

## Lúcio Vinhas de Souza i Philippe De Lombaerde (red.), *Peryferie euro. Polityka pieniężna i kursowa w krajach Wspólnoty Niepodległych Państw*

Review of the book edited by Lúcio Vinhas de Souza and Philippe De Lombaerde, *The periphery of the Euro: Monetary and Exchange Rate Policy in CIS Countries*

Ashgate, Aldershot, 2006

rec. Cezary Wójcik\*

Literatura na temat dylematów polityki pieniężnej i kursowej w nowych krajach członkowskich UE oraz krajach z Europy Środkowo-Wschodniej przystępujących do UE jest bardzo bogata i dobrze znana. Znacznie mniej opracowań można znaleźć na temat problemów polityki makroekonomicznej w krajach Wspólnoty Niezależnych Państw (WNP), w tym zwłaszcza Rosji, Ukrainy, Białorusi czy Kazachstanu. Książka pod redakcją Lúcio Vinhasa de Souzy oraz Philippe'a De Lombaerde'a niewątpliwie wypełnia tę lukę. Dostarcza ona zarówno wielu informacji faktograficznych, jak też szczegółowych analiz dotyczących polityki pieniężnej i kursowej w krajach WNP. Jest to więc cenna pozycja, tym bardziej ze doświadczenia krajów WNP są niezwykle interesujące i pouczające.

Kraje WNP od samego początku nie były naturalnymi kandydatami do integracji w ramach UE i niewątpliwie fakt ten silnie zaważył na ich historii gospodarczej, także w zakresie prowadzonej przez nie polityki pieniężnej i polityki walutowej. W istocie mimo bliskości geograficznej wyniki gospodarcze tych

państw były na ogół znacznie mniej satysfakcjonujące niż osiągnięte przez kraje transformujące się z Europy Środkowej. Znacznie różniły się również konkretne rozwiązania w zakresie polityki pieniężnej i kursowej. Podczas gdy w nowych krajach członkowskich UE euro było i jest główną walutą odniesienia, w krajach WNP to dolar amerykański pozostawał najważniejszy, zarówno jeśli chodzi o transakcje w obrocie prywatnym, jak i oficjalnym. Kraje WNP wolniej też i chyba z większymi zawirowaniami podążały w stronę stabilności makroekonomicznej.

Przyczyn tych różnic było wiele. Na pewno najważniejsze miały związek z instytucjonalnymi podstawami gospodarek WNP, takimi jak stosunek do rządów prawa czy niski poziom kapitału społecznego. Niewątpliwie jednak jasna perspektywa integracji z UE, w tym integracji walutowej, była niezwykle silną „kotwicą” instytucjonalną, dzięki której kraje z Europy Środkowej relatywnie szybko uporały się z niestabilnością monetarną i dzięki której zdolne były do stworzenia instytucjonalnych podstaw skutecznej polityki pieniężnej, jako źródła długofalowego wzrostu gospodarczego. Tymczasem takiej perspektywy

\* Polska Akademia Nauk, Instytut Nauk Ekonomicznych; Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Kolegium Gospodarki Światowej.

kraje WNP były pozbawione i to, jak się wydaje, w dużym stopniu zaważyło na rezultatach ich polityki makrofinansowej.

Materiał zgromadzony w recenzowanej książce jest więc cenny nie tylko ze względu na bogactwo informacji i interesujące analizy konkretnych rozwiązań w sferze polityki pieniężnej, ale także dlatego, że rzuciłoby dodatkowe światło na – często umykający uwadze – pozytywny wpływ integracji ekonomicznej i monetarnej w ramach UE na wyniki gospodarcze krajów z Europy Środkowej, które niedawno stały się członkami UE.

Razem z rozdziałem wprowadzającym książka składa się z 14 rozdziałów, podzielonych na 4 części. Część pierwsza poświęcona jest zagadnieniom „horyzontalnym”, głównie dotyczącym kwestii rozszerzenia Unii Europejskiej. Część druga zawiera przekrojowe analizy dotyczące Rosji oraz innych krajów WNP. Części trzecia i czwarta skupiają się na analizie polityki pieniężnej i kursowej na Białorusi oraz Ukrainie.

