji** zachowań nabywczych w skali międzynarodowej.

Z kolei **etnocentryzm konsumentki** to świadome preferowanie towarów pochodzenia krajowego³⁷. Jednym ze skutków integracji europejskiej jest etnocentryzm europejski, który przejawia się w ponawianiu zakupów produktów wyprodukowanych w UE³⁸.

Rozwój Internetu również wpływa na zachowania konsumentów, w tym także na **wirtualizację konsumpcji**, czyli zaspokajanie potrzeb za pośrednictwem elektronicznych środków przekazu. Wirtualizacja konsumpcji przejawia się głównie w rozwoju tzw. kultury obrazu, rozdwojeniu życia konsumenta na świat realny i wirtualny oraz przenoszeniu zaspokajania potrzeb np. edukacyjnych do domu³⁹.

Coraz większe rzesze klientów szukają informacji o żywności, higienie czy zdrowiu na licznych portalach, co przekłada się na zwiększenie przychodów z tytułu reklam zamieszczanych tam przez branżę spożywczą czy farmaceutyczną⁴⁰. Z kolei banki zamieszczają swoje strony na portalach społecznościowych, inicjują grupy dyskusyjne, niektóre z nich planują nawet otwieranie oddziałów⁴¹.

Nowym elementem otoczenia, tworzonym przez konsumentów a wykorzystywanym przez przedsiębiorstwa jako narzędzie komunikacji marketingowej, jest blog – dziennik sieciowy. W polskim Internecie funkcjonuje prawie 3 mln blogów, które można podzielić według różnych kategorii, jak: ja i moje życie, profesjonalne, polityka, podróże, kultura,

foto, video, komiks, blogi literackie, moje zainteresowania i pasje, absurdalne i offowe, *teen*⁴². Kryzys ekonomiczny wpłynął na znaczną popularyzację blogów ekonomicznych, z których najpopularniejsze odwiedzane są codziennie nawet przez 100 000 internautów⁴³.

Kolejny obserwowany trend w zachowaniach nabywców to **serwicyzacja konsumpcji**, czyli procentowy wzrost udziału wydatków na usługi w strukturze wydatków gospodarstw domowych⁴⁴. Od wielu lat zwiększa się udział sektora usług w tworzeniu wartości dodanej brutto. W krajach europejskich największą rolę sektor usług odgrywa w Luksemburgu, gdzie udział ten w 2006 r. wyniósł 84,9% ogółu wartości dodanej wytworzonej w gospodarce narodowej tego kraju. W Polsce wynosił w 2006 r. 64,6%, dla porównania na Łotwie 74,9%, w Estonii 67,7%⁴⁵.

Co ważne, udział usług w konsumpcji gospodarstw indywidualnych związany jest bezpośrednio z poziomem ich dochodów – po osiągnięciu relatywnie wysokiego poziomu zamożności popyt ludzi na usługi rośnie szybciej niż na żywność i przewyższa popyt na dobra przemysłowe. Jednocześnie w kryzysie konsumenci rezygnują w pierwszej kolejności właśnie z usług. Jak wynika z badań, w obliczu kryzysu Polacy gotowi są zrezygnować z jadania poza domem (78% respondentów), usług kosmetycznych (65%), pralni chemicznej (56%), rozrywki – kina, teatru (55%), płatnej telewizji (46%), ubezpieczenia (39%), fryzjera (34%) oraz siłowni, basenu i aktywnego wypoczynku (32%).

Innym coraz wyraźniej obserwowanym trendem, szczególnie w krajach wysoko rozwiniętych jest **ekologizacja konsumpcji** – moda na nowy ekologiczny styl życia, zdrową żywność i aktywny wypoczynek. Podobne tendencje można dostrzec również w Polsce, gdzie rynek produktów ekologicznych rośnie. W tej dziedzinie dzieli nas jednak od krajów zachodnich duży dystans. Jak podaje Instytut Badań i Rozwoju Zdrowych Stylów Życia, rynek produktów ekologicznych w Niemczech oceniany był w 2007 r. na 6 mld euro, podczas gdy w Polsce szacuje się go na 400 mln zł w 2009 r. Przeciętny Polak w 2007 r. wydał 1,7 euro na produkty ekologiczne, podczas gdy Francuz 34 euro, Niemiec 50 euro zaś Szwajcar 99 euro⁴⁶. Mimo spowolnienia gospodarczego wywołanego kryzysem szacuje się, że rynek żywności ekologicznej w Polsce wzrośnie w roku 2009 o 15%. Wynika to przede wszystkim z faktu, że jest on w fazie tworzenia, na razie działa na nim zaledwie 180 producentów, a to oznacza że jest jeszcze miejsce dla firm nowo wchodzących⁴⁷.

Rosnący jest też udział produktów pochodzących z etycznej produkcji. Etyczny handel opiera się na uczciwym wynagradzaniu producentów, gwarancji poszanowania praw człowieka oraz trwałych powiązaniach między partnerami gospodarczymi. Towary z logo „Fair Trade” kupuje obecnie co dziesiąty Europejczyk⁴⁸.

Od kilku lat w krajach rozwiniętych obserwuje się jeszcze inną tendencję w zachowaniach konsumentów, polegającą na ograniczaniu dotychczasowej konsumpcji – **dekonsumpcję**. Ograniczanie konsumpcji może wynikać ze wzrostu niepewności co do przyszłości, z ograniczania konsumpcji ilościowej na rzecz jakości, zmniejszania konsumpcji w sferze materialnej na rzecz sfery niematerialnej oraz ograniczania konsumpcji w celu jej racjonalizacji⁴⁹. Wyrazem narastania nastrojów dekonsumpcyjnych

jest powstawanie restauracji propagujących „powolne żywienie” (ang. *slow food*), które są opozycją do restauracji typu fast food⁵⁰. Przejawem ruchu „powoli” jest propagowanie „powolnej pracy” (*slow work*) czy ograniczanie korzystania z poczty elektronicznej (*slow e-mail*)⁵¹.

Kryzys ekonomiczny jest przyczyną, dla której zjawisko dekonsumpcji prawdopodobnie będzie się nasilać. Spowodował on również, że w firmach badawczych powstały nowe profile postaw konsumenckich⁵². Na podstawie analizy metod radzenia sobie z recesją w różnych krajach wyłoniono cztery grupy konsumentów i związane z tym odmienne postawy: pierwsza to **pragmatyzm**, charakterystyczny dla większości mieszkańców Francji, Holandii i Wielkiej Brytanii, którzy szczegółowo analizują wartość wszystkich kupowanych rzeczy i bardzo dokładnie przyglądają się każdej wydatkowanej kwocie. Druga – **dezorientacja**, postawa charakterystyczna dla konsumentów z Włoch i Portugalii, którzy odczuwają większą bezradność w obliczu recesji i uważają, że ma ona głęboki wpływ na ich system społeczny, hierarchię wartości i tożsamość. Podejmują próby uproszczenia swojego życia, skupiając się na rodzinie (Włochy) i lokalnej społeczności (Portugalia). Trzecia ze zidentyfikowanych postaw to „**bycie w pogotowiu**”, charakterystyczna dla konsumentów z Czech, Niemiec i Rumunii, którzy nastawieni są pesymistycznie i ogólnie planują zmniejszyć swoje wydatki. Zarówno Niemcy, jak i Rumuni silniej koncentrują się na pracy i karierze zawodowej. Ostatni profil nowego konsumenta charakteryzuje **koncentracja na przyszłości** – konsumenci z Hiszpanii i Turcji są nastawieni do przyszłości pozytywnie i panuje tam nastrój, który można określić hasłem: „razem damy radę”⁵³. Konsumenci z Polski zaliczeni zostali również do ostatniej grupy. Tak więc, mimo że przeciętny Polak planuje czasowe ograniczenie wydatków, swoją przyszłość jako konsumenta ocenia pozytywnie.

Otoczenie demograficzne

Do istotnych czynników składających się na otoczenie demograficzne zaliczamy liczbę ludności (wielkość populacji) i tempo jej wzrostu, strukturę wiekową i zawodową ludności, gęstość i regionalizację zaludnienia, wielkość i strukturę gospodarstw domowych, poziom i rozkład dochodów ludności.

Z punktu widzenia przedsiębiorstwa istotny może być również wskaźnik mobilności populacji, wskaźnik zatrudnienia zawodowego kobiet, poziom i struktura wykształcenia, poziom analfabetyzmu, liczebność oraz skład rodzin⁵⁴.

Do najważniejszych czynników charakteryzujących sytuację demograficzną Polski należy zaliczyć spadek dzietności, umieralności, zmianę liczby zawieranych małżeństw, obniżenie tempa przyrostu naturalnego ludności, jak również spadek liczby ludności w wieku przedprodukcyjnym i produkcyjnym, wzrost liczby ludzi starych⁵⁵.

