

STUDIA EKONOMICZNE

GOSPODARKA • SPOŁECZEŃSTWO • ŚRODOWISKO

ECONOMIC STUDIES

ECONOMY • SOCIETY • ENVIRONMENT

Nr 2/2023 (12)



ISSN 2544-6916

ANS AKADEMIA NAUK
STOSOWANYCH
W NOWYM SĄCZU

www.ans-ns.edu.pl

STUDIA EKONOMICZNE • Gospodarka • Społeczeństwo • Środowisko • Nr 2/2023 (12)

Akademia Nauk Stosowanych
Nowy Sącz, grudzień 2023

Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu

STUDIA EKONOMICZNE
Gospodarka • Społeczeństwo • Środowisko
(ECONOMIC STUDIES. Economy • Society • Environment)

Nr 2/2023 (12)

Nowy Sącz, grudzień 2023

Wydawca

Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu
ul. Staszica 1, 33-300 Nowy Sącz
tel.: +48 18 443 45 45, e-mail: sog@ans-ns.edu.pl
www.ans-ns.edu.pl

Rada redakcyjna

redaktor naczelny – Tadeusz Kudłacz (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu);
zastępcy redaktora naczelnego – Bogusz Miłkuła (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu),
Marek Reichel (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu);
sekretarz redakcji – Iwona Gawron (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu);
redaktor językowy – Tamara Bolanowska-Bobrek (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu);
redaktor statystyczny – Aleksandra Jasińska (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu);
członkowie – Monika Danielska (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu), Jarosław Handzel (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu), Andrii Kucheriaviy (Kijowski Uniwersytet Narodowy im. Tarasa Szewczenki),
Daniele Paragano (Uniwersytet Niccolò Cusano), Jarosław Reszczyński (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu)

Rada naukowa

Peter Adamišin (Uniwersytet Preszowski w Preszowie); Andrzej Antoszewski (Uniwersytet Wrocławski); Dymytr Bodnar (Zachodnioukraiński Uniwersytet Narodowy); Paweł Churski (Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu); Oleksii Druhov (Uniwersytet Narodowy Politechniki Lwowska); Teresa Famulska (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach); Stanisław Korenik (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu); Jerzy Kornaś (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu); Jerzy Malec (Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego); Bohuslava Mihalčová (Uniwersytet Ekonomiczny w Bratysławie); Joanna M. Moczyłowska (Politechnika Białostocka); Svitlana Volosovych (Kijowski Narodowy Uniwersytet Handlu i Ekonomii)

Zespół recenzentów

Roman Batko (Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie); Oksana Bodnar (Narodowy Uniwersytet Pedagogiczny im. Wołodymyra Hnatiuka w Tarnopolu); Krystyna Brzozowska (Uniwersytet Szczeciński); Paweł Churski (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu); Justyna Danielewicz (Uniwersytet Łódzki); Magdalena Dołhasz (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Joanna Duda (Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie); Łukasz Furman (Państwowa Akademia Nauk Stosowanych w Krośnie); Kazimierz Górka (emerytowany profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie); Zofia Gródek-Szostak (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Mariola Grzebyk (Uniwersytet Rzeszowski); Dominika Hołuj (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Kira Horyacheva (Kijowski Uniwersytet Narodowy im. Tarasa Szewczenki); Krzysztof Jakóbk (zastępca prezesa NBP Oddział w Krakowie); Marcin Jurgilewicz (Politechnika Rzeszowska); Hubert Kaczmarczyk (Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach); Marcin Kopeć (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Danuta Krzywda (emerytowany pracownik-doktor Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie); Mirosław Kwieciński (Państwowa Akademia Nauk Stosowanych w Krośnie); Anna Xymena Majkrzak (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu); Kinga Michałowska (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Paweł Motek (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu); Agnieszka Pacut (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Sławomir Pastuszka (Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach); Robert Pawłusiński (Uniwersytet Jagielloński); Robert Perdał (Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu); Katarzyna Peter-Bombik (Uniwersytet Jagielloński); Anna Pietruszka-Ortyl (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Łukasz Popławski (Uczelnia Państwowa im. Jana Grodka w Sanoku); Mieczysław Różański (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie); Kamila Simon-Tabaka (Uniwersytet Grenoble Alpes); Tomasz Skica (Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie); Piotr Sołyk (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Tomasz Stefaniuk (Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach); Grzegorz Strupczewski (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Wanda Sułkowska (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Krzysztof Surówka (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Sylwia Wiśniewska (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Barbara Worek (Uniwersytet Jagielloński); Bernadetta Zawilińska (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Magdalena Zdun (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)

© Copyright by Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu
Nowy Sącz 2023

ISSN 2544-6916

Adres redakcji Wydawcy

Wydawnictwo Naukowe Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu
ul. Staszica 1, 33-300 Nowy Sącz
tel.: +48 18 443 45 45, e-mail: wn@ans-ns.edu.pl, tbolanowska@ans-ns.edu.pl, wydawnictwo.ans-ns.edu.pl

Adres redakcji Czasopisma

al. Wolności 38, 33-300 Nowy Sącz
tel.: 18 443 53 02, e-mail: studiaekonomiczne@ans-ns.edu.pl, <http://studiaekonomiczne.ans-ns.edu.pl/>

Druk

Wydawnictwo i drukarnia NOVA SANDEC s.c.
Mariusz Kałyniuk, Roman Kałyniuk
ul. Lwowska 14, 33-300 Nowy Sącz
tel.: 18 441 02 88, e-mail: biuro@novasandec.pl

Spis treści

Katarzyna PETER-BOMBIK

Zarządzanie ryzykiem w sektorze publicznym w świetle standardów kontroli zarządczej 6

Paweł MALINOWSKI

Rola i potencjał społeczeństwa w kontroli procesów przetwarzania danych osobowych 25

Piotr KARNAFAŁ, Aneta OLEKSY-GĘBCZYK, Paulina RYDWAŃSKA

Ocena wpływu pandemii i wsparcia państwowego na funkcjonowanie MSP w branży gastronomicznej 39

Martyna KOSIŃSKA

Wpływ pandemii COVID-19 na aktywność w wydarzeniach kulturalnych 61

Donata ADLER

ESG w strategii komunikacji organizacji – perspektywa pracowników 74

Radosław MIGACZ, Aneta OLEKSY-GĘBCZYK, Katarzyna KOWALSKA-JARNOT

Czynniki społeczne wpływające na decyzje konsumenckie użytkowników mediów społecznościowych w Polsce i na świecie 94

Dominik RYŚ

Kryptowaluty oraz waluty cyfrowe w polskich i międzynarodowych uwarunkowaniach prawno-gospodarczych 112

Mateusz MIŚ

Rola sektora usług we współczesnej gospodarce – przemiany struktur sektorowych województw Polski a światowe trendy strukturalne 125

Szymon ZAJĄC

Pracownicze Plany Kapitałowe wobec zmian demograficznych w Polsce 143

Katarzyna DZIEDZIC

Wpływ działań komunikacji marketingowej w mediach społecznościowych
na decyzje zakupowe klientów branży odzieżowej159

PRZEGLĄD NOWOŚCI WYDAWNICZYCH.....177

Informacje o Autorach185

Wnioski z konferencji naukowych188

Szanowni Państwo!

Oddajemy do Państwa rąk kolejny numer naszego czasopisma. Również tym razem liczymy, że tematyka, sposoby ujęcia i poziom merytoryczny uwzględnionych w nim artykułów usatysfakcjonują osoby zajmujące się zbliżonymi zagadnieniami, zaś nasuwające się z artykułów wyniki, konkluzje czy spostrzeżenia staną się małym chociażby przyczynkiem do postępu prowadzonych badań.

Z dużą radością informujemy, że nasze czasopismo w tym roku zostało ujęte w ministerialnym wykazie czasopism naukowych, w przypisanej mu dyscyplinie naukowej *ekonomia i finanse* oraz z liczbą 20 punktów. Czynimy wszelkie starania, aby przed kolejnymi przeglądami i klasyfikacją poziomu naukowego czasopism spełnić kryteria do znaczącego podwyższenia przyznanych punktów, jak też by czasopismo osadzone zostało w szerszym spektrum dyscyplin naukowych, co zresztą sugeruje jego tytuł.

Zachęcamy do przesyłania artykułów naukowych do naszego Czasopisma.

Za Radą redakcyjną Czasopisma
Tadeusz Kudłacz
Redaktor Naczelny

Katarzyna PETER-BOMBIK

Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska
ORCID: 0000-0003-3770-109X

ZARZĄDZANIE RYZYKIEM W SEKTORZE PUBLICZNYM W ŚWIETLE STANDARDÓW KONTROLI ZARZĄDCZEJ

Streszczenie

Ryzyko stanowi integralny element każdej aktywności ludzkiej, również w wymiarze organizacyjnym. Z punktu widzenia dążenia do efektywnego działania i osiągnięcia ustalonych celów, koniecznością w dzisiejszych czasach staje się więc zarządzanie ryzykiem. Dotyczy to wszystkich bez wyjątku organizacji, także jednostek działających w ramach sektora publicznego. Celem niniejszego artykułu jest analiza zasad zarządzania ryzykiem w sektorze publicznym, których stosowanie wynika z przepisów ustawowych sankcjonujących kontrolę zarządczą, jak również próba oceny mechanizmów wprowadzonych przez ustawodawcę.

Słowa kluczowe: ryzyko, zarządzanie ryzykiem, sektor publiczny, kontrola zarządcza.

RISK MANAGEMENT IN THE PUBLIC SECTOR IN THE LIGHT OF MANAGEMENT CONTROL STANDARDS

Summary

Risk is an integral element of every human activity, also in the organizational dimension. From the point of view of striving for effective operation and achieving set goals, risk management is becoming a necessity nowadays. This applies to all organizations without exception, including entities operating within the public sector. The aim of this article is to analyze the principles of risk management in the public sector, the application of which results from statutory provisions sanctioning management control, as well as an attempt to assess the mechanisms introduced by the legislator.

Key words: risk, risk management, public sector, management control.

Wprowadzenie

Ryzyko stanowi nieodłączny element zarówno działalności człowieka jako jednostki, jak również wszelkich zbiorowości ludzkich i form organizacyjnych, w tym organizacji oraz instytucji. Ponad 50 lat temu P. Drucker (1964), nazywany ojcem współczesnego zarządzania, zauważył, że jest ono elementem każdej działalności, przez co jest czynnikiem koniecznym do uwzględnienia w prowadzeniu tej działalności. W obecnych czasach wszelkie działania mają charakter coraz bardziej skomplikowany, więc istotnym wyzwaniem staje się koordynacja poszczególnych aktywności oraz funkcjonowania całych systemów, w większym stopniu narażonych na różne zakłócenia (Zybała, 2015). W związku z tym ryzyko jak najbardziej powinno stanowić nie tylko element zainteresowania, ale – co wynika z czysto pragmatycznych przesłanek – też przedmiot identyfikacji, analizy i ustalania określonych reakcji w przypadku wszystkich podmiotów, niezależnie od ich przynależności sektorowej, w tym także jednostek sektora publicznego.

Mówiąc o specyfice działalności podmiotów sektora publicznego, warto zwrócić uwagę na to, że różni się ona istotnie od pozostałych form działalności, zwłaszcza podmiotów komercyjnych zaliczanych do sektora prywatnego. Różnice między sektorami sprowadza się często do czterech głównych obszarów, którymi są: odpowiedzialność, niedochodowy charakter działalności, możliwość stosowania narzędzi przymusu oraz odmienny mechanizm alokacji zasobów (Niedziółka, 2015). Bez wyjątku, każda organizacja istnieje „po to, aby tworzyć wartość dla swoich interesariuszy” (Szymaniec-Mlicka, Węgrzyn, 2021, s. 35), którymi w przypadku sektora publicznego jest ogół społeczeństwa. Jednostki tego sektora działają więc w celu zaspokojenia potrzeb obywateli i realizacji tzw. interesu publicznego, co związane jest m.in. z finansowaniem dziedzin życia o charakterze niekomercyjnym (wynika to z ich specyfiki i prowadzonej przez państwo polityki), takich jak bezpieczeństwo, administracja, pomoc społeczna, ochrona zdrowia czy edukacja. Sektor publiczny nie jest zatem nastawiony na generowanie nadwyżek finansowych, a sposób jego działania wynika z przepisów prawa, mających często charakter specjalnych wymagań. Związane jest to przede wszystkim z faktem – zwłaszcza w wymiarze finansowym – dysponowania zasobami, których źródłem i de facto właścicielem jest społeczeństwo. Oznacza to, że „podejmując decyzje mające wymiar finansowy, angażuje się publiczne zasoby pieniądza” (Filipiak, 2010, s. 115). Już samo to wydaje się być wystarczającą przesłanką do takiego zarządzania tymi środkami, by w możliwie jak największym stopniu wyeliminować lub ograniczyć potencjalne straty finansowe i przejawy niegospodarności. Oczywiście dotyczy to również ograniczania innych niepożądanych zjawisk w pozostałych (innych niż finansowy) obszarach aktywności jednostek sektora publicznego. W praktyce przekłada się to na potrzebę zarządzania ryzykiem, które obecne jest w polskim sektorze publicznym – jako jeden z elementów kontroli zarządczej – od przeszło 10 lat.

Celem niniejszego artykułu jest analiza zasad wynikających z przepisów ustawowych sankcjonujących kontrolę zarządczą, które odnoszą się do zarządzania ryzykiem w sektorze publicznym, w tym specyfiki procesu zarządzania ryzykiem w odniesieniu do tego sektora, jak też próba oceny funkcjonujących mechanizmów.

1. Ryzyko i jego specyfika, ze szczególnym uwzględnieniem sektora publicznego

Ryzyko w ujęciu tradycyjnym rozumiane jest przede wszystkim jako sytuacja, której wystąpienie powoduje stratę, stanowi problem, ogranicza lub wręcz uniemożliwia działanie i osiągnięcie zaplanowanych celów. Wskazuje na to m.in. źródłosłów pojęcia „ryzyko” – upatrujący jego podstaw w języku łacińskim, włoskim lub też greckim. W każdym przypadku pierwotny termin odnoszony był do sytuacji, które oznaczały niebezpieczeństwo, możliwość wystąpienia porażki, wymagały odwagi i zgody na to, że podjęte działania niekoniecznie muszą zakończyć się sukcesem. Ryzyko rozumiane było zatem jako oczekiwana nieużyteczność, strata lub prawdopodobieństwo wystąpienia niekorzystnego wyniku (Campbell, 2005; Willis, 2007; Graham, Weiner, 1995), przez co było postrzegane negatywnie (Filipiak, 2010) i miało charakter jednokierunkowy. Na przestrzeni lat nastąpiły jednak istotne zmiany i współcześnie traktowane jest ono znacznie szerzej – jako zjawisko różnokierunkowe lub neutralne, które może oznaczać zarówno stratę, jak i zysk. W efekcie powinno być postrzegane jako niepewna sytuacja, której wystąpienie powoduje efekt odmienny od założonego.

W literaturze przedmiotu ryzyko definiowane jest w różny sposób, w zależności od autora, a przykładowo może ono oznaczać możliwość wystąpienia zdarzeń (zarówno negatywnych, jak i pozytywnych), które będą miały wpływ na osiągnięcie zamierzonych celów, możliwość urzeczywistnienia czegoś niepożądanego, niepewność wystąpienia określonego zdarzenia, utracone korzyści, odchylenie od planowanej wartości, rezultat niepewności czy też hamulec w osiąganiu założonych celów organizacyjnych (Staniec, 2011). To też „prawdopodobieństwo wystąpienia dowolnego, niepożądanego zdarzenia, działania lub braku działania” (Piaszczyk, 2020, s. 45), co może być tłumaczone jako rezultat podejmowanych decyzji, które mogą pociągnąć za sobą określone konsekwencje (Denek, Kańduła, 2010).

Ryzyko jest zjawiskiem niejednorodnym i wieloznacznym, co wynika m.in. z faktu, że stanowi przedmiot zainteresowania wielu dyscyplin, w związku z czym bywa odmiennie traktowane. Przykładowo, w tzw. podejściu defensywnym ryzyko postrzegane jest wyłącznie w aspekcie negatywnym jako obiektywna prawidłowość, w przypadku wystąpienia której człowiek praktycznie nie ma możliwości przeciwdziałania (Tworek, 2018), jak też może stanowić wręcz pożądaną cechę oraz element działalności i sukcesu w obszarze przedsiębiorczości (nurt ofensywny).

W wielu definicjach ryzyka obok tego terminu pojawia się często też niepewność, która przez niektórych autorów jest z ryzykiem utożsamiana, ale w większości opracowań traktowana jest jednak jako odmiennie pojęcie. Różnice między ryzykiem a niepewnością prowadzą się m.in. do kwestii mierzalności. Dla F.H. Knighta (1921), który zajmował się problematyką ryzyka, już 100 lat temu stanowiło ono „mierzalną niepewność”, a odnosiło się do decyzji podejmowanych w warunkach umożliwiających oszacowanie prawdopodobieństwa określonych konsekwencji. Przekonanie to podziela współcześnie wielu autorów, według których ryzyko charakteryzują dwa główne parametry, czyli prawdopodobieństwo wystąpienia oraz dotkliwość lub zakres wpływu, które można oszacować (Woźniak, Wereda, 2019). Ryzyko łatwiej poddaje się zarządzaniu i jako takie ma charakter węższy od niepewności. Niepewność z kolei można uznać za kategorię niemierzalną, co często powoduje jej wykluczenie z dyskursu naukowego. Jest ona traktowana jako subiektywny stan umysłu w przeciwieństwie do ryzyka uznawanego za obiektywny stan świata (Tworek, 2018).

Niezależnie od przyjętej definicji ryzyka, w jego charakterystyce z reguły pojawiają się trzy główne elementy, którymi są: zdarzenie, prawdopodobieństwo i dotkliwość (konsekwencje). Zdarzenie oznacza określone okoliczności, w których następuje zmaterializowanie się ryzyka. Bardzo istotna jest tutaj precyzja opisu, gdyż w znaczącym stopniu rzutuje to na pozostałe elementy. Prawdopodobieństwo traktowane jest jako możliwość zmaterializowania się danego ryzyka, co związane jest przede wszystkim ze specyfiką podejmowanej działalności i ustalane – z wykorzystaniem metod obliczeniowych, w tym rachunku prawdopodobieństwa, w oparciu o dane historyczne. Oznacza to konieczność wystąpienia w przeszłości określonych zdarzeń, co umożliwia ich porównanie (Noga, Noga, 2019). Z kolei dotkliwość oznacza skutki, które towarzyszą wystąpieniu danego ryzyka i ich zakres oddziaływania (wpływ). Traktowane są one jako wszelkie możliwe konsekwencje, które mogą się pojawić, szczególnie z punktu widzenia realizacji celów danego podmiotu (Kumpiałowska, 2011).

Reasumując, do istotnych cech ryzyka zaliczyć można m.in. – poza wspomnianą wcześniej obiektywnością i mierzalnością – symetryczność, towarzyszenie zarówno działaniu, jak też jego brakowi, powiązanie z negatywnymi konsekwencjami oraz niewykorzystanymi szansami, możliwość wywierania określonego wpływu, a także pochodzenie zarówno z otoczenia zewnętrznego, jak i wewnętrznego (Wiatrak, 2017).

Pochodzenie ryzyka z otoczenia – czy to zewnętrznego, czy wewnętrznego – związane jest z faktem istnienia określonych czynników wywołujących ryzyko, nazywanych czynnikami lub źródłami ryzyka. Inaczej mówiąc, każde ryzyko ma jakąś przyczynę lub przyczyny. W przypadku otoczenia zewnętrznego czynniki te można podzielić na pochodzące z otoczenia dalszego (makrootoczenia) lub też bliższego (mikrootoczenia), których rozróżnienie jest istotne głównie ze względu na możliwości oddziaływania na te czynniki (Maj-Mazurek, 2019), a które jednak nie są bezpośrednio zależne od danej organizacji. Z drugiej strony wskazać można źródła ryzyka o charakterze wewnętrznym, które są bezpośrednio związane z funkcjonowaniem danej jednostki (Waściński, Krasieński, 2010). W odniesieniu do jednostek sektora publicznego – zgodnie z Komunikatem Ministra Finansów dotyczącym planowania i zarządzania ryzykiem – do czynników zewnętrznych ryzyka zaliczyć można m.in.: zmieniające się oczekiwania i potrzeby obywateli, zmienność przepisów prawnych, zmiany gospodarcze oraz technologiczne, jak też zagrożenia naturalne. Z kolei czynniki wewnętrzne obejmują: specyfikę działalności, wielkość zasobów finansowych oraz realizowanych operacji finansowych, systemy komunikacyjne i informatyczne oraz przetwarzanie informacji, zasoby ludzkie i jakość kierownictwa, jak również przyjęte i obowiązujące plany oraz strategie (Komunikat nr 6, 2012).

To, jaki charakter mają skutki ryzyka (finansowy lub niefinansowy), pozwala dokonać jego podziału na ryzyko finansowe i ryzyko niefinansowe (pozafinansowe) (Wójtowicz-Dawid, 2021). Jest to przykładowy podział ryzyka, gdyż w praktyce znajduje zastosowanie wiele typologii, które oparte są o takie kryteria, jak: czynniki kształtujące ryzyko (ryzyko wewnętrzne i zewnętrzne, a także ryzyko ogólne i specyficzne), obszar, którego ryzyko dotyczy (ryzyko finansowe, rozwoju, makroekonomiczne, polityczne, zasobów ludzkich, technologiczne i środowiskowe), powiązanie z działalnością organizacji (ryzyko stałe oraz zmienne), horyzont czasowy (ryzyko długoterminowe oraz bieżące/krótkoterminowe, ryzyko strategiczne i operacyjne) (Poniatowicz, 2010; Grabowski, 2019; Woźniak, Wereda, 2019; Sasak, 2020; Szymaniec-Mlicka, Węgrzyn, 2021).

Jak już wcześniej zostało podkreślone, ryzyko dotyczy bez wyjątku każdej organizacji czy jednostki, jak również każdego rodzaju działalności, będąc wręcz jej immanentną cechą. Zawsze jest ono częściowo nieznane, co wynika z faktu, że może zmieniać się w czasie. Z drugiej jednak strony, ryzyko – poprzez określone działania – można kształtować. Z punktu widzenia każdego podmiotu oznacza to więc możliwość i konieczność stałego monitorowania ryzyka, co stanowi jeden z elementów szeroko rozumianego procesu zarządzania ryzykiem.

Zarządzanie ryzykiem jest w przypadku współczesnych organizacji stałym elementem zarządzania o charakterze strategicznym (Kumpiałowska, 2011), którego znaczenie zdecydowanie wzrasta. Jest to działanie ściśle zintegrowane z pozostałymi procesami zachodzącymi w każdej organizacji, stanowiące de facto jedyny sposób podejścia do dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości (Pavodani, Tugnoli, 2005). Może być ono rozumiane jako zorganizowany proces rozwiązywania problemów

związanych z pojawiającym się ryzykiem, a także proces podejmowania decyzji w zakresie wyboru zabezpieczeń adekwatnych do występujących zagrożeń lub proces obejmujący identyfikację i ocenę ryzyka oraz reagowanie na nie (Peter-Bombik, 2018). W kontekście wielokierunkowej koncepcji ryzyka celem zarządzania ryzykiem jest „zwiększenie prawdopodobieństwa i/lub skutków pozytywnych ryzyk oraz zmniejszenie prawdopodobieństwa i/lub skutków negatywnych ryzyk” (PMBOK, 2019, s. 395). Z racji tego, że ryzyko odnosi się do wszystkich bez wyjątku zasobów danej organizacji, zarządzanie ryzykiem może być postrzegane jako jeden z kluczowych procesów zarządzania (Miciuła, 2013; Olender, 2020).

Zarządzanie ryzykiem może być postrzegane procesowo i rozumiane jako „ciąg czynności zmierzających do podejmowania właściwych działań w celu całkowitego wyeliminowania lub zmniejszenia prawdopodobieństwa występowania zagrożeń (ryzyk) lub – w razie braku takich możliwości – przeciwdziałania negatywnym skutkom potencjalnie występujących zagrożeń” (Rosiek, 2022, s. 146). W praktyce jednak skuteczne zarządzanie ryzykiem często nie oznacza jego całkowitej eliminacji, gdyż okazuje się to niemożliwe (OECD, 2014). Traktowanie zarządzania ryzykiem jako procesu czy też sekwencji działań oznacza, że można w jego ramach wyodrębnić określone etapy. W klasycznym rozumieniu proces zarządzania ryzykiem obejmuje: określenie i oszacowanie zagrożeń, jak również podjęcie działań pozwalających na ich uniknięcie. Warto jednak przywołać bardziej rozbudowane modele zarządzania ryzykiem, znajdujące m.in. swoje zastosowanie w obszarze zarządzania projektami, które np. składają się z takich etapów, jak: planowanie zarządzania ryzykiem, identyfikacja ryzyk, jakościowa i ilościowa analiza ryzyk, planowanie i implementacja reakcji na ryzyka, jak również kontrolowanie ryzyk (PMBOK, 2019).

Odnosząc się do jednostek sektora publicznego, warto zauważyć, że zarządzanie ryzykiem w tym sektorze – w porównaniu do sektora prywatnego – wydaje się trudniejsze i stanowi większe wyzwanie. Przyjmuje się także, że sektor publiczny jest w większym stopniu na nie narażony, przy mniejszym tzw. apetycie na ryzyko (Bhatta, 2008). Wynika to z jednej strony ze stosunkowo niewielkiego doświadczenia w tym obszarze (w porównaniu z sektorem komercyjnym), co pociąga za sobą pewne ograniczenia w zakresie stosowanych rozwiązań i narzędzi, jak też tzw. dobrych praktyk. Z drugiej strony zwraca się też uwagę na upolitycznienie szczebli kierowniczych w jednostkach sektora publicznego, co niekoniecznie idzie w parze ze zrozumieniem potrzeby zarządzania ryzykiem, a także posiadaniem odpowiedniej wiedzy w tym zakresie. Kolejny element stanowi ograniczona odpowiedzialność za podejmowane decyzje, co może skutkować obojętnością na potencjalne ryzyka, wynikającą z braku poczucia zagrożenia (Martyniuk, 2012). Warto w tym miejscu podkreślić, że wśród autorów nie ma zgodności, czy zarządzanie ryzykiem w sektorze publicznym i prywatnym wykazują podobieństwa, czy też stanowią zupełnie odmienne procesy. Część autorów, wskazując m.in. na charakter odpowiedzialności osób zarządzających podmiotami publicznymi i prywatnymi, jak też działania podejmowane w stosunku do zidentyfikowanych ryzyk, zwraca uwagę na istniejące odmienności i unikalność działań podejmowanych w ramach każdego sektora (Vincent, 1996; Hansson, 2005). Z drugiej strony można wskazać również koncepcje podkreślające uniwersalność procesu zarządzania ryzykiem we wszystkich organizacjach, niezależnie od ich przynależności sektorowej i możliwości stosowania tych samych zasad oraz standardów (Spira, Page, 2003). W praktyce, kluczowe w tym zakresie wydają

się rozstrzygnięcia wprowadzone przez ustawodawców. W warunkach polskich – w odniesieniu do jednostek należących do sektora publicznego – zarządzanie ryzykiem stanowi obecnie wymóg, który wynika z regulacji dotyczących kontroli zarządczej.

2. Kontrola zarządcza i jej rola w sektorze publicznym

Jednym z wyzwań stojących przed sektorem publicznym w Polsce jest z pewnością zwiększenie sprawności działania, co oznacza m.in. poprawę istniejącego systemu zarządzania zarówno sferą publiczną jako całością, jak i poszczególnymi jednostkami wchodzącymi w skład tego sektora. Dobrze zarządzana jednostka sektora publicznego może być rozumiana jako „organizacja, która m.in. osiąga postawione przed nią cele, wykonuje swoje zadania w sposób wydajny i efektywny, zgodnie z obowiązującymi regulacjami, a jej sprawozdania odpowiadają stanowi rzeczywistości” (Piszko, 2020, s. 14-15). Jak wynika z powyższego, w działalności sektora publicznego coraz większą rolę zaczyna odgrywać skuteczność i efektywność działania. Z drugiej strony, pojawia się również potrzeba ograniczania zjawisk i sytuacji mogących wpłynąć negatywnie na te elementy. Skuteczność rozumiana jest jako „osiągnięcie zakładanych rezultatów działalności”, z kolei efektywność to „osiągnięcie rezultatów przy minimalnym zaangażowaniu środków, czyli optymalna relacja pomiędzy ponoszonymi na realizację celów nakładami a osiąganymi efektami” (Wójtowicz-Dawid, 2021, s. 17). I, o ile skuteczność jako taka występuje jak najbardziej w sektorze publicznym, o tyle efektywność jeszcze jakiś czas temu miała charakter „problematiczny”. Wynikało to zwłaszcza z faktu, że traktowana jest ona głównie jako kategoria ekonomiczna – porównanie nakładów i rezultatów. Ponieważ celem działania sektora publicznego nie jest generowanie nadwyżek finansowych i podejmowanie wyłącznie takich działań, które w wymiarze ekonomicznym się opłacają, termin „efektywność” jeszcze nie tak dawno był w odniesieniu do tego sektora pomijany. Zastępowano go takimi terminami jak np. gospodarność lub wydajność. Sytuacja zmieniła się jednak w istotny sposób wraz z wprowadzeniem do polskiego porządku prawnego instytucji kontroli zarządczej, wśród której celów wymieniona została właśnie skuteczność i efektywność działania (Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, art. 68.2).

Mówiąc o kontroli zarządczej, warto zwrócić uwagę na to, że samo pojęcie „kontrola” może być rozumiane na kilka sposobów, przy czym najczęściej oznacza to działanie o charakterze sprawdzająco-sankcyjnym. Jest to tzw. ujęcie funkcjonalne kontroli, które stoi w pewnej opozycji do ujęcia zarządczego, zgodnie z którym kontrola stanowi narzędzie wspomagające sprawność działania danej jednostki. Kontrola zarządcza, będąca przedmiotem rozważań niniejszego opracowania, jak najbardziej wpisuje się w ten drugi nurt. Zastosowanie przez ustawodawcę terminu „kontrola” może wprowadzać w błąd, sugerując podejście weryfikacyjno-sankcyjne, podczas gdy kontrola zarządcza nie jest kontrolą w ujęciu klasycznym. To raczej proces doskonalenia zarządzania daną jednostką, który pozwala, zwłaszcza osobom zarządzającym, uzyskać zapewnienie, że cele jednostki są osiągnięte w sposób skuteczny i efektywny. Jest ona „elementem systemu kierowania działalnością jednostki, w tym monitorowania tej działalności” (Piaszczyk, 2020, s. 35). Jak wskazuje A. Wójtowicz-Dawid, „to narzędzie służące do zarządzania, nie zaś substytut zarządzania” (2021, s. 12). Tym samym kontrola zarządcza wpisuje się w koncepcję zarządzania opartego na formule 3E, która postuluje, aby zarządzanie miało charakter efektywny, ekonomiczny i etyczny (Kieżun, 1998).

Historycznie ujmując, pojawienie się kontroli zarządczej, zanim w polskim porządku prawnym zaistniała w formie obecnie obowiązującej, związane było z procesami przygotowawczymi do członkostwa w Unii Europejskiej i reformą systemu finansów publicznych. Z drugiej strony, koncepcja tego typu kontroli ma swoje korzenie w praktykach właściwych dla sektora biznesowego (Rosiek, 2022). Sama kontrola zarządcza, wprowadzona na mocy ustawy o finansach publicznych z 2009 roku, zastąpiła funkcjonującą wcześniej kontrolę finansową. W zamyśle ustawodawcy, co znalazło swoje odzwierciedlenie w uzasadnieniu projektu ustawy, funkcjonująca wcześniej instytucja miała charakter stricte finansowy, podczas gdy intencją prawodawcy było „objęcie zakresem kontroli wszystkich aspektów działalności jednostki” (Druk sejmowy nr 1181).

Zapowiadając wprowadzenie ważnych zmian w systemie zarządzania jednostkami sektora publicznego poprzez kontrolę zarządczą, ustawodawca poświęcił tej instytucji w ustawie o finansach publicznych zaledwie cztery artykuły. Zawierają one definicję, cele i pewne kwestie organizacyjne związane z jej funkcjonowaniem. Zgodnie z definicją ustawową, „kontrolę zarządczą w jednostkach sektora finansów publicznych stanowi ogół działań podejmowanych dla zapewnienia realizacji celów i zadań w sposób zgodny z prawem, efektywny, oszczędny i terminowy” (Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, art. 68.1). Warto zwrócić uwagę na fakt, że w definicji została podkreślona przede wszystkim realizacja celów danej jednostki, co jednoznacznie umiejscawia omawianą instytucję w obszarze zarządzania. „Kluczowym czynnikiem przesądzającym o skuteczności i efektywności zarządzania staje się wyznaczanie celów jednostki i ich osiągnięcie w określonym horyzoncie czasowym” (Piasny, 2016, s. 339). Stanowi to też punkt wyjścia określonych działań podejmowanych w ramach zarządzania ryzykiem, o czym będzie mowa w dalszej części opracowania.

Cele kontroli zarządczej zostały określone przez ustawodawcę i obejmują zapewnienie: zgodności działalności danej jednostki z przepisami prawa, skuteczności i efektywności, wiarygodności sprawozdań, ochrony zasobów, etycznego działania, skutecznego informowania oraz zarządzania ryzykiem (Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, art. 68.2).

Wprowadzona w roku 2009 do polskiego porządku prawnego kontrola zarządcza od roku 2010 stała się obligatoryjna dla wszystkich jednostek wchodzących w skład sektora finansów publicznych, niezależnie od poziomu organizacyjnego, na którym funkcjonują. Dla lepszej organizacji dokonano podziału sektora, wyodrębniając pion administracji rządowej (działy administracji rządowej) i administracji samorządowej (jednostki samorządu terytorialnego), wprowadzając w każdym z nich dwa poziomy kontroli. Pierwszy poziom związany jest z zarządzaniem daną jednostką, w związku z czym musi zostać w tej jednostce wprowadzony i zorganizowany. Osobą odpowiedzialną za zapewnienie funkcjonowania adekwatnej, skutecznej oraz efektywnej kontroli na poziomie danej jednostki – zgodnie z zapisami ustawy o finansach publicznych – jest jej kierownik (Ibidem, art. 69.1). W przypadku drugiego poziomu jest to zadanie ministra kierującego danym resortem (poziom działu administracji rządowej) albo wójta, burmistrza, prezydenta miasta, starosty lub marszałka województwa (poziom jednostki samorządu terytorialnego).

Warto zauważyć, że ustawa nie precyzuje, w jaki sposób kierownik jednostki ma zorganizować kontrolę zarządczą. Pewną pomocą – w założeniu ustawodawcy – miały być standardy oraz wytyczne, jednak ze względu na ich ogólny charakter trudno uznać je za precyzyjne wskazówki, gdyż „mogą być one zarówno dostosowane, jak i rozbudowane na potrzeby danej jednostki” (Szczepankiewicz, 2011, s. 200). Dodatkowo, sam model organizacyjny kontroli zarządczej, wynikający z ustawy, jest traktowany przez wielu autorów jako konstrukt teoretyczny. Wynika to z faktu, że „kontrola zarządcza przewiduje dwa poziomy zarządzania jednostkami sektora publicznego, podczas gdy tych poziomów w praktyce jest o wiele więcej i nie są to proste zależności” (Rosiek, 2022, s. 48). Ustawodawca przypisał szczególne zadania ministrowi właściwemu do spraw finansów publicznych, ustanawiając go koordynatorem systemu kontroli zarządczej. Koordynację w tym przypadku traktować można jako „zapewnienie spójnego i jednolitego funkcjonowania kontroli zarządczej w jednostkach organizacyjnych całego sektora” (Piaszczyk, 2020, s. 37). W związku z powyższym, minister finansów otrzymał określone zadania, obejmujące m.in. wydawanie oraz upowszechnianie standardów i wytycznych kontroli zarządczej.

Warto jednak podkreślić, że wydawanie standardów oraz wytycznych zostało potraktowane przez ustawodawcę w odmienny sposób. W pierwszym przypadku (standardy) stało się to zadaniem obligatoryjnym i faktycznie znalazło swoją realizację jeszcze w 2009 roku, przed wejściem w życie przepisów dotyczących kontroli zarządczej (Komunikat nr 23, 2009). W przypadku wytycznych wprowadzono jedynie możliwość opracowania takich wytycznych na poziomie ministerialnym. W efekcie, dopiero w kolejnych latach zostały przygotowane wytyczne, które dotyczyły wyłącznie dwóch obszarów kontroli, a mianowicie samooceny (Komunikat nr 3, 2011) oraz planowania i zarządzania ryzykiem (Komunikat nr 6, 2012).

Ogólnie standardy w obszarze kontroli zarządczej można rozumieć jako „określenie minimalnych wymagań jakościowych dotyczących sposobu przeprowadzania kontroli” (Piaszczyk, 2020, s. 9). Zostały one oparte na stosowanych w świecie – przez liczne organizacje zrzeszające audytorów zewnętrznych i wewnętrznych – standardach, oczywiście z uwzględnieniem specyfiki sektora i obowiązujących regulacji prawnych. Wśród nich wymienić można takie regulacje, jak: INTOSAI (International Organization of Supreme Audit Institutions), COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) czy też FERMA (Federation of European Risk Management Associations). Zastosowanie praktyczne standardów polega na tym, że powinno się je traktować jako „uporządkowany zbiór wskazówek, które powinny zostać wykorzystane do tworzenia, ocen i doskonalenia systemów kontroli zarządczej” (Wójtowicz-Dawid, 2021, s. 45). W efekcie tego istnieje możliwość ich rozbudowywania z uwzględnieniem specyfiki danej jednostki czy obszaru działania, jak również tzw. „dobrych praktyk”, wypracowanych w sektorze w czasie funkcjonowania kontroli zarządczej.

W przypadku polskiej kontroli zarządczej opracowane standardy podzielone zostały na pięć głównych kategorii, odpowiadających poszczególnym elementom kontroli:

- środowisko wewnętrzne (przestrzeganie wartości etycznych; kompetencje zawodowe; struktura organizacyjna; delegowanie uprawnień);
- cele i zarządzanie ryzykiem (misja; określanie celów i zadań, monitorowanie i ocena ich realizacji; identyfikacja ryzyka; analiza ryzyka; reakcja na ryzyko);

- mechanizmy kontroli (dokumentowanie systemu kontroli zarządczej; nadzór; ciągłość działania; ochrona zasobów; szczegółowe mechanizmy kontroli dotyczące operacji finansowych i gospodarczych; mechanizmy kontroli dotyczące systemów informatycznych);
- informacja i komunikacja (bieżąca informacja; komunikacja wewnętrzna; komunikacja zewnętrzna);
- monitorowanie oraz ocena (monitorowanie systemu kontroli zarządczej; samoocena; audyt wewnętrzny; uzyskanie zapewnienia o stanie kontroli zarządczej).

Układ poszczególnych grup nie ma charakteru hierarchicznego. Nie ma więc możliwości wskazania standardów kluczowych, gdyż przyjmuje się, że wszystkie elementy są istotne z punktu widzenia prawidłowego i efektywnego działania danej jednostki.

Warto jednak zwrócić uwagę, że w przypadku zarządzania ryzykiem, które jest przedmiotem zainteresowania niniejszego opracowania, po pierwsze – ma miejsce dość duże uszczegółowienie działań (w porównaniu do innych standardów), a po drugie – zarządzanie ryzykiem zostało połączone z ustalaniem misji i celów. To, że w ramach jednej grupy standardów zostały połączone ze sobą misja, cele i zarządzanie ryzykiem, nie jest przypadkowe. Ryzyko stanowi niejako następstwo – z punktu widzenia konstrukcji standardów – pierwszych dwóch elementów, co oznacza, że „po ustaleniu celów należy rozpoznać poszczególne obszary ryzyka związane z ich realizacją, dokonać ich oceny, określić poziom akceptowalnego ryzyka oraz sposób reakcji na ryzyko” (Szymaniec-Mlicka, Węgrzyn, 2021, s. 57).

Ustalanie celów działania jest ściśle powiązane z procesami decyzyjnymi, które w jednostkach sektora publicznego są często bardziej skomplikowane i czasochłonne niż w przypadku podmiotów należących do sektora prywatnego. Wynika to chociażby z przyjętych procedur (charakter kolegialny części decyzji, ustawowe terminy), co niestety ogranicza elastyczność działania i reagowania (Niedziółka, 2015). Oznacza to również większe prawdopodobieństwo zmaterializowania się różnych ryzyk. W efekcie, proces zarządzania ryzykiem można i trzeba traktować jako naturalną kontynuację procesu ustalania misji jednostki oraz jej celów a także „mechanizm zapewnienia realności osiągnięcia wyznaczonych celów” (Rosiek, 2022, s. 41). Równocześnie warto zauważyć, że planowanie działalności nie ma charakteru incydentalnego. Jest to „proces ściśle skorelowany z bieżącą i przyszłą działalnością jednostki” (Kumpiałowska, 2015, s. 94), czyli musi mieć charakter ciągły. W związku z tym również zarządzanie ryzykiem musi być stałym elementem zarządzania jednostką, a poszczególne jego elementy czy etapy cechować się powinny powtarzalnością.

3. Standardy kontroli zarządczej dotyczące identyfikacji ryzyka w sektorze publicznym

Zgodnie z zapisami Komunikatu Ministra Finansów z 2006 roku, zarządzanie ryzykiem to „procedury i polityki oraz skoordynowane działania, podejmowane zarówno przez kierownictwo jednostki, jak i jej pracowników, które poprzez identyfikację i analizę ryzyka oraz określanie adekwatnych reakcji na ryzyko zwiększają prawdopodobieństwo osiągnięcia celów i realizacji zadań” (Komunikat nr 6, 2012, s. 2). Te skoordynowane działania powinny stanowić element systemu obejmującego „zasady i komponenty efektywnego procesu zarządzania ryzykiem” (Kumpiałowska, 2011, s. 16). Stworzenie

takiego systemu stanowi zadanie kierownika jednostki, przy czym przepisy nie określają, w jaki sposób ma to zostać zrealizowane. Dodatkowo, zdaniem niektórych autorów, sam proces zarządzania ryzykiem może mieć charakter formalny lub nieformalny (jest to decyzja kierownika). Wynika to z faktu, że „żadne przepisy nie stawiają wymogu wprowadzenia procesu zarządzania poprzez zastosowanie formalnych narzędzi typu zarządzenia czy uchwały” (Wójtowicz-Dawid, 2021, s. 54).

Analizując sposoby zarządzania ryzykiem w jednostkach sektora publicznego, można wskazać na trzy główne modele. Po pierwsze, kierownik jednostki samodzielnie zarządza ryzykiem, korzystając z incydentalnego wsparcia pracowników – jest to jednak rozwiązanie relatywnie rzadkie. Drugi sposób związany jest z wyodrębnieniem w strukturze organizacyjnej jednostki komórki lub zespołu ludzi i przekazanie im działań z zakresu zarządzania ryzykiem (w całości lub części). Trzecie rozwiązanie oznacza włączenie w proces zarządzania ryzykiem wszystkim pracowników jednostki i odbywa się przez stworzenie określonych procedur oraz zobligowanie do ich przestrzegania bez wyjątku wszystkich osób (Jaszczuk, 2019). Jak zostanie to zorganizowane w danej jednostce, zależy od decyzji jej kierownika, niemniej jednak kluczowa wydaje się adekwatność przyjętych rozwiązań do specyfiki (w tym wielkości i zakresu działania) jednostki.

Podstawowe elementy procesu zarządzania ryzykiem, którym zostały dedykowane osobne standardy kontroli zarządczej (Komunikat nr 23, 2009), to:

- identyfikacja ryzyka;
- analiza ryzyka;
- reakcja na ryzyko.

Są to z pewnością kluczowe etapy, które od dawna funkcjonują w teorii i praktyce zarządzania ryzykiem, tworząc prosty trzyetapowy model (Leung, Isaacs, 2008). Aby proces zarządzania ryzykiem był jednak kompletny, wskazanym wydaje się zwrócenie uwagi na dodatkowy element, którym jest planowanie zarządzania ryzykiem.

Planowanie zarządzania ryzykiem jest traktowane w różnych podejściach jako pierwszy etap procesu zarządzania ryzykiem, który często stanowi o jakości tego procesu. Jest to proces określania sposobu podejścia do zarządzania ryzykiem w jednostce, jak również doprecyzowywania poszczególnych elementów. Etap ten obejmuje m.in. ustalenie takich kwestii, jak: kluczowe elementy polityki/strategii zarządzania ryzykiem w jednostce, kategorie ryzyk, wymagane procesy i działania, role, odpowiedzialności i uprawnienia poszczególnych osób, terminy realizacji określonych działań, jak również częstotliwość ich powtarzania, a także szablony dokumentów. Za dobrą praktykę na tym etapie można uznać pewną formalizację etapu planowania zarządzania ryzykiem, np. w formie wewnętrznego aktu prawnego, głównie w odniesieniu do procedur, terminów (Gąsiorek, 2010), jak i osób lub komórek organizacyjnych odpowiedzialnych za poszczególne działania, w tym tzw. właścicieli ryzyka oraz właścicieli reakcji na ryzyka.

Kolejnym etapem procesu zarządzania ryzykiem jest identyfikacja ryzyka, której został dedykowany osobny standard kontroli zarządczej, zgodnie z którym: „Nie rzadziej niż raz w roku należy dokonać identyfikacji ryzyka w odniesieniu do celów i zadań. W przypadku działu administracji rządowej lub jednostki samorządu terytorialnego należy uwzględnić, że cele i zadania są realizowane też przez jednostki podległe lub nadzorowane. W przypadku istotnej zmiany warunków, w których funkcjonuje jednostka, należy dokonać ponownej identyfikacji ryzyka” (Komunikat nr 23, 2009, s. 4).

Jak wynika ze standardu, identyfikacja ryzyka powinna mieć miejsce przynajmniej raz w roku. Zważywszy, że znacząca część jednostek sektora publicznego (powiązanych z gospodarką budżetową i pozabudżetową) funkcjonuje w horyzoncie rocznym, ustalona częstotliwość wydaje się minimum. Po części problem ten rozwiązują wytyczne, zgodne z którymi identyfikację należy przeprowadzać okresowo – zgodnie z treścią standardu – przynajmniej raz w roku, ale także na bieżąco. W takim ujęciu identyfikacja ryzyka stanowi element rutynowego działania pracowników (Komunikat nr 6, 2012), a także powinna być przeprowadzana każdorazowo w sytuacji znaczącej zmiany warunków funkcjonowania jednostki.

Aby w sposób właściwy zidentyfikować ryzyka w przypadku danej jednostki, konieczną wydaje się zarówno dobra znajomość jej specyfiki, czyli celów, zakresu działania, metod pracy, struktury organizacyjnej oraz zasobów, jak również poznanie otoczenia, w którym jednostka funkcjonuje, a które wywiera wpływ na jej działanie (Mazur, Mazur, Mendyk-Krajewska, 2017).

Metod identyfikacji i opisu ryzyk znajdujących zastosowanie w praktyce jest bardzo dużo, a zaliczyć do nich można m.in.: analizę danych zastanych dotyczących działalności, wykorzystanie list kontrolnych funkcjonujących w jednostce lub właściwych dla danego segmentu sektora, burzę mózgow, opinie ekspertów, jak i inne metody, takie jak PCM (drzewo problemów i celów), diagram Ishikawy czy też metoda Crawforda (Kumpiałowska, 2015; Grabowski, 2019; PMBOK, 2019). Sam proces identyfikacji może być inicjowany i realizowany zarówno na szczeblach kierowniczych (kierownictwo najwyższych szczebli identyfikuje ryzyko dla całej jednostki), jak i w sposób oddolny, kiedy to na pracownikach spoczywa obowiązek identyfikowania ryzyk właściwych dla obszaru ich działalności (Wójtowicz-Dawid, 2021). Szczególnie ważne jest to drugie podejście, ze względu na fakt, że pracownicy, wykonując określone zadania, dysponują wiedzą dotyczącą faktycznie pojawiających się zagrożeń (Sasak, 2020). Zastosowanie znaleźć może również forma mieszana, kiedy w działania związane z identyfikacją ryzyka zaangażowane są wszystkie szczeble organizacyjne – rozwiązanie to wydaje się najlepszym i dającym gwarancję wszechstronnego podejścia do ryzyka.

Identyfikacja ryzyka związana jest także z podziałem zidentyfikowanych ryzyk na określone kategorie według przyjętych kryterium, czyli klasyfikacją ryzyka. W przypadku sektora publicznego do najczęściej występujących ryzyk, a więc takich, na które należy zwracać szczególną uwagę, zaliczyć można przede wszystkim: ryzyko operacyjne, ryzyko prawne oraz ryzyko związane z naruszeniem dyscypliny finansów publicznych (Martyniuk, 2012). Inni autorzy rozbudowują ten katalog, podając takie kategorie, jak: ryzyko operacyjne, ryzyko strategiczne, ryzyko finansowe, ryzyko zasobów ludzkich, ryzyko reputacji, ryzyko bezpieczeństwa informacji, ryzyko prawne, ryzyko zagrożeń kryzysowych, ryzyko korupcji, ryzyko stosowania niewłaściwych metod zarządzania czy – coraz istotniejsze w dzisiejszych czasach – ryzyko konkurencji (Wiatrak, 2017; Niedziółka 2015). Osobną kategorię stanowią ryzyka mające swoje źródła w otoczeniu dalszym (ryzyko ekonomiczne, polityczne, finansowe), których wystąpienie – z racji na silne powiązania pomiędzy podmiotami sektora finansów publicznych – może doprowadzić do zakłóceń ładu społeczno-gospodarczego (Noga, Noga, 2019). To, jakie kategorie znajdą zastosowanie w przypadku danej jednostki, w dużym stopniu zależy od charakteru jej działalności, jak również wcześniejszych doświadczeń i przyjętych rozwiązań. Wspomniany wcześniej plan zarządzania ryzykiem

zawiera często kategorie ryzyka uwzględniane w danej jednostce, które – w zależności od okoliczności – mogą być rozbudowywane i uzupełniane. Pewną bazę ryzyk, a tym samym punkt wyjściowy dla wszystkich jednostek, zawierają ministerialne wytyczne w zakresie planowania i zarządzania ryzykiem (Komunikat nr 6, 2012), które proponują podział ogółu ryzyk na takie kategorie, jak:

- ryzyko finansowe (ryzyko budżetowe, ryzyko oszustwa i kradzieży, ryzyko podlegające ubezpieczeniu, ryzyko zamówień publicznych i zlecenia zadań publicznych, ryzyko odpowiedzialności);
- ryzyko dotyczące zasobów ludzkich (ryzyko personelu, ryzyko bhp);
- ryzyko działalności (ryzyko regulacji wewnętrznych, ryzyko organizacji oraz podejmowania decyzji, ryzyko kontroli wewnętrznej, ryzyko informacji, ryzyko wizerunku, ryzyko systemów informatycznych);
- ryzyko zewnętrzne (ryzyko infrastrukturalne, ryzyko gospodarcze, ryzyko środowiska prawnego, ryzyko środowiska politycznego).

Dodatkowo, należy zwrócić także uwagę na specyficzne formy ryzyka, np. ryzyko krzyżowe/kumulujące się, którego specyfika polega na występowaniu równocześnie w kilku komórkach organizacyjnych lub obszarach działania, co przy nawet niewielkim wpływie pojedynczego ryzyka, może skutkować istotnymi efektami łącznymi. Z drugiej strony warto wziąć pod uwagę także tzw. ryzyko nieodłączne (ryzyko brutto), traktowane jako całkowite ryzyko, które może stać się udziałem danej jednostki bez podjęcia działań mających na celu jego ograniczenia, jak też ryzyko rezydualne, które pozostaje po podjęciu tych działań (Kumpiałowska, 2011).

Efektom działań w ramach etapu identyfikacji ryzyka – w przypadku każdej jednostki – powinno być „rozpoznanie niebezpieczeństw w odniesieniu do wszystkich istotnych obszarów funkcjonowania jednostki mających wpływ na realizowane zadania” (Urbanek, 2018, s. 97-98). Produktem jest natomiast rejestr ryzyk, czyli zestawienie potencjalnych zagrożeń, które na kolejnym etapie poddane zostaną analizie. Dokument ten ma charakter dynamiczny i powinien być, z określoną częstotliwością, poddawany aktualizacji (Wiatrak, 2016). Każde zidentyfikowane ryzyko umieszczone w rejestrze powinno zostać opisane w odpowiedni sposób (ustalony w planie zarządzania ryzykiem), obejmujący przede wszystkim takie elementy, jak: okoliczności wystąpienia danego zdarzenia, przyczyny i skutki, jak również wskazanie właściciela ryzyka, czyli osoby odpowiedzialnej za zarządzanie i monitorowanie danego ryzyka.

4. Analiza i reakcja na ryzyko w ujęciu standardów kontroli zarządczej

Standard odnoszący się do kolejnego etapu procesu zarządzania ryzykiem wskazuje, że: „Zidentyfikowane ryzyka należy poddać analizie mającej na celu określenie prawdopodobieństwa wystąpienia danego ryzyka i możliwych jego skutków. Należy określić akceptowany poziom ryzyka” (Komunikat nr 23, 2009, s. 4). Jest to zatem etap, na którym dokonuje się kompleksowej „wyceny” ryzyk z punktu widzenia możliwości wystąpienia oraz istotności, a tym samym oszacowania możliwości realizacji celów jednostki. W praktyce jest to jednak dość skomplikowane działanie, gdyż ryzyka nie da się wyeliminować całkowicie (Szewczuk, 2010), w związku z czym pozostaje wyzwanie właściwego określenia jego charakterystyk w celu odpowiedniego przygotowania lub/i podjęcia określonych działań. Zwraca na to uwagę literatura przedmiotu, zwłaszcza odnosząc się do ryzyk występujących w sferze polityk publicznych (Zybała, 2015).

Metody analizy ryzyka są liczne i zróżnicowane, przy czym nie istnieje metoda idealna (Wiatrak, 2016), niemniej można je podzielić na dwie kategorie, czyli metody o charakterze jakościowym i ilościowym (oczywiście istnieją też metody mieszane). Z punktu widzenia wybranych metodyk, takich jak PMBOK lub Prince2, odnoszących się m.in. do zarządzania ryzykiem (w tym przypadku projektowym), metody te traktowane są jako jeden lub dwa odrębne etapy. Podział – proponowany przez PMBOK – wynika przede wszystkim z istotnych różnic, które między tymi rodzajami metod zachodzą.

Po pierwsze, metody analizy ryzyka o charakterze jakościowym traktowane są jako metody prostsze i tańsze, a tym samym dostępne praktycznie dla każdej jednostki i w każdej sytuacji. Jak sama nazwa wskazuje, metody te – z racji na swój charakter – nie wymagają dostępu do danych ilościowych. W efekcie są one stosowane w odniesieniu do wszystkich bez wyjątku ryzyk zidentyfikowanych na wcześniejszym etapie i umieszczonych w rejestrze ryzyk. Metody jakościowe pozwalają ograniczyć poczucie niepewności oraz dokonać wstępnego podziału ryzyk na ryzyka w danym momencie czasowym istotne i ryzyka nieistotne. Ryzyka uznane za istotne poddawane są dalszej analizie, czyli analizie ilościowej. Z kolei ryzyka nieistotne trafiają do rejestru ryzyk obserwowanych, w ramach którego podlegają monitoringowi. Wynika to z faktu zmienności ryzyka w czasie, co powoduje konieczność systematycznego powtarzania określonych działań (w tym przypadku analizy jakościowej), zgodnie z planem zarządzania ryzykiem przyjętym w danej jednostce.

Najpopularniejszymi metodami jakościowymi są tzw. metody macierzowe, które pozwalają osobno ocenić wpływ potencjalnego ryzyka na cele jednostki (ocena skutków ryzyka) i prawdopodobieństwo zmaterializowania się określonego ryzyka, a także ustalić łączny wpływ tych zmiennych. Jednostka sektora publicznego i każda inna organizacja zarządzająca ryzykiem w ramach obowiązujących procedur wewnętrznych (plan zarządzania ryzykiem) z reguły zobligowana jest „zaprojektować matryce pozwalające zobrazować każde ryzyko na płaszczyźnie zwymiarowanej właśnie tymi dwoma parametrami, tj. prawdopodobieństwem i skutkiem” (Kumpiałowska, 2015, s. 176). Dodatkowo, na etapie analizy jakościowej uwzględniane są także opinie ekspertów i ocena pilności ryzyk (uwzględniająca czas potrzebny na reakcję, potencjalnie bliski termin wystąpienia ryzyka itd.).

Metody ilościowe analizy ryzyka – w odróżnieniu od metod jakościowych, które z reguły stanowią dla nich punkt wyjścia – wykorzystują wyspecjalizowane modele matematyczne i bazują na bardzo konkretnych danych. Brak takich danych uniemożliwia zastosowanie określonej metody, co oznacza, że stosowanie tych metod może być ograniczone. O ile w przypadku metod jakościowych zwraca się często uwagę na subiektywny charakter oceny (co samo w sobie nie jest ograniczeniem), to o tyle w odniesieniu do metod jakościowych podkreśla się gwarancję obiektywizmu (Woźniak, Wereda, 2019). Zastosowanie metod ilościowych pozwala uzyskać liczbowe informacje (charakterystyki) ryzyk uznanych w ramach analizy jakościowej za istotne, a tym samym ustalić ich hierarchię.

Mówiąc o narzędziach wykorzystywanych w ramach analizy ilościowej, warto wskazać przede wszystkim takie, jak: analiza wrażliwości (analiza typu „what if”), narzędzia probabilistyczno-statystyczne (np. metoda wartości oczekiwanej), jak również metody symulacyjne (np. symulacja Monte Carlo).

Z etapem analizy ryzyka związane jest ustalenie tzw. akceptowalnego poziomu ryzyka. Zasadniczo działanie to traktuje się jako zadanie kierownika jednostki lub upoważnionych przez niego pracowników, przy czym jak najbardziej wskazanym wydaje się udział także innych osób lub komórek. Ustalenie akceptowalnego poziomu ryzyka w sposób odpowiedni do specyfiki działania jednostki wydaje się kluczową kwestią, ponieważ przeszacowanie może pociągnąć za sobą katastroficzne skutki. Przykładowo, w obszarze finansowym część kryzysów ostatnich lat, które dotknęły też jednostki sektora publicznego, miała swoje źródło m.in. w niewłaściwym określeniu poziomu dopuszczalnego ryzyka.

Akceptowalny poziom ryzyka, nazywany też apetytem na ryzyko, jest traktowany jako istotny element zarządzania ryzykiem, natomiast ze względu na odmienności interpretacyjne nie jest w pełni wykorzystywany przez różne podmioty (Maj-Mazurek, 2019), w tym jednostki sektora publicznego. Co prawda, wytyczne ministerialne jak najbardziej wprowadzają to pojęcie, stanowiąc, że jest to taki „poziom ryzyka, który kierownik jednostki jest w stanie zaakceptować i nie podejmować dalszych działań wobec danego ryzyka” (Komunikat nr 6, 2012, s. 18), jak również wymagają, aby poziom ten był jasno określony (opisany) oraz zakomunikowany wszystkim zainteresowanym osobom, ale realia funkcjonowania jednostek sektora finansów publicznych, w tym m.in. odgórnie narzucone regulacje, powodują w praktyce, że działalność kierownika jednostki w tym obszarze jest często bardzo ograniczona (Kumpiałowska, 2015).