Pierwsza część książki składa się z trzech rozdziałów. Pierwszy rozdział, przygotowany przez Gunthera Schnabla, porównuje doświadczenia krajów WNP z doświadczeniami krajów Azji Wschodniej. Autor dokumentuje dominującą rolę dolara amerykańskiego w stabilizacji makroekonomicznej tych krajów, powiązaną z tzw. obawą przed upłynięciem (*fear of floating*) kursu waluty krajowej, sprawiającą, że mimo deklaracji o stosowaniu kursu płynnego wiele tych krajów w istocie stosuje jakąś formę kursu sztywnego powiązanego z dolarem. Za główną przyczynę tego stanu rzeczy Autor uznaje słabość rynków finansowych, w wyniku której kraje te nie mogą zaciągać zobowiązań w walutach krajowych. Według Autora rola dolara pozostania silna, chociaż być może niektóre kraje WNP będą mogły w większym stopniu wykorzystywać euro. W drugim rozdziale Ulvi Vaarja stara się porównać doświadczenia Białorusi z doświadczeniami krajów bałtyckich: Estonii, Łotwy i Litwy. Autorka pokazuje, że silniejsze związanie Białorusi z Rosją nie służyło białoruskim reformom gospodarczym: w porównaniu z krajami bałtyckimi stopa inflacji pozostawała znacznie wyższa, ogólna sytuacja gospodarcza była gorsza, a rynki finansowe słabiej rozwinięte. Zwraca jednocześnie uwagę na wspomnianą powyżej pozytywną rolę, jaką w rozwoju krajów bałtyckich odegrała Unia Europejska. W trzecim rozdziale Romain Veyrone analizuje problem wiarygodności polityki monetarnej krajów kandydujących do strefy euro, skupiając się na problematyce systemu zarządu walutą.

Druga część książki składa się również z trzech rozdziałów. W pierwszym z nich Olga Butorina analizuje różne koncepcje i instrumenty współpracy międzyrządowej i na tej podstawie formułuje rekomendacje dla polityki makroekonomicznej krajów WNP. W

drugim rozdziale Christian Bauer oraz Bernhard Herz na podstawie mikroekonomicznego modelu rynku walutowego dokonują klasyfikacji tzw. reżimów walutowych *de facto* stosowanych w krajach WNP. Autorzy pokazują m.in., że reżimy walutowe stosowane w Rosji, na Ukrainie, w Białorusi i Kazachstanie były w badanym okresie oceniane przez rynki jako wiarygodne. W trzecim rozdziale Akram Esanov, Christian Merkel oraz Lúcio Vinhas de Souza analizują politykę monetarną Rosji, testując różnego rodzaju reguły monetarne, w tym regułę Taylora, regułę McCulluma oraz Bella. Ich badania wskazują, że najlepszym przybliżeniem polityki monetarnej tego kraju była reguła McCulluma, w której głównym instrumentem polityki monetarnej jest agregat monetarny.

Część trzecia składa się z 4 rozdziałów. Pierwsze trzy analizują problem unii monetarnej pomiędzy Białorusią a Rosją. W pierwszym Igor Pelipas oraz Irina Tochitskaya analizują zakres koordynacji polityki monetarnej pomiędzy Białorusią i Rosją. Wskazują, że poziom tej koordynacji w latach 1992–2003 był bardzo niski. Podobnie było także w latach 2001–2003, czyli już po podpisaniu przez Białorusi i Rosję umowy o ustanowieniu unii walutowej pomiędzy oboma krajami. Na podstawie otrzymanych wyników Autorzy sceptycznie odnoszą się do możliwości wprowadzenia rubla rosyjskiego jako prawnego środka płatniczego na Białorusi. Do podobnego wniosku dochodzą Anne-Marie Gulde, Etibar Jafarov oraz Vassili Prokopenko, autorzy kolejnego rozdziału tej części pracy. W rozdziale tym analizują problem potencjalnej unii walutowej pomiędzy Białorusią a Rosją przez pryzmat sfery realnej gospodarki oraz istniejącego układu instytucjonalnego. Autorzy wskazują, że oba kraje nadal znacznie różnią się strukturą gospodarki i są podatne na szoki asymetryczne. W tym sensie unia monetarna nie byłaby wskazana. Rozdziałem zamykającym dyskusję na temat unii walutowej pomiędzy Rosją i Białorusią jest praca Vladimira Chaplygina, który rozważa podstawowe dylematy utworzenia takiego systemu. Ostatni rozdział tej części książki, pióra Igora Pelipasa, zawiera ekonometryczną analizę związku agregatów pieniężnych ze stopą inflacji na Białorusi w latach 1992–2002.

Czwarta część książki składa się z 3 rozdziałów. W pierwszym z nich Bas van Aarle, Eelke de Jong oraz Robert Sosoian przedstawiają model gospodarki Ukrainy, w którym uwzględniają dwie sfery gospodarki – oficjalną i nieoficjalną. W kolejnym artykule Nina Leheyda analizuje determinanty inflacji na Ukrainie. Autorka zwraca szczególną uwagę na rolę kursu walutowego, inflacji za granicą oraz płac w kształtowaniu procesów inflacyjnych na Ukrainie. W ostatnim rozdziale książki Olena Bilan opisała politykę pieniężną i kursową Ukrainy w ostatnich latach. Au-

torka proponuje ponadto wprowadzenie w tym kraju systemu bezpośredniego celu inflacyjnego.

