

REGINA KLIMKOWSKA*

Polityka fiskalna – jej wpływ na funkcjonowanie i rozwój rynku samochodów osobowych w Polsce w latach 1998–2008

Słowa kluczowe: rynek samochodowy, polityka fiskalna, import, cła, podatki

Streszczenie: W tym artykule autorka przedstawia wpływ polityki fiskalnej na rynek samochodów osobowych w Polsce. Polski rynek samochodów osobowych rozwinął się w bardzo znaczącym stopniu od 1990 r. Szczególnie w pierwszym okresie istnienia rynku samochodów osobowych, polityka fiskalna była głównym czynnikiem jego rozwoju. Wiele rodzajów podatków i cło miały bardzo duży wpływ na ten rynek. W miarę upływu czasu polityka pieniężna i polityka kursu walutowego stawały się coraz ważniejszymi czynnikami rozwoju polskiego rynku samochodów osobowych.

1. Wprowadzenie

Polityka fiskalna definiowana jest na różne sposoby. Na przykład literatura zachodnia określa politykę fiskalną jako: „[...] użycie wydatków i przychodów rządowych zmierzające do osiągnięcia określonych celów, a zwłaszcza stabilizacji gospodarki, przez przeciwdziałanie wahanom cyklicznym oraz ograniczenie bezrobocia i zahamowanie wzrostu cen” (Markowski, 1989, s. 73).

Inna definicja mówi, że polityka fiskalna to „[...] wszystkie posunięcia rządu w sferze wpływów i wydatków budżetowych w celu uzyskania kontroli i oddziaływania na podział dochodów oraz na ogólny poziom aktywności gospodarczej kraju” (Nasiłowski, 1992, s. 206).

* Dr Regina Klimkowska – starszy wykładowca, Katedra Handlu i Instytucji Rynkowych Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

Jeszcze kolejni autorzy definiują politykę fiskalną jako decyzje rządu dotyczące wydatków i podatków (Begg, 1992, s. 68).

Polityka fiskalna zamiennie stosowana jest z określeniami polityka podatkowa, budżetowa czy skarbowa (obecnie coraz rzadziej).

2. Funkcje i rodzaje polityki fiskalnej w gospodarce narodowej

Polityka fiskalna pełni w gospodarce narodowej trzy podstawowe funkcje: stabilizacyjną, alokacyjną i redystrybucyjną.

Funkcja stabilizacyjna rozwinęła się na bazie teorii J.M. Keynesa. Jest on przejawem uznania potrzeby coraz silniejszego oddziaływania państwa na gospodarkę. Klasyczny schemat oddziaływania państwa na gospodarkę za pomocą polityki fiskalnej opiera się na założeniu, że władze, wpływając na poziom i strukturę efektywnego popytu globalnego, mogą oddziaływać na kształtowanie się realnych procesów gospodarczych oraz, że wydatki i przychody budżetu mogą być zmieniane niezależnie jedne od drugich. W związku z tym, zależnie od sytuacji gospodarczej wyróżnić można trzy rodzaje polityki fiskalnej:

– politykę fiskalną stymulacyjną lub ekspansywną, która pobudza koniunkturę, jeżeli występuje spadek aktywności gospodarczej (recesja) połączonej z bezrobociem należy poprzez obniżenie podatków lub zwiększenie wydatków budżetowych tak oddziaływać na zwiększenie efektywnego popytu, aby globalne wydatki dostosować do wartości produkcji przy pełnym zatrudnieniu. Efektem tego będzie jednak powstanie lub wzrost deficytu budżetowego, a także zwiększenie poziomu zatrudnienia, zwiększenie produkcji oraz gdy pojawi się bariera produkcji, wzrost cen;

– politykę fiskalną restrykcyjną, hamującą koniunkturę, stosowaną gdy występuje nadmierna ekspansja produkcji, połączona z inflacją. Należy wówczas przez podniesienie podatków oraz i (lub) zmniejszenie wydatków budżetowych tak oddziaływać na zmniejszenie efektywnego popytu, aby globalne wydatki dostosować do wartości optymalnej wielkości produkcji. Następuje obniżenie poziomu zatrudnienia, spadek produkcji oraz zahamowanie wzrostu cen. Budżet ma nadwyżkę;

– politykę fiskalną neutralną, która stosowana jest, gdy nie ma objawów ani bezrobocia, ani inflacji, czyli gdy równowaga ustala się w wyniku działania sił rynkowych. Działania władz ograniczają się do utrzymywania zrównoważonego wzrostu dochodów i wydatków, tak, aby w razie konieczności móc zastosować politykę fiskalną stymulacyjną lub restrykcyjną. Budżet jest zbilansowany (Domaszewicz, 1985, s. 220–221; Markowski, 1989, s. 74).

Funkcja alokacyjna polityki fiskalnej dotyczy alokacji zasobów w gospodarce.

Funkcja redystrybucyjna zmienia rozkład dochodów w społeczeństwie.

Wpływ polityki fiskalnej na rynek samochodów osobowych w Polsce przejawiał się w działaniu kilku podatków, ceł i kontyngentów.

Podatek to pieniądze, przymusowe, ogólne, nieodpłatne i bezzwrotne świadczenie na rzecz państwa lub innych związków publiczno-prawnych, np. samorządów.

Podatki, które są najważniejsze w naszych rozważaniach wyróżnić możemy na podstawie kryterium przedmiotowego i kryterium związku między ciężarem podatkowym a ponoszącym go podatnikiem.

Według kryterium przedmiotowego (co jest przedmiotem opodatkowania) podatki dzielą się na podatki:

- majątkowe i od praw majątkowych,
- od przychodów,
- od dochodów,
- od wydatków.

W przypadku polityki podatkowej wpływ podatków na rynek samochodów osobowych dotyczył zarówno strony podażowej, jak i popytowej rynku. Strona podażowa rynku reprezentowana jest przez producentów i sprzedawców, a strona popytowa przez nabywców indywidualnych i instytucjonalnych (firmy). W stosunku do obu stron rynku państwo stosowało podatki bezpośrednie, jak i pośrednie (o nich dalej).

Podatkami bezpośrednimi były podatki dochodowe, którymi opodatkowany był zysk producentów, sprzedawców, ale i dochody nabywców. Dlatego też wysokość podatku dochodowego ma dla nich wszystkich podstawowe znaczenie, gdyż decyduje o opłacalności z jednej strony produkcji i sprzedaży samochodów, a z drugiej strony o decyzjach zakupowych nabywców, gdyż wpływa bezpośrednio na wysokość funduszu swobodnej decyzji konsumenta. Im wyższy indywidualny podatek dochodowy musi zapłacić obciążony nim podmiot, tym mniej środków zostaje mu w kieszeni. Dla przykładu podamy, że po 1980 roku wysokość podatku dochodowego od firm (CIT) była różna w różnych latach i wynosiła w latach 1993–1996 – 40%, w 1997 roku 38%, w 1998 r. 36%, w 1999 r. 34%, a w 2000 r. 30% („Doradca Podatkowy” 2000; 2001).

Jeśli chodzi o PIT (podatek dochodowy od osób fizycznych) to stawki podatku w latach 1994–1996 wynosiły odpowiednio, zależnie od grupy dochodowej: I – 21%, II – 33% i III – 45%, następnie od 2000 r. obniżano, dochodząc do poziomu 19%, 30% i 40%, a od 2009 r. będą to tylko dwie stawki – 18% i 32%.

Widać było więc wyraźny trend malejący w przypadku podatków dochodowych, zarówno od dochodów indywidualnych, jak i przedsiębiorstw. Pamiętać należy, że równocześnie cały czas likwidowano kolejne ulgi.

Musimy również omówić krótko dochody pochodzące z tzw. szarej strefy. Jest ona definiowana w literaturze na wiele sposobów. Nie popełnimy błędu, definiując dochody z szarej strefy jako wszystkie dochody nie zgłoszone władzom podatkowym. Przykładowo mogą być to dochody nauczycieli z korepetycji, nie zgłoszone do opodatkowania i nie opodatkowane, ale też dochód prawnika, który ustala

z klientem wysokość honorarium na dwa sposoby. Jedno niskie, zgłoszone do opodatkowania, oficjalne, a drugie, rzeczywiste, bardzo wysokie nie zgłoszone do opodatkowania. Różnica między honorarium nieoficjalnym i oficjalnym to też przykład dochodu z szarej strefy. Innym przykładem dochodów z szarej strefy mogą być dochody z przestępstw, podwójnej księgowości, nieoficjalnej produkcji, nielegalnej pracy za granicą itp.

Według kryterium związku między ciężarem podatkowym a ponoszącym go podatnikiem, podatki możemy podzielić na podatki bezpośrednio i pośrednio.

Przykładem podatków pośrednich mogą być VAT i akcyza, pamiętać należy, że obydwa to podatki silnie cenotwórcze.

Podatek VAT nakładany był w wysokości 22% na każdy wyprodukowany w Polsce albo importowany do Polski samochód. Nie zawsze powodował on wzrost ceny samochodu o 22%, było to możliwe dzięki specyfice podatku typu VAT. Podatki VAT mogą być przeliczane w przód lub w tył. Przeliczenie podatku w przód polega na tym, że o kwotę podatku podnosi się cenę – w naszym przypadku byłoby to 22%, lecz na polskim rynku samochodowym, który nie jest rynkiem zmonopolizowanym, byłoby to działanie bardzo niekorzystne. Dlatego też wszyscy starają się przeliczać podatek w tył, czyli racjonalizować i maksymalnie obniżyć wszelkie koszty u siebie, wpływać na dostawców, ewentualnie szukać nowych, tańszych, aby tak obniżyć koszt produkcji, żeby wliczenie w cenę produktu tego 22% VAT nie spowodowało wzrostu ceny o 22%.

Dla przykładu założmy następującą sytuację ilustrującą przeliczenie podatku w przód i w tył. Producent wyprodukował samochód, który kosztuje 30 000 zł. Do jego ceny musi doliczyć 22% VAT, który przelicza na nabywców. Zatem przelicza w przód, czyli wlicza w cenę. Samochód będzie kosztował 36 600 zł. Jeżeli producent liczy się z tym, że nie sprzedaje samochodu za 36 600 zł, gdyż cena ta nie zostanie zaakceptowana na rynku, to wówczas musi tak obniżyć koszty pracy, surowców, półproduktów, energii i innych komponentów, aby samochód zamiast 30 000 zł kosztował po zejściu z taśmy produkcyjnej np. 27 000 zł. Wówczas po doliczeniu 22% VAT cena samochodu na rynku wyniesie tylko 32 940 zł.

W przypadku polskiego rynku samochodów osobowych ciekawym podatkiem jest akcyza, przez niektórych autorów uważana za podatek niesprawiedliwy. Inni autorzy z kolei uważają, że akcyza jest podatkiem jak najbardziej sprawiedliwym. W kraju takim jak Polska, gdzie system rynkowy nie działa dobrze, system podatkowy nie wychwytuje znaczącej części dochodów – to właśnie podatek akcyzowy (oprócz oczywiście podatku dochodowego) pozwala państwu przejąć pewną nadwyżkę finansową od tych, którzy nią dysponują.

Akcyza jest specyficznym podatkiem, którym objęte są towary masowe, których sprzedaż jest w gestii rządu lub też towary luksusowe. Poprzednio akcyzie podlegała nafta, sól, alkohol, a obecnie samochody, alkohol, nośniki energii itp., towary luksusowe, takie jak: jachty, futra, biżuteria itp. Należy zaznaczyć, że akcyza jest podatkiem silnie cenotwórczym. W przypadku samochodów z silnikami o pojem-

ności do 2,5 l wysokość akcyzy wynosiła ok. 2,5%, a na samochody o większej pojemności kilkanaście procent, ponieważ większość nowych samochodów to samochody o pojemności silnika mniejszej niż 2,5 l. Obowiązująca akcyza w przypadku nowych samochodów w Polsce w latach 1993–2003 nie wpływała znacząco na poziom sprzedaży nowych samochodów, ale stanowiła istotne źródło dochodów państwa, co uwidoczniło w tabelicy 1.

Tablica 1

Dochody z akcyzy od sprzedaży aut (w mln zł) i sprzedaż nowych aut wg Samar s.c. w latach 1993–2006

Rok	Dochody z akcyzy od aut (w mln zł)	Sprzedaż nowych samochodów osobowych
1993	3,0	241,6
1994	24,1	250,3
1995	30,7	265,0
1996	11,7	374,6
1997	186,2	478,0
1998	336,1	515,3
1999	471,8	640,2
2000	936,2	480,0
2001	790,3	327,2
2002	670,3	310,9
2003	681,4	358,4
2004	1422,5	316,1
2005	802,4	235,5
2006	682,4	239,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Kublik, 2005; Kublik, 2006; K.K., *Odbicie od dna?*, 2003; Roczniki Statystyczne GUS za lata 1993–2004; *870 tys. używanych*, 2006, s. 17; Niklewicz, Kublik, 2007.

Celem poboru podatku przez władze jest pokrycie zobowiązań publicznych. Państwo nakładając podatek liczy, że przyniesie on wpływy do kasy państwa. Jest to tzw. finansowy cel podatku. I rzeczywiście, w realiach gospodarki polskiej ten cel został zrealizowany z naddatkiem. Państwo uzyskiwało środki zarówno z podatków dochodowych, podatków od wydatków (akcyza) oraz podatku VAT. W pierwszej połowie lat 90. w przedsiębiorstwach państwowych funkcjonował PPWW (Podatek od ponad normatywnego wzrostu wynagrodzeń tzw. popiwek). Powodował on dyskryminację firm państwowych.

Rynek samochodowy traktowany był cały czas jako źródło dużych i stałych dochodów, nie wykorzystywano możliwości osiągnięcia innych celów, jakie spełnić mogą podatki w gospodarce, tj. celów gospodarczych i społecznych.

Cele gospodarcze – podatek może służyć oddziaływaniu na całą gospodarkę lub selektywnie na określone jej sektory.

Przykładem oddziaływania na całość gospodarki może być ostra interwencja podatkowa, mająca na celu wchłonięcie nadmiernej siły nabywczej i walka z inflacją we Francji tuż po II wojnie światowej. Taki charakter miało wprowadzone w 1948 roku „nadzwyczajne pobranie dla walki z inflacją”, co zostało uwidocznione nawet w nazwie.

Z kolei przykładem stosowania podatków w sposób selektywny, w celu osiągnięcia celów gospodarczych, mogą być oddziaływania państw takich, jak Japonia i Francja, na przyspieszenie i spowolnienie rozwoju przemysłu samochodowego.

Japonia od lat 50. XX wieku wprowadziła taki system podatkowy, który stymulował rozwój przemysłów proeksploatacyjnych, a takim był przemysł samochodowy.

Francja natomiast opodatkowała wysoko produkcję samochodów, dążąc do zahamowania jej rozwoju, uważanego za zbyt intensywny. Po roku 1980, gdy kryzys dotknął przemysł samochodowy ta polityka okazała się niezręczna i trudna dla rządu Francji. Interwencja doszła do skutku w nieco niewłaściwym momencie. Jednak władze francuskie tłumaczyły, że wysokie opodatkowanie produkcji samochodów służyło też do zniechęcenia Francuzów do korzystania z transportu indywidualnego (drogi, nieefektywny, zanieczyszczający środowisko itp.) na rzecz transportu zbiorowego (efektywny, tani, proekologiczny itp.). Chciano osiągnąć więc nie tylko cele gospodarcze, ale i cele społeczne.

Cele społeczne – podatki mogą również oddziaływać na sferę społeczną globalnie lub selektywnie.

Oddziaływanie globalne – np. łagodzenie nierówności społecznych, stosując wysokie, progresywne podatki dochodowe od spadków, niskie lub zerowe opodatkowanie artykułów pierwszej potrzeby, bądź wysokie opodatkowanie artykułów luksusowych.

Oddziaływanie selektywne – np. niskie stawki podatkowe na małe, tanie w eksploatacji, proekologiczne samochody. Wysokie podatki na alkohol wysokoprocentowy, np. wódka, whisky, a niskie podatki na wino czy piwo; cel – zmiana struktury spożycia alkoholu (Gaudemet, 1990).

3. Kwestie związane z importem samochodów

Polityka fiskalna dotykała również kwestii związanych z importem samochodów osobowych. Duże znaczenie w latach 90. miały cła i kontyngenty.

Kontyngenty, a ściślej kontyngenty parataryfowe, należą do tzw. narzędzi parataryfowych. Parataryfowe narzędzia zagranicznej polityki ekonomicznej państwa, to ograniczenia w handlu zagranicznym nie będące cłami, a powodujące skutki identyczne jak cła. W zasadniczej swej części prowadzą one do wzrostu ceny importowanego towaru i zmniejszają jego konkurencyjność na rynku wewnętrznym

kraju, który je stosuje. W takim rozumieniu narzędzia parataryfowe mogą zastępować cła bądź je uzupełniać. Jest to rola niezwykle użyteczna, zważywszy, że rola ceł maleje od wielu lat.

W porównaniu z cłami narzędzia parataryfowe odznaczają się nieporównanie większą skutecznością. Nie mają charakteru globalnego, nie dotyczą wszystkich uczestników wymiany zagranicznej. Jako narzędzia selektywne obejmują one tylko niektóre podmioty gospodarcze i wybrane towary. Sprawia to, że są traktowane jako dyskryminacyjne. Do najważniejszych narzędzi parataryfowych należą: opłaty wyrównawcze, inne opłaty fiskalne, specjalne, podatki, subsydia eksportowe, dumping, depozyty importowe, kontyngenty taryfowe i inne (Bożyk 1998, s. 433–434).

Kontyngenty taryfowe – ich celem jest likwidacja lub obniżka stawki celnej do pewnego poziomu importu. Mogą one obejmować wszystkich eksporterów do danego kraju lub tylko ich część (np. tylko z krajów UE).

Eksporterów spoza ustalonego kontyngentu obowiązują normalne stawki celne stosowane przez dany kraj w stosunku do całości dostaw. W efekcie zastosowania kontyngentów taryfowych objęta nimi część importu jest tańsza od reszty o wysokość stawki celnej.

Kontyngenty stosowane są wtedy, gdy potencjalny import przewyższa możliwości zbytu na terenie danego kraju. Kontyngenty służą więc do selekcji eksporterów zagranicznych, różnicując opłacalność dokonywanych transakcji (Bożyk, 1998, s. 444).

4. Polityka celna

Polityka celna ma dwa aspekty. Aspekt fiskalny polega na dostarczeniu państwu środków finansowych, co stanowi podstawowy cel polityki celnej. Aspekt protekcyjny zaś polega na ochronie nowych gałęzi przemysłu. Dominował on w polityce celnej Japonii i innych potęg azjatyckich od końca lat 50. XX w. Dzięki temu kraje te były w stanie rozwinąć najnowocześniejsze gałęzie przemysłu;

W przypadku polskiego rynku samochodów osobowych polityka celna występowała w obu tych aspektach, z tym, że pełniła funkcję ochronną raczej w stosunku do Fiata niż FSO. Cła skutecznie zamykały dostęp do rynku nowym samochodom z innych krajów. Pewnym ograniczeniem polityki celnej było wprowadzenie tzw. kontyngentu bezcłowego w latach 1992–2001. Produkcję samochodów osobowych, liczbę sprowadzanych nowych samochodów w kontyngencie bezcłowym oraz sprzedaż nowych samochodów osobowych w Polsce przedstawia tablica 2.

Po podniesieniu w 1992 r. cła na samochody do 35% (plus wprowadzono 6% podatek graniczny i 22% VAT) import samochodów używanych (ale nie import prywatny) przestał być opłacalny (Stefaniak, 2000, s. 30–32). W roku 1999 akcyza na nowe samochody osobowe z silnikami o pojemności do 2 l wynosiła 2%; w 2000 r. od połowy kwietnia podwyższono ją do 6% oraz obniżono stawki celne

na samochody importowane. Podwyżka akcyzy, czyli wzrost cen nowych samochodów, większe oprocentowanie kredytów, a także wzrost cen paliw powodowały, że posiadanie samochodu stało się kosztowniejsze, a to z kolei wpłynęło na zmniejszenie sprzedaży.

Tablica 2

Produkcja i sprzedaż samochodów osobowych w Polsce oraz ilość nowych samochodów sprowadzonych w kontyngencie bezcłowym

Rok	Produkcja samochodów osobowych w Polsce	Ilość sprowadzonych nowych samochodów w kontyngencie bezcłowym	Sprzedaż samochodów osobowych
1993	334 000	31 750	305 000
1994	338 000	33 500	345 000
1995	366 000	35 250	333 000
1996	441 000	37 000	445 000
1997	520 000	38 700	603 000
1998	592 000	40 500	598 000
1999	647 000	42 250	737 000
2000	532 000	44 000	632 000
2001	364 000	45 750	516 000
2002	288 000		495 000
2003	334 000		380 000
2004	522 000		316 100
2005	540 000		235 500
2006	608 000		239 000

Źródło: Roczniki Statystyczne GUS za lata 1993–2007; Skąpski, 2006, s. 3; Jedynek, 2007.

Od roku 2002 obowiązywały nowe stawki akcyzy na samochody osobowe. Były one uzależnione od wieku pojazdu – dla aut o pojemności silnika 2 l w wieku do 2 lat 3,1%, 3-letnich 15,1%, 4-letnich 27,1%, dla starszych aut 60%, a o pojemności silnika powyżej 2,5 l 15% (Stefaniak, 2000).

Cła na samochody spoza UE dotyczyły głównie samochodów sprowadzanych z Japonii, Korei Południowej czy USA. Od 1. 05. 2004 r. zmniejszono stawki celne z 35% do 10% na auta sprowadzane z wymienionych krajów.

Można powiedzieć, że w przypadku polityki celnej po 1989 roku mieliśmy do czynienia z kilkoma rodzajami ceł. Najczęściej występowały cła importowe, czyli takie, które nakładane są na towary przywożone, w celu ochrony gospodarki, bilansu handlowego, cen wewnętrznych w kraju i szeroko pojętej produkcji krajowej.

W ramach ceł importowych wyróżnić możemy:

- cła ochronne – chronią przed konkurencją zagraniczną,
- cła fiskalne – nakłada się na towary nie produkowane w kraju,
- cła ekspansywne – w założeniu mają chronić ceny wewnętrzne, gdy rynek jest zmonopolizowany.

Wszystkie te cła, które wymieniliśmy, mają charakter ceł umownych, czyli za nim zostały nałożone, zostały wynegocjowane na zasadzie pełnego konsensusu z innymi krajami.

4. Podsumowanie

Reasumując, narzędziami wykorzystywanymi w polityce fiskalnej były: podatki, kontyngenty i cła.

Stosowano podatki dochodowe: podatek VAT, akcyzę i podatki graniczne. Jeśli chodzi o politykę celną, stosowano cła i kontyngenty. Cały czas była wyraźna tendencja spadkowa, jeśli chodzi o wysokość podatków dochodowych. Z danych zawartych w referacie wyraźnie to wynika. Niektóre podatki, jak np. podatek graniczny, zlikwidowano w ogóle. Jednak równoległe cały czas mieliśmy do czynienia ze spadkiem sprzedaży nowych samochodów. Podobną tendencję zauważyć można w przypadku polityki celnej. Cło na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat zostało bardzo obniżone, a w niektórych grupach samochodów – na przykład pojazdy importowane z UE – zlikwidowano je zupełnie. Podobny los spotkał kontyngenty. Jak widać, to również nie zmieniło spadkowego trendu sprzedaży nowych samochodów.

Można więc powiedzieć, że na wysokość sprzedaży nowych samochodów oddziałuje wiele czynników, między którymi zachodzą różnego rodzaju interakcje. Z badań autorki nad rynkiem samochodów osobowych wynika, że wyróżnić możemy na nim trzy okresy, w których trzy różne czynniki decydowały o jego rozwoju.

Okres dominacji polityki fiskalnej przypada na lata 1990–1999, charakteryzował się początkowo dominacją popytu nad podażą. Początki gospodarki rynkowej (tuż po 1990 r.) to wejście firm zachodnich (przez firmy zachodnie rozumiemy firmy z Europy Zachodniej, Japonii, USA i koncerny globalne), które trafiły na niedobory rynkowe, będące wynikiem poprzedniego ustroju, ponieważ samochód pełnił w Polsce rolę nie tylko środka transportu, ale również inne funkcje, np. prestiżowe, czy samorealizacji. Właściwie każda ilość nowych samochodów potencjalnie mogła być sprzedana. Wiadomo, że państwo musiało temu przeciwdziałać. Niektóre firmy (np. Fiat) wywierały presję na władze, w celu uzyskania różnego rodzaju przywilejów i przywileje te uzyskiwały. W efekcie rynek polski był chroniony różnego rodzaju narzędziami polityki fiskalnej – podatkami, cłami, kontyngentami. Każ-

da obniżka podatków czy ceł, pozytywnie natychmiast przekładała się na wzrost sprzedaży nowych samochodów. Koniec tego okresu, to lata 1998–1999.

Okres dominacji polityki pieniężnej zaczął się około 1995 r., przez pewien czas trwał równoległe z okresem pierwszym. Kiedy samochody nowe kupili ci, którzy mieli pieniądze w postaci gotówki, należało stworzyć warunki dla tych, którzy spełniali kryteria do zakupu samochodów na kredyt. Stąd też ważność stopy procentowej, przede wszystkim jako głównego czynnika polityki monetarnej i w małym stopniu innych narzędzi polityki pieniężnej jako wyznaczników wysokości ceny kredytów. Okres ten trwa do dzisiaj, chociaż z dużo mniejszym natężeniem niż w drugiej połowie lat 90. i w pierwszych latach po roku 2000.

Okres dominacji polityki kursu walutowego rozpoczął się po wejściu Polski do UE 01. 05. 2004 r. Czynniki, które wyznaczały rozwój rynku nowych samochodów i samochodów używanych w Polsce były: zniesienie ceł na samochody sprowadzane z UE i ogromny spadek wartości dolara i euro do złotego. Otwarte granice, dogodna komunikacja, łatwość zakupów powodowały, że dla wielu ludzi najbardziej opłacalną decyzją była ta dotycząca zakupu używanego samochodu na terenie „starej UE”. W miarę upływu czasu samochody w „starej UE” taniały dla Polaków coraz bardziej. Złoty stawał się coraz bardziej mocny w stosunku do euro w latach 2007–2008 (do jesieni) atrakcyjne były zakupy nie tylko samochodów używanych, ale i nowych. Równocześnie ogromny, bo ponad 50-procentowy spadek wartości dolara w stosunku do złotego (z 4,6 PLN na początku 2000 r. do ok. 2 PLN w pierwszych trzech kwartałach 2008 r.) spowodował, że również wielu obywateli RP sprowadzało nowe i używane samochody z Ameryki Północnej. Przedstawione wyżej zjawiska bardzo negatywnie odbijały się na rynku samochodów osobowych w Polsce.

Bibliografia

- Begg D., Fisher S., Dornbush R. 1992. *Ekonomia*. T. 2. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-0878-2.
- Bożyk P., Misala J., Puławski M. 1998. *Międzynarodowe stosunki ekonomiczne*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-1126-0.
- Domaszewicz R. 1985. *Finanse krajów kapitalistycznych*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-0427-2.
- „Doradca Podatnika”. *Wskaźniki i stawki*, 2000 „Infor” nr 50.
- „Doradca Podatnika”. *Wskaźniki i stawki*, 2001 „Infor” nr 50.
- Gaudemet P.M. 1990. *Finanse publiczne*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-0780-8.
- Jedynak A. 2007. *Niewiele lepiej*. „Auto-Świat” Market nr 5, s. V.
- K.K. *Odbicie od dna?* 2003. „Auto-Świat” nr 5, s. I.
- Kublik A. 2005. *Nowy podatek od aut*. „Gazeta Wyborcza” nr 265.
- Kublik A. 2006. *Nowe auta na wstecznym*. „Gazeta Wyborcza” nr 8.
- 870 tys. *Używanych*. 2006. „Motor” nr 4, s. 17.
- Markowski K. 1989. *Rola państwa w gospodarce kapitalistycznej*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-0721-2.

- Nasiłowski M. 1992. *System rynkowy. Podstawy mikro- i makroekonomii*. Warszawa: Wydawnictwo KeyText. ISBN 83-900234-6-6.
- Niklewicz K., Kublik A. 2007. *Nielegalna akcyza na stare samochody z zagranicy*. „Gazeta Wyborcza” nr 16.
- Roczniki Statystyczne GUS z lat 1994–2007*.
- Skąpski R. 2006. *W lepszej formie*. „Auto-Motor i Sport” nr 2, s. 3.
- Stefaniak P. 2000. *Dla kogo groźny import prywatny samochodów*. „Boss-Gospodarka” nr 26, s. 30–32.
- Stefaniak P. 2000a. *Pękla motoryzacyjna bańka*. „Boss-Gospodarka” nr 44.

Fiscal Policy and its Influence on the Development of Car Market in Poland between 1998–2008

Summary: The author presents in this article an influence of a fiscal policy on the Polish car market. The Polish car market has developed considerably since 1990. Especially in the first period of its existence, the main factor of the development was due to the fiscal policy. Many kinds of taxes and custom duty had a great impact on this market. As the time went by the monetary policy and foreign exchange policy have become more important factors of the development of the Polish car market.

Key words: car market, fiscal policy, customs duty, tax