Po dokonaniu analizy ryzyka, kolejnym etapem w procesie zarządzania ryzykiem jest ustalenie adekwatnej reakcji. Zgodnie z kolejnym standardem kontroli zarządczej: „W stosunku do każdego istotnego ryzyka powinno się określić rodzaj reakcji (tolerowanie, przeniesienie, wycofanie się, działanie). Należy określić działania, które należy podjąć w celu zmniejszenia danego ryzyka do akceptowanego poziomu” (Komunikat nr 23, 2009, s. 4). Warto zwrócić w tym miejscu uwagę, że z punktu widzenia standardów ustalenia reakcji zamyka niejako działania związane z zarządzaniem ryzykiem. Podejście takie jest jednak błędne, gdyż kompleksowe zarządzanie ryzykiem wymaga dodatkowo działań związanych z implementacją poszczególnych reakcji (w określonych sytuacjach) i monitorowania systemu. Co prawda, zgodnie z wytycznymi, na etapie identyfikacji ryzyka pojawia się wymóg określenia właściciela każdego ryzyka, a zatem osoby odpowiedzialnej „za zapewnienie, że ryzyko jest zarządzane i monitorowane” (Komunikat nr 6, 2012, s. 13), niemniej jednak wydaje się to niewystarczające.

Ustalanie reakcji na ryzyko może być traktowane jako kluczowy element procesu zarządzania ryzykiem z punktu widzenia przeciwdziałania różnego rodzaju zagrożeniom, a także zapewnienia prawidłowego funkcjonowania jednostki. Oznacza to, że po zidentyfikowaniu i oszacowaniu ryzyk podejmowane są decyzje dotyczące tego, w jaki sposób i przy pomocy jakich działań mają zostać rozwiązane problemy związane z poszczególnymi ryzykami uznanymi w przypadku danej jednostki za istotne. W tym miejscu warto zwrócić uwagę na dwie kwestie. Po pierwsze, reakcje są odnoszone do poszczególnych ryzyk, a ich późniejsze wdrożenie zależy od okoliczności i tego, czy dane ryzyko faktycznie się zmaterializuje. Monitorowanie tego procesu należy do zakresu zadań tzw. właściciela reakcji na ryzyko, który jednak w regulacjach dotyczących zarządzania ryzykiem w sektorze publicznym (standardy, wytyczne) nie został uwzględniony. W efekcie można przyjąć, że rolę tę pełni kierownik jednostki albo upoważnione przez niego osoby. Z drugiej strony, reakcje powinny być adekwatne do

ryzyk. Oznacza to, że zarówno zakres reakcji, jak również np. środki finansowe oraz zaangażowane zasoby ludzkie powinny być realistycznie dopasowane do danego ryzyka.

Wytyczne w zakresie planowania i zarządzania ryzykiem przewidują cztery podstawowe reakcje na ryzyko, które mogą zostać wdrożone przez jednostki sektora publicznego: tolerowanie, przeniesienie, wycofanie się i działanie. Tolerowanie ryzyka, w różnych metodykach określane często jako akceptacja, to w rzeczywistości brak reakcji na ryzyko. Nie jest to jednak efekt np. braku wiedzy dotyczącej istnienia ryzyka, ale świadoma decyzja kierownika jednostki związana z nieangażowaniem jakichkolwiek zasobów, co często jest efektem oceny kosztów i korzyści potencjalnej reakcji. Kolejna reakcja to przeniesienie ryzyka, określane mianem transferu, które polega na przekazaniu odpowiedzialności za ryzyko innym podmiotom (np. ubezpieczycielom), oczywiście zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa. Wycofanie się (unikanie) oznacza z kolei zaniechanie działania, co w przypadku jednostek sektora publicznego, zobligowanych do realizacji określonych zadań, może w praktyce okazać się niewykonalne. Wycofanie może oznaczać także – jeśli istnieje taka możliwość – przesunięcie działania w czasie. Ostatnią z proponowanych reakcji jest działanie, które związane jest z reguły albo z podejmowaniem działań zapobiegawczych, mających na celu ograniczenie możliwości zmaterializowania się określonych ryzyk, albo opracowaniem planów rezerwowych na wypadek ich wystąpienia.

To, jakie reakcje znajdą zastosowanie w odniesieniu do poszczególnych ryzyk, wynika przede wszystkim z decyzji kierownika jednostki (lub upoważnionych osób), a przy tym uwzględnia takie kwestie, jak: wpływ reakcji na ryzyko (w rozumieniu prawdopodobieństwa wystąpienia i skutków), poziom akceptowanego ryzyka, relacje kosztów wprowadzenia reakcji i korzyści wynikających z tych działań (Komunikat nr 6, 2012). Trzeba również pamiętać, że wynikające z wytycznych reakcje są jedynie propozycjami, które poszczególne jednostki mogą zastosować. Równocześnie jak najbardziej mogą skorzystać z innych rozwiązań, których w praktyce zarządzania ryzykiem jest znacznie więcej. To, co prezentują wytyczne, wskazuje na dwie skrajne możliwości (akceptacja, wycofanie), pomiędzy którymi to opcjami istnieje przestrzeń dla szerokiego spektrum rozwiązań.

Podsumowanie

Podjęwając próbę oceny mechanizmów wprowadzonych przez ustawodawcę polskiego w zakresie zarządzania ryzykiem w jednostkach sektora publicznego, warto zwrócić uwagę na kilka istotnych kwestii.

- 1) W ostatnich latach wzrosło zainteresowanie sektora publicznego (na świecie) zarządzaniem ryzykiem, które staje się integralnym elementem podejścia odpowiedzialnego do gospodarowania środkami publicznymi. W warunkach polskich kwestia zarządzania ryzykiem jest wyartykułowana ustawowo jedynie jako jeden z celów kontroli zarządczej w ustawie o finansach publicznych (Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r., art. 68.2). Samo ryzyko wspomniane jest jeszcze w przepisach tej samej ustawy, odnoszących się do wewnętrznego audytu w jednostkach sektora publicznego oraz zadań ministra finansów w zakresie zarządzania długiem publicznym (Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, art. 79, 283-291). W warunkach dynamicznych

zmian dotyczących także sektor publiczny takie podejście uznać można za niewystarczające. Pojawia się więc konieczność rozbudowy i uszczegółowienia regulacji związanych z tym obszarem. Tak jak wprowadzając instytucję kontroli zarządczej, ustawodawca wskazywał na potrzebę profesjonalizacji zarządzania w sektorze publicznym, tak obecnie takiej profesjonalizacji wymaga obszar zarządzania ryzykiem.

- 2) Standardy kontroli zarządczej odnoszące się do zarządzania ryzykiem są – w porównaniu do innych standardów – rozbudowane, ale niewystarczające. Bazują one na trzyetapowym modelu zarządzania ryzykiem, obejmującym identyfikację, analizę, a także reakcję. Wskazaniem wydaje się rozbudowanie działań koniecznych do realizacji w ramach procesu zarządzania ryzykiem w jednostkach sektora publicznego, takich jak planowanie ryzyka, uwzględniające także kontekst funkcjonowania danej jednostki, jak również implementację reakcji oraz kontrolę i monitorowanie systemu zarządzania ryzykiem.
- 3) Wskazaniem również wydaje się uaktualnienie wytycznych dotyczących zarządzania ryzykiem (obecne pochodzą z roku 2012) i dopasowanie ich do obecnych uwarunkowań działania sektora publicznego. Przykładowo, na gruncie brytyjskim tzw. Pomarańczowa Księga Ryzyka, w kolejnym wydaniu (2023), wskazuje (jako przesłankę wprowadzenia nowych wytycznych) na wzrost zmienności, złożoności i niejednoznaczności otoczenia, w którym funkcjonuje sektor publiczny, jak również pojawienie się nowych wyzwań w obszarze odpowiedzialności za zarządzanie sferą publiczną (The Orange Book, 2023). Argumentem przemawiającym za takim działaniem w warunkach polskich mogą być zarówno okoliczności gospodarcze (pandemia oraz jej konsekwencje, sytuacja makroekonomiczna, w tym zjawiska inflacyjne, kryzysy finansowe), uwarunkowania polityczne (wojna w Ukrainie, wzrost zagrożenia terroryzmem), jak i technologiczne (nowoczesne technologie, AI).
- 4) To, co ma miejsce w praktyce zarządzania ryzykiem w sektorze publicznym dobrze opisuje jedna z typologii, prezentująca takie modele zarządzania ryzykiem, jak: model intuicyjny, modele naśladowczy i model aktywnego zarządzania ryzykiem (Zioło, 2011). Z perspektywy czasu (od momentu wprowadzenia kontroli zarządczej) wydaje się, że modele te dobrze pokazują pewną ewolucję, która dokonała się w jednostkach sektora publicznego w Polsce. Model intuicyjny jest to model, który uwzględnia istnienie ryzyka, jednak umiejętności i możliwości zarządzania ryzykiem są dosyć ograniczone. Można przyjąć, że taki model znajdował zastosowanie w pierwszym okresie po wprowadzeniu instytucji kontroli zarządczej. Wówczas bowiem pojawił się wynikający z przepisów obowiązek zapewnienia funkcjonowania kontroli, zostały wydane standardy mające jednak charakter bardzo ogólny, a kierownicy jednostek zostali niejako „wrzuceni na głęboką wodę” ze świadomością, że za stan kontroli zarządczej w jednostce ponoszą pełną odpowiedzialność. Kolejny model, to model naśladowczy, który zakłada istnienie rozwiązań wypracowanych przez innych, z których – w przypadku zaistnienia określonych okoliczności – korzysta dana jednostka. To model doskonale odpowiadający kolejnemu okresowi funkcjonowania kontroli zarządczej, w którym pojawiły się tzw. „dobre praktyki”, mające charakter „oddolny”, czyli skuteczne narzędzia

sprawdzone i zalecane określonych typom jednostek (np. działających w obszarze edukacji lub ochrony zdrowia). W przypadku wielu jednostek można uznać, że etap ten trwa nadal, jednak pewna grupa podmiotów wypracowała na przestrzeni ostatnich lat własne rozwiązania i procedury. Takie podejście odpowiada ostatniemu modelowi zarządzania ryzykiem, czyli modelowi aktywnemu. Ma on charakter zindywidualizowany i uwzględnia specyfikę oraz zakres działalności danej jednostki, przez co jest uznawany za najbardziej efektywny a także stanowi pewien pożądany sposób działania w obszarze zarządzania ryzykiem.

- 5) Z powyższego – głównie w kontekście tzw. modelu naśladowczego – wynika, że często podstawą zarządzania ryzykiem w jednostkach sektora publicznego są rozwiązania przejmowane od innych jednostek o podobnym charakterze. Z punktu widzenia systemowego wskazanym byłoby więc stworzenie ogólnodostępnej i bazy „dobrych praktyk”, odnoszących się do identyfikacji (w tym kategoryzacji) ryzyka, szacowania, przygotowania i implementacji reakcji na ryzyko. Cenne byłoby też stworzenie rozwiązań w zakresie zarządzania ryzykiem dedykowanych konkretnym typom jednostek (np. jednostkom samorządu terytorialnego, nawet w podziale na szczeble organizacyjne).
- 6) Osobną kwestią jest podejście do zarządzania ryzykiem osób odpowiedzialnych za funkcjonowanie jednostek sektora publicznego. Wydaje się bowiem, że nadal obszar ten nie jest traktowany w sposób priorytetowy. Ryzyko w sektorze publicznym jest postrzegane zasadniczo jako zagrożenie. Można mówić też o czymś takim jak „kultura unikania ryzyka”, w rozumieniu nieeliminowania ryzyka, jednak ograniczania sytuacji, które mogłyby je uwidocznić. Trzeba pamiętać – i jest to zapewne obszar, który wymaga większej uwagi – że oprócz obowiązku wynikającego z ustawy, wskazującego na konieczność uwzględnienia ryzyka w działaniach z obszaru kontroli zarządczej, istotne jest także zrozumienie na poziomie jednostek sektora finansów publicznych oraz ich kierowników, istoty i korzyści (ekonomicznych, organizacyjnych rozwojowych), które wynikają z tego zarządzania. Oznacza to potrzebę traktowania zarządzania ryzykiem jako integralnego elementu zarządzania każdą bez wyjątku jednostką, gdyż tylko to może faktycznie zmienić jakość zarządzania w sferze publicznej.

Bibliografia

- Bhatta, G. (2008). *Public Sector Governance and Risks: A Proposed Methodology to do Risk Assesments at the Program Level*. Philippines: Asian Development Bank.
- Campbell, S. (2005). Determining overall risk. *Journal of Risk Research*, 8, 569-581.
- Denek, E., Kańduła, S. (2010). Ryzyko w gromadzeniu dochodów przez jednostki samorządu terytorialnego. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu*, 26, 103-114.
- Drucker, P. (1964). *Managing for Results: Economic Taks and Risk-taking Decisions*. London: Heinemann.
- Druk Sejmowy nr 1181. Rządowy projekt ustawy o finansach publicznych – uzasadnienie.
- Filipak, B. (2010). Ryzyko decyzji finansowych podejmowanych przez organy samorządowe w świetle ustawy o finansach publicznych. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu*, 26, 115-124.

- Gąsiorek, E. (2010). Ryzyko w finansach jednostek sektora finansów publicznych – wybrane problemy. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu*, 26, 43-52.
- Grabowski, J. (2019). Możliwości identyfikacji i pomiaru ryzyka. W: P. Dec (red.), *Odpowiedzialność, ryzyko i finansowanie działalności ze szczególnym uwzględnieniem sektora publicznego w Polsce* (s. 45-53). Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH w Warszawie.
- Graham, J.D., Weiner, J.B. (eds.). (1995). *Risk versus risk: Tradeoffs in protecting health and the environment*. Cambridge: Harvard University Press.
- Hansson, S. (2005). Seven Myths of Risk. *Palgrave Macmillan Journals*, 7(2), 7-17.
- Jaszczyk, K. (2019). Zarządzanie ryzykiem w jednostkach sektora finansów publicznych za pomocą kontroli zarządczej. *Białostockie Studia Prawnicze*, 24(3), 39-52.
- Kieżun, W. (1998). *Sprawne zarządzanie organizacją: zarys teorii i praktyki*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej.
- Komunikat nr 3 Ministra Finansów z dnia 16 lutego 2011 r. w sprawie szczegółowych wytycznych w zakresie samooceny kontroli zarządczej dla jednostek sektora finansów publicznych (Dz.Urz. MF nr 2, poz. 11).
- Komunikat nr 6 Ministra Finansów z dnia 6 grudnia 2012 r. w sprawie szczegółowych wytycznych dla sektora finansów publicznych w zakresie planowania i zarządzania ryzykiem (Dz.Urz. MF, poz. 56).
- Komunikat nr 23 Ministra Finansów z dnia 16 grudnia 2009 r. w sprawie standardów kontroli zarządczej dla sektora finansów publicznych (Dz.Urz. MF nr 15, poz. 84).
- Knight, F. (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*. New York: Harper&Row.
- Kumpiałowska, A. (2011). *Skuteczne zarządzanie ryzykiem a kontrola zarządcza w sektorze publicznym. Ocena ryzyka w ramach kontroli zarządczej*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Kumpiałowska, A. (2015). *Praktyczne narzędzia zarządzania ryzykiem w jednostkach sektora publicznego*. Warszawa: Wydawnictwo C.H.Beck.
- Leung, F., Isaacs, F. (2008). Risk management in public sector research approach and lessons learned at a national research organization. *R&D Management*, 38(5), 510-519.
- Maj-Mazurek, E. (2019). Apetyt na ryzyko w jednostkach sektora publicznego. W: P. Dec (red.), *Odpowiedzialność, ryzyko i finansowanie działalności ze szczególnym uwzględnieniem sektora publicznego w Polsce* (s. 55-65). Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH w Warszawie.
- Martyniuk, O. (2012). Ocena zarządzania ryzykiem w jednostkach sektora finansów publicznych w Polsce – wyniki badań empirycznych. *Zarządzanie i Finanse*, 10(4), 83-93.
- Mazur, Z., Mazur, H., Mendyk-Krajewska, T. (2017). Ryzyko w sektorze publicznym w kontekście zintegrowanej informatyzacji. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 1/2, 371-384.
- Miciuła, I. (2013). Szczególna rola zarządzania ryzykiem w sektorze finansów publicznych. *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania*, 34(1), 211-221.
- Niedziółka, M. (2015). Ryzyko w sektorze publicznym. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach. Seria Administracja i Zarządzanie*, 34, 49-58.
- Noga, B., Noga, M. (2019). *Zarządzanie ryzykiem w procesie podejmowania decyzji ekonomicznych przez organizacje*. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
- OECD. (2014). *Risk management and corporate governance*. OECD Publishing.
- Olender, A. (2020). Analiza ryzyka i ocena skutków dla ochrony danych osobowych przetwarzanych w podmiotach sektora publicznego. *Studia Humanistyczno-Społeczne. Wschód Europy*, 6(2), 145-157.
- Pavodani, R., Tugnoli, A. (2005). *L'Enterprise Risk Management Nelle Imprese Non Finanziarie: Aspetti teorici e Studi Di Caso Nel Mercato Italiano*. Milano: Politecnico Di Milano, Facolta Di Ingegneria Dei Sistemi.
- Piasny, B. (2016). Doskonalenie zarządzania organizacjami publicznymi w Polsce. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 48(4), 336-346.

- PMBOK. *A Guide to the Project Management Body of Knowledge*. (2019). Warszawa: PMI Poland Chapter.
- Piaszczyk, A. (2020). *Kontrola zarządcza. Aspekty teoretyczne i praktyczne*. Kielce: Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego.
- Peter-Bombik, K. (2018). Risk management in public organizations. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach. Seria Administracja i Zarządzanie*, 42, 75-83.
- Piszko, A. (2020). *Kontrola zarządcza w placówkach oświatowych*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.
- Poniatowicz, M. (2010). Transfer ryzyka jako instrument zarządzania ryzykiem w jednostkach samorządu terytorialnego. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 61, 325-337.
- Rosiek, I. (2022). *Kontrola zarządcza w rachunkowości budżetowej*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.
- Sasak, J. (2020). *Zarządzanie ryzykiem w placówkach ochrony zdrowia*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.
- Spira, L., Page, M. (2003). Risk management: The reinvention of internal control and the changing role of internal audit. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 16(4), 640-661.
- Staniec, I. (2011). *Uwarunkowania skuteczności zarządzania ryzykiem w organizacjach*. Łódź: Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej.
- Szczepankiewicz, E.I. (2011). Problemy wdrażania standardów kontroli zarządczej w sektorze publicznym na przykładzie jednostek administracji podatkowej. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 669, Finanse, Rynki finansowe, Ubezpieczenia*, 42, 195-207.
- Szymaniec-Mlicka, K., Węgrzyn M. (2021). *Zarządzanie ryzykiem w organizacji publicznej. Studium szpitali publicznych*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.
- The Orange Book. Management of Risk – Principles and Concepts*. (2023). UK Government.
- Tworek, P. (2017). Metodyczne problemy zarządzania ryzykiem w organizacjach publicznych. *Handel wewnętrzny*, 368(3), 116-124.
- Tworek, P. (2018). *Dojrzałość zarządzania ryzykiem w publicznych organizacjach wykonawstwa budowlanego*. Katowice: Wydawnictwo Naukowe „Śląsk”.
- Urbanek, M. (2018). Klasyfikacja ryzyka w zamówieniach publicznych. *Roczniki Ekonomii i Zarządzania*, 46(10), 91-107.
- Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz.U. z 2022 r., poz. 1634 ze zm.).
- Vincent, J. (1996). Managing risk in public services: A review of the international literature. *International Journal of Public Sector Management*, 9(2), 57-64.
- Waściński, T., Krasiński, (2010). Ryzyko w działalności przedsiębiorstwa – elementy systematyki i identyfikacji. W: J. Monkiewicz, J. Gąsioriewicz (red.), *Zarządzanie ryzykiem działalności organizacji*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Wiatrak, L. (2016). Zarządzanie ryzykiem wewnętrznym w organach administracji publicznej. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 298, 115-129.
- Wiatrak, L. (2017). Istota ryzyka i jego identyfikacja jako kluczowy element zarządzania ryzykiem w administracji skarbowej. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 425-437.
- Willis, H.H. (2007). Guiding resource allocations based on terrorism risk. *Risk Analysis*, 27, 597-606.
- Woźniak, J., Wereda, W. (red.). (2019). *Mapa ryzyka w zarządzaniu organizacją. W kierunku organizacji opartej na innowacjach i kulturze ryzyka*. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
- Wójtowicz-Dawid, A. (2021). *Kontrola zarządcza w jednostkach sektora finansów publicznych w praktyce*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.
- Zioło, M. (2011). Ryzyko w działalności podmiotów publicznych i proces zarządzania nim. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 76, 306-317.
- Zybała, A. (2015). Działania i reformy wobec problemu ryzyk. *Polityka Społeczna*, 8, 8-14.

Paweł MALINOWSKI

Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska
ORCID: 0009-0006-3262-1356

ROLA I POTENCJAŁ SPOŁECZEŃSTWA W KONTROLI PROCESÓW PRZETWARZANIA DANYCH OSOBOWYCH

Streszczenie

Artykuł obejmuje swoim zakresem badanie aktualnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie ochrony danych osobowych, dotyczących wybranych uprawnień osób fizycznych, których dane podlegają procesom przetwarzania przez administratorów danych. Uprawnienia te można potraktować jako swoiste narzędzia przekazane przez regulatora osobom fizycznym w celu sprawowania realnej kontroli nad przetwarzaniem ich danych osobowych u podmiotów dokonujących tych czynności. W pierwszej kolejności przeanalizowano prawo dostępu przysługujące osobie, której dane dotyczą, następnie prawo do usunięcia danych, czyli tzw. prawo do bycia zapomnianym, kolejno uprawnienie do ograniczenia przetwarzania danych osobowych podmiotu danych. Każdy ze zweryfikowanych przepisów nadawał kompetencje do zbadania, czy administrator w zakresie czynności wykonywanych na danych osobowych zastosował się do zasad płynących z rozporządzenia ogólnego o ochronie danych osobowych (RODO). Wynikiem przeprowadzonej analizy jest stwierdzenie, że stałe poszerzanie świadomości społecznej w zakresie bezpieczeństwa danych osobowych, czego skutkiem jest korzystanie z uprawnień regulacyjnych w zakresie sprawowania kontroli nad administratorami, pozwoli na osiągnięcie równowagi pomiędzy wykorzystaniem potencjału danych osobowych a ochroną prywatności osób fizycznych.

Słowa kluczowe: ochrona danych osobowych, rozporządzenie RODO, prawa osób fizycznych.

THE ROLE AND POTENTIAL OF THE PUBLIC IN CONTROLLING THE PROCESSING OF PERSONAL DATA

Summary

The article covers with its scope the examination of currently binding legal regulations in the area of personal data protection concerning selected entitlements of natural persons whose data are subject to processing by data controllers. These rights can be treated as specific tools provided by the regulator to the individuals in order to exercise real control over the processing of their personal data at the entities carrying out these activities. First of all, the right of access of the data subject was analysed, then the right to erasure of data, i.e. the so-called right to be forgotten, followed by the right to limit the processing of personal data of the data subject. Each of the reviewed provisions gave the competence to examine whether the controller, within the scope of activities performed on personal data, complied with the principles flowing from the General Data Protection Regulation (RODO). The result of the analysis is that the continuous expansion of public awareness of personal data security, resulting in the exercise of regulatory powers to control controllers, will achieve a balance between exploiting the potential of personal data and protecting the privacy of individuals.

Key words: data protection, RODO Regulation, rights of individuals.

Wprowadzenie

Dnia 25 maja 2018 roku weszło w życie Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady UE w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych), co zmieniło dotychczasowe podejście do przetwarzania danych osobowych. Zmiany te miały na celu harmonizację prawa w ramach Unii Europejskiej i bardziej szczegółowe uregulowanie swobodnego przepływu danych osobowych. W ramach polskiego systemu prawnego wdrożenie RODO doprowadziło do nowelizacji aż 162 aktów prawnych. Efektem tych zmian było też zwiększenie poziomu prywatności osób fizycznych podczas wszelkich procesów, w ramach których dochodziło do czynności przetwarzania danych. Procesy przetwarzania danych miały być tak projektowane, by posiadały przymiot transparentności, a podmiot, którego dane są przetwarzane, powinien zostać skutecznie poinformowany o fakcie przetwarzania.

Każda osoba fizyczna, której dane podlegają przetwarzaniu, posiada szereg uprawnień względem podmiotu przetwarzającego. Jak pokazuje praktyka, świadomość społeczna w tym zakresie stale rośnie, niemniej często wiedza jednostki ograniczona jest wyłącznie do faktu, że administrator lub procesor posiadają obowiązek stosowania przepisów dotyczących ochrony danych osobowych. Czasami „szary obywatel” niekoniecznie wie, jakie konkretnie posiada w ramach tych przepisów uprawnienia względem przetwarzania na każdym jego etapie. Co za tym idzie, nadal dane osobowe wykorzystywane przez szereg podmiotów mogą być przetwarzane z naruszeniem przepisów, a osoby fizyczne, które leżą u podstaw tego procesu, nie wiedzą, z jakich narzędzi skorzystać i jak chronić się przed tymi naruszeniami.

W dzisiejszych czasach informacje stanowią jeden z najistotniejszych i najbardziej strategicznych zasobów każdej organizacji. W przypadku firm świadczących usługi lub obsługujących bezpośrednio osoby fizyczne bazy danych z klientami bądź potencjalnymi klientami stanowią informację kluczową dla prowadzenia efektywnego biznesu. Tym samym mogą pojawić się pokusy dotyczące zbierania znacznych ilości danych osobowych lub pozyskiwania ich ze źródeł nielegalnych. W takich przypadkach osoby fizyczne mogą niejako na własną rękę zweryfikować zasadność posiadania przez określony podmiot ich danych osobowych, a w efekcie dojść do przekonania, że dane te zostały pozyskane w nieodpowiedni sposób, tj. przetwarzane niezgodnie z przepisami prawa.

Celem niniejszej pracy jest przeprowadzenie analizy aktualnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie ochrony danych osobowych, związanych z prawami osób, których dane są poddawane procesom przetwarzania. Badanie ukierunkowane jest na weryfikację możliwości sprawowania kontroli nad procesami przetwarzania danych osobowych u administratorów oraz potencjalnych skutków monitorowania podmiotów przetwarzających dla systemu ochrony danych osobowych w Polsce. Mając na względzie powszechność przetwarzania danych, zaprezentowano też konkretne sposoby i metody prowadzenia społecznej kontroli w zakresie zgodności przetwarzania z obowiązującymi regulacjami i procedury, które będą musiały zostać wdrożone po stronie administratora, odpowiadającego na wnioski osoby fizycznej korzystającej z uprawnień wynikających z przepisów prawa.

1. Podstawowe pojęcia w zakresie ochrony danych osobowych z perspektywy osób fizycznych

Analizując przepisy dotyczące ochrony danych osobowych, należy wyjść od samej definicji danych osobowych, które:

oznaczają wszelkie informacje o zidentyfikowanej lub możliwej do zidentyfikowania osobie fizycznej [...]; możliwa do zidentyfikowania osoba fizyczna to osoba, którą można bezpośrednio lub pośrednio zidentyfikować, w szczególności na podstawie identyfikatora takiego jak imię i nazwisko, numer identyfikacyjny, dane o lokalizacji, identyfikator internetowy lub jeden bądź kilka szczególnych czynników określających fizyczną, fizjologiczną, genetyczną, psychiczną, ekonomiczną, kulturową lub społeczną tożsamość osoby fizycznej (Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenie dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych), art. 4 pkt. 1).

Z przytoczonej definicji można wyciągnąć wniosek, że każda informacja, niezależnie od ilości danych, jakie przynosi, może stanowić dane osobowe, jeżeli na ich podstawie występuje możliwość identyfikacji konkretnej osoby fizycznej. Identyfikacja ta może mieć charakter zarówno bezpośredni, czyli wynikający wprost z posiadanych informacji na temat tej osoby, ale może też przyjąć formę pośrednią, tj. z wykorzystaniem dostępnych środków, np. narzędzi internetowych. Przykładem takich instrumentów mogą być ogólnodostępne portale społecznościowe, na których znajduje się znaczna ilość danych osobowych przypisanych do konkretnej osoby fizycznej. Wskazana możliwość połączenia danych osobowych przetwarzanych przez administratora z informacjami dotyczącymi osoby, zamieszczonymi w ramach mediów społecznościowych, jest właśnie sposobem na pośrednią identyfikację jednostki. Najlepszym przykładem, obrazującym, w jaki sposób przedstawiona powyżej wykładania przepisów może odnieść się do codziennego funkcjonowania osób fizycznych, będzie przyjrzenie się działalności firm telemarketingowych, które dzwonią do osób fizycznych, proponując różne usługi czy produkty. Nie wchodząc w dalsze rozmyślenia w kwestii przekazywania informacji handlowych i rygorów wyrażenia oraz zbierania stosownych pozwoleń na takowe przekazywanie informacji, zastanówmy się nad tematem posiadania i przetwarzania danych osobowych przez wskazane firmy. Bardzo często w ramach kontaktów z tego typu organizacjami podmiot danych wnioskujący o wskazanie podstawy prawnej, która upoważnia firmę do kontaktu z osobą fizyczną, może otrzymać stosunkowo zwodniczą informację. Praktyka takich firm ukierunkowana jest na przekazanie podmiotowi danych komunikatu, jakoby jego numer został wygenerowany automatycznie, a z racji braku identyfikowalności, nie stanowi tym samym danych osobowych, więc administrator podczas kontaktu z losowo wygenerowanym numerem, nie jest w posiadaniu danych osobowych osoby fizycznej. Działalności firm telemarketingowych posługujących się opisaną procedurą kontaktu z osobami fizycznymi stoi zatem na pograniczu prawa. Niemniej jednak Autor skłaniałby się do oceny, że w ramach takich ścieżek kontaktu mamy do czynienia z nielegalnym przetwarzaniem danych osobowych osób fizycznych,

gdyż wskazane organizacje działają na dużych bazach danych i można z całą dozą pewności domniemywać, że część tych wygenerowanych numerów telefonów jest realnie weryfikowalna i możliwa do powiązania z konkretną osobą, a co za tym idzie – osoba ta jest identyfikowalna. W tym miejscu należy dodatkowo zwrócić uwagę, że często można spotkać się z twierdzeniem, że dane osobowe to wyłącznie informacje, takie jak numer pesel, numer telefonu, adres e-mail itd. Naturalnie są to informacje, na podstawie których można zidentyfikować konkretną osobę, ale należy również pamiętać, że mogą być to też inne dane, które na gruncie przepisów RODO będzie się uznawać za dane osobowe. Przykładem takich informacji mogą być np. preferencje zakupowe konkretnych podmiotów, przetwarzane przez sklepy internetowe. Często portale badają zakupy swoich klientów w celu przedstawienia im najbardziej dopasowanej reklamy i te preferencje połączone z pozostałymi informacjami posiadanymi przez sprzedawcę będą stanowiły dane osobowe. W działalności wielu przedsiębiorców, którzy obsługują osoby fizyczne, będą pojawiały się informacje o podmiotach danych, które w połączeniu z innymi informacjami (nawet takimi, które mogą zostać pozyskane pośrednio) stanowić będą dane osobowe, a co za tym idzie – będą podlegać ochronie na podstawie przepisów rozporządzenia RODO. Kolejnym takim przykładem będzie deweloper sprzedający nieruchomości, wchodzący w posiadanie wiedzy w temacie mocy nabywczej konkretnej osoby procesującej zakup np. mieszkania. Informacja, że ten konkretny podmiot danych posiada zdolność kredytową lub dysponuje środkami pozwalającymi na zakup nieruchomości będzie stanowić daną osobową dla tego przedsiębiorcy. Reasumując, należy pamiętać, że szereg informacji, które posiadają o nas administratorzy, mogą być danymi osobowymi, a każda osoba, której dane dotyczą, powinna być świadoma, że te informacje będą podlegać formalnej ochronie prawnej.

Rozważając dalej kwestię dotyczącą istotnych z punktu widzenia osób fizycznych definicji, które zostały zawarte w rozporządzeniu RODO, należy wyjaśnić termin „przetwarzanie danych osobowych”. Z konkretnym objaśnieniem przychodzi słownik definicji, zawarty w rozporządzeniu opisujący przetwarzanie danych osobowych, jako:

operacje lub zestaw operacji wykonywanych na danych osobowych lub zestawach danych osobowych w sposób zautomatyzowany lub niezautomatyzowany, taką jak zbieranie, utrwalanie, organizowanie, porządkowanie, przechowywanie, adaptowanie lub modyfikowanie, pobieranie, przeglądanie, wykorzystywanie, ujawnianie poprzez przesłanie, rozpowszechnianie lub innego rodzaju udostępnianie, dopasowywanie lub łączenie, ograniczanie, usuwanie lub niszczenie (Ibidem, art. 4 pkt 2).

Jak widać w przytoczonym przepisie, regulator wskazał możliwie jak najwięcej czynności, które stanowią przetwarzanie, ale niezależnie od przytoczonych przykładów lista ta nie stanowi katalogu zamkniętego i wszelkie inne czynności, w ramach których będą wykorzystywane dane osobowe, wyczerpywać będą znamiona przetwarzania. Z punktu widzenia osób, których dane podlegają przetwarzaniu, jest to bardzo istotna definicja, gdyż realnie pokazuje, w jakich sytuacjach i podczas wykonywania jakich działań administrator ma obowiązek stosowania przepisów z zakresu ochrony danych osobowych. Mając wiedzę na temat faktu, czym są dane osobowe i jakie czynności

wyczerpują definicje przetwarzania danych osobowych, można mieć podstawy do rozważań w temacie zasadności, celowości, legalności itd. działań wykonywanych przez administratorów. U podstawy każdej analizy dotyczącej przetwarzania danych osobowych leży weryfikacja, czy mamy do czynienia z informacjami o osobie, które spełniają przesłanki pozwalające uznać wskazaną informację za dane osobowe. W kolejnym etapie należy zweryfikować, czy czynność wykonywana z wykorzystaniem tych informacji nosi znamiona przetwarzania. Należy przyjąć, że jeśli na podstawie analizy stwierdzimy, że zbiór informacji stanowi dane osobowe, to wszystkie czynności, jakie będą wykonywane z wykorzystaniem tych informacji, będą ich przetwarzaniem.

Wciąż występujący szum informacyjny wokół RODO nastawia społeczeństwo na traktowanie regulacji jako całkowicie zbędnej oraz generującej tylko dodatkowe obostrzenia oraz wymogi, które w efekcie nie przynoszą spodziewanych rezultatów, a wyłącznie dają możliwość nakładania dotkliwych kar finansowych przez organ nadzorczy, jakim jest Urząd Ochrony Danych Osobowych. Niestety na takim przekazie korzystają wyłącznie organizacje wykorzystujące dane z naruszeniem przepisów dotyczących ochrony danych osobowych.

W tym miejscu należy również objaśnić definicję naruszenia ochrony danych osobowych, które zgodnie z treścią rozporządzenia: „oznacza naruszenie bezpieczeństwa prowadzące do przypadkowego lub niezgodnego z prawem zniszczenia, utracenia, zmodyfikowania, nieuprawnionego ujawnienia lub nieuprawnionego dostępu do danych osobowych przesyłanych, przechowywanych lub w inny sposób przetwarzanych” (Ibidem, art. 4 pkt. 12). Wyjaśnienie, jakie dostarcza regulator, nie jest w pełni przejrzyste i oczywiste dla osób, których dane są przetwarzane, czym bowiem realnie jest naruszenie bezpieczeństwa. Należy się też zastanowić, czy obywatel nieposiadający specjalistycznej wiedzy, będzie w stanie zweryfikować, czy doszło do naruszenia w zakresie przetwarzania jego danych osobowych, a tym samym – czy jest uprawniony do wysnuwania żądań względem administratora lub czy posiada podstawę dokonania zgłoszenia naruszenia do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych. W pewnych okolicznościach kwestia stwierdzenia naruszenia będzie prosta, np. w sytuacji, gdy podmiot danych otrzyma informację od organizacji, z którą dotychczas nie współpracował i nie wyrażał stosownych zgód na przetwarzanie. Natomiast często zaistnienie naruszenia wcale nie będzie oczywiste do stwierdzenia, a wręcz nie będzie możliwe bez weryfikacji dokumentacji posiadanej przez administratora i tym samym bez wykorzystania prawa dostępu do danych osobowych (które zostanie wyjaśnione w dalszej części opracowania). Rozważmy przykład, w którym osoba fizyczna współpracuje z organizacją w ramach świadczenia usługi A na jej rzecz. W pewnym momencie osoba ta otrzymuje komunikat dotyczący usługi B, świadczonej przez tego samego administratora. W takim stanie faktycznym, żeby stwierdzić, czy doszło do incydentu bezpieczeństwa danych, należy zweryfikować posiadaną przez administratora dokumentację w zakresie udzielonych pozwoleń, np. marketingowych, i tak, jeśli podmiot danych udzielił zgody na przekazywanie informacji handlowych dotyczących usług administratora, to najprawdopodobniej nie będzie w tym przypadku mowy o naruszeniu. Jeśli jednak administrator nie pozyskał odpowiednich pozwoleń od osoby fizycznej i dokonał przetwarzania jej danych w innym celu niż pierwotnie zostały zebrane, tj. kontaktu ukierunkowanego na przedstawienie oferty innej usługi, to w takim przypadku będziemy mieć do czynienia z naruszeniem. Reasumując, z punktu

widzenia osób, których dane podlegają procesom przetwarzania, trudne może być stwierdzenie, kiedy administrator przetwarza dane niezgodnie z przepisami. W takich sytuacjach z pomocą przychodzi urząd ochrony danych osobowych, który na swojej stronie internetowej publikuje formularz zgłoszenia skargi. Zgłoszenie jest całkowicie bezpłatne i w takim przypadku to urząd przejmie na siebie weryfikację, czy doszło do naruszenia przepisów i w efekcie posiada uprawnienie do nałożenia kar (Dmochowska, Zadrożny, 2018, s. 182), w tym też sankcji finansowych, na organizację niewłaściwie przetwarzającą dane osobowe.

2. Jakie prawa chroni RODO

Wczytując się pobieżnie w tytuł rozporządzenia RODO, można dojść do wniosku, że jest to akt prawny dotyczący kwestii bezpieczeństwa danych osobowych osób fizycznych. Takie postrzeganie sprawy może powodować wytworzenie skrótu myślowego, że RODO to wyłącznie zbiór regulacji dotyczących ochrony danych osobowych, a nic bardziej mylnego. Zapoznając się z art. 1 pkt 2 rozporządzenia, należy podkreślić, że dokument ten ma na celu ochronę podstawowych praw i wolności osób fizycznych ze szczególnym uwzględnieniem prawa do ochrony danych osobowych. Zaznajomienie się z treścią tego przepisu daje możliwość spojrzenia na tematykę ochrony danych osobowych w zdecydowanie szerszym kontekście. Dokonując analizy wskazanego artykułu, należy zauważyć, że zamiarem rozporządzenia jest ochrona podstawowych praw i wolności osób fizycznych, a w szczególności ich praw do ochrony danych osobowych. Jak zatem należy zdefiniować podstawowe prawa i wolności osób fizycznych? Tutaj z pomocą przychodzi inny dokument opracowany i stosowany w ramach państw członkowskich Unii Europejskiej, tj. Karta Praw Podstawowych (Karta Praw Podstawowych Unii Europejskiej z dnia 14 grudnia 2007 r.). Zgodnie z informacją dostępną na stronie Rzecznika Praw Obywatelskich: „Karta praw podstawowych jest jednym z najważniejszych narzędzi ochrony praw podstawowych na poziomie regionalnym, jaki kiedykolwiek stworzono. Definiuje wartości, które nie podlegają negocjacji” (<https://bip.brpo.gov.pl/pl/content/karta-praw-podstawowych-i-jej-znaczenie-dla-polskiego-systemu-prawnego>, dostęp: 25.04.2019). Karta to dokument podpisany w dniu 7 grudnia 2000 r. w Nicei, a później z pewnymi poprawkami dnia 12 grudnia 2007 r. w Lizbonie, który zawiera zbiór fundamentalnych praw człowieka i obowiązków obywatelskich. Artykuł 8 Karty Praw Podstawowych dotyczy ochrony danych osobowych. Wynika z niego, że każdy ma prawo do ochrony swoich danych, a ich przetwarzanie ma być rzetelne i prowadzone wyłącznie w określonych celach. Artykuł ten porusza również kwestie sprawowania kontroli nad tym obszarem, wskazując, że czynności kontrolne wykonuje niezależny organ. Wracając do przytoczonych na początku praw i wolności osób fizycznych, które ma chronić RODO, nie można zamknąć się wyłącznie na wskazanym art. 8 Karty, lecz na tę tematykę należy spojrzeć z szerszej perspektywy. W ocenie Autora, RODO dotyka też innych praw i wolności wskazanych w Karcie Praw Podstawowych, np. prawa do wolności oraz bezpieczeństwa osobistego, o którym stanowi art. 6. Analizując temat uprawnienia do wolności, należy też brać pod uwagę wolność w zakresie przetwarzania danych osobowych i tutaj RODO dostarcza rozwiązania dla podmiotów danych, które dają swobodę w zakresie przetwarzania ich danych osobowych, gdyż np. możemy dokonać wyboru podmiotu przetwarzającego, zdecydować, jakie dane zostaną przekazane, kiedy proces przetwarzania zostanie zakończony. Odniesienie przepisów RODO do

bezpieczeństwa osobistego powinno być intuicyjne, gdyż regulacje dostarczane przez rozporządzenie mają na celu tworzenie systemu, który w sposób bezpieczny przetwarza dane osobowe, które są dobrem przypisanym do konkretnej jednostki (Wróbel, 2019, s. 201-225).

Niemniej jednak w ramach niektórych procesów przetwarzania administrator wchodzi w posiadanie danych dotyczących kwestii prywatności osoby, jak również może posiadać wiedzę np. w zakresie informacji o rodzinie podmiotu danych. Łatwo można sobie to wyobrazić na przykładzie pracodawcy, którego pracownik zgłasza członka rodziny do objęcia go ubezpieczeniem zdrowotnym w ramach zgłoszenia do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych. Efektem takiej, oczywistej i spotykanej na co dzień, czynności będzie powzięcie wskazanych danych przez pracodawcę i tutaj RODO traktuje jasno, że informacje te są danymi osobowymi, co za tym idzie – administrator musi powziąć odpowiednie środki techniczne i organizacyjne w celu zapewnienia bezpieczeństwa tych informacji (Kępa, 2019, s. 22-23). Powyższy przykład również znajduje swoje odzworowanie w art. 7 Karty Praw Podstawowych, który mówi o poszanowaniu życia prywatnego i rodzinnego. Jest to kolejny dowód na to, że rozporządzenie chroni wiele praw jednostki, ale przez pryzmaty bezpieczeństwa danych osobowych. Często słyszy się o tzw. danych wrażliwych, które zostały zdefiniowane w poprzedniej regulacji prawnej dotyczącej ochrony danych osobowych, tj. w ustawie z 1997 roku o ochronie danych osobowych w ramach art. 27 pkt. 1 tej ustawy (Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych). Na kanwie aktualnie obowiązujących przepisów dane wrażliwe zostały określone jako dane szczególnych kategorii i opisane w art. 9 RODO, m.in. zostały tam wskazane informacje dotyczące przekonań religijnych, poglądów politycznych czy kwestii światopoglądowych. W sytuacji, gdy tego rodzaju dane są przetwarzane, administrator musi spełnić dodatkowe wymagania stawiane przez regulatora. Tym samym treść rozporządzenia wpisuje się w art. 10 Karty Praw Podstawowych, który traktuje o wolności myśli, sumienia i religii.

Powyższe odwołania do unijnej regulacji, wskazującej fundamentalne prawa i wolności człowieka, to jedynie przykłady, gdyż w rozporządzeniu o ochronie danych osobowych znajduje się jeszcze wiele odnośników do innych praw podstawowych opisanych w Karcie, co pokazuje szeroki zakres wpływu niniejszego aktu na codzienne bezpieczeństwo życia osób fizycznych. RODO dotyka więc bardzo rozległego spektrum oddziaływania na zabezpieczanie podstawowych praw oraz wolności osób fizycznych, narzucając na administratorów przymus takiego sterowania procesami biznesowymi, aby na każdym etapie ich stosowania nie dochodziło do naruszeń tych uprawnień.

3. Wybrane uprawnienia osób fizycznych w stosunku do administratorów przetwarzających ich dane osobowe

Mając na względzie powyżej przytoczone przepisy i wskazane informacje, należy zauważyć, że rozporządzenie RODO stanowi akt prawny w sposób znaczący chroniący prywatności człowieka. Dowodem na prawdziwość przytoczonej tezy są wskazane i wyczerpująco opisane prawa osób, których dane podlegają procesom przetwarzania. Prawa te zostały wymienione w artykułach od 15 do 23 RODO, co już na samym wstępie pokazuje, że regulator w sposób bardzo szczegółowy podchodzi do uprawnień osób fizycznych względem administratorów, choćby ze względu na ilość oraz obszerność

poświęconych tej tematyce przepisów. Takie działanie jednoznacznie wskazuje, że prawodawcy zależy na maksymalizacji ochrony prywatności jednostki i przekazuje na jej ręce narzędzia pozwalające na weryfikację podmiotów przetwarzających i sposobów przetwarzania danych osobowych. Niemniej jednak w tym kontekście należy też mieć na względzie, że administrator nie zawsze będzie musiał spełnić żądania podmiotu danych, które zostały opisane w przepisach. Takie uprawnienie organizacji przetwarzającej dane osobowe pozwala na ochronę jej interesów w ramach wykonywanej działalności gospodarczej i utrzymanie ciągłości funkcjonowania. Potraktowanie regulacji w ten sposób też jest zasadne i niezbędne, gdyż w innym przypadku mogłaby wystąpić poważna dysproporcja między interesami osób fizycznych, których dane są przetwarzane, a administratorami, którzy tych przetwarzań dokonują (Fajgielski, 2019, s. 100-102). Należy jednak podkreślić, że w ocenie Autora, RODO przechyła szalę praw i wolności w kierunku osób fizycznych względem podmiotów przetwarzających.

Przechodząc do analizy wybranych uprawnień podmiotów danych, wypada wspomnieć o niestety nadal pojawiających się naruszeniach ochrony danych osobowych, a konkretnie o wciąż występujących zdarzeniach dotyczących handlu danymi osobowymi, gdzie nabywca wykorzystuje na własne potrzeby pozyskane od zbywcy informacje o osobach. W takim przypadku mamy do czynienia z sytuacją, w której podmiot danych będzie zastanawiał się, na jakiej podstawie nieznany administrator wchodzi z nim w interakcję, skąd nieznany administrator posiada dane osobowe umożliwiające wejście we wspomnianą interakcję, a także czy przetwarzanie zgodne jest z celem, jaki był wskazany w pierwotnym procesie, na bazie którego pozyskane zostały dane osobowe przez przedsiębiorcę. Przykładem tutaj może być otrzymanie informacji handlowej od organizacji, z którą dana osoba fizyczna nigdy nie współpracowała. W ramach takiego stanu faktycznego podmiot danych posiada uprawnienia do ustalenia formalnych podstaw przetwarzania, a w kolejnym kroku, w myśl art. 15 RODO, będzie mógł żądać dostępu do danych posiadanych przez konkretnego administratora. Zgodnie z oceną P. Fajgielskiego, w komentarzu do RODO (2022, s. 254-263), wskazany przepis gwarantuje prawo do uzyskania informacji, czy dane osobowe tej osoby są przetwarzane w ramach organizacji, a w sytuacji uzyskania odpowiedzi pozytywnej uprawnia wnioskodawcę do dostępu do danych na jej temat i uzyskania informacji o okolicznościach przetwarzania. Zatem na podstawie wskazanego przepisu podmiot ma prawo otrzymać informację w temacie celu przetwarzania. Jest to jeden z najbardziej kluczowych elementów wskazanego przepisu ze względu na fakt, że każda czynność przetwarzania danych osobowych musi odbywać się w konkretnym i sprecyzowanym celu, a u podwalin tego celu musi być wskazana jedna z podstaw prawnych wymienionych w art. 6 ust. 1 RODO, gdzie regulator wskazał przypadki, w których przetwarzanie jest zgodne z prawem (Mielniczek, 2021, s. 16). W sytuacji, gdy administrator nie potrafi wskazać właściwej podstawy prawnej przetwarzania, mamy do czynienia z działaniem niezgodnym z przepisami prawa, a czynność, w której wykorzystywane są dane osobowe wnioskodawcy jest nielegalna. Natomiast w ramach prawa dostępu do danych podmiot posiada jeszcze szereg innych uprawnień względem administratora, m.in. prawo do otrzymania wyczerpującej informacji w temacie odbiorców lub kategorii odbiorców, które mogą wejść w posiadanie danych tego podmiotu. Takie zapytanie daje szansę na prześledzenie drogi danych osobowych osób fizycznych i w rezultacie powzięcie informacji w temacie liczby podmiotów czy organizacji, które będą przetwarzać otrzymane informacje, a tym samym skutkuje

możliwością sprawowania kontroli nad procesem przetwarzania danych osobowych powierzonych jednej organizacji. Pozwala również na ocenę, czy nie dochodzi do ewentualnych naruszeń. Co ciekawe, osoba, której dane dotyczą, zgodnie z przytoczonym przepisem, ma też prawo żądać od administratora wydania kopii danych osobowych podlegających przetwarzaniu. Administrator, jeśli tylko takie przekazanie nie naruszy interesów osób trzecich, ma obowiązek udostępnić kopię danych, o które zwróci się podmiot przetwarzający. Dodać należy, że przekazywana kopia musi być udostępniona w odpowiednim i możliwym do odczytania formacie. Realnie, realizacja wskazanego uprawnienia podmiotu danych przez administratora może nastroczać nie lada trudności, szczególnie w sytuacji dużych organizacji, które do przetwarzania danych wykorzystują znaczną ilość systemów informatycznych, a w proces przetwarzania zaangażowanych jest dużo osób oraz działów firmy. Tym bardziej, jeżeli przedsiębiorca jest rozproszony terytorialnie. Jak zatem w takiej sytuacji może wyglądać proces realizacji wniosku osoby fizycznej wnoszącej o wydanie kopii danych? Naturalnie należy mieć na względzie, że RODO nie definiuje kwestii proceduralnych, dając administratorowi pełną dowolność w zakresie sposobu działania ukierunkowanego na realizację wniosku. Najpewniej podmiot danych takie roszczenie skieruje na dedykowany adres mailowy, który posiada komórka zajmująca się ochroną danych osobowych we wskazanej organizacji. Po zapoznaniu się z prośbą będzie musiała zostać dokonana weryfikacja danych wnioskodawcy, ponieważ podmiot przetwarzający zobowiązany jest do potwierdzenia tożsamości wnioskującego, a może się to wydarzyć przy pomocy zadania kilku pytań pomocniczych na bazie już posiadanych informacji o osobie. Kolejno jednostki odpowiedzialne za poszczególne czynności przetwarzania będą zobowiązane do sprawdzenia wszystkich systemów i ewentualnych lokalizacji danych osobowych wnioskodawcy, czyli będą musiały zweryfikować wszystkie zasoby, w ramach których wykonywane są procesy przetwarzania. W dużych organizacjach często zlokalizowanie wszystkich danych wiąże się z potrzebą zaangażowania do procesu wielu osób, co w sposób znaczący wydłuża realizację takich wniosków. Z pomocą przychodzi tutaj regulator, który wskazuje narzędzie, jakim jest rejestr czynności przetwarzania opisany w art. 30 ust. 1 RODO, który powinien w sposób kompleksowy wskazać wszystkie działania podejmowane w zakresie przetwarzania danych osobowych. Dobrą praktyką w tym zakresie jest tworzenie rejestru szerszego niż minimum opisane we wskazanym przepisie i dodanie również informacji dotyczącej lokalizacji zasobów danych w strukturze organizacyjnej i informatycznej (Jagielski, 2022, s. 205). Wracając do meritum rozmyślenia, po zlokalizowaniu wszystkich żądanych informacji, będzie trzeba je przygotować, może też wyeksportować do odpowiednich formatów, z którymi podmiot danych będzie się w stanie swobodnie zapoznać. Etapem wiążącym całą procedurę będzie realizacja wniosku podmiotu i przesłanie kopii danych. Podsumowując, art. 15 RODO narzuca na administratorów tworzenie procesów biznesowych, w ramach których przetwarzane są dane osobowe w taki sposób, aby istniała możliwość weryfikacji i udostępnienia danych osobowych osoby fizycznej na każdym etapie wykonywanych czynności i w ramach wszystkich posiadanych zasobów informatycznych (Litwiński, 2021, s. 249-251).

Kolejnym, ważnym z perspektywy osób fizycznych, uprawnieniem zawartym w RODO jest tzw. „prawo do bycia zapomnianym”, opisane w art. 17, czyli prawo do usunięcia danych osobowych. Przepis ten ma na celu umożliwienie żądania od administratora usunięcia danych dotyczących wnioskodawcy w sytuacji wystąpienia

przynajmniej jednej ze wskazanych przesłanek, m.in. podmiot danych wycofał zgodę na przetwarzanie, dane podmiotu nie są już niezbędne do realizacji celów, w ramach których zostały zebrane, dane osobowe były przetwarzane niezgodnie z prawem. Zgodnie z komentarzem do RODO (Czerniawski, 2018, s. 522-530), mamy tutaj do czynienia z dwoma uprawnieniami podmiotu danych, tj. do żądania usunięcia danych (regulowanym przez art. 17 ust. 1) i do żądania do bycia zapomnianym (regulowanym przez art. 17 ust. 2), które to uprawnienie uzależnione jest od kwestii lokalizacji przetwarzania przez administratora danych osobowych. W sytuacji, kiedy administrator upublicznił dane osobowe, podmiot danych posiada uprawnienia do bycia zapomnianym, a tym samym administrator musi usunąć wszystkie dane osobowe, w których posiadaniu się znajduje i poinformować o tym jeszcze pozostałych administratorów, którzy również dane te przetwarzają. Natomiast zgodnie z art. 17 ust. 1, administrator zobowiązany jest do usunięcia danych w ramach swoich zasobów. Niezależnie od powyższej analizy należy zauważyć, że często skutki realizacji wniosku osoby fizycznej znacząco odbiegają od zamierzeń, jakie najprawdopodobniej posiadał regulator, tworząc wskazany przepis. Sytuację tę łatwo obrazuje prosty przykład dotyczący realizacji umowy kupna: sprzedaży między sklepem a osobą fizyczną. Naturalnie w takim przypadku mówimy o przetwarzaniu danych osobowych w związku z realizacją usługi. Po zakończeniu obsługi klienta oraz dostarczeniu zamówionego produktu klient posiada uprawnienie do złożenia wniosku dotyczącego całkowitego usunięcia jego danych osobowych. Jak w takiej sytuacji zachowa się rozsądny przedsiębiorca? Oczywiście, zgodnie z procedurą, zobowiązany jest najpierw zweryfikować tożsamość wnioskodawcy, a pomijając pozostałe kroki formalne, w takim stanie faktycznym klient najprawdopodobniej otrzyma informację, że administrator jedynie usuwa dane osobowe, które były niezbędne do procesu zamówienia i realizacji zamówienia. Administrator, dbając o swój prawnie uzasadniony interes, który został opisany w art. 6 ust. 1 lit. f RODO i który może stanowić podstawę prawną przetwarzania (Dmochowska, Zadrozny, 2018, s. 22), zachowa dane osobowe klienta niezbędne do obsługi ewentualnego roszczenia ze strony tegoż klienta. Takie dane administrator będzie przechowywał do czasu upływu ustawowego terminu dochodzenia roszczeń, a po tym czasie zostaną one usunięte, zgodnie z zasadą minimalizacji przetwarzanych danych osobowych. Reasumując, realnym efektem wykorzystania uprawnienia do bycia zapomnianym będzie prawdopodobnie częściowe pozbawienie administratora pewnych informacji o osobie wnioskodawcy. Niemniej jednak, mimo ułomności tego uprawnienia, daje ono możliwość podmiotowi danych odcięcia się od organizacji, która przetwarza dane z naruszeniem przepisów i tutaj przykładem jest Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 30 listopada 2021 r., który wprost stwierdził, że w sytuacji, gdy dane osobowe są przetwarzane niezgodnie z prawem osoba, której dane dotyczą, ma prawo żądania od administratora niezwłocznego usunięcia dotyczących jej danych osobowych. Innym przykładem, gdzie prawo do usunięcia danych okaże się bardzo przydatne dla osób fizycznych będzie sytuacja, w której, w związku z upływem czasu, administrator usunie część informacji o kliencie, mając na względzie zasadę minimalizacji danych, np. okres możliwości zgłoszenia ewentualnych roszczeń upłynął. Natomiast administrator nadal będzie przetwarzał dane w związku z pierwotnie udzielonymi zgodami, np. marketingowymi, a także w związku z założonym kontem zakupowym na portalu sklepu. Tutaj wykorzystanie prawa do usunięcia danych powinno spowodować całkowite odcięcie się od organizacji w ramach każdej czynności, w której przetwarzane

były dane osobowe wnioskodawcy. W zależności od konkretnego stanu faktycznego, osoba powołująca się na prawo do bycia zapomnianym może zatem uzyskać efekt intuicyjnie zamierzony, czyli usunięcia dotyczących jej danych osobowych. W ocenie Autora, ułomność tego przepisu i procesu jest duża ze względu na fakt, że w wielu przypadkach realnie dane osobowe podmiotu danych będą wciąż przetwarzane przez administratora w związku z innymi celami przetwarzania.

Opisując uprawnienia osób fizycznych w ramach przetwarzania ich danych, wypada nadmienić, że w ramach wszystkich gwarancji, jakie daje RODO, jest jeszcze kwestia dotycząca ograniczenia przetwarzania danych osobowych, opisana w art. 18. Według Autora, jest to bardzo istotne uprawnienie, gdyż pozwala na zatrzymanie wszystkich procesów przetwarzania, jakie występują u danego administratora, a tym samym daje pewność, że ten nie może w żaden dostępny sposób manipulować posiadanymi danymi. Wojewódzki Sąd Administracyjny w wyroku z dnia 15 listopada 2019 r. stwierdził, że skutkiem skorzystania przez podmiot danych z uprawnienia do ograniczenia przetwarzania ma być sprowadzenie procesów przetwarzania posiadanych przez administratora danych wyłącznie do ich przechowywania. Naturalnie, tak jak w przypadku prawa do bycia zapomnianym, tak tutaj, regulator wskazuje konkretne sytuacje, w których osoba fizyczna może żądać ograniczenia przetwarzania. Należy pamiętać, że katalog tych sytuacji jest bardzo szeroki i daje możliwość złożenia wniosku choćby w związku z podejrzeniem, że jakieś przetwarzane dane są nieprawidłowe. Co za tym idzie, wystarczy jedynie podejrzenie, aby móc skorzystać z uprawnienia. Należy w tym miejscu podkreślić, że w sytuacji uprawdopodobnienia ewentualnego naruszenia po stronie administratora danych, osoba której dane dotyczą, może rozpocząć weryfikację procesów przetwarzania, jakim podlegają jej dane osobowe, właśnie od sprecyzowania żądania w przedmiocie ograniczenia przetwarzania. Takie działanie automatycznie pozwoli na utrzymanie *status quo* sprawy i dokładne zbadanie zasadności domysłów w zakresie ewentualnego naruszenia.