Podsumowując, książka zawiera wiele interesujących informacji i analiz. Może ona zainteresować zwłaszcza tych czytelników, którzy zajmują się zagadnieniami polityki pieniężnej i kursowej w krajach transformujących się. Ma też jednak istotne mankamenty. Główny z nich to pewna niespójność materiału. Przedstawiony powyżej skrótowy przegląd poszczególnych rozdziałów pokazuje, że nie jest to za-

mknięta całość intelektualna, lecz raczej zbiór luźno – być może zbyt luźno – powiązanych ze sobą materiałów. Mankament ten w pewnym zakresie jest rekompensowany przez zespół autorski, składający się z ekspertów organizacji międzynarodowych, w tym na przykład Międzynarodowego Funduszu Walutowego i Komisji Europejskiej, jak również ekspertów instytucji naukowych z krajów poddanych analizie oraz UE. Gwarantuje to wysoką jakość i wnikliwość opracowań.

## Przemysław Stodulny, *Analiza satysfakcji i lojalności klientów bankowych*

### Review of the book by Przemysław Stodulny, *Analysis of Satisfaction and Loyalty of Banks' Customers*

CeDeWu Wydawnictwa Fachowe, Warszawa, 2006

*rec. Janina Harasim\**

W gospodarce rynkowej, której charakterystyczną cechą jest konkurencja, podmioty gospodarujące, w tym także banki, dążą do zdobycia silnej pozycji na rynku, wykorzystując różne czynniki mogące im pomóc w zdobyciu przewagi nad rywalami. Czynniki te mogą mieć charakter materialny (np. sieć sprzedaży, zasoby finansowe) lub niematerialny (wizerunek, relacje z klientami, wiedza i doświadczenie pracowników). Osiągnięcie trwałej przewagi konkurencyjnej wymaga jednak oparcia jej na zdolnościach (cechach) wyróżniających, tj. takich, które są niemożliwe bądź bardzo trudne do odtworzenia przez konkurentów, nawet wówczas, gdy zdają sobie oni sprawę z korzyści, jakie daje firmie ich wykorzystanie.

Badania prowadzone w sektorze usług, w tym usług finansowych, dowodzą, że w miarę wzrostu konkurencji coraz większego znaczenia w osiągnięciu długookresowej przewagi nad rywalami rynkowymi nabierają czynniki nietradycyjne, obejmujące elementy dynamiczne, trudno wymierne, oparte na aktywach niematerialnych, takie jak wizerunek banku, jakość świadczonych usług, zarządzanie relacjami z klientami czy wykorzystanie kapitału ludzkiego.

Wzrost roli wyżej wymienionych czynników w budowaniu przewagi konkurencyjnej banku powinna

skłaniać do pogłębionej analizy ich działania, w szczególności ich oddziaływania na zachowania klientów. W tym nurcie badań mieści się wydana przez CeDeWu książka autorstwa Przemysława Stodulnego nosząca tytuł *Analiza satysfakcji i lojalności klientów bankowych*. Poruszoną w niej problematykę należy zatem uznać za niezwykle ważną i aktualną.

Celem omawianej publikacji jest, jak pisze Autor, „analiza związków między jakością usług świadczonych przez banki, satysfakcją klientów oraz ich lojalnością” (s. 6), a punktem wyjścia podjętych badań była „hipoteza mówiąca, że o przewadze konkurencyjnej na rynku usług bankowych w znaczącym stopniu decyduje umiejętność budowania trwałych relacji z klientami, których podstawą jest zapewnienie odpowiedniej jakości usług” (s. 7).

Książka składa się z pięciu rozdziałów prezentujących problematykę jakości usług, satysfakcji klientów, ich lojalności oraz relacji zachodzących między nimi, zarówno od strony teoretycznej, jak i empirycznej. Niewątpliwą zaletą pracy jest jej interdyscyplinarny charakter – analizowane zagadnienia mieszczą się na pograniczu marketingu, bankowości, zarządzania jakością, zarządzania strategicznego oraz psychologii. Pozwoliło to na bardziej wszechstronne i wieloaspektowe przedstawienie rozpatrywanych problemów.

\*Akademia Ekonomiczna im. Karola Adamieckiego w Katowicach, Katedra Finansów, Zakład Finansów Międzynarodowych.

Rozdział pierwszy zawiera przegląd definicji jakości dokonany na podstawie krajowej i zagranicznej literatury przedmiotu. Autor zauważa, że jakość można pojmować w czterech aspektach: fizycznym, zgodności ze specyfikacją, użytkowym oraz wartościowym, przy czym każdy z nich może mieć wymiar obiektywny (zgodność z normami, standardami itp.), bądź subiektywny (ocena jakości przez klienta). Ponieważ książka podejmuje temat jakości z marketingowego punktu widzenia, Przez pojęcie jakości Autor rozumie zdolność firmy do spełniania oczekiwań i potrzeb klienta, przyjmując zarazem, że ocena rezultatów procesu usługowego powinna być dokonywana z punktu widzenia klienta. W dalszej części rozdziału Autor przedstawia miejsce jakości w działaniach marketingowych banku, sposoby jej pomiaru oraz teoretyczne zależności między jakością usług, satysfakcją klientów oraz ich lojalnością. Tę ostatnią część należy zarazem uznać za największy atut rozdziału. O ile bowiem problematyka jakości usług jest dość często przedmiotem rozważań w literaturze krajowej, o tyle relacje zachodzące między jakością usług, satysfakcją klientów oraz ich lojalnością (a także zyskowością firmy, bo tę kwestię Autor także porusza) są stosunkowo słabo rozpoznane.

Przedmiotem rozważań Autora w drugim rozdziale książki są satysfakcja i lojalność klientów. Pewne zastrzeżenia budzi tytuł tego rozdziału, w którym Autor traktuje te pojęcia jako miary konkurencyjności banku, jednak w jego treści nie odnosi się ani do pojęcia konkurencyjności banku, ani do metod jego pomiaru. Satysfakcja i lojalność klientów są w nim rozpatrywane jako podstawowe pojęcia marketingu relacji, który Autor przeciwstawia tradycyjnemu marketingowi, zwanemu też marketingiem transakcyjnym. Najbardziej interesującymi fragmentami tego rozdziału są rozważania dotyczące mechanizmów powstawania satysfakcji klienta, sposobów jej pomiaru oraz konsekwencji jej braku. Bardzo ciekawa jest także ostatnia jego część poświęcona charakterystyce zjawiska lojalności klientów, sposobom jego analizy oraz segmentacji klientów ze względu na poziom ich lojalności. Na podkreślenie zasługuje przyjęcie przez Autora podejścia zakładającego charakterystykę opisywanych pojęć nie tylko od strony teoretycznej, ale także pokazanie narzędzi pomiaru i analizy prezentowanych zjawisk w praktyce (np. wskaźniki lojalności).

O ile rozważania zawarte w pierwszych dwóch rozdziałach książki są prowadzone w szerszym ujęciu, tj. w odniesieniu do całego sektora usług, o tyle w trzecim rozdziale Autor koncentruje się na sektorze bankowym, przedstawiając działania marketingowe realizowane przez banki w kontekście kształtowania jakości usług oraz satysfakcji i lojalności klientów. Rozdział ten jest niestety najsłabszą częścią książki ze względu na przyjętą przez Autora niezbyt jasną kon-

cepcję prezentowania przedsięwzięć marketingowych podejmowanych przez banki. Zasadnicze rozważania poprzedza tu charakterystyka poznańskiego rynku usług bankowych, która powinna znaleźć się raczej na początku rozdziału czwartego, prezentującego wyniki badań przeprowadzonych na tym rynku. Przeprowadzona dalej analiza poszczególnych elementów marketing-mix ma niejednolity układ (Autor czasem poprzedza prezentację przykładów działań marketingowych banków krótkim wstępem teoretycznym, czasem nie). Niedostatecznie wyeksponowano wpływ poszczególnych instrumentów marketingowych na zachowania klientów (w tym na ich satysfakcję i lojalność), brak też uogólniających wniosków, pozwalających na ocenę działań podejmowanych przez banki w kontekście prowadzonych rozważań.

Za najbardziej wartościową część książki należy uznać dwa ostatnie rozdziały, zawierające wyniki badań empirycznych przeprowadzonych przez Autora na rynku usług bankowych Poznania w okresie od listopada 2004 r. do maja 2005 r. Analizą objęto 1 021 respondentów, którzy udzielili odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszach ankietowych. Pytania te dotyczyły korzystania z usług banku (zakres, częstotliwość, kryteria wyboru itp.), oceny jakości jego usług, ustalenia poziomu satysfakcji klienta i przyczyn zmiany banku oraz czynników wpływających na lojalność klientów. Na podkreślenie i pozytywną ocenę zasługuje wykorzystanie przez Autora szerokiego wachlarza narzędzi statystycznych do analizy uzyskanych wyników, co zapewniło jej wieloaspektowość i niewątpliwie podniosło wartość badań. Pomiaru jakości usług dokonano za pomocą metody SERVPERF (do zagregowanej oceny jakości usług bankowych wykorzystano cztery modele jej pomiaru), a do analizy wyników wykorzystano m.in. klasyczne miary położenia i zmienności, analizę struktury i korelacji, wybrane metody analizy regresji, analizy czynnikowej, analizy rzetelności skali oraz testy parametryczne i nieparametryczne.

Przeprowadzona kompleksowa analiza statystyczna oraz modelowanie strukturalne pozwoliły, zdaniem Autora, wykazać, że istnieje „silny, bezpośredni i pośredni, statystycznie istotny wpływ postrzeganej jakości usług na satysfakcję i lojalność klientów” (s. 213). Badania równocześnie potwierdziły tezę, że wysoki poziom satysfakcji nie jest równoznaczny z takim samym poziomem lojalności klientów. Ich wyniki świadczą ponadto o zróżnicowaniu wpływu wyodrębnionych atrybutów jakości usług na poziom zadowolenia i lojalności klientów. Potwierdziły także, że najważniejszym czynnikiem determinującym postrzeganą jakość usług oraz kształtującym w zasadniczym stopniu satysfakcję i lojalność klientów jest personel – jego kompetencje, zachowania i sprawność działania.

Rezultaty przeprowadzonych badań mają znaczenie nie tylko dla teorii, ale także praktyki. Znajomość związków zachodzących między jakością postrzeganą przez klientów a ich satysfakcją i lojalnością jest cenną wskazówką dla banków dążących do zwiększenia swojej konkurencyjności w długim okresie. Świadomość przyszłych trwałych korzyści (rynkowych i finansowych) płynących z nawiązywania silnych więzi z klientami daje szansę przezwyciężenia barier, jakie często napotykają banki próbujące wprowadzać programy poprawy jakości usług. Do barier tych można zwłaszcza zaliczyć silną presję na wzrost sprzedaży w celu poprawy efektywności działania (koncentracja na realizacji krótkookresowych celów finansowych).

Autor, co ważne, nie podchodzi bezkrytycznie do otrzymanych wyników badań, zauważając, że uzyskane oceny, choć pozytywne, nie powinny być powodem zbytniego optymizmu banków. Świadczą one bowiem o osiągnięciu zaledwie średniego poziomu satysfakcji klientów, co może okazać się, w jego przekonaniu, niewystarczające do budowy silnych więzi między klientem a bankiem.

Do niewątpliwych zalet przeprowadzonych badań należy zaliczyć: wybór oryginalnego przedmiotu badań, ich kompleksowość oraz wykorzystanie bogatego zestawu narzędzi badawczych, którymi Autor posługuje się bardzo sprawnie. Pewien niedosyt pozostawia jednak objęcie nimi dość wąskiego obszaru

rynku – jedno miasto (Poznań). Mimo dużej – w opinii Autora – konkurencyjności tego rynku, wynikającej m.in. z dużego nasycenia placówkami bankowymi (jak pisze Autor na s. 8 oraz 91–92), trudno uznać zrealizowane badania za reprezentatywne dla całego kraju. Z tego samego względu na ich podstawie nie powinno się formułować uogólniających wniosków. Bardzo pożądane, zarówno z punktu widzenia teorii, jak i praktyki, byłoby natomiast objęcie podobnymi badaniami kolejnych obszarów rynku usług bankowych. Przeprowadzone przez Autora badania (i ich wyniki) można zatem uznać za inspirację do kontynuowania poszukiwań naukowych.

Zasygnalizowane wątpliwości nie umniejszają w żadnej mierze wysokiej oceny recenzowanej książki. Należy je traktować raczej jako sugestie i uwagi, których uwzględnienie (może w dalszych badaniach?) mogłoby dodatkowo podnieść wartość prowadzonych rozważań i realizowanych badań.

Podsumowując należy stwierdzić, że omawiana publikacja jest cenną pozycją na rynku wydawniczym. Można ją z pełnym przekonaniem polecić kadrze zarządzającej bankami, pracownikom instytucji finansowych odpowiedzialnym za realizację przedsięwzięć zmierzających do podniesienia jakości usług i kształtowanie relacji z klientami, a także oraz studentom uczelni ekonomicznych, zwłaszcza chcącym poszerzyć wiedzę z zakresu bankowości, finansów, marketingu i zarządzania.