Zmiany w sferze dzietności w Polsce, jak również w innych krajach europejskich wynikają ze zmian ekonomicznego modelu rodziny, na który mają wpływ takie tendencje,

jak: słabnąca skłonność do tworzenia rodzin o charakterze sformalizowanym, wzrost liczby osób pozostających w związkach o charakterze nieformalnym, odraczenie decyzji o wejściu w związek małżeński, nasilanie się zjawisk rozpadu małżeństw, zmniejszanie się skłonności do posiadania potomstwa, odraczenie decyzji o posiadaniu dziecka. Procesy te bywają określane jako proces **deinstytucjonalizacji** oraz **destabilizacji rodziny**. Mają one ogromny wpływ na poziom dzietności, gdyż to nadal małżeństwa pozostają tą formą rodziny, która sprzyja posiadaniu potomstwa⁵⁶.

Według szacunków ONZ⁵⁷ w 2050 r. średni wiek populacji w Polsce wynosić będzie 52,4 lat, podczas gdy średnia dla Europy Zachodniej to 46,7, dla Europy Wschodniej 48,1, dla świata zaś ogółem 38,1 lat. Szacunki te potwierdzają dzisiejsze obawy, że polskie społeczeństwo, ze względu na opisane niekorzystne trendy, będzie przeciętnie o 14 lat starsze niż reszta świata.

Rząd polski już teraz przygotowuje się na taki scenariusz i stara się aktywizować seniorów zawodowo, szczególnie że w Polsce w 2007 r. wskaźnik zatrudnienia dla osób w wieku okołiemerytalnym wyniósł zaledwie 29,7% i był jednym z najniższych wskaźników dla tej grupy w krajach UE. Polscy pracodawcy wciąż nie są jednak zainteresowani pracownikami w wieku okołiemerytalnym⁵⁸. W związku z tą sytuacją polski rząd do 2015 r. wdraża program „Solidarność pokoleń – działania dla zwiększenia aktywności zawodowej osób w wieku 50+”⁵⁹. Według jego założeń, do 2013 r. wskaźnik zatrudnienia osób w wieku 55–64 lat powinien wzrosnąć do 40%, celem zaś jest osiągnięcie do 2020 r. wskaźnika zatrudnienia tej grupy osób na poziomie 50%, określonym w strategii lizbońskiej, przyjętej przez kraje UE w 2000 roku⁶⁰.

Starzenie się ludności przynosi też pozytywne zjawisko, jakim jest wzrost zapotrzebowania na usługi⁶¹. Już teraz rośnie zainteresowanie ofertą wyjazdową⁶² czy edukacyjną (przede wszystkim uniwersytetami trzeciego wieku). Przykładem wychodzenia z usługą dla osób starszych jest oferta telefonów komórkowych operatora CenterNet „W Rodzinie”. Aparaty tej firmy są proste w obsłudze, mają większe wyświetlacze, tak aby ułatwić korzystanie z nich osobom starszym⁶³.

Trend polegający na kreowaniu dla osób starszych warunków zachęcających do ponownej czy przedłużonej aktywności zawodowej, jak również rosnąca rola tych osób jako konsumentów określany jest mianem **srebrnej gospodarki** (ang. *silver economy*). W licznych publikacjach dotyczących tego zjawiska podkreśla się potrzebę większego zaangażowania tej grupy społecznej w tworzenie rozwiązań dotyczących prawodawstwa, a także udoskonalania oferty usług czy towarów dla nich przeznaczonych⁶⁴.

Z ostatnich danych wynika, że kryzys gospodarczy ma wpływ na zmiany w strukturze zatrudnienia. W czasie spowolnienia gospodarczego bezrobocie wśród młodzieży rośnie dwa razy szybciej niż w pozostałych grupach wiekowych. Dzieje się tak dlatego, że przedsiębiorstwa rozpoczynają zwolnienia od osób młodych, mniej doświadczonych, a potem długo ich nie zatrudniają w obawie przed kolejną falą kryzysu⁶⁵.

W związku z opisanymi tendencjami starzenia się społeczeństwa przy jednoczesnym zmniejszeniu dzietności, znaczącym problemem dla Polski stanie się niedostatek siły

roboczej. Automatyzacja, która przydatna jest przy produkcji dóbr materialnych, nie sprawdzi się już przy świadczeniu usług, szczególnie że rośnie i będzie rósł popyt na coraz bardziej wyrafinowane usługi osobiste, jak doradztwo finansowe czy psychoterapie⁶⁶.

Sytuacja ta przyczynić się może do wzrostu udziału obcokrajowców w polskim rynku pracy, a co za tym idzie również ich obecności w społeczeństwie. Pozytywnym efektem gospodarczym, związanym z uzupełnieniem luki na rynku pracy, towarzyszyć mogą problemy asymilacyjne, które już teraz obserwuje się w wielu krajach Europy.

Otoczenie administracyjno-prawne i polityczne

Na otoczenie administracyjno-prawne i polityczne składają się normy prawa i przepisy administracyjne obowiązujące w obszarze działalności przedsiębiorstwa.

Przedmiotem decyzji prawno-politycznych o dużym znaczeniu strategicznym są cła, podatki, regulacje dotyczące ochrony środowiska itd. W dobie globalizacji niezbędne jest obserwowanie warunków prawno-politycznych w wymiarze międzynarodowym, taki bowiem charakter ma współczesna konkurencja. Obecnie postępuje proces deregulacji, polegający na stopniowym znoszeniu ograniczeń administracyjno-prawnych. Z drugiej strony następuje proces jednoczenia państw w regionalne, zintegrowane organizmy gospodarcze, o wspólnych dla ich członków zasadach działania. Oba procesy, ściśle ze sobą powiązane, mają ogromne znaczenie zarówno dla państw w nich uczestniczących, jak i państw pozostających poza tymi wspólnotami i aspirujących do nich. Istotna staje się więc obserwacja rozwoju sytuacji międzynarodowej, gdyż jej ciągła ewolucja może stworzyć nowe szanse dla przyszłej ekspansji rynkowej przedsiębiorstwa.

Dla Polski niewątpliwie najważniejszym wydarzeniem mającym wpływ na otoczenie prawne była akcesja Polski do Unii Europejskiej. Akcesja spowodowała, że obok krajowego porządku prawnego zaczął obowiązywać system prawny UE, oparty na traktatach założycielskich oraz tworzonym na ich podstawie prawie pochodnym. Polska została również objęta systemem sądownictwa wspólnotowego. Może uczestniczyć także, jako członek Unii, w kształtowaniu treści przepisów prawa UE⁶⁷. W celu wykonania prawa Unii Europejskiej do końca 2008 r. przyjęto 178 ustaw, co stanowiło 17% wszystkich ustaw uchwalanych przez polski parlament. W związku ze zwiększoną liczbą oraz dużym stopniem skomplikowania unijnych aktów prawnych, powstała inicjatywa społeczna pod hasłem „Prawo Unii Europejskiej to nie tylko sprawa Brukseli”, mająca na celu dbanie o jakość stanowionego w UE ustawodawstwa. Szczególną wagę inicjatorzy akcji mają przykładać do złych skutków, jakie mogą w przyszłości przynieść źle skonstruowane przepisy⁶⁸.

Stabilność polityczna kraju jest również ważnym czynnikiem otoczenia administracyjno-prawnego. W 2007 r. Polska oceniana była jako kraj o dość słabej stabilności politycznej (ocena 2,2 pkt w skali 1–5), co wynika przede wszystkim ze stosunkowo częstych zmian na szczeblu rządowym i co za tym idzie – zmian w polityce gospodar-

czej. W 2008 r. zaobserwowano wyraźną poprawę w ocenie tego ryzyka – średnia ocen wyniosła 3,4 punkta⁶⁹.

Kolejnym bardzo ważnym elementem otoczenia administracyjno-prawnego są **regulacje administracyjno-prawne**, czyli różnego rodzaju formy oddziaływania państwa na wybrane gałęzie gospodarki (poziom mezoekonomiczny), na rodzaje usług, niekiedy na konkretne przedsiębiorstwa (poziom mikroekonomiczny)⁷⁰. Jakość regulacji prawnych w Polsce nie jest dobrze oceniana. Do największych przeszkód dla działających w Polsce przedsiębiorców zaliczono skomplikowany, mało precyzyjny i niekorzystny dla przedsiębiorców system podatkowy, trudny inwestycyjny proces budowlany, czasochłonny i kosztowny proces rejestracji działalności gospodarczej, techniczne trudności z wdrażaniem korzystnych rozwiązań, jak na przykład podpis elektroniczny, wysokie opłaty związane z obowiązkiem uzyskiwania zezwoleń, pozwoleń i licencji oraz zbyt restrykcyjne i niejasne prawo pracy⁷¹. Taka sytuacja zmniejsza potencjalną konkurencyjność polskich przedsiębiorstw na rynku, hamuje też napływ inwestorów, choć z drugiej strony działa jak swoistego rodzaju bariera wejścia, rzutując na intensywność konkurencji w wielu branżach gospodarki.

W rankingu Banku Światowego *Doing Business 2008*⁷² Polska lokowała się dopiero na 74. miejscu wśród 178 krajów pod względem swobody prowadzenia działalności gospodarczej. Oprócz krajów UE15 w rankingu wyprzedziły ją takie kraje, jak Węgry (pozycja 41.), Bułgaria (45.), Rumunia (47.) czy Słowenia (54.). Nasz kraj znalazł się w rankingu obok takich krajów jak Kazachstan, Kenia i Pakistan. W roku 2009 Polska utrzymała swoją pozycję, a nawet w kilku obszarach nasza pozycja uległa znacznej poprawie, jak chociażby w kategorii „rozpoczęcie działalności gospodarczej”, co wynika prawdopodobnie z faktu zmniejszenia wymaganego kapitału zakładowego z 50 tys. zł do 5 tys. zł. Kolejnym obszarem, w którym nastąpiły pozytywne zmiany, jest uzyskiwanie kredytu. Poprawa w tym zakresie wynika prawdopodobnie z nowelizacji ustawy o zastawie rejestrowym, która weszła w życie w styczniu 2009 r., reformy prawa upadłościowego i naprawczego, nowelizacji ustawy o podatku od towarów i usług VAT oraz redukcji składki rentowej⁷³.

Jednak nadal istnieją obszary, które powodują, że pozycja Polski w rankingu jest stosunkowo niska. Dotyczy to przede wszystkim złego prawa budowlanego – zbyt dużej liczby procedur budowlanych, długiego czasu oczekiwania na wydanie pozwoleń. Krytycznie oceniana jest również procedura płacenia podatków w Polsce. Przedsiębiorca polski poświęca jej średnio 400 godzin rocznie, dokonując średnio 40 płatności, podczas gdy przedsiębiorcy litewskiemu 14 płatności zabiera mniej niż 170 godzin⁷⁴. Negatywnie oceniany jest również polski wymiar sprawiedliwości, szczególnie w obszarze dochodzenia należności. Konsekwencją jest sytuacja, gdzie nierentowne przedsiębiorstwa mogą latami unikać płacenia należności wierzycielom, zmuszonym do korzystania z pomocy firm windykacyjnych.

W opinii ekspertów niska jakość otoczenia prawno-instytucjonalnego biznesu w Polsce wynika nie tylko ze złych procedur, ale również z faktu, że podstawą tworzenia prawa

i regulacji jest ochrona przed nieuczciwymi praktykami, co jest zjawiskiem typowym dla kraju o niskim poziomie zaufania społecznego⁷⁵.

Otoczenie technologiczne

Szybki rozwój techniki kształtujący dynamikę otoczenia technologicznego stał się nieodłącznym elementem współczesnego świata. Dotyczy on zarówno metod wytwarzania produktów, jak też innych dziedzin wspomagających produkcję, takich jak przesyłanie informacji, przetwarzanie energii, sposoby transportu i magazynowania towarów, techniki handlu, projektowanie i wzornictwo przemysłowe. Cechą charakterystyczną współczesnego rynku jest skrócenie czasu pomiędzy wynalazkiem a wdrożeniem go do produkcji.

Zmiany technologiczne w końcu XX wieku opierały się głównie na technologiach informacyjnych i komunikacyjnych⁷⁶ oraz osiągnięciach fizyki ciała stałego (co umożliwiała budowę obwodów o bardzo dużej skali integracji) oraz na biochemii i biotechnologii⁷⁷. Szczególnie widoczny w ciągu ostatnich lat był postęp w dziedzinie technologii informatycznych, w tym Internetu, który stał się jednym z ważniejszych narzędzi wykorzystywanych przez firmy do realizacji sprzedaży, rozliczeń finansowych, przesyłania informacji, promocji itp. Innym obszarem szybkiego rozwoju technologicznego są usługi oparte na wiedzy i tzw. „*green products and services*” – czyli usługi i produkty wytwarzane w oparciu o przyjazne środowisku materiały i procesy produkcyjne⁷⁸.

W gospodarkach najbardziej rozwiniętych widoczna jest tendencja do **dezindustrializacji** (rezygnacji z rozwoju niektórych przemysłów, szczególnie schyłkowych) oraz nasilenie postępu technologicznego, dzięki czemu możliwy jest podział procesu produkcyjnego – **fragmentaryzacja**, wydzielenie danego etapu lub części produkcji z działalności przedsiębiorstwa i zlecenie go do wykonania na zewnątrz (*outsourcing*) lub przeniesienie produkcji do innego regionu czy kraju (*offshoring*)⁷⁹.

Aktualnie przewiduje się, że siłami napędowymi w zakresie przemian technologicznych w XXI wieku staną się przede wszystkim inżynieria genetyczna i inne biotechnologie, ewolucja świata nieorganicznego związana z wprowadzaniem tzw. „*smart materials*”⁸⁰, dalszy postęp w nanotechnologii⁸¹, technologiach informatycznych, telekomunikacji i elektronice⁸².

Do najbardziej istotnych zmian w otoczeniu wywołanych stosowaniem przez przedsiębiorstwa Internetu należy przede wszystkim zaliczyć: redukcję kosztów dystrybucji, wzrost znaczenia prawa rosnących przychodów, wzrost siły przetargowej klientów (dostawców i odbiorców), obniżenie kosztów zmiany dostawcy, eliminowanie pośredników, rozwój społeczności wirtualnych oraz atomizację łańcucha wartości polegającą na rozbiciu na mniejsze ogniwa⁸³.

Dane pokazują, że w zakresie dostępu do Internetu dystans dzielący polskie przedsiębiorstwa od firm z czołowych państw europejskich (Finlandia, Holandia, Słowacja)

zmniejsza się sukcesywnie i wynosi obecnie 6–7%. Dostęp do Internetu jest najbardziej powszechny wśród przedsiębiorstw dużych i średnich oraz takich, które działają w branżach pośrednictwa finansowego, radia i telewizji oraz informatycznej. Średnia dla wszystkich krajów UE27 w 2007 r. wyniosła 93%, a więc była tylko nieznacznie wyższa niż średnia dla Polski⁸⁴. Jednak szerokopasmowy dostęp do Internetu jest na dużo niższym poziomie – w 2007 r. zaledwie 53% polskich przedsiębiorstw zatrudniających co najmniej 10 osób miało taki dostęp, podczas gdy średnia dla UE 15 wynosiła 82%, dla UE27 zaś 77%⁸⁵.

W związku z rozwojem technologii informatycznych w literaturze pojawiło się wspomniane już pojęcie **społeczeństwa informacyjnego**⁸⁶. W roku 2007 w Polsce ponad połowa (54%) gospodarstw domowych posiadała przynajmniej jeden komputer. Udział ten był o 10 punktów procentowych niższy niż średnia dla 27 krajów UE (64%). Niższe niż Polska wskaźniki miały Bułgaria, Rumunia i Serbia, najwyższe zaś kraje skandynawskie i Holandia. Jednocześnie wskaźnik dostępu do Internetu wśród gospodarstw domowych wyniósł w 2007 r. 41% i sięgnął trzech czwartych poziomu średniej dla 27 krajów UE (54%)⁸⁷. Niestety jakość udostępnianych w Polsce łączy znacznie odbiega od standardów światowych. Najczęściej sprzedawane są w Polsce prędkości 1–2 Mbps, podczas gdy na przykład w Korei Południowej ponad 60% użytkowników ma łącza 5 Mbps i szybsze⁸⁸. Ze światłowodów, które umożliwiają korzystanie z nowych usług w Internecie, takich jak telewizja trójwymiarowa czy programy w wysokiej rozdzielczości, korzysta w Polsce zaledwie 1% gospodarstw domowych, podczas gdy na Litwie ten udział wynosi prawie 18%, w Szwecji ponad 12%, Norwegii 11%⁸⁹. Polska zajmuje również ostatnie pozycje w statystykach informatyzacji szkół, szczególnie w zakresie dostępu placówek oświatowych do Internetu szerokopasmowego (średnia dla Polski 28% przy średniej europejskiej 67%)⁹⁰.

Jednak zapewnienie fizycznego dostępu nie jest jedynym warunkiem e-integracji społeczeństwa w Polsce. Istotniejsze jest wypracowanie potrzeb i kompetencji, które w pełni pozwolą z nowych technologii korzystać. W ocenie stanu rozwoju społeczeństwa informacyjnego mierzonego indeksem społeczeństwa informacyjnego Polska (z wyjątkiem Mazowsza) jest obszarem o bardzo niskim poziomie rozwoju, a tempo rozwoju społeczeństwa informacyjnego jest niższe niż średnia europejska⁹¹.

Otoczenie naturalne

Typowe czynniki otoczenia naturalnego to m.in. klimat, topografia terenu (ukształtowanie powierzchni, zbiorniki wodne, dostęp do morza, szczególne warunki naturalne), jak również jednorodność rynku (regionu) pod względem wymienionych cech⁹². Do otoczenia naturalnego należy również zaliczyć dostępność zasobów naturalnych. Siła wpływu otoczenia naturalnego na przedsiębiorstwo zależy oczywiście od charakteru jego działalności. Specyfika klimatu może wymuszać ze strony producentów pewne modyfikacje w produktach, a jednocześnie znacząco wpływać na zakupy konsumentów.

Dostępność surowców naturalnych – surowców mineralnych, rolniczych, odnawialnych źródeł energii⁹³ to szczególnie ważny element otoczenia dla przedsiębiorstw planujących angażowanie się w produkcję, zaś znaczenie poszczególnych czynników zależy od branży ich działania⁹⁴.

Akcesja Polski do UE istotnie wpłynęła na politykę państwa odnośnie do zarządzania zasobami naturalnymi. Podjęto wiele działań dostosowawczych, szczególnie w zakresie ochrony środowiska naturalnego⁹⁵. Dla niektórych przedsiębiorstw mogło to oznaczać konieczność zaprzestania działalności w związku z niedostosowaniem do nowych standardów. Innym efektem akcesji mającym wpływ na środowisko, a także na zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstw jest możliwość oznakowań ekologicznych produktów (ang. *ecolabelling*) przez tych wytwórców, którzy dostosują standardy produkcyjne do wymogów unijnych⁹⁶.

Przy okazji omawiania zagadnień związanych z otoczeniem naturalnym nie sposób nie wspomnieć o **zjawisku globalnego ocieplenia**⁹⁷, które jest między innymi powodowane zwiększoną emisją gazów cieplarnianych. W związku z nasilaniem się tego zjawiska rządy państw podpisały dokument, zwany protokołem z Kioto, zobowiązujący rządy ratyfikujących go państw do zmniejszenia emisji szkodliwych gazów. Protokół zobowiązuje nasz kraj do obniżenia swojej emisji o co najmniej 5% w latach 2008–2012⁹⁸.

Unia Europejska w 2008 r. przyjęła Europejski Pakiet Klimatyczno-Energetyczny, zwany Programem 3x20, który zakłada, że do roku 2020 UE ograniczy emisję gazów cieplarnianych o 20%, zwiększy udział źródeł odnawialnych w bilansie energetycznym do 20% (w Polsce udział energii ze źródeł odnawialnych w zużyciu energii wyniósł w 2006 r. 7,5%, podczas gdy w Szwecji 41,4%, na Łotwie 31,4 %) i o 20% podniesie efektywność energetyczną. Głównym narzędziem ograniczania emisji gazów cieplarnianych jest unijny system handlu emisjami (ETS). Polska nie ma problemów z wypełnieniem kryteriów protokołu z Kioto, jak również założeń z planu europejskiego, gdyż w latach 1988–2001 zmniejszyła emisję gazów o 33%⁹⁹. W związku z tą sytuacją decyzją UE ograniczono Polsce przyznane jej w Krajowym Planie Rozdziału Uprawnień do Emisji na lata 2005–2007 limity emisji CO₂, gdyż jak argumentowano, mogłoby to doprowadzić do sprzedaży limitów przez polskie przedsiębiorstwa i zniechęcałoby do proekologicznych inwestycji. Inny aspekt przyjętego dokumentu to pogodzenie dążenia do ochrony środowiska z planami rozwoju branż takich jak na przykład chemiczna, której przedsiębiorstwa emitują duże ilości szkodliwych gazów¹⁰⁰. Limit Krajowego Planu Rozdziału Uprawnień do Emisji na lata 2008–2012 również został zmniejszony, jednak tym razem polski rząd odwołał się od decyzji Unii, którą sąd pierwszej instancji unieważnił¹⁰¹. Skutkiem sporu z Unią jest jednak duże opóźnienie w przyznaniu limitów na rok 2010, co utrudnia przedsiębiorstwom planowanie wielkości produkcji związanej z emisją CO₂¹⁰².

Wspomniany już handel emisjami jest zjawiskiem powszechnym wśród przedsiębiorstw. Firmy planujące zwiększenie produkcji muszą dokupywać zezwolenia na emisję stosownie do swoich potrzeb. Jednak istnieje grupa firm, szczególnie hut i cementowni, których nadwyżka tylko w 2008 r. wyniosła 33 mln uprawnień, czyli 35 mln ton CO₂.

Według cen rynkowych ich wartość to 500 mln euro. Z kolei najwięcej firm z niedoborami zezwoleń to elektrownie (w tym również polskie), które zmuszone będą do kupowania ich na wolnym rynku. To w bezpośredni sposób przeniesie się na ceny energii, również tej kupowanej przez konsumentów indywidualnych, którzy tym samym staną się sponsorami hut i cementowni, sprzedających zezwolenia¹⁰³.

Podsumowanie

Podsumowując powyższe rozważania, należy podkreślić ogromną dynamikę zachodzącą praktycznie we wszystkich elementach otoczenia przedsiębiorstwa. Jednocześnie trudno jednoznacznie określić, w jakim kierunku następować będą zmiany, szczególnie że na perspektywę krajową, która jest przedmiotem niniejszego opracowania, nałożyć należy tendencje światowe. W syntetyczny sposób przyszłość przedstawili eksperci „Financial Times”, którzy do ważnych trendów w światowej gospodarce zaliczyli¹⁰⁴:

- Wzrost znaczenia, jak też ceny informacji – eksperci uważają bowiem, że zjawisko polegające na zalewie Internetu darmową, lecz nie zawsze wartościową informacją będzie zanikać. Presję wywierają przede wszystkim przedsiębiorstwa, takie jak wydawcy książek, którzy nalegają na Amazon.com czy innych dystrybutorów, aby podnosiły ceny e-książek.
- Wydłużenie aktywności zawodowej ludzi starszych – z jednej strony wymuszone decyzjami rządu, jak chociażby w Wielkiej Brytanii, z drugiej zaś wynikające z chęci pokolenia 50 plus do pozostania dłużej na rynku pracy.
- Spadek znaczenia zysku jako miernika sukcesu rynkowego przedsiębiorstwa – wynikający z faktu, że w ostatnich latach obserwować można było trudności wielu firm (takich jak Boeing, ICI, Citigorup), które koncentrując się wyłącznie na maksymalizacji wartości dla akcjonariuszy, traciły z pola widzenia inne ważne czynniki, jak chociażby zrównoważony rozwój.
- Przejęcie władzy w przedsiębiorstwach przez przedstawicieli pokolenia X – którzy wzbogaceni podczas hossy branży internetowej szczególnie mocno odczuwają jej zapaść. Atutem obecnych trzydziestolatków jest indywidualizm, który z jednej strony może pomóc przy rozwiązywaniu kwestii równości płci i rasy, z drugiej – utrudniać przejęcie władzy w zhierarchizowanych korporacjach.
- Stosowanie eksperymentu w działaniach biznesowych – a przede wszystkim wykształcenie umiejętności uczenia się na błędach i wyciągania doświadczeń z nieudanych przedsięwzięć, szczególnie że niedawny okres kryzysu gospodarczego udowodnił, że nie ma „instytucji zbyt dużych, by nie mogły upaść”.
- Zwiększenie wydajności pracy – co wynika z rosnącej konkurencyjności krajów grupy BRIC, wywierających presję na swoich mniej wydajnych konkurentów. Tempo rozwoju Chin jest nie tylko wynikiem ogromnych inwestycji, ale również najszybszego na świecie wzrostu wydajności¹⁰⁵. Presja na zwiększanie wydajności pracy

będzie rosła również ze względu na ideę zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa, które zmuszane będzie produkować więcej przy zużyciu mniejszej ilości surowców. Sprzyjać temu będzie coraz większa dostępność nowych technologii.

- Wzrost znaczenia nowych instrumentów finansowych – których celem będzie transfer ryzyka z osób prywatnych na ubezpieczające ich instytucje. Obecnie centrum zainteresowania firm przejmujących ryzyko są przedsiębiorstwa, z czasem wzrośnie znaczenia kontraktów zawieranych z osobami fizycznymi, gdyż dla nich również otoczenie staje się coraz bardziej dynamiczne, a co za tym idzie coraz bardziej nieprzewidywalne.

Przypisy

¹ Globalizacja działalności gospodarczej jest to dokonujący się na świecie długofalowy proces integrowania coraz większej liczby krajowych gospodarek ponad ich granicami dzięki rozszerzaniu oraz intensyfikowaniu wzajemnych powiązań (inwestycyjnych, produkcyjnych, handlowych, kooperacyjnych), w wyniku czego powstaje ogólnosiwiatowy system ekonomiczny o dużej współzależności i znaczących reperkusjach działań podejmowanych bądź toczących się nawet w odległych krajach. A. Zorska, *Ku globalizacji? Przemiany w korporacjach transnarodowych i w gospodarce światowej*, PWN, Warszawa 1998, s. 20.

² Grupa Lizbońska. *Granice konkurencji*, Poltext, Warszawa 1996, s. 43–48.

³ S.T. Cavusgil, G. Knight, J.R. Riesenberger, *International Business. Strategy, Management and the New Realities*, Pearson Prentice Hall, 2008, s. 30.

⁴ Z. PierścioneK, *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa*, WN PWN, Warszawa 2003, s. 454. Zjawiska internacjonalizacji odnosić się mogą do każdego systemu gospodarczego oraz jego elementu. Można więc mówić o umiędzynaradawianiu się rynków produktów i czynników wytwórczych, którego przejawy to przede wszystkim międzynarodowa wymiana towarów i usług, międzynarodowa wymiana czynników wytwórczych (takich jak siła robocza, kapitał, wiedza techniczna, środowisko naturalne) oraz międzynarodowe przepływy finansowe. Na ten temat szerzej patrz: J. Misala, *Nowe zjawiska i tendencje w gospodarce światowej*, „Zeszyty Naukowe” nr 26 Kolegium Gospodarki Światowej SGH, Warszawa 2009.

⁵ T. Gołębiowski, *Zarządzanie strategiczne. Planowanie i kontrola*, Difin, Warszawa 2001, s. 117.

⁶ Ibidem, s. 117.

⁷ Ph. Kotler, G. Armstrong, J. Sauters, V. Wong, *Marketing. Podręcznik europejski*, PWE, Warszawa 2002, s. 182.

⁸ G. Gierszewska, M. Romanowska, *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 2009, s. 23.

⁹ Ph. Kotler, G. Armstrong, J. Sauters, V. Wong, op.cit., s. 182.

¹⁰ *Decyzje marketingowe w przedsiębiorstwie*, red. J. Mazur, Difin, Warszawa 2002, s. 59.

¹¹ J.W. Wiktor, R. Oczkowska, A. Żbikowska, Marketing międzynarodowy. Zarys problematyki, PWE, Warszawa 2008, s. 46.

¹² Na pierwsze 5 lat Polski w Unii Europejskiej, Departament Analiz i Prognoz Ministerstwa Gospodarki, Warszawa 2009, s. 5–26.

¹³ Raport Polska 2030. Wyzwania rozwojowe, Zespół Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów, Wyd. Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2009, s. 25.

¹⁴ M. Próchniak, Konwergencja poziomów PKB *per capita*, s. 41, w: Polska. Raport o konkurencyjności. Zasoby ludzkie a przewagi konkurencyjne, red. M.A. Weresa, SGH, Warszawa 2009.

¹⁵ Wskaźnik **Human Development Index** oparty jest na takich zmiennych, jak przeciętna długość życia, ogólny wskaźnik skolaryzacji dla wszystkich poziomów nauczania, wskaźnik umiejętności czytania ze zrozumieniem i pisanie oraz PKB na jednego mieszkańca w USD, liczony według parytetu nabywczego waluty (PPP \$). Szerzej patrz: <http://hdr.undp.org/en/statistics> (20.06.2009).

¹⁶ R. Rapacki, Analiza porównawcza wyników gospodarczych w 2008 roku, w: Polska. Raport..., op.cit., s. 29.

¹⁷ Wskaźnik **Global Competitiveness Index**, publikowany w raporcie Global Competitiveness Report, jest rezultatem corocznego badania porównawczego warunków rozwoju gospodarczego przeprowadzanego przez Światowe Forum Ekonomiczne. Określa zdolność państw do długookresowego wzrostu gospodarczego. Pomiar konkurencyjności oparty jest na szeregu czynników, takich jak: wymagania podstawowe (instytucje, infrastruktura, równowaga makroekonomiczna, zdrowie i edukacja na poziomie podstawowym), czynniki poprawiające efektywność (wyższe wykształcenie i doskonalenie zawodowe, efektywność rynku dóbr, efektywność rynku pracy, poziom rozwoju rynku finansowego, gotowość techniczna, rozmiar rynku) oraz czynniki innowacyjności i rozwoju (jakość środowiska biznesowego oraz innowacyjność). Szerzej patrz: The Global Competitiveness Report 2009–2010, World Economic Forum, www.weforum.org (12.09.2009).

¹⁸ J.K. Kowalski, Inflacja zjada nasze pensje, „Dziennik” 17.07.2009.

¹⁹ N. Hałabuz, S. Śmigiel, M. Samcik, Kredytowa susza, „Gazeta Wyborcza” 19.06.2009.

²⁰ Szerzej patrz: W. Grzegorzczak, Marketing na rynku międzynarodowym, Oficyna Wolters Kluwer Business, Kraków 2009, s. 82–84.

²¹ 5 lat Polski w Unii Europejskiej, Urząd Komitetu Integracji Europejskiej, Warszawa 2009, s. 14.

²² Ibidem, s. 17.

²³ Badanie: Opinie przedsiębiorców o wpływie przystąpienia Polski do Unii Europejskiej na warunki prowadzenia działalności gospodarczej, Biuro ds. UE KIG, Warszawa, 6 maja 2005, podano za: 5 lat członkostwa Polski w Unii Europejskiej w perspektywie społecznej, Urząd Komitetu Integracji Europejskiej, Warszawa 2009, s. 56, www.ukie.gov.pl (26.09.2009).

²⁴ M. Starczewska-Krzysztożek, Konkurencyjność Sektora MŚP 2008. Wyniki badania, Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan, Warszawa, listopad 2008, podano za: 5 lat członkostwa Polski w Unii Europejskiej, op.cit., s. 71.

²⁵ Interesujące omówienie przyczyn i skutków globalnego kryzysu w krajach EŚW, w tym Polski znaleźć można w pracach: Globalny kryzys finansowy i jego konsekwencje w opiniach ekonomistów polskich, red. J. Szambelańczyk, Związek Banków Polskich, Warszawa 2009, jak również W.M. Orłowski, W pogoni za straconym czasem. Wzrost gospodarczy w Europie Środkowo-Wschodniej, PWE, Warszawa 2010, pkt 5.1.

²⁶ Wzrost ryzyka działalności gospodarczej w kontekście kryzysu jest obecnie przedmiotem wielu badań, w tym badania „Monitoring sektora dużych przedsiębiorstw 2009”, przeprowadzonego przez CBOS na ogólnopolskiej próbie 251 firm na zlecenie PKPP Lewiatan i Deloitte. Prawie 75% respondentów uznało, że kryzys negatywnie wpłynie na prowadzoną przez nich działalność gospodarczą. Do największych zagrożeń wywołanych kryzysem respondenci zaliczyli przede wszystkim wahania kursu walutowego, zatory płatnicze oraz osłabienie popytu na polskim rynku. Szerzej patrz: www.pkpplewiatan.pl

²⁷ N. Roubini, Kryzys: którędy do wyjścia, „Gazeta Wyborcza” 21.09.2009.

²⁸ K. Przybyła, Światowy kryzys przyciągnął do nas nowych inwestorów, „Dziennik Gazeta Prawna” 10.03.2010.

²⁹ A. Woźniak, Słabną rywale Polski do inwestycji zagranicznych, „Rzeczpospolita” 19.02.2010.

³⁰ Informacja dotycząca działań antykryzysowych podejmowanych w wybranych krajach świata. Ministerstwo Gospodarki, Sekretariat Ministra, Warszawa, lipiec 2009, s. 3–4. Szerzej patrz: www.mg.gov.pl

³¹ Ibidem, s. 6–7.

³² D. Hübner, Jaka europejska strategia 2020, „Rzeczpospolita” 4.03.2010.

³³ K. Rybiński, Spekulacyjne łobuzy szykują się do ataku, „Dziennik Gazeta Prawna” 12–14.03. 2010.

³⁴ Wyniki badania firmy 4 Results „Strategie firm w kryzysie”, przeprowadzonego na próbie 119 przedsiębiorstw, szerzej patrz: D. Styczek, Firmy bronią się przed recesją, tnąc koszty, „Dziennik” 16.07.2009, s. 5.

³⁵ Niezwykle interesująco wątek społecznego wymiaru globalizacji jako procesu intensyfikacji konsumpcji prezentuje W. Wątroba. Patrz: W. Wątroba, Społeczeństwo konsumpcyjne, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2009.

³⁶ A. Dąbrowska, M. Janoś-Kresło, Konsumpcja w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, PWE, Warszawa 2007, s. 48. Na temat trendów konsumenckich piszą między innymi: Cz. Bywalec, Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania, PWN, Warszawa 2007, rozdz. 5; J. Woś, J. Rachocka, M. Kasperek-Hoppe, Zachowania konsumentów – teoria i praktyka, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2004, rozdz. 4.

³⁷ Szerzej patrz: T. Sikora, Efekt kraju pochodzenia w marketingu międzynarodowym, w: Marketing międzynarodowy. Uwarunkowania, instrumenty, tendencje, red. E. Duliniec, SGH, Warszawa 2007, s. 105.

³⁸ Szerzej patrz: K. Mazurek-Łopacińska, Eurokonsument – kulturowe uwarunkowania postaw i zachowań, w: Konsument i przedsiębiorstwo w przestrzeni europejskiej – etnocentryzm czy globalizacja? CBIe, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 1999.

³⁹ A. Dąbrowska, M. Janoś-Kresło, Konsumpcja w krajach..., op.cit., s. 51.

⁴⁰ M. Fura, Portale zarobią na medycynie, „Dziennik Gazeta Prawna” 15.03.2010.

⁴¹ T. Boguszewicz, Banki odkrywają e-społeczności, „Rzeczpospolita” 5.11.2009.

⁴² www.blogroku.pl (09.09.2009).

⁴³ K. Evans, Kryzys wykreował nowe gwiazdy blogosfery, „Dziennik” 22.07.2009.

⁴⁴ C. Bywalec, Konsumpcja w teorii i praktyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 155; A. Dąbrowska, Rozwój rynku usług w Polsce – uwarunkowania i perspektywy, „Monografie i Opracowania” nr 548, SGH, Warszawa 2008, s. 149 (podano za: A. Dąbrowska, M. Janoś-Kresło, Konsumpcja w krajach..., op.cit., s. 51).

⁴⁵ Rynek wewnętrzny w 2007 roku, GUS, Warszawa 2008, s. 21.

⁴⁶ K. Mazurek-Łopacińska, Polish consumer on the European market, materiały z konferencji „International Marketing and Business in the CEE Markets” Katowice, październik 2008.

⁴⁷ J. Sawicka, Eko rynek wciąż się tworzy, „Supermarket Polska”, 2009, nr 3, s. 25.

⁴⁸ P. Rudzki, Po kryzysie bardziej szanujemy pieniądze, „Rzeczpospolita” 28.01.2010.

⁴⁹ J. Rachocka, Dekonsumpcja, homocentryzm, ekologizacja życia – nowe tendencje konsumenckie w rozwiniętych gospodarkach rynkowych, w: Problemy globalizacji gospodarki, red. T. Bernat, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Szczecin 2003, s. 185–192.

⁵⁰ Więcej o ruchu *slow food* na stronach: www.slowfood.com; www.slowfood.pl

⁵¹ C. Bywalec, Konsumpcja w teorii..., op.cit., s. 151.

⁵² Wyniki badania firmy badawczej Millward-Brown SMG/KRC. Szerzej patrz: M. Janczarska, Kryzys to pora na zakupy, „Dziennik” 27.08.2009.

⁵³ Omawiany projekt badawczy zrealizowano w 11 krajach europejskich przy użyciu metody IDE-ABLOG – społecznościowej platformy badawczej opracowanej przez instytut Millward Brown. W internetowej dyskusji blogowej wzięło udział ponad 1,7 tys. respondentów w wieku 18–55 lat. Dyskusji towarzyszyły miniankiety, sondaże oraz inne działania interaktywne. Szerzej patrz: www.millwardbrown.com

⁵⁴ E. Duliniec, Marketing międzynarodowy, PWE, Warszawa, 2004, s. 58–62.

⁵⁵ Rynki młodych konsumentów w nowych krajach Unii Europejskiej, red. A. Olejniczuk-Merta, PWE, Warszawa, 2007, s. 58.

⁵⁶ Strukturalne i kulturowe uwarunkowania aktywności zawodowej kobiet w Polsce, red. I.E. Kottowska, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2008, podano za: Raport Polska 2030. Wyzwania rozwojowe, Zespół Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów, Wyd. Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2009, s. 61.

⁵⁷ Raport o kapitale intelektualnym Polski, Zespół Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów, Wyd. Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 10 lipca 2008, s. 14. Szerzej patrz: www.innowacyjnosc.gpw.pl

⁵⁸ Dezaktywacja osób w wieku okołoemerytalnym – raport z badań, Departament Analiz Ekonomicznych i Prognoz, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa 2008.

⁵⁹ Program 50+ został przyjęty przez rząd 17.10. 2008 r. W ustawie o zmianie ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy z 19.12.2008 r., zostały wprowadzone niektóre zmiany nawiązujące do programu, jak na przykład przepis, że za kobiety powyżej 55. roku życia i mężczyzn powyżej 60. roku życia pracodawca nie odprowadza składek na Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych i Fundusz Pracy oraz że za kobiety po 50. roku życia i mężczyznę po 55. roku życia pracodawca nie odprowadza składek przez rok, jeżeli przed podjęciem zatrudnienia przez minimum 30 dni byli oni zarejestrowani w urzędzie pracy jako bezrobotni. Dz.U. z 2009 r. nr 6, poz. 33.

⁶⁰ Szerzej patrz: www.emereturypomostowe.gov.pl/strona/program50plus (23.09.2009).

⁶¹ A. Fandrejewska, Czas srebrnej gospodarki, „Rzeczpospolita” 21.09.2009.

⁶² Rząd Hiszpanii wspierany przez Unię Europejską realizuje program Turystyka Seniorów w Europie, którego celem jest zaktywizowanie osób starszych do wyjazdów wakacyjnych w okresach poza wakacyjnym szczytem turystycznym. Zachętą ma być dofinansowanie przez UE pakietów turystycznych dla osób, które ukończyły 55 lat. Szerzej patrz: www.travelsenior.eu

⁶³ Więcej informacji na www.centernet.com.pl (23.09.2009).

⁶⁴ Szerzej patrz: www.peopleproject.eu (23.09.2009).

⁶⁵ A. Fandrejewska, Kobiety bronią się na rynku pracy, „Rzeczpospolita” 15.03.2010.

⁶⁶ E. Bendyk, Gwarantowana płaca powszechna, „Dziennik Gazeta Prawna” 18.03.2010.

⁶⁷ 5 Lat Polski w Unii Europejskiej, op.cit., s. 476.

⁶⁸ E. Glapiak, Unijne prawo pod kontrolą, „Rzeczpospolita” 3.03.2010.

⁶⁹ Wyniki badania: „Badanie klimatu inwestycyjnego w Polsce”, IBnGR, patrz: Na pierwsze 5 lat Polski w Unii Europejskiej, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2009, s. 48.

⁷⁰ S. Sztaba, Aktywne poszukiwanie renty. Teoria. Przykłady historyczne. Przejawy w polskiej gospodarce lat dziewięćdziesiątych, „Monografie i Opracowania” SGH, Warszawa 2002, s. 14.

⁷¹ Czarna lista barier, Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan, Warszawa, luty 2009, szerzej patrz: www.pkplewiatan.pl (26.09.2009).

⁷² Wskaźnik *Doing Business Index* został opracowany przez Bank Światowy. Ma na celu mierzenie regulacji bezpośrednio wpływających na działanie przedsiębiorstw. Pod uwagę branych jest 10 kategorii, takich jak: zakładanie firmy, uzyskiwanie licencji, zatrudnianie i zwalnianie pracowników, rejestrowanie własności, otrzymywanie kredytu, ochrona inwestorów, płacenie podatków, handel zagraniczny, zawieranie umów oraz likwidacja przedsiębiorstwa. Szerzej patrz: Ranking *Doing Business* www.doingbusiness.org (1.07.2009).

⁷³ J. Beldowski, J. Kantorowicz, Polski biznes czeka na śmiałe i głębokie reformy gospodarcze, „Dziennik Gazeta Prawna” 21.09.2009.

⁷⁴ Ibidem.

⁷⁵ Raport o kapitale intelektualnym Polski, op.cit., s.107.

⁷⁶ Technologie informacyjne i komunikacyjne (ICT ang. *Information and Communications Technology*) odnoszą się do rodziny technologii, które przetwarzają, gromadzą i przesyłają informacje w formie elektronicznej. Technologie informatyczne (IT) są pojęciem węższym, używanym do opisu technologii związanych z komputerami i oprogramowaniem, natomiast nie obejmują one technologii komunikacyjnych i dotyczących sieci. (szerzej patrz: Społeczeństwo informacyjne w Polsce, op.cit., s. 5–6).

⁷⁷ J. Wiśniewska, Technologia i procesy jej transferu w działalności przedsiębiorstw, w: Innowacje w strategii rozwoju organizacji w Unii Europejskiej, red. W. Janasz, Difin, Warszawa 2009, s. 218.

⁷⁸ Ibidem, s. 220.

⁷⁹ Globalizacja gospodarki – wybrane cechy procesu. Departament Analiz i Prognoz Ministerstwa Gospodarki, Warszawa, listopad 2007, s. 4.

⁸⁰ Materiały inteligentne (ang. *smart materials*) – materiały, które potrafią reagować na pewne impulsy. Materiały inteligentne mogą występować samodzielnie albo stanowić komponent „struktury” konstrukcyjnej lub funkcjonalnej. Materiał inteligentny spełnia rolę czujnika (sensora), procesora i urządzenia uruchamiającego. Powszechnie stosowane w przemyśle samochodowym. Szerzej patrz; www.matint.pl

⁸¹ Nanotechnologia – to ogólna nazwa całego zestawu technik i sposobów tworzenia rozmaitych struktur o rozmiarach nanometrycznych (od 0,1 do 100 nanometrów (nanometr – jedna miliardowa metra), czyli na poziomie pojedynczych atomów i cząstek. Szerzej patrz: www.nanonet.pl

⁸² J. Wiśniewska, Technologia i procesy jej transferu..., op.cit., s. 218–220.

⁸³ Z. Malara, Przedsiębiorstwo w globalnej gospodarce, WN PWN, Warszawa 2007, s. 236.

⁸⁴ Społeczeństwo informacyjne w Polsce..., op.cit., s. 17–19.

⁸⁵ M. Ferenc, W. Hałka, Inwestycje przyszłością rozwoju telekomunikacji, raport opracowany na zlecenie Krajowej Izby Gospodarczej, Warszawa, wrzesień 2008, s. 17.

⁸⁶ Społeczeństwo informacyjne – społeczeństwo znajdujące się na takim etapie rozwoju techniczno-organizacyjnego, że osiągnięty poziom zaawansowania technologii informacyjno-telekomunikacyjnych stwarza warunki techniczne, ekonomiczne, edukacyjne i inne do powszechnego wykorzystania informacji w produkcji wyrobów i świadczeniu usług. Społeczeństwo takie zapewnia obywatelom powszechny dostęp i umiejętność korzystania z technologii teleinformatycznych w ich działalności zawodowej i społecznej, w celu podnoszenia i aktualizacji wiedzy, korzystania ze zdobyczy kultury, ochrony zdrowia oraz spędzania wolnego czasu i innych usług mających wpływ na wyższą jakość życia. (Szerzej patrz: Społeczeństwo informacyjne w Polsce..., op.cit., s. 5). Roli społeczeństwa informacyjnego w podnoszeniu konkurencyjności makroekonomicznej gospodarki poświęcono rozdział 3 książki Konkurencyjność. Poziom makro, mezo i mikro, red. N. Daszkiewicz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

⁸⁷ Ibidem, s. 53–62.

⁸⁸ M. Jaślan, Internet dwóch prędkości: Polska i świat, „Dziennik” 20.07.2009.

⁸⁹ P. Poznański, T. Grynkiewicz, Rząd w muzeum telekomunikacji, „Gazeta Wyborcza” 6–7.03.2010.

⁹⁰ Raport Polska 2030. Wyzwania rozwojowe..., op.cit., s. 147.

⁹¹ Ibidem, s. 144–145.

⁹² E. Duliniec, Marketing międzynarodowy, PWE, Warszawa 2009, s. 88.

⁹³ Odnawialne źródło energii jest to źródło wykorzystujące w procesie przetwarzania energię wiatru, promieniowania słonecznego, geotermalną, fal, prądów i pływów morskich, spadku rzek oraz energię pozyskiwaną z biomasy, biogazu wysypiskowego, a także biogazu powstałego w procesie odprowadzania lub oczyszczania ścieków albo rozkładu składowanych szczątków roślinnych i zwierzęcych. Patrz: Energia ze źródeł odnawialnych w 2007 roku, GUS, Warszawa, 2008, s. 13, szerzej: www.gus.gov.pl

⁹⁴ E. Duliniec, Marketing..., op.cit., s. 89.

⁹⁵ 5 lat Polski..., op.cit., s. 158.

⁹⁶ Ibidem, s. 162.

⁹⁷ **Globalne ocieplenie** – obserwowane od połowy XX w. podwyższenie średniej temperatury atmosfery przy powierzchni ziemi i oceanów oraz przewidywane ocieplenie w przyszłości. Istotą problemu jest ustalenie, w jakim stopniu na to zjawisko wpływa działalność człowieka, a w jakim czynniki naturalne. Jednym z powodów globalnego ocieplenia jest **efekt cieplarniany**, wynikający między innymi z obecności w atmosferze **gazów cieplarnianych** – pary wodnej, dwutlenku węgla, ozonu, metanu, freonu, tlenu azotu. Encyklopedia PWN w trzech tomach, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 454.

⁹⁸ Protokół z Kioto do Ramowej Konwencji Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu, sporządzony w Kioto dnia 11 grudnia 1997 roku, Dz.U. z dnia 17 października 2005; patrz: www.mos.gov.pl (22.09.2009).

⁹⁹ Tak dobre wyniki wiążą się z tym, że za rok bazowy dla liczenia redukcji emisji przyjęto 1988, kiedy to poziom emisji był bardzo wysoki.

¹⁰⁰ Szerzej patrz: www.geoland.pl. Wypowiedź Wojciecha Lubiewy-Wieleżyńskiego, prezesa Zarządu Polskiej Izby Przemysłu Chemicznego, Dodatek do „Rzeczpospolitej” 13.09.2005.

¹⁰¹ M. Kozmana, J. Piszczatowska, Wygraliśmy spór o emisję CO₂, „Rzeczpospolita” 24.09.2009 oraz I. Chojnacki, Polskie firmy mają szansę na dodatkowe prawa do emisji CO₂, „Dziennik Gazeta Prawna” 24.09.2009.

¹⁰² I. Chojnacki, Brak limitów CO₂ kosztowny dla firm, „Dziennik Gazeta Prawna” 10.03.2010.

¹⁰³ A. Słojewska, Zyskowna walka ze zmianą klimatu, „Rzeczpospolita” 10.03.2010.

¹⁰⁴ Prognozy dla gospodarki na najbliższą dekadę, „Dziennik Gazeta Prawna” 12–14.03.2010, za „The Financial Times”.

¹⁰⁵ Tajniki chińskiej kuchni gospodarczej, „Rzeczpospolita” 16.11.2009, przedruk za „The Economist”.

Bibliografia

Badanie „Monitoring sektora dużych przedsiębiorstw 2009” (www.pkpplewiatan.pl).

Badanie „Strategie firm w kryzysie”, w: D. Styczek. Firmy bronią się przed recesją, tnąc koszty, „Dziennik” 16.07.2009.

Beldowski J., Kantorowicz J., Polski biznes czeka na śmiałe i głębokie reformy gospodarcze, „Dziennik Gazeta Prawna” 21.09.2009

Bendyk E., Gwarantowana płaca powszechna, „Dziennik Gazeta Prawna” 18.03.2010

Boguszewicz T., Banki odkrywają e-społeczności, „Rzeczpospolita” 5.11.2009

Bywalec Cz., Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007

Cavusgil S.T., Knight G., Riesenerberger J.R., International Business. Strategy, Management and the New Realities, Pearson Prentice Hall, 2008

Chojnacki I., Brak limitów CO₂ kosztowny dla firm, „Dziennik Gazeta Prawna” 10.03.2010

Chojnacki I., Polskie firmy mają szansę na dodatkowe prawa do emisji CO₂, „Dziennik Gazeta Prawna” 24.09.2009

Czarna lista barier, PKPP Lewiatan, Warszawa, luty 2009, www.pkpplewiatan.pl

Dąbrowska A., Janoś-Krzesło M., Konsumpcja w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, PWE, Warszawa 2007

Dąbrowska A., Rozwój rynku usług w Polsce – uwarunkowania i perspektywy, „Monografie i Opracowania” nr 548, SGH, Warszawa 2008

Decyzje marketingowe w przedsiębiorstwie, red. J. Mazur, Difin, Warszawa 2002

Dezaktywacja osób w wieku okołoemerytalnym – raport z badań, Departament Analiz Ekonomicznych i Prognoz, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa 2008

Duliniec E., Marketing międzynarodowy, PWE, Warszawa 2004

Duliniec E., Marketing międzynarodowy, PWE, Warszawa 2009

Energia ze źródeł odnawialnych w 2007 roku, GUS, Warszawa 2008, www.gus.gov.pl

Evans K., Kryzys wykreował nowe gwiazdy blogosfery, „Dziennik” 22.07.2009

Fandrejewska A., Czas srebrnej gospodarki, „Rzeczpospolita” 21.09.2009

Fandrejewska A., Kobiety bronią się na rynku pracy, „Rzeczpospolita” 15.03.2010

Ferenc M., Hałka W., Inwestycje przyszłością rozwoju telekomunikacji, Raport opracowany na zlecenie Krajowej Izby Gospodarczej, Warszawa, wrzesień 2008

- Fura M., Portale zarobią na medycynie, „Dziennik Gazeta Prawna” 15.03.2010
- Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2009
- Glapiak E., Unijne prawo pod kontrolą, „Rzeczpospolita” 3.03.2010
- Globalizacja gospodarki – wybrane cechy procesu. Departament Analiz i Prognoz Ministerstwa Gospodarki, Warszawa, listopad 2007
- Globalny kryzys finansowy i jego konsekwencje w opiniach ekonomistów polskich, red. J. Szambelańczyk, Związek Banków Polskich, Warszawa 2009
- Gołębiowski T., Zarządzanie strategiczne. Planowanie i kontrola, Difin, Warszawa 2001
- Grupa Lizbońska. Granice konkurencji, Poltext, Warszawa 1996
- Grzegorzczak W., Marketing na rynku międzynarodowym, Oficyna Wolters Kluwer business, Kraków 2009
- Hałabuz N., Śmigiel S., Samcik M., Kredytowa susza, „Gazeta Wyborcza” 19.06.2009
- Hübner D., Jaka europejska strategia 2020, „Rzeczpospolita” 4.03.2010
- Informacja dotycząca działań antykryzysowych podejmowanych w wybranych krajach świata, Ministerstwo Gospodarki, Sekretariat Ministra, Warszawa, lipiec 2009, www.mg.gov.pl
- Janczarska M., Kryzys to pora na zakupy, „Dziennik” 27.08.2009
- Jaślan M., Internet dwóch prędkości: Polska i świat, „Dziennik” 20.07.2009
- Konkurencyjność. Poziom makro, mezo i mikro, red. N. Daszkiewicz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008
- Kotler Ph., Armstrong G., Saunders J., Wong V., Marketing. Podręcznik europejski, PWE, Warszawa 2002
- Kowalski J.K., Inflacja zjada nasze pensje, „Dziennik” 17.07.2009
- Kozmana M., Piszczatowska J., Wygraliśmy spór o emisję CO₂, „Rzeczpospolita” 24.09.2009
- Malara Z., Przedsiębiorstwo w globalnej gospodarce, WN PWN, Warszawa 2007
- Mazurek-Łopacińska K., Eurokonsument – kulturowe uwarunkowania postaw i zachowań, w: Konsument i przedsiębiorstwo w przestrzeni europejskiej – etnocentryzm czy globalizacja? CBIe, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 1999
- Mazurek-Łopacińska K., Polish consumer on the European market, materiały z konferencji „International Marketing and Business in the CEE Markets” Katowice, październik 2008
- Misala J., Nowe zjawiska i tendencje w gospodarce światowej, „Zeszyty Naukowe KGS” nr 26, Warszawa 2009
- Na pierwsze 5 lat Polski w Unii Europejskiej, Departament Analiz i Prognoz Ministerstwa Gospodarki, Warszawa 2009
- Orłowski W.M., W pogoni za straconym czasem. Wzrost gospodarczy w Europie Środkowo-Wschodniej, PWE, Warszawa 2010
- 5 lat członkostwa Polski w Unii Europejskiej w perspektywie społecznej, Urząd Komitetu Integracji Europejskiej, Warszawa 2009, www.ukie.gov.pl
- 5 lat Polski w Unii Europejskiej. Urząd Komitetu Integracji Europejskiej, Warszawa 2009
- Pierścionek Z., Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003
- Poznański P., Gryniewicz T., Rząd w muzeum telekomunikacji, „Gazeta Wyborcza” 6–7.03.2010
- Prognozy dla gospodarki na najbliższą dekadę, „Dziennik Gazeta Prawna” 12–14.03.2010
- Protokół z Kioto do Ramowej Konwencji Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu, Kioto, 11 XII 1997 r., Dz.U. z dnia 17 października 2005, www.mos.gov.pl

- Próchniak M., Konwergencja poziomów PKB per capita, w: Polska. Raport o konkurencyjności. Zasoby ludzkie a przewagi konkurencyjne, red. M.A. Weresa, SGH, Warszawa 2009
- Przybyła K., Światowy kryzys przyciągnął do nas nowych inwestorów, „Dziennik Gazeta Prawna” 10.03.2010
- Rachocka J., Dekonsumpcja, homocentryzm, ekologizacja życia – nowe tendencje konsumenckie w rozwiniętych gospodarkach rynkowych, w: Problemy globalizacji gospodarki, red. T. Bernat, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Szczecin 2003
- Ranking Doing Buisness, www.doingbusiness.org
- Raport o kapitale intelektualnym Polski, Zespół Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów, Wyd. Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 10.07.2008, www.innowacyjnosc.gpw.pl
- Rapacki R., Analiza porównawcza wyników gospodarczych w 2008 roku, w: Polska. Raport o konkurencyjności. Zasoby ludzkie a przewagi konkurencyjne, red. M.A. Weresa, SGH, Warszawa 2009
- Raport Polska 2030. Wyzwania rozwojowe, Zespół Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów, Wyd. Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2009
- Roubini N., Kryzys: którędy do wyjścia, „Gazeta Wyborcza” 21.09.2009
- Rudzki P., Po kryzysie bardziej szanujemy pieniądze, „Rzeczpospolita” 28.01.2010
- Rybiński K., Spekulacyjne łobuzy szykują się do ataku, „Dziennik Gazeta Prawna” 12–14.03.2010
- Rynki młodych konsumentów w nowych krajach Unii Europejskiej, red. A. Olejniczuk-Merta, PWE, Warszawa 2007
- Rynek wewnętrzny w 2007 roku, GUS, Warszawa 2008
- Sawicka J., Eko rynek wciąż się tworzy, „Supermarket Polska” 2009
- Sikora T., Efekt kraju pochodzenia w marketingu międzynarodowym, w: Marketing międzynarodowy. Uwarunkowania, instrumenty, tendencje, red. E. Duliniec, SGH, Warszawa 2007
- Słojewska A., Zyskowna walka ze zmianą klimatu, „Rzeczpospolita” 10.13.2010
- Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2004–2007, GUS, Warszawa 2009
- Starczewska-Krzysztozek M., Konkurencyjność Sektora MŚP 2008. Wyniki badania, PKPP Lewiatan, Warszawa, listopad 2008
- Strukturalne i kulturowe uwarunkowania aktywności zawodowej kobiet w Polsce, red I.E. Kotowska, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2008
- Sztaba S., Aktywne poszukiwanie renty. Teoria. Przykłady historyczne. Przejawy w polskiej gospodarce lat dziewięćdziesiątych, „Monografie i Opracowania” SGH, Warszawa 2002
- Tajniki chińskiej kuchni gospodarczej, „Rzeczpospolita” 16.11.2009
- The Global Competitiveness Report 2009–2010, World Economic Forum, www.weforum.org
- Wątroba W., Społeczeństwo konsumpcyjne, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2009
- Wiktor J.W., Oczkowska R., Żbikowska A., Marketing międzynarodowy. Zarys problematyki, PWE, Warszawa 2008
- Wiśniewska J., Technologia i procesy jej transferu w działalności przedsiębiorstw, w: Innowacje w strategii rozwoju organizacji w Unii Europejskiej, red. W. Janasz, Difin, Warszawa 2009
- Woś J., Rachocka J., Kasperek-Hoppe M., Zachowania konsumentów – teoria i praktyka, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2004
- Woźniak A., Słabną rywale Polski do inwestycji zagranicznych, „Rzeczpospolita” 19.02.2010
- Zorska A., Ku globalizacji? Przemiany w korporacjach transnarodowych i w gospodarce światowej, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998

Netografia

www.blogroku.pl.

www.centernet.com.pl

www.emereturypomostowe.gov.pl/strona/program50

www.geoland.pl

www.millwardbrown.com.

www.matint.pl

www.nanonet.pl

www.peopleproject.eu

www.slowfood.com

www.travelsenior.eu

Tendencies of Changes in the Macroenvironment – the Perspective of Polish Enterprises

Summary

The present paper focuses on the issues of macroenvironment seen through the corporate perspective. The author examines in particular the consequences of the Poland's accession to the European Union, the globalisation effects as well as the consequences of the financial and economic crisis for the Polish enterprises. The paper is based on the classical split of the macroenvironment into the economic, socio-cultural, demographic, administrative, legal, political, technological and natural environment. The theoretical discussion has been illustrated by the latest statistical data as well as examples from the business practice.