Podsumowując, każda osoba, której dane są przetwarzane, posiada szereg praw wskazanych i szczegółowo opisanych w rozporządzeniu dotyczącym ochrony danych osobowych. Ponadto może realnie ingerować w proces przetwarzania na każdym etapie tego procesu, dokonując weryfikacji, czy administrator działa w zgodzie z przepisami prawa. Niemniej jednak na tym nie kończą się regulacje opisane w RODO, dotyczące uprawnień podmiotów danych, ponieważ w art. 12 rozporządzenia znajdują się zasady, w jaki sposób administrator ma obowiązek przekazywać informacje, komunikować się oraz w jakim trybie ma wykonywać prawa osoby, której dane dotyczą. Ustęp pierwszy przywołanego artykułu wskazuje, że administrator ma obowiązek komunikować się z osobą w zwięzłej, przejrzystej, zrozumiałej i łatwo dostępnej formie, jasnym i prostym językiem (Kołodziej, 2020, s. 97). Ponadto informacje muszą być udzielane w formie, jakiej żąda podmiot danych, np. ustnie. Niestety z perspektywy zasady rozliczalności (Lubasz, Szkurłat, 2023, s. 70-71), która również jest sprecyzowana w przepisach rozporządzenia i dotyczy możliwości przedstawienia materiału dowodowego na poczet ewentualnej kontroli wykonywanej przez organ nadzoru, ciężko będzie udowodnić, że wniosek podmiotu danych został wykonany właściwie podczas rozmowy, ale w tym przypadku jest to zmartwienie administratora. Idąc dalej, ustęp drugi tego artykułu informuje, że administrator zobowiązany jest ułatwić osobie, której dane dotyczą, wykonanie jej praw m in. również tych opisanych wcześniej. W motywie 59 preambuły

RODO wyjaśniono, że m.in. pomoc ta ma się objawić jako bezpłatne wykonywanie czynności ukierunkowanych na realizację praw osób, których dane dotyczą. Zdecydowanie należy podkreślić, że administrator nie ma podstawy do odmowy podjęcia działań związanych z realizacją praw osoby fizycznej, chyba że nie jest jej w stanie zidentyfikować. Dodatkowo, przepis art. 12 wskazuje, że administrator realizuje wnioski podmiotu danych bez zbędnej zwłoki, a w każdym razie nie później niż w terminie miesiąca od otrzymania żądania. Jeśli podmiot przetwarzający nie zrealizuje praw wnioskodawcy w tym czasie, zmuszony jest poinformować w terminie miesiąca od momentu otrzymania żądania o powodach niepodjęcia działań i o możliwości wniesienia skargi do organu nadzorczego (Bielak-Joma, Lubasz, 2018, s. 464-476).

Powyżej przywołane przepisy dotyczące sposobu realizacji wniosków osób fizycznych pokazują, jak duży wpływ na procesy przetwarzania danych przez konkretnego administratora może mieć osoba, której dane podlegają przetwarzaniu i jak szerokie są uprawnienia do wpływania na czynności przetwarzania wykonywane przez administratora. W ocenie Autora, zarówno ilościowy, jak również jakościowy zakres uprawnień, jakimi dysponują osoby fizyczne względem przetwarzania, daje możliwość dużej ingerencji w weryfikację procesów biznesowych, w ramach których przetwarzane są dane osobowe. Realizacja praw podmiotów danych po stronie administratora często może okazać się bardzo pracochłonna i wymagająca zaangażowania dużej ilości zasobów osobowych oraz informatycznych.

Podsumowując, realizacja praw osób fizycznych, których dane są przetwarzane, może nastęrczać administratorowi dużo pracy i trudności. Niemniej jednak RODO, narzucając przymus dbania o prywatność osób fizycznych, wymaga od administratorów działania w ramach pełnej zgodności z przepisami. Wszystkie te trudności mają na celu zabezpieczenie danych osobowych osób fizycznych i ochronę ich praw oraz wolności, mając na względzie ryzyko potencjalnych naruszeń. Aby działać w zgodzie z treścią rozporządzenia, administrator musi już na samym początku, podczas projektowania czynności operacyjnych, w ramach wykonywanej działalności gospodarczej, mieć na względzie ochronę danych osobowych i tak planować swoje procesy, aby na każdym ich etapie był w stanie zrealizować uprawnienia podmiotów danych. Zdaniem Autora, jedynie poprzez ciągłe powiększanie świadomości społecznej w tematyce ochrony danych osobowych można mieć nadzieję na rzetelne stosowanie przepisów w różnego rodzaju organizacjach. Dziś nadal można spotkać się z podmiotami, które funkcjonują, jakby rozporządzenie nie dotyczyło ich działalności, ponadto organ nadzoru nie jest w stanie skontrolować ogromnej rzeszy przedsiębiorców działających w Polsce. W sytuacji, gdy każda z osób, której dane podlegają przetwarzaniu, będzie świadoma swych praw i będzie z nich korzystać, to niejako samoistnie wymusi na przedsiębiorcach przymus funkcjonowania zgodnie z RODO. Realnie to właśnie oddziaływanie podmiotów danych na administratorów, a w efekcie obligatoryjność realizacji wniosków tych podmiotów i obawa przed zgłoszeniem do organu nadzorującego, a w konsekwencji nałożenie wysokich kar finansowych, spowoduje takie opracowanie czynności, w ramach których administratorzy przetwarzają dane, aby istniała możliwość realizacji praw osób fizycznych.

Podsumowanie

Wraz z rozwojem technologii i coraz większą ilością danych gromadzonych przez różne organizacje, podstawowe prawa jednostki, jaką w tym przypadku jest osoba fizyczna, są narażane na stale rosnącą liczbę ewentualnych naruszeń. W ramach powyżej przytoczonych aspektów z zakresu prawa ochrony danych osobowych, należy wysnuć wnioski, że regulator unijny, uaktualniając przepisy o ochronie danych osobowych rozporządzeniem RODO, wpłynął na poprawę bezpieczeństwa i prywatności osób fizycznych w ramach procesów przetwarzania danych osobowych. Dodatkowo podmioty, których dane dotyczą, posiadają szereg narzędzi prawnych, pozwalających na przeprowadzenie weryfikacji czynności przetwarzania u administratorów, ale także dających możliwość wpływu na sposób i zakres tego przetwarzania. Opisane uprawnienia jednostki w stosunku do firm czy instytucji mają również znaczenie dla ogółu społeczeństwa, gdyż wpływają na obniżenie ryzyka ewentualnych naruszeń lub bezpośrednio wystąpienia potencjalnych przestępstw, a tym samym pozwalają na zachowanie większej swobody przy udostępnianiu danych osobowych. Dzieje się tak w związku z faktem, że regulacja ta skutkuje narzuceniem na administratorów szeregu obowiązków w zakresie ochrony prywatności osób fizycznych, których celem jest zabezpieczenie podstawowych praw obywateli.

Świadomość społeczna w zakresie ochrony danych osobowych stale wzrasta, co pokazuje badanie przeprowadzone przez Urząd Ochrony Danych Osobowych w maju 2022 roku (<https://uodo.gov.pl/pl/file/4104>, dostęp: 12.07.2023) pt. „Wiedza na temat bezpieczeństwa danych osobowych w Polsce”. Na bazie danych statystycznych raport ten wskazuje, że coraz więcej Polaków wie, w jaki sposób zadbać o bezpieczeństwo swoich danych osobowych, a wiedza ta występuje szczególnie u osób młodych, w wieku 18-34 lata. Niestety, mimo swoich przekonań, to właśnie w tej grupie dochodzi najczęściej do popełniania błędów, jakim jest np. udostępnianie haseł osobom trzecim czy też pozostawianie swoich danych w ankietach internetowych. Niemniej jednak należy zauważyć, że od momentu wejścia w życie rozporządzenia o ochronie danych osobowych zarówno świadomość, jak i wiedza osób fizycznych w zakresie bezpieczeństwa ich prywatności znacząco wzrosła. Niestety, pomimo ciągłego rozwoju oszuści, którzy stanowią zagrożenie dla bezpieczeństwa danych, stale znajdują nowe możliwości i sposoby na wyłudzenie danych osobowych, a w efekcie do ich wykorzystywania na niekorzyść ich właścicieli. Reasumując, poprzez skuteczne podnoszenie świadomości społecznej i odpowiedzialne zarządzanie danymi przez instytucje publiczne, sektor przedsiębiorców prywatnych oraz inne organizacje, będziemy w stanie zbliżyć się do osiągnięcia równowagi pomiędzy wykorzystaniem potencjału danych osobowych a ochroną prywatności osób fizycznych.

Bibliografia

- Bielak-Jomaa, E., Lubasz, D. (red.). (2018). *RODO ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych. Komentarz*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.
- Dmochowska, A., Zadrożny, M. (2018). *Unijna reforma ochrony danych osobowych*. Warszawa: C.H. Beck.
- Fajgielski, P. (2019). *Prawo ochrony danych osobowych*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.

- Fajgielski, P. (2022). *Komentarz do rozporządzenia nr 2016/679 w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) Komentarz*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.
- Jagielski, M. (2022). *Dokumentacja Ochrony Danych Osobowych ze Wzorami*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.
- Karta Praw Podstawowych Parlamentu Europejskiego, Rady i Komisji Europejskiej z dnia 14.12.2007 r. (Dz.U.U.E.C.2007.303.1).
- Kępa, L. (2018). *Ochrona danych osobowych. Praktyczny przewodnik dla przedsiębiorców*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Kępa, L. (2019). *Bezpieczeństwo danych osobowych. Podejście oparte na ryzyku*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Kołodziejka, M. (2020). *Vademecum Inspektora Ochrony Danych Osobowych*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Kowalski, M. (2020). *Poradnik dla początkującego inspektora ochrony danych*. Warszawa: Wydawnictwo Wiedza i Praktyka sp. z o. o.
- Litwiński, P. (red.). (2021). *Ogólne Rozporządzenie o ochronie danych osobowych. Ustawa o ochronie danych osobowych. Wybrane przepisy sektorowe. Komentarz*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Lubasz, D. (red.). (2019). *Ustawa o ochronie danych osobowych. Komentarz*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.
- Lubasz, D., Szkuřlat, A. (red.). (2023). *Ochrona danych osobowych. Poradnik praktyczny*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.
- Mielniczek, P. (2021). *Ochrona danych osobowych od A do Z w 16 krokach*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz.U. UE. L. 2016.119.1).
- Rzecznik Praw Obywatelskich. (2023). Karta Praw Podstawowych i jej znaczenie dla polskiego systemu prawnego. Pobrane z: <https://bip.brpo.gov.pl/pl/content/karta-praw-podstawowych-i-jej-znaczenie-dla-polskiego-systemu-prawnego>.
- Sieradzka, A., Wieczorek, M. (2020). *Monitoring zgodny z RODO, Praktyczny poradnik z wzorami dla sektora publicznego i prywatnego*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Urząd Ochrony Danych Osobowych. (2022). *Wiedza na temat bezpieczeństwa danych osobowych w Polsce, Raport z badania maj 2022*. Pobrane z: <https://uodo.gov.pl/pl/file/4104>.
- Ustawa z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. z 2019 r., Nr 1781, poz. 1781).
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. z 1997 r., Nr 133, poz. 883).
- Wróbel, A. (red.). (2019). *Karta Praw Podstawowych Unii Europejskiej. Komentarz*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z 30 listopada 2021 r., sygn. akt III OSK 4558/21 (LEX nr 3264199).
- Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z 15 listopada 2019 r., sygn. akt II SA/Wa 1504/19 (LEX nr 3041492).

Piotr KARNAFAŁ

Absolwent Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska

Aneta OLEKSY-GĘBCZYK

Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska

ORCID:0000-0001-6185-5932

Paulina RYDWAŃSKA

Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska

ORCID: 0000-0003-1088-9918

OCENA WPLYWU PANDEMII I WSPARCIA PAŃSTWOWEGO NA FUNKCJONOWANIE MSP W BRANŻY GASTRONOMICZNEJ

Streszczenie

Niniejszy artykuł porusza tematykę funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw na rynku w czasie pandemii oraz postpandemii w kontekście branży gastronomicznej. Rozważania koncentrują się wokół identyfikacji wpływu negatywnych następstw kryzysu na stan i rozwój całej branży, a także pomocy oferowanej w tym czasie przez państwo. Analizy zjawiska dokonano za pomocą przeprowadzonego badania ankietowego i interpretacji danych wtórnych.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, interwencjonizm państwowy, lokalne przedsiębiorstwa, kryzys, branża gastronomiczna, pandemia.

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF THE PANDEMIC AND STATE SUPPORT ON THE OPERATION OF SMEs IN THE GASTRONOMY INDUSTRY

Summary

This article discusses the functioning of small and medium-sized enterprises on the market during the pandemic and post-pandemic in the context of the catering industry. The considerations focus on identifying the impact of the negative consequences of the crisis on the condition and development of the entire industry and the assistance offered by the state at that time. The phenomenon was analyzed using a survey and interpretation of secondary data.

Key words: entrepreneurship, local enterprise, state interventionism crisis, catering industry, pandemic.

Wprowadzenie

Żyjemy w świecie, w którym dokonują się nieustające zmiany, prowadzące, przynajmniej w swych założeniach, do poprawy warunków oraz jakości życia. Za zdecydowaną większość zmian, których doświadczamy w otoczeniu gospodarczym, społecznym czy kulturalnym, odpowiadają przedsiębiorcy i reprezentowane przez nich przedsiębiorstwa, zróżnicowane między sobą pod wieloma względami. Odwołując się do danych statystycznych, warto poświęcić uwagę sektorowi MSP, który dominuje

pod względem ilościowym pod kątem wielkości przedsiębiorstwa, co bezpośrednio przekłada się na wysoki udział we wskaźnikach makroekonomicznych. Dane liczbowe udostępnione przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP, 2022) wskazują, że sektor MSP stanowi 99,8% wszystkich przedsiębiorstw działających na terytorium Polski. Liczba mikroprzedsiębiorstw w 2020 roku wyniosła ok. 2,2 mln, co w ogólnym rozrachunku stanowiło 97%. Struktura udziału ze względu na kryterium wielkościowe wyrażona procentowo przez ostatnią dekadę w poszczególnych latach odznaczała się stabilnością, zaś jej wahania były marginalne. Biorąc pod uwagę z kolei ilościowe tempo zmian, odnotowuje się regularną tendencję wzrostową wśród małych i średnich przedsiębiorstw, przeciętnie o 65 tys. nowych podmiotów w skali roku.

Tabela 1

Udział wielkościowych grup przedsiębiorstw w tworzeniu PKB w latach 2010-2019

Rok	PKB (w mld zł)	Wartość dodana wytworzona przez przedsiębiorstwa przed opodatkowaniem					
		Ogółem %	MŚP %	Mikro %	Małe %	Średnie %	Duże %
2010	1 416,45	71,6	47,6	29,6	7,7	10,4	24,0
2011	1 528,13	71,8	47,3	29,4	7,8	10,1	24,5
2012	1 596,38	73,0	48,5	29,7	7,8	11,0	24,5
2013	1 662,68	73,5	50,1	30,8	8,8	10,6	23,4
2014	1 719,15	73,4	50,0	30,2	8,9	11,0	23,4
2015	1 799,32	74,0	49,9	30,5	8,1	11,3	24,1
2016	1 858,47	73,6	49,8	30,2	8,5	11,1	23,8
2017	1 989,31	72,3	49,1	30,3	8,2	10,7	23,2
2018	2 120,48	72,7	49,1	29,0	9,1	11,1	23,6
2019	2 293,20	72,3	49,6	30,6	8,8	10,2	22,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, PARP, 2022, Warszawa, s. 20.

Z danych załączonych w tabeli 1 wynika, że blisko połowa krajowego PKB została wytworzona przez małe i średnie podmioty. Powoduje to wzrost dochodów społecznych, a tym samym ogólnej zamożności (Kozłowski, 2004). W tym co trzecia wypracowana złotówka przypada na działalność mikroprzedsiębiorstw. Powyższe informacje wręcz obligują do pochylenia się nad kondycją sektora MSP po wprowadzeniu licznych zmian w konsekwencji wystąpienia pandemii SARS-CoV-2. Branżą wartą szczególnej uwagi jest gastronomia, która należy do jednego z najbardziej dotkniętych skutkami pandemii działów gospodarki. Tym samym za cel niniejszego opracowania przyjęto wskazanie różnic w funkcjonowaniu przedsiębiorstw gastronomicznych przed i po 2020 roku. Analizy zjawiska dokonano za pomocą przeprowadzonego badania ankietowego oraz interpretacji danych zawartych w sprawozdaniach finansowych wybranych firm działających na rynku *new connect*.

1. Istota oraz znaczenie małego i średniego biznesu w gospodarce

Podejmując próbę charakterystyki sektora MSP, najczęściej bierze się pod uwagę kryteria ilościowe, jakościowe lub mieszane, będące syntezą dwóch pierwszych. Założenia ilościowe są mierzalne, zaś narzędziem ich pomiaru są zmienne odzwierciedlające efektywność działalności czy wielkość organizacyjną. Istotną cechą jest ich formalny charakter, utrwalony w normach prawnych, powszechnie obowiązujących. Z tego też powodu stanowią najbardziej klarowny wyznacznik definicyjny (Waniak-Michalak, 2007).

Kryteria definiujące sektor MSP sformułowane zostały w ustawie Prawo Przedsiębiorców i związane są z ilością zatrudnionych pracowników w przeliczeniu na pełne etaty, wysokością osiągniętych obrotów netto z działalności podstawowej i finansowej oraz wartością rocznej sumy aktywów zawartych w bilansie (tabela 2). Dodatkowym wyznacznikiem jest stopień niezależności podmiotu. Chodzi tutaj w szczególności o relację pomiędzy podmiotami, objawiającą się w powiązaniach własnościowych co do kapitału oraz możliwości wywierania wpływu przez prawo głosu lub w wyniku postanowień umów zawartych w trakcie działalności lub statutowych (Dz.U. z 2023 r., poz. 221, 641, 803, 1414). Skala przytoczonych powiązań wpływa na obliczenie głównych wartości kwalifikacyjnych.

Tabela 2

Ilościowe kryteria przynależności przedsiębiorstw do sektora MSP w Polsce

Parametr	Przedsiębiorstwo		
	mikro	małe	średnie
Liczba zatrudnionych osób	< 10	< 50	< 250
oraz			
Roczny obrót netto	< 2 mln euro	< 10 mln euro	< 50 mln euro
lub			
Roczna suma bilansowa	< 2 mln euro	< 10 mln euro	< 43 mln euro
oraz			
Niezależność kapitałowa od innych przedsiębiorstw	Należy ją uwzględnić przy obliczaniu miar wyrażonych w jednostkach pieniężnych oraz wielkości zatrudnienia		

Źródło: opracowanie własne na podstawie Ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2023 r., poz. 221, 641, 803, 1414).

Przy określeniu statusu przedsiębiorstwa wartości odnoszą się do jednego z ostatnich 2 lat obrotowych i są obliczane na bazie roku. Kwota obrotu powinna być obliczona przed opodatkowaniem VAT (Komisja Europejska, 2019).

Odrębną grupę stanowią kryteria jakościowe, których stopnia natężenia nie da się określić za pomocą liczb. Ich podstawą są zasady funkcjonowania MSP. Katalog cech jakościowych jest niezwykle szeroki i może być obrany dowolnie, w zależności od decyzji analityka. Często bierze się pod uwagę rodzaj działalności, udział w rynku, strukturę

organizacyjną i własnościową lub aktywność zarządczą. Innymi zależnościami mogą być jakość wiedzy menadżerów, zażyłość kontaktów z otoczeniem, odpowiedzialność oraz stopień dywersyfikacji podjętych działań (Steinerowska-Streb, 2017). Podejście jakościowe jest ściśle związane z cechami MSP, które często stoją w opozycji na zasadzie przeciwieństwa w stosunku do dużych podmiotów (Danielak, Mierzawa, Bartczak, 2017).

W małych i średnich przedsiębiorstwach dominującą rolę odgrywa właściciel, który jest zarazem założycielem przedsięwzięcia i bezpośrednim menadżerem. W jego osobie skupia się pełnia samodzielności ekonomicznej. To właśnie on może wprowadzać w życie własne rozwiązania. Tworzy strukturę motywów działania, uzewnętrzniającą jego cechy osobowe. Taka jedność własnościowa w połączeniu z nieformalnym charakterem organizacyjnym oddziałuje na formułowanie strategii i przewagę orientacji bieżącej nad planowaniem strategicznym. Zbyt duże koszty zastosowania profesjonalnej analizy rynkowej powodują, że decyzje oparte są na doświadczeniu i intuicji, co może mieć przełożenie na niewielką skuteczność (Lichtarski, 2001).

W obrębie analizowanego sektora MSP możemy wyróżnić odmienny poziom zaangażowania właścicieli. W najmniejszych jednostkach uczestniczą oni bezpośrednio w procesie wytwórczym, a kwestie organizacyjne pozostawiają rodzinie. W średnich podmiotach spełniają szereg funkcji zarządczych. W jednym i drugim przypadku w miejscu pracy zawiązuje się wspólnota. Właściciele swojemu przedsiębiorstwu nadają rangę życiowego celu zawodowego. Angażują się emocjonalnie, ponosząc konsekwencje nie tylko za funkcjonowanie firmy, ale przy tym za los pracowników. Wszystko to prowadzi do zróżnicowania w obranych celach. Literatura wyraźnie wskazuje, że przedsiębiorcy z tego sektora obierają za priorytet stabilność, jak również przetrwanie (Steinerowska-Streb, 2017).

Struktura organizacyjna podmiotów należących do sektora MSP najczęściej przybiera postać systemu liniowego o niewielkiej liczbie szczebli zarządzania oraz rozpiętości. Oznacza to centralizację władzy i uprawnień (Świerszczak, 2016). Przepływ informacji następuje bardzo szybko ze względu na uproszczoną wielkość organizacji i niewielką liczbę punktów zatrzymania, które mogą zniekształcić treść wiadomości. Odpowiedzialność spoczywa na właścicielu, który ogranicza delegowanie uprawnień decyzyjnych i porozumiewa się z pracownikami w sposób niesformalizowany oraz bezpośredni (Safin, 2008).

Najważniejszą właściwością analizowanego sektora jest zdolność dostosowania się do zmian zachodzących w otoczeniu i warunki do indywidualnego podejścia w stosunku do klientów (Smolarek, 2015). Znaczenia nabiera wykreowanie pozytywnego wizerunku w najbliższym otoczeniu (Woźniak, 2010). Należy przy tym zaznaczyć, że asortyment charakteryzuje się niewielką dywersyfikacją, a skala prowadzonej działalności obejmuje rynek lokalny. Czasem firmy uzupełniają większe rynki zdominowane przez korporacje, prowadząc działalność podwykonawczą, poboczną względem głównych „graczy rynkowych” (Dylewski, 2016).

Specyfiką w takich firmach odznacza się struktura finansowania aktywów. Pasywem o największym znaczeniu jest kapitał własny zarówno w fazie rozpoczęcia działalności, jak i w dalszych etapach funkcjonowania. Na początku środki pochodzą z własnych oszczędności przedsiębiorcy, jego rodziny lub nieformalnych pożyczek. Wraz z upływem czasu pojawia się zysk, który zwiększa wcześniej zainwestowany

kapitał. Przedsiębiorstwo ma bezpieczną formę finansowania i nie uzależnia się finansowo od otoczenia zewnętrznego. Ma to znaczenie, gdyż strach przed długiem powoduje ograniczoną swobodę i podjęcie ryzyka, co w znacznym stopniu wstrzymuje rozwój (Krzemiń, Struś, 2004). Sektor MSP odznacza się właściwościami sprzyjającymi implikacji programów zwalczających recesję, jak też decyduje o szybszym wychodzeniu z kryzysu (Drab-Kurowska, Sokół, 2010).

Cechy adaptacyjne, takie jak elastyczność oraz szybkość reagowania na zmienne otoczenie, wspomagają poprawę efektywności funkcjonowania mechanizmu rynkowego. Indywidualne i jednostkowe potrzeby konsumentów są zaspokajane przez sektor MSP, podczas gdy wielkie firmy oparte są na produkcji seryjnej. Oferowane produkty nie tylko mogą odznaczać się wysoką jakością, ale być również zupełnie niespotykane (Kroger, Vizjak, Kwiatkowski, 2006). Ich oferta rynkowa cechuje się wysoką różnorodnością w wyniku wykorzystywania tradycyjnych metod produkcji, wprowadzania produktów ekologicznych oraz tańszych substytutów.

Działając na rynku i kierując się racjonalnością ekonomiczną, małe oraz średnie podmioty wpływają na konkurencję. Determinują ich strategię w zakresie umacniania dotychczasowej pozycji i prowadzą do jej dalszej poprawy. W ten sposób następuje alokacja majątku i kapitału, pobudzająca strukturę podmiotową. Co więcej, to te podmioty mają wysoce rozwiniętą funkcję popytową. Elastyczny charakter małych i średnich przedsiębiorstw pozwala im ukształtować wielkości produkcji w taki sposób, aby móc sprostać wymaganiom rynkowym, jak również zaspokoić bieżące zapotrzebowanie (Hejduk, 1994).

Lokalny zasięg prowadzenia działalności gospodarczej powoduje, że firmy sięgają po dostępne zasoby znajdujące się na rynkach, w których działają, a dotyczy to m.in.: zasobów pracy, surowców, dostawców czy partnerów biznesowych (Janowicz, Zawadzka, 2007). Powodem takiego wyboru są niższe koszty dystrybucji i znajomość rynkowa. Wokół swojej lokalizacji firmy angażują środki finansowe oraz wpływają na rozwój regionalny i lokalny (Strużycki, 2004). W ten sposób zwiększa się atrakcyjność obszaru, jego konkurencyjność względem innych i wszelkie aspekty społeczne w odniesieniu do lokalnej ludności. Zapewnienie zatrudnienia zwiększa możliwości rozwojowe mieszkańców, ich sytuację materialną i ostatecznie poziom życia. Z kolei współpraca na zasadzie kooperacji może przyczynić się do znacznego rozwoju sieci infrastrukturalnej. W wyniku działalności małych podmiotów obszary słabiej rozwinięte ulegają licznym przekształceniom. Zmniejsza się w nich znaczenie sektora rolniczego na rzecz większego przemysłowienia w skali całego kraju (Gruszecki, 1996). Poprzez taką aktywność następuje obniżenie dysproporcji gospodarczych między regionami i pośredni rozwój dla całego państwa (Strużycki, 2004).

Rozpatrując sektor MSP, warto jeszcze wziąć pod uwagę rynek pracy. Wysoka liczba przedsiębiorstw w znacznym stopniu bierze udział w kreacji nowych miejsc zatrudnienia i przyczynia się do łagodzenia zjawiska bezrobocia. Na rynku pracy odznaczają się też cechy sektora, a zwłaszcza zdolność aktywizacji niewykorzystanych zasobów pracy. Przewaga sektora MSP nad większymi podmiotami objawia się w rozbudowaniu produkcji w skali, w której dominującą rolę odgrywają czynniki pracy, bez wzrostu nakładów początkowych. Przekłada się to na dużo niższe koszty stworzenia nowego stanowiska (Dominiak, 2005).

2. Pandemia COVID-19 jako kryzys społeczny i gospodarczy

Marzec 2020 roku niewątpliwie zapisze się w pamięci polskiego społeczeństwa jako miesiąc, w którym zamknął się jakiś etap rozwoju społeczno-gospodarczego i rozpoczął nowy, czego powodem był wirus SARS-CoV-2, wywołujący chorobę COVID-19 (Duszyński, 2020). Pandemia, która została ogłoszona przez Światową Organizację Zdrowia (WHO) znacząco wpłynęła na życie ludzi na całym świecie, stając się jednocześnie powodem do wprowadzenia licznych zmian. Te zmiany miały i wciąż mają przełożenie na działanie zarówno gospodarki, jak też jej podmiotów. W niniejszej części artykułu uwaga zwrócona zostanie tylko na wybrane elementy, które mają swoje odzwierciedlenie w funkcjonowaniu sektora MSP ze względu na społeczne i gospodarcze skutki pandemii.

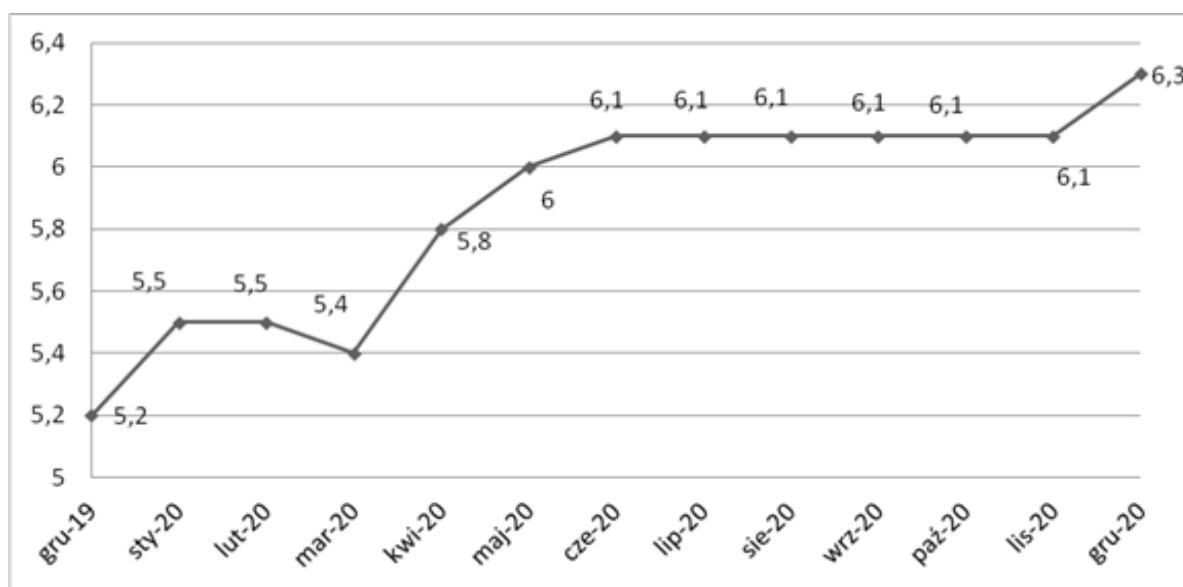
Nieznany dotąd elementem życia społecznego była odgórna izolacja, która w Polsce rozpoczęła się wraz z wprowadzeniem nadzwyczajnego stanu epidemii. Nowa rzeczywistość sprawiła, że głównym miejscem aktywności zostało miejsce zamieszkania. Stało się tak w związku z nauczaniem na odległość, pracą zdalną oraz ograniczeniem przemieszczania w sferze publicznej. Nowe warunki, w których znalazło się społeczeństwo, uwiaryściły stygmatyzację społeczną. W sposób uniwersalny zjawisko można wyjaśnić jako podkreślenie wyraźnych różnic pomiędzy osobami, prowadzące do tworzenia podziałów społecznych, ich stereotypizacji czy odrzucenia.

Stygmatyzacji najczęściej doświadczają osoby chore. Uprzedzenia wynikają z niewiedzy i mogą prowadzić do agresji. Osoby poddane temu procesowi nie spełniają oczekiwań w oczach otoczenia. W kontekście pandemii przyczyną zjawiska był strach przed tym, co nieznane. Choroba pojawiła się nagle, a społeczeństwo bało się zarażenia. Podczas pandemii dochodziło do licznych irracjonalnych zachowań, związanych z nieuzasadnionym izolowaniem się ludzi pomimo zachowania wszelkich wytycznych sanitarnych. Były też przypadki wykluczenia społecznego. Zwykłe wyjście do sklepu lub pracy stanowiło dla niektórych wyzwanie i było potencjalnym zagrożeniem. Strach przybrał postać fobii (Niespodziński, 2021).

Informacje na temat zmian społecznych spowodowanych pandemią zawarte zostały w licznych publikacjach naukowych. Można tu przywołać badanie A. Skrabacz (2021), przeprowadzone na grupie studentów warszawskich uczelni w wieku od 20 do 30 lat, które wykazało, że najbardziej dotkniętymi dziedzinami życia stały się szkoła i praca. Można przypuszczać, że miało to związek z lockdownem, a część studentów czuła presję przed kontynuowaniem edukacji z uwagi na niestabilną sytuację rynkową. Dodatkowo badania uwiaryściły pozytywne efekty, takie jak: zaciśnięcie więzów rodzinnych i skupienie się na rozwoju zainteresowań. Respondenci przyznali, że brakuje im kontaktów zawodowych, z czego blisko 60% ankietowanych pracowało zdalnie, zaś 1/3 nie mogła w pełni wykonywać obowiązków zawodowych. Jednym z najważniejszych wniosków było stwierdzenie o zakończeniu na rynku pracy „ery pracownika”. Młodzi ludzie często finansowali swoją edukację ze środków własnych. Autorka zwróciła uwagę na odpływ studentów pod koniec roku i powiązała go z brakiem stabilności ekonomicznej oraz wysokimi kosztami utrzymania (Skrabacz, 2021).

Innym wskazywanym zakłóceniem społecznym spowodowanym pandemią jest reorganizacja struktury zatrudnienia. Od czasów wielkiego kryzysu recesja gospodarcza nie miała aż tak wielkiej skali. Można zaobserwować korelację między nią a pojawieniem się bezrobocia koniunkturalnego. Załamanie się gospodarki w 2020 roku spowodowało

z kolei nasilenie bezrobocia strukturalnego. Niewątpliwie bezrobocie ma ścisły związek z ogólnym dobrostanem jednostki. Praca jest czynnikiem dobrego samopoczucia i dostarcza finansowych środków do życia. Jej utrata, poza brakiem dochodu, powoduje zanik relacji interpersonalnych, zakłócenia w strukturze czasu, zachwianie rutyny i utratę dotychczasowego statusu społecznego (Górny, Vogt-Haider, 2020). Zwalczenie bezrobocia w dobie pandemii okazało się bardzo trudne. Na rysunku 1 zamieszczono kształtowanie się stopy bezrobocia rejestrowanego w 1. roku pandemii.



Rysunek 1. Stopa bezrobocia rejestrowanego w Polsce w 2020 roku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Na początku 2020 roku stopa bezrobocia wzrastała. W czerwcu osiągnęła stabilny, choć nieco wyższy, poziom w stosunku do roku poprzedniego, który utrzymywał się do listopada. Okres stabilności można powiązać z polityką interwencjonistyczną państwa oraz zastosowaniem tzw. tarcz antykryzysowych. Działania państwa zredukowały w znacznym stopniu cięcia etatowe. Przedsiębiorstwa minimalizowały swoje koszty w wyniku wprowadzonych rozwiązań. W czasie przestoju zmniejszono wielkość wynagrodzenia o 50%, obniżeniu uległy odprawy i czasowo zawieszono zakładowy fundusz świadczeń socjalnych (Soroka i in., 2021).

Wcześniej wzmożony popyt na pracę stawiał pracowników w uprzywilejowanej pozycji i to oni mieli decydującą rolę w kształtowaniu warunków zatrudnienia. Skutki zakończenia się „rynku pracownika” uderzyły najbardziej w osoby zatrudnione po 2010 roku, które nie doświadczyły wcześniej zwolnienia. Natomiast całokształkowy wpływ pandemii na rynek pracy pogłębił sytuację osób o najniższych kwalifikacjach i długotrwale bezrobotnych. To ta grupa zasobów ludzkich była najmniej konkurencyjna, a w wyniku pojawienia się większego popytu na pracę jeszcze trudniej było tym osobom podjąć rywalizację (Ibidem). Pandemia skutecznie zdestabilizowała systemy społeczno-gospodarcze większości państw na świecie. Można wskazać sześć najważniejszych, powiązanych ze sobą, skutków gospodarczych (Strange, 2020):

- niższa aktywność gospodarcza podmiotów rynkowych i zmniejszona produkcja (następstwo „zamrożenia gospodarczego”);
- zahamowanie konsumpcji wytwarzanych dóbr i usług (następstwo izolacji społecznej);
- problemy finansowe przedsiębiorstw – wzrost ryzyka inwestycyjnego, opóźnienia w płatnościach, spadek rentowności, rosnące zadłużenie, problem ze zdolnością regulowania bieżących zobowiązań;
- niższy wpływ dochodów budżetowych z tytułu podatków i wzmożony wzrost wydatków przeznaczonych na łagodzenie następstw pandemii;
- zachwianie rynków finansowych – zamiany wartości stóp procentowych, niewypłacalność dłużników, spadek notowań papierów wartościowych na rynkach pierwotnych i wtórnych, wyższe wahania kursów walut.

Negatywne oddziaływanie pandemii na gospodarkę uwidacznia się w wielu różnorodnych danych statystycznych dotyczących wskaźników makroekonomicznych. Najważniejszą miarą gospodarki jest produkt krajowy brutto.

Pierwszy rok, w którym pojawiła się pandemia, był okresem głębokiej recesji koniunktury gospodarczej. Tempo zmian obniżyło się o ponad 4 pkt % w odniesieniu do 2019 roku. Był to największy spadek dynamiki PKB w Polsce od lat 90. ubiegłego wieku. W porównaniu z innymi krajami europejskimi wynik był zaskakująco pozytywny, gdyż przeciętny spadek dla Unii Europejskiej wynosił 7,4%. Polska w dużym stopniu wykorzystywała narzędzia fiskalne do walki z kryzysem, a krajowy udział turystyki w tworzeniu PKB był znacznie niższy niż w przypadku innych krajów (GUS, 2022).

Pandemia spowodowała liczne zakłócenia w krajowym łańcuchu dostaw. System ten angażuje wiele podmiotów i ma na celu zaspokoić w jak najwyższym stopniu potrzeby klientów przy równoczesnych korzyściach finansowych jednostek uczestniczących w łańcuchu (Hugos, 2011). Każda jednostka przyczynia się do powodzenia całego łańcucha, dlatego wystąpienie zakłóceń w jednym przedsiębiorstwie wpływa też na pozostałe. Okres pandemii to czas zwiększonego ryzyka. Odbiorcy nie dotrzymywali warunków dostawy, co wpływało na czasowy zastój w procesie produkcyjnym wielu podmiotów. Pośrednio spowodowało to również niemożność rozpoczęcia procesów dystrybucyjnych. Kryzys pandemiczny przyczynił się do powstania niedoborów materiałów krytycznych, wydłużył terminy realizacji i opóźnił dostawy. Firmy nie były w stanie dostosować swojego potencjału produkcyjnego do zmian w popycie i odczuły znaczne problemy z przepływami pieniężnymi (Bukowska-Piestrzyńska, 2021).

Wraz z rozwijaniem się pandemicznego kryzysu rząd stał przed koniecznością zmiany budżetu państwa i przeznaczenia środków finansowych na złagodzenie zapaści gospodarczej. Działanie w efekcie spowodowało wzrost krajowego deficytu budżetowego i długu skarbu państwa. Operacje transferowe przeznaczone na walkę z pandemią w sposób najbardziej przejrzysty widać w rachunku sektora instytucji rządowych.

Podsumowując, pandemia koronawirusa wpłynęła na wiele obszarów, jednak w sposób najbardziej dotkliwy objęła sferę gospodarczą, w tym branżę gastronomiczną. Sytuacja gospodarcza cechowała się wyjątkowo dużą niepewnością. Przedsiębiorstwa znalazły się w trudnej sytuacji finansowej i odczuły liczne załamania w wielu sferach działalności, np. w inwestycyjnej. Głównym celem firm, zamiast maksymalizacji zysku lub wartości przedsiębiorstwa, było wtedy przetrwanie i optymalizacja kosztów.

3. Sytuacja i rozwój branży gastronomicznej w czasie pandemii na obszarze Małopolski

Małopolska jest jednym z trzech województw w Polsce generujących najwyższe przychody z działalności gastronomicznej. Na taki wynik składa się przede wszystkim liczba przedsiębiorstw gastronomicznych, a także dogodne warunki przestrzenne, determinujące napływ turystów. To, co było czynnikiem napędzającym rozwój branży na tym obszarze, w 2020 roku stało się elementem odzwierciedlającym negatywne konsekwencje i skalę kryzysu (Adach-Stankiewicz, 2020).

Prężnie rozwijająca się branża gastronomiczna w 2020 roku stanęła pod znakiem zapytania. Restauratorzy z dnia na dzień zaprzestali świadczyć usługi. W administracyjny sposób ograniczono ich działalność i pozbawiono bardzo często jedyne źródła dochodów. Ograniczenie skali zachorowań stało się nadrzędne względem podstawowej zasady gospodarki rynkowej, jaką jest swoboda prowadzenia działalności gospodarczej.

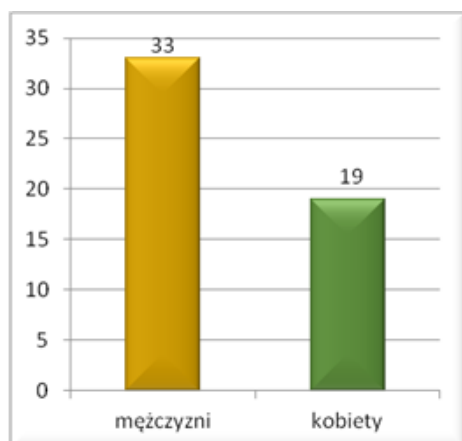
Skutki zamrożenia gospodarczego przebiegały etapowo. Zamknięcie w domach potencjalnych klientów zmniejszyło popyt na te usługi, a w konsekwencji pogorszeniu uległa ogólna kondycja finansowa przedsiębiorstw. W skrajnych przypadkach doprowadziło to do upadłości wielu firm.

Zasadniczym celem niniejszego artykułu jest wskazanie różnic w funkcjonowaniu przedsiębiorstw gastronomicznych przed i po 2020 roku. Jako cel szczegółowy wskazano zbadanie skuteczności działania podmiotów podczas niespodziewanej sytuacji kryzysowej. Przeanalizowanie kondycji ekonomicznej przedsiębiorstw pozwoliło sformułować główne pytanie badawcze: Jaki był stopień oddziaływania pandemii na aktywność gospodarczą jednostek z branży gastronomicznej? Wskazano też następujące pytania szczegółowe:

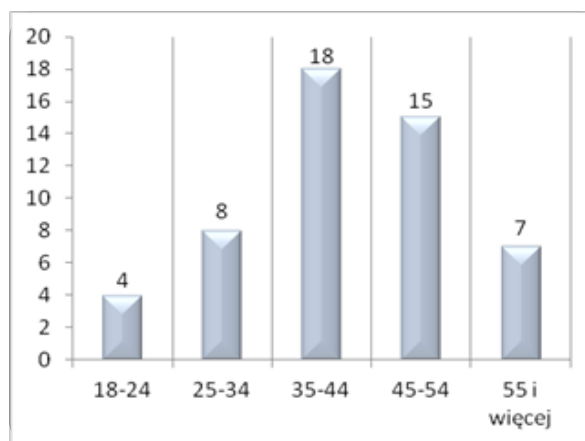
- Jak przedsiębiorcy oceniają pomoc ze strony państwa?
- Czy przedsiębiorcy byli gotowi sprostać zaistniałemu kryzysowi?
- Jakie było natężenie poziomu niepewności przy podejmowaniu działań podczas pandemii?
- Czy nabyte doświadczenia wpłyną na dalszy rozwój branży?

Na potrzeby realizacji założonego celu przyjęto hipotezę: Pandemia COVID-19 spowodowała znaczące trudności w funkcjonowaniu przedsiębiorstw z branży gastronomicznej.

Badanie zostało przeprowadzone na przełomie 2022 i 2023 roku za pomocą kwestionariusza ankietowego. Próba badawcza została dobrana w sposób celowy. Liczba uczestników biorących udział w badaniu wyniosła 52 przedsiębiorców. Każdy z nich jest właścicielem przedsiębiorstwa gastronomicznego i prowadzi działalność na terenie województwa małopolskiego. Przeważającą część respondentów stanowili mężczyźni – 33 osoby (63,46%), a kobiet było 19, co łącznie stanowi 36,54% (por. rysunek 2). Branża gastronomiczna jest zdominowana przez mężczyzn. Bardzo często łączą oni funkcję głównego menadżera z autonomicznym kierownictwem nad pojedynczą komórką organizacyjną. Taka sytuacja jest szczególnie spotykana w przypadku mikro i małych przedsiębiorstw. Największy odsetek osób w strukturze wiekowej przypada na ludzi w wieku 35-44 lat (18 osób – 34,62%) oraz 45-54 lata (15 osób – 28,85%). Tym samym na rynku w największym stopniu utrzymują się osoby dojrzałe, mające już doświadczenie. Natomiast młodzi ludzie w niewielu przypadkach decydują się prowadzić takie przedsiębiorstwo po ukończeniu edukacji (por. rysunek 3).

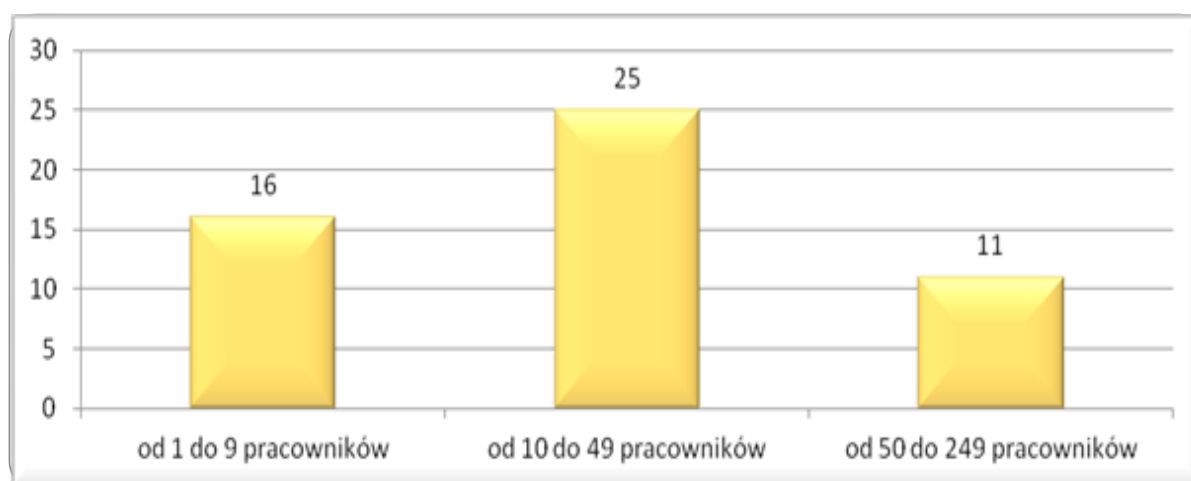


Rysunek 2. Płeć przedsiębiorców.
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.



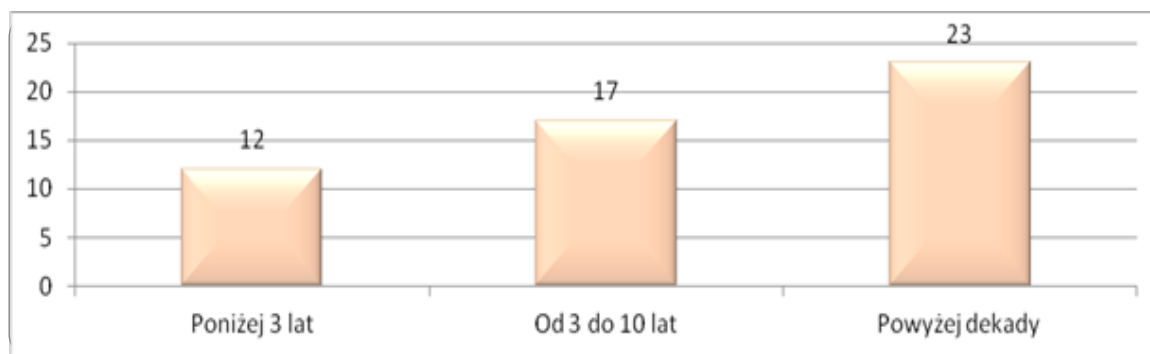
Rysunek 3. Wiek przedsiębiorców.
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Jedno z pytań zadanych przedsiębiorcom dotyczyło liczby zatrudnionych pracowników. Ilość uzyskanych odpowiedzi pozwala jasno wskazać, że blisko połowa jednostek poddanych badaniu jest małym przedsiębiorstwem. Uśredniając, co trzeci podmiot jest mikroprzedsiębiorcą, a co piąty średnim (rysunek 4).



Rysunek 4. Liczba zatrudnionych pracowników przez badane podmioty.
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Biorąc pod uwagę dotychczasowy okres funkcjonowania na rynku analizowanych przedsiębiorstw, można stwierdzić, że znajdują się one na różnych etapach rozwoju. Największą grupę stanowią przedsiębiorstwa funkcjonujące na rynku powyżej 10 lat (rysunek 5). Ich pozycja jest już ugruntowana. Posiadają własną kulturę organizacyjną, a ich marka osiągnęła dojrzałość i jest rozpoznawalna. Grupa ta posiada największe doświadczenie i potencjalnie powinna sobie najlepiej poradzić z zaistniałym kryzysem pandemicznym.

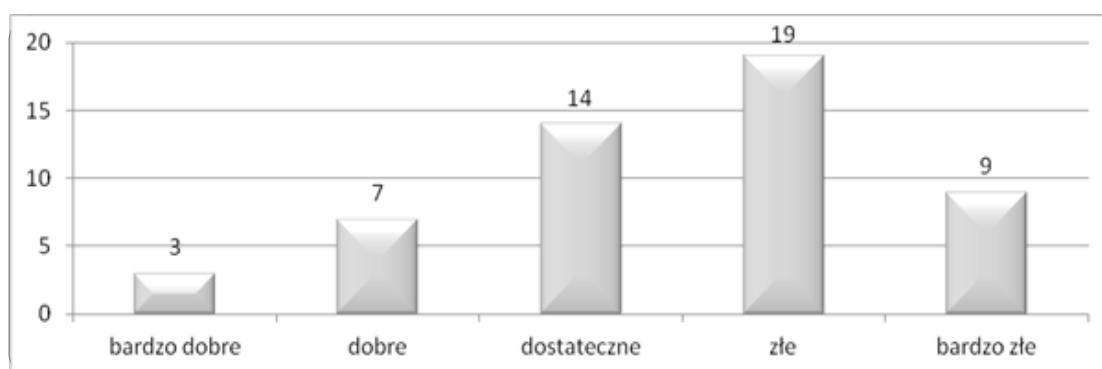


Rysunek 5. Okres aktywności przedsiębiorstwa na rynku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Wystąpienie kryzysu spowodowanego pandemią stworzyło podstawę do powstania wielu różnorodnych barier w funkcjonowaniu jednostek. Pierwszym czynnikiem wewnątrzorganizacyjnym, mogącym zredukować negatywne natężenie oddziaływania pandemii, był stopień przygotowania podmiotów, ich ewentualne doświadczenie oraz postawa gotowości. Znacząca liczba badanych jednostek określiła swe przygotowanie jako złe (36,54%). Przedsiębiorcy mieli świadomość nieprzygotowania. Nigdy nie byli postawieni przed kryzysem o tak specyficznej postaci. W obliczu rozwijającej się z roku na rok branży nic nie wskazywało na załamanie koniunktury gospodarczej.

Blisko co czwarty ankietowany ocenił swą gotowość na kryzys jako dostateczną, co może świadczyć o doświadczeniu oraz skutecznym podjęciu działań w zakresie optymalizacji kosztów. Niewiele poniżej 20% respondentów optymistycznie oceniło swoje przygotowanie. Były to przedsiębiorstwa bazujące na usłudze delivery, będącej ich głównym kanałem sprzedażowym. W okresie łagodzenia restrykcji i dopuszczenia możliwości sprzedaży z dostawą do domu przedsiębiorstwa o takiej specyfice najlepiej odnalazły się w tak trudnej sytuacji (rysunek 6).



Rysunek 6. Jakiego Pana/Pani zdaniem było przygotowanie firmy w związku z pojawieniem się pandemii?

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Realia gospodarcze zachwiały dotychczasową swobodą świadczenia usług gastronomicznych. Kontrolowanie przedsiębiorstwa stało się dużo większym wyzwaniem. Decyzje administracyjne bezpośrednio przełożyły się na zakres wykonywanej działalności gospodarczej. Każda analizowana firma doświadczyła w mniejszym lub większym stopniu konsekwencji narzuconych ograniczeń. Zdecydowana większość respondentów wciąż jednak pozostawała aktywna na rynku (71,15%). Dla 15 firm utrzymanie się na rynku przerosło ich możliwości (28,85%) (rysunek 7).

Rozwiązania ustawowe umożliwiają zawieszenie działalności na określony czas. Przedsiębiorca decydujący się na taki krok nie może osiągać korzyści z bieżącej aktywności. Pozostaje jednak w relacji prawnej z organami państwowymi, może rozporządzać swoim majątkiem i zabezpieczać źródła finansowania. Podlega również obowiązkowi spłaty zobowiązań oraz możliwości osiągnięcia korzyści finansowych, związanych z aktywnością mającą miejsce przed datą zawieszenia (Dz.U. z 2018 r., poz. 646, z późn. zm.). W rachunku ekonomicznym takie rozwiązanie może być często bardzo pomocne. Dodatkowo, jednym z wymogów skorzystania z tarcz antykryzysowych było kontynuowanie działalności.



Rysunek 7. Jak pandemia SARS-CoV-2 wpłynęła na zakres działalności w Pana/Pani podmiocie?
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

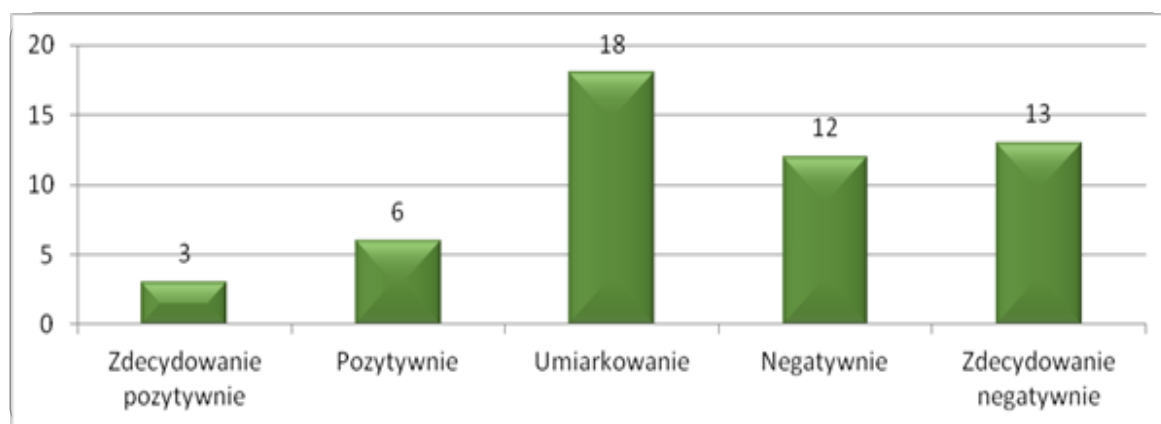
Funkcjonowanie w burzliwym otoczeniu wiąże się z koniecznością wprowadzania zmian. Dominująca część przedsiębiorców poddanych badaniu zdecydowała się podjąć takie kroki (82,69%). Pojedyncze przedsiębiorstwa miały znikomy wpływ na pobudzenie popytu przekładającego się na wielkość przychodów. Skupiły się więc przede wszystkim na minimalizacji kosztów (67,31%). Decyzje odbiły się znacząco na pracownikach. Obniżono ich wynagrodzenie i wprowadzono zmiany w systemie płacowym. Branża gastronomiczna w dużej mierze opiera swoją działalność na zasobach ludzkich, a płace bardzo często dominują w ich strukturze kosztowej. W sytuacji, w której firmy nie mają dostatecznych środków, nie mogą wypłacać premii i innych dodatkowych benefitów. Przedsiębiorstwa najczęściej ograniczały wydatki na wynagrodzenia i wprowadzały cięcia etatowe, najprawdopodobniej aby uniknąć upadłości (72%). Rezygnowały też z usług pracowników tymczasowych, stanowiących zazwyczaj mniejsze obciążenie płacowe. W sytuacji, kiedy pracownicy zarabiają mniej, mogą także spaść ich morale i efektywność. Dobrym rozwiązaniem wydają się pozapłacowe instrumenty zatrudnienia. Z takiego rozwiązania skorzystało 15 analizowanych jednostek (28,85%).

Część firm została zmuszona do tego, aby zrezygnować z planów inwestycyjnych (38,46%). Chcąc pozostać na rynku w dłuższej perspektywie firmy, potrzebowały dodatkowego finansowania. Trudności w zasileniu przedsiębiorstw kapitałem obcym mogły sprawić, że redukcji ulegała wielkość podmiotu. Blisko co piąta jednostka zdecydowała się na częściowe wyprzedanie swojego majątku. Niewielka liczba postanowiła zmienić dostawcę w celu znalezienia tańszych surowców i produktów (por. rysunek 8).



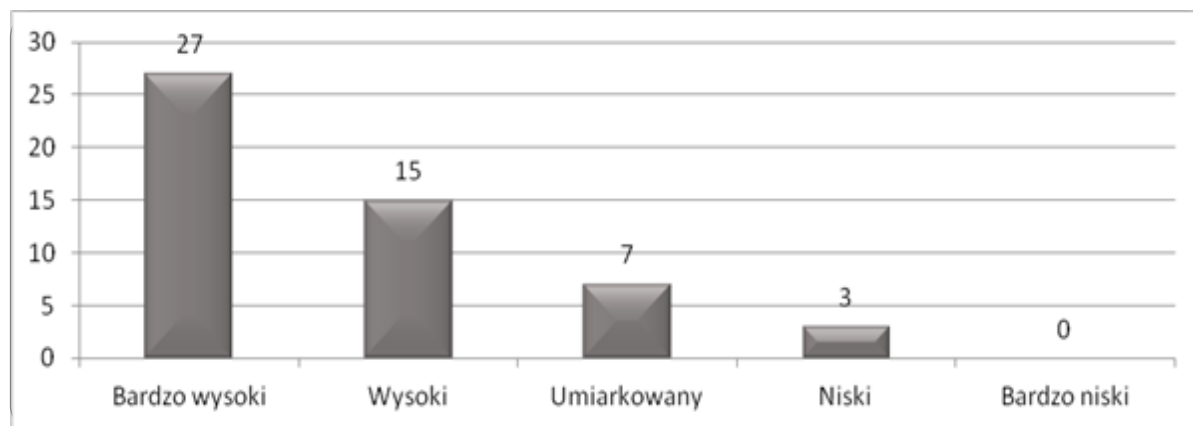
Rysunek 8. Jakie czynności zostały wdrożone w Pana/Pani firmie w czasie pandemii?
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Po kilkuletnim odstępnie czasu przedsiębiorstwa różnicowanie oceniły podjęte w pandemii decyzje. Niemal co drugi badany podmiot nie był z nich usatysfakcjonowany. Większość jednostek umiarkowanie oceniła wprowadzone zmiany. Mając obecną wiedzę na temat przebiegu pandemii, z pewnością mogliby zdecydowanie lepiej zareagować. Gwałtowne zaistnienie globalnego kryzysu zweryfikowało skuteczność decyzji kierownictwa. Należy też zwrócić uwagę na charakter zmian. Każda z nich była rozwiązaniem doraźnym, mającym na celu przetrwanie. Zmiany wewnątrzorganizacyjne miały głównie za zadanie zbudować względne podwaliny pod dalsze funkcjonowanie z wykorzystaniem pomocy ze strony państwa (rysunek 9).



Rysunek 9. Jak z perspektywy czasu ocenia Pan/Pani podjęte działania?
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Działania przedsiębiorców miały decydujące znaczenie. Ryzyko towarzyszące podejmowaniu kluczowych zmian było większe niż dotychczas. Przedsiębiorcy nie tylko musieli opierać się na ograniczonym dostępie do informacji, ale również działali w środowisku złożonej presji i niepewności (rysunek 10).



Rysunek 10. Jak ocenia Pan/Pani stopień niepewności towarzyszący przy podejmowaniu decyzji operacyjnych w czasie pandemii?

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Ankietowani byli zgodni co do stopnia niepewności przy podejmowaniu decyzji. Według zdecydowanej większości, był on co najmniej wysoki (80,77%). Świadczy to o niecodziennej sytuacji rynkowej i dużo wyższym znaczeniu zmian w kontekście dalszych posunięć.

Powodzenie branży uzależnione było od zaadaptowania się w nowej rzeczywistości i umiejętności radzenia sobie z presją. Bez względu na skalę następstw podmioty musiały znaleźć własną ścieżkę rozwoju.

4. Pozytywne i negatywne aspekty interwencjonizmu na tle kondycji ekonomicznej przedsiębiorstw w świetle badań własnych

Zapisy prawne wzbudziły wiele kontrowersji nie tylko ze względu na samą treść, ale również tryb i czas ich wprowadzenia. Przeciętny okres nowelizacji ustaw, a tym samym wprowadzania kolejnych wersji tarcz antykryzysowych, wyniósł 1,5 miesiąca. Przedsiębiorcy, zdając sobie sprawę ze zmienności polskiego prawa, oczekiwali stabilizacji w tak trudnym okresie. Analizując całościowo wszystkie wprowadzone zmiany, można pokusić się o następujące wnioski.

Państwo nie wiedziało, do kiedy ma potrwać interwencja. Potwierdzeniem jest okres trwania instrumentów, wydłużający się wraz z wejściem kolejnej tarczy. Ponadto o nieprzygotowaniu władzy świadczył brak kategoryzacji podmiotowej przy pomocy PKD w zapisach pierwszych ustaw. Początkowe rozwiązania stanowiły pomoc doraźną i nie wzbudzały dostatecznego poczucia bezpieczeństwa, jak również pieczy ze strony państwa.

Zmiany najbardziej znaczące dla poszczególnych branż były wywoływane presją społeczną. Dokładne przyjrzenie się branżom najbardziej dotkniętym skutkami pandemii nastąpiło po dłuższym czasie. Od momentu wejścia w życie tarczy branżowej

do pierwszej odsłony minęło pół roku, chociaż łatwo było wskazać te podmioty, które na pandemii stracą najwięcej. Co więcej, względna stabilizacja przepisów nastąpiła pod koniec ewolucji pakietu pomocowego.

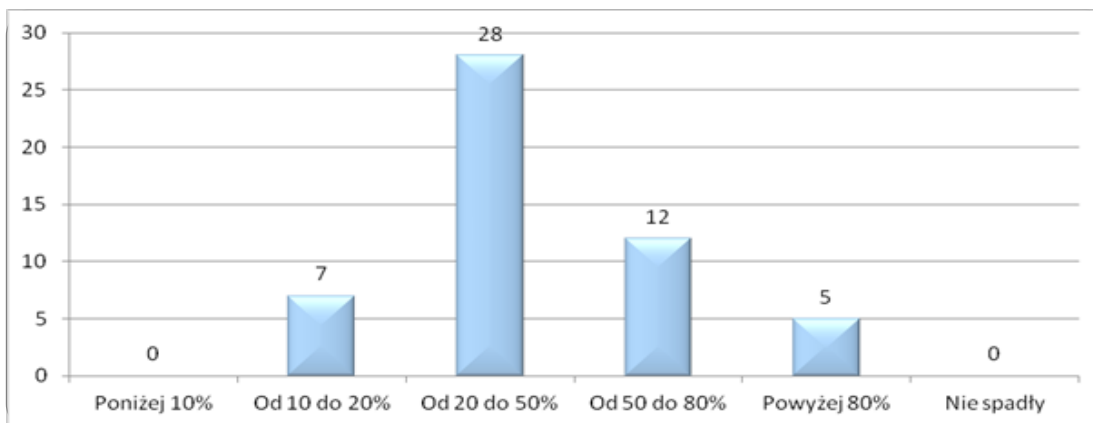
Wyrazem niezadowolenia w sektorze przedsiębiorstw były liczne strajki organizowane przez izby lub stowarzyszenia. Organizacje zrzeszające przedsiębiorców aktywnie działały w tej sprawie. Otwarcie nawoływano do zmian i sporządzano petycje kierowane do ustawodawców. Przedsiębiorcy mieli nadzieję, że w ten sposób ich postulaty zostaną wysłuchane, a następnie uwzględnione przy tworzeniu nowego prawa. W apelach podkreślano niepełne wykorzystanie możliwości pomocowych, które mogłoby wyjść ze strony państwa. Dla właścicieli firm pomoc była zbyt wolna i niejednoznaczna, podczas gdy w innych krajach europejskich świadczenia wypłacano w ciągu 4 dni. Pierwsze ustawy pomocowe określone były mianem systemu nierówno wartościowego dla wszystkich jednostek.

Wiele rozwiązań zaproponowanych przez stowarzyszenia nie znalazło się ostatecznie w polskim ustawodawstwie. Organizacje domagały się stworzenia programu skierowanego ku miejscowościom nadmorskim i uzdrowskim, obejmującego sektor przedsiębiorstw i jednostki samorządowe. Apelowano o szybszy zwrot nadpłaconych podatków obrotowych oraz dwukrotne podwyższenie dopłaty do pensji pracowniczej (80% średniego wynagrodzenia). Jeden z priorytetów dotyczył opracowania mechanizmu zwrotu części poniesionych kosztów przez przedsiębiorstwa w związku z dostosowaniem się do restrykcji. Beneficjentami miały być firmy utrzymujące dotychczasowy stan zatrudnienia i zbliżone obroty. Podjęto też próbę usprawnienia krajowej procedury przyznawania pomocy w taki sposób, aby uniknąć sytuacji jej zbyt dużego obciążenia. Zaproponowano upowszechnienie rozliczeń na zasadzie kompensaty zobowiązań fiskalnych z należnościami publicznymi bez kryterium podmiotowego. Wystarczyło, że organem założycielskim danego podmiotu były jednostki centralne lub samorządowe. Efektywność systemowa miała być ponadto osiągnięta przy pomocy artykułu stwarzającego możliwość wybrania formy elektronicznej zamiast narzuconej – pisemnej.

Inną formą aktywności były interwencje rzecznika MSP. Pełnił on formę łącznika pomiędzy przedsiębiorstwami a ustawodawcą. W zakresie jego działań leży ochrona praw przedsiębiorców przede wszystkim przez współdziałanie z ruchami obywatelskimi i bezpośrednie zwracanie się do organów w celu pobudzenia inicjatywy ustawodawczej (Dz.U. z 2018 r., poz. 648, z późn. zm.).

Pomimo wielu mankamentów zachodzących w odpowiedzi państwa na kryzys, błędem byłoby zbagatelizowanie roli wdrożonych instrumentów pomocowych. Jasnym jest, że przedsiębiorstwa pozostawione same sobie gorzej funkcjonowałyby w tak burzliwym środowisku.

Problemy zachodzące na rynku miały charakter wielopłaszczyznowy. Objawiały się nie tylko w sprawozdaniach finansowych, ale też znalazły wyraz w nastrojach przedsiębiorców. W celu wyrażenia skali problemów i ogólnego stanu małopolskich przedsiębiorstw gastronomicznych w badaniu własnym uwagę poświęcono ich rezultatom finansowym, czynnikom redukującym koszty, jak również najważniejszym źródłom trudności.



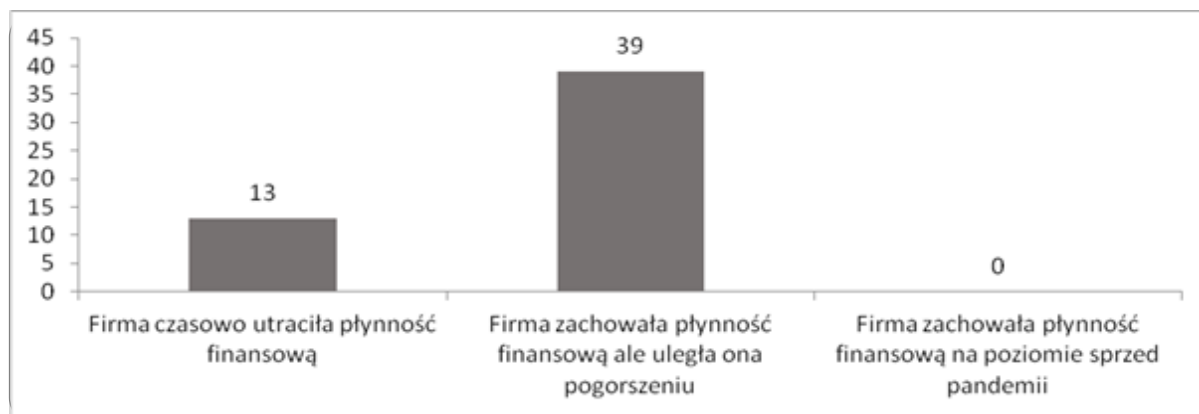
Rysunek 11. Jaki procentowy spadek przychodów odnotowała Pana/Pani firma w 2020 roku w porównaniu do 2019 roku?

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Pierwszy rok obrotowy kryzysu pandemicznego był najtrudniejszym okresem, z jakim dotąd małopolskie przedsiębiorstwa musiały się mierzyć. Żadna z analizowanych jednostek nie przeszła przez kryzys bez uszczerbku na swoich obrotach. Każda z nich wyraźnie odczuła spadek ogólnej kondycji ekonomicznej.

Wśród respondentów 28 jednostek wykazało spadek przychodów ze sprzedaży rzędu 20-50%. Stanowili oni najliczniejszą z wyróżnionych grup (53,85%). Statystycznie co trzeci podmiot odnotował straty sięgające co najmniej połowy osiągniętych przychodów w roku bazowym. W najbardziej dramatycznej sytuacji znalazło się 5 przedsiębiorstw (9,62%). Ich roczne zmniejszenie przychodów z działalności operacyjnej przekroczyło 80% (rysunek 11).

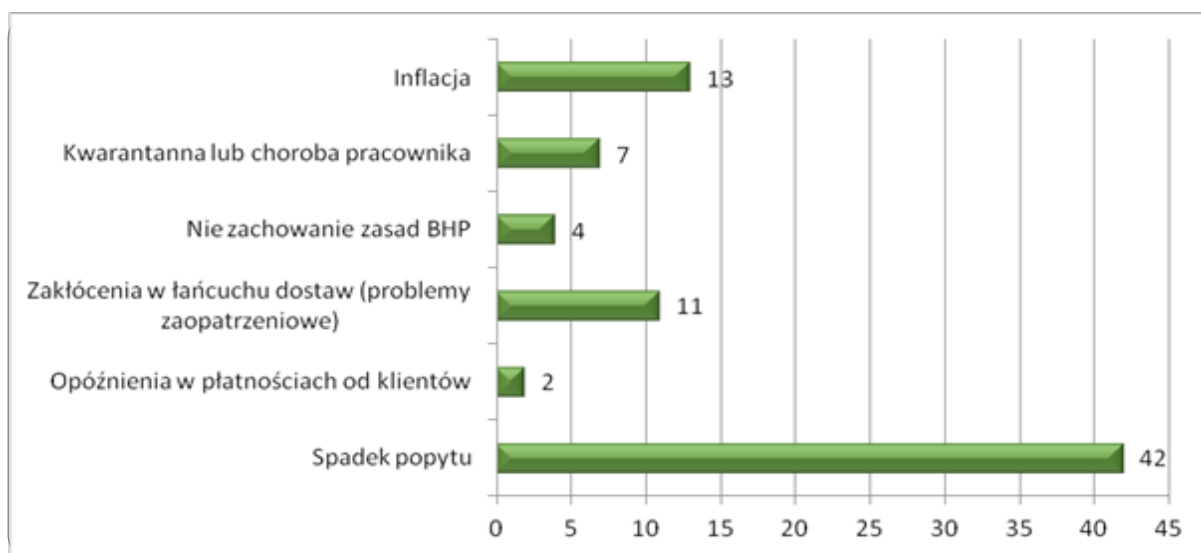
Utrudnienia funkcjonowania na rynku wynikające z ograniczeń administracyjnych stanowiły z czasem poważne zagrożenie dla kontynuacji działalności. Rosnące zagrożenie nie było podyktowane zmniejszeniami po stronie przychodów i znacznie niższym bądź ujemnym wynikiem finansowym. Podstawowym powodem wzrostu ryzyka upadłości jest utracenie przez firmę płynności finansowej. Zobowiązania handlowe są najczęstszym źródłem finansowania aktywności gospodarczej, a spłacane w terminie nie rodzą kosztów. Jednak, gdy ich regulowanie przewyższa zdolności płatnicze firmy, bardzo często zwiastuje to jej niewypłacalność i wypadnięcie z rynku (Maślanka, 2019).



Rysunek 12. Jak ocenia Pan/Pani zdolność firmy do regulowania bieżących zobowiązań w czasie trwania pandemii?

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

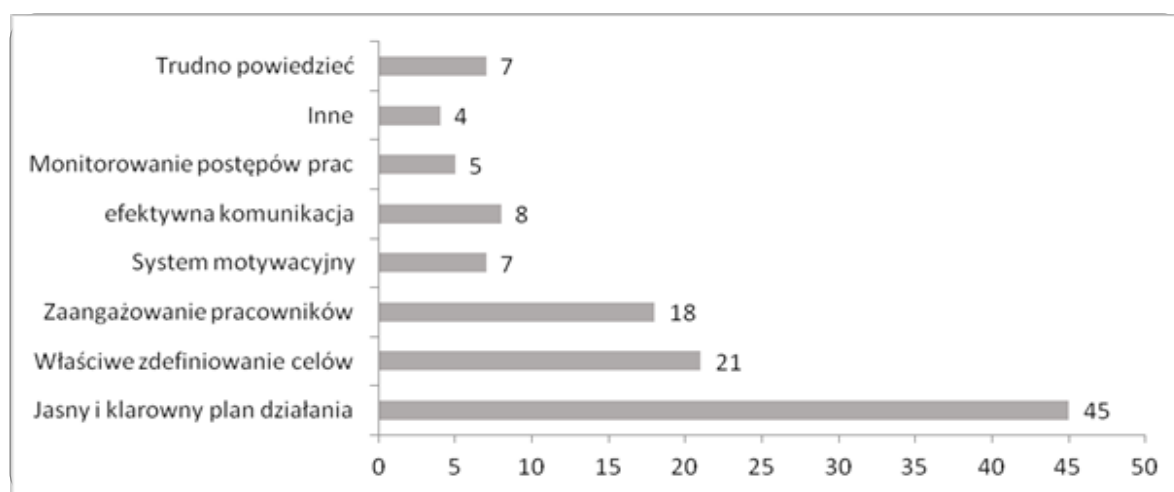
W wyniku następstw pandemii aż 13 jednostek poddanych badaniu miało poważne problemy z regulowaniem zobowiązań krótkoterminowych. Rażąca sytuacja, w jakiej znaleźli się ci przedsiębiorcy, mogła kwalifikować ich do większości państwowych form pomocowych. W praktyce gospodarczej firmy znajdujące się w podobnej sytuacji mogły być zmuszane do redukcji zatrudnienia. Obniżenie się wskaźników odpowiadających za zdolność pokrycia zobowiązań odnotowała każda z badanych jednostek. Około 75% firm mogło spłacać zobowiązania na bieżąco (rysunek 12).



Rysunek 13. Jakie były główne trudności w Pana/Pani przedsiębiorstwie?

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Główną przyczyną trudności przedsiębiorstw gastronomicznych w czasie pandemii był spadek popytu na oferowane przez nie usługi. Został on w sposób sztuczny ograniczony uwarunkowaniami prawnymi oraz panującą sytuacją epidemiologiczną. Badane jednostki zwróciły też uwagę na rosnącą inflację i problemy w łańcuchu dostaw. Marginalnymi trudnościami były z kolei nieściągnięte należności, jak też przystosowanie się do warunków sanitarnych (rysunek 13).



Rysunek 14. Jakie czynniki Pana/Pani zdaniem wspomagają obniżenie kosztów działalności?

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Przewycięzanie trudności firmy upatrywały w największym minimalizowaniu kosztów. Zdaniem respondentów, kluczowymi elementami usprawniającymi ich redukcję jest precyzyjność planu działania i dokładne określenie celów. Ważny jest też czynnik ludzki, wyrażony poziomem zaangażowania pracowników (rysunek 14).

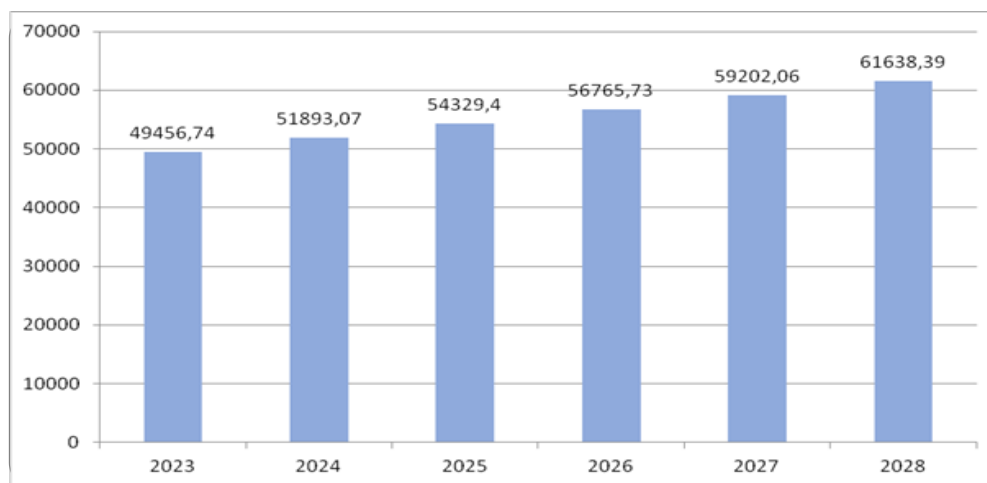
5. Predykcja rozwoju branży gastronomicznej na kolejne lata

Pod pojęciem „predykcja” rozumie się metodykę wnioskowania, ukierunkowaną na przyszłość. Dotyczy ona procesu kształtowania się wybranych zjawisk w określonym przedziale czasowym. Metodyka opiera się w głównej mierze na wykorzystaniu wartości, znanych badaczowi, czynników (zmiennych) związanych z konkretnym zjawiskiem i wykorzystaniu ich do oszacowania możliwych przyszłych wariantów oraz kierunków zachowania się zjawiska. Prognoza spełnia tym samym określone funkcje, m.in. dostarcza niezbędnych informacji, stymuluje do podejmowania działań i może być przyczyną decyzji gospodarczych (Guzik, Appenzeller, Jurek, 2007).

Rozwój branży gastronomicznej jest zjawiskiem złożonym z uwagi na mnogość czynników oddziaływania. Można je sklasyfikować, opierając się na otoczeniu dalszym (stopy procentowe, inflacja, dostępność surowców energetycznych) oraz bliższym (działalność konkurencji, trendy nabywcze). Cechą czynników makroekonomicznych jest to, że występują niezależnie od możliwości oddziaływania jednostek gospodarczych. Odmienną grupę stanowią czynniki specyficzne, na które firmy mają wpływ, a do których zalicza się: działania organizacyjne i zarządzanie finansami (Duliniec, 2011).

Przeprowadzając prognozę, wykorzystywane są dane z przeszłości. Zakłada się też, że im bliższy jest okres predykcji, tym oszacowane wartości są dokładniejsze. Biorąc pod uwagę dane historyczne dotyczące kształtowania się ilości działających na rynku placówek gastronomicznych, trudno jest wskazać jednoznaczny trend. Od ostatniej dekady wielkości te cechowały się niewielkimi dyspersjami od średniej, z wyjątkiem roku 2020.

Znacznie dokładniejsze wnioski można wysunąć, poddając analizie branżowe przychody ze sprzedaży. Do obliczeń wykorzystano dane GUS z ostatniej dekady oraz analityczną metodę wyznaczania trendu liniowego. Prognozowane wielkości na lata 2023-2028 ukazano na rysunku 15.



Rysunek 15. Prognoza rozwoju branży gastronomicznej ze względu na wielkość przychodów w mln zł na lata 2023-2028.

Źródło: opracowanie własne na podstawie publikacji GUS „Mały Rocznik Statystyczny Polski” w latach 2013-2022, Warszawa 2022.

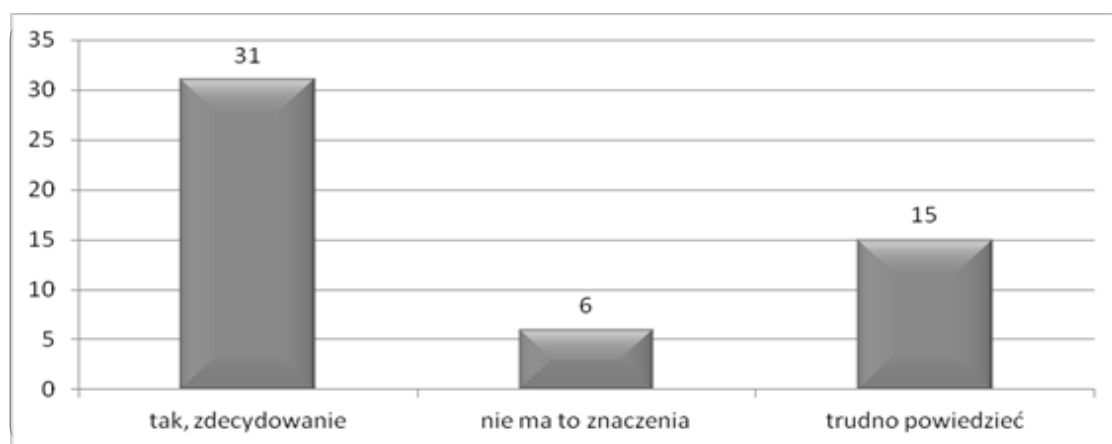
Uzyskane wartości wskazują, że w przyszłości będzie postępować wzrost przychodów w całej branży gastronomicznej. Mimo stosunkowo niewielkiego upływu czasu od zakończenia pandemii, można wnioskować o okresowym odbudowywaniu się branży.

Szacunki zawarte na rysunku 15 ukazują przybliżony wgląd w to, jak kształtować może się rozwój branży gastronomicznej. Trudno jest jednoznacznie przewidzieć branżową kondycję ekonomiczną. Pewne jest, że kryzys pandemiczny cofnął w rozwoju omawiany sektor o kilka lat. Okresowy rozwój może być hamowany w wyniku trwającego kryzysu energetycznego i wojennego za wschodnią granicą. Są to makroekonomiczne czynniki ryzyka, na które przedsiębiorstwa są podatne, a nie są w stanie ich kształtować. Wzrost cen energii elektrycznej i gazu ziemnego znajdzie odzwierciedlenie w kosztach stałych przedsiębiorstw. Spowoduje to wzrost ryzyka operacyjnego na całym rynku.

Kryzys energetyczny rozchwiał otoczenie gospodarcze, co uwidacznia się w poziomie inflacji. Stanowi ona aktualnie jedną z najważniejszych zmiennych odpowiedzialnych za hamowanie rozwoju przedsiębiorstw. Następstwa nakładających się na siebie trzech globalnych kryzysów gospodarczych sprawiają, że przywrócenie stanu branży sprzed pandemii wydłuży się znacząco w czasie.

Zwracając uwagę na wpływ współcześnie występujących kryzysów, można dojść do wniosku, że jeżeli w przyszłości nie wystąpi zdarzenie bezpośrednio uderzające w branżę gastronomiczną (takie jak pandemia), ta będzie się rozwijać i generować wyższe rezultaty ekonomiczne. Jeżeli jednak w przyszłości dojdzie do zbliżonego zdarzenia globalnego do pandemii, rynek gastronomiczny może się cofnąć w rozwoju jeszcze bardziej niż dotychczas. Skutki mogą okazać się znacznie wyraźniejsze i przekładać się nie tylko na wyniki finansowe firm, ale też trwale zmienić zachowania konsumenckie.

Okres pandemiczny, a tym samym rok 2020, utożsamiany jest głównie z czasem zagrożeń rynkowych. Każda sytuacja niesie jednak za sobą szanse oraz zagrożenia. Możliwości zaistniałego kryzysu można upatrywać w nabytych doświadczeniach przedsiębiorców i kadry zarządzającej. Cenność takich doświadczeń jest wysoka ze względu na rzadkość występowania zjawiska oraz jego odmiennosc względem innych kryzysów makroekonomicznych. Badaniu tego czynnika jakościowego w kontekście predykcji rozwoju branży posłużyło pytanie ankietowe skierowane do przedsiębiorców gastronomicznych działających w Małopolsce. Wyniki ukazano na rysunku 16.



Rysunek 16. Czy Pana/Pani zdaniem nabyte doświadczenia w czasie pandemii COVID-19 wpłyną na skuteczność działań w momencie pojawienia się innych kryzysów w przyszłości?

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Zdaniem większości ankietowanych (60,71%), nabyte doświadczenie podczas pandemii przyczynią się do wzmocnienia odporności przedsiębiorstw w zakresie wewnętrznych działań zarządczych w przyszłości. Tym samym przedsiębiorcy powinni być mniej zdezorientowani, a jednocześnie prawdopodobnie szybciej podejmować niezbędne dla firmy decyzje. Dla 15 przedsiębiorców (28,85%) trudno jest określić realny wpływ doświadczenia pandemicznego na inne kryzysy które mogą zaistnieć w przyszłości.

Pandemia rozwinęła w znacznym stopniu umiejętność zarządzania kryzysowego wśród kierownictwa. Opracowany plan zarządzania sytuacją kryzysową, gotowość oraz bieżąca obserwacja procesów rynkowych są czynnikami warunkującymi minimalizację potencjalnych negatywnych skutków finansowych towarzyszących kryzysom. Według badań przeprowadzonych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorstw, tylko 1/5 średnich firm tworzy plany awaryjne przed zaistnieniem kryzysu. Z kolei blisko 15% tworzy je w trakcie zaistnienia problemów, przyjmując tym samym postawę akceptacji wobec ryzyka. Z badań wynika, że poziom świadomości planowania i opracowywania procedur antykryzysowych jest wprost proporcjonalny do wielkości przedsiębiorstwa (Dębicka, 2014).

Podsumowując, rozwój rynku usług gastronomicznych będzie przebiegać stopniowo. Odbicie finansowe względem 2020 roku jest pozytywną sytuacją, a tym samym optymistycznie rokuje na przyszłość. Należy mieć jednak na uwadze, że warunki gospodarcze podyktowane są wysokim natężeniem czynników makroekonomicznych i sytuacją geopolityczną.

Podsumowanie

Prowadząc działalność gospodarczą, przedsiębiorcy narażeni są na wiele trudności. W zależności od źródła problemów, firmy w różnym stopniu mogą na nie wpływać. Najbardziej niebezpieczne w tym kontekście są kryzysy makroekonomiczne ze względu na szeroki zasięg i niemożność oddziaływania na nie przez pojedyncze podmioty. Przez ostatnie lata wiele firm było zmuszonych do zmierzenia się z kryzysem pandemicznym, a następnie z jego następstwami. Rozprzestrzenienie się choroby w 2020 roku całkowicie zreorganizowało rynek. Pojawiły się inne zachowania konsumenckie i zwyczaje. Wszystkie zaistniałe zmiany wymagały od przedsiębiorców elastyczności i efektywnego gospodarowania zasobami.

Przeprowadzone badanie pozwoliło na weryfikację postawionej hipotezy, która ostatecznie znalazła potwierdzenie. Zaznaczyć należy, że Autorzy zdają sobie sprawę, iż próba badawcza jest mała, dlatego wyniki nie są uogólniane w odniesieniu do całej populacji. Pandemia w sposób bezpośredni uderzyła w branżę gastronomiczną i spowodowała negatywne następstwa w każdej analizowanej jednostce. Świadczą o tym masowe spadki obrotów, sięgające najczęściej od 20% do 50%. Przedsiębiorstwa, chcąc pozostać na rynku, podejmowały różnorodne próby zmian wewnątrz firmy. Dotyczyły one przede wszystkim redukcji wydatków, obniżenia wynagrodzeń oraz odłożenia planów inwestycyjnych. Skuteczność tego rodzaju działań była mocno ograniczona, zważając na to, że z perspektywy czasu przedsiębiorcy ocenili je co najwyżej umiarkowanie.

Dodatkowym ograniczeniem hamującym skuteczność działania był brak dostatecznej ilości informacji. Przedsiębiorcy nie byli w stanie przewidzieć posunięć władz państwowych i rozwoju sytuacji epidemiologicznej. Presja i wzmożony stopień niepewności zakłócały efektywność decyzyjną menedżerów.

Pomoc udzielona ze strony państwa została oceniona jako niewystarczająca oraz zdecydowanie poniżej oczekiwań. Problemem okazała się wysokość korzyści finansowych, zbyt rygorystyczne wymogi i zbyt wolne wprowadzanie najbardziej kluczowych zmian. W okresie 2020-2021 roku podmioty nie tylko odnotowały spadek przychodów, ale też zmniejszenie płynności finansowej, wynikające ze spadku popytu.

Przeprowadzone badania wykazały, że zdecydowana większość firm nie była dostatecznie przygotowana na kryzys gospodarczy. Podmiotami najlepiej radzącymi sobie podczas kryzysu były jednostki mające rozwinięte zaplecze usługi delivery i posiadające znaczne rezerwy finansowe. Pozwoliło im to na przetrwanie i stosunkowo szybszą możliwość odbudowania się po najgorszych dla branży latach.

Trudno jest dokładnie określić kierunki, w jakich podaży rozwój branży gastronomicznej. Dysponując aktualnymi danymi, można wysunąć umiarkowanie optymistyczny wniosek dotyczący samego procesu odbudowy. Branża zwiększa swój potencjał, chociaż przywrócenie stanu sprzed pandemii będzie długotrwałe. Proces odbudowy dodatkowo hamuje kryzys energetyczny i postępująca inflacja. Szansę należy upatrywać w samych przedsiębiorstwach i nabytych doświadczeniach, które mogą zaowocować w przyszłości.

Bibliografia

- Adach-Stankiewicz, E. (2021). *Analizy statystyczne GUS Rynek wewnętrzny w 2020 r.* Warszawa: Exante.
- Danielak, W., Mierzawa, D., Bartczak, K. (2017). *Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce. Szanse i zagrożenia rynkowe.* Wrocław: Exante.
- Dębicka, A. (2014). Zarządzanie sytuacją kryzysową w MSP. Wybrane problemy. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług*, 111, 233-243.
- Dominiak, P. (2005). *Sektor MSP we współczesnej gospodarce.* Warszawa: PWN.
- Drab-Kurowska, A., Sokół, A. (2010). *Małe i średnie przedsiębiorstwa wobec wyzwań rozwoju technologii XXI wieku.* Warszawa: CeDeWu.
- Duliniec, A. (2011). *Finansowanie przedsiębiorstwa. Strategie i instrumenty.* Warszawa: PWE.
- Duszyński, J., Afelt, A., Kossowska, M., Ochab-Marcinek, A., Owczuk, R., Paczos, W., Plater-Zyberk, A., Pyrc, K., Rosińska, M., Rychard, A., Smiatacz, T. (2021). Kroniki pandemii lata 2020-2021. *Academia Magazyn Polskiej Akademii Nauk*, 4.
- Dylewski, M. (2016). *Finanse małych i średnich firm. Innowacje, decyzje, procesy.* Warszawa: CeDeWu.
- Gruszecki, T. (1996). Małe przedsiębiorstwo – osobna kategoria przedsiębiorstwa. W: J. Lewandowski, *Małe i średnie przedsiębiorstwa w procesie transformacji polskiej gospodarki.* Łódź: Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej.
- GUS. (2022). *Biuletyn Statystyczny*, 6.
- Guzik, B., Appenzeller, D., Jurek, W. (2007). *Prognozowania i symulacje. Wybrane zagadnienia.* Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.

- Hejduk, I. (1994). Rozwój małych firm prywatnych w Polsce. *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw*, 1, 13-15.
- Janowicz, E., Zawadzka, D. (2007). *Finansowe uwarunkowania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*. Koszalin: Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej.
- Komisja Europejska. (2019). *Poradnik dla użytkowników dotyczący definicji MŚP*. Luksemburg: Urząd Publikacji Unii Europejskiej.
- Koźmiński, A. (2004). *Zarządzanie w warunkach niepewności*. Warszawa: PWN.
- Kroger, F., Vizjak, A., Kwiatkowski, A. (2006). *Sukces w niszach rynkowych. Strategie uzyskiwania globalnej przewagi konkurencyjnej*. Warszawa: Emka.
- Lichtarski, J. (2001). *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu.
- Maślanka, T. (2019). *Płynność finansowa determinantą zdolności kontynuacji działalności przedsiębiorstwa*. Warszawa: CeDeWu.
- Niespodziński, M. (2021). Zjawisko stygmatyzacji społecznej w okresie pandemii. W: M. Geise, M. Skinder, A. Szczepkowska-Flis (red.), *Gospodarka i społeczeństwo wobec zagrożeń pandemią COVID-19* (s. 161-174). Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- PARP. (2022). *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*. Warszawa.
- Safin, K. (2008). *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem*. Wrocław: Wydawnictwo AE im. O. Langego we Wrocławiu.
- Smolarek, A. (2015). Wybrane aspekty małych i średnich przedsiębiorstw. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie*, 3, 23-28.
- Soroka, P., Golczak, K., Skrabacz, A., Kołodziejczyk, R., Wilczyński, P.L., Mitrega, V., Pająk, K. (2021). *RAPORT zawierający diagnozę i prognozę globalnego kryzysu finansowo-gospodarczego zdeterminowanego przez pandemię koronawirusa w obszarze gospodarczym, społecznym, politycznym i geopolitycznym*. Warszawa: Dom Wydawniczy ELIPSA.
- Steinerowska-Streb, I. (2017). *Zachowania rynkowe mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce Diagnoza, analiza, scenariusze rozwoju*. Warszawa: C.H. Beck.
- Strange, R. (2020). The 2020 Covid-19 pandemic and global value chains. *Journal of Industrial and Business Economics*, 47, 455-465.
- Świerszczak, M. (2016). *Potencjał innowacyjny firm z sektora małych i średnich przedsiębiorstw przykład województwa Łódzkiego*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. o Rzeczniku Małych i Średnich Przedsiębiorców (Dz.U. z 2018 r., poz. 648, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 6 marca 2018 roku Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2023 r., poz. 221, 641, 803, 1414).
- Vogt-Hajder, J., Górny, M. (2020). Bezrobocie a dobrostan człowieka w świetle pandemii COVID-19. Przyczynek do analizy konsekwencji społecznych pandemii COVID-19. W: K. Hajder, M. Kacperska, Ł. Donaj (red.), *Konsekwencje pandemii COVID-19: Świat i gospodarka* (s. 195-212). Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.
- Waniak-Michalak, H. (2007). *Pozabankowe źródła finansowania małych i średnich przedsiębiorstw*. Kraków: Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska.
- Woźniak, M. (2010). *System wspierania małych i średnich przedsiębiorstw w Małopolsce*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie.

Martyna KOSIŃSKA

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Polska

ORCID: 0000-0002-5430-227X

WPLYW PANDEMII COVID-19 NA AKTYWNOŚĆ W WYDARZENIACH KULTURALNYCH

Streszczenie

Pandemia COVID-19 zmieniła warunki funkcjonowania gospodarki i człowieka, w tym też sektora kultury. Celem niniejszego artykułu jest określenie wpływu pandemii COVID-19 na aktywność w wydarzeniach kulturalnych. Obok celu głównego, zamierzano sprawdzić, czy zmiany w aktywności dotknęły w podobnym stopniu różnych form uczestnictwa w kulturze, a także czy nastąpiła istotna zmiana częstotliwości aktywności kulturalnej w grupie aktywnych użytkowników kultury. Oprócz tego celem była również ocena tego, jak respondenci odnosili się do zmian, które dotknęły kultury i ich samych w czasie pandemii. Do badania wykorzystane zostały dane zebrane z badania ankietowego, przeprowadzonego w marcu i kwietniu 2022 roku, a zatem w rok po wystąpieniu pandemii COVID-19. Zrealizowano je wśród uczestników wiodącego portalu społecznościowego.

Słowa kluczowe: wydarzenia kulturalne, COVID-19, wnioskowanie statystyczne.

IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON ACTIVITY IN CULTURAL EVENTS

Summary

The COVID-19 pandemic has changed the conditions for the economy and people – including the cultural sector. The purpose of this article is to determine the impact of the COVID-19 pandemic on activity in cultural events. In addition to the main purpose, the intention was to check whether changes in activity have affected different forms of cultural participation to a similar degree, and whether there was a significant change in the frequency of cultural activity among active cultural users. In addition to this, the aim was also to assess how respondents related to the changes that affected culture and themselves during the pandemic. The study used data collected from a survey conducted in March and April 2022, one year after the onset of the COVID-19 pandemic, and was conducted among participants of a leading social network.

Key words: cultural events, COVID-19, statistical inference.

Wprowadzenie

Kultura stanowi ważną i nieodłączną część ludzkiego życia. W większych miastach można się udać np. do kina, teatru, muzeum czy na imprezy masowe. Nawet i mniejsze miejscowości lub wioski posiadają ośrodki kultury czy grupy folklorystyczne. Korzystanie z wymienionej oferty kulturalnej jest formą spędzania czasu wolnego, która pełni istotne funkcje zarówno w życiu jednostek, jak i całych społeczeństw. Kultura pozwala wypocząć, poznać charakter danego obszaru, zaznajomić się z treściami przekazywanymi z pokolenia na pokolenie, nawiązywać relacje z innymi ludźmi, a także umożliwia zachowanie wartości narodowych i historii. Można by powiedzieć, że jest jednym z czynników budujących tożsamość jednostek i społeczeństw.

Pandemia COVID-19 sprawiła, że ośrodki kulturalne musiały wstrzymać swoją standardową działalność. Jeżeli było to możliwe, przenosiły ją do sfery online, dając użytkownikom możliwość korzystania ze swojej oferty, lecz w innej, niecodziennej, formie. Nie było tak w przypadku wszystkich ośrodków. Niektóre nie zdołały kontynuować działalności w pandemii. W artykule podjęto próbę dokonania oceny wpływu pandemii na aktywność w wydarzeniach kulturalnych. Do sprawdzenia wpływu pandemii zastosowane zostały: test niezależności chi-kwadrat oraz test permutacyjny. Do badania wykorzystano dane zebrane z kwestionariusza ankiety.

1. Uczestnictwo w kulturze – charakterystyka badania ankietowego

Kultura to dorobek społeczeństw zarówno materialny, jak też niematerialny (Świdzińska, 2016). W jej skład wchodzi wszelkie wytwory człowieka, technika, literatura, wiedza, sztuka (film, muzyka, teatr, malarstwo itd.), a nawet umiejętności praktyczne czy normy moralne i język. Dzięki wielu instytucjom i działaniu ludzi, przekazywaniu wiedzy, informacji i przedmiotów z pokolenia na pokolenie – można poznać ten dorobek i korzystać z niego obecnie.

Kultura pełni ważne funkcje w życiu jednostek, ale też całego społeczeństwa, począwszy od tych mniej ważnych, takich jak: forma rozrywki, wypoczynku i spędzania czasu wolnego, przez możliwość poznania historii i charakteru konkretnego regionu, do tej najważniejszej, jaką wydaje się być zachowanie tożsamości narodowej – historii i wartości narodowych.

W artykule skoncentrowano uwagę na wybranym aspekcie kultury. W obecnym czasie wśród proponowanej oferty kulturalnej można wyróżnić m.in. kino, teatr, muzeum, uczestnictwo w wydarzeniach masowych, korzystanie z ofert domów kultury czy aktywny udział w grupach artystycznych. Ich dostępność w różnych rejonach Polski czy już samego województwa śląskiego jest różna. W miastach na prawach powiatu (np. Katowicach, Bielsku-Białej) zauważalna jest większa ich dostępność, chociaż nie jest to reguła. Znajdą się bowiem powiaty ziemskie (np. żywiecki czy wodzisławski), które również wyróżniają się znaczną dostępnością oferty kulturalnej. Natomiast wśród miejsc w województwie śląskim, które cechują się największym zainteresowaniem swoją ofertą, wymienić można m.in. powiaty miejskie Chorzów, Katowice bądź też Bielsko-Białą.

Sama aktywność kulturalna jest ważna zarówno dla człowieka, społeczeństwa, jak i dla gospodarki oraz promocji danych miejscowości. Oferta kulturalna przyciąga ludzi do danych miejscowości, co wpływa również na wzrost korzystania z usług (oferty gastronomicznej, hotelarskiej, transportu pasażerskiego, handlu). W przypadku zadowolenia odwiedzający polecają ofertę i miasto innym.

Pandemia COVID-19 zmieniła standardową formę poznawania i doświadczania kultury. Wraz ze zwiększającą się liczbą zachorowań na koronawirusa wprowadzono w Polsce obostrzenia mające na celu ograniczenie rozprzestrzeniania się choroby. Odwołano imprezy masowe, pozamykano szkoły, uczelnie i inne instytucje edukacyjne. Restrykcje dosięgły też placówek gastronomicznych, hotelarskich i innych. Oprócz tego zmieniła się skala uczestnictwa obywateli w kulturze. Wiele z obiektów kulturalnych wstrzymało czasowo działalność – nie proponowały żadnej oferty kulturalnej, a niektóre częściowo przeniosły ją do sfery online.

Do dyspozycji były wówczas substytuty różnych ofert kulturalnych. Nie można było pójść na seans w kinie, ale możliwe było skorzystanie z platform streamingujących filmy, seriale oraz programy telewizyjne (np. Netflix, HBO czy Player). Jeśli chodzi o muzea, to O. Kosińska (2020) pisze, że część z nich oferowała możliwość przeglądania swoich zasobów (wystaw, dzieł, wywiadów, analiz z ekspertyzami) w Internecie. Niektóre umożliwiły zwiedzanie muzeum z wykorzystaniem wirtualnej rzeczywistości (*virtual reality*). Organizowane były także zdalne warsztaty z dziećmi i spotkania z pracownikami muzeów. Także biblioteki musiały zmienić swoją standardową działalność. Część z nich oferowała skany książek, a część wypożyczanie swoich zasobów w niestandardowym trybie. W przypadku braku dostępności do biblioteki i jej zasobów użytkownicy mogli skorzystać z oferty ebooków oraz audiobooków oferowanych na wielu stronach internetowych czy w aplikacjach. A. Buchner, K. Fereniec-Błońska, K. Kalinowska oraz M. Wierzbicka (2021) podają, że w przypadku części teatrów działalność w czasie pandemii polegała na dzieleniu się z ludźmi nagraniami z prób, retransmisjami starych spektakli. Organizowane były warsztaty, słuchowiska i odczyty. W okresie obostrzeń przed wyzwaniem stanął również świat muzyki. Koncerty – jako wydarzenia masowe – były odwoływane bądź przenoszone na inny termin. W tym czasie wielu artystów organizowało koncerty online¹, np. ze swoich domów, a niektórzy brali udział w akcjach mających pomóc w walce z COVID-19. Jedną z nich było hot16challenge, której celem było zebranie 1 mln zł (na siepomaga.pl) w celu wsparcia polskiej służby zdrowia. Wyzwanie polegało na stworzeniu 16-zwrotkowych utworów, nominowaniu kolejnych osób do uczestnictwa, a także miało zachęcać do wpłacania pieniędzy na zrzutkę – gdzie ostatecznie zebrano ponad 3,5 mln zł².

Okres obostrzeń był trudny nie tylko z powodu nałożonych restrykcji na obiekty edukacyjne, hotelarskie, gastronomiczne oraz kulturalne. Ograniczono też bowiem możliwość przemieszczania się i spotkania. Dopiero pod koniec kwietnia 2020 roku zaczęto poluzowywać i znosić ograniczenia.

Dla poznania i sprawdzenia poziomu wpływu pandemii na zwyczaje kulturalne ankietowanych w pierwszej połowie 2022 roku na wiodącym portalu społecznościowym przeprowadzona została anonimowa ankieta. Dotyczyła ona korzystania z oferty kulturalnej przed i w trakcie pandemii COVID-19. Populacją docelową byli aktywni użytkownicy portalu Facebook. Zebrano 203 odpowiedzi.

Wiek ankietowanych wynosił od 13 do 51 lat, jednak zdecydowana większość była w wieku od 20 do 25 lat. Najwięcej z ankietowanych posiadało wykształcenie wyższe licencjackie, inżynierskie lub też średnie. Respondenci studiowali, uczyli się, pracowali. Natomiast najwięcej odpowiadających stanowiły osoby łączące ze sobą studia i pracę.

Ograniczenia korzystania z kultury objęły każdą osobę. Powstaje pytanie, czy każdy odczuł te zmiany. Wiadomym jest przecieź, że tryb życia osoby pracującej, uczącej się bądź łączącej obie sfery życia różni się. Wyodrębniono 2 grupy: osoby pracujące oraz niepracujące. Zdecydowano się sprawdzić, czy stan zawodowy ankietowanych mógł mieć wpływ na odczuwanie przez nich ograniczeń korzystania z oferty kulturalnej. Okazuje się, że odsetek odczuwających ograniczenia możliwości kulturalnych był

¹ <https://rytmy.pl/muzyka-nie-ucichnie-artystci-graja-koncerty-online/> (dostęp: 16.09.2023).

² <https://rozrywka.spidersweb.pl/hot16challenge-podsumowanie-teledysk-karetki-solar> (dostęp: 16.09.2023).

większy dla grupy osób zatrudnionych niż niepracujących (por. tabela 1). Istotność zależności pomiędzy stanem zawodowym a odczuciem ograniczeń zostanie oceniona później.

Tabela 1

Postrzeganie przez badanych wpływu pandemii na uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych

Stan zawodowy	Czy odczuleś/łaś, że pandemia ograniczyła możliwość korzystania z oferty kulturalnej?	
	Tak	Nie
Osoby pracujące	134	15
Osoby niepracujące	47	7

Źródło: badanie ankietowe.

W pandemii funkcjonowały substytuty tradycyjnych form korzystania z oferty kulturalnej. Nie każdy jednak musiał z nich korzystać. Jak wskazały odpowiedzi ankietowanych, w wyniku wybuchu pandemii 32% z nich zdecydowało się na skorzystanie z platform streamingujących filmy (wcześniej z nich nie korzystali). Około 76% badanych, którzy już przed pandemią korzystali z platform streamingujących filmy, zaczęło je odwiedzać w większym stopniu. Respondenci zapytani zostali także o to, czy uczestniczyli w wybranych wydarzeniach kulturalnych online. Wyniki zostały zamieszczone w tabeli 2.

Tabela 2

Respondenci wobec substytutów tradycyjnej oferty kulturalnej

Pytanie	Tak	Nie
Czy wybuch pandemii skłonił Cię do skorzystania z ebooków, audiobooków przez strony internetowe lub aplikacje (np. Legimi, IBUK libra, Audiotekę)?	68 (34%)	135 (66%)
Czy po wybuchu pandemii skorzystałeś/łaś z oferty zwiedzania muzeów online?	10 (5%)	193 (95%)
Czy po wybuchu pandemii skorzystałeś/łaś z transmisji przedstawień teatralnych online?	23 (11%)	180 (89%)
Czy po wybuchu pandemii uczestniczyłeś/łaś w koncercie (koncertach) online?	59 (29%)	144 (71%)

Źródło: badanie ankietowe.

Okazuje się, że wybuch pandemii najbardziej skłonił ankietowanych do skorzystania z ebooków oraz audiobooków (34% respondentów), później koncertów online (29% ankietowanych) i przedstawień teatralnych (11% badanych). Najrzadziej wybierane przez respondentów było zwiedzanie muzeów online (5% ankietowanych).

2. Metodyka – test chi-kwadrat niezależności i test permutacyjny

W celu sprawdzenia wpływu pandemii na aktywność w wydarzeniach kulturalnych wykorzystano test chi-kwadrat niezależności, a gdy nie były spełnione założenia tego testu, jego wersję permutacyjną.

Test niezależności chi-kwadrat pozwala na weryfikację hipotezy o niezależności dwóch zmiennych X i Y , dla których zostały wyróżnione pewne kategorie. Może to być zapisane następująco:

H_0 : zmienne X i Y są niezależne

H_1 : zmienne X i Y są zależne

Wykorzystywana statystyka testowa przyjmuje postać (Domański, 1979; Sheskin, 2004):

$$\chi^2 = \sum_{h=1}^H \sum_{j=1}^J \frac{(n_{hj} - \hat{n}_{hj})^2}{\hat{n}_{hj}} \quad (1)$$

gdzie:

n_{hj} – liczebności obserwowane

$\hat{n}_{hj} = \frac{n_{.j}n_{h.}}{n}$ liczebności oczekiwane.

Rozważana statystyka testowa (1) ma asymptotyczny rozkład χ^2 z $(H-1)(J-1)$ stopniami swobody. W oparciu o uzyskaną wartość statystyki i wartość krytyczną podejmuje się decyzję o odrzuceniu lub też braku podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej.

Test niezależności chi-kwadrat wymaga, aby liczebności oczekiwane wynosiły co najmniej 5 (Zeliaś, Pawełek, Wanat, 2002; Sheskin, 2004). Jeśli nie jest spełnione to założenie, można odwołać się do testu permutacyjnego, który jest symulacyjnym przybliżeniem testu dokładnego. Poniżej przedstawiono ideę testu permutacyjnego (np. Good, 2006; Kończak, 2016).

1. Postawienie hipotez
 H_0 : zmienne X i Y są niezależne
 H_1 : zmienne X i Y są zależne
2. Przyjęcie poziomu istotności α
3. Wybór postaci statystyki testowej T
4. Obliczenie wartości statystyki testowej (T_0) dla danych z próby N krotne permutowanie zmiennej i dla każdej z permutacji obliczenie wartości statystyki T_i ($i = 1, 2, \dots, N$). O.I. Good (2006) wskazuje, że ich liczba powinna wynosić 1 000 lub więcej.
5. Podjęcie decyzji na podstawie wartości statystyki T_0 i empirycznego rozkładu statystyki T uzyskanego symulacyjnie. G. Kończak (2016) podaje wzór na ASL:

$$ASL = P_{H_0}(T \geq T_0) \approx \frac{\text{card}\{i: T_i \geq T_0\}}{N} \quad (2)$$

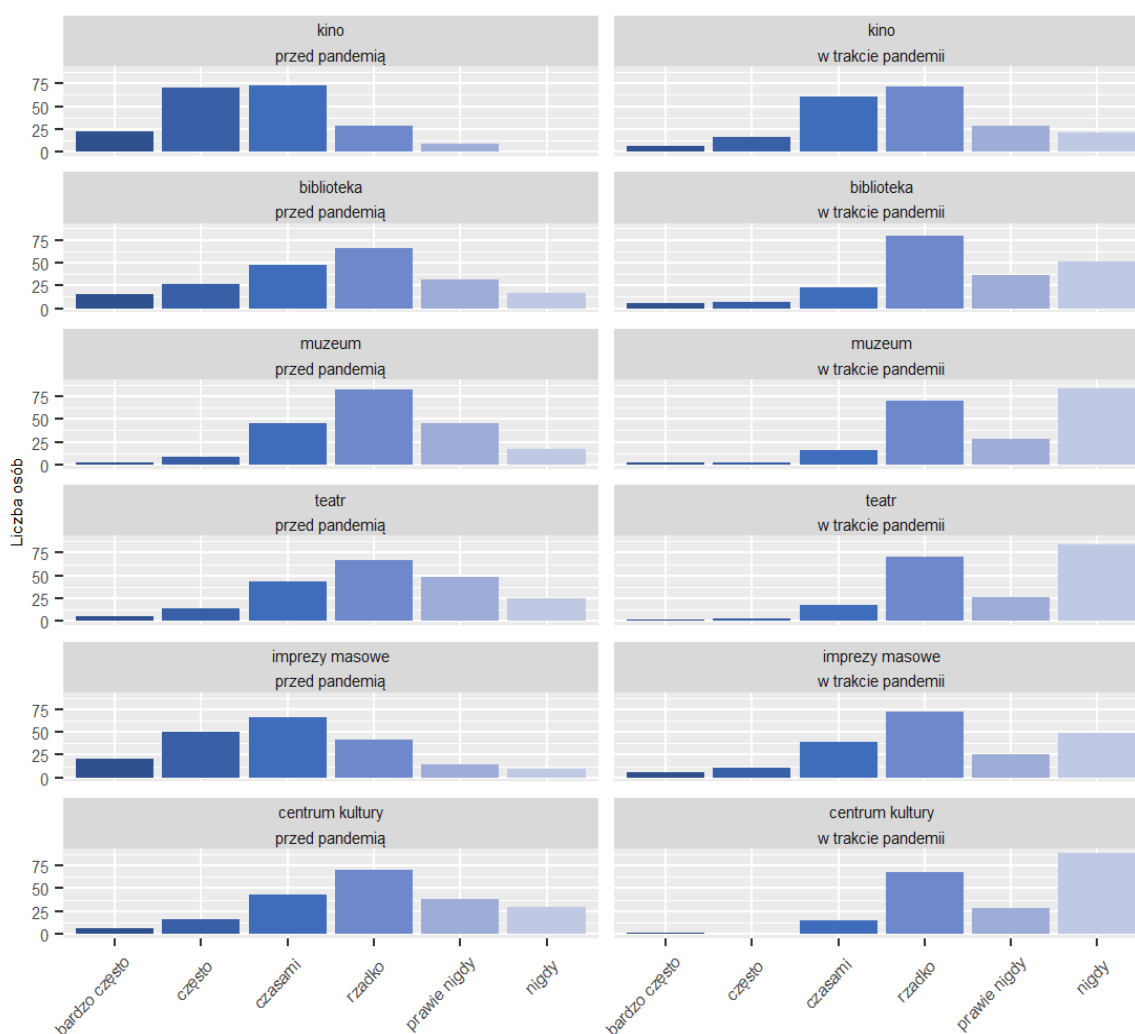
Jako statystykę testową T przyjęto statystykę chi-kwadrat zadaną wzorem (1). Tak skonstruowany test – jako symulacyjne przybliżenie testu dokładnego – przy odpowiedniej liczbie symulacyjnych replikacji zapewnia rozmiar testu na poziomie istotności α (Berry, Johnston, Mielke, 2014; Kończak, 2016).

3. Wyniki analiz

W marcu i kwietniu 2022 roku, a więc 2 lata po wybuchu pandemii COVID-19, przeprowadzone zostały badania ankietowe dotyczące uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych przed i w trakcie jej trwania. Kwestionariusze ankiety zostały skierowane do użytkowników portalu społecznościowego Facebook i wypełnione anonimowo.

Zebrano informacje na temat uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych, preferencji kulturalnych i odczuć respondentów wobec wprowadzonych zmian w życiu kulturalnym. Z danych zebranych w kwestionariuszu ankiety wynika, że więcej osób pracujących niż niepracujących odczuło wpływ pandemii na możliwości kulturalne (por. tabela 1). Pytanie jednak, czy można powiedzieć, że istnieje zależność między stanem zawodowym respondentów a odczuwaniem ograniczeń. Test niezależności chi-kwadrat wskazał, że stan zawodowy nie ma istotnego wpływu na odczucie obstrzeżeń nałożonych na ofertę kulturalną ($p=0,558$).

Zbadano także częstotliwość korzystania z wybranej oferty kulturalnej przed i po wybuchu pandemii COVID-19. W badaniu skupiono się na: uczęszczaniu do kin, teatrów, muzeów, bibliotek i na imprezy masowe. Wyniki przedstawiono na rysunku 1.



Rysunek 1. Częstotliwość uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych przed pandemią i podczas jej trwania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z tabeli 3.

Przed pandemią największa grupa osób rzadko korzystała z bibliotek. Byli jednak i tacy, którzy bardzo często, często lub czasami chodzili do bibliotek. Od wybuchu pandemii widoczne jest zmniejszenie aktywności użytkowników, a zauważalny stał się wzrost liczby osób, które ani razu od rozpoczęcia pandemii nie korzystały z oferty bibliotek.

Zauważalne jest, że centra kultury nie należały i nie należą do najpopularniejszych ośrodków rozpowszechniających kulturę. Również w ich przypadku częstotliwość korzystania przez ankietowanych z ich oferty zmalała od wybuchu pandemii – nie odnotowano ani jednego ankietowanego, który by często korzystał z oferty centrów kultury. Wzrosła natomiast liczba osób, które od rozpoczęcia pandemii nie udały się do centrum kultury.

Częstotliwość uczęszczania respondentów na imprezy masowe przed pandemią wskazywała na popularność tej oferty kulturalnej w tamtym okresie – osoby bardzo często, często oraz czasami biorące udział w tych imprezach stanowiły ok. 65% ankietowanych. Od wybuchu pandemii sytuacja się zmieniła – z powodu obostrzeń, ale też obaw. Odnotowano spadek w częstotliwości korzystania z tej oferty kulturalnej. Zwiększyła się liczba osób, które ani razu bądź też rzadko pojawiały się na imprezie masowej.

Przed pandemią przeważająca liczba osób była w kinie często lub czasami. Od wybuchu pandemii zauważalny był spadek szczególnie w grupie osób często chodzących na seanse filmowe. Pojawiła się nowa grupa osób – tych, które od rozpoczęcia pandemii do momentu przeprowadzenia badania nie udały się do kina.

Odwiedzanie muzeów nie było bardzo częstą czynnością kulturalną wśród ankietowanych. Większość uznała swoje uczęszczanie do muzeum za czynność, którą wykonują czasami, rzadko bądź prawie nigdy. Po rozpoczęciu pandemii tendencje te zaostrzyły się i przesunęły w stronę jeszcze rzadszego korzystania z oferty muzeów.

Teatr nie należał do najczęściej uczęszczanych obiektów kulturalnych. Można natomiast zauważyć, że spora część osób (ok. 20% ankietowanych) chodziła do teatrów czasami, a największy odsetek ankietowanych deklarował rzadki udział w spektaklach teatralnych. Od rozpoczęcia pandemii osoby rzadko uczestniczące w spektaklach teatralnych również stanowiły znaczny odsetek ankietowanych, jednak zauważalne jest bardzo duże zwiększenie się tych, którzy nie zawitali do teatru ani razu.

Tabela 3 przedstawia liczbę wskazań uczestnictwa w danych wydarzeniach kulturalnych przed pandemią COVID-19 oraz w trakcie jej trwania (por. rysunek 1). Zdecydowano się zbadać, czy zauważalne zmiany w aktywności kulturalnej respondentów są istotne statystycznie – czy faktycznie pandemia miała wpływ na częstotliwość uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych. W tym właśnie celu przeprowadzono test niezależności chi-kwadrat. Wartości statystyki chi-kwadrat i p-wartość przedstawiono w tabeli 4.

W przypadku uczęszczania do kina, bibliotek oraz uczestnictwa w imprezach masowych test niezależności chi-kwadrat wskazał, że należy odrzucić hipotezę zerową na rzecz alternatywnej (p-wartość mniejsza od 0,05). To oznacza, że można twierdzić, iż pandemia SARS-CoV-2 faktycznie miała wpływ na częstotliwość korzystania z rozważanej oferty kulturalnej.

Tabela 3

Liczba wskazań uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych przed wystąpieniem pandemii COVID-19 (1) i w trakcie jej trwania (2)

Rodzaj aktywności	Bardzo często		Często		Czasami		Rzadko		Prawie nigdy		Nigdy	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Kino	22	6	70	16	73	60	29	72	9	28	0	21
Biblioteka	15	6	27	7	47	23	66	79	31	37	17	51
Muzeum	3	3	9	3	46	16	82	70	46	28	17	83
Teatr	5	2	14	3	43	18	67	70	49	26	25	84
Imprezy masowe	21	6	50	11	66	39	42	72	14	26	10	49
Centrum kultury	6	2	16	0	43	15	70	68	38	29	30	89

Źródło: badanie ankietowe.

W trzech przypadkach: dla wskazań dotyczących uczestnictwa w spektaklach teatralnych, wyjściach do muzeów i centrów kultury wyniki testu chi-kwadrat nie mogą być uznane za wiarygodne, ze względu na zbyt małe liczebności oczekiwane w niektórych komórkach tablicy wielodzzielczej. Dla przykładu, w tabeli 5 pokazano liczebności oczekiwane dla liczby wskazań uczestnictwa w zwiedzaniu muzeów. W dwóch komórkach tablicy liczebności oczekiwane są za małe.

Tabela 4

Zmiany w aktywności kulturalnej – testowanie zależności

Rodzaj aktywności	Wartość statystyki chi-kwadrat	p-wartość
Kino	93,384	<0,001
Biblioteka	42,545	<0,001
Muzeum	66,402	<0,001*
Teatr	57,704	<0,001*
Imprezy masowe	77,485	<0,001
Centrum kultury	62,007	<0,001*

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pochodzących z badania ankietowego.

Wobec niespełnienia założenia – w rozważanych trzech przypadkach (muzeum, teatr, centrum kultury) – wykorzystano test permutacyjny. Za każdym razem ASL było mniejsze niż 0,05. Wskazuje to, że we wszystkich trzech przypadkach wpływ pandemii na uczestnictwo jest istotny statystycznie.

Tabela 5

Liczebności oczekiwane dla liczby wskazań uczestnictwa w zwiedzaniu muzeów przed i w trakcie trwania pandemii COVID-19

Czas	Bardzo często	Często	Czasami	Rzadko	Prawie nigdy	Nigdy
Przed COVID-19	3	6	31	76	37	50
Podczas COVID-19	3	6	31	76	37	50

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych z tabeli 3.

Można wyróżnić bierne i aktywne uczestnictwo w kulturze. Pierwsze to takie, które polega wyłącznie na korzystaniu z oferty kulturalnej bez zaangażowania w jej budowanie. Aktywne uczestnictwo to z kolei tworzenie kultury poprzez działalność w przeróżnych grupach, które kultywują, tworzą kulturę, zwyczaje itd. Pandemia wpłynęła na obydwa rodzaje uczestnictwa. Pierwsze zostało opisane wyżej. Uwaga zostanie teraz skupiona na aktywnym partycypowaniu w kulturze.

Tabela 6 ukazuje przynależność ankietowanych do danych grup przed pandemią. Większość osób nie należała do żadnej. Warto jednak zwrócić uwagę, że 42 z 203 osób należały do grup teatralnej, muzyczno-instrumentalnej, wokalne, chóru, folklorystycznej, tanecznej, innej bądź klubu, koła lub sekcji, a niektórzy należeli do więcej niż jednej.

Tabela 6

Przynależność respondentów do grup

Do których z poniższych grup należałeś przed wystąpieniem pandemii?	Liczba osób
Nie należałem/łam do żadnej grupy	161
Grupy teatralnej	3
Grupy muzyczno-instrumentalnej	8
Grupy wokalne lub chóru	7
Grupy folklorystycznej	1
Grupy tanecznej	5
Klubu lub koła lub sekcji	19
Innej	9

Źródło: badanie ankietowe.

Spośród 42 członków grup, aż 34 z nich określiło, że pandemia ograniczyła działalność grupy, której byli członkami. Mimo wszystkich przeciwności, nie wszystkie grupy wstrzymały swoją działalność. Do niektórych nadal można było dołączać. Wśród ankietowanych znalazło się 11 osób, które dołączyły do grup.

Zdecydowano sprawdzić, czy w przypadku aktywnych użytkowników kultury zmiany w aktywności kulturalnej są istotne statystycznie. W tabeli 7 przedstawiono częstotliwość uczestnictwa aktywnych użytkowników kultury w danych wydarzeniach kulturalnych przed pandemią oraz w trakcie jej trwania. Dodatkowo, dla ułatwienia odczytywania – wyniki te zobrazowane zostały na rysunku 2.

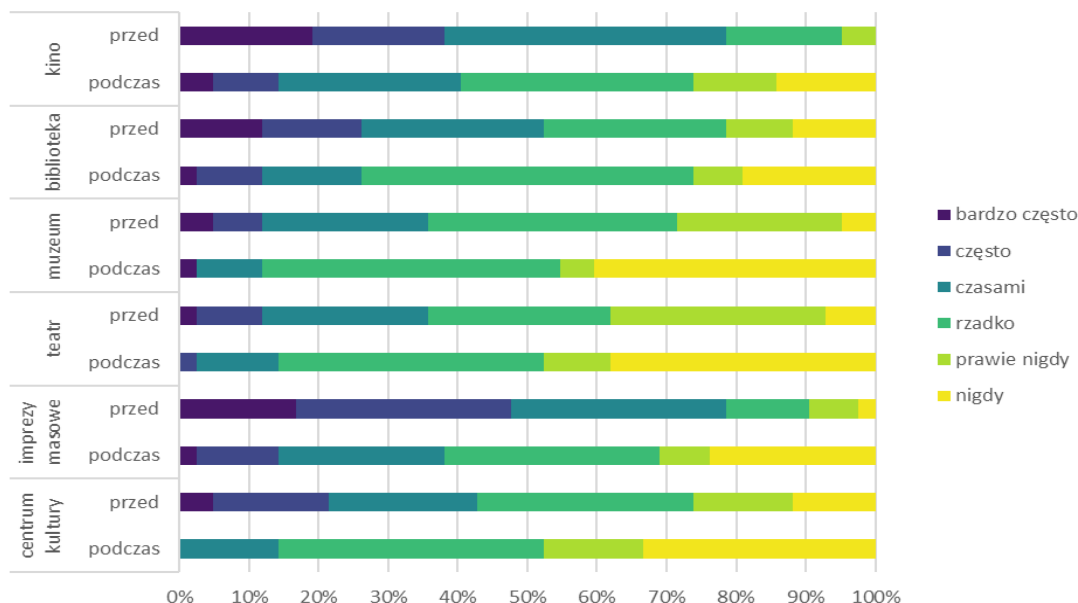
Tabela 7

Liczba wskazań uczestnictwa aktywnych użytkowników kultury w wydarzeniach kulturalnych przed wystąpieniem pandemii COVID-19 (1) i w trakcie jej trwania (2)

Rodzaj aktywności	Bardzo często		Często		Czasami		Rzadko		Prawie nigdy		Nigdy	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Kino	8	2	8	4	17	11	7	14	2	5	0	6
Biblioteka	5	1	6	4	11	6	11	20	4	3	5	8
Muzeum	2	1	3	0	10	4	15	18	10	2	2	17
Teatr	1	0	4	1	10	5	11	16	13	4	3	16
Imprezy masowe	7	1	13	5	13	10	5	13	3	3	1	10
Centrum kultury	2	0	7	0	9	6	13	16	6	6	5	14

Źródło: badanie ankietowe.

Zauważalne są różnice w częstotliwości uczestnictwa w kulturze w przypadku aktywnych użytkowników kultury. Szczególnie widać to w przypadku korzystania z oferty teatru, muzeum czy kina. Sprawdzono, czy faktycznie pandemia wpłynęła na częstotliwość uczestnictwa aktywnych użytkowników kultury w opisywanych wydarzeniach kulturalnych.



Rysunek 2. Częstotliwość uczestnictwa aktywnych użytkowników kultury w wydarzeniach kulturalnych przed i podczas pandemii COVID-19.

Źródło: badanie ankietowe.

Nie można było wnioskować na podstawie testu niezależności chi-kwadrat ze względu na zbyt niskie wartości oczekiwane w komórkach tabeli wielodzzielczej. Wobec tego zastosowano permutacyjną wersję tego testu.

Wyniki testu permutacyjnego wskazują na istnienie wpływu pandemii na częstotliwość korzystania z ofert kulturalnych – kina, muzeum, teatru, imprez masowych – w badanej grupie ankietowanych (por. tabela 8). Nie ma natomiast podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej o braku takiego wpływu w przypadku biblioteki i centrum kultury ($ASL > 0,05$).

Tabela 8

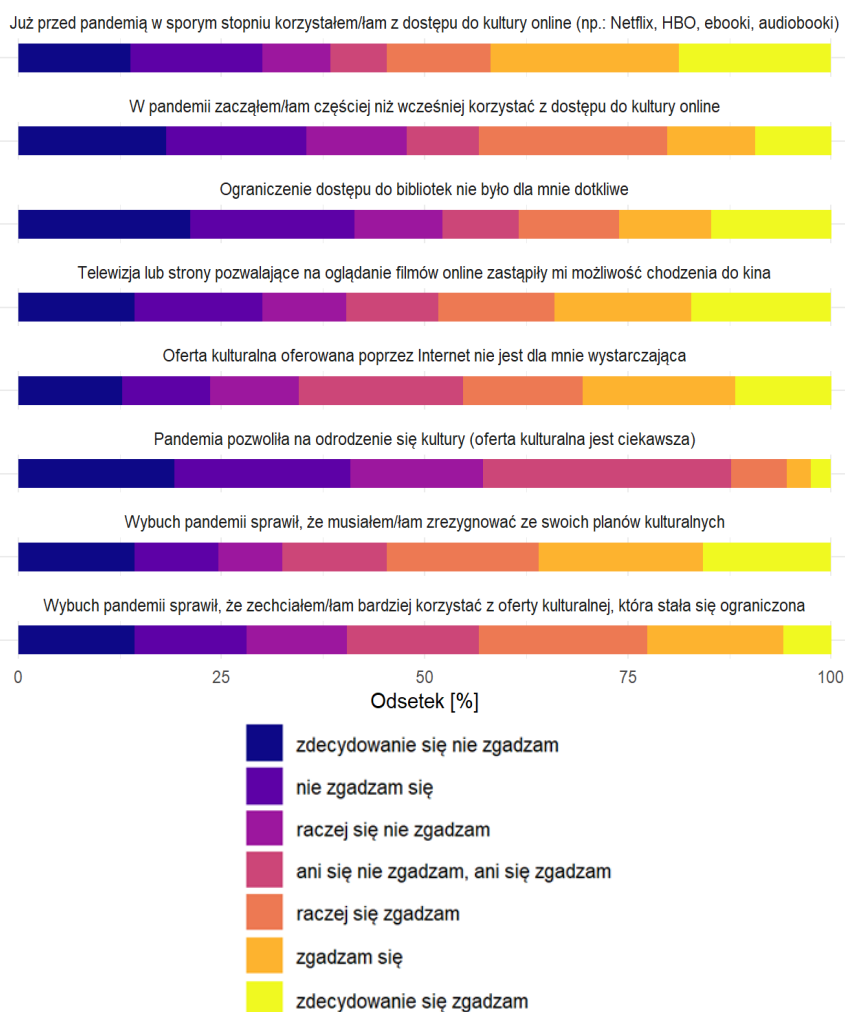
Wyniki testu permutacyjnego

Rodzaj aktywności	ASL
Kino	0,0070
Biblioteka	0,0927
Muzeum	0,0010
Teatr	0,0008
Imprezy masowe	0,0025
Centrum kultury	0,0800

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych pochodzących z badania ankietowego.

Pandemia postawiła ludzi przed nowymi wyzwaniami, brakiem poprzednio posiadanych możliwości, m.in. kulturalnych. W kwestionariuszu ankiety wszyscy respondenci wyrazili swoje opinie wobec stwierdzeń dotyczących ich odczuć związanych z kulturą w sytuacji pandemii COVID-19.

Wyniki ukazane na rysunku 3 pokazują, że więcej niż 50% ankietowanych potwierdza (zdecydowanie zgadza się, zgadza się, raczej się zgadza), że przed pandemią korzystało z dostępu do kultury online w znacznym stopniu. Zapytano ankietowanych, czy w trakcie trwania pandemii zaczęli częściej niż wcześniej korzystać z tej oferty. Okazuje się, że nieco większy odsetek ankietowanych (blisko połowa) nie zgodziło się (zdecydowanie się nie zgodziło, nie zgodziło lub raczej nie zgodziło) z tym zdaniem. Około 45% ankietowanych było przeciwnego zdania. Jedną z ograniczonych ofert kulturalnych było korzystanie z oferty bibliotek. Znaczna część respondentów wskazała na dotkliwość tego ograniczenia. Restrykcje objęły też kina i skierowały widzów do telewizji lub stron streamingujących filmy, seriale i programy. Zapytano respondentów, czy takie substytuty zastąpiły im możliwość obejrzenia filmu w kinie. Około 45% ankietowanych w pewnym stopniu zgodziło się (zdecydowanie się zgodziło, zgodziło się lub raczej się zgodziło) z tym stwierdzeniem. Pomimo istniejących zamienników, dla większego odsetka odpowiadających oferta kulturalna proponowana w sferze online nie jest wystarczająca. Brakuje standardowej formy doświadczania kultury. Okres pandemii może być czasem na rozwój oferty kulturalnej, jednak większość pytanym respondentów nie odczuło, aby stała się ona ciekawsza. Wybuch pandemii sprawił, że musiałem/łam zrezygnować ze swoich planów kulturalnych. Wybuch pandemii sprawił, że zechciałem/łam bardziej korzystać z oferty kulturalnej, która stała się ograniczona.



Rysunek 3. Stanowisko ankietowanych wobec stwierdzeń.
Źródło: badanie ankietowe.

Z pandemią wiązały się obostrzenia nałożone na ośrodki kultury i wydarzenia kulturalne. Przez pandemię i wprowadzone restrykcje więcej niż 50% badanych osób musiało zrezygnować ze swoich planów kulturalnych. Zdarza się tak, że człowiekowi brakuje tego, co kiedyś miał dostępne. W tym przypadku w wyniku wybuchu pandemii COVID-19 większa część respondentów miała ochotę skorzystać z oferty kulturalnej, która stała się ograniczona.

Podsumowanie

Na podstawie kwestionariusza ankiety zebrano odpowiedzi od 203 osób, gdzie liczba kobiet i mężczyzn była zbliżona. Ankietowani byli w różnym wieku, jednak największą grupę stanowiły osoby w wieku pomiędzy 20 a 25 lat. Respondenci w większości posiadali wykształcenie wyższe licencjackie, inżynierskie lub średnie. Bardzo duża część badanych osób pracuje lub częściowo pracuje.

W artykule podjęto próbę sprawdzenia, czy wystąpiły statystycznie istotne różnice w aktywności w wydarzeniach kulturalnych przed i w trakcie trwania pandemii COVID-19. W tym celu wykorzystano testy niezależności chi-kwadrat oraz test permutacyjny. Pierwszy z nich wymaga, żeby liczebności oczekiwane w komórkach tablicy wielodzzielczej wynosiły przynajmniej 5. Test permutacyjny jest symulacyjnym przybliżeniem testu dokładnego i może być wykonany nawet dla stosunkowo nielicznych prób.

Częstotliwość uczęszczania do wszystkich rozważanych obiektów zapewniających dostęp do kultury zmniejszyła się w trakcie pandemii. Szczególnie zauważalne zmiany zaszły w przypadku imprez masowych, bibliotek i kin, a dotyczyły one grupy wszystkich ankietowanych i aktywnych uczestników kultury. Pandemia i wiążące się z nią strach oraz obostrzenia wpłynęły również na funkcjonowanie grup. Aż 76% członków odczuło ograniczenie działalności grup, w których działali. Pandemia jednak nie powstrzymała chętnych do dołączania do grup.

Respondenci w większości stwierdzili, że pandemia ograniczyła możliwości korzystania z oferty kulturalnej. Test niezależności chi-kwadrat wskazał, że stan zawodowy (osoby pracujące bądź niepracujące) nie miał wpływu na odpowiedzi. W związku z brakiem możliwości udania się do tradycyjnych instytucji, korzystano z dostępu do kultury online – m.in. aż 32% respondentów zdecydowało się na użytkowanie serwisów streamingujących filmy. Jedynie 11% nie zdecydowało się na taki krok. Równocześnie 57% już wcześniej z nich korzystało. Wśród tych osób znalazło się wiele, które nasiliły częstotliwość oglądania filmów na rozważanych serwisach. Wielu ankietowanych w pandemii zainteresowało się również ebookami, audiobookami oraz koncertami online. Mało, ale jednak część osób uczestniczyła też w takich wydarzeniach, jak przedstawienia teatralne online i zwiedzanie muzeów online. Świadczy to o tym, że Internet zapewnił możliwości partycypacji w kulturze w tamtym czasie, zaś część ankietowanych aktywnie z nich korzystało. Respondenci zapytani o najbardziej brakujące w pandemii czynności kulturalne wskazali na oglądanie filmów w kinie i uczestniczenie w imprezach masowych.

Skupienie się na opiniach respondentów wobec zaszłych zmian wykazało, że zdania respondentów na dane tematy są podzielone. Okazuje się, że większa część ankietowanych zadeklarowała, że już przed pandemią w znacznym stopniu korzystali

z dostępu do kultury online. Jednocześnie wyrazili swoje przywiązanie do bibliotek, podkreślając dotkliwość ograniczenia ich dostępności. Ważnym okazało się również zgodzenie się sporej części respondentów ze stwierdzeniem o niewystarczalności kultury online i wymuszeniu – przez pandemię – rezygnacji ze swoich planów kulturalnych.

Przeprowadzone badania pokazały, że pandemia COVID-19 miała istotny wpływ na aktywność w wydarzeniach kulturalnych. Zmiany w aktywności dotknęły różnych form uczestnictwa w kulturze, jednak w nierównym stopniu. Większe zmiany zaszły w przypadku kin, bibliotek oraz imprez masowych. Nastąpiła także istotna zmiana częstotliwości aktywności kulturalnej (kino, muzeum, teatr, imprezy masowe) w grupie aktywnych użytkowników kultury.

Bibliografia

- Berry, K.J., Johnston, J.E., Mielke Jr., P.W. (2014). *A chronicle of permutation statistical methods: 1920-2000, and beyond*. Cham: Springer.
- Buchner, A., Fereniec-Błońska, K., Kalinowska, K., Wierzbicka, M. (2021). *Obecność teatrów w przestrzeni online w trakcie pandemii*. Warszawa: Instytut Teatralny im. Zbigniewa Raszewskiego.
- Domański, C. (1979). *Statystyczne testy nieparametryczne*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Good, P. I. (2006). *Resampling methods: A practical guide to data analysis*. Boston, MA: Birkhäuser.
- Kończak, G. (2016). *Testy permutacyjne: Teoria i zastosowania*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.
- Kosińska, O. (2020). Muzeum w domu – działania w trakcie pandemii. *Zbiór Wiadomości do Antropologii Muzealnej*, 7, 311-316.
- Sheskin, D. (2004). *Handbook of parametric and nonparametric statistical procedures*. Boca Raton, FL: Chapman & Hall/CRC.
- Świdzińska, A. (2016). *Jak działa kultura? Kulturowe ramy zachowań społecznych w szkole*. Warszawa: Ośrodek Rozwoju Edukacji.
- Zeliaś, A., Pawełek, B., Wanat, S. (2002). *Metody statystyczne: Zadania i sprawdziany*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

<https://rozrywka.spidersweb.pl/hot16challenge-podsumowanie-teledysk-karetki-solar>.

<https://rytmy.pl/muzyka-nie-ucichnie-artysci-graja-koncerty-online/>.

Donata ADLER

Wyższa Szkoła Ekonomii i Informatyki w Krakowie, Polska

ORCID: 0000-0001-9696-838X

ESG W STRATEGII KOMUNIKACJI ORGANIZACJI – PERSPEKTYWA PRACOWNIKÓW

Streszczenie

Niniejszy artykuł poświęcony został zagadnieniu prezentowania aspektów ESG, czyli zrównoważonego rozwoju, w strategii komunikacji organizacji skierowanej do jej pracowników. Konieczność wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju, wynikająca z przepisów legislacyjnych oraz oczekiwań konsumentów i innych grup interesariuszy, stała się nieodzownym elementem zarządzania. Celem pracy było zbadanie opinii pracowników na temat tego, jak przedsiębiorstwa komunikują wdrażanie zrównoważonych działań swojemu personelowi.

Cel ten osiągnięto przez przedstawienie teoretycznych aspektów omawianej problematyki, gdzie jako metodę badawczą zastosowano analizę literaturową. W części empirycznej ukazano wybrane wyniki pilotażowego badania ankietowego, przeprowadzonego metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem techniki ankietowej CAWI. Grupę badawczą stanowili pracownicy różnych branż i sektorów gospodarki Polski południowej. W prezentacji uzyskanych rezultatów badawczych zastosowano podejście ilościowe. W badaniu udzielono odpowiedzi na pytania badawcze, dotyczące znaczenia zrównoważonego rozwoju w organizacjach w opinii pracowników, w których są zatrudnieni, a także oceny kierowanej do nich przez pracodawcę komunikacji dotyczącej zrównoważonego rozwoju, ze szczególnym uwzględnieniem najskuteczniejszych kanałów i nadawców komunikacji. Podkreślono rolę tego procesu dla budowania kultury organizacyjnej, w której pracownicy wykazują się zaangażowaną postawą.

Słowa kluczowe: ESG, zrównoważony rozwój, strategia komunikacji przedsiębiorstwa, komunikacja wewnętrzna.

ESG IN ORGANIZATIONAL COMMUNICATION STRATEGY – EMPLOYEES' PERSPECTIVE

Summary

The following article is dedicated to the presentation of ESG aspects, i.e., sustainable development, in the communication strategy of an organization directed towards its employees. The necessity to implement principles of sustainable development arising from legislative provisions and the expectations of consumers and other stakeholders has become an essential element of management. The aim of the work was to examine employees' opinions on how companies communicate the implementation of sustainable actions to their staff.

This goal was achieved by presenting the theoretical aspects of the discussed issue, using a literature analysis as the research method. In the empirical section, selected results of a pilot survey conducted through a diagnostic survey method using the Computer-Assisted Web Interviewing (CAWI) technique were presented. The research group consisted of employees from various industries and sectors in the southern part of the Polish economy. Quantitative approaches were used in presenting the obtained research results. The study answered research

questions regarding the significance of sustainable development in the opinion of employees within the organizations they work for, as well as their evaluation of employer-directed communication on sustainable development, with particular emphasis on the most effective channels and communication sources. The role of this process in building organizational culture, where employees demonstrate an engaged attitude, was emphasized.

Key words: ESG, sustainable development, company communication strategy, internal communication.

Wprowadzenie

Zarządzanie współczesnymi podmiotami gospodarki opiera się na koncepcji zrównoważonego rozwoju, dla której punktem wyjścia jest konieczność ograniczania negatywnych wpływów prowadzonej aktywności na środowisko – naturalne (E-environmental), społeczne (S-social), gospodarcze (G-governance) – w skrócie w terminologii wymieniane jako „ESG” (Booth, 2023). Mające początek w koncepcji CSR ekonomiczne, ekologiczne oraz społeczne wymiary zrównoważonego rozwoju wpływają na potencjał wzrostu organizacji i budowanie jej przewagi konkurencyjnej (Wolak-Tuzimek, Duda, 2021; Lemańska-Majdzik, Okręglińska, 2023). Uwzględnienie celów zrównoważonego rozwoju w strategii przedsiębiorstw może przynieść wiele korzyści w zakresie zarządzania ryzykiem, obniżania kosztów dostępu do kapitału, a także relacji z klientami, zarządzania zasobami ludzkimi i potencjału innowacyjnego (Adamczyk, Gródek-Szostak, Kulisa, 2020).

W omawianej koncepcji priorytetowe jest osiągnięcie przez organizacje gospodarcze swoich celów biznesowych przy efektywnym wykorzystaniu zasobów z uwzględnieniem zarządzania przyjaznego środowisku. Wobec rosnącego od lat 80. XX wieku znaczenia tego nurtu, nauka odpowiedziała wykrystalizowaniem się paradygmatu rozwoju zrównoważonego, oddziałującego na wiele dziedzin i dyscyplin naukowych, w tym w obszarze nauk o zarządzaniu i jakości (Zyznarska-Dworczak, 2019; Matysiak, Struś, 2015). Przemiany społeczno-gospodarcze i wprowadzanie restrykcyjnych regulacji prawnych w zakresie raportowania danych niefinansowych doprowadziły do stopniowej ewolucji pojęcia CSR w kierunku ESG (Roselle, 2016; Mazur-Wierzbicka, 2021, Jelska, 2023; Misztal, 2023).

Zrównoważony rozwój firm¹ to integralne podejście do biznesu, mające na celu wzmocnienie przewagi konkurencyjnej i rentowności przez trwałe tworzenie wspólnej wartości w wyniku ścisłej współpracy z wszystkimi interesariuszami oraz integrację czynników ESG w procesie podejmowania decyzji (Taticchi, Demartini, 2021). ESG odnosi się do sposobu, w jaki korporacje i inwestorzy łączą kwestie środowiskowe, społeczne i związane z ładem korporacyjnym w swoich modelach biznesowych. ESG wydaje się być bardziej ekspansywną terminologią niż CSR (Gillan, Koch, Laura, 2021; Misztal, 2023).

Intensyfikacja europejskich i światowych prac legislacyjnych w obszarze rozwoju zrównoważonego, takich jak dyrektywa UE ws. sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (tzw. CSRD), przepisy dotyczące Taksonomii,

¹ Słowa „firma” i „przedsiębiorstwo” będą używane w niniejszej pracy zamiennie, choć dostrzega się różnice między tymi pojęciami w aspekcie prawnym.

Europejskiego Zielonego Ładu, nakładają na przedsiębiorstwa coraz to nowe obowiązki dla zapewnienia respektowania celów zrównoważonego rozwoju (Dyrektywa UE 2013/34/UE; Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady Europy z 15 października 2014 roku zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE; Dyrektywa UE 2022/2464). Jedną z głównych zmian jest objęcie większej liczby organizacji obowiązkiem raportowania niefinansowych wskaźników ESG. Proces ten jest wprowadzany w trzech fazach. Pierwsza z nich, obowiązek raportowania za rok 2024, obejmie te spółki, które raportują pod dotychczasową NFRD (transponowaną Ustawą o rachunkowości), narzucając obowiązek zastosowania pełnych ESRS. Raportowanie indywidualne będzie wskazane dla największych z dużych jednostek zainteresowania publicznego, które przekraczają liczbę zatrudnienia 500 pracowników oraz jeden z progów finansowych w art. 49b ust. 1 UoR, tj. 85 mln zł suma aktywów lub 170 mln zł przychody netto. Raportowanie skonsolidowane obowiązywać będzie każdą jednostkę zainteresowania publicznego, będącą jednostką dominującą dużej grupy kapitałowej, która przekracza liczbę zatrudnienia 500 pracowników i jeden z progów finansowych w art. 55 ust. 2b UoR. Kontynuując, faza II, czyli za rok 2025, obejmie obowiązkiem raportowania wszystkie pozostałe duże jednostki notowane i nienotowane oraz pozostałe duże grupy kapitałowe, przy czym będzie tu również obowiązywało zastosowanie pełnych ESRS. Wreszcie, w ostatniej fazie, za rok 2026, raportować będą małe i średnie spółki giełdowe, mając możliwość wyboru stosowania pełnych lub uproszczonych ESRS (<https://www.seg.org.pl/regulacje/kategorie/pl-raportowanie-esg/pl-csrd>, dostęp: 20.10.2023).

Uwarunkowania te generują nowe zadania dla kadry kierowniczej spółek, a mianowicie opracowywanie i wprowadzanie w życie strategii biznesowych, które maksymalizują wartość tworzoną dzięki efektywnemu zarządzaniu czynnikami ESG. Podejście to wymaga od kierownictwa dokonania czterech zmian w sposobie zarządzania: włączenia zrównoważonego rozwoju do strategii biznesowej, docenienia wpływu spółki na świat, usprawnienia procesu decyzyjnego oraz systematycznego zbierania i analizy danych (*Dyrektywa CSRD zmienia strategię tworzenia wartości firm*, 2023). Wobec powyższego, zagadnienie zrównoważonego rozwoju stało się przedmiotem zarządzania szeroko dyskutowanym, podejmowanym, wdrażanym i badanym.

Organizacje objęte prawnie obowiązkiem raportowania ESG stanęły przed zadaniem nie tylko, jak wdrażać i dostosowywać swoje strategie zarządzania w tym zakresie, ale i jak komunikować je do różnych grup interesariuszy. W niniejszej pracy skupiono się na grupie odbiorców, jaką stanowią pracownicy przedsiębiorstw. Oni bowiem nie tylko są realizatorami zaplanowanych w strategii działań, ale też stanowią najważniejszy kapitał intelektualny organizacji oraz jej kulturę organizacyjną, a im większe ich zaangażowanie i poczucie identyfikacji z organizacją, tym sprawniejsze osiągnięcie przez nią celów biznesowych.

Temat komunikowania zrównoważonego rozwoju stał się jednym z głównych wyzwań organizacji ze względu na jego aktualność, konieczność dostosowania się do zielonej transformacji, interdyscyplinarność tego pojęcia, szum informacyjny i wynikającą z tego potrzebę edukowania, wyjaśniania oraz podnoszenia świadomości społecznej w tym zakresie. Zagadnienie to dotyczy bowiem nie tylko bezpośrednio strategii biznesowej, ale również komunikacji marketingowej, polityki personalnej, raportowania dotyczącego zrównoważonego rozwoju, co wiąże się ze spójnym zarządzaniem organizacją jako systemem.

1. Komunikacja ESG w strategiach organizacji – przegląd literaturowy

Pojęcie zrównoważona komunikacja i komunikowanie zrównoważonego rozwoju pojawiło się w literaturze przedmiotu wraz z rozwojem idei zrównoważonego rozwoju, wyrosłej na gruncie społecznej odpowiedzialności biznesu, teorii interesariuszy, koncepcji tworzenia wartości wspólnej (Bowen, 2013; Freeman, 2010; Porter, Kramer, 2019). Obecna terminologia w rozumieniu skrótu ESG nawiązuje do trzech elementów: E-Environmental, S-Social, G-Governance, a łączy realizację celów środowiskowych, społecznych oraz ładu korporacyjnego dla osiągnięcia celów zrównoważonego rozwoju określonych w licznych dokumentach, takich jak Agenda 2030 (UNDP), wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka (UNGP), ujętych jako Krajowy Plan Działania na rzecz wdrażania Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka 2021-2024, wytycznych OECD i wspomnianych uprzednio dyrektywach UE (Booth, 2023; Krajowy Plan Działania na rzecz wdrażania Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka 2021-2024).

Przemiany legislacyjne i idące za tym wdrożenia praktyczne wymagają nowoczesnej i profesjonalnej komunikacji. W literaturze przedmiotu obserwuje się wpisanie jej w ramy teoretyczne i empiryczne, integrując interdyscyplinarne perspektywy z teorii komunikacji, nauk o zarządzaniu i jakości, psychologii, socjologii, nauk o edukacji, teorii systemów i konstruktywizmu, łącząc metody oraz koncepcje z różnych dziedzin, takich jak praktyka korporacyjna, zarządzanie, neuromarketing, edukacja czy media.

Pierwsze prace dotyczące komunikowania zrównoważonego rozwoju wymieniane są w 1995 roku, a zdecydowany wzrost liczby publikacji o tej tematyce zauważa się od 2014 roku (Golob, Podnar, Zabkar, 2023). Jednymi z prekursorów podejmujących to zagadnienie byli J. Godemann i G. Michelsen (2011) – autorzy pracy zatytułowanej *Sustainability Communication: Interdisciplinary Perspectives and Theoretical Foundation*. Obecnie pojęcie „komunikowanie zrównoważonego rozwoju” pojawia się w literaturze głównie w kontekście ujęcia aspektów środowiskowych, społeczno-ekonomicznych, analizy narzędzi, strategii, taktyk, metod, komunikacji, postrzegania przez interesariuszy czy wreszcie jako narzędzie do promocji zrównoważonego rozwoju. Wymienia się też kontekst zrównoważonego rozwoju jako przedmiotu komunikacji, co jest najważniejszym aspektem z punktu widzenia niniejszego opracowania (Golob, Podnar, Zabkar, 2023).

Doprecyzowując omawianą tematykę F. Weder i in. (2021) używają pojęcia „zrównoważona komunikacja” i wyróżniają trzy jej tryby: komunikację jako część dyskursu publicznego (czyli debata, zapewnienie otwartości, dialog, przejrzystość, konstruowanie znaczeń), komunikację jako jednokierunkowe przekazywanie określonej kwestii/polityki zrównoważonego rozwoju w celu osiągnięcia określonego efektu lub celu (tj. aspekt instrumentalny) oraz komunikację na rzecz zrównoważonego rozwoju (wezwanie do działania w kontekst organizacji pozarządowych, oddolnych ruchów klimatycznych, np. „Piątka dla przyszłości”, „Alarm smogowy” itp.).

Z punktu widzenia tematu niniejszej pracy istotny będzie aspekt komunikacji zrównoważonego rozwoju w strategiach zarządzania organizacjami. Zagadnienie to jest ważne z kilku powodów. Po pierwsze, współczesne organizacje stoją przed zadaniem uczynienia z celów zrównoważonego rozwoju swojego priorytetowego zdania, już nie tylko z pobudek dobrowolnych, ale narzuconych prawnie. Coraz większa grupa podmiotów rynkowych obejmowana jest unijnym obowiązkiem wdrażania i raportowania ESG.

Po drugie, konsekwencją tego jest dostosowanie do tych zmian w systemach i strategiach zarządzania, konieczność informowania na ten temat wszystkich i różnych grup interesariuszy. Wewnątrz organizacji w kulturach organizacyjnych następuje zmiana światopoglądowa, modyfikacja postaw, zachowań i wartości. Oczekiwany kierunek tych zmian, zgodny z celami zrównoważonego rozwoju, musi być prawidłowo komunikowany na linii organizacja – pracownik.

Po trzecie, zarówno w literaturze przedmiotu, jak też w praktyce gospodarczej występuje chaos pojęciowy (messwashing) wokół zagadnień zrównoważonego rozwoju. Klaryfikacja celów, działań i zasadności wdrażania ESG, dla ich popularyzacji oraz akceptacji społecznej, to współcześnie z pewnością jedno z ważniejszych zadań dla działów komunikacji w przedsiębiorstwach (Raport Dotrelations.pl, 2023).

Jak widać, komunikacja jest ważnym obszarem w strategii organizacji, ściśle związanym z funkcjami zarządzania. Skierowany do pracowników proces komunikacji wewnętrznej jest zadaniem kluczowym kadry kierowniczej. Współpraca w ramach przedsiębiorstwa jako systemu społecznego może być osiągnięta jedynie przy pomocy zorientowanej na cel, przejrzystej i otwartej komunikacji. Dotyczy to w szczególności zarządu, menedżerów, team liderów, ale też specjalistów ds. marketingu, komunikacji, HR, CSR, ESG, a nawet nowych stanowisk, takich jak „Feelgood Manager”, „Happiness Manager” czy Lider ESG (Lange, 2022). Bez komunikacji przedsiębiorstwa nie mogą funkcjonować jako kolektyw wielu osób o różnych zadaniach oraz zainteresowaniach. Komunikacja jest również istotna w celu przekazywania, formułowania określonych, zaplanowanych przekazów w celu osiągnięcia określonych rezultatów, takich jak np. omawiany w niniejszej pracy zrównoważony rozwój. W literaturze przedmiotu podkreśla się, że zadania związane ze zrównoważoną transformacją wciąż są nie do końca zdefiniowane (i często niewłaściwie zamieszczone w strukturze organizacji) (Raport Dotrelations.pl, 2023; Lange, 2022; Kovaitė, Šūmakaris, Stankevičienė, 2020; Muhammad, 2023; Deepa, Baral, 2022). Określenie oczekiwanego i najbardziej skutecznego nadawcy komunikatów na temat zrównoważonego rozwoju to jedno z pytań postawionych w przeprowadzonym badaniu.

Komunikacja zrównoważonego rozwoju w miejscu pracy wymaga głębokiego zrozumienia swojego personelu jako różnych społeczności, ich wartości, przekonań i kultur. Skuteczne komunikowanie wymaga uwzględnienia kontekstu społecznego, aby dostosować przekaz do specyficznych potrzeb i oczekiwań odbiorców. T. Verčič, A.Z. Galić i K. Žnidar (2021) podkreślają, że proces komunikacji to specyficzny rodzaj wymiany społecznej, jaka zachodzi pomiędzy pracodawcą a pracownikiem, zatem w polityce zrównoważonego rozwoju również pracownik winien widzieć korzyści dla siebie. Dostrzeganie wagi zrównoważonego rozwoju dla pracownika jest interesującym zagadnieniem, które przyjęło postać kolejnego pytania badawczego w dalszej części pracy. Niezbędną podstawę do osiągania różnych korzystnych wyników w organizacjach stanowi komunikacja wewnętrzna, a w jej ramach kluczową rolę odgrywa ustanawianie i utrzymywanie skutecznych kanałów komunikacji między pracodawcami a pracownikami (Vokić, Verčič, Ćorić, 2022).

Biorąc pod uwagę rozwój nowych technologii, wachlarz możliwych do zastosowania w komunikacji narzędzi jest dzisiaj bardzo obszerny (Brylew, 2019). Mowa tu już nie tylko o powszechnie stosowanych narzędziach, takich jak: newsletter, Intranet, e-maile, strony internetowe, media społecznościowe. Innowacje doprowadziły do opracowania

różnych elektronicznych, wirtualnych narzędzi do komunikacji i współpracy, jak choćby komunikatory internetowe, platformy do wideokonferencji i telekonferencji, webinary, czat firmowy, komunikatory wewnętrzne, oprogramowanie do zarządzania projektami oraz rozwiązania do przechowywania danych w chmurze. Wewnętrzne platformy społecznościowe, takie jak Yammer, Slack czy też Workplace by Facebook, umożliwiają pracownikom interakcję, dyskusje, udostępnianie informacji i współpracę w ramach przedsięwzięć związanych ze zrównoważonym rozwojem. Mogą one też służyć jako miejsce, w którym pracownicy mogą zgłaszać pomysły, zadawać pytania i dzielić się wiedzą na ten temat. Narzędzia te umożliwiają efektywną współpracę i wymianę informacji między członkami zespołu, niezależnie od ich fizycznej lokalizacji (Batko, 2017; Kovaitė, Šūmakaris, Stankevičienė, 2020; Muhammad, 2023; Raport Dotrelations.pl, 2023).

Do metod stosowanych w komunikowaniu zrównoważonego rozwoju należą też formy wymagające bezpośredniego kontaktu, takie jak choćby (Raport Dotrelations.pl): bezpośrednie rozmowy, bieżące spotkania zespołów, eventy, jubileusze, spotkania okolicznościowe, przemówienia, wypowiedzi członków organów zarządczych, kontakty, rozmowy nieformalne, akcje społeczne. Biorąc pod uwagę treść przekazu, na uwagę zasługują listy członków zarządu, ze względu na priorytetowego w organizacji nadawcę i okazanie zainteresowania różnymi grupami kadry pracowniczej. Marketingowe materiały będą też różnić się treścią przekazu w zależności od tego, czy kierowane będą wewnątrz do pracowników, czy do szerokiego grona odbiorców. Na uwagę jako nośnik informacji w dziedzinie ESG zasługuje raport CSR, inaczej zwany raportem społecznym czy raportem zrównoważonego rozwoju, jako najbardziej kompleksowy zbiór informacji na temat strategii ESG w organizacji (Krasodomska, Zarzycka, Dobija, 2022). Warto badać, na ile spełnia on swoją rolę w komunikacji wewnętrznej skierowanej do pracowników. Pozostaje pytanie, które z kanałów pracownicy preferują, a wobec zmieniających się dynamicznie trendów, dostosowanie do potrzeb pracowników wymaga bieżącego ankietowania ich w tej kwestii. Przykładowo, jednym z najnowszych narzędzi są „suscasty” Kantar Polska (<https://suscasty.kantarpolska.pl/>, dostęp: 20.10.2023), czyli podcasty poświęcone „sustainability” czy storytelling, social selling i grywalizacja andragogiczna jako metody angażowania w kwestie ESG (Marczak, 2023).

Komunikowanie zrównoważonego rozwoju pracownikom organizacji ma pełnić funkcję informacyjną, perswazyjną oraz edukacyjną. Strategie komunikacyjne mają promować zrównoważone postawy, działania proekologiczne, zrównoważony styl życia wśród pracowników, angażować ich w prowadzone akcje, a nawet wpływać na inicjowanie przez nich inicjatyw oddolnych. Planowana strategia komunikacji wewnętrznej powinna być ściśle związana z wdrażaną kulturą organizacyjną i stylem przywództwa w organizacji. Jak podkreślają S.S. Jacobsen, S. Korsgaard i F. Günzel-Jensen (2020), dobrze prowadzona komunikacja w zakresie ESG i większa koncentracja firmy na zrównoważonym rozwoju wpływają na pracę zespołu, tworzenie wspólnej płaszczyzny do współpracy, a także lepsze zrozumienie i rozpoznanie strategicznego kierunku firmy. Z kolei M.N. Ramanayake i in. (2022) czy M. Kaczkowska-Serafińska (2022) zauważają rolę praktyk zarządzania zasobami ludzkimi, zorientowanych na zrównoważony rozwój w zwiększaniu zaangażowania pracowników, ich motywacji do pracy i satysfakcji z pełnionych ról zawodowych. Warto dodać, że w literaturze przedmiotu często badanym tematem jest postrzegany wpływ skutecznej zintegrowanej komunikacji na kształtowanie postaw pracowników i atrakcyjność miejsca pracy w kontekście budowania marki

pracodawcy (employerbrandingu) (Deepa, Baral, 2021). Dobrze prowadzona komunikacja w zakresie zrównoważonego rozwoju z pewnością może przyczynić się do osiągnięcia tego efektu.

Analizując komunikowanie zrównoważonego rozwoju, nie sposób nie wspomnieć o negatywnych konotacjach, które pojawiają się w teorii i praktyce gospodarczej, takich jak greenwashing, ESGwashing, purpose washing, wspomniany wyżej messwashing, przypisywanie bardziej wizerunkowego, promocyjnego niż faktycznego znaczenia strategii ESG (Dolśak, Griffin, Prakash, 2022). Powstałe na tej bazie uprzedzenia, które mogą dotyczyć zarówno konsumentów, jak również pracowników, mogą być źródłem negatywnego nastawienia, zniechęcenia, oporu przed zmianami, konfliktów (Bai i in., 2022), zwłaszcza w kontekście zagrożeń zewnętrznych, takich jak inflacja, konflikty wojenne, kryzys po pandemii COVID-19 (Duda, Kusa, 2023). Kwestie te będą miały znaczenie również w planowaniu komunikacji skierowanej do pracowników.

Podsumowując opisane ujęcie teoretyczne, można podkreślić kilka aspektów komunikacji wewnętrznej zrównoważonego rozwoju, akcentowanych w publikowanych badaniach, m.in.: regularność informowania, stały kontakt przełożonych z pracownikami, otwartość i jasność przekazu, proaktywna polityka informacyjna przedsiębiorstwa, zaangażowanie społeczne firm – jako pozytywnie postrzegane przez pracowników (Haliuk, Haliuk, Haliuk, 2023; Ramanayake i in., 2022; Deepa, Baral, 2021). Ważne jest, żeby organizacje uwzględniały różnorodność preferencji oraz potrzeb pracowników. Najlepszym podejściem jest stworzenie elastycznej strategii komunikacji, która umożliwi pracownikom dostęp do różnych rodzajów informacji i samodzielne wybieranie stopnia zaangażowania. W ten sposób mogą oni sami decydować, w jakim stopniu chcą pozyskiwać informacje na temat zrównoważonego rozwoju w ich miejscu pracy, a organizacje mogą dostarczać rozmaite metody w procesie komunikacji, np. raporty, newslettery, spotkania, platformy społecznościowe wewnętrzne, by sprostać indywidualnym oczekiwaniom pracowników. Przegląd literatury umożliwił sprecyzowanie pytań badawczych w omawianej tematyce, co będzie przedmiotem dalszej części niniejszego opracowania.

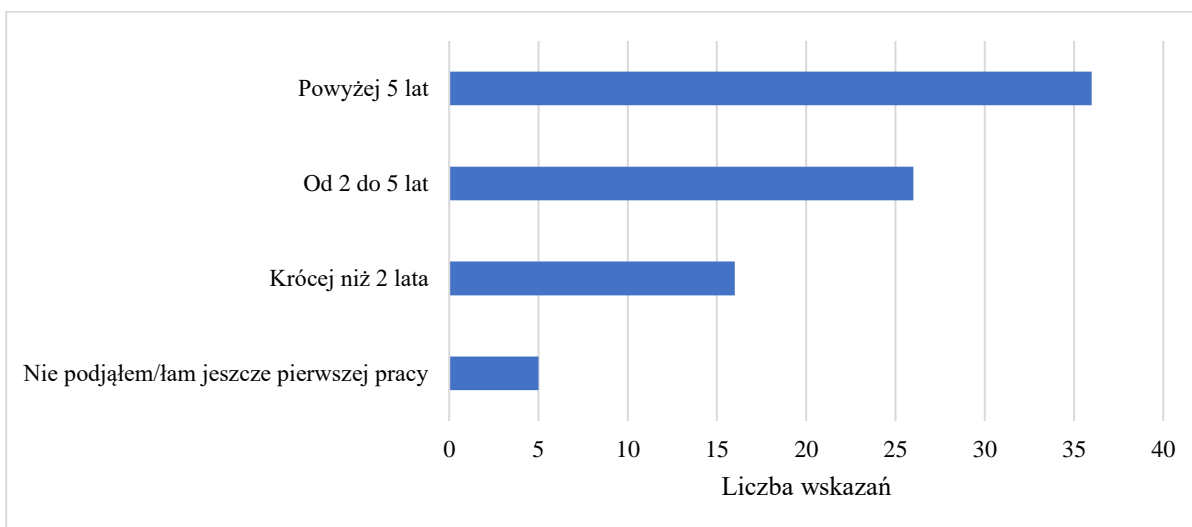
2. Metodyka badań własnych

W badaniu przyjęto założenie, że pracownicy stanowią jedną z głównych grup interesariuszy, którzy są odbiorcami wdrażanych w ramach strategii zrównoważonego rozwoju zasad czy działań, komunikowanych również wewnątrz organizacji, zatem też przekazów dotyczących strategii ESG ujmowanej ogólnie. Czynniki społeczne, środowiskowe i ładu korporacyjnego dotyczą personelu bezpośrednio lub mają wpływ na zarządzanie, strategię, działania, profil, tożsamość i wizerunek przedsiębiorstwa, o czym pracownicy powinni być na bieżąco informowani.

Badanie przeprowadzono metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem techniki ankietowej CAWI w okresie od września do października 2023 roku. Dodać należy, że ma ono charakter pilotażowy.

W badaniu wzięły udział 83 osoby, które zamieszkiwały Polskę południową, będące w wieku produkcyjnym. Były one w trakcie podnoszenia swoich kwalifikacji w dziedzinie zarządzania, ekonomii i przedsiębiorczości, czyli kształcające się na studiach zaocznych w tych dziedzinach. Uściślając, mowa o kierunkach: zarządzanie, finanse i rachunkowość oraz informatyka w Wyższej Szkole Ekonomii i Informatyki w Krakowie.

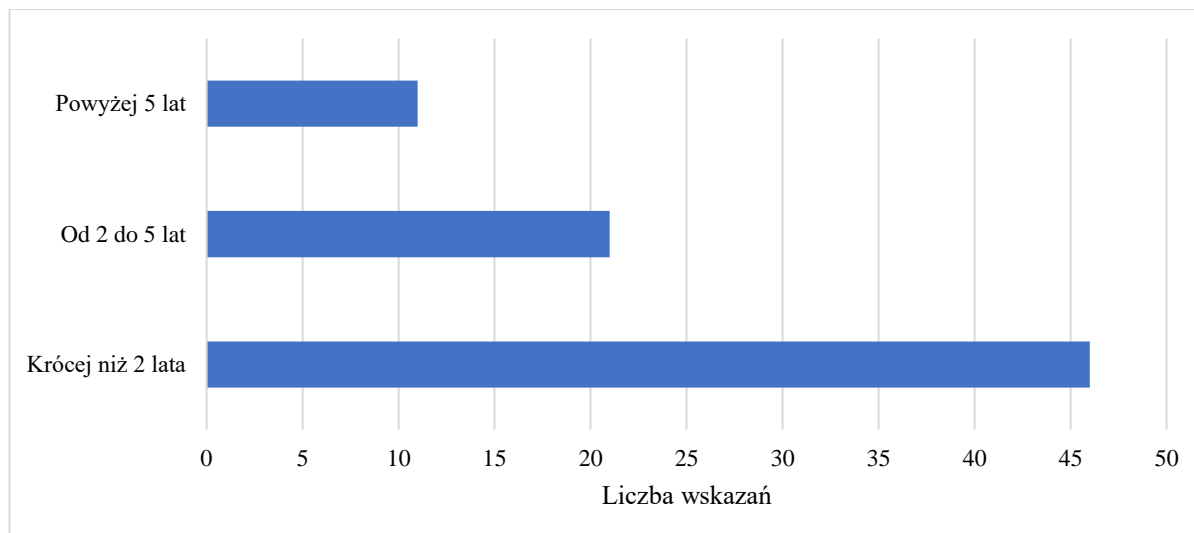
Przyjęto założenie, że fakt ten będzie determinował kolejne cechy grupy badawczej, czyli największy jej odsetek stanowić będą reprezentanci pokolenia Z, o krótkim stażu pracy i średnim poziomie wykształcenia. I tak, stwierdza się, że wśród 83 osób, które wzięły udział w badaniu, wykształcenie średnie ma blisko 3/4 z nich, a 1/4 badanej grupy deklaruje wykształcenie wyższe. Zdecydowana większość z nich, tj. 58 osób, reprezentuje pokolenie Z. W badanej grupie 36 osób, czyli prawie połowa respondentów, wskazuje na swoją aktywność zawodową dłuższą niż 5 lat, a prawie 1/3 grupy pracuje mniej niż 5-, lecz więcej niż 2 lata (wykres 1). Podkreślić należy, że w badanej grupie niemal wszyscy (78 osób) są zatrudnieni lub samozatrudnieni, co stanowi wysoki odsetek w grupie badawczej. Faktu samozatrudnienia nie uznano za czynnik wykluczający z udziału w badaniu, nie pytano również tych respondentów, czy i ile osób zatrudniają w prowadzonych przez siebie organizacjach. Punkt ten może być zmodyfikowany w kontynuacji badań w przyszłości. Dla realizacji celu badania istotne zaś było, czy badane osoby są aktywne zawodowo. W związku z powyższym, na kolejne pytania w ankiecie nie odpowiadali respondenci, którzy nie podjęli jeszcze pierwszej pracy (n=78). Dopełniając charakterystykę grupy respondentów, 35 osób stanowili mężczyźni, zaś 48 kobiety.



Wykres 1. Czas aktywności zawodowej pracowników na rynku pracy (n=83).

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Zagadnienie komunikowania zrównoważonego rozwoju w miejscu pracy w niniejszych badaniach było analizowane w kontekście aktualnego miejsca zatrudnienia respondentów. Biorąc pod uwagę, że osoby badane są w większości na początku swojej kariery zawodowej, prawie 2/3 z nich dokonywało oceny z perspektywy pracownika zatrudnionego krócej niż 2 lata, a niewiele ponad 1/4 – więcej niż 2, lecz krócej niż 5 (wykres 2). Jeżeli chodzi o branżę, najwięcej osób związanych jest z sektorem IT (22) oraz sektorem finansów i ubezpieczeń (21) i handlem (19). Wynik ten jest zgodny z kierunkami studiów, które podjęli respondenci. Spośród mniej licznych wskazań ilościowo znaczenie ma kategoria „pozostałe branże usług niematerialnych (fryzjerskie, kosmetyczne, fotograficzne oraz inne) (9 wskazań). Najmniej liczną grupę stanowili pracownicy branży przemysłowej, oświaty i wychowania, pozostałych gałęzi produkcji materialnej (wydawnictwa, filmy, usługi informacyjne i inne).



Wykres 2. Okres zatrudnienia pracownika w organizacji, której dotyczy badanie (n=78).
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

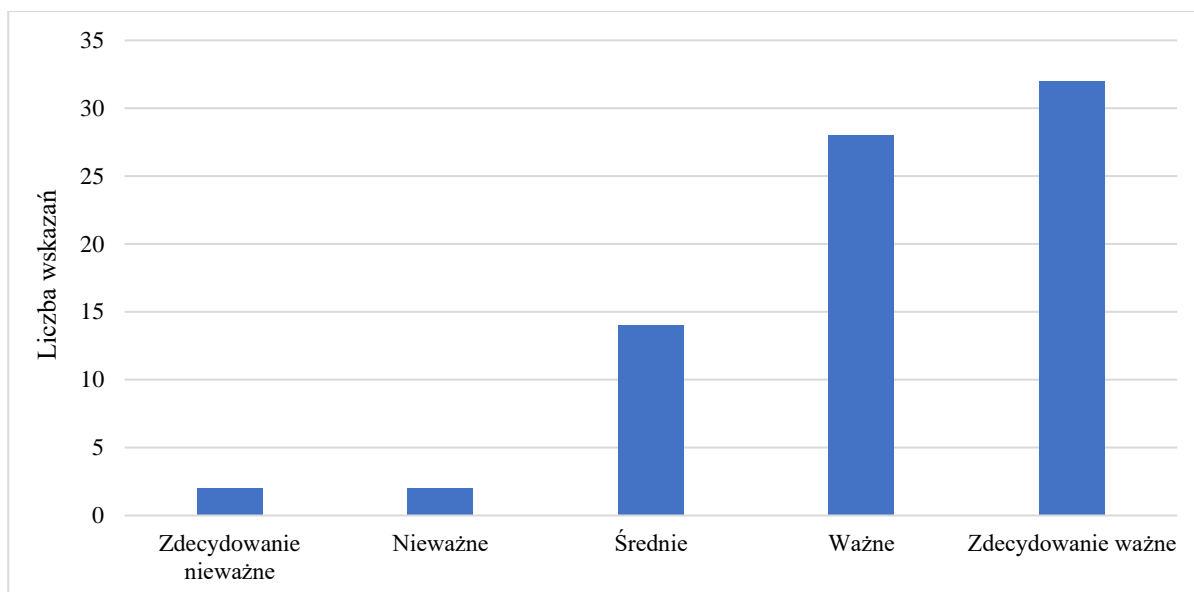
Osoby poddane badaniu stanowią zróżnicowaną grupę pracowników pod względem wielkości i formy własności przedsiębiorstw, w których są zatrudnione. Zdecydowana większość (72 osoby) reprezentuje sektor prywatny, a w tym 2/3 – z kapitałem krajowym. Wśród przedsiębiorstw, w których zatrudnieni są ankietowani, przeważa forma własności, jaką są spółki prawa handlowego (ponad 1/3 ogółu badanych), z kolei 1/4 wskazała spółkę cywilną, zaś co piąty ankietowany prowadzi działalność gospodarczą. Respondentów prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą nie pytano, czy zatrudniają pracowników i w jakiej liczbie, co mogłoby ulec korekcie w kwestionariuszu w kontynuacji badań. Kolejną istotną dla wyników badania determinantą jest fakt, że w badanej grupie ankietowanych zdecydowaną większość (prawie 2/3) stanowią przedsiębiorstwa sektora MSP, a zdecydowanie mniej, gdyż tylko 1/3, przedsiębiorstwa duże. Kilko ankietowanych nie potrafiło wskazać odpowiedzi na to pytanie. Badana grupa pracowników była również zróżnicowana pod względem stanowisk, jakie pełnią w organizacjach.

3. Wyniki i analiza materiału empirycznego

Dla realizacji celu pracy postawiono trzy następujące pytania badawcze:

- 1) Czy dla pracowników współczesnych organizacji kwestie ESG prowadzone przez ich pracodawców mają znaczenie i na ile?
- 2) Kogo pracownicy postrzegają jako głównego nadawcę informacji na temat ESG w organizacjach, w których są zatrudnieni?
- 3) Jakimi kanałami w systemie komunikacji organizacji pracownicy otrzymują informacje na temat zrównoważonego rozwoju w ich opinii?

Dane empiryczne pozyskane z badania pozwoliły zauważyć, że kierowanie się zasadami zrównoważonego rozwoju przez pracodawcę jest ważne i zdecydowanie ważne dla łącznie 60 osób badanych (wykres 3), co oznacza, że prawie co czwarta osoba nie ceni takich wartości w przedsiębiorstwie lub uważa je za średnio istotne. Najwięcej osób zadeklarowało znaczenie na poziomie 5 (32 osoby) i 4 (28 osób), a najmniej na poziomie 1 i 2 (zaledwie po 2 osoby); średnio dla całej badanej grupy respondentów ważność zrównoważonego rozwoju w organizacji uplasowała się na poziomie 4,1.

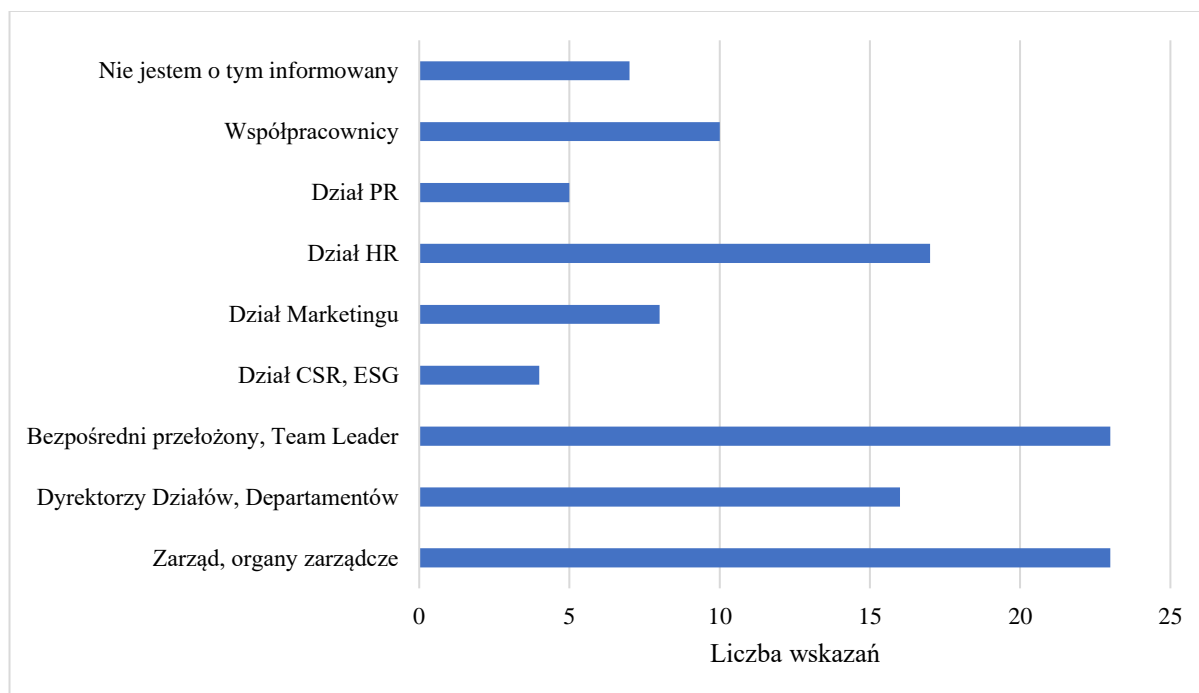


Wykres 3. Znaczenie prowadzenia przez organizację strategii ESG w opinii pracowników (n=78). Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Na uwagę zasługuje odpowiedź na pytanie, czy respondenci uważają, że ich pracodawca prowadzi w ogóle jakąkolwiek komunikację skierowaną do pracowników w kwestii zrównoważonego rozwoju. Należy odnotować, że zdecydowanej większości respondentów (nieco mniej niż połowa wskazań) trudno było to określić, chociaż po tyle samo było skrajnych odpowiedzi – niemal co trzeci respondent potwierdził fakt prowadzenia komunikacji ESG w organizacji, podobnie prawie co trzeci ankietowany nie dostrzega, aby ich pracodawca takie kwestie mu komunikował. Punkt ten okazał się być kluczowy dla dalszego badania. O opinię i ocenę procesu komunikacji prowadzonego na temat ESG wewnątrz organizacji poproszono bowiem nie tylko tych respondentów, którzy udzielili odpowiedzi twierdzącej, co jest konsekwentną kontynuacją projektu badawczego, ale także tych, którzy udzieli odpowiedzi „nie wiem”. Uznano bowiem, że różny może być poziom wiedzy i świadomości zagadnień ESG u pracowników różnych szczebli i wykonujących rozmaite role w miejscu pracy, niezwiązane bezpośrednio ze zrównoważonym rozwojem. W diagnozie tej pomocne były odpowiedzi na pytanie kontrolne, że tylko 1/5 badanych ma w zakresie swoich obowiązków informowanie o kwestiach ESG, podczas gdy zdecydowanej większości (53 osoby) taki zakres zadań nie dotyczy, z kolei co dziesiąta osoba uważa, że tego nie wie. Dla dalszego przebiegu badania ważne było, że osoby wskazujące, iż organizacja nie komunikuje im zagadnień ESG, nie były respondentami odnośnie do dalszych dwóch pytań badawczych, co wynika z ich istoty. Warto nadmienić, że skierowano do tej grupy badanych pytania na temat ich oczekiwań oraz potrzeb odnośnie do tej strategii komunikacji, co będzie przedmiotem dalszych analiz naukowych podjętych jako kontynuacja niniejszej pracy.

W związku z powyższym, wyłonionej w ten sposób grupie respondentów (w liczbie 56) postawiono kolejne pytania dotyczące opinii i oceny strategii komunikacji ESG, co jest przedmiotem badań w niniejszym artykule. I tak, za głównego nadawcę komunikatów na temat zrównoważonego rozwoju respondenci uznali zarząd, organy zarządcze i bezpośrednich przełożonych, team leaderów, a w dalszej kolejności działy HR (wykres 4). Najmniej wskazań, zaledwie 4, odnotowano dla działu CSR i ESG, co

może wynikać z faktu, że w małych organizacjach nie ma tak wyspecjalizowanych jednostek. Przypomnieć należy, że w badanej grupie respondentów blisko 2/3 wskazań stanowią przedsiębiorstwa sektora MSP. Warto podkreślić, że dział marketingu, jako nadawca komunikatów ESG, ma dwa razy mniej wskazań niż dział HR, co po pierwsze, może wiązać się z tym, że grupą respondentów są pracownicy, a nie klienci, ale po drugie, może to wskazywać na związek strategii zrównoważonego rozwoju z elementami polityki personalnej i kultury organizacyjnej bardziej niż z promocją, reklamą, negatywnie postrzeganym greenwashingiem czy purpose washingiem.

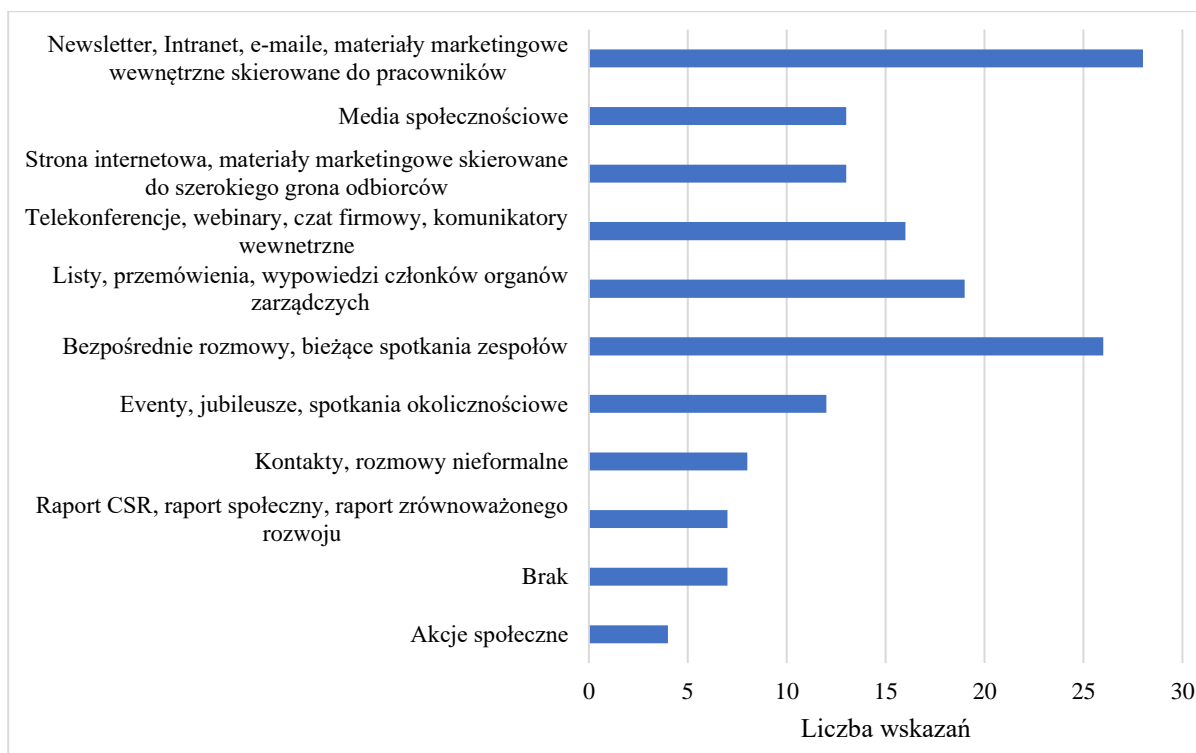


Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.

Wykres 4. Nadawca komunikacji na temat ESG w organizacji w opinii pracowników (n=56).
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Kolejną interesującą z punktu widzenia podejmowanego tematu kwestią było wyłonienie kanałów informacji postrzeganych przez pracowników jako najbardziej skutecznych w komunikowaniu zrównoważonego rozwoju w miejscu pracy. Spośród obszernej kafeterii możliwych narzędzi najwyższe wskazania otrzymały formy elektroniczne – newsletter, intranet, e-maile, czat (aż połowa wszystkich odpowiedzi) oraz, przeciwnie do kanałów opartych na technologii, formy bezpośrednich rozmów, kontaktów, bieżących spotkań (również blisko połowa odpowiedzi – 23 wskazania) (wykres 5). Listy, przemówienia, wypowiedzi zarządu respondenci wymienili jako kolejny istotny kanał komunikacji (19 wskazań), co jest zgodne z wyżej odnotowanym postrzeganiem przez pracowników zarządu jako głównego nadawcy komunikatów w tej dziedzinie. Na uwagę zasługuje fakt, że najmniej wskazań uzyskały akcje społeczne i raport ESG. Wyniki te mogą mieć ponownie związek z przynależnością przedsiębiorstw, w których pracują respondenci, do sektora MŚP oraz skalą podejmowanych przez te organizacje działań w zakresie zrównoważonego rozwoju. Warto jednak nadmienić, że w obliczu zmian legislacyjnych, które według dyrektywy CSRD będą obejmować

obowiązkiem raportowania zrównoważonego rozwoju coraz liczniejsze grupy podmiotów gospodarczych, w 2026 roku będzie to również określona część małych i średnich przedsiębiorstw. Problem wdrażania tych wytycznych stanowi więc obszar wyzwań dla pracodawców, również w kontekście komunikowania tej strategii pracownikom. Raport ESG, który zdaniem respondentów odgrywa małą rolę jako kanał komunikacji, z całą pewnością będzie musiał zyskać w tej kwestii na znaczeniu.



Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.

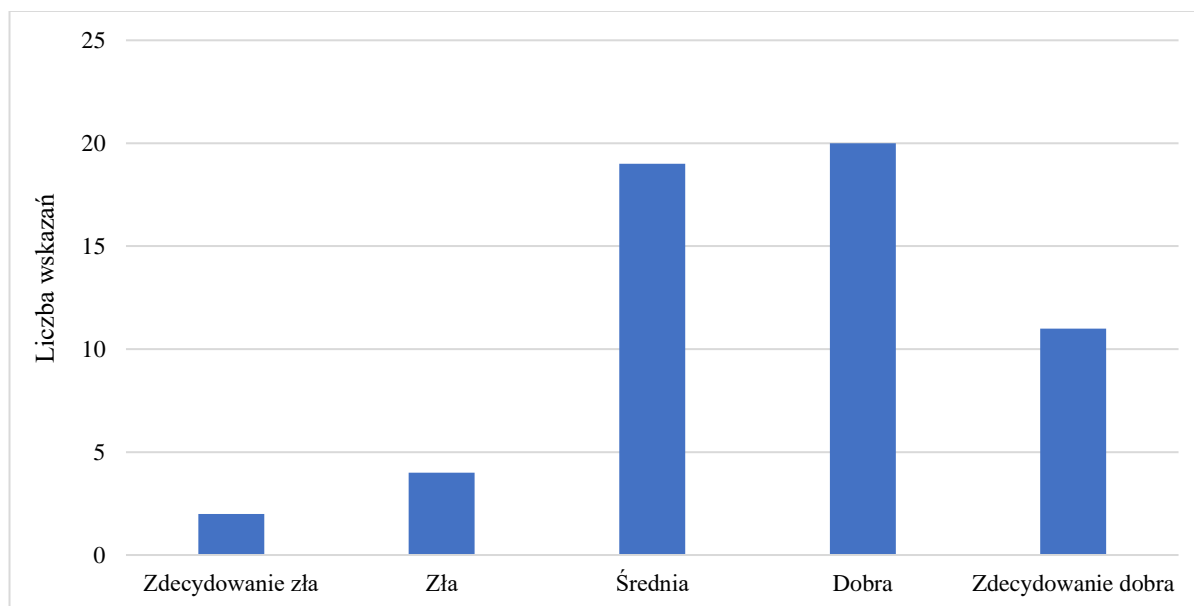
Wykres 5. Główne kanały komunikacji na linii od pracodawcy do pracownika w zakresie zrównoważonego rozwoju w opinii zatrudnionych (n=56)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Warto też podkreślić, że wśród pracowników, którzy deklarują, iż organizacja komunikuje im zagadnienia zrównoważonego rozwoju, 7 spośród nich nie potrafi zinterpretować, w jaki sposób prowadzona jest ta komunikacja (odpowiedź „brak”). Skłania to do refleksji na temat prowadzonych w organizacjach strategii komunikacji, jej klarowności i skuteczności. Tej grupie respondentów sprawia trudność nazwanie, rozpoznanie i określenie, jakimi kanałami komunikacji dowiadują się o zrównoważonym rozwoju organizacji, co z pewnością stanowi obszar do głębszej analizy badawczej w kontynuacji prowadzonych badań dla usprawnienia tego procesu w gospodarczej praktyce.

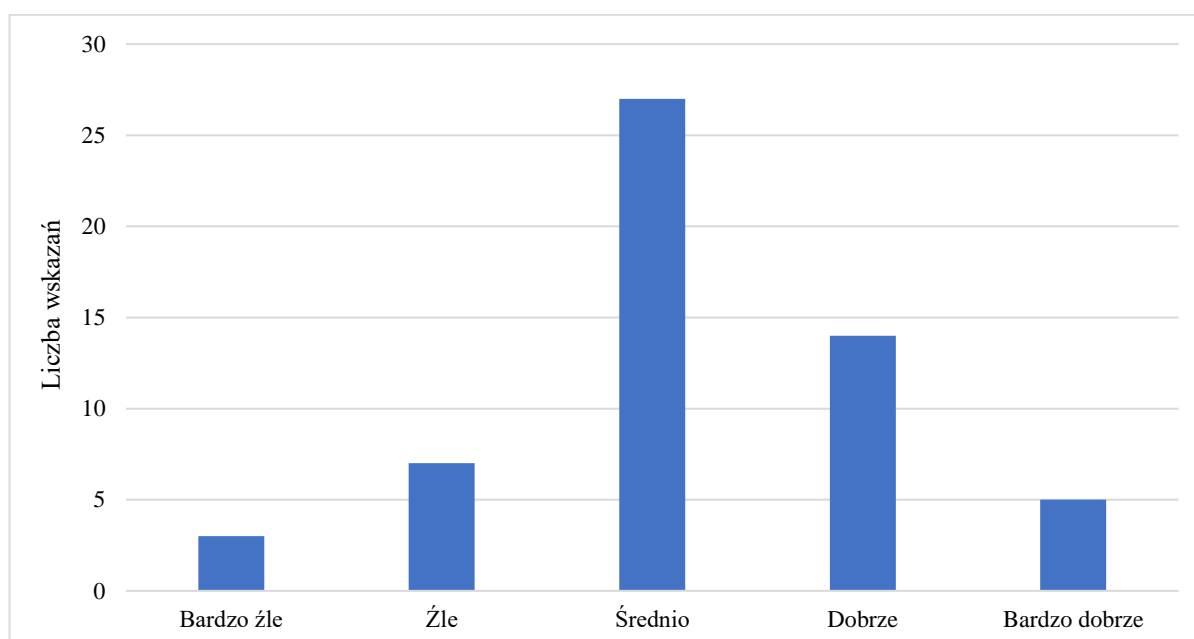
Biorąc pod uwagę kanały komunikacji i ich głównych nadawców, interesujące było, jak ogólnie pracownicy oceniają prowadzoną przez ich pracodawców strategię komunikacji zrównoważonego rozwoju. Najwięcej badanych (20 osób) zaopiniowało ją jako dobrą, a 19 osób jako średnią – wskazanie 3 na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie zła”, a 5 – „zdecydowanie dobra” (wykres 6). Średnio badani w całej grupie oceniają tę strategię na wspomnianej skali na poziomie 3,6. Dla uściślenia oceny

istotne wydało się doprecyzowanie, jak pracownicy postrzegają stopień intensywności adresowanych do nich komunikatów dotyczących ESG. Prawie połowa respondentów (27 osób) jest zdania, że prowadzona jest ona średnio intensywnie, a 19 osób odbiera ją jako intensywną oraz bardzo intensywną (wykres 7). Zatem 1/3 badanych opiniuje swoich pracodawców jako aktywnych i bardzo aktywnych w strategiach komunikacji ESG. Warto w tym miejscu przypomnieć, że 1/3 badanych to osoby zatrudnione w przedsiębiorstwach dużych i korporacjach, co może odpowiadać tym organizacjom, które kładą duży nacisk na intensywną komunikację ESG w swoich strategiach.



Wykres 6. Ocena komunikacji ESG w organizacji zdaniem pracowników (n=56).

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Wykres 7. Ocena stopnia intensywności komunikowania o zrównoważonym rozwoju w organizacji zdaniem pracowników (n=56).

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W celu uściślenia opinii pracowników na temat strategii komunikacji ESG w organizacjach w badaniu ujęto pytanie otwarte, co zmieniliby oni w tej kwestii. Otrzymane odpowiedzi skategoryzowano według wskazanej problematyki. Najwięcej odpowiedzi (1/4 grupy respondentów) dotyczyło tego nie zmieniono by nic, trudno im wskazać takie obszary, nie wiedzą, co mogliby zaproponować. Nieco więcej niż co dziesiąty badany też nie widzi potrzeby zmian, ale, co istotne, z powodu pozytywnej oceny prowadzonych działań. Najwięcej, gdyż 1/3, badanych pracowników odczuwa potrzebę, by komunikacja była prowadzona lepiej i bardziej intensywnie – zgłaszają konieczność większego przepływu informacji, organizacji większej liczby spotkań i eventów dedykowanych tylko zrównoważonemu rozwojowi, regularności przekazów komunikacji i podniesienia ich jakości. Ponadto, co dziesiąty badany podaje konkretne przykłady zmian koniecznych w ich opinii, takie jak: uproszczenie komunikacji w stosunku do liczby pracowników, większy nacisk na angażowanie pracowników w inicjatywy zrównoważonego rozwoju i tworzenie warunków dla personelu celem wniesienia swojego wkładu. Pracownicy oczekują również, żeby komunikowano im podsumowania działań za cały rok. Podnoszą kwestię odpowiedzialności ekologicznej, zdrowszego menu. Jeden z respondentów informuje, że: „Firma jest w trakcie budowania pełnej strategii ESG, w której zostaną zdefiniowane cele długoterminowe, a także sposoby komunikacji i edukacji w organizacji”.

Wśród opinii pracowników w badanym temacie blisko 1/5 respondentów poruszyła potrzebę zmian w komunikacji, wskazując na problemy o negatywnym wydźwięku. Podobnie jak w literaturze przedmiotu dominują tu bariery i ograniczenia, takie jak: zakłócenia w jasności i transparentności przekazu, brak otwartości organizacji względem pracowników, dominująca komunikacja jednostronna między zarządem a pracownikami w miejsce oczekiwanego dialogu. Badani podkreślają rolę liderów, kierowników oraz organów zarządzających w procesie komunikowania zrównoważonego rozwoju, sugerując, że nie wywiązują się oni ze swoich obowiązków w tym zakresie, np. „kierownik nie informuje pracowników o rozwoju; nie spełnia zadań wymaganych na tym stanowisku”, „ograniczyłabym bojkot tworzony przez kadrę kierowniczą”. Pracownicy oczekują bezpośredniego przekazywania informacji dotyczących rozwoju zrównoważonego, wyjaśniania elementów strategii organizacji, co miałyby skutkować „dotarciem personalnym, nie tylko ogólnym”.

W ten sposób przedstawiona analiza wyników badań pozwoliła na uzyskanie odpowiedzi na postawione pytania badawcze odnośnie do strategii komunikacji ESG we współczesnych organizacjach, ukazując obszary zaopiniowane przez pracowników jako pozytywnie i negatywnie postrzegane. Waga tych konkluzji wynika z faktu, że pracownicy stanowią grupę interesariuszy o zdecydowanie kluczowym znaczeniu dla wdrażania oraz skuteczności zasad zrównoważonego rozwoju w zarządzaniu przedsiębiorstwem.

Podsumowanie

Przeprowadzone badanie pozwoliło zrealizować cel, którym było poznanie oceny i opinii pracowników firm o różnej wielkości i z różnych branż na temat strategii komunikacji ESG w ich miejscach pracy. Analiza pozyskanego materiału badawczego dostarczyła odpowiedzi na sprecyzowane w artykule pytania badawcze.

Po pierwsze, dla zdecydowanej większości respondentów (60 spośród 78 badanych) zrównoważony rozwój organizacji, w której pracują, jest zagadnieniem ważnym lub bardzo ważnym. Odnosząc ten wynik do badań opublikowanych w literaturze przedmiotu w cyklicznych najnowszych badaniach EY *Long Term Value and Corporate Governance Survey 2023*, skonstatowano, że młodzi ludzie preferują pracodawców kierujących się zasadami zrównoważonego rozwoju w wytwarzanych produktach czy usługach: „Dla pracowników pokolenia Z i pokolenia Y firmy, które wykazują swoje wskaźniki ESG są bardziej atrakcyjne wizerunkowo niż te, które tego nie robią” (Miernik, Skotnicka, 2023). Dane EY wskazują też, że ok. 1/3 respondentów motywują silne wartości oraz cele organizacji, w tym ESG. Co ciekawe, w tym samym badaniu pracowników wszystkich grup wiekowych poproszono o odpowiedź na pytanie: „Wybierz maksymalnie trzy główne powody, dla których zmieniłbyś pracę, gdybyś otrzymał inną ofertę?”, a w odpowiedziach cele zrównoważonego rozwoju organizacji jako czynnik determinujący do tej zmiany wskazało zaledwie 10% respondentów. Można domniemywać, że wiek jest determinantą postrzegania znaczenia strategii ESG w organizacjach w opinii pracowników.

Drugi wniosek z przeprowadzonych w niniejszym artykule badań w obszarze komunikowania strategii ESG w miejscu pracy wynika z odpowiedzi na pytanie, czy respondenci uważają, że ich pracodawca prowadzi w ogóle jakąkolwiek komunikację skierowaną do pracowników na temat zrównoważonego rozwoju. I tak, 56 spośród 78 ankietowanych dostrzega, że organizacje komunikują im działania ESG. Odnosząc to do cytowanych uprzednio badań EY, ponad połowa (52%) przebadanych przez EY „Ekspertów” (przedsiębiorców zaawansowanych w strategiach ESG) jest bardzo usatysfakcjonowana z postępu osiągniętego w dziedzinie zrównoważonego rozwoju oraz ochrony środowiska naturalnego, a także silnie utożsamia się z tymi działaniami. Równocześnie, zaledwie 7% wszystkich przedsiębiorców biorących udział w badaniu EY, zatem bardzo niewielu, uważa, że kwestie z tym związane są wystarczająco powiązane ze strategią realizowaną przez ich przedsiębiorstwa w codziennej praktyce. 1/4 (27%) uważa, że należy wprowadzić fundamentalne zmiany w tym obszarze. Podnoszony jest też aspekt pozorowania działań zrównoważonych w organizacjach, które mogą być komunikowane, a niekoniecznie rzetelnie wdrażane, co niewątpliwie stanowi jedną z przesłanek do przeprowadzenia opisywanych w niniejszym artykule badań.

Kontynuując, 1/3 ankietowanych w prezentowanych i opisanych w niniejszym artykule badaniach pierwotnych uważa, że pracodawca nie komunikuje im kwestii ESG. Z metodycznego punktu widzenia oznacza to, że w dalszej części badania pilotażowego dzielili się oni swoimi opiniami na temat tego, jakie mają oczekiwania odnośnie do strategii komunikacji, a nie do oceny oraz opinii takowej. Ta część wyników badania nie stanowiła przedmiotu omawianej analizy i może być kontynuowana w kolejnym projekcie badawczym.

Po trzecie, respondenci uznają za głównego nadawcę komunikatów w zakresie ESG zarząd i organy zarządcze, a także swoich bezpośrednich przełożonych. Dla porównania, we wspomnianych wyżej badaniach EY 74% badanych uważa, że kwestie związane z ESG należy na stałe włączyć do agendy prac zarządów, nawet jeżeli miałyby to negatywnie wpłynąć, w krótkim horyzoncie czasu, na wyniki finansowe i dochodowość ich firm. Jednocześnie tylko 7% ankietowanych w badaniu EY uważa, że aspekty dotyczące zrównoważonego rozwoju są w pełni zintegrowane ze strukturą zarządu i procesem decyzyjnym (*Long Term Value and Corporate Governance Survey 2023*, 2023).

Precyzując zagadnienie nadawcy komunikatów ESG w badaniu opisywanym w niniejszym artykule, respondenci wskazują na potrzebę częstszego bezpośredniego kontaktu pomiędzy pracownikami a przełożonymi, aby odczuwali oni podmiotowość procesu komunikacji, sprawczość, wpływ na formułowanie strategii. Co więcej, zasugerowane w badaniu bariery i przeszkody dla sprawnego procesu komunikacji również leżą, zdaniem pracowników, po stronie kierownictwa, któremu przypisują zamkniętą postawę, brak otwartości na dialog, formułowanie niejasnych, nieklarownych oraz nietransparentnych przekazów. Ta część wniosków z pewnością wymagałaby dogłębnej analizy w kontynuacji badań. Podniesione kwestie wiążą się bowiem z szeroko rozumianym systemem zarządzania organizacją, kulturą organizacyjną, wartościami i tożsamością organizacji, na co składa się wiele zróżnicowanych czynników. Warto odnieść je w dyskusji do trzech aspektów zaakcentowanych w literaturze przedmiotu.

I tak, im wyższy poziom zarządzania, tym szybciej widoczne są wymierne efekty nieustającego mierzenia się firm z wyzwaniem dotyczącym koncepcji zrównoważonego rozwoju – wynika z cytowanego powyżej raportu *EY Long Term Value and Corporate Governance Survey 2023*. Zauważa się też niejasność w postrzeganiu i definiowaniu osoby lidera ESG. Przytaczając dane z Raportu z badania kompetencji i wiedzy z zakresu ESG (2023), większość ankietowanych (n=100) nie widziała, kim jest „Lider ESG” i czym różni się od liderów w innych dziedzinach. Blisko 85% badanych uznało, że w społeczeństwie nie ma świadomości na ten temat. Zdecydowana większość nie zna Liderów ESG, nie wie też, gdzie można zdobyć kompetencje, aby takowym zostać. Jeśli zaś chodzi o obowiązki Lidera ESG, wśród kluczowych wymieniane jest tworzenie relacji opartych na zaufaniu pomiędzy pracownikami, co, podobnie jak w przypadku przeprowadzonych przez autorkę opisywanych badań, sugeruje potrzebę transparentnego kontaktu na linii pracownik-lider. Potrzeby są kolejnym istotnym czynnikiem, traktowanym jako punkt wyjścia do postrzegania komunikowania ESG w organizacjach. W Raporcie *Dotrelations.pl* (2023) mowa jest o „braku zaadresowania potrzeb tożsamościowych” (s. 24) i szanowania potrzeb pracowników w strategiach ESG. To właśnie wpływałoby na wzrost samoświadomości, wartości, lojalności pracowników, zrozumienie dla prowadzonych zrównoważonych polityk w organizacji i redukcję uprzedzeń.

Poza tematem nadawcy komunikacji ESG w miejscu pracy w przeprowadzonym badaniu przeanalizowano poszczególne kanały komunikacji. Wśród nich za najważniejsze uznano na równi formy elektroniczne (newsletter, intranet, e-maile, czat) oraz formy bezpośrednie (rozmowy, bieżące spotkania), nieco mniej wskazań (1/3) otrzymały listy, przemówienia i wypowiedzi zarządu jako organu uznanego za najważniejszego nadawcę tego rodzaju komunikatów. Za najmniej istotne uznano akcje społeczne i raporty ESG, co może wiązać się z faktem zatrudnienia respondentów w przedsiębiorstwach głównie sektora MSP. Podejmowane w literaturze zagadnienie raportowania zrównoważonego rozwoju nie znalazło tu zatem swojego odzwierciedlenia. Dla porównania, w Raporcie *Dotrelations.pl* (2023) respondenci zapytani o najskuteczniejsze formy komunikacji z pracownikami dotyczące ESG, wymienili: treningi i szkolenia (50%), wydarzenia firmowe (48%), prezentacje oraz seminaria (33%), materiały video (31%). W badaniu *Dotrelations*, podobnie jak w przeprowadzonym przez Autorkę, respondenci podkreślają potrzebę intensyfikacji bezpośrednich kontaktów jako oczekiwanego kanału komunikacji: „większość z badanych uznała, że tematyka ESG wymaga głębszego wejścia w temat zamiast wysłania newslettera czy zrealizowania krótkiego webinaru” (s. 37).

Nadmienić należy, że z odpowiedzi uzyskanych od respondentów w opisywanych badaniach wynika, iż przekaz dotyczący zrównoważonego rozwoju może nie być jasny dla wszystkich grup pracowników, wśród których deklarowano nieumiejętność określenia faktu występowania tego rodzaju komunikacji czy kanałów dotarcia lub możliwych w tym zakresie zmian. Ponieważ zagadnienie zrównoważonego rozwoju jest bardzo szerokie, konieczne jest edukowanie pracowników w tej materii i podnoszenie ich świadomości w dziedzinie realizowanej w organizacji strategii ESG. Dla porównania, podczas II Kongresu ESG, który odbył się w styczniu 2023 roku w Warszawie, przedstawiono badania, z których wynika, że aż 85% społeczeństwa w Polsce (n=100) nie spotkało się wcześniej ze skrótem ESG (Raport z badania kompetencji i wiedzy z zakresu ESG, 2023). Warto przytoczenia są też wyniki badań M. Cicirko (2022), zrealizowanych na grupie 98 studentów SGH, która reasumuje, że studenci ekonomicznej uczelni w Polsce są świadomi tematyki ESG, wiedzą, czym jest ESG, a najważniejszymi czynnikami są dla nich środowisko oraz społeczna odpowiedzialność, przy czym w 7 przeprowadzonych wywiadach pogłębionych tylko jedna osoba potrafiła rozwinąć skrót ESG. Nawet mimo nieznamomości terminologii zgadzają się oni z ideą inwestowania zrównoważonego, co było przedmiotem tego badania. Terminologiczny chaos nie powoduje zatem braku zrozumienia dla samej idei zrównoważonego rozwoju.

Na koniec należy zaznaczyć, że kontynuując opisywane badania pilotażowe w przyszłości, będzie należało skupić się na usunięciu bieżących ograniczeń w ich metodyce. Mowa tu zwłaszcza o rozszerzeniu i zróżnicowaniu grupy ankietowanych i zmodyfikowaniu kwestionariusza w oparciu o wnioski poczynione w niniejszej analizie. Z pewnością wartościowym kolejnym krokiem będzie zbadanie oceny i opinii respondentów ze względu na takie kryteria, jak wiek czy wielkość przedsiębiorstwa. Dopełnieniem badań będzie połączenie oceny i opinii pracowników na temat komunikacji strategii ESG w organizacji z mogącym być ich konsekwencją zaangażowaniem czy poziomem motywacji oraz satysfakcji. Co więcej, dla oceny strategii komunikowania czynników ESG w organizacji z pewnością warto uwagi jest też rozszerzenie badanych grup o innych interesariuszy, takich jak konsumenci, dostawcy itp.

Przeprowadzone badania wpisują się w trend przemian we współczesnych systemach zarządzania, w których osiągnięcie celów zrównoważonego rozwoju stanowi kluczowy czynnik przewagi konkurencyjnej. Pracowników uznano za istotną grupę odbiorców, jako silnie opiniotwórczą oraz współtworzącą i współodpowiedzialną za zrównoważone działania w strategii organizacji. Autorce przyświecała intencja, by podkreślić konieczność nie tylko raportowania ESG, ale też prowadzenia zrównoważonej polityki w realnym tego słowa znaczeniu.

Bibliografia

- Adamczyk, J.K., Gródek-Szostak, Z., Kulisa, B. (2020). *Współczesne determinanty efektywności i rozwoju przedsiębiorstw*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.
- Agenda 2030. UNDP. Pobrane z: <https://www.undp.org/tag/agenda-2030>.
- Bai, X., Bjørn, A., Kılıkş, Ş., Sabag Muñoz, O., Whiteman, G., Hoff, H., Andersen, L.S., Rockström, J. (2022). How to stop cities and companies causing planetary harm. *Nature*, 609(7927), 463-466.

- Batko, R. (2017). Facebook jako zalgorytmizowany proces stanowienia relacji, dostarczania wiedzy i translacji wartości. W: J. Kreft (red.), *Facebook. Oblicza i dylematy* (s. 63-80). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Booth, K. (2023). Mind the Governance Gaps: Harmful Corporate Strategies Leading to Avoidance of Responsibility and Civil Society Counter-Strategies. *Business and Human Rights Journal*, 8(2), 284-291.
- Bowen, P.G., Bowen, H.R., Gond, J.-P. (2013). Foreword to the New Edition. In: *Social Responsibilities of the Businessman* (pp. vii–viii). Iowa City: University of Iowa Press.
- Brylew, T. (2019). Rola internetowych kanałów w komunikacji marketingowej. W: J. Koprowicz, R. Knap (red.), *Humanizacja Pracy* (s. 59-74). Płock: Szkoła Wyższa im. Pawła Włodkowica w Płocku.
- Cicirko, M. (2022). Znaczenie czynników środowiskowego, społecznego i ładu korporacyjnego (ESG) we współczesnej gospodarce. Percepcja inwestycji ESG wśród studentów uczelni ekonomicznej. *Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka*, 1, 117-139.
- Deepa, R., Baral, R. (2022). Is my employee still attracted to me? Understanding the impact of integrated communication and choice of communication channels on employee attraction. *Corporate Communications: An International Journal*, 27(1), 110-126.
- Dolśak, N., Griffin, J.J., Prakash, A. (2022). *Is ESG Simply the Old CSR Wine in a New Bottle?* Pobrane z: <https://www.theregreview.org/2022/03/28/dolsak-griffin-prakash-is-esg-old-csr-wine-in-new-bottle/>.
- Duda, J., Kusa, R. (2023). Impact of the crisis on SME creativity and growth. W: J. Duda, R. Kusa (red.), *Entrepreneurship, innovation, and crisis: SME responses to the COVID-19 pandemic* (s. 21-45). New York, London: Routledge: Taylor & Francis.
- Dyrektywa CSRD zmienia strategię tworzenia wartości firm.* (2023). Pobrane z: <https://www.pwc.pl/pl/artykuly/dyrektywa-csrd-jakiezmianny-wprowadza-w-raportowaniu-esg.html>.
- DYREKTYWA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY (UE) 2022/2464 z dnia 14 grudnia 2022 r. w sprawie zmiany rozporządzenia (UE) nr 537/2014, dyrektywy 2004/109/WE, dyrektywy 2006/43/WE oraz dyrektywy 2013/34/UE w odniesieniu do sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju.
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady Europy z dnia 15 października 2014 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki i grupy (Dz.U.E, L 330.1, 15.11.2014).
- Freeman, R.E. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gillan, S.L., Koch, A., Laura, T. (2021). Starks, Firms and social responsibility: A review of ESG and CSR research in corporate finance. *Journal of Corporate Finance*, 66, 101889.
- Godemann, J., Michelsen, G. (2011). *Sustainability Communication: Interdisciplinary Perspectives and Theoretical Foundation*. Berlin: Springer.
- Golob, U., Podnar, K., Zabkar, V. (2023) Sustainability communication. *International Journal of Advertising*, 42(1), 42-51.
- Haliuk, I.B., Haliuk, T.S., Haliuk, O.S. (2023). Formation Of New Experience In Organising Communication Interaction To Ensure The Goals Of Sustainable Development, *THE ACTUAL PROBLEMS OF REGIONAL ECONOMY DEVELOPMENT*, 2(1)9, 178-188.
- Jacobsen, S.S., Korsgaard, S., Günzel-Jensen, F. (2020). Towards a Typology of Sustainability Practices: A Study of the Potentials and Challenges of Sustainable Practices at the Firm Level. *Sustainability*, 12(12), 5166.

- Jelska, K. (2023). *Korporacyjne raportowanie w zakresie zrównoważonego rozwoju*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego,.
- Kaczowska-Serafińska, M. (2022). Badanie uwarunkowań i determinantów satysfakcji z pracy w środowisku biznesowym VUCA. *Społeczeństwo i Polityka*, 4(73), 91-106.
- Kovaitė, K., Šūmakaris, P., Stankevičienė, J. (2020). Digital communication channels in Industry 4.0 implementation: The role of internal communication. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 25(1), 171-191.
- Krajowy Plan Działania na rzecz wdrażania Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka 2021-2024. Pobrane z: <https://www.gov.pl/web/dyplomacja/ch-onz-dotyczacych-biznesu-i-praw-czlowieka-2021-2024>.
- Krasodomska, J., Zarzycka, E., Dobija, D. (2022). Czynniki determinujące raportowanie przez przedsiębiorstwa informacji o działaniach na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 46(3), 99-118.
- Lange, J. (2022). Improvement of Internal Communication. In: *Feelgood Management-Requirements and Tasks: Practical Guide with Case Studies* (pp. 75-105). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Lemańska-Majdzik A., Okręglińska K. (2023). Zrównoważony rozwój małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce – implementacja w ujęciu wielowymiarowym. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie*, 1, 27-41.
- Long Term Value and Corporate Governance Survey 2023*. (2023). Badanie EY: ład korporacyjny kluczowy dla osiągnięcia celów zrównoważonego rozwoju, Informacja prasowa 6.09.2023. Pobrane z: https://www.ey.com/pl_pl/news/2023/09/badanie-ey-lad-korporacyjny-kluczowy-dla-osiagnania-celow-zrownowazonego-rozwoju.
- Marczak, Ł. (2023). Storytelling i social selling jako metody grywalizacji andragogicznej podnoszącej wartość zrównoważonego rozwoju. *Przedsiębiorczość-Edukacja*, 19(1), 119-131.
- Matysiak, A., Struś, M. (2015). Paradygmat zrównoważonego rozwoju. *Studia Ekonomiczne*, 213, 11-21.
- Mazur-Wierzbicka, E. (2021). E-communication and CSR-a new look at organizations' relations with stakeholders in the time of digitalization. *Procedia Comput. Sci.*, 192, 4619-4628.
- Miernik, A., Skotnicka, E. (2023). Badanie EY *Work Reimagined 2022*. ESG i GIG i ich wpływ na działalność przedsiębiorstwa. Pobrane z: https://www.ey.com/pl_pl/workforce/esg-i-gig-i-ich-wplyw-na-dzialalnosc-przedsiębiorstwa.
- Misztal, A. (2023). Zrównoważony rozwój przedsiębiorstw, CSR i ESG w dobie kryzysu makroekonomicznego i geopolitycznego (Sustainable development of enterprises, CSR and ESG in times of macroeconomic and geopolitical crisis). *KWARTALNIK NAUK O PRZEDSIĘBIORSTWIE*, 2.
- Muhammad, M. (2023). Sustainable Development Goals through Innovation in Office Technology and Management. Conference Paper. Conference: Federal Polytechnic Daura 2nd National Conference. Pobrane z: https://www.researchgate.net/publication/374265490_Sustainable_Development_Goals_through_Innovation_in_Office_Technology_and_Management.
- Porter, M.E., Kramer, M.R. (2019). *Creating Shared Value. Managing Sustainable Business*. Dordrecht: Springer,
- Ramanayake, M.N., Gurugamage, S.R., Iddagoda, A., Dissanayake, D.H.S.W. (2022). Mediating role of employee engagement on the relationship between Green HRM and employee job performance: a study of banking sector. *Akademia Zarządzania*, 6(2), 155-170.

- Raport Dotrelations.pl. (2023). Odpowiedzialność społeczna a odpowiedzialna komunikacja ESG w strategii komunikacji firm. Pobrane z: https://esg-insights.pl/wp-content/uploads/2023/10/ESG_raport_2023.pdf.
- Raport z badania kompetencji i wiedzy z zakresu ESG. (2023). *Future leaders of ESG in the business sector. KA210-VET – Partnerstwa na małą skalę w sektorze kształcenia i szkolenia zawodowego*. Warszawa: Fundacja im. XBW Ignacego Krasickiego, w partnerstwie z irlandzką spółką EDU SMART TRAINING CENTRE LIMITED. Pobrane z: <https://fundacja.xbw.pl/future-leaders-of-esg-in-the-business-sector/>.
- Roselle, P. (2016). The evolution of integrating ESG analysis into wealth management decisions. *J. Appl. Corp. Finance*, 28, 75-79.
- Taticchi, P., Demartini, M. (2021). *Corporate Sustainability in Practice: A Guide for Strategy Development and Implementation (Management for Professionals)*. Switzerland: Springer Nature.
- Verčič, T., Galić, A.Z., Žnidar, K. (2023). The relationship of internal communication satisfaction with employee engagement and employer attractiveness: testing the joint mediating effect of the social exchange quality indicators. *International Journal of Business Communication*, 60(4), 1313-1340.
- Vokić, N.P., Verčič, A.T., Ćorić, D.S. (2022). Strategic internal communication for effective internal employer branding. *Baltic Journal of Management*, 18(1), 19-33.
- Weder, F., Karmasin, M., Krainer, L., Voci, D. (2021). Sustainability Communication as Critical Perspective in Media and Communication Studies – an Introduction. In: Weder, F., Krainer, L., Karmasin, M. (eds.), *The Sustainability Communication Reader* (pp. 1-12). Wiesbaden: Springer VS.
- Wolak-Tuzimek, A.B., Duda, J. (2021). The concept of corporate social responsibility as a source of an enterprise's competitive advantage. W: S.I. Bukowski, A. Hyz, M.B. Lament (red.), *Competitiveness and economic development in Europe: prospects and challenges* (s. 312-320). New York: Routledge.
- Zyznarska-Dworczak, B. (2019). *Rachunkowość zrównoważona w ujęciu kognitywno-teoretycznym*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

<https://suscasty.kantarpolska.pl/>.

<https://www.seg.org.pl/regulacje/kategorie/pl-raportowanie-esg/pl-csrd>.

Radosław MIGACZ

Absolwent Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska

Aneta OLEKSY-GĘBCZYK

Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska

ORCID: 0000-0001-6185-5932

Katarzyna KOWALSKA-JARNOT

Wyższa Szkoła Ekonomii i Informatyki w Krakowie, Polska

ORCID: 0000-0003-2829-8841

CZYNNIKI SPOŁECZNE WPLYWAJĄCE NA DECYZJE KONSUMENCKIE UŻYTKOWNIKÓW MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH W POLSCE I NA ŚWIECIE

Streszczenie

Celem artykułu jest analiza tego, jak ważnym elementem marketingu internetowego stały się media społecznościowe, w jaki sposób użytkownicy podchodzą do przedsiębiorstw prowadzących swoje działania w przestrzeni cyfrowej, jakie czynniki najskuteczniej wpływają na preferencje konsumenckie użytkowników mediów społecznościowych, jak również analiza, w jakim stopniu konsumenci ufają w treści podawane przez firmy i influencerów w social mediach.

Metodą badawczą zastosowaną w artykule jest metoda sondażu diagnostycznego. Badanie ma charakter pilotażowy i umożliwia wstępne określenie specyfiki badanego zjawiska społecznego. Ankieta została przygotowana w formie online w języku zarówno polskim, jak i angielskim. Została udostępniona użytkownikom na takich platformach, jak Facebook, Twitter, Instagram, Reddit, Wykop oraz Discord.

Badania wykazały m.in., że pozytywne opinie w social mediach są bardzo ważne dla konsumentów w Polsce i na świecie. Wśród nich kluczowe miejsce zajmują rekomendacje od przyjaciół i rodziny. Analizując te wyniki, można zauważyć, że konsumenci cenią opinie innych osób, jednocześnie wykazując pewien stopień nieufności wobec pozostałych informacji pozyskiwanych w mediach społecznościowych.

Słowa kluczowe: media społecznościowe, marketing internetowy, proces zakupowy, klient cyfrowy, marka, influencer marketing.

SOCIAL FACTORS AFFECTING CONSUMER DECISIONS OF SOCIAL MEDIA USERS IN POLAND AND WORLDWIDE

Summary

The aim of this article is to analyze how important an element of online marketing social media have become, how users approach companies conducting their activities in the digital space, and what factors most effectively influence the consumer preferences of social media users and an analysis of the extent to which consumers trust the content provided by companies and influencers on social media.

The research method used in this article is the diagnostic survey method. The study is the pilot nature and allows a preliminary determination of the specificity of the social phenomenon under study. The use of this method made it possible to determine the size, scope and intensity of the social phenomenon under study. The survey was prepared online, both in Polish and English. It was made available to users on platforms such as Facebook, Twitter, Instagram, Reddit, Wykop and Discord. Research has shown, among other things, that positive opinions in social media are very important for consumers both in Poland and around the world. However, they are not the most important for users. Respondents indicated recommendations from friends and family as well as online ratings and opinions as more important. Analyzing these results, it can be seen that consumers value the opinions of other people, but show a certain degree of distrust towards information obtained on social media.

Key words: social media, internet marketing, purchasing process, digital customer, brand, influencer marketing.

Wprowadzenie

Przedsiębiorstwa funkcjonują w określonej przestrzeni i nieustannie wchodzą w interakcje z otoczeniem – zarówno bliższym, jak też dalszym. Szczególnie mocno są kształtowane przez zmiany w obszarze technologii i komunikacji. Pandemia i związane z nią „lockdowny” spowodowały gwałtowny rozwój usług cyfrowych i przeniesienie wielu biznesów, a także wielu obszarów aktywności ludzkiej do sieci. Szybkie tempo zmian i powstawania nowych rozwiązań technologicznych wymaga od branży dużej elastyczności w dostosowywaniu się do oczekiwań klientów. Ze względu na to, że we współczesnym świecie mamy do czynienia z nadmiarem dóbr, przedsiębiorstwa nieustannie prowadzą badania opinii konsumenta i analizują rynek w celu poszukiwania rozwiązań, znajdujących jak najlepszą skuteczność w dotarciu do gustów konsumenta. Duży rynek globalny, jaki daje przedsiębiorstwom cyfryzacja ich działań, generuje też wiele narzędzi działania zarówno w marketingu internetowym, jak i w docelowym działaniu w mediach społecznościowych.

Szczególnie wzrosło znaczenie platform społecznościowych. Stanowią one obecnie „nieodłączny element świata tworząc kluczową platformę komunikacyjną” (Sala, Królewski, 2016, s. 104). Umożliwiają ludziom wzajemne interakcje, dzielenie się opiniami, budowanie społeczności, realizację zakupów, a także możliwość tworzenia i udostępniania treści w postaci tekstów, zdjęć, filmów i innych multimediów.

Według raportu Hootsuite Global State of Digital, „z usług social mediów korzysta 4,76 miliarda ludzi na całym świecie, a ich średni czas korzystania z tych aplikacji wynosi 2 godziny i 31 minut” (Kemp, 2023, s. 160). Niewątpliwie największym graczem na rynku jest Facebook z niemal 3 mld użytkowników. Drugim jest YouTube, gdzie zarejestrowano 2,5 mld osób. Najbardziej dynamicznie rozwijającym się medium społecznościowym jest z kolei Instagram. Od października 2022 roku „na całym świecie jest około 4,74 miliarda aktywnych użytkowników SM” (Ibidem, s. 182-192).

Z powyższych względów media społecznościowe stały się także „znakomitą przestrzenią do realizacji komunikacji marketingowej” (Kotler, Kartajaya, Setiawan, 2013, s. 19) – umożliwiają sprzedaż produktów i usług, ale także „bezpośredni kontakt z klientami, budowanie relacji z nimi, a także budowanie lojalności i zwiększanie świadomości marki” (Matwiejczak, 2020, s. 171-176).

Relacja klienta z firmą i cały proces decyzyjny stają się przestrzenią intensywnego oddziaływania środkami perswazji marketingowej, takimi jak ceny, reklama, influencer marketing, marketing szeptany, rekomendacje, opinie. Przedsiębiorstwa mogą wykorzystać social media do „promocji swoich ofert, przeprowadzania konkursów, oferowania rabatów czy reklamowania nowych produktów” (Kos-Łabędowicz, 2014, s. 22). Działania w mediach społecznościowych dzięki odpowiednim zabiegom PR i z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu pozwalają na prezentowanie marki w pozytywnym świetle. Poprzez publikowanie ciekawych treści i zdjęć związanych z marką, opinii klientów i influencerów, przedsiębiorstwa „mogą skutecznie kreować pozytywny wizerunek marki” (Grębosz, Siuda, Szymański, 2016, s. 52-74). Warto tu podkreślić, że nowe technologie otworzyły nowy etap w komunikacji firm z konsumentami, dając tym samym ostatnim szansę wypowiedzenia się, komentowania, oceniania i wchodzenia w interakcje. Dialog zastąpił jednokierunkowe komunikaty marketingowe i stał się doświadczeniem mas. Z jednej strony umożliwił tworzenie wokół marek społeczności, a z drugiej zapewnił błyskawiczny przepływ pozytywnych i negatywnych opinii, uzależniając wizerunek firmy od zadowolenia klientów lub jego braku. Szczególnie istotnymi instrumentami wpływu na klientów stały się publikowane w sieci rekomendacje osób bliskich, znajomych, innych konsumentów lub influencerów (Radziszewska, 2013). Ponieważ zakup online wiąże się z pewnym ryzykiem, konsumenci poszukują różnych źródeł zwiększających pewność transakcji i zmniejszających ryzyko nieudanego wydatku bądź straty czasu. Opinie innych stają się „jednym z kluczowych elementów wzmacniania wiarygodności i zaufania w projektowaniu kampanii zachęcających do zakupu” (Proszkiewicz, 2023). Kreowanie takich przekazów nazywane jest „marketingiem relacji lub szeptanym i staje się coraz bardziej znaczącym obszarem działań promocyjnych” (Sernovitz, 2011, s. 23).

Głównym celem artykułu jest analiza czynników wpływających na decyzje konsumenckie użytkowników mediów społecznościowych w Polsce i za granicą. Szczególną uwagę zwrócono na analizę czynników wpływających na poziom zaufania do marek, w tym rekomendacje, opinie i influencer marketing. W tym celu postawiono następujące pytania badawcze:

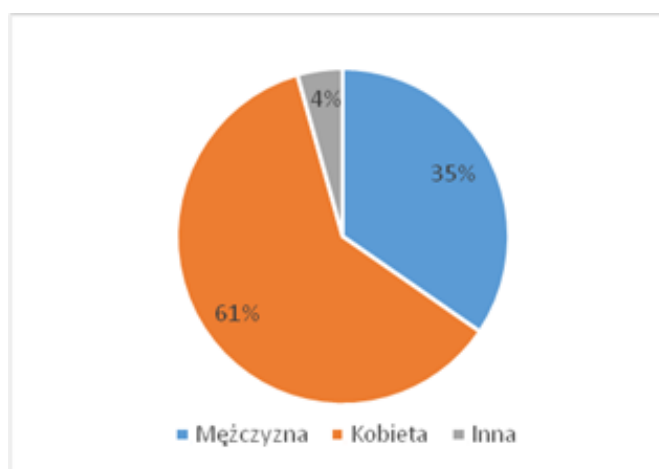
- Jak często opinie użytkowników o marce w mediach społecznościowych wpływają na decyzje zakupowe konsumentów?
- Jakie czynniki wpływają na decyzje zakupowe?
- Jak często użytkownicy mediów społecznościowych angażują się w treści tworzone przez marki w mediach społecznościowych?

Autorzy podjęli próbę weryfikacji założenia, że wykorzystanie opinii społecznej, w tym opinii autorytetów, ma kluczowe znaczenie w procesie wywierania wpływu na decyzje użytkowników mediów społecznościowych. Badania przeprowadzono wśród przedstawicieli 19 państw z 5 różnych kontynentów. Największą grupę osób badanych stanowili przedstawiciele Polski – 72 osoby. Spoza naszego kraju udział wzięło 64 ankietowanych, z czego najwięcej było ze Stanów Zjednoczonych (20 osób), Wielkiej Brytanii (9 osób), Niemczech (7 osób) i Indii (4 osoby). Swoje głosy oddały również osoby pochodzące z Kazachstanu, Włoch, Rosji, Filipin, Chorwacji, Australii, Kanady, Szwecji, Korei Południowej, Bhutanu, Rumunii, Malezji, Tajlandii oraz Peru. Dzięki tak dużej różnorodności respondentów, badania będą w stanie wskazać, jakie są różnice w opiniach użytkowników polskich i zagranicznych.

1. Metodologia i cel badań oraz próba badawcza

W badaniu wykorzystano metodę sondażu. Ma ona zastosowanie w badaniach społecznych i pomaga w „opisywaniu i wyjaśnianiu zjawisk występujących w analizowanej grupie społecznej” (Szreder, 2010, s. 158). Szczególnie przydatna może być „w badaniach postaw, motywów i zainteresowań respondentów, czy zasobu posiadanych przez nich wiadomości o badanym zjawisku, procesie, zdarzeniu” (Apanowicz, 2002, s. 43).

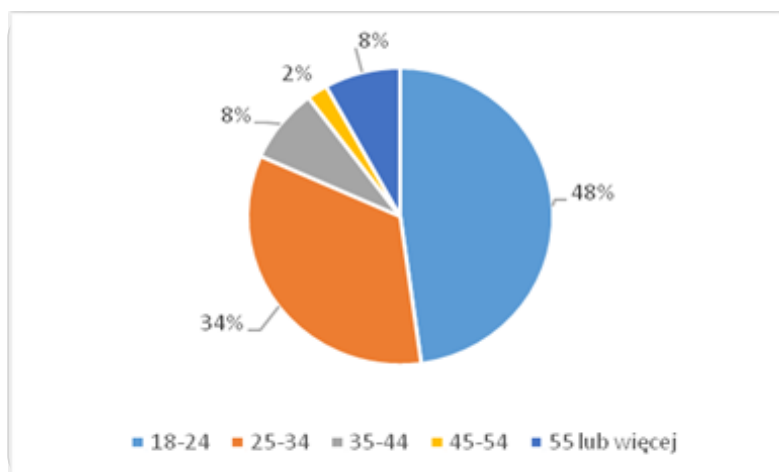
W tym celu zaprojektowano kwestionariusz ankiety. Został on zamieszczony w języku zarówno polskim, jak i angielskim w kilku mediach społecznościowych (w tym na Facebooku, Twitterze, Instagramie, Reddicie, Wykopie i Discordzie). Próba badawcza została dobrana w sposób losowy. W badaniu wzięło udział 136 respondentów. Badanie ma charakter pilotażowy, niereprezentatywny, choć uzyskane wyniki pozwalają wyciągnąć wiarygodne wnioski i mogą być podstawą do dalszych badań.



Rysunek 1. Struktura respondentów według płci.

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

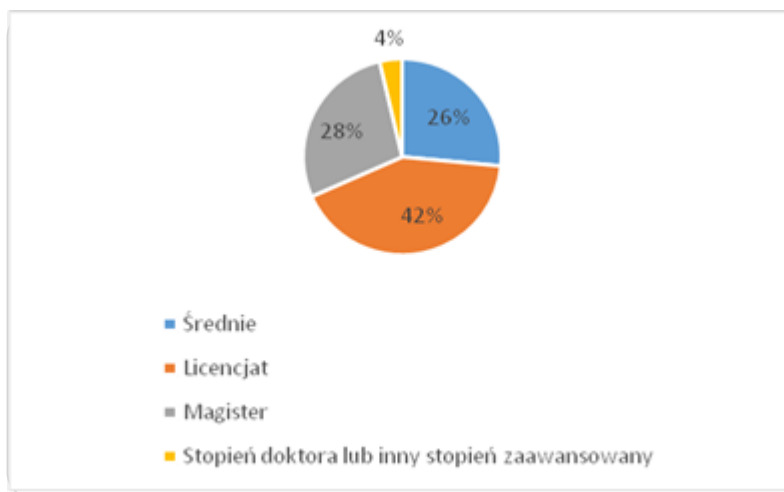
Wśród ankietowanych największą grupę stanowiły kobiety – 83 osoby, następnie mężczyźni – 47 osób (rysunek 1), a 6 osób wskazało, że nie utożsamia się żadną z tych dwóch płci. Wyniki te mogą sugerować, że kobiety częściej angażują się w interakcje prowadzone na mediach społecznościowych od reszty społeczeństwa.



Rysunek 2. Struktura respondentów według wieku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

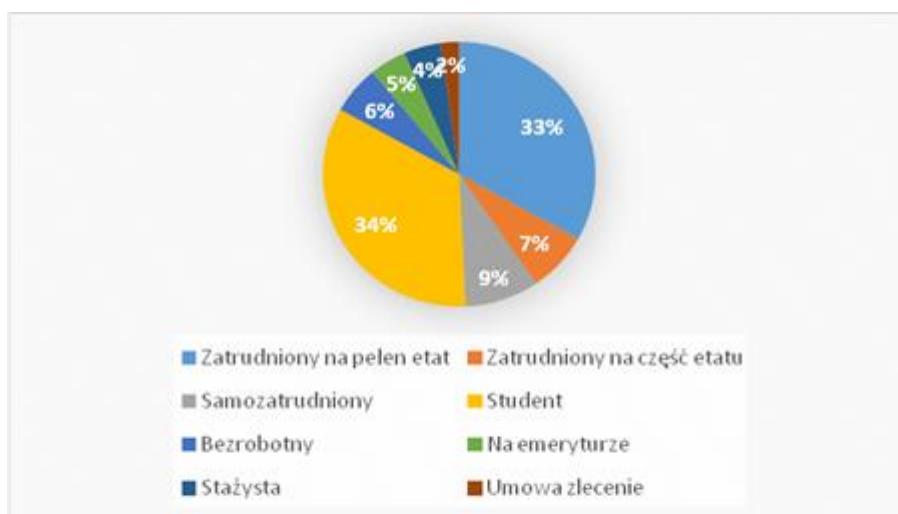
Największe zaangażowanie w mediach społecznościowych można zauważyć wśród osób do 34. roku życia – stanowią one 82% wszystkich ankietowanych, co przekłada się na 111 osób (rysunek 2). Ten wynik jednoznacznie pokazuje, że social media są domeną osób młodych, nauczonych funkcjonowania w Internecie od urodzenia. Większość życia młodych osób toczy się właśnie w tej przestrzeni i wiele z nich nie wyobraża sobie życia bez kontaktu online ze znajomymi. Pozostałe 25 osób należy do grup wiekowych powyżej 34. roku życia, przy czym zaledwie 3 osoby należą do środkowego przedziału, od 45. do 54. roku życia.



Rysunek 3. Struktura respondentów według wykształcenia.

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

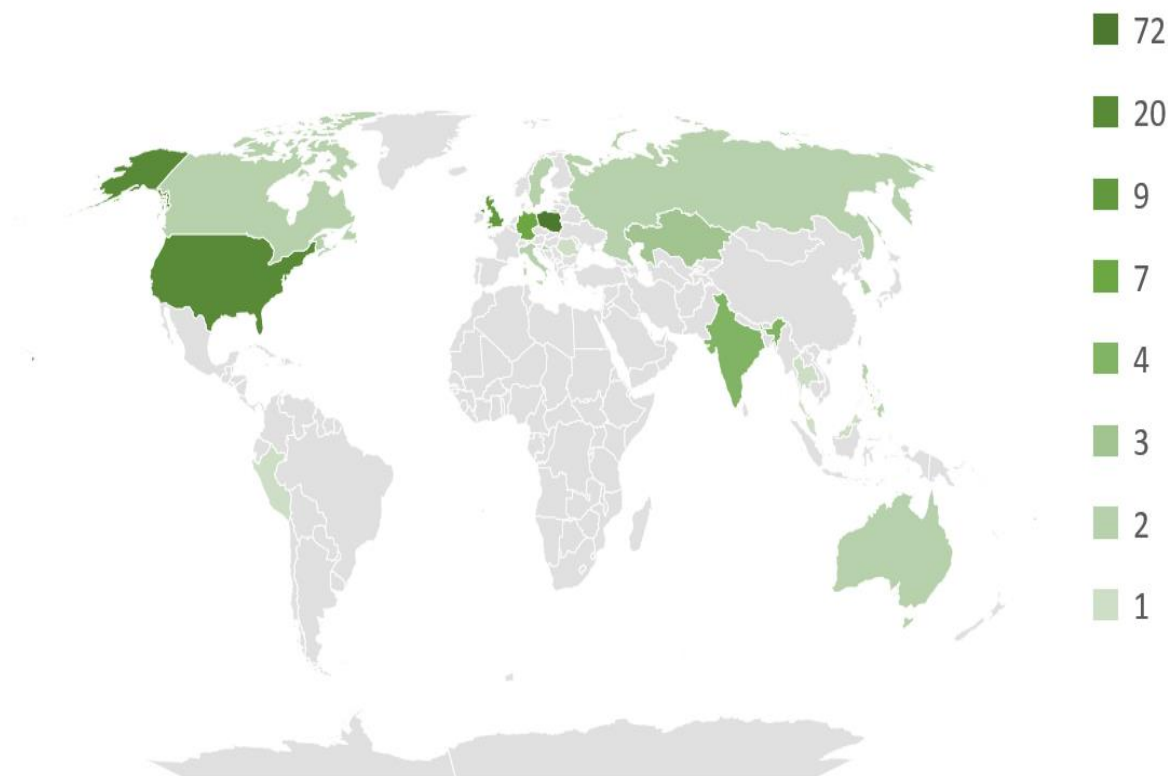
Analiza pytania o wykształcenie respondentów wskazuje, że grupa badana była zróżnicowana pod względem posiadanych kwalifikacji (rysunek 3). Większość badanych osób ukończyła studia przynajmniej w stopniu licencjackim – 72%, w tym 57 osób ukończyło I stopień studiów, 38 ukończyło studia II stopnia, a 5 osób ukończyło studia stopnia zaawansowanego. Wyniki tego badania pokazują, że w Internecie nie istnieje próg wejścia do społeczności internautów. Każda osoba może znaleźć tam miejsce dla siebie.



Rysunek 4. Struktura respondentów według zatrudnienia.

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Również wśród miejsca zatrudnienia ankietowanych widać dużą różnorodność (rysunek 4). Największą grupę, liczącą 46 osób, stanowią studenci. O jednego badanego mniej znalazło się wśród respondentów zatrudnionych na pełen etat. Samozatrudnionych w badaniu było 12 ankietowanych. W badaniu uczestniczyło też 6 osób na emeryturze. Tutaj ponownie można zaobserwować, że Internet jest domeną osób młodych, jednak nie ma górnej granicy wieku wśród jednostek korzystających z różnorodnych aktywności w cyberprzestrzeni.



Rysunek 5. Struktura respondentów według kraju pochodzenia.
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W badaniu wzięli udział przedstawiciele 19 państw z 5 różnych kontynentów (rysunek 5). Największą grupę osób badanych stanowili przedstawiciele Polski (72 osoby), a następnie ze Stanów Zjednoczonych (20 osób), Wielkiej Brytanii (9 osób), Niemczech (7 osób) i Indii (4 osoby). Swoje głosy oddały również osoby pochodzące z Kazachstanu, Włoch, Rosji, Filipin, Chorwacji, Australii, Kanady, Szwecji, Korei Południowej, Bhutanu, Rumunii, Malezji, Tajlandii oraz Peru. Dzięki tak dużej różnorodności respondentów, badania będą w stanie zasygnalizować różnice pomiędzy ich opiniami.

2. Profil użytkownika mediów społecznościowych

Jednym z elementów badania była analiza, w jaki sposób respondenci odbierają marketing w social mediach, za pomocą jakich kanałów marketingowych najłatwiej do nich dotrzeć i które z narzędzi marketingu internetowego mają największy wpływ na ich decyzje.

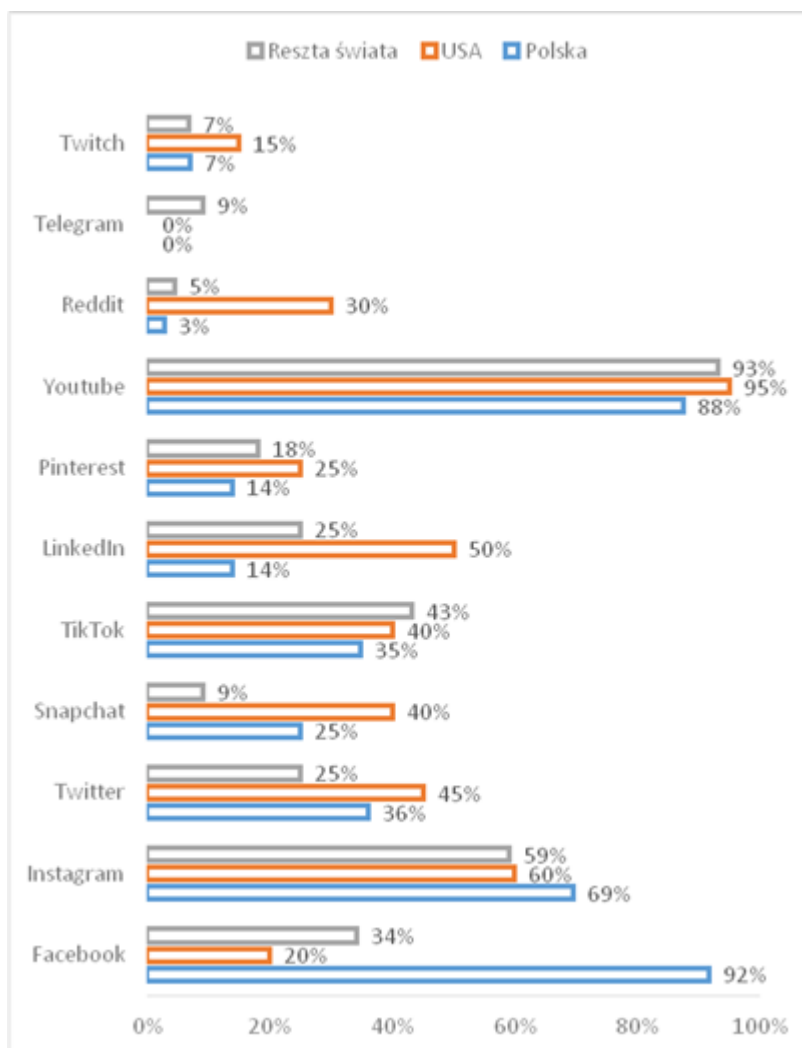
Pierwszym aspektem było ustalenie częstotliwości korzystania z Internetu przez ankietowanych. 100% respondentów odpowiedziało, że kilka razy dziennie. Fakt, że 136 osób zadeklarowało dużą częstotliwość korzystania z Internetu podkreśla istotność marketingu internetowego (por. rysunek 6).



Rysunek 6. Częstotliwość korzystania z Internetu.

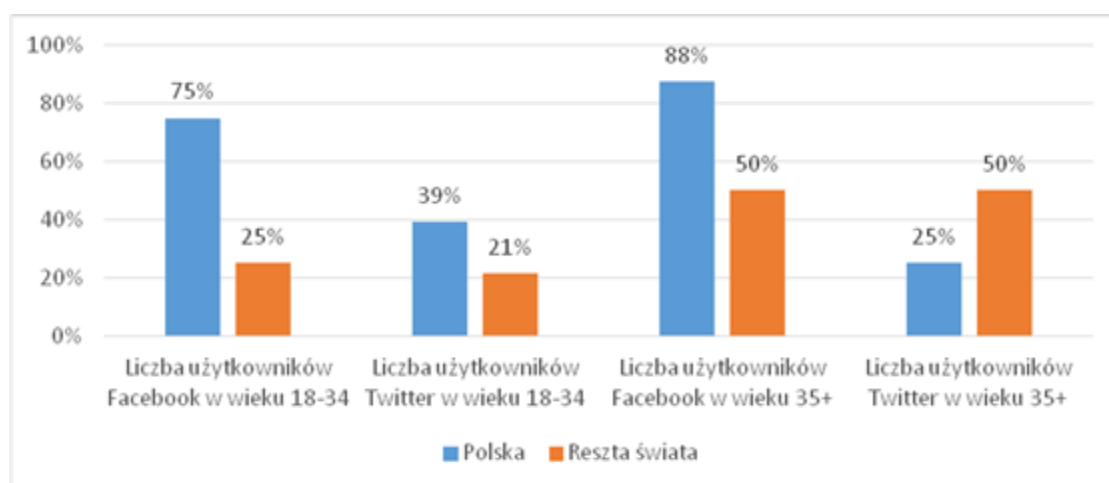
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Kolejnym krokiem było ustalenie, które medium społecznościowe jest najbardziej popularne. W tym celu ankietowani zostali podzieleni na 3 grupy. Pierwszą z nich reprezentują użytkownicy z Polski, których w badaniu wzięło udział najwięcej i którzy stanowią główną grupę badaną. Druga grupa to obywatele Stanów Zjednoczonych, największej światowej gospodarki i kraju tworzącego trendy. Do trzeciej grupy należą pozostali respondenci. Dzięki temu podziałowi można zaobserwować, że największym światowym medium społecznościowym jest YouTube. Platforma ta, dzięki dużej liczbie różnorodnych treści przedstawionych za pomocą filmów, przyciąga uwagę ponad 90% wszystkich badanych. Różnice między poszczególnymi grupami są tutaj znikome, co może świadczyć o tym, że ta platforma jest najlepszym medium dla przedsiębiorstw chcących prowadzić zróżnicowane kampanie marketingowe, trafiające do różnych krajów. Drugim najbardziej różnorodnym pod względem kraju pochodzenia użytkowników medium jest Instagram. Platforma zdjęciowa firmy Meta cieszy się popularnością większości użytkowników. Inna platforma społecznościowa, należąca do firmy Meta, Facebook, jako jedyna wykazała bardzo duże zróżnicowanie pod względem odpowiedzi respondentów. O ile w Polsce Facebook cieszy się największym zainteresowaniem ze wszystkich mediów społecznościowych, o tyle poza naszym krajem platformę tę odwiedza średnio co 5 użytkownik ze Stanów Zjednoczonych i co 3 z pozostałych państw. Wynik ten jasno ukazuje spadek zainteresowania tym medium, który spowodowany może być przez złą politykę firmy w ostatnich latach, zarzutami manipulacji informacjami, obawami o śledzenie użytkowników czy też zarzutami Unii Europejskiej odnośnie do sprzedaży danych. Dla porównania, konkurencyjne medium komunikacyjne – Twitter, przyciąga do siebie prawie dwa razy więcej użytkowników amerykańskich (por. rysunek 7).



Rysunek 7. Najczęściej wybierane platformy mediów społecznościowych.
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

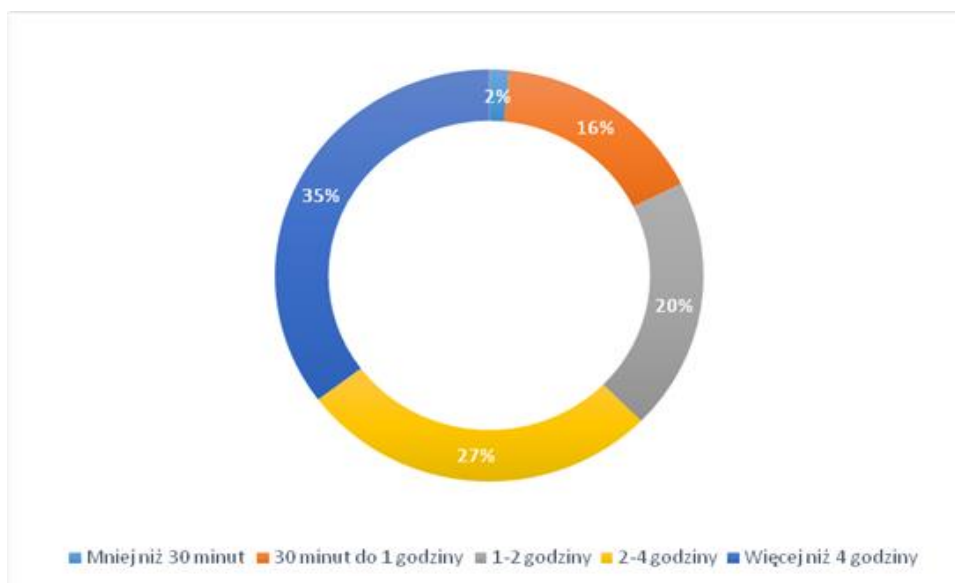
Następnie Autorzy porównali zainteresowanie platformą Twitter oraz Facebook wśród różnych grup wiekowych (rysunek 8).



Rysunek 8. Porównanie wieku użytkowników na platformie Twitter oraz Facebook.
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Porównując dwie grupy wiekowe, użytkowników do 34. roku życia i po 35. roku życia, można zaobserwować większe zainteresowanie Twitterem osób młodszych w Polsce względem starszej grupy wiekowej. Facebook wciąż jednak dla wielu z nich jest pierwszym wyborem, jeżeli chodzi o media społecznościowe służące do komunikacji z innymi użytkownikami. Zauważalne jest również to, że w Polsce częściej korzysta się z tego typu mediów społecznościowych. Jedynie w grupie wiekowej 35+ liczba użytkowników Twittera z pozostałych państw jest dwukrotnie większa od liczby użytkowników z Polski. Ten wskaźnik pokazuje, że inwestując w marketing na rynku krajowym za pomocą Twittera, łatwiej trafić do młodszych użytkowników.

Ponadto Autorzy zbadali, jak dużo czasu ankietowani spędzają w mediach społecznościowych (rysunek 9).



Rysunek 9. Dzienny czas spędzany w mediach społecznościowych.

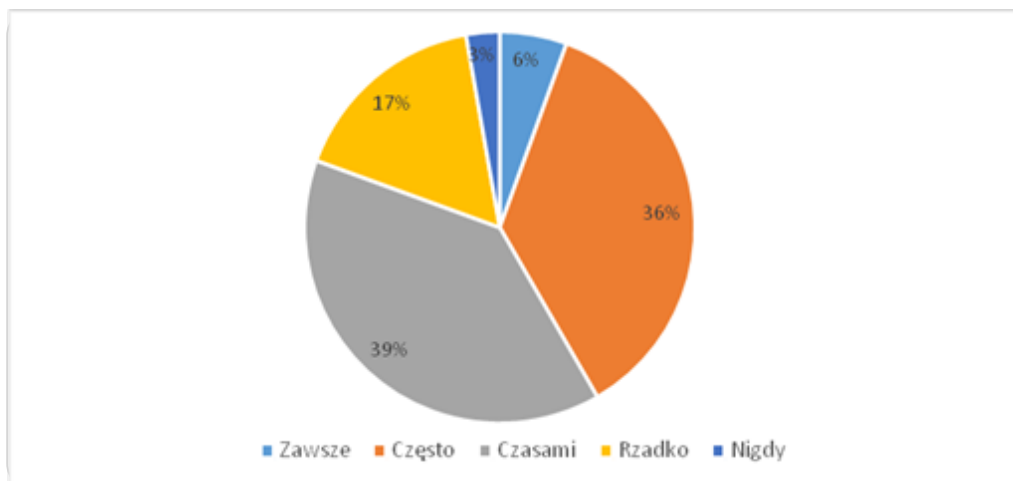
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Badanie dowiodło, że media społecznościowe stały się „zjadaczem czasu” użytkowników na całym świecie. Ponad połowa ankietowanych uważa, że w social mediach spędza co najmniej 2 godziny dziennie, z czego aż 48 ankietowanych wskazało na odpowiedź powyżej 4 godzin. Sytuacja taka sprawia, że przez dużą część swojego dnia żyją online, doświadczając różnorodnych bodźców cyfrowych, w tym również reklam. Zaledwie 2 osoby w całym badaniu stwierdziły, że z mediów społecznościowych korzystają rzadziej niż 30 minut dziennie.

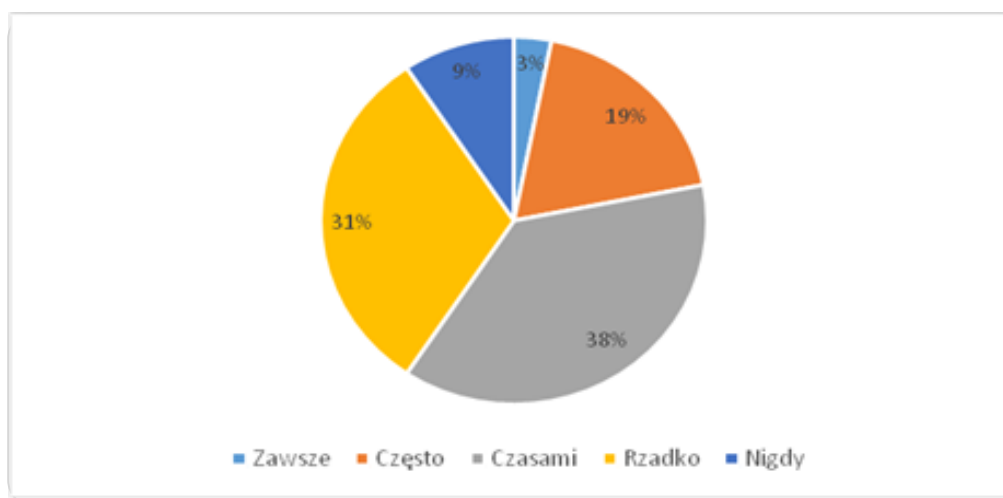
3. Czynniki społeczne wpływające na decyzje konsumenckie użytkowników mediów społecznościowych w Polsce i na świecie – analiza wyników

W kontekście przeprowadzonych badań, polscy użytkownicy mediów społecznościowych bardziej zwracają uwagę na opinie innych użytkowników na temat danej marki w mediach społecznościowych. Podobnie jak w przypadku użytkowników z reszty państw, najczęściej padała odpowiedź „czasami”. Wśród polskich respondentów odpowiedź taką podało 39% wszystkich ankietowanych, a w przypadku pozostałych – 38%. Polscy użytkownicy drugą najczęstszą odpowiedzią, mającą zaledwie 3% mniej,

uznali „często”, a w przypadku ankietowanych z innych państw „rzadko”. Fakt ten wskazuje, że opinia społeczna odnośnie do danej marki ma w Polsce większe znaczenie niż w reszcie świata. Może być to wynikiem większego zrozumienia osób z innych państw na temat celowego zaniżania ocen w wyniku nielegalnej konkurencji czy też o tym, że polscy użytkownicy nie mają zaufania do marek, lecz ufają innym członkom społeczności (rysunki 10 i 11).



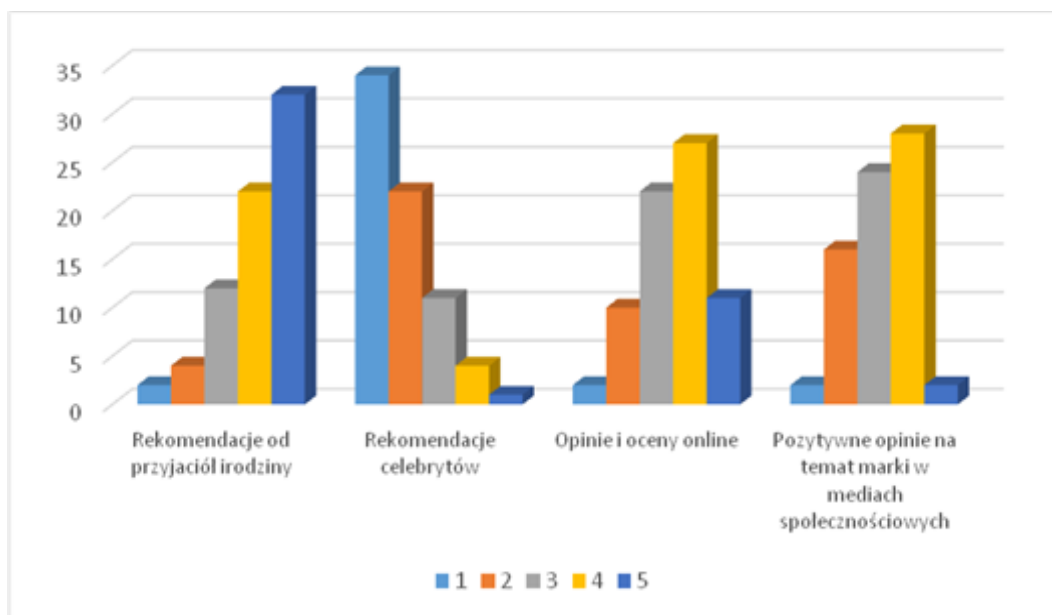
Rysunek 10. Częstotliwość wpływu opinii innych użytkowników na temat marki w social mediach, w odniesieniu do decyzji zakupowych konsumentów – polscy respondenci.
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



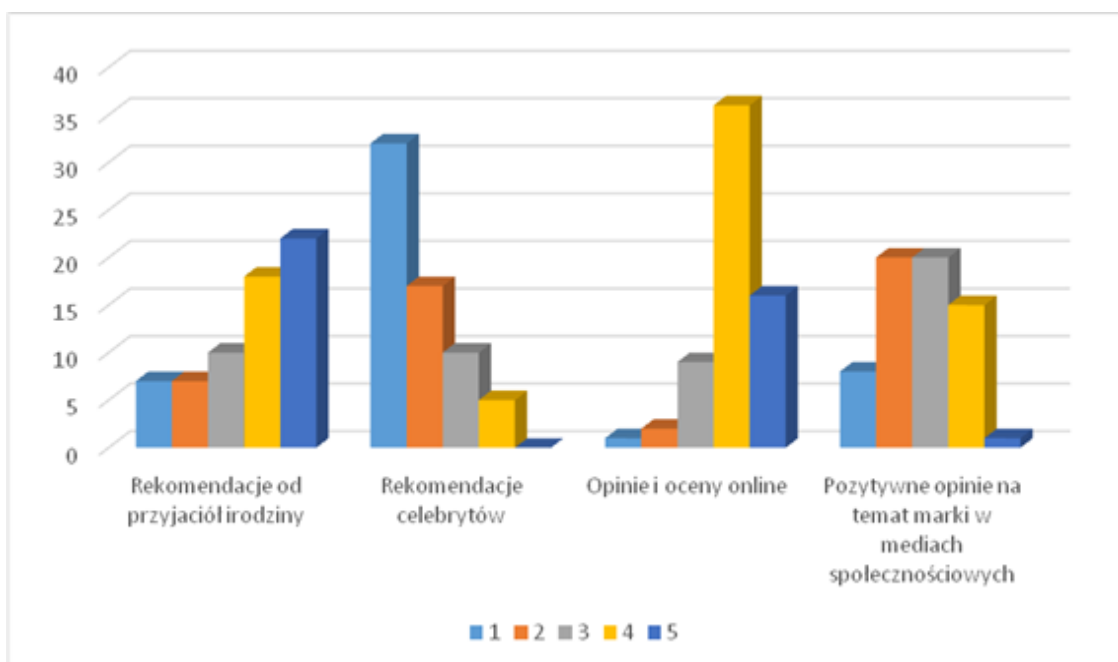
Rysunek 11. Częstotliwość wpływu opinii innych użytkowników na temat marki w social mediach, w odniesieniu do decyzji zakupowych konsumentów – zagraniczni respondenci
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W przypadku polskich respondentów największym zaufaniem darzy się rekomendacje od przyjaciół i rodziny. Jako odpowiedź mającą duży wpływ zaznaczyło 32 ankietowanych, a na 4 w 5-stopniowej skali oceniły to 22 osoby. Najmniejszym zaufaniem darzy się rekomendacje celebrytów. Całkowity brak zaufania wskazały 34 osoby, a tylko jedna z nich stwierdziła, że darzy influencerów dużym zaufaniem. Średnim zaufaniem odbiorców w Polsce cieszą się opinie i oceny online oraz pozytywne opinie w mediach społecznościowych. Wyniki te wskazują, że polscy użytkownicy stawiają

na rozwiązania znane oraz lubiane przez ich znajomych lub rodzinę. Wierzą i ufają w sprawdzone wcześniej rozwiązania. Weryfikują również informacje za pomocą opinii innych osób, jednak stawiają je poniżej informacji uzyskanych od osób, którym ufają. Brak całkowitego zaufania wobec influencerów może wskazywać na niską wiarygodność marketingową celebrytów. Wiele ostatnich sytuacji, w których reklamowane przez celebrytów produkty okazywały się scamem, czyli zwykłym oszustwem, sprawiło że prowadzenie kampanii u influencerów nie jest zbyt dobrze odbierane wśród polskich użytkowników (rysunki 12 i 13).

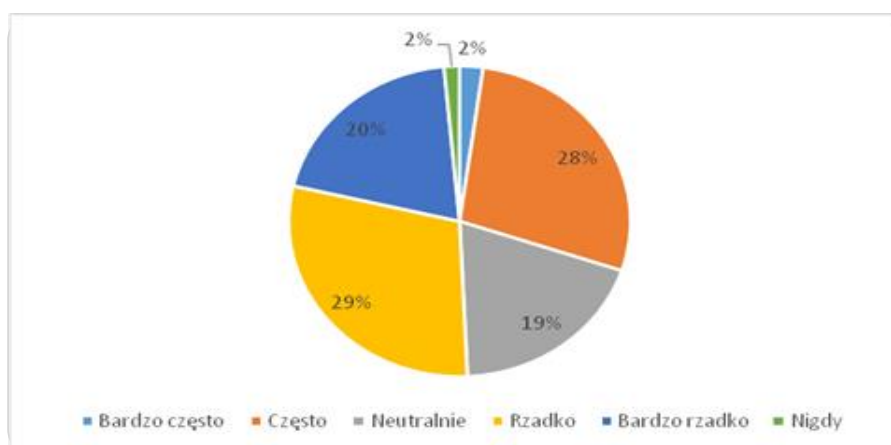


Rysunek 12. Czynniki mające wpływ na decyzje zakupowe konsumentów – polscy respondenci.
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Rysunek 13. Czynniki mające wpływ na decyzje zakupowe konsumentów – zagraniczni respondenci.
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

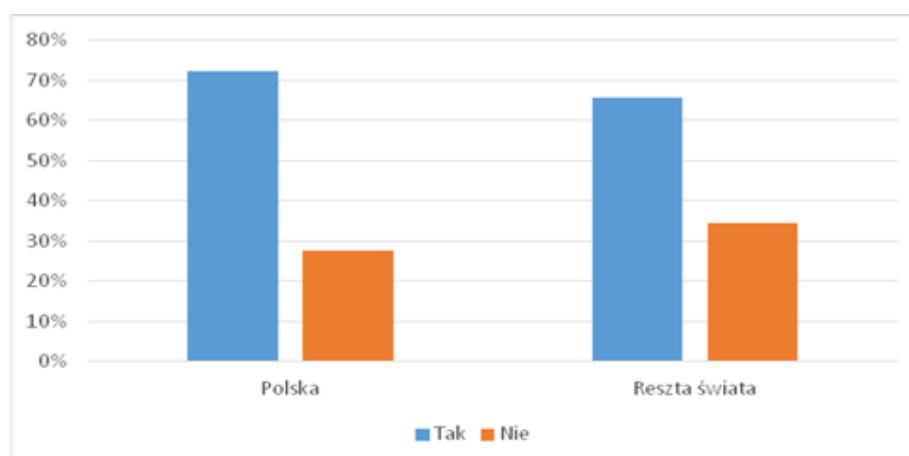
W przypadku osób spoza Polski zaobserwować można mniejszą wiarygodność w opinie znajomych i rodziny. Nie ufają one również celebrytom, jednak w nieco mniejszym stopniu niż polscy użytkownicy. Najbardziej popularną opcją weryfikacji danej marki wśród nich są opinie i oceny online. Na taką opcję w ocenie przynajmniej 4 w 5-stopniowej skali zdecydowało się 52 użytkowników. Wyniki te świadczą o większym zaufaniu opinii społecznej niż opinii osób znajomych jak w przypadku Polski. Respondenci spoza naszego kraju mniej ufają również opiniom w social mediach od polskich ankietowanych. Sumarycznie opinie od znajomych i rodziny, a także opinie i oceny online są najbardziej wiarygodną oceną marki i to na to powinny zwracać uwagę firmy chcące zbudować lojalną grupę odbiorców.



Rysunek 14. Częstotliwość zaangażowania użytkowników w treści tworzone przez marki na profilach w mediach społecznościowych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

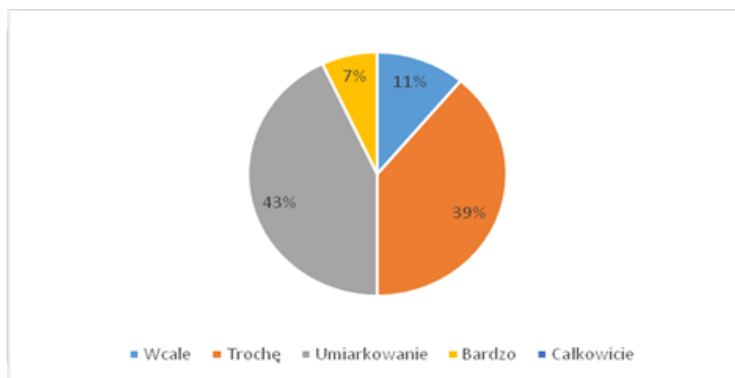
W przypadku zaangażowania w treści, jakie udostępnia dana marka w mediach społecznościowych, użytkownicy zarówno polscy, jak i zagraniczni mają bardzo podobne zdanie. Opinie wszystkich respondentów są zróżnicowane, co wskazywać może na dużą indywidualność w tym zakresie. Użytkownicy udzielają się w niektórych treściach, zwłaszcza tych, które są najbardziej dla nich interesujące.



Rysunek 15. Dokonywanie zakupu przez konsumentów na podstawie pozytywnych opinii innych użytkowników mediów społecznościowych na temat marki.

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

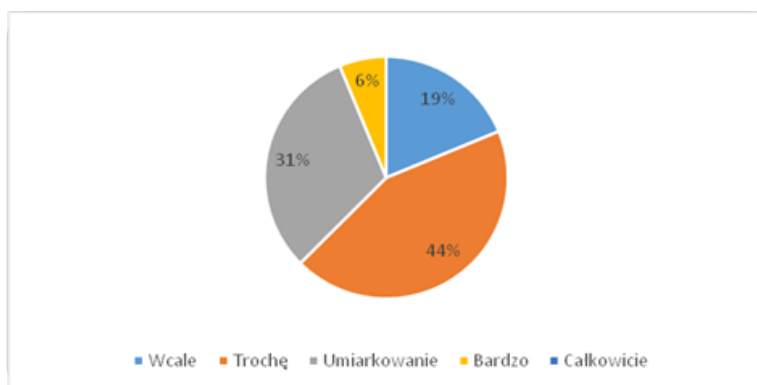
W przypadku dokonanych zakupów na podstawie pozytywnych opinii innych użytkowników mediów społecznościowych polscy użytkownicy podobnie jak użytkownicy z innych państw, w większości przypadków zakupili jakiś produkt. Wynik ten ukazuje, jak ważnym czynnikiem dla respondentów są opinie innych osób, a także obrazuje skalę zakupów dokonanych przez marketing w social mediach. Produkty, dzięki skutecznej reklamie w mediach społecznościowych, dotarły do ponad 65% użytkowników. Przedsiębiorstwa, w celu poprawy opinii użytkowników śledzących ich markę i w efekcie wzrostu wyników sprzedaży online, powinny zainwestować w przyjazny marketing w social mediach.



Rysunek 16. Zaufanie użytkowników wobec informacji udostępnianych przez marki na platformach społecznościowych – polscy respondenci.

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

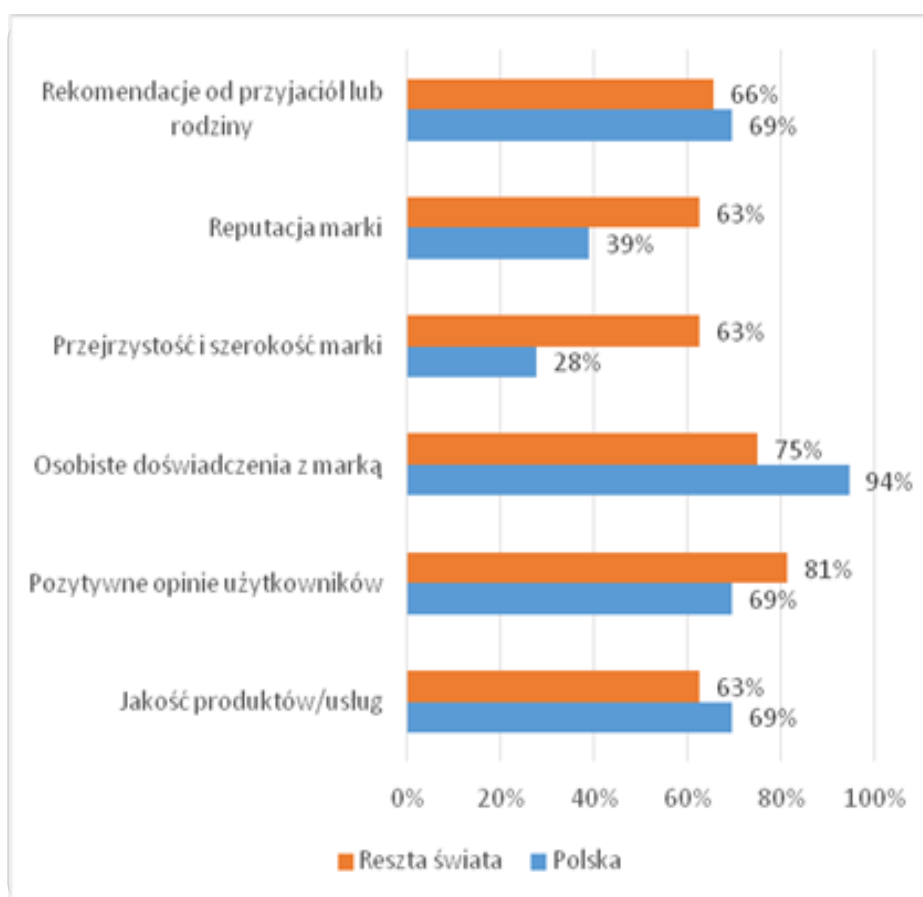
Zdecydowana większość polskich respondentów znalazła się w przedziale osób mających umiarkowane i niewielkie zaufanie do treści podawanych przez marki na ich mediach społecznościowych. Połowa ankietowanych wskazała na brak lub minimalny poziom zaufania do treści generowanych w firmowych social mediach. 28 ankietowanych udzieliło odpowiedzi świadczącej o tym, że trochę ufają w podawane informacje, a 8 osób wcale nie wierzy w te treści. Środkową odpowiedź, „umiarkowanie”, wybrało 31 osób. Polscy ankietowani nie darzą więc wielkim zaufaniem wiadomości szerzonych przez profile należące do marek. Wynik ten może odzwierciedlić pragmatyczne podejście klientów do treści zamieszczanych w Internecie. Konsumenci wiedzą, że informacje zawarte w mediach nie zawsze są prawdziwe i nie należy im bezgranicznie ufać.



Rysunek 17. Zaufanie użytkowników wobec informacji udostępnianych przez marki na platformach społecznościowych – zagraniczni respondenci

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

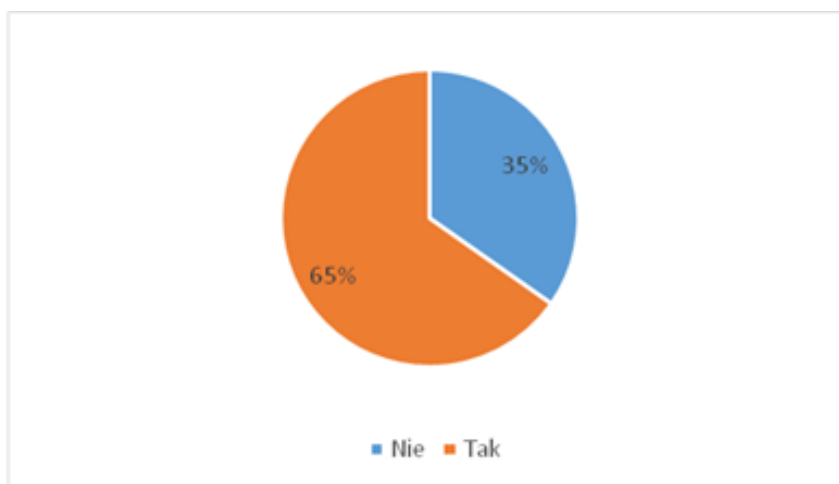
W przypadku respondentów zagranicznych przeważa całkowicie negatywne podejście do wiarygodności informacji udostępnianych przez profile branżowe. 12 osób wybrało na odpowiedź „wcale”, 28 – „trochę”, a 20 badanych wskazało, że ufa informacjom w sposób umiarkowany. Zaledwie 4 osoby wskazały na duże zaufanie. W porównaniu do respondentów z Polski, respondenci zagraniczni zdecydowanie gorzej wyrażają się na temat zaufania wobec firm. 63% ankietowanych, co przekłada się na 40 osób wyraża się krytycznie odnośnie do jakości treści generowanych przez przedsiębiorstwa. Sumarycznie wyniki obu grup badanych ukazują problem dużej ilości fałszywych informacji w Internecie. Przedsiębiorstwa powinny więc rozważyć, czy udostępnianie informacji branżowych, statystyk czy też prac mających na celu uświadomienie konsumentów, ma realny wpływ na wyniki odnoszone w ramach prowadzonego marketingu. Konsumenty nie darzą tych informacji dużym zaufaniem, dlatego mogą zdecydować się pominąć przyswojenie informacji, które przedsiębiorstwa chcą przekazać.



Rysunek 18. Czynniki wpływające na zaufanie wobec marki w mediach społecznościowych.
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

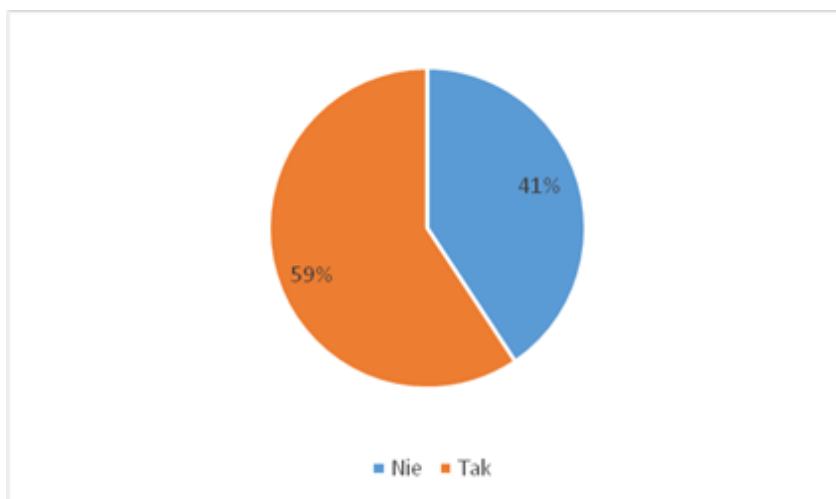
Konsumenty podczas wyrażania swojej opinii na temat danej marki jako kluczowy czynnik stawiają własne doświadczenia z marką. Wśród polskich ankietowanych taką odpowiedź zadeklarowało 68 osób, co stanowi 94% ogółu, a poza granicami Polski na 3 na 4 konsumentów. Bardzo ważnymi czynnikami są również pozytywne opinie użytkowników, jakość produktów/usług oraz rekomendacje od przyjaciół i rodziny. Ankietowani dopisali również, że ważna jest dla nich transparentność cenowa firmy.

Polscy ankietowani, w przeciwieństwie do osób badanych spoza kraju, wskazali, że reputacja marki, przejrzystość oraz szerokość marki nie są dla nich argumentami wpływającymi na tworzenie pozytywnej opinii wokół marki. Ten element może wskazywać, że polscy konsumenci, jako klienci pochodzący z kraju o gorszej sytuacji ekonomicznej od konsumentów z USA, Niemiec czy Wielkiej Brytanii, często zmuszeni są do szukania alternatyw, zamiast kupować produkty znanych marek. Podkreślić to może zróżnicowanie w odpowiedziach pomiędzy reputacją marki a wyrobieniu sobie własnej opinii na jej temat.



Rysunek 19. Obserwowanie profili firmowych na platformach mediów społecznościowych – polscy respondenci.

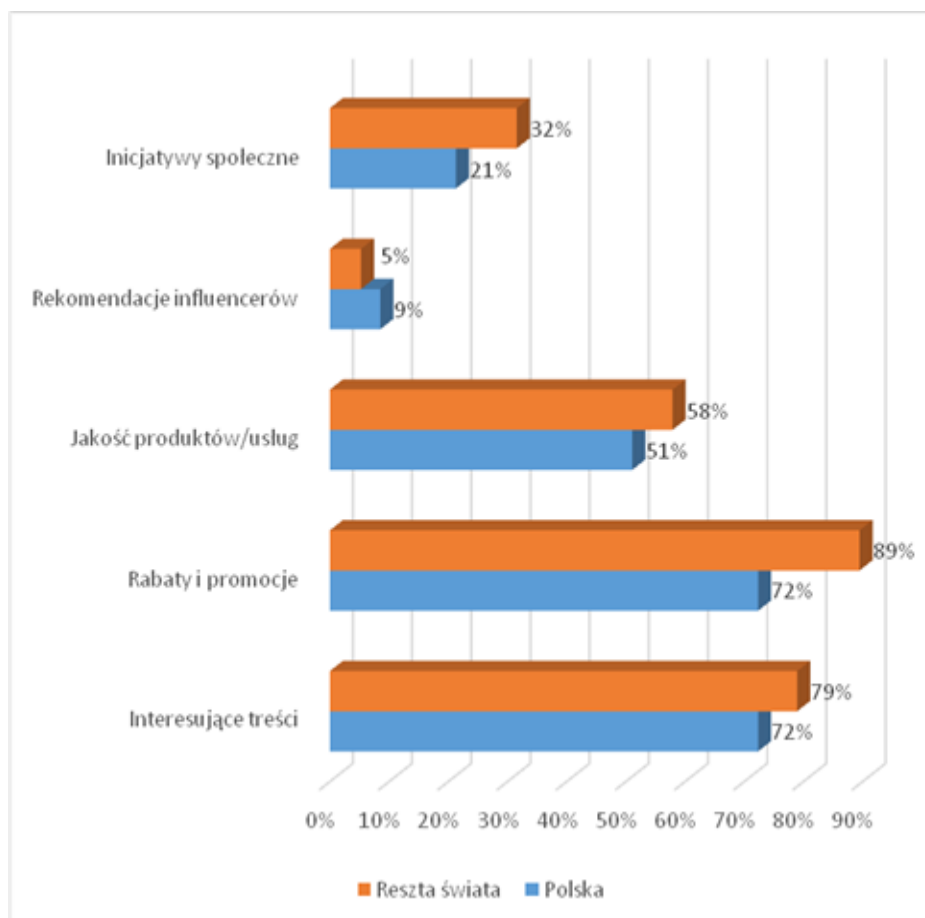
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Rysunek 20. Obserwowanie profili firmowych na platformach mediów społecznościowych – zagraniczni respondenci.

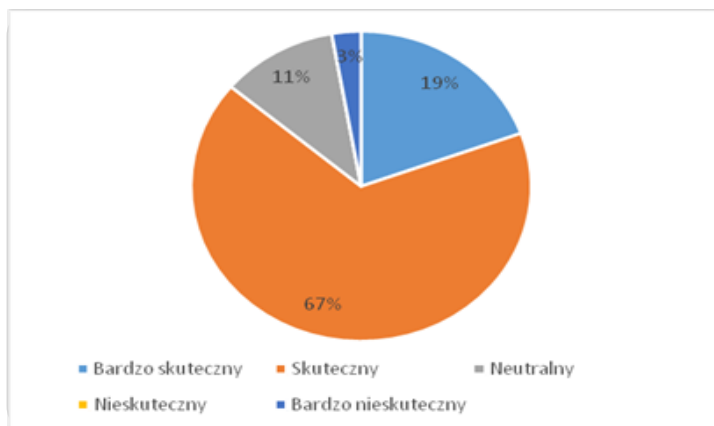
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Ankietowani w większości zadeklarowali, że obserwują marki na platformach mediów społecznościowych. Zarówno w przypadku konsumentów z Polski, jak również spoza granic kraju, konsumenci w ok. 60% decydują się na śledzenie i obserwowanie marek.



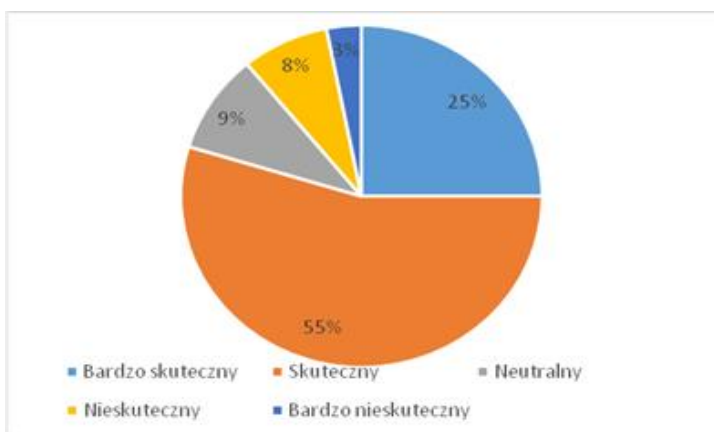
Rysunek 21. Czynniki wpływające na decyzję o obserwowaniu marki w mediach społecznościowych. Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Podstawowym powodem, dla którego konsumenci śledzą marki w mediach społecznościowych, są rabaty i promocje. Wiele firm oferuje też swoim użytkownikom dodatkowe rabaty za zaobserwowanie ich profili w social mediach. Przyczynia się to do rozwoju marki, a dla konsumentów stanowi ciekawą gratyfikację, z której chcą skorzystać. Również tego typu aktywność przedsiębiorstw polepsza ich wizerunek i opinie na ich temat. Konsumenci wskazali, że do obserwacji marek przyciągają ich interesujące dla nich treści. Jeden z ankietowanych napisał, że wśród tej kategorii zwraca uwagę na memy, czyli zabawne treści udostępniane w Internecie. To podejście pokazuje, jak ważnym zjawiskiem jest content marketing i że jest to skuteczne narzędzie marketingu internetowego. Wśród najmniej opiniotwórczych elementów prowadzenia kampanii w Internecie ankietowani po raz kolejny wskazali na influencer marketing. Według badanych niska wiarygodność celebrytów, a także dużo kampanii, jakie oni prowadzą, sprawia że korzystanie z płatnych współprac z twórcami internetowymi nie jest czynnikiem kluczowym do budowania opinii o marce. Ankietowani wskazali też na niskie znaczenie inicjatyw społecznych. Prowadzenie działań CSR, a więc z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, pomimo wielu zalet społecznych, nie zwiększa w znaczącym stopniu opinii na temat danej marki. Tendencje występujące wśród ankietowanych z Polski i spoza jej granic pokazują na podobne podejście wobec kreowania opinii zarówno na rynku krajowym, jak i zagranicznym.



Rysunek 22. Skuteczność marketingu internetowego według konsumentów w mediach społecznościowych – polscy respondenci

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Rysunek 23. Skuteczność marketingu internetowego według konsumentów w mediach społecznościowych – zagraniczni respondenci.

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Respondenci w zdecydowanej większości uważają marketing internetowy za skuteczny. Niezależnie od kraju pochodzenia, rynku występowania i wykorzystywanych narzędzi, Internet stał się skutecznym miejscem prowadzenia działań marketingowych. W przypadku zagranicznych respondentów, częściej wybierana jest odpowiedź sugerująca, że działania przedsiębiorstw w cyberprzestrzeni są bardzo skuteczne, lecz polscy respondenci wybrali, że większość działań jest skuteczna.

Podsumowanie

W wyniku przeprowadzonych badań można stwierdzić, że pozytywne opinie użytkowników na temat marki w mediach społecznościowych są kluczowym czynnikiem, mającym wpływ na decyzje zakupowe innych konsumentów. Badania wykazały bowiem, że pozytywne opinie w social mediach są bardzo ważne dla konsumentów. Ankietowani jako szczególnie ważne wskazali rekomendacje od przyjaciół i rodziny. Analizując te wyniki, można zauważyć, że konsumenci cenią sobie opinie znanych im osób i wykazują pewien stopień nieufności wobec innych informacji pozyskiwanych w mediach społecznościowych. Istnieje prawdopodobnie wiele czynników, które wpływają na to zaufanie. Może to być związane z występowaniem fałszywych opinii, manipulacją lub

płatnymi recenzjami w mediach społecznościowych, co wpływa na wiarygodność tych opinii. Większym zaufaniem darzą opinie i oceny w innych strefach wirtualnej przestrzeni, takich jak serwisy, w których mogą wyrazić opinię na dany temat lub oceny przyznawane produktom w sklepach typu marketplace.

Badania pozwalają jednoznacznie stwierdzić, że korzystanie ze społecznościowych mediów stało się codziennością dla większości użytkowników. 100% wszystkich ankietowanych wskazało na codzienne korzystanie z Internetu, a większość z nich wskazała na korzystanie z social mediów przynajmniej 2 godziny dziennie. Odpowiedź ta pokazuje, jak dużą wartością dla przedsiębiorstwa może być skuteczne prowadzenie marketingu internetowego w mediach społecznościowych. Choć Facebook, platforma stworzona przez firmę Meta, jest najczęściej wybieraną opcją, to jednak zauważyć można rosnące zainteresowanie korzystaniem z Twittera, szczególnie wśród osób do 35. roku życia.

Ankietowani wskazali także duże znaczenie opinii i rekomendacji. Szczególnie kluczowe są dla nich rekomendacje bliskich członków rodziny, ich oceny i opinie na temat danych produktów. Z kolei opinie influencerów uznawane są za znaczenie mniej wiarygodne. Nie pomagają z pewnością fakt dużej ilości scamów, a więc internetowych oszustw, które promowane były przez celebrytów.

Ostatnim aspektem była analiza poziomu zaufania użytkowników do informacji przekazywanych przez firmy. W wyniku przeprowadzonych badań okazało się, że konsumenci nie darzą profili firm w mediach społecznościowych dużym zaufaniem i nie są one dla nich wiarygodnym źródłem wiedzy.

Bibliografia

- Apanowicz, J. (2002). *Metodologia Ogólna*. Kraków: Wydawnictwo Bernardinum.
- Grębosz, M., Siuda, D., Szymański, G. (2016). *Social media marketing*. Łódź: Wydawnictwo Politechnika Łódzka.
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Global overview report*. Datareportal.
- Kotler, H., Kartajaya, I., Setiawan, I. (2013). *Marketing 5.0*. Warszawa: Wydawnictwo MT Biznes.
- Kos-Łabędowicz, J. (2014). Wykorzystanie internetowych źródeł informacji w decyzjach nabywczych konsumentów. *Studia Ekonomiczne, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach*, 187, 20-32.
- Matwiejczyk, A. (2020). Media społecznościowe jako narzędzie marketingu internetowego na przykładzie Netflix. *Akademia Zarządzania*, 4, 171-176.
- Proszkiewicz, Sz., *Buzz marketing – manipulacja czy klucz do sukcesu?* Pobrane z: <http://www.networkmagazyn.pl/buzz-marketing-br-manipulacja-czy-klucz-do-sukcesu>.
- Radziszewska, A. (2023). *Perspektywy rozwoju internetowych rekomendacji konsumenckich*. Pobrane z: http://www.pim.wzr.ug.edu.pl/pim/2013_1_1_38.pdf.
- Sala, P., Królewski, J. (2016). *E-marketing*. Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Sernovitz, A. (2011). *Marketing szeptany. Zachęć ludzi, aby mówili o Twoich produktach*. Warszawa: Oficyna Wolters Kluwer Business.
- Szreder, M. (2010). *Metody i techniki sondażowych badań opinii*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

<http://www.networkmagazyn.pl/buzz-marketing-br-manipulacja-czy-klucz-do-sukcesu>.

http://www.pim.wzr.ug.edu.pl/pim/2013_1_1_38.pdf.

<https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2021/07/IAB-SM-Formy-angazowania-uzytownikow-w-social-media.pdf>.

Dominik RYŚ

Absolwent Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska
ORCID: 0009-0000-1756-0168

KRYPTOWALUTY I WALUTY CYFROWE W POLSKICH ORAZ MIĘDZYNARODOWYCH UWARUNKOWANIACH PRAWNO-GOSPODARCZYCH

Streszczenie

Współczesny świat, oparty w dużej mierze na szeroko pojętej informatyzacji, stawia przed ludźmi coraz szersze wymagania m.in. w zakresie nowych, cyfrowych form wymiany. Wraz z wprowadzeniem do obiegu kryptowaluty „Bitcoin” zmieniło się postrzeganie pieniądza jako fizycznego elementu służącego do wyrażania wartości danego dobra. Wraz z tą zmianą konieczne stało się przystosowywanie krajowego prawa w Polsce oraz w innych państwach do obowiązujących warunków. Obserwacja i analiza tego zjawiska pozwalają sprawdzić, jakie państwa radzą sobie z tym nowym trendem lepiej, a jakie gorzej, jak również stwierdzić poziom zaawansowania technicznego danego kraju w tym aspekcie. Szczególne istotne jest tu podkreślenie roli Polski, Unii Europejskiej, Wielkiej Brytanii, Stanów Zjednoczonych oraz Chin i wskazanie daleko idących wniosków na przyszłość w zakresie rozwoju walut kryptograficznych oraz walut cyfrowych CBDC.

Słowa kluczowe: blockchain, waluty cyfrowe, kryptowaluty, CBDC, Bitcoin.

CRYPTOCURRENCIES AND DIGITAL CURRENCIES IN POLISH AND INTERNATIONAL LEGAL AND ECONOMIC CONDITIONS

Summary

The modern world, based largely on broadly understood computerization, places more and more demands on people in terms of new, digital forms of exchange. With the introduction of the cryptocurrency "Bitcoin", the perception of money as a physical element used to express the value of a given good has changed. With this change, it became necessary to adapt national law in Poland and other countries to the applicable conditions. Observation and analysis of this phenomenon allows us to check which countries are coping with this new trend better and which are worse. Moreover, it allows us to determine the level of technical advancement of a given country in this aspect. It is particularly important to emphasize the role of Poland, the European Union, Great Britain, the United States and China and to indicate far-reaching conclusions for the future in the development of cryptographic currencies and central bank digital currencies (CBDC).

Key words: blockchain, digital currencies, cryptocurrencies, CBDC, Bitcoin.

Wprowadzenie

Waluty kryptograficzne, zwane nierzadko „kryptowalutami”, których proces kształtowania i udoskonalania trwa formalnie od końca lat 80. XX wieku, przechodzą stale metamorfozę nie tylko na gruncie ich technicznego rozumowania i bytu, ale też w ramach ich funkcjonowania na płaszczyźnie wykładni prawnej w ustroju Rzeczypospolitej Polskiej i warunkach światowych. Wraz z praktycznym wdrożeniem udanego pod względem zaawansowania mechanizmu ich funkcjonowania związanego z wprowadzeniem do „obiegu” waluty kryptograficznej „Bitcoin” w III kwartale 2008 roku przez osobę lub grupę osób o pseudonimie „Satoshi Nakamoto”, stale rosło zainteresowanie tym nowym i zarazem rewolucyjnym rodzajem pierwotnie w pełni publicznego środka wymiany, który także z czasem przyczynił się do dyskusji nad ogólnokrajowym pieniądzem cyfrowym. Teza, zgodnie z którą waluty kryptograficzne są rodzajem pieniądza, jest dosyć niejednoznaczna i zarazem niekiedy wprowadzająca w błąd, gdyż wspomnienie o kryptowalucie jako o pieniądzu nie jest o końca prawdą, zaś zastosowanie podobnego określenia do pieniądza cyfrowego jest już jak najbardziej poprawne.

Przedstawione poniżej zagadnienie ma na celu zbadanie i ukazanie uwarunkowań funkcjonowania walut kryptograficznych, a także walut cyfrowych w polskich oraz zagranicznych realiach prawno-gospodarczych. Jest to możliwe dzięki zaprezentowaniu szerzej tych kwestii za pomocą metod badawczych, opierających się na obserwacji i dogłębnej analizie tematu.

1. Zdefiniowanie istoty walut kryptograficznych

Pojęcie „waluta kryptograficzna” („kryptowaluta”) zdefiniować można różnorako, w zależności od źródła, w którym ono występuje. Terminy te często różnią się pomiędzy sobą, choć łączą je wspólne cechy. Mianowicie, kryptowaluta to według:

- *Wielkiego Słownika Języka Polskiego Polskiej Akademii Nauk* – „umowna jednostka pieniężna, funkcjonująca w systemie księgowym opartym na technice zaszyfrowanej komunikacji cyfrowej, identyfikowana przez unikalny kod, służąca jako środek płatniczy jedynie w systemie elektronicznym” (www.wsjp.pl/haslo/podglad/101062/kryptowaluta, dostęp: 27.10.2023);
- słownika „INFOR” – „to forma cyfrowej lub wirtualnej waluty, która wykorzystuje technologię kryptografii do zabezpieczania transakcji oraz kontrolowania tworzenia nowych jednostek tej waluty” (<https://www.infor.pl/sloownik/biznes/6289545,kryptowaluta.html>, dostęp: 27.10.2023).

Interesujące jest to, że *Słownik Języka Polskiego Encyklopedii PWN* nie definiuje pojęć „waluta wirtualna” oraz „kryptowaluta”, a jedynie termin „waluta” jako: „jednostka monetarna będąca podstawą systemu pieniężnego w danym kraju” (<https://sjp.pwn.pl/sjp/waluta;257931.html>, dostęp: 27.10.2023).

Na zakończenie samego procesu definiowania warto także wskazać obcojęzyczną definicję Cambridge Dictionary, zgodnie z którą „cryptocurrency” (pol. kryptowaluta) to:

a digital currency produced by a public network, rather than any government, that uses cryptography to make sure payments are sent and received safely (pol. cyfrowa waluta wytwarzana przez sieć publiczną,

a nie przez jakikolwiek rząd, która wykorzystuje kryptografię, aby mieć pewność, że płatności są wysyłane i odbierane bezpiecznie) (www.dictionary.cambridge.org/dictionary/English/cryptocurrency, dostęp: 27.10.2023).

Uwzględniając powyższe definicje i opisy, do wspólnych cech wynikających ze wskazanych znaczeń zaliczyć można następujące elementy kryptograficznych walut:

- cyfrowy charakter waluty;
- niezależność od wpływu rządu;
- charakter umowny, a więc wspólny konsensus przestrzegający zasady działania;
- bezpieczeństwo, a więc odporność na ingerencję i cenzurę;
- publiczną sieć;
- unikalny charakter zawarty w kodzie (lub szyfrze), służący pseudoanonimowości.

Podkreślić należy, że powyższe elementy zostały ujęte już w pierwszym prawdziwym „prospekcie emisyjnym” kryptowaluty „Bitcoin”, a zatem w dokumencie o nazwie „Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System”, określanym też mianem „White Paper” (pol. Biała Księga), wydanym pod koniec października 2008 roku przez człowieka lub grupę ludzi określaną pseudonimem „Satoshi Nakamoto”, z której wynika jednoznacznie, że typowa kryptowaluta (ale niekoniecznie pieniądz cyfrowy) musi posiadać następujące cechy: niezależność (brak formalnego emitenta, np. w postaci państwa), decentralizację sieci przez wspólny konsensus, otwartość poprzez licencję otwartego oprogramowania – open source, publiczny charakter sieci, zapewniający za pomocą funkcji klucza publicznego pseudoanonimowość oraz odporność na ingerencję osób niepowołanych i ewentualną cenzurę państwową (www.bitcoin.org/bitcoin.pdf, dostęp: 27.10.2023). Cechy te, przynajmniej teoretycznie, warunkują jej niezależny, nieskrępowany byt, lecz nie gwarantują, że ktoś niepowołany nie utworzy zupełnie innej, zależnej od siebie, formy emisyjnej waluty kryptograficznej.

2. Waluty kryptograficzne w polskim prawodawstwie

Przyjęte powyżej definicje ukazują kluczowe elementy dla funkcjonowania walut kryptograficznych, ale prześledzić należy też rozumienie walut kryptograficznych na przykładzie ustroju prawnego Rzeczypospolitej Polskiej ze wskazaniem jednocześnie wybranych i interesujących nadzwyczajnych przypadków w skali globalnej. W przypadku Rzeczypospolitej Polskiej, prawodawstwo, a mianowicie art. 2 ust. 2 pkt 26 Ustawy z dnia 1 marca 2018 r. o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu, jednoznacznie przyjęło definicję legalną waluty wirtualnej jako (s. 16):

cyfrowe odwzorowanie wartości, które nie jest prawnym środkiem płatniczym emitowanym przez NBP, zagraniczne banki centralne lub inne organy administracji publicznej, międzynarodową jednostką rozrachunkową ustanawianą przez organizację międzynarodową i akceptowaną przez poszczególne kraje należące do tej organizacji lub z nią współpracujące, pieniądzem elektronicznym [...], instrumentem finansowym [...], wekslem lub czekiem – oraz jest wymienialne w obrocie gospodarczym na prawne środki płatnicze i akceptowane jako środek wymiany, a także może być elektronicznie przechowywane lub przeniesione albo może być przedmiotem handlu elektronicznego.

Co więcej, również Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych w art. 5a pkt 33 przyjmuje definicję waluty wirtualnej jako tą zawartą w powyższej ustawie o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu jako obowiązującą i jednocześnie dodaje ona w art. 17 ust. 1 pkt 11, że przychody ze zbycia walut wirtualnych stanowią w rozumieniu podatku dochodowego od osób fizycznych przychody z kapitałów pieniężnych. Ten sam akt prawny w art. 30b ust. 1a wspomina też, że „od dochodów uzyskanych z odpłatnego zbycia walut wirtualnych podatek dochodowy wynosi 19% uzyskanego dochodu”, a w ust. 1b podkreśla, iż „dochodem z odpłatnego zbycia walut wirtualnych jest osiągnięta w roku podatkowym różnica między sumą przychodów uzyskanych z tytułu odpłatnego zbycia walut wirtualnych a kosztami uzyskania przychodów” (Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych). Wobec tego ustawodawca nie precyzuje jednoznacznie cech waluty wirtualnej, lecz tylko zawęży listę dostępnych instrumentów finansowych lub papierów wartościowych, którymi wspomniana waluta wirtualna nie jest. Co więcej, polski ustawodawca nie doprecyzowuje jednocześnie, czym w istocie jest kryptowaluta (waluta kryptograficzna). Można się tylko domyślać, m.in. na podstawie wskazanej definicji, że w związku z tym, iż kryptowaluta nie spełnia powyższych przesłanek, to z mocy prawa kwalifikuje się jako waluta wirtualna lub też jej specjalny przypadek, a przychód z niej to (jak w przypadku walut wirtualnych) przychód z kapitałów pieniężnych opodatkowany tzw. „podatkiem Belki”, tj. 19% stawką podatku dochodowego rozliczanym na druku PIT-38, co wynika bezpośrednio z art. 45 ust. 1a pkt 1 powyższej ustawy. Oznacza to, że formalnie polski ustawodawca nie uznaje walut kryptograficznych (wchodzących w skład walut wirtualnych) za rodzaj środka płatniczego będącego walutą, lecz określa go raczej jako kapitał pieniężny podobnie do przykładowych zainkasowanych odsetek od pożyczek lub dochodu uzyskanego z odpłatnego zbycia papierów wartościowych.

Interesujące stanowisko w kwestii funkcjonowania kryptowalut i walut wirtualnych oraz w kontekście ich rozbudowanej definicji wydał Urząd Komisji Nadzoru Finansowego (UKNF) w grudniu 2020 roku, który „dostrzega brak standaryzacji oraz pewności prawa w podejściu do wykorzystania kryptoaktywów na polskim rynku finansowym”. Już na wstępie UKNF wskazuje, że „z uwagi na nieuregulowany wprost status prawny kryptoaktywów, emisja, nabycie, korzystanie, a także obrót nimi może wiązać się z różnego rodzaju ryzykami”, co podkreśla stosunkową nowość pojęcia kryptoaktywów w polskim prawodawstwie. Stanowisko UKNF bardzo szczegółowo definiuje wszelkie pojęcia dotyczące kryptowalut, które zalicza do aktywów cyfrowych (kryptoaktywów) i określa je jako waluty wirtualne zgodnie z powyższą definicją ustawy o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu. Dodatkowo, stanowisko UKNF podkreśla, że wspomniany powyżej „prospekt emisyjny” w postaci „White Paper” to „dokument przygotowany przez twórcę (emitenta) danego kryptowaluty, z uwagi na brak ram prawnych bezpośrednio regulujących w tym zakresie to kryptoaktywo”, jednocześnie podkreślając, to co zostało wspomniane wcześniej, tj. fakt, że kryptowaluty to tak naprawdę aktywa cyfrowe, będące kryptoaktywami wchodzącymi w skład walut wirtualnych. Stanowisko UKNF uszczegółowia tym samym zdecydowanie bardziej kryptowaluty (w tym też waluty wirtualne) i określa dodatkowo, że są one tak naprawdę tokenami płatniczymi i definiuje je finalnie jako „rodzaj kryptoaktywów tworzonych z myślą o alternatywie dla pieniądza emitowanego przez banki centralne i będącego oficjalnym środkiem płatniczym, tj. walut FIAT (fiducjarnych)”. UKNF podkreśla tym samym

jednoznacznie, że główną istotą w funkcjonowaniu kryptowalut (walut kryptograficznych) jest ich odrębność względem tradycyjnego systemu pieniądza fiducjarnego i brak emitenta, dodając jednocześnie, że one (podobnie jak inne tokeny, które szczegółowo zostały opisane też w tym stanowisku) podlegają wymianie na inne dobra lub usługi. UKNF określa kryptowalutę „Bitcoin” mianem „natywnego tokena płatniczego”, a więc takiego, który automatycznie generuje się przez mechanizm (układ) zawarty w protokole danej platformy transakcyjnej (Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, 2020). W rzeczywistości tym protokołem transakcyjnym jest sieć powiązań charakterystyczna dla kryptowaluty „Bitcoin” i innych kryptowalut, funkcjonująca pod określeniem blockchain (pol. łańcuch bloków), a zatem układ bloków, które będąc rejestrami transakcyjnymi, powiązane są ze sobą, tworząc w ten sposób scementowaną i zarazem zdecentralizowaną bazę danych. Warto tutaj jednocześnie wspomnieć, że w oparciu o zależność protokołu transakcyjnego od danego podmiotu lub jego brak, waluty kryptograficzne rozdzielić można na waluty o:

- blockchainie publicznym (eng. public blockchain) – protokół mający charakter otwartego oprogramowania (open-source), który edytować może każdy jego użytkownik (dotyczy np. kryptowaluty Bitcoin);
- blockchainie prywatnym (tzw. typu permissioned) – protokół mający charakter prywatny i zależny od podmiotu wydającego tokena, w tym od przedsiębiorstwa lub rządu danego państwa.

Powyższe rodzaje, różniąc się głównie zależnością od „emitenta”, wskazują, że istnieje możliwość uzależnienia danej kryptowaluty od ewentualnych poczynań w tym zakresie przedsiębiorstw lub rządów państw.

3. Polski pieniądz cyfrowy banku centralnego

Omówione powyżej zagadnienia prawne dotyczące Polski odnoszą się do obu form protokołu transakcyjnego, ale nie do pieniądza cyfrowego banku centralnego (ang. Central Bank Digital Currency) (CBDC), rozumianego jako przykładowy e-PLN (cyfrowego nowego złotego polskiego), który w odróżnieniu od walut wirtualnych byłby potencjalnie prawnym środkiem płatniczym w kraju równoległe ze współcześnie obowiązującym złotym polskim i byłby rozumiany oraz tożsamy pieniądzwowi fiducjarnemu.

W przypadku Polski proces tworzenia analiz i formułowania opinii w zakresie cyfrowej waluty banku centralnego (CBDC) trwa w pewnym stopniu tak naprawdę od końca 2016 roku, co szczegółowo zostało przedstawione w ponad 100-stronnicowym raporcie Narodowego Banku Polskiego (NBP) z maja 2021 roku (Narodowy Bank Polski, 2021a). Raport ukazuje bardzo dokładny i zagregowany stan wiedzy o cyfrowych walutach banków centralnych na świecie, począwszy od samej techniki, za którą stoi proces wdrożenia cyfrowej waluty, aż do przedstawienia państw na świecie z poziomem rozwoju ich własnej myśli w zakresie ich cyfrowej waluty banku centralnego. Co więcej, ukazuje on liczne schematy i wyjaśnia wiele zależności kluczowych do zrozumienia tematu. Najbardziej wartościowe w kontekście cyfrowego złotego są jedne z ostatnich stron niniejszego raportu, w których zawarta jest pełna historia procesu analitycznego i wywiadowczego w zakresie polskiej waluty cyfrowej wraz z aktualnym stanowiskiem Narodowego Banku Polskiego, dotyczącym polskiej waluty cyfrowej. NBP stwierdza przede wszystkim, że przebieg myśli związanej z polskim CBDC trwa tak naprawdę od stworzenia w 2017 roku raportu „Zespołu roboczego ds. rozwoju innowacji finansowych

(FinTech)” (Narodowy Bank Polski, 2021a, s. 85). Stwierdzono w nim głównie, że obecnie funkcjonujące waluty kryptograficzne nie są bezpiecznie w charakterze finansowym dla ich użytkowników i określono, że polski cyfrowy pieniądz (sugerowana nazwa: e-PLN) musiałby funkcjonować w oparciu o sieć blockchain. Jednocześnie dodano, że wstępnie, jeśli nawet taka waluta zostałaby wyemitowana, musiałaby ona przejść proces testów w tzw. piaskownicy (ang. sandbox) w ograniczonym kręgu użytkowników. Podkreślono zarazem, że (Ibidem, s. 11):

NBP na obecnym etapie negatywnie odnosi się do postulatu emisji waluty wirtualnej i nie przewiduje na razie możliwości emisji takiej waluty. W ocenie NBP, ani wymogi prawne, czyli przepisy Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej i ustawy [...] o Narodowym Banku Polskim dotyczące emisji znaków pieniężnych w postaci banknotów i monet, ani względy bezpieczeństwa związane z niedojrzałością technologii rozproszonego rejestru, która mogłaby być zastosowana przy emisji walut wirtualnych, nie pozwalają na pozytywne odniesienie się do wskazywanego postulatu [przyp. postulatu polskiej waluty cyfrowej] (Komisja Nadzoru Finansowego, 2021).

Analizując to zdanie, stwierdzić można, że w niedalekiej przyszłości NBP nie planuje wprowadzenia waluty cyfrowej w Polsce, a jej mechanizmy uznaje za niezbyt dobrze przetestowane. Co więcej, Narodowy Bank Polski podkreślił, że: „informacja o aktualności negatywnego stanowiska NBP w kwestii ewentualnej emisji CBDC w Polsce, wraz z prezentacją argumentów uzasadniających to stanowisko (...) została przedstawiona przez NBP w 2020 i 2021 roku w odpowiedzi na poniżej opisane inicjatywy” (Narodowy Bank Polski, 2021a, s. 86).

NBP wspomina tu o następujących inicjatywach, związanych z zainteresowaniem pewnych kręgów ewentualnym wprowadzeniem waluty cyfrowej w Polsce. Pierwsza z nich to przekazanie przez Narodowy Bank Polski do Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego w 2020 roku uwag dotyczących tokenizacji cyfrowego złotego. Podkreślone zostało tu szczególnie stanowisko Koalicji na rzecz Polskich Innowacji (KPI), które twierdzi, że brak tokenizacji polskiego cyfrowego złotego realnie wpłynie na stan funkcjonowania polskich finansów, gdyż oddała ono Polskę od państw, które już realnie eksperymentują z tym procesem, a nawet wcielają go w życie. Według opinii KPI: „potrzeby rynkowe mogłyby zostać zaspokojone stokenizowanym złotym emitowanym w formie pieniądza elektronicznego” (Narodowy Bank Polski, 2021a, s. 86). Kolejna negatywna odpowiedź NBP w zakresie cyfrowego złotego dotyczyła odpowiedzi na interpelację poselską Posła na Sejm Przemysława Koperskiego i parlamentarzystów Klubu Parlamentarnego „Lewicy” (Narodowy Bank Polski, 2021a, s. 86). Na wspomnianej „Interpelacji nr 10470 do Ministra Finansów w sprawie planów rządu dotyczących emisji cyfrowej waluty banku centralnego” twórcy podkreślili, że rozwój CBDC trwa w Chińskiej Republice Ludowej, Stanach Zjednoczonych oraz na terytorium Unii Europejskiej, jednocześnie zadając pytania m.in. dotyczące tego, czy polski rząd podejmuje działania w zakresie CBDC z partnerami zagranicznymi i jak wygląda stan prac nad cyfrowym złotym prowadzonych przez Narodowy Bank Polski (Sejm Rzeczypospolitej Polskiej, 2020a). W odpowiedzi na tą interpelację, Podsekretarz Stanu w Ministerstwie

Finansów – Piotr Nowak przedstawił odpowiedź, w której kolejny raz podkreślono negatywne zdanie NBP odnośnie do wprowadzenia CBDC w Polsce, co zaargumentowano m.in. tym, że wartość pieniądza gotówkowego w Polsce od wielu lat rośnie, utrzymuje się wysoki poziom stanu gotówki w transakcjach detalicznych i występuje silne do niej przywiązanie przez obywateli oraz funkcjonujące obecnie systemy płatności elektronicznej są na wysokim oraz innowacyjnym poziomie (Narodowy Bank Polski, 2021a, s. 86; Sejm Rzeczypospolitej Polskiej, 2020b). Ostatecznie, 5 lutego 2021 roku na konferencji prasowej poświęconej ocenie bieżącej sytuacji ekonomicznej, Prezes NBP, prof. dr hab. Adam Glapiński, udzielił odpowiedzi na pytania dziennikarzy m.in. w kwestii wprowadzenia CBDC, podkreślając tym samym, że wśród analiz prowadzonych w NBP w tym zakresie na razie przeważają negatywne wnioski (Narodowy Bank Polski, 2021b, s. 86).

4. Salwadorski model bitcoinowej hybrydy

Przedstawiony powyżej model funkcjonowania walut kryptograficznych związany jest z siecią transakcyjną blockchain typu public i permissioned w polskiej przestrzeni publicznej oraz prawnej. Warto jednak zauważyć, że występują kraje, które dosyć nietypowo przyjęły pierwszy typ systemu transakcyjnego na swoim rynku monetarnym jako obowiązującą hybrydę monetarną, tj. zaakceptowały kryptowalutę „Bitcoin” jako prawny środek płatniczy obok swych walut fiducjarnych, co oznacza, że formalnie walutą cyfrową takich państw jest waluta kryptograficzna o publicznym systemie transakcyjnym, której ich banki centralne nie są w stanie kontrolować, a więc prowadzić wobec niej w pełni niezależnej polityki monetarnej. Tymi krajami są Republika Salwadoru, która wprowadziła kryptowalutę „Bitcoin” obok dolara amerykańskiego (we wrześniu 2021 roku) (Ministerstwo Finansów Republiki Salwadoru, 2021) i Republika Środkowoafrykańska, która wprowadziła powyższą kryptowalutę obok franka CFA (w kwietniu 2022 roku), lecz ostatecznie w maju 2023 roku projekt odrzuciła (<https://www.eiu.com/n/central-african-republic-delays-cryptocurrency-listing/>, dostęp: 27.10.2023). W przypadku tych powyższych krajów wystąpił problem z oszacowaniem wpływu kryptowaluty „Bitcoin” na ich wskaźnik cen, co łączyło się z ich problemami gospodarczymi i co uniemożliwiało bankom centralnym podjęcie stosownych kroków zaradczych. Warto zauważyć, że państwa te zajmują aktualnie odległe pozycje pod względem wskaźnika PKB per capita, co świadczy o ich słabej kondycji. Co więcej, uznawane są jako jedne z najsłabiej rozwiniętych gospodarczo, w takim stopniu, że w przypadku Salwadoru najpierw przyjęto w 2001 roku dolara amerykańskiego jako walutę krajową zamiast własnej waluty (Colona Salwadorskiego), a 20 lat później dodano do obiegu walutę kryptograficzną, na którą wartość państwo to nie posiada żadnego wpływu. Co więcej, wraz ze spadkiem wartości kryptowaluty „Bitcoin” w listopadzie 2021 roku pojawiło się znaczne ryzyko niewypłacalności, sugerowane już wcześniej przez Międzynarodowy Fundusz Walutowy, i tak już olbrzymiego zadłużenia zagranicznego, a zmniejszenie ratingu gospodarczego tego kraju z poziomu B- do poziomu CC (technicznej niewypłacalności) przez agencję „Fitch Ratings” spowodowało, że dług Salwadoru niebawem pokryje PKB tego państwa, a nad samym krajem może zawisnąć ryzyko bankructwa (<https://www.fitchratings.com/research/sovereigns/fitch-affirms-el-salvador-at-cc-02-02-2023>, dostęp: 27.10.2023). Oznacza to tym samym, że wprowadzanie do gospodarki walut kryptograficznych typu public może nie być najlepszym rozwiązaniem na wskazanie drogi rozwoju oraz innowacji.

5. Cyfrowy juan w Chińskiej Republice Ludowej i inne modele pieniądza cyfrowego

W obszarze powyższych zagadnień warto wskazać model wdrażania cyfrowej waluty w Chińskiej Republice Ludowej, gdyż jest to jedno z niewielu państw, który wprowadza realnie omówiony przez Narodowy Bank Polski model waluty cyfrowej CBDC w swoim systemie monetarnym w sposób naprawdę prawidłowy. Chińską CBDC jest cyfrowe renminbi, zwane cyfrowym RMB lub e-CNY (cyfrowy juan) w projekcie zakładającym wdrożenie tej waluty w zakresie funkcjonującym w tym kraju modelu gospodarczym. Oficjalne informacje dotyczące wprowadzenia cyfrowej waluty przez chińskiego emitenta – Ludowy Bank Chin, zaczęły pojawiać się bardzo wcześnie, gdyż jeszcze przed formalną modą na kryptowalutę Bitcoin, czyli w 2014 roku (<https://www.wsj.com/articles/china-creates-its-own-digital-currency-a-first-for-major-economy-11617634118>, dostęp: 27.10.2023). Oznacza to, że chińska waluta cyfrowa może być uznawana za jedną z najstarszych na świecie. Następnie w latach 2014-2017 trwały wstępne analizy i szacunki dotyczące ewentualnego wprowadzenia cyfrowego RMB, a sam przełom nastąpił w 2017 roku, gdy Rada Państwa Chińskiej Republiki Ludowej ostatecznie zatwierdziła proces rozwojowy cyfrowej waluty we współpracy z licznymi instytucjami i chińskimi korporacjami (z m.in. Alibaba i Huawei) (<https://www.forbes.com/sites/michaeldelcastillo/2019/08/27/alibaba-tencent-five-others-to-recv-first-chinese-government-cryptocurrency/?sh=2f4206631a51>, dostęp: 27.10.2023). Następnie, po latach przygotowań, w 2019 roku Ludowy Bank Chin ogłosił, że w dosyć niedalekiej przyszłości cyfrowa waluta zostanie wyemitowana pod nazwą DCEP (ang. Digital Currency Electronic Payment), co w języku polskim oznacza: „Elektroniczna Płatność Waluty Cyfrowej”. Oficjalnie, w zbieżności z pandemią SARS-CoV-2, w kwietniu 2020 roku cyfrowe RMB zostało wprowadzone w fazę testów w czterech wielomilionowych regionach: Suzhou, Xiong’an, Shenzhen i Chengdu. Podczas tej fazy sprawdzano przede wszystkim funkcjonalność cyfrowej waluty (funkcjonującej na równi z dotychczasowym pieniądzem fiducjarnym), stabilność, system przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz działanie aplikacji umożliwiającej dokonywanie płatności. Rok później, do dotychczasowych czterech regionów, dołączyło kolejnych sześć, w tym m.in. Szanghaj, a do końca 2021 roku ponad 261 mln użytkowników pobrało aplikację do cyfrowej waluty oraz przeprowadziło wspomniane testy i transakcje (<https://www.scmp.com/tech/tech-trends/article/3163953/chinas-digital-currency-e-cny-wallet-nearly-doubles-user-base-two>, dostęp: 27.10.2023). Pod koniec marca 2022 roku do wspomnianych wyżej regionów testujących dołączyło kolejne sześć ośrodków miejskich, w tym m.in. Chongqing i Kanton, a oprócz tego zaplanowane jest testowanie waluty cyfrowej w stolicy Chin – Pekinie. Z kolei od początku 2023 roku Chiny weszły w całkiem nową sferę testów. W dniu 16 stycznia wykorzystano cyfrowe RMB do zapłaty za papiery wartościowe (<https://bitcoin.pl/cyfrowy-juan-update>, dostęp: 27.10.2023), zaś w maju w prowincji Jiangsu rozpoczęło się wprowadzanie wypłat wynagrodzeń w e-CNY dla pracowników rządowych, spółek państwowych i instytucji publicznych (<https://www.theblock.co/post/249655/hong-kong-expands-trial-of-chinas-digital-yuan-to-more-banks-says-official>, dostęp: 27.10.2023). Interesujący jest też fakt, że od lipca trwało zacieśnianie współpracy ze spółkami telekomunikacyjnymi na terenie Chin, której celem było umożliwienie dokonywania płatności w cyfrowym juanie za pomocą protokołu NFC, obecnych w telefonach komórkowych (<https://www.fxmag.pl/artykul/cyfrowy-yuan-coraz-blizej-waluta-weszla-w->

nowy-etap-testow, dostęp: 27.10.2023), natomiast końcem października 2023 roku Chiny dokonały za pomocą e-CNY pierwszej transakcji zakupu 1 mln baryłek ropy naftowej, co tylko podkreśla, że dąży się tam do tego, żeby cyfrowe RMB stało się konkurentem dla parytetu dolara amerykańskiego (<https://bitcoin.pl/chinski-smok-sie-przebudzil-pierwszy-import-ropy-za-cyfrowego-juana>, dostęp: 27.10.2023).

Warto zauważyć, że Chińska Republika Ludowa jako państwo komunistyczne i zarazem autorytarne chce zachować jak największą kontrolę nad swoimi obywatelami, zatem tak wczesny pomysł wdrożenia cyfrowej waluty, która poniekąd rejestruje transakcje dokonywane przez obywateli Chin w oparciu o aplikacje, jest kolejnym krokiem w kierunku ścisłej kontroli ludności, jak również ich środków finansowych, niezbędnych dla funkcjonowania chińskiej władzy, chociaż szybkość oraz rozmach działania Ludowego Banku Chin w zakresie rozwoju cyfrowej waluty w tym kraju jest naprawdę imponująca.

Nieco mniej zaawansowany, chociaż równie interesujący, jest model rozwoju pieniądza cyfrowego w Unii Europejskiej, Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii. W przypadku Unii Europejskiej należy przyznać, że posiada ona najbardziej przemyślany, a zarazem przejrzysty system informujący o tym, czym w istocie miałyby być wspomniana waluta i jednocześnie bardzo szczegółowo omawia jej kształt. Przede wszystkim, cyfrowa waluta będzie należeć do wyodrębnionego segmentu środków płatniczych banku centralnego, tj. będzie ona „cyfrową walutą banku centralnego” (Europejski Bank Centralny, 2022). Wspomniane CBDC będzie zwać się „cyfrowe euro”, a jego emitentem będzie zarówno Europejski Bank Centralny, jak również banki centralne państw strefy euro. Dodatkowo podkreślone zostało, że cyfrowe euro nie zastąpi gotówki, lecz będzie ją uzupełniać, dzięki czemu system finansowy Unii Europejskiej będzie działał płynniej. Co więcej, w postaci kilku raportów, Europejski Bank Centralny przedstawił wstępne założenia dotyczące m.in. głównych celów cyfrowego euro, kwestii konstrukcyjnych waluty cyfrowej, a także elementów technicznych i organizacyjnych. Warto zauważyć, że sam projekt dotyczący cyfrowego euro rozpoczął się dokładnie w czwartym kwartale 2020 roku, kiedy opublikowano pierwszy raport na temat tej cyfrowej waluty, a 14 lipca 2021 roku miał miejsce komunikat prasowy Europejskiego Banku Centralnego, w którym stwierdzono, że sama faza badawcza projektu potrwa jeszcze co najmniej 2 lata i będzie zwana „fazą dochodzenia” (Europejski Bank Centralny, 2021). W tej fazie miało nastąpić zbadanie kwestii projektowych cyfrowej waluty, a także elementów dystrybucyjnych i legislacyjnych. Sam etap badawczo-analityczny potrwać miał do października 2023 roku, a po jego zakończeniu została podjęta decyzja o dalszym funkcjonowaniu tej cyfrowej waluty w ciągu najbliższych 3 lat w tzw. „fazie przygotowania”. Dnia 17 listopada 2023 roku Europejski Bank Centralny wydał agendę, w której szczegółowo określił dalsze okresy badań nad CBDC – „faza przygotowania” ma trwać od 1 listopada 2023 roku, a zakończyć się w okolicach października 2025 roku, kiedy to od listopada 2025 roku ma nastąpić proces prawny wdrożenia cyfrowego euro wśród europejskiej gospodarki (Europejski Bank Centralny, 2023). Z tych szacunków wynika, że Europejski Bank Centralny niezwykle dokładnie i przemyślanie podchodzi do kwestii wspólnotowej cyfrowej waluty, o czym świadczy fakt, że nawet na ww. formularzu oszacował, co byłoby, gdyby jakikolwiek kraj wspólnoty spoza strefy euro wyemitował przed cyfrowym euro swoją własną walutę cyfrową.

Kolejnym, trzecim z kolei, zagranicznym państwem, mającym na celu wprowadzić cyfrową walutę w przyszłości, są Stany Zjednoczone, które w stosunku do Chińskiej Republiki Ludowej i Unii Europejskiej mają mniej rozwinięty program waluty cyfrowej. Wszelkie działania związane z cyfrowym dolarem amerykańskim, który ma być podobnie jak cyfrowe euro „cyfrową walutą banku centralnego” (CBDC), prowadzone są w ramach projektu poza bankiem centralnym pt. „The Digital Dollar Project”, skupiającym przede wszystkim założoną specjalnie w tym celu „Fundację Cyfrowego Dolara” (ang. Digital Dollar Foundation) oraz przedsiębiorstwo consultingowo-biznesowe „Accenture” (The Digital Dollar Project, 2020c). Sam projekt ma zatem charakter bardziej prywatny i badawczy niż dotyczący bezpośrednio banku centralnego. Za oficjalne jego rozpoczęcie uznaje się dzień 16 stycznia 2020 roku, tj. komunikat prasowy Fundacji Cyfrowego Dolara, w którym stwierdzono, że były przewodniczący Komisji ds. Handlu Kontraktami Terminowymi (CFTC) nawiązał współpracę ze spółką Accenture w celu utworzenia cyfrowego dolara (The Digital Dollar Project, 2020b). Z kolei w maju 2020 roku opublikowany został ponad 50-stronnicowy dokument, opisujący wszelkie zagwozдки i zależności związane głównie z ogólnym terminem „cyfrowa waluta banku centralnego” (CBDC), jak też bardzo ogólnie odnoszące się do kwestii cyfrowego dolara. Stwierdzono w nim m.in., że:

Cyfrowy dolar nie tylko stworzyłby nowe rynki, ale także umożliwiłby nowym graczom wejście na ustabilizowane rynki. Korzyści płynące z cyfrowego dolara można zastosować do wymagań przemysłu niszowego i obszarów ryzyka. [...] Cyfrowy dolar zapewniłby sektorowi prywatnemu nowoczesną architekturę walutową do wykorzystania oraz rozbudowy (The Digital Dollar Project, 2020a).

Według członków fundacji, wskazane powyżej założenia mają przyświecać idei utworzenia cyfrowego dolara jako środka płatności przyszłości (Ibidem). Dnia 17 maja 2021 roku fundacja opublikowała kolejny komunikat prasowy, z którego wynikało, że przedstawia ona dziewięć scenariuszy pilotażowych w celu przetestowania elementów amerykańskiej waluty cyfrowej (The Digital Dollar Project, 2021). Następny komunikat, z dnia 31 sierpnia 2022 roku, informował, że został utworzony projekt badawczy na zasadzie piaskownicy (ang. sandbox), który ma za zadanie przetestować ewentualne elementy techniczne tej waluty cyfrowej. Z kolei pierwsze znaczące kroki dotyczące amerykańskiego pieniądza cyfrowego były już podejmowane od stycznia 2023 roku (The Digital Dollar Project, 2022). Opublikowano wówczas raport dotyczący przyszłych badań na „cyfrowym dolarem”, a w sierpniu 2023 roku poinformowano, że spółka wraz z przedsiębiorstwem Western Union rozpoczyna program pilotażowy, skupiony na wykonywaniu płatności międzynarodowych, co podkreśla, że w przyszłości Stany Zjednoczone mogą realnie konkurować międzynarodowo swoją cyfrową walutą (The Digital Dollar Project, 2023).

Ostatnim państwem, które bada możliwość wprowadzenia na swoim terytorium „cyfrowej waluty banku centralnego” (CBDC) jest Zjednoczone Królestwo Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej. W jego przypadku występuje system dość wczesnego analizowania możliwości waluty cyfrowej poprzez bank centralny (Bank Anglii) wraz z działaniami w obrębie prywatnego sektora podobnego do Fundacji Cyfrowego Dolara,

a mianowicie „Fundacji Cyfrowego Funta” (ang. Digital Pound Foundation). W kontekście cyfrowej waluty intensywnie wypowiada się Bank Anglii, który w dość podobny sposób w stosunku do Europejskiego Banku Centralnego zamieścił na swej stronie internetowej szczegółowy harmonogram prac i opis działań w zakresie cyfrowego funta. Oficjalnie Bank Anglii twierdzi, że: „Przyglądamy się uważnie, jak może działać cyfrowa waluta brytyjskiego banku centralnego (CBDC). Ale jeszcze nie podjęliśmy decyzji o jej wprowadzeniu” (Bank of England, 2020b). Można więc powiedzieć, że Bank Anglii działa bardzo rozważnie, co również wynika z rozmiarów prac nad cyfrową walutą. Za początek działań przyjąć należy marzec 2020 roku, kiedy opublikowany został artykuł do dyskusji dotyczący CBDC w Wielkiej Brytanii, a rok później utworzona została grupa robocza ds. CBDC (Bank of England, 2020a). Również w 2021 roku opublikowany został raport z dyskusji w zakresie CBDC i przedstawiono kolejne kroki w zakresie prac (Bank of England, 2021). Jednocześnie stwierdzono, że cyfrowa waluta brytyjskiego banku centralnego będzie kontrolowana przez Bank Anglii i będzie ścisłym cyfrowym odpowiednikiem dotychczasowej waluty fiducjarnej, tj. funta szterlinga. Dnia 22 czerwca 2021 roku powstała wcześniej wymieniona „Fundacja Cyfrowego Funta”, która łączy ze sobą środowiska prywatne, mające wspomóc działania badawcze w zakresie cyfrowej waluty Wielkiej Brytanii (Digital Pound Foundation). W 2022 roku Bank Anglii rozpoczął proces konsultacji, który zmierzać ma do opracowania prawidłowej technologii w zakresie funkcjonowania takiej waluty cyfrowej. Co ciekawe, w lipcu 2022 roku została ujawniona informacja, że jednak CBDC w Wielkiej Brytanii nie będzie funkcjonowało na równi z gotówką, a raczej dostarczane będzie przez zewnętrzną, prywatną jednostkę zajmującą się takimi rozwiązaniami, w zakresie rachunku lub konta osobistego (<https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-07-06/bank-of-england-says-digital-pounds-unlikely-to-work-like-cash?leadSource=verify%20wall>, dostęp: 24.11.2023). Warto tutaj dodać, że Bank Anglii określił przewidywany termin wprowadzenia waluty cyfrowej w Zjednoczonym Królestwie na drugą połowę trzeciej dekady XXI wieku, czyli teoretycznie póki co najpóźniej względem wyżej wymienionych państw (Bank of England, 2022).

Podsumowanie

Na zakończenie należy wskazać, że przyszłościowy kierunek rozwoju walut kryptograficznych i pieniądza cyfrowego będzie wytyczony w ramach rozbudowywania potencjału, a zarazem wzrostu zainteresowania tymi dosyć nowymi narzędziami z branży FINTECH w obszarze już konkretnych państw. Wśród kluczowych wniosków, które należy tutaj przytoczyć, jest fakt, że wysoko rozwinięte gospodarczo państwa świata ciągle rozwijają i badają waluty kryptograficzne, a nawet mają zamiar wprowadzić swoje własne waluty cyfrowe, co prowadzi w pewien sposób do ogólnoświatowego wyścigu CBDC. Zauważalny jest także coraz bardziej rozumiany model techniczny i ekonomiczny tych potencjalnie nowych środków wymiany. Wobec tego to prawodawcy w Rzeczypospolitej Polskiej muszą mieć na względzie coraz szybciej postępujący trend globalny odniesienia waluty fiducjarnej do waluty cyfrowej, z powodu którego być może w niedalekiej przyszłości będą zmuszeni mocniej ingerować w zmiany prawne dotyczące krajowej waluty fiducjarnej. Na dzień dzisiejszy, pozostaje państwom jedynie eksperymentować i badać obszary, w których być może zostanie kiedyś zainicjowana wizja nie tyle walut kryptograficznych, ile krajowych właśnie walut cyfrowych CBDC.

Bibliografia

- Bank of England. (2020a). *Central Bank Digital Currency: opportunities, challenges and design*. Pobrane z: <https://www.bankofengland.co.uk/paper/2020/central-bank-digital-currency-opportunities-challenges-and-design-discussion-paper>.
- Bank of England. (2020b). *UK central bank digital currency*. Pobrane z: <https://www.bankofengland.co.uk/research/digital-currencies>.
- Bank of England. (2021). *New forms of digital money*. Pobrane z: <https://www.bankofengland.co.uk/paper/2021/new-forms-of-digital-money>.
- Bank of England. (2022). *Will the UK get its own digital currency?* Pobrane z: <https://www.bankofengland.co.uk/knowledgebank/what-is-a-central-bank-digital-currency>.
- Digital Pound Foundation. *About Us*. Pobrane z: <https://digitalpoundfoundation.com/about/>.
- Europejski Bank Centralny. (2021). *Eurosystem launches digital euro project*. Pobrane z: <https://www.ecb.europa.eu/press/pr/date/2021/html/ecb.pr210714~d99198ea23.pl.html>.
- Europejski Bank Centralny. (2022). *The case for a digital euro: key objectives and design considerations*. Pobrane z: https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/key_objectives_digital_euro~f11592d6fb.pl.pdf.
- Europejski Bank Centralny. (2023). *The digital euro: a digital form of cash*. Pobrane z: https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2023/html/ecb.sp231117_1~cbdafd0d7c.pl.pdf?8964b14201ceca7554e61e7b6c4e3f8e.
- Komisja Nadzoru Finansowego. (2021). *Raport z prac Zespołu roboczego ds. rozwoju innowacji finansowych (FinTech)*. Pobrane z: https://www.knf.gov.pl/knf/pl/komponenty/img/Raport_z_prac_Zespołu_ds_rozwoju_innowacji_f finansowych_73565.pdf.
- Ministerstwo Finansów Republiki Salwadoru. (2021). *Salwadorczycy będą mogli wybrać, czy chcą używać bitcoinów, czy dolarów: Minister Alejandro Zelaya*. Pobrane z: <https://www.mh.gob.sv/salvadorenos-podran-elegir-usar-bitcoin-o-dolares-ministro-zelaya/>.
- Narodowy Bank Polski. (2021a). *Pieniądz cyfrowy banku centralnego*, Departament Systemu Płatniczego NBP. Pobrane z: <https://nbp.pl/system-platniczy/dane-i-analizy/analizy-i-opracowania/pieniazd-cyfrowy-banku-centralnego/>.
- Narodowy Bank Polski. (2021b). *Zapowiedź konferencji Prezesa NBP prof. Adama Glapińskiego*. Pobrane z: <https://nbp.pl/zapowiedz-konferencji-prezesa-nbp-prof-adama-glapińskiego/>.
- Sejm Rzeczypospolitej Polskiej. (2020a). *Interpelacja nr 10470 do ministra finansów w sprawie planów rządu dotyczących emisji cyfrowej waluty banku centralnego*. Pobrane z: <https://www.sejm.gov.pl/Sejm9.nsf/InterpelacjaTresc.xsp?key=BT4HQT>.
- Sejm Rzeczypospolitej Polskiej. (2020b). *Odpowiedź na Interpelację nr 10470 do Ministra Finansów w sprawie planów rządu dotyczących emisji cyfrowej waluty banku centralnego*. Pobrane z: <http://orka2.sejm.gov.pl/INT9.nsf/klucz/ATTBU8J5Q/%24FILE/i10470-o1.pdf>.
- The Digital Dollar Project. (2020a). *Exploring a US CBDC*. Pobrane z: http://digitaldollarproject.org/wp-content/uploads/2021/05/Digital-Dollar-Project-Whitepaper_vF_7_13_20.pdf.
- The Digital Dollar Project. (2020b). *Former CFTC Chair Launches The Digital Dollar Project*. Pobrane z: <https://digitaldollarproject.org/press-release/>.
- The Digital Dollar Project. (2020c). *Leading The Discussion On A U.S. Central Bank Digital Currency*. Pobrane z: <https://digitaldollarproject.org/>.
- The Digital Dollar Project. (2021). *Digital Dollar Project – Exploring a United States Central Bank Digital Currency*. Pobrane z: https://digitaldollarproject.org/wp-content/uploads/2021/07/PilotScenarios10_12_20.pdf.

The Digital Dollar Project. (2022). *The Digital Dollar Project Launches Technical Sandbox Program to Explore Central Bank Digital Currency Infrastructure Solutions*. Pobrane z: https://www.prnewswire.com/news-releases/the-digital-dollar-project-launches-technical-sandbox-program-to-explore-central-bank-digital-currency-infrastructure-solutions-301615242.html?tc=eml_cleartime.

The Digital Dollar Project. (2023). *Digital Dollar Project Launches Retail CBDC Pilot With Western Union Focused On Cross-Border Payments*. Pobrane z: <https://digitaldollarproject.org/wp-content/uploads/2023/08/Digital-Dollar-Project-Cross-Border-Remittance-Pilot-Paper.pdf>.

Urząd Komisji Nadzoru Finansowego. (2020). *Stanowisko Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego w sprawie wydawania i obrotu kryptoaktywami z dnia 10 grudnia 2020 r.* Pobrane z: https://www.knf.gov.pl/knf/pl/komponenty/img/Stanowisko_UKNF_ws_wydawania_i_obrotu_kryptoaktywami_71794.pdf.

Ustawa z dnia 1 marca 2018 r. o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu (Dz.U. z 2018 r., poz. 723 z późn. zm.).

Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (Dz.U. z 1991 r., Nr 80 poz. 350 z późn. zm.).

<https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>.

<https://bitcoin.pl/chinski-smok-sie-przebudzil-pierwszy-import-ropy-za-cyfrowego-juana>.

<https://bitcoin.pl/cyfrowy-juan-update>.

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cryptocurrency>.

<https://sjp.pwn.pl/sjp/waluta;2579531.html>.

<https://wsjp.pl/haslo/podglad/101062/kryptowaluta>.

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-07-06/bank-of-england-says-digital-pounds-unlikely-to-work-like-cash?leadSource=uverify%20wall>.

<https://www.eiu.com/n/central-african-republic-delays-cryptocurrency-listing/>.

<https://www.forbes.com/sites/michaeldelcastillo/2019/08/27/alibaba-tencent-five-others-to-recviee-first-chinese-government-cryptocurrency/?sh=2f4206631a51>.

<https://www.fxmag.pl/artykul/cyfrowy-yuan-coraz-blizej-waluta-weszla-w-nowy-etap-testow>.

<https://www.infor.pl/slownik/biznes/6289545,kryptowaluta.html>.

<https://www.scmp.com/tech/tech-trends/article/3163953/chinas-digital-currency-e-cny-wallet-nearly-doubles-user-base-two>.

<https://www.theblock.co/post/249655/hong-kong-expands-trial-of-chinas-digital-yuan-to-more-banks-says-official>.

<https://www.wsj.com/articles/china-creates-its-own-digital-currency-a-first-for-major-economy-11617634118>.

www.fitchratings.com/research/sovereigns/fitch-affirms-el-salvador-at-cc-02-02-2023.

Mateusz MIŚ

Absolwent Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska
ORCID: 0009-0004-3222-5607

ROLA SEKTORA USŁUG WE WSPÓŁCZESNEJ GOSPODARCE – PRZEMIANY STRUKTUR SEKTOROWYCH WOJEWÓDZTW POLSKI A ŚWIATOWE TRENDY STRUKTURALNE

Streszczenie

Głównym celem artykułu jest przedstawienie roli sektora usług w dzisiejszej gospodarce oraz identyfikacja zgodności przemian struktury sektorowej Polski i jej regionów, z trendem ogólnoswiatowym, którym jest zmniejszanie się udziału osób pracujących w rolnictwie, na rzecz wzrostu zatrudnienia w usługach. Okresem badawczym są lata 2011-2021. Artykuł składa się z części teoretycznej i badawczej. Część teoretyczna obejmuje omówienie genezy podziału gospodarki na trzy sektory i przedstawienie czynników, które sprzyjają wzrostowi zatrudnienia w sektorze usług. Część badawcza składa się z kolei z analizy poziomu rozwoju województw, stanowiącej uzupełnienie analizy udziałów poszczególnych sektorów w Polsce i jej regionach oraz z rzeczowej analizy udziałów. Analiza poziomu rozwoju województw została dokonana w oparciu o metodę wzorca rozwoju, na podstawie wyselekcjonowanych wcześniej cech statystycznych.

Słowa kluczowe: analiza regionalna, rolnictwo, rozwój gospodarczy, przemysł, struktura sektorowa gospodarki, transformacja strukturalna, usługi.

THE ROLE OF THE SERVICE SECTOR IN THE CONTEMPORARY ECONOMY – CHANGES IN SECTORAL STRUCTURES OF POLISH VOIVODESHIPS AND GLOBAL STRUCTURAL TRENDS

Summary

The main goal of the article is to present the role of the service sector in today's economy and to identify the compatibility of structural transformations in the sector in Poland and its regions with the worldwide trend of a decreasing share of people employed in agriculture in favor of increased employment in services. The research period covers the years 2011-2021. The article consists of theoretical and research parts. The theoretical part includes a discussion on the origin of the division of the economy into three sectors and the presentation of factors conducive to the growth of employment in the service sector. The research part, on the other hand, comprises an analysis of the level of development of voivodeships, serving as a complement to the analysis of the shares of individual sectors in Poland and its regions, as well as the mentioned share analysis. The analysis of the level of development of voivodeships was conducted based on the pattern of development method, using previously selected statistical features.

Key words: regional analysis, agriculture, economic growth, industry, services, economic sector structure, structural transformation, services.

Wprowadzenie

Mówiąc o strukturze sektorowej gospodarki, najczęściej przyjmuje się jej podział na rolnictwo, przemysł i usługi. Wraz z przechodzeniem poszczególnych gospodarek krajowych w kolejne fazy rozwoju gospodarczego, począwszy od fazy preindustrialnej aż do postindustrialnej, następuje przesuwanie się siły roboczej pomiędzy sektorami. W dzisiejszych czasach, w gospodarce globalnej, szczególną rolę przypisuje się sektorowi usług. Obecnie w najlepiej rozwiniętych gospodarczo państwach zatrudnienie w nim znajduje ponad 70% pracujących, natomiast udział rolnictwa w strukturze sektorowej jest najczęściej jednocyfrowy. Zmniejszanie się liczby zatrudnionych w rolnictwie na rzecz wzrostu zatrudnienia w usługach jest naturalnym kierunkiem przemian wraz z kolejnymi etapami rozwoju gospodarek krajów i wchodzących w ich skład jednostek terytorialnych. Sektor usługowy pełni w dzisiejszych czasach ważną rolę w stymulowaniu rozwoju gospodarczego i posiada wiele charakterystycznych cech, które stanowią o jego przewadze nad dwoma pozostałymi sektorami oraz tym, że zatrudnienie rośnie w nim szybciej.

Praca w usługach często polega na wykonywaniu nieskomplikowanych oraz rutynowych czynności, niemniej jednak istnieje w nim wiele zawodów, które wymagają fachowej i specjalistycznej wiedzy. Dlatego też, z sektora usług wyodrębniony został sektor wiedzochłonnych usług biznesowych, które charakteryzują wysokie nakłady kapitału ludzkiego, który jest reprezentowany przez fachowców o wyspecjalizowanej wiedzy i umiejętnościach. W punkcie czwartym przedstawione zostaną przemiany sektora usług wiedzochłonnych, które miały miejsce w regionach Polski w latach 2011-2021, dla zobrazowania trendów zmian liczby pracujących w tym podsektorze. Ostatnim punktem artykułu jest analiza poziomu rozwoju województw, mająca na celu uchwycenie trendów rozwojowych zachodzących w regionach w latach 2005-2020 i odpowiedź na pytanie, czy jednostki terytorialne będące na wyższym poziomie rozwoju gospodarczego cechuje wysoki poziom zatrudnienia w sektorze usług, a także czy tendencje rozwojowe przebiegają w sposób prawidłowy? W analizie wykorzystana została metoda wzorca rozwoju, zaliczana do grupy miar syntetycznych. Metoda ta opiera się na mierzeniu odległości między punktem reprezentującym daną jednostkę terytorialną a punktem modelu-wzorca.

Głównym celem artykułu jest ukazanie znaczenia sektora usług we współczesnej gospodarce i uzyskanie odpowiedzi na pytanie, czy przemiany struktur sektorowych polskich regionów są zgodne w sensie zbieżności z ogólnosiwiatowymi tendencjami? Okresem badawczym są lata 2011-2021, a źródłem pozyskania danych wykorzystanych do analizy zarówno udziałów sektorów, jak i poziomu rozwoju województw jest Bank Danych Lokalnych GUS.

1. Geneza podziału gospodarki na trzy sektory

Przy opisywaniu sytuacji gospodarczej krajów i regionów często wykorzystuje się podejście sektorowe. Pozwala ono na lepszy opis sytuacji gospodarczej z perspektywy przeglądu stanu poszczególnych jej dziedzin. W kontekście rozwoju sektora usług najczęściej przywołuje się trzech ekonomistów: A.G.B. Fishera, C. Clarka i J. Fourastie (Szczukocka, 2013, s. 11-12). Opisywanie sytuacji gospodarczej wyłącznie z punktu widzenia gospodarki jako całości, bez wyodrębniania jej elementów składowych, mogłoby nieść złudne wrażenie na temat jej kondycji i zakłamywać jej rzeczywisty obraz.

Już w latach 30. XX wieku funkcjonowały pojęcia „primary production” i „secondary production”, określające odpowiednio rolnictwo i przemysł. A. Fisher w odniesieniu do działalności usługowych użył terminu „tertiary production”. Na skutek ogólnoświatowego kryzysu gospodarczego, który miał miejsce na początku czwartej dekady XX wieku, wiele osób zostało bez pracy, co skłoniło Fishera do szerszego rozwinięcia tego tematu. Dotychczas uważano, że sektory rolniczy i przemysłowy są w stanie zaabsorbować siłę roboczą i w zasadzie wyczerpać możliwości zatrudnienia. Jak jednak zaobserwował Fisher, ludzie podejmowali też pracę w dziedzinach zajmujących się świadczeniem usług (1952, s. 820-822).

Koncepcja podziału gospodarki na trzy sektory została szerzej przedstawiona światu w latach 30. XX wieku. Wyżej wspomniani Fisher, Clark i Fourastie analizowali kierunki przemian poszczególnych sektorów oraz relacje zachodzące pomiędzy nimi. Jak już wspomniano, najczęściej w literaturze jako pierwszego wymienia się, pochodzącego z Nowej Zelandii, A. Fishera. W swoich badaniach wysunął on tezę, że poprzez uchwycenie tendencji przemian gospodarczych można zapobiec powstawaniu kryzysów. Fisher twierdził, że ze względu na zmiany tendencji spożycia oraz popytu, należy dostosowywać rozmiary produkcji do zmian tych tendencji, co powoduje przepływy siły roboczej do nowo powstających rodzajów działalności. Jego zdaniem, gdy przepływy te nie występują lub gdy mają zbyt niską efektywność, może to prowadzić do powstawania wszelkiego rodzaju kryzysów gospodarczych (Szczukocka, 2013, s. 11).

Drugą z najbardziej zasłużonych postaci w kontekście podziału gospodarki na sektory był pochodzący z Wielkiej Brytanii C. Clark. Jego poglądy były bardzo zbliżone do tych, którymi kierował się Fisher. Obydwaj byli tego zdania, że kluczową rolę w zmianach zatrudnienia w poszczególnych sektorach ma popyt konsumpcyjny. Zdaniem Clarka, ludzie dążą do zaspokajania swoich potrzeb dobrami poszczególnych sektorów, począwszy od sektora rolniczego, przez przemysłowy, aż do zainteresowania się usługami. Wraz z rozwojem gospodarczym, zmniejsza się popyt na dobra sektora rolniczego, co jest skutkiem nasycenia ludności jego dobrami, co powoduje zmniejszenie produkcji i zatrudnienia w tym sektorze. Następnie zaczyna rosnąć popyt na dobra sektora przemysłowego, co jest wynikiem wzrostu zatrudnienia i płac w tym sektorze. Po pewnym jednak czasie, tak jak w przypadku sektora rolniczego, następuje nasycenie dobrami przemysłowymi i uwaga konsumentów zostaje skierowana na sektor usług (Kwiatkowska, 2009, s. 109). Zmiany rozmiaru popytu pociągają też za sobą zmiany struktury zatrudnienia w poszczególnych sektorach.

Trzecią z przywołanych postaci jest J. Fourastie, który jako czynnik wywołujący przemiany struktur sektorowych uznał zdolność do przyswajania postępu technicznego w poszczególnych sektorach, która w każdym z nich jest inna. Najlepiej sytuacja z jego przyswajaniem wygląda w sektorze przemysłowym, który najlepiej absorbuje nowinki techniczne, a sektory rolniczy i usługowy nie przyswajały postępu w tak zaawansowanym stopniu jak przemysł (Kwiatkowski, 1982, s. 15). Kolejne rewolucje przemysłowe znacząco wpłynęły na zdynamizowanie postępu technicznego w przemyśle. Mówiąc o jej pierwszej odśłonie, często przywołuje się pojęcie „mechanizacja” i wynalazek silnika parowego z osobnym cylindrem do kondensacji pary, który znalazł zastosowanie w przemyśle wydobywczym przy wypompowywaniu wody z kopalni, czy mechaniczną maszynę przędzalniczą, dzięki której można było wytwarzać większą ilość nici w tym samym czasie. Produkcja przez to stała się tańsza i mniej czasochłonna. Druga rewolucja

przemysłowa stała z kolei pod znakiem elektryfikacji, dzięki czemu produkcja mogła stać się masowa (Zamorska, 2020, s. 10-13). Ruszyły elektryczne taśmy produkcyjne, dzięki którym proces montażowy stał się szybszy i bardziej efektywny.

Fisher, Clark i Fourastie tworzyli w różnym czasie. Rozważania Fishera pochodzą z początku lat 30. XX wieku. Clark tworzył w czasie ożywienia gospodarczego po globalnym kryzysie. Fourastie z kolei formułował swoje rozważania w okresie po II wojnie światowej. W odróżnieniu od swoich poprzedników, Fourastie nie mówił otwarcie o aktywnej roli państwa w formułowaniu kierunków, w których mają rozwijać się poszczególne sektory. Fisher i Clark poświęcali w swoich badaniach dużo miejsca stronie popytowej, a Fourastie skierował swoją uwagę na stronę podażową i przyswajalność postępu technicznego. Każdy z tych badaczy podzielił jednak strukturę gospodarczą na trzy części, zaliczając do sektora I rolnictwo, do sektora II przemysł przetwórczy, a do sektora III poszczególne rodzaje usług. Zarówno Fisher, Clark, jak i Fourastie byli zgodni w kwestii zmniejszania się znaczenia sektora rolniczego i wzrostu znaczenia sektora usług wraz z kolejnymi etapami rozwoju gospodarczego (Szczukocka, s. 12-13).

Udziały procentowe poszczególnych sektorów gospodarki z biegiem czasu podlegają ciągłym przemianom, które są podstawą teorii podziału gospodarki na sektory. Zmniejszanie się zatrudnienia w sektorze rolniczym na rzecz jego wzrostu w usługach jest naturalnym kierunkiem przemian rozwijających się gospodarek państw i ich regionów. Proces ten ma charakter ogólnoświatowy, lecz zachodzi z różną siłą w poszczególnych miejscach na ziemi.

2. Wzrost zatrudnienia w usługach jako ogólnoświatowy trend

Wspominani uprzednio Fisher, Clark i Fourastie przypisywali duże znaczenie sektorowi usług. W państwach będących na wyższym poziomie rozwoju relatywnie wysoki procent stanowią osoby zatrudnione w usługach, udział sektora przemysłowego określa się jako umiarkowany, zaś zatrudnienie w rolnictwie jest stosunkowo niskie. Sektor usług uważa się za kluczowy ze względu na znaczące możliwości „wchłaniania” siły roboczej (Markowicz, 2014, s. 361-363).

Przez różnorodność wszelkiego rodzaju działalności usługowych, często w sektorze tym znajdują zatrudnienie osoby bezrobotne. Usługa jest bardzo szerokim pojęciem, które można rozpatrywać na kilka sposobów. Można je podzielić m.in. na klasyczne (handel, naprawy, hotelarstwo, restauracje, transport oraz zapewnienie łączności), finansowe (obejmujące pośrednictwo finansowe i gospodarkę nieruchomościami), administracji publicznej oraz tworzące kapitał ludzki, obejmujące m.in. edukację, opiekę społeczną i zdrowotną (Hybel, 2006, s. 5-6). Usługa posiada też swoje charakterystyczne cechy (Szczukocka, 2013, s. 19):

- niematerialność – usługi są w większości przypadków niezwiązane z wytwarzaniem dóbr materialnych, więc usługi nie mogą być ocenione przez potencjalnego nabywcę za pomocą zmysłów; usługi nie mogą być pokazywane;
- różnorodność – wynika z faktu, że usługi nie są jednolite i trudno jest poddać je standaryzacji;
- nierozdzielność – polega na braku możliwości rozdzielności procesu produkcji, dystrybucji sprzedaży i konsumpcji;
- nietrwałość – nie ma możliwości magazynowania usług, ich wytwarzania i gromadzenia na zapas.

Przekształcenia struktur sektorowych krajów i poszczególnych regionów wiążą się nieodzownie z rozwojem gospodarczym. Wyróżnia się trzy zasadnicze fazy rozwoju każdej z gospodarek (Adamczyk, 2012, s. 31):

- preindustrialny – okres, w którym dominuje zatrudnienie oraz produkcja w sektorze I, a gospodarka jest słabo rozwinięta;
- industrialny – okres, w którym dominuje zatrudnienie i produkcja w sektorach pozarolniczych, w szczególności zaś w sektorze II;
- postindustrialny – okres, który charakteryzuje się przewagą zatrudnienia i produkcji w sektorze III.

Gospodarki krajów europejskich już w XX wieku weszły w fazę industrialną. Dość często przywoływanym pojęciem w kontekście rozwoju gospodarczego jest „serwicyzacja”. Proces ten można ogólnie określić od strony makroekonomicznej jako wzrost zatrudnienia w usługach, a z punktu widzenia gospodarstw domowych można ją określić jako zwiększenie wydatków na usługi (Markowicz, 2014, s. 361-362). W Polsce i wielu innych krajach położonych na wschodzie Europy rozwój sektora III został zahamowany przez model gospodarki centralnie planowanej. W modelu tym główną rolę odgrywał przemysł ciężki, a nie przywiązywano większej roli sektorowi usług (Kawa, 2010, s. 414).

Obecnie większość krajów Afryki dopiero wchodzi w fazę industrialną, przechodząc pracować z sektora rolniczego do przemysłowego. Ważne miejsce w rozwoju usług zajmuje zjawisko tzw. postępu materialnego, które można ująć również jako wzrost zamożności społeczeństwa. W konsekwencji tego zjawiska następuje przesuwanie się zainteresowania społeczeństwa „konsumowaniem” dóbr sektora rolniczego oraz przemysłowego, w kierunku tego, co oferuje sektor usług. Czynnikiem kształtującym przemiany w strukturze sektorowej gospodarki jest realny dochód, który kształtuje preferencje konsumentów. Jego wzrost powoduje spadek popytu na produkty sektora I, analogicznie wpływając na wzrost popytu w na artykuły przemysłowe, a w następnej fazie popyt na te artykuły zmniejsza się, na rzecz usług (Jarosz, 2004, s. 171-172).

Wpływ na ekspansję oraz rozwój sektora usług, oprócz wzrostu zamożności społeczeństwa, ma również większa ilość czasu wolnego, wzrost znaczenia kapitału ludzkiego i postęp techniczny, prowadzący do powstawania nowych rodzajów usług (Hybel, 2006, s. 5). Wraz z ogólnym rozwojem społeczno-gospodarczym, coraz większe znaczenie zyskuje wiedza. Powszechnym stał się termin „gospodarka oparta na wiedzy” (GOW). Coraz częściej wiedza stanowi źródło przewagi konkurencyjnej w rywalizacji pomiędzy przedsiębiorstwami. Przewagę tworzyć można zarówno przez oferowanie odbiorcom produktów unikatowych, cechujących się określoną jakością, których cechą charakterystyczną jest również wysoka cena, jak też produktów w formie standardowej, lecz po cenie bardziej korzystnej niż konkurencja (Lipczyński, 2014, s. 51). Oprócz wykwalifikowanej siły roboczej w GOW duży nacisk kładzie się na dostęp do informacji oraz automatyzację produkcji (Famielec, 2018, s. 28).

W przypadku sektorów rolniczego oraz przemysłowego wykształcenie osób pracujących w nich również stanowi o sile rozwoju tego sektora. Można wysnuć tezę, że wraz z rozwojem gospodarki światowej, wykształcenie zawodowe straci na znaczeniu na rzecz wzrostu procentowego udziału osób z wykształceniem średnim i wyższym, co

odnosi się do każdego z sektorów gospodarki. Sektor usług oparty na wiedzy objawia się poprzez wprowadzanie innowacji w tym sektorze. Dzięki niej możliwe jest tworzenie nowych i udoskonalanie dostępnych już produktów, tak aby sprostać oczekiwaniom społeczeństwa (Szczukocka, 2013, s. 136). Zadowolenie klienta z usługi warunkuje w dużym stopniu to, czy będzie chciał on z niej skorzystać w przyszłości. Dostępna powszechnie wiedza, a także ludzkie doświadczenie stanowią ważny punkt w rozwoju sektora usług. Dzięki nim można implementować coraz to nowsze rozwiązania nie tylko powiązane z dostępnością coraz to nowszych zdobyczy techniki, ale również dzięki bazowaniu na zdobytym doświadczeniu oraz popełnionych w przeszłości błędach.

W przypadku rolnictwa niebagatelną rolę odgrywają warunki zewnętrzne, takie jak pogoda, jakość gleby czy ukształtowanie terenu. W warunkach postępującego z coraz większą siłą globalnego ocieplenia, coraz częściej występują różnego rