

Mirosław Włodarczyk

Społeczna Akademia Nauk

w Łodzi

Jerzy Janczewski

Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna

w Łodzi

Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce w branży motoryzacyjnej

Conditions for the development of entrepreneurship in Poland in the automotive branch

Streszczenie

Znaczenie branży motoryzacyjnej jest niezwykle duże ze względu na wielkość zatrudnienia, poziom inwestycji oraz udział w eksporcie. Samochody są najczęściej wybieranym środkiem transportu ładunków i osób, a transport samochodowy stanowi 80% wszystkich przewozów i jest drugą, po własnym mieszkaniu, największą inwestycją przeciętnego gospodarstwa domowego. Celem artykułu jest analiza czynników stymulujących rozwój przedsiębiorczości branży motoryzacyjnej w Polsce. Kierunki rozwoju przedsiębiorczości w branży są określone przez takie uwarunkowania, jak: koszty materiałów, ceny samochodów, podaż i popyt nowych samochodów oraz konkurencja. Efektem działań przedsiębiorczych w branży motoryzacyjnej jest zmniejszanie kosztów oraz tworzenie rozwiązań innowacyjnych, szczególnie w obszarze bezpieczeństwa ekologicznego, recyklingu, a także w wielu innych dziedzinach. Zmiany innowacyjne obejmują producentów, dystrybutorów podzespołów i części motoryzacyjnych oraz firmy zajmujące się serwisowaniem samochodów.

Abstract

The automotive branch is very significant due to its participation in export and its impact on the employment and investments level. The most often chosen mean of transport for commodities and people are motorcars. The road transport accounts for 80% of all transport means and is the second biggest investment of an average household after purchasing an own flat. The goal of article is to present the automotive branch and analyze the stimulation factors for the development of the branch. The main directions of development are driven by material costs, smaller demand, drop in car prices, over-production and competitiveness. The effects of entrepreneurship activity are lower costs, creation of new innovative solutions such as ecological safety, recycling, and many others. The innovative changes affect producers, distributors of spare parts and automotive services.

Słowa kluczowe: motoryzacja; przedsiębiorczość; usługi motoryzacyjne

Key words: automotive; automotive services; entrepreneurship

Wprowadzenie

Przedsiębiorczość jest powszechnie traktowana jako czynnik wzrostu gospodarczego krajów i tworzenia ich konkurencyjności. Przedsiębiorczość decyduje też o rozwoju przedsiębiorstw zarówno tych dużych, jak i mikro, małych i średnich. Różnorodność problematyki przedsiębiorczości

powoduje, że poszczególne nurty badawcze kładą nacisk na inną jej cechę i zapewne dlatego nie wykształciła się dotychczas jednolita teoria przedsiębiorczości, ani jednolita definicja przedsiębiorcy.

W badaniach nad przedsiębiorczością dominuje kilka ujęć, z których jako najważniejsze można wymienić (Piasecki, 2001: 29-31):

- ujęcie wywodzące się z teorii F. Knighta z lat 20. XX w., traktujące przedsiębiorczość jako umiejętność podejmowania ryzyka działalności rynkowej,
- nurt będący rezultatem teorii J. Schumpetera z lat 30. XX w., który istotę przedsiębiorczości postrzega w zdolnościach ludzi do wprowadzania szeroko rozumianych innowacji rynkowych,
- współczesne ujęcie wywodzące się ze szkoły austriackiej, w którym przedsiębiorczość postrzegana jest jako umiejętność identyfikacji i wykorzystania możliwości rynkowych.

W badaniach przedsiębiorczości poszukuje się odpowiedzi na pytanie o to, jaka jest jej rola w rozwoju branż, poszczególnych firm, a także układów przestrzennych. Bada się również oddziaływanie czynników hamujących lub stymulujących rozwój przedsiębiorczości, z których jako przykładowe można wymienić czynniki wynikające z otoczenia zewnętrznego, takie jak koniunktura w gospodarce i sytuacja na rynku pracy lub wzrost poziomu życia i stale rosnące oraz zmieniające się potrzeby człowieka. Dla przykładu, potrzeba przemieszczania się i transportu towarów doprowadziła do wielu epokowych wynalazków, z których samochód stał się swoistym fenomenem XX w. Według szacunków OICA – Międzynarodowej Organizacji Producentów Pojazdów Samochodowych¹, gdyby przemysł samochodowy był niezależną gospodarką, zająłby szóste miejsce w rankingu największych państw globu (*A Growth Industry*, 2013). Oczywiście, nie byłoby to możliwe bez udziału przedsiębiorczości, czyli bez zdolności ludzi do podejmowania ryzyka rynkowego, wprowadzania innowacji czy identyfikacji i wykorzystywania szans rynkowych.

Celem artykułu jest charakterystyka branży motoryzacyjnej w Polsce oraz analiza czynników stymulujących i hamujących jej rozwój, a zatem i rozwój przedsiębiorczości.

Motoryzacja w Polsce

W Polsce sektor motoryzacyjny jest drugim pod względem wielkości sektorem gospodarki i liczącym się w skali całego kraju eksporterem. Produkujemy samochody osobowe i lekkie samochody dostawcze (Fiat, Volkswagen, Opel), ciężarówki (Man), autobusy (Man, Solaris, Volvo, Scania, Kapena), przyczepy i naczepy. Polska to także producent jednostek napędowych, układów kierowniczych, systemów oświetlenia, systemów chłodzenia, opon i wielu innych podzespołów i części samochodowych (*Pelny zapis przebiegu posiedzenia Komisji Gospodarki nr 48*, 2013).

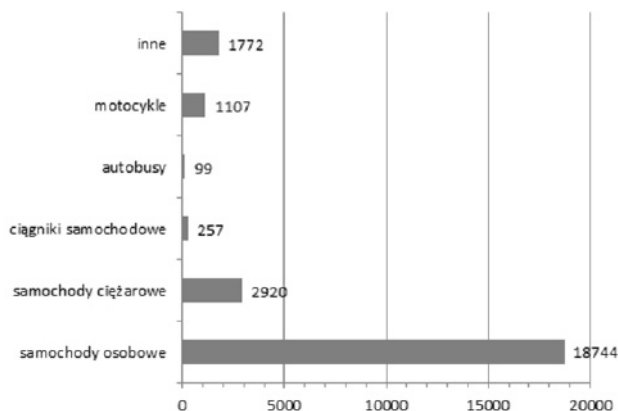
W Polsce corocznie zwiększa się park samochodowy. Wzrost ten jest szczególnie widoczny na przykładzie samochodów osobowych stanowiących ok. 75% całego naszego parku samochodowego (ryc. 1 i 2). Według prognoz analityków rynku motoryzacyjnego, park samochodowy w naszym kraju w najbliższych latach nadal będzie systematycznie rósł, choć dynamika tego wzrostu może być mniejsza niż dotychczas.

Rozwój parku samochodowego stymuluje rozwój całej branży samochodowej, rozwijają się usługi motoryzacyjne, przybywa miejsc pracy w serwisach samochodowych, wzrasta produkcja części zamiennych, urządzeń warsztatowych, a także sprzedaż paliw. Przykładowo w 2011 r. użytkownicy samochodów wydali na paliwo ok. 102 mld zł, gdy polski rynek żywności wart jest ok. 160 mld zł².

¹ OICA – The Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles (ang. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers).

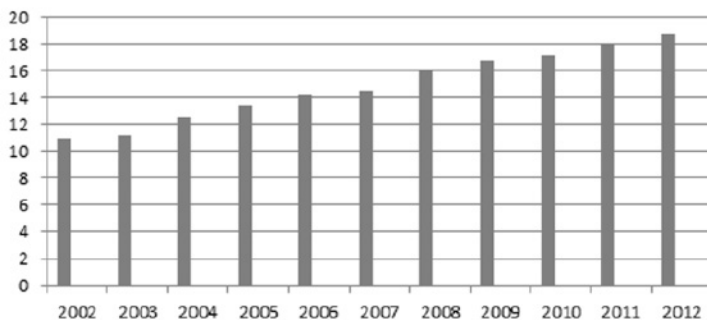
² *Branża motoryzacyjna. Raport 2012*, s. 57.

Ryc. 1. Liczba pojazdów samochodowych w Polsce z podziałem na kategorie, w tysiącach sztuk. Stan na 31 grudnia 2012 r.



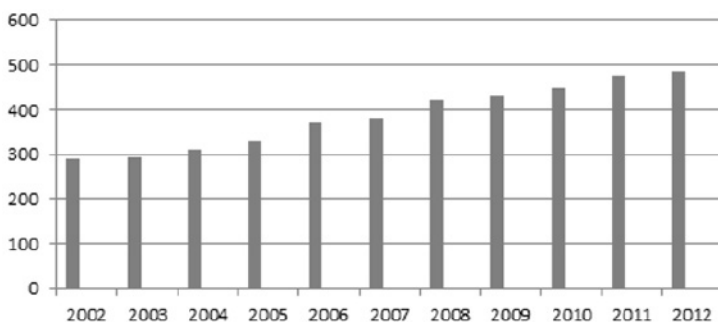
Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS (2013). *Transport. Wyniki działalności w 2012 r.*

Ryc. 2. Liczba samochodów osobowych w Polsce na przestrzeni 10 lat, w milionach sztuk, w latach 2002–2012



Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS (2013). *Transport. Wyniki działalności w 2012 r.*

Ryc. 3. Liczba samochodów osobowych w Polsce na tysiąc mieszkańców w latach 2002–2012

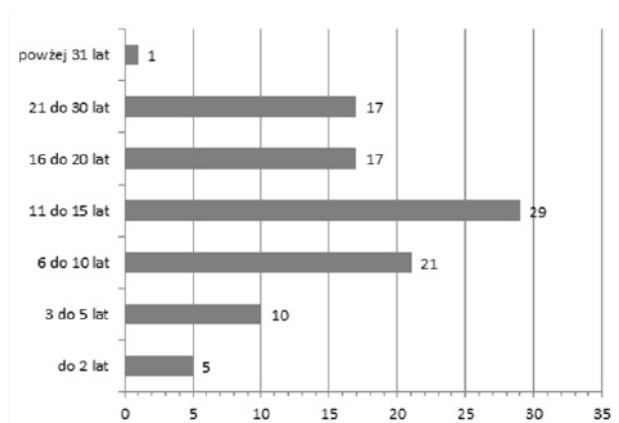


Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS (2013). *Transport. Wyniki działalności w 2012 r.*

Analizując wskaźnik motoryzacji (ryc. 3), można zauważyć, że w 2002 r. na 1000 mieszkańców Polski przypadało ok. 280 samochodów, w 2008 r. – 422 samochody, zaś w 2012 r. liczba ta wzrosła do 486.

Popyt wewnętrzny na samochody zaspokajany jest przeważnie przez zakupy samochodów używanych, sprowadzanych z Zachodu. Polscy nabywcy od wielu lat chętnie korzystają z możliwości sprowadzenia używanych samochodów. Sprzedaż takich samochodów stanowi silną konkurencję dla sprzedaży samochodów nowych i w rezultacie prowadzi do starzenia się parku samochodowego. Analizując dane przedstawione na rycinie 4, można oszacować, że ponad 65% wszystkich samochodów osobowych w Polsce stanowią samochody mające więcej niż 10 lat³.

Ryc. 4. Procentowa struktura zarejestrowanych samochodów osobowych w Polsce wg ich wieku w 2012 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS z 2012 r., Instytutu Samar i szacunku Stowarzyszenia Dystrybutorów i Producentów Części Motoryzacyjnych.

Starzejący się park samochodowy w Polsce nie tylko dotyczy grupy samochodów osobowych, ale również samochodów ciężarowych i autobusów. W 2012 r. z ogólnej liczby samochodów ciężarowych 44,4% stanowiły pojazdy mające 16 lat i więcej, zaś autobusów – 60,9% (GUS, 2013: 51). Zatem statystyczny samochód użytkowany w Polsce jest stary, mało bezpieczny i nieekologiczny (*Wraki zza Odry zaleją polskie drogi*, 2013), a sytuacja taka prowadzi do wzmożonego zapotrzebowania na części zamienne i tanie usługi motoryzacyjne.

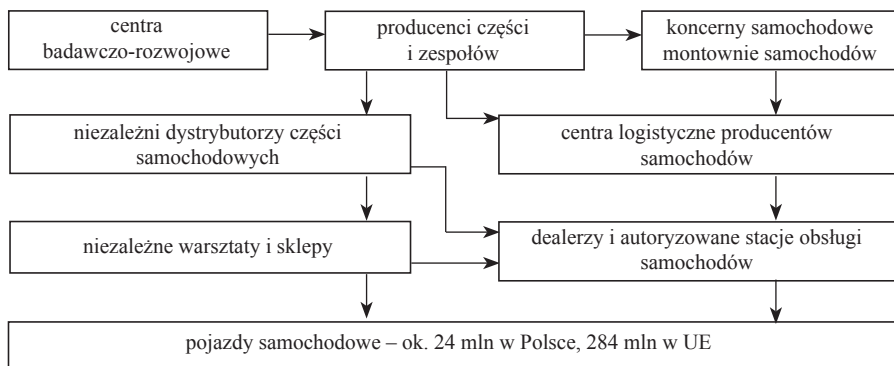
Produkcja i dystrybucja zespołów i części samochodowych

Polska jest nie tylko znaczącym producentem samochodów osobowych, ciężarowych i autobusów, ale też europejskim zagłębiem komponentów motoryzacyjnych i części zamiennych dla wielu marek światowych (*Pełny zapis...*, 2013). Wartość części produkowanych w Polsce jest dwa razy większa niż wielkość rynku części zamiennych i jest zbliżona do wartości sprzedanych samochodów.

W 2009 r. niemal 92% eksportowanych części samochodowych było sprzedawane w krajach Unii Europejskiej. Największym odbiorcą produkowanych w Polsce części są Niemcy. W 2009 r. udział Niemiec w zakupach części w Polsce wyniósł ok. 42%.

³ Oficjalna średnia wieku (wg danych z Centralnej Ewidencji Pojazdów) samochodów jeżdżących po polskich drogach w 2012 r. to 16 lat. Realna, przytaczana przez ekspertów branży, średnia jest nieco niższa i wynosi 12–13 lat.

Ryc. 5. Zaopatrzenie rynku motoryzacyjnego w części samochodowe

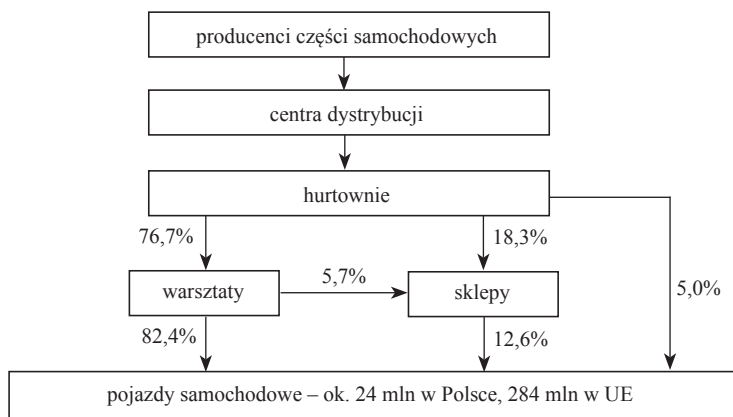


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Międzynarodowej Federacji Niezależnych Dystrybutorów Motoryzacyjnych (Stowarzyszenie Dystrybutorów Części Zamiennych, 2010).

Zespoły i części motoryzacyjne projektowane są w centrach badawczych należących do niezależnych producentów, takich jak: Bosch, TRW, Delphi, NGK czy Wabco. Producenci dostarczają je zarówno koncernom samochodowym, jak i niezależnym dystrybutorom (ryc. 5). Najczęściej są to takie same części, różniące się jedynie opakowaniem, logo i ceną. Koncerny samochodowe wykorzystują je przy montażu swoich samochodów oraz dostarczają pod własną marką – przez własne centra logistyczne – współpracującym z nim serwisom autoryzowanym. Również niezależni dystrybutorzy (choć zaopatrują głównie warsztaty niezależne) część swojej oferty kierują do serwisów autoryzowanych (Stowarzyszenie Dystrybutorów Części Zamiennych, 2010: 16).

Jak wynika z badań firmy MotoFocus, wydatki kierowców na naprawy samochodów corocznie wzrastają (Stowarzyszenie Dystrybutorów Części Zamiennych, 2010: 17). Na dużą dynamikę wzrostu składa się kilka czynników. Najważniejsze z nich to zwiększenie liczby samochodów w Polsce, stopień ich zużycia oraz wzrost zaawansowania technicznego. Samochody o bardziej skomplikowanej konstrukcji wymagają droższych części zamiennych i coraz bardziej skomplikowanych napraw.

Ryc. 6. Dystrybucja części motoryzacyjnych



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Międzynarodowej Federacji Niezależnych Dystrybutorów Motoryzacyjnych (Stowarzyszenie Dystrybutorów Części Zamiennych, 2010: 31).

Dystrybucja części motoryzacyjnych w Polsce odbywa się trzema podstawowymi kanałami: bezpośrednio od dystrybutorów, za pośrednictwem sklepów lub za pośrednictwem warsztatów. Ponad 82% zakupów części realizowanych jest z udziałem warsztatów, co pokazano na rycinie 6. Średnio w Polsce na 1 województwo przypada ponad 39 punktów hurtowej sprzedaży części. Liczba działających w danym województwie filii dystrybutorów najczęściej jest proporcjonalna do liczby zarejestrowanych samochodów (Stowarzyszenie Dystrybutorów Części Zamiennych, 2010: 32).

Firmy dystrybucyjne inwestują w rozwój informatyki nie tylko u siebie, ale też w warsztatach i sklepach samochodowych. Oprogramowanie gwarantuje natychmiastowy dostęp do pełnej informacji, np. magazynowej, w każdej chwili i w każdym punkcie dystrybucji. Jest to niezwykle istotne ze względu na szeroki asortyment, który musi być utrzymywany w magazynach.

Inwestycje producentów części i firm dystrybucyjnych dotyczą również budowy hal magazynowych i stwarzają nowe miejsca pracy. Sektor produkcji i dystrybucji części zamiennych, ze względu na konieczność dowozu części na szeroką skalę, korzysta z transportu.

Odbiorcy części samochodowych stawiają bardzo wysokie wymagania producentom i jednocześnie dystrybutorom, niekiedy wzajemnie wykluczające się. Z jednej strony niezależne warsztaty żądają części wysokiej jakości, ale z drugiej strony oczekują bardzo niskich cen, by dostosować się do możliwości finansowych polskich kierowców, którzy użytkują przestarzały park samochodowy. Firmy dystrybucyjne muszą zatem zadowolić się bardzo niską marżą, aby zdobyć i utrzymać się na rynku zbytu. Tak trudne warunki działania wymuszają konkurencyjność i wymagają stałego podnoszenia przez przedsiębiorstwa standardów funkcjonowania.

Naprawa i obsługa samochodów

W Polsce zarejestrowanych jest ok. 18,5 tys. warsztatów niezależnych oraz ponad 1,5 tys. serwisów autoryzowanych. Udział warsztatów niezależnych w naprawach samochodów wynosi ok. 60%. Pozostałe 40% napraw wykonują serwisy autoryzowane. Połowa niezależnych warsztatów zlokalizowana jest w miejscowościach liczących poniżej 50 tys. mieszkańców.

Od 2004 r. liczba warsztatów niezależnych powoli spada, warsztaty małe, najsłabsze i najgorzej wyposażone konsolidują się, likwidują działalność lub zmieniają branżę. Większość warsztatów niezależnych wykonuje wszystkie rodzaje napraw i stale rozszerza zakres swoich usług. Nieliczne warsztaty niezależne specjalizują się w wąskich dziedzinach, np. elektronika i elektrotechnika samochodowa, naprawy główne silników lub montaż i obsługa instalacji LPG. Liczną grupę stanowią warsztaty wulkanizacyjne specjalizujące się w wymianie, naprawie i sprzedaży ogumienia oraz warsztaty blacharsko-lakiernicze.

Chociaż liczba niezależnych warsztatów od lat systematycznie spada, to rośnie liczba tych warsztatów zrzeszonych w sieciach. Właściciele takich firm chętnie decydują się na przystąpienie do sieci warsztatowej ze względu na korzyści płynące z takiej współpracy (Włodarczyk, Janczewski, 2010). W 2008 r. nastąpił duży wzrost liczby warsztatów niezależnych należących do sieci warsztatowych. W 2012 r. kilkadziesiąt działających w Polsce sieci zrzeszało ponad 3 tys. warsztatów, co stanowiło ponad 17,2% wszystkich serwisów niezależnych. Jeszcze niedawno (2007) odsetek ten stanowił zaledwie kilka procent.

Najważniejszą korzyścią płynącą z przystąpienia do sieci warsztatowej jest pomoc organizatora sieci w wyposażeniu serwisu. Na podobnym poziomie oceniana jest przydatność szkoleń oraz korzystniejsze warunki współpracy z dystrybutorami (w tym niższe ceny części). Ważne są również: rozpoznawalność sieci, dostęp do informacji o konstrukcji samochodu, oznakowanie warsztatu i przeprowadzane wspólne akcje marketingowe.

Średnio na jedno województwo w Polsce przypada 1156 niezależnych warsztatów, które zazwyczaj podejmują się naprawy każdej marki samochodu. Najwięcej niezależnych serwisów funkcjonuje w województwach: mazowieckim, śląskim i wielkopolskim – tutaj jest też najwięcej zarejestrowanych pojazdów. Największe nasycenie warsztatów niezależnych występuje w województwach wielkopolskim i zachodniopomorskim. Tutaj na jeden serwis przypada odpowiednio 739 i 671 samochodów (Stowarzyszenie Dystrybutorów Części Zamiennej, 2010: 50). Oznacza to także, że dostępność usług w tych województwach jest najlepsza.

Średnio na jeden powiat w Polsce przypada 49 warsztatów niezależnych. Zdecydowana większość powiatów w Polsce (80%) ma od 20 do 60 zarejestrowanych warsztatów. W każdym z powiatów grodzkich: Warszawa, Poznań, Kraków, Łódź, Szczecin, Wrocław, Lublin zarejestrowanych jest ponad 200 serwisów samochodowych (dane z 2008 r.). Zaledwie w kilkunastu powiatach działa mniej niż 10 warsztatów. W większości są to takie obszary, gdzie liczba zarejestrowanych samochodów również jest bardzo mała.

W 2008 r. Polacy ok. 38,5 mln razy odwiedzili serwisy w celu dokonania przeglądu lub naprawy swojego samochodu (Stowarzyszenie Dystrybutorów Części Zamiennej, 2010: 47). Ponad 77% tych wizyt zanotowały warsztaty niezależne. Oznacza to, że rocznie firmy takie mają ponad trzykrotnie więcej odwiedzin niż firmy autoryzowane. Powodów popularności warsztatów niezależnych można upatrywać m.in. w ubożeniu społeczeństwa i wiążącej się z tym chęcią obniżenia kosztów eksploatacji. O wyborze tańszej usługi decydują również niska wartość rezydualna użytkowanego samochodu i dostępność usług – serwis autoryzowany zwykle jest w dużym mieście, co wiąże się z koniecznością dłuższego dojazdu, a serwis niezależny znajduje się w pobliżu miejsca zamieszkania użytkownika pojazdu. Serwisy niezależne oferują także tańsze części (niekiedy o ok. 60%) oraz tańsze usługi w postaci robocizny (tutaj różnice sięgają nawet 100%, choć ostatnio zdarza się to coraz rzadziej).

Nasycenie obszaru Polski warsztatami autoryzowanymi należy rozpatrywać dla każdej marki z osobna. Dla przykładu serwisy autoryzowane przez Forda ma 15% powiatów w Polsce. W przypadku ASO Renault jest to 27% powiatów. Toyota jest jedną z wiodących marek pod względem sprzedaży samochodów w Polsce. Liczba punktów autoryzowanych, w których można dokonać naprawy samochodów tej marki, jest stosunkowo duża w porównaniu z innymi japońskimi markami. Jednakże aż w 329 polskich powiatach nie ma możliwości naprawienia samochodu marki Toyota w ASO. ASO Volkswagen oferuje możliwość naprawy samochodów tej marki w 57 powiatach Polski.

W wielu wypadkach dojazd do najbliższego serwisu autoryzowanego konkretnej marki stanowi zatem duży problem, a pokonanie odległości nierzadko ponad 100 km w jedną stronę oznacza stratę czasu i dodatkowe koszty przejazdu. Możliwa jest też sytuacja, iż samochód trzeba pozostawić w serwisie dłużej niż na jedną dobę. Wówczas sprawa naprawy dodatkowo się komplikuje, a koszty gwałtownie rosną (Stowarzyszenie Dystrybutorów Części Zamiennej, 2010: 53).

Bariery w rozwoju przedsiębiorczości w branży motoryzacyjnej

Bariery w rozwoju przedsiębiorczości są przedmiotem zainteresowania wielu badaczy i instytucji, pojawiają się zatem w wielu publikacjach. Do najczęściej wymienianych utrudnień rozwoju przedsiębiorczości w polskich firmach zalicza się bariery zewnętrzne, tzw. makroekonomiczne, stanowiące pochodną sytuacji gospodarczej w kraju, np. często powtarzająca się bariera popytu inwestycyjnego i konsumpcyjnego na dobra krajowe, bariery wynikające z polityki państwa, szczególnie z systemu prawnego i fiskalnego, a także znaczny udział szarej strefy w tworzeniu PKB.

Większość publikacji opisujących determinanty przedsiębiorczości nie wyróżnia jednoznacznie, który z opisywanych czynników stymuluje, a który jest wyłącznie barierą dla rozwoju przedsiębiorczości. Dostępne badania czynników hamujących lub stymulujących przedsiębiorczość najczęściej stanowią uogólnienie, brak w nich pełnych analiz sektorowych w odniesieniu do firm mikro, małych, średnich i dużych oraz dla poszczególnych branż.

Według Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego (największej krajowej organizacji zrzeszającej producentów i przedstawicieli producentów pojazdów osobowych, dostawczych, ciężarowych, autobusów, motocykli i skuterów oraz nadwozi, zabudów i podzespołów), głównymi problemami dla branży motoryzacyjnej w Polsce, a zatem i dla rozwoju przedsiębiorczości w tej branży, są bariery wynikające z otoczenia zewnętrznego. Przede wszystkim bariery rynkowe, fiskalne i prawne. Problemem jest ogromne uzależnienie polskiej branży motoryzacyjnej od koniunktury w innych krajach Europy (Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego, 2012: 118), a także coraz mniejsza dynamika nowych inwestycji. PZPM zwraca również uwagę na bariery fiskalne, zwłaszcza ograniczoną możliwość pełnego odliczenia podatku VAT przy zakupie i późniejszym serwisie firmowych samochodów osobowych oraz brak podatku uwzględniającego parametry ekologiczne użytkowanych samochodów. Według PZPM barierą jest także brak wsparcia państwa w rozwoju i rozpowszechnianiu pojazdów elektrycznych, obecny system funkcjonowania stacji kontroli pojazdów, szara strefa w sektorze motoryzacyjnym i ułomny system złomowania pojazdów (Faryś, 2013).

Zdaniem Stowarzyszenia Dystrybutorów Części Zamiennych (reprezentującego podmioty działające na niezależnym rynku motoryzacyjnym), główne bariery dla rozwoju branży motoryzacyjnej, a zatem i dla rozwoju przedsiębiorczości, wynikają z nierespektowania reguł umożliwiających swobodną konkurencję wszystkich firm funkcjonujących na rynku napraw, części oraz serwisu, zarówno niezależnych, jak i zależnych (Stowarzyszenie Dystrybutorów Części Zamiennych, 2010: 72). Stowarzyszenie Dystrybutorów Części Zamiennych, podobnie jak PZPM, zwraca uwagę na niedoskonały w Polsce system kontroli technicznej pojazdów, sprzyjającą nadużyciom kwestię nazewnictwa i klasyfikacji części motoryzacyjnych oraz barierę popytu na usługi będącą m.in. rezultatem oszczędności kierowców w obszarze obsługi i naprawy samochodów (*Relacja z VII Konferencji Niezależnego Rynku Motoryzacyjnego*, 2012).

Związek Rzemiosła Polskiego, który podobnie jak i SDCM reprezentuje warsztaty niezależne, zwraca uwagę na nielegalnie prowadzoną działalnością gospodarczą, która stanowi barierę dla konkurencyjności przedsiębiorców w branży motoryzacyjnej, a zwłaszcza na nielegalne zatrudnienie, nielegalny obrót częściami, problematykę niedoskonałego systemu badań technicznych, dopuszczających niesprawne samochody do ruchu, patologie na rynku ubezpieczeń komunikacyjnych oraz nadmierne obciążenia podatkowe rzemieślników (*Wpływ szarej strefy na równowagę gospodarczą na rynku*, 2012).

Silny popyt na wyroby to jeden z najistotniejszych czynników stymulujących przedsiębiorczość. Rynek wewnętrzny w Polsce charakteryzuje się niewielką siłą nabywczą, a polski przemysł motoryzacyjny jest silnie uzależniony od koniunktury na rynkach zagranicznych, co w niektórych przypadkach powoduje konieczność ograniczania produkcji. Przykładowo, w roku 2012 w porównaniu z rokiem poprzednim spadek produkcji samochodów w Polsce wyniósł 23%, gdy w UE-27 wskaźnik ten nie przekroczył 10% (*World motor vehicle production by country and type*, 2013). Sytuację dodatkowo komplikuje fakt, że polscy klienci mają inne preferencje niż samochody produkowane u nas – tylko 2% samochodów wyprodukowanych w Polsce jest sprzedawane na rodzimym rynku. Wpływa to niekorzystnie na postrzeganie naszego kraju przez inwestorów, ponieważ zwykle inwestorzy chętniej podejmują decyzję o usadowieniu inwestycji w krajach, gdzie rynek jest duży i zbyt na produkowane lokalnie pojazdy jest również duży (*Pełny zapis...*, 2013).

Inwestycje to również istotny czynnik stymulujący przedsiębiorczość, a nowoczesne fabryki samochodów to źródło innowacji nie tylko dla branży motoryzacyjnej, lecz także dla całej gospodarki. W Polsce dynamika inwestycji w produkcję samochodów w ostatnich latach znacząco zmalała. Producenci samochodów osobowych wybierają takie kraje, jak Węgry, Słowacja, Ukraina. Konieczne jest zatem przywrócenie wizerunku Polski jako przyjaznego miejsca dla produkcji samochodów. Odwrotnie jest na rynku części i podzespołów, gdzie notuje się dużo inwestycji. W Europie Polska postrzegana jest jako lider produkcji części motoryzacyjnych. Dla przykładu, w 2011 r. firma TRW uruchomiła w naszym kraju szósty zakład, w którym przy produkcji elektrycznie wspomaganych układów kierowniczych znalazło pracę 700 osób. Z kolei firma Valeo realizuje dwie inwestycje modernizacyjne w zakładach w Skawinie oraz w Chrzanowie i docelowo planuje zwiększyć zatrudnienie o ponad 500 osób. W maju 2012 r. w miejscowości Budzyń rozpoczęła się także budowa nowego zakładu produkcyjnego firmy Lumag Sp. z o.o. Inwestycja ta, której budżet oszacowano na ok. 70 mln zł, ma być najnowocześniejszą fabryką klocków i okładzin hamulcowych w Europie Środkowej (*Branża motoryzacyjna nie ma powodów do narzekań*, 2013). Przykłady takie można mnożyć.

Obowiązujące dotychczas (2013) w Polsce znaczne ograniczenia przy odliczaniu podatku VAT od zakupu i użytkowania firmowych samochodów osobowych (60% przy zakupie nowego samochodu) oraz podobne propozycje rządu w tej kwestii na następne pięć lat⁴ nie są korzystne dla branży motoryzacyjnej i nie stymulują firm do powiększania ani wymiany parku samochodowego. Zdaniem PZPM, dla rozwoju branży konieczne jest wprowadzenie pełnego odliczenia VAT od samochodów osobowych i utrzymanie pełnego odliczenia VAT od serwisu i materiałów eksploatacyjnych. W Polsce całkowitego odpisu podatku VAT od samochodów firmowych można dokonać jedynie dla samochodów ciężarowych, a przecież dla wielu przedsiębiorców samochody osobowe to także narzędzie pracy.

W Polsce obowiązuje akcyza od zakupu samochodu, mająca typowo fiskalny charakter i nieprzyczyniająca się do poprawy stanu parku samochodowego, jego bezpieczeństwa oraz bezpieczeństwa środowiska. Problemy te zdaniem PZPM mogłoby ograniczyć zastąpienie akcyzy podatkiem uzależnionym od parametrów ekologicznych samochodu, czyli od emisji substancji szkodliwych, w myśl zasady „więcej trujesz – więcej płacisz”. Mogłoby to stanowić istotną zachętę do używania pojazdów niskoemisyjnych i bezpiecznych, zachęcać do zakupów samochodów nowych, obniżać wiek parku samochodowego, a także promować pojazdy małe i ekologiczne. Przeciwnego zdania jest tutaj SDCM, który proponowany podatek ekologiczny zalicza do barier rozwoju przedsiębiorczości w niezależnym segmencie rynku motoryzacyjnego. Zdaniem przedstawicieli SDCM, zmuszanie kierowców do zakupu nowego samochodu przez obłożenie właścicieli starszych samochodów podatkiem doprowadzi jedynie do tego, że gwałtownie zacznie spadać wielkość parku samochodowego w Polsce i tym samym ograniczeniu ulegnie rynek zbytu dla producentów i dystrybutorów części. Podobnie, zdaniem SDCM, mogłyby zadziałać dopłaty do nowych samochodów, stale proponowane przez niektóre organizacje, a wcześniej wprowadzane w bogatszych krajach UE. Zdaniem SDCM, dopłaty do

⁴ Postulowane przez rząd zmiany zakładają, że od nowego roku przedsiębiorcom miałyby przysługiwać prawo do odliczenia tylko do 50% kwoty podatku VAT (obecnie 60%) przy zakupie samochodów do działalności gospodarczej. Dodatkowo rząd pragnie uzyskać zgodę na wprowadzenie ograniczenia odliczenia do 50% kosztów eksploatacji pojazdów, w tym napraw i przeglądów serwisowych (obecnie 100%; <http://www.wnp.pl/wiadomosci/204694.html>: *Komisja Europejska odmawia udostępnienia treści wniosku o derogacji VAT, ale...*).

zakupu nowych pojazdów niekoniecznie doprowadzają do ożywienia branży i mają niekorzystny wpływ na podmioty działające w sektorze niezależnym.

Zdolność do pobudzania rozwoju technologicznego, tworzenia dobrze płatnych miejsc pracy, silna pozycja związków zawodowych, a przede wszystkim gospodarze znaczenie przemysłu motoryzacyjnego powodują, że poszczególne państwa dążą do ochrony tej branży. Przykładem mogą być tutaj Stany Zjednoczone (Chrysler, General Motors) lub Niemcy. Również w Polsce w okresie od 1 stycznia 2001 r. do 31 grudnia 2012 r. branża motoryzacyjna otrzymała niemal 1 mld zł pomocy publicznej (*Branża motoryzacyjna otrzymała niemal 1 mld zł pomocy publicznej*, 2013).

Należy jednak podkreślić, że wprowadzanie bezpośrednich dopłat do nowych samochodów lub inne formy bezpośredniego wspierania producentów samochodów przynoszą tylko chwilowy skutek, zapewne największy w sferze ograniczania kosztów zewnętrznych (bezpieczeństwo ekologiczne i wypadki w ruchu drogowym). W rzeczywistości bezpośrednie dopłaty zakłócają rynek i stawiają firmy motoryzacyjne w niekorzystnej sytuacji konkurencyjnej na rynku globalnym. Tracą również finansujący te działania podatnicy, dla których jedyną korzyścią jest to, że taniej mogą kupić wskazany samochód. Nadwyżka produkcji samochodów jest już od dawna faktem, pojazdy będą musiały tanieć, a zyski w tej branży są krótkotrwałe, wobec czego konieczne jest inwestowanie w technologie przyszłości, np. pojazdy elektryczne lub hybrydowe.

Promocja pojazdów elektrycznych i hybrydowych to nie tylko wyzwanie dla rządu, lecz również i dla samorządów. Na szczeblu państwa można ją realizować przez zniesienie akcyzy na tego typu pojazdy, a na szczeblu samorządów – przez bezpłatne parkowanie, możliwość poruszania się po pasach dla autobusów lub umożliwianie wjazdu do centrum miasta. Na wspieraniu takich samochodów powinna zyskać nie tylko branża motoryzacyjna, ale i cała gospodarka, m.in. dzięki ograniczeniu importu ropy i uzyskaniu większej niezależności energetycznej (*Koniec z akcyzą na samochody. Pawlak obiecuje*, 2013).

Doskonalenie systemu funkcjonowania stacji diagnostycznych to kolejny czynnik wspierający przedsiębiorczość branży motoryzacyjnej. Obecny system weryfikacji stanu technicznego samochodów jest mało szczelny i stwarza warunki na dopuszczanie do ruchu pojazdów niesprawnych. Sprzyja temu również duża konkurencja między poszczególnymi stacjami, eliminująca możliwość restrykcyjnego interpretowania badania technicznego pojazdu. W praktyce dopuszcza się pojazdy zdadne do ruchu, co nie znaczy, że są one w pełni sprawne.

Szara strefa jest źródłem przedsiębiorczości w znaczeniu negatywnym i tym samym jest hamulcem dla rozwoju przedsiębiorczości. Znaczna część obrotów szarej strefy w Polsce przypada na legalnie działające przedsiębiorstwa. Firmy takie ukrywają część swoich przychodów i nie rejestrują zatrudnienia niektórych pracowników. Zaniżanie zobowiązań podatkowych w Polsce najczęściej polega na ukrywaniu części przychodów, sztucznym zawyżaniu kosztów produkcji lub uzyskaniu przychodu, naliczaniu amortyzacji od nieistniejących środków trwałych, niepłaceniu podatków, korzystaniu z luk i niejasności w prawie podatkowym.

Według badań Schneidera, szara strefa w Polsce w 2012 r. objęła 24,4% gospodarki, przy średniej w UE 18% (Nęczyński, 2013). Z kolei badania PKPP Lewiatan pokazały, że w 2012 r. ponad 33% firm zatrudniało pracowników w szarej strefie, podczas gdy w 2011 r. było to mniej niż 29% (*Ćwierć Polski w szarej strefie*, 2013).

W okresie od stycznia do września 2012 r. jeden z największych spadków w zatrudnieniu odnotowano m.in. w naprawach i obsłudze samochodów. Cech Rzemiosł Motoryzacyjnych w Łodzi zauważył, że w latach 2009–2012 zlikwidowanych zostało 20% warsztatów samochodowych (*Wpływ szarej strefy...*, 2012).

Mimo że zwalczanie szarej strefy stanowi jeden z obszarów, na których urzędy skarbowe oraz urzędy kontroli skarbowej skupiają szczególną uwagę⁵, to w branży motoryzacyjnej szara strefa znajduje dużo okazji dla funkcjonowania. Przykładem może być nielegalny demontaż samochodów (konieczne jest zatem doskonalenie systemu złomowania samochodów), nielegalny handel częściami o nieznanym pochodzeniu, nielegalne zatrudnienie oraz możliwość unikania podatków przez niektórych przedsiębiorców.

Jedną z wielu przyczyn powstawania szarej strefy w zatrudnieniu są obciążenia pracy wysokimi kosztami pozapłacowymi, takimi jak podatki i składki ubezpieczeniowe. Na ten problem składają się dwa czynniki. Pierwszy z nich to bardzo niski poziom kwoty wolnej od podatku (dziesięciokrotnie niższy niż w wielu krajach UE) oraz brak kwoty wolnej w przypadku składek na ubezpieczenia społeczne. Drugim czynnikiem jest wysokość ogólnych obciążeń, które w przedziale zbliżonym do średniej płacy krajowej wynoszą ok. 100% (liczone od kwoty wynagrodzenia netto). W związku z tym, z uwagi na duże obciążenia płacowe i podatkowe, każdy przedsiębiorca staje się niekonkurencyjny wobec szarej strefy (*Wpływ szarej strefy...*, 2012).

Kolejną przyczyną ucieczki firm w szarą strefę (szczególnie z branży lakierniczej) są wysokie koszty związane z ochroną środowiska ponoszone przez legalnie zarejestrowane przedsiębiorstwa. Typowymi odpadami w firmach motoryzacyjnych są m.in.: farby i lakiery zawierające rozpuszczalniki organiczne lub inne substancje niebezpieczne, opakowania z tworzyw sztucznych, filtry olejowe, okładziny hamulcowe zawierające azbest, płyny hamulcowe, płyny zapobiegające zamarzaniu, rozpuszczalniki i mieszaniny rozpuszczalników. W odpadach tych jest wiele szkodliwych substancji, niebezpiecznych dla środowiska. Utylizacja tych substancji jest kosztowna, a kwota opłat uzależniona jest od ilości zanieczyszczeń. Podmioty niezarejestrowane prawdopodobnie odprowadzają te substancje do kanałów ściekowych i zatrują nimi środowisko, naturalnie nie ponosząc konsekwencji ani prawnych, ani finansowych (*Wpływ szarej strefy...*, 2012).

Wymownym przykładem nieprzestrzegania przepisów o ochronie środowiska naturalnego mogą być niektóre warsztaty lakiernicze. Warsztaty te są zobowiązane do stosowania lakierów niskoemisyjnych (wodnych). Używanie lakierów wodnych niesie za sobą określone wymagania sprzętowe i tym samym wyższe wydatki. Warsztat musi być wyposażony w specjalistyczną kabinę lakierniczą, lakier wodny jest droższy od rozcieńczalnikowego, a wydłużony o 1/3 czas lakierowania lakierami wodnymi stanowi dodatkowe źródło kosztów. Warsztaty, które stosują tradycyjne lakiery rozcieńczalnikowe, jak również funkcjonujące w szarej strefie, ponoszą dużo niższe koszty lakierowania. Z analiz Polskiej Izby Motoryzacji i Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Lakierów CEPE wynika, że wodne lakiery stanowią tylko 30% całkowitej sprzedaży lakierów samochodowych, pozostałe 70% sprzedaży to lakiery rozcieńczalnikowe. Tak wysoki udział lakierów rozcieńczalnikowych jest niezgodny z założeniami dyrektywy unijnej o Lotnych Związkach Organicznych (LZO).

Warsztaty samochodowe, zwłaszcza blacharsko-lakiernicze, wiążą swój rozwój z naprawami powypadkowymi, finansowanymi przez zakłady ubezpieczeń społecznych. Od stycznia 2004 r. w Polsce obowiązuje prawo ubezpieczeniowe, które eliminuje warsztat samochodowy jako stronę postępowania likwidacyjnego. Przed rokiem 1997 modelowym rozwiązaniem było prowadzenie napraw na podstawie umów bezgotówkowych. Warsztat wykonujący naprawę

⁵ W Polsce w efekcie działań kontrolnych przeprowadzonych w latach 2009–2012 wobec podatników prowadzących niezgłoszoną do opodatkowania działalność gospodarczą związaną z branżą motoryzacyjną organy kontroli skarbowej wydały decyzje podatkowe na łączną kwotę ok. 50 mln zł (<http://www.sejm.gov.pl/Sejm7.nsf/InterpelacjaTresc.xsp?key=6012E112>).

powypadkową rozliczał się bezpośrednio z zakładem ubezpieczeń, a klient, odbierając naprawiony samochód, nie interesował się finansową stroną likwidacji szkody. Od 1998 r. system wypłat odszkodowań ewoluował w kierunku całkowitego wyeliminowania napraw, które klient dokumentował fakturami za wykonaną usługę. Spotkało się to z pozytywnym przyjęciem uprawnionych do odszkodowania, którzy mogli odtąd dowolnie dysponować odszkodowaniem. W konsekwencji na rynek napraw powypadkowych wpływa mniej środków finansowych, gdyż pozostawienie części wypłaconych odszkodowań w rękach właścicieli pojazdów powoduje, że poszkodowani właściciele samochodów próbują dodatkowo zyskać na wypadku. Ponadto firmy ubezpieczeniowe próbują zaniżyć kwoty wypłaconych odszkodowań, np. przez sporządzanie nieprawidłowych kalkulacji, stosowanie ubytków wartości części zamiennych, obniżanie kosztów materiału lakierniczego, wymuszanie rozliczeń szkód korzystnymi dla siebie metodami. Wprowadzają też tańsze polisy, które przy wypłacie skutkują niższymi odszkodowaniami. Nagminnie zatem stało się przeprowadzanie napraw powypadkowych metodami garażowymi i w obszarze szarej strefy.

Na temat skutków obecnych form i metod rozliczeń powypadkowych istnieją różne opinie, zarówno ze strony towarzystw ubezpieczeniowych, warsztatów lub ich przedstawicieli, jak i ze strony samych klientów.

Z punktu widzenia rozwoju przedsiębiorczości małych warsztatów obecne praktyki rozliczania napraw powypadkowych stosowane przez ubezpieczycieli samochodów stymulują przedsiębiorczością serwisów naprawczych, gdyż oprócz negatywnych skutków mają wiele skutków pozytywnych.

Skutki negatywne to nagminne ukrywanie przez warsztaty naprawcze faktycznych dochodów uzyskiwanych z działalności. Korzystanie z nielegalnych źródeł zaopatrzenia w tanie części, obniżanie ceny naprawy kosztem jej jakości i unikanie legalnego zatrudnienia pracowników, a tym samym przechodzenie do szarej strefy. Są to patologie, które występowały również przed wprowadzeniem rozliczeń bezgotówkowych, choć może z mniejszym nasileniem.

Skutki pozytywne to wsparcie działań wymuszających uwolnienie rezerw cenowych tkwiących w całej branży motoryzacyjnej, wyeliminowanie zjawiska korupcji i monopolu na linii rzeczoznawca – warsztat naprawczy oraz umożliwienie klientowi dokonania realnego wyboru wykonawcy i dyktowania warunków wykonania naprawy.

Podsumowanie

Rosnące koszty materiałów, malejący popyt, spadek cen samochodów, nadprodukcja oraz konkurencja stanowią presję dla producentów samochodów na zmniejszenie swoich kosztów i utrzymanie się na rynku. Dotyczy to także producentów i dystrybutorów podzespołów oraz części motoryzacyjnych, jak również firm zajmujących się serwisowaniem samochodów. Zmiany te nie są możliwe bez udziału przedsiębiorczości i czynników pobudzających przedsiębiorczość. Przedsiębiorczość w branży motoryzacyjnej determinuje globalny zasięg tej branży, a czynniki stymulujące przedsiębiorczość lub ją hamujące cechuje duża różnorodność i zmienne natężenie. Czynniki te niekiedy są odmiennie interpretowane przez organizacje branżowe zrzeszające różnych jej przedstawicieli.

Podział rynku motoryzacyjnego na dwa segmenty (niezależny i zależny) jest źródłem sprzeczności interesów branży motoryzacyjnej, a zarazem źródłem różnego interpretowania czynników hamujących lub stymulujących rozwój przedsiębiorczości.

Niezależny i zależny segment rynku motoryzacyjnego są ze sobą ściśle związane i wzajemnie od siebie uzależnione. W zakresie serwisu i napraw, a także w zakresie sprzedaży części, stanowią dla siebie konkurencję, co powoduje, że odmiennie interpretują niektóre z czynników

stymulujących rozwój przedsiębiorczości w branży. Sytuację dodatkowo komplikują: konkurencja pomiędzy koncernami samochodowymi, konsolidacja producentów i dealerów, duże zróżnicowanie wielkości firm motoryzacyjnych oraz duże rozdrobnienie zwłaszcza w obszarze dystrybucji części i usług motoryzacyjnych.

Do najważniejszych czynników hamujących przedsiębiorczość w polskiej branży motoryzacyjnej można zaliczyć czynniki związane z popytem na nowe samochody, czynniki sprzyjające uczestnictwu w ruchu drogowym niesprawnych technicznie samochodów, a także czynniki ograniczające warunki dla konkurencji między poszczególnymi firmami z branży.

Czynniki hamujące przedsiębiorczość w motoryzacji mogą jednocześnie ją pobudzać, przede wszystkim jednak stymulują rozwój szarej strefy. Czynniki te powinny być przedmiotem dalszych badań uwzględniających specyfikę branży i poszczególnych jej sektorów.

Literatura References

- A Growth Industry*. (2013, 19 lipca). Pozyskano z: <http://www.oica.net/category/economic-contributions>.
- ASO utrudnia dostęp do tanich części?*. (2013, 24 lipca). Pozyskano z: <http://moto.onet.pl/aktualnosci/aso-utrudnia-dostep-do-tanich-czesci/nmeyp>.
- Branża motoryzacyjna nie ma powodów do narzekania*. (2013, 20 marca). Pozyskano z: <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Branza-motoryzacyjna-nie-ma-powodow-do-narzekan-2784662.html>.
- Branża motoryzacyjna otrzymała niemal 1 mld zł pomocy publicznej*. (2013, 05 marca). Pozyskano z: <http://moto.wp.pl/kat,55194,title,Branza-motoryzacyjna-otrzymala-niemal-1-mld-zl-pomocy%20publicznej,wid,15386001,wiadomosc.html?ticaid=1117a3>.
- Ćwierć Polski w szarej strefie*. (2013, 08 sierpnia). Pozyskano z: <http://www.ekonomia.rp.pl/artyku-1/1037148-Cwierc-Polski-w-szarej-strefie.html>.
- Dilerzy ruszają na wojnę z komisami? Projekt ustawy już w Sejmie*. (2013, 05 sierpnia). Pozyskano z: <http://moto.onet.pl/aktualnosci/dilerzy-ruszaja-na-wojne-z-komisami-projekt-ustawy-juz-w-sejmie/revrz>.
- Fandrejewska, A. (2011, 28 sierpnia). *Miliardy w szarej strefie*. Pozyskano z: <http://www.rp.pl/arttykul/708263.html?print=tak>.
- Faryś, J. (2013, 17 kwietnia). *Sytuacja branży motoryzacyjnej w 2013 roku*. Prezentacja z Konferencji Motoidea 2013.
- GUS (2013). *Transport Wyniki działalności w 2012 r.* Pozyskano z: http://www.stat.gov.pl/gus/transport_lacznosc_PLK_HTML.htm.
- Hańczka, W. (2013, 23 lipca). *W 2020 r. co siedemnasty samochód na ulicach będzie elektryczny*. Pozyskano z: <http://motofocus.pl/wiadomosci-rynkowe/10597/w-2020-r-co-siedemnasty-samochod-na-ulicach-bedzie-elektryczny>.
- KE odmawia udostępnienia treści wniosku o derogacji VAT, ale ...* (2013, 20 sierpnia). Pozyskano z: <http://www.wnp.pl/wiadomosci/204694.html>.
- Kolejny inwestor w Bolesławcu*. (2013, 20 sierpnia). Pozyskano z: <http://www.wnp.pl/wiadomosci/204728.html>.
- Koniec z akcyzą na samochody. Pawlak obiecuje*. (2013, 27 maja). Pozyskano z: <http://moto.onet.pl/aktualnosci/koniec-z-akcyza-na-samochody-pawlak-obiecuje/95p25>.
- Motoryzacja w kryzysie: za małe błędy można zapłacić bankructwem*. (2013, 15 lipca). Pozyskano z: http://www.wnp.pl/wiadomosci/motoryzacja-w-kryzysie-za-male-bledy-mozna-zaplacic-bankructwem,202251_1_0_0_1.html.

- Motoryzacja w Polsce nadal ma się dobrze. FIAT tego nie zmienił.* (2013, 07 maj). Pozyskano z: http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/702045,motoryzacja_w_polsce_nadal_ma_sie_dobrze_fiat_tego_nie_zmienil.html.
- Myszor, P. (2013, 19 lipca). *Kryzys w motoryzacji polskiego zaplecza nie dotknął*. Pozyskano z: <http://www.wnp.pl/wiadomosci/202627.html>.
- Nędziński, K. (2013, 16 kwietnia). *Klucz do naprawy finansów publicznych jest ukryty w szarej strefie*. Pozyskano z: <http://www.obserwatorfinansowy.pl/forma/analizy/klucz-do-naprawy-finansow-publicznych-jest-ukryty-w-szarej-strefie/>.
- Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego (2012). *Branża motoryzacyjna. Raport 2012*.
- Prawo dla motoryzacji – efekt dla kierowcy.* (2012, 29 maja). Pozyskano z: <http://motofocus.pl/wiadomosci-rynkowe/8562/prawo-dla-motoryzacji-efekt-dla-kierowcy>.
- Przed nami lepsze miesiące dla branży motoryzacyjnej?* (2013, 19 lipca). Pozyskano z: <http://motofocus.pl/wiadomosci-rynkowe/10585/przed-nami-lepsze-miesiace-dla-branzy-motoryzacyjnej>.
- PAliZ prowadzi 26 moto-projektów za ponad miliard euro.* (2013, 02 sierpnia). Pozyskano z: <http://www.wnp.pl/wiadomosci/203681.html>.
- Parafionowicz, A. (2012, 04 września). *Odpowiedź podsekretarza stanu w Ministerstwie Finansów – z upoważnienia ministra – na interpelację nr 7849 w sprawie problemu szarej strefy w branży motoryzacyjnej*. Pozyskano z: <http://www.sejm.gov.pl/Sejm7.nsf/InterpelacjaTresc.xsp?key=6012E112>.
- Piasecki, B. (red.). (2001). *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*. Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Pełny zapis przebiegu posiedzenia Komisji Gospodarki nr 48.* (2013, 06 marca). Pozyskano z: <http://www.sejm.gov.pl/sejm7.nsf/biuletyn.xsp?documentId=E48C71A2F87F971EC1257B2E004717B3>.
- Relacja z VII Konferencji Niezależnego Rynku Motoryzacyjnego.* (2012, 22 listopada). Pozyskano z: <http://moto-konferencja.pl/category/relacje-z-konferencji/>.
- Sowłowiec, P. (2013, 14 lipca). *Motoryzacja*. Pozyskano z: <http://www.paiz.gov.pl/sektory/motoryzacja>.
- Spore szanse na dwie motoryzacyjne mega inwestycje.* (2013, 14 sierpnia). Pozyskano z: <http://www.element.com.pl/newsletter/?tresc=newsletter&akcja=podglada&Wydanie=170&Art=1444>.
- Stowarzyszenie Dystrybutorów Części Zamiennych (2010). *Jaka jest naprawę branża motoryzacyjna w Polsce*. Branża motoryzacyjna – raport 2010.
- Włodarczyk, M., Janczewski, J. (2010). *Przedsiębiorczość w organizacjach sieciowych w sektorze napraw samochodów*. W: Z. Ziolo, T. Rachwał (red.), *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 6, Warszawa–Kraków: wydawnictwo Nowa Era, 157-169.
- World motor vehicle production by country and type.* (2013, 11 sierpnia). Pozyskano z: <http://oica.net/wp-content/uploads/total-20121.pdf>.
- Wpływ szarej strefy na równowagę gospodarczą na rynku.* (2012, 29 listopada). Rekomendacje po konferencji, Łódź: Urząd Miasta. Pozyskano z: www.zrp.pl/LinkClick.aspx?fileticket=MpPyOqS8KIw=&tabid.
- Wraki zza Odry zaleją polskie drogi.* (2013, 02 sierpnia). Pozyskano z: <http://biznes.onet.pl/wraki-zza-odry-zaleja-polskie-drogi,0,5568009,1,news-detaj>.

Mirosław Włodarczyk, prof. dr hab. inż., profesor zwyczajny, Społeczna Akademia Nauk, Katedra Marketingu i Logistyki.

Główne zainteresowania badawcze autora koncentrują się na zarządzaniu wiedzą, ochronie wiedzy przedsiębiorstwa, ekologicystyce.

Mirosław Włodarczyk, Professor in Social Academy of Science, Department of Marketing.

Main research interest: knowledge mangement, protection of enterprise knowledge, ecologicistics.

Adres/Address: Społeczna Akademia Nauk
Katedra Marketingu i Logistyki
ul. Sienkiewicza 9
90-113 Łódź, Polska
e-mail: mirowlod@wp.pl

Jerzy Janczewski, dr inż., adiunkt, Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna, Katedra Systemów Transportowych.

Inżynier mechanik, doktor nauk ekonomicznych w zakresie zarządzania. Zainteresowania badawcze autora koncentrują się na logistyce zwrotnej i problematyce zarządzania przedsiębiorstwami mikro i małymi z branży usług motoryzacyjnych i transportu drogowego.

Jerzy Janczewski, MSc, PhD, University of Humanities and Economics in Lodz, Department of Transport Systems.

MSc Mechanical Engineerign, PhD in economic sciences in management. Research interests focus on reverse logistics and management issues of micro and small enterprises in the industry of automotive service and road transport.

Adres/Address: Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna
Katedra Systemów Transportowych
ul. Rewolucji 1905/64
90-222 Łódź, Polska
e-mail: jerzyjanczewski@poczta.onet.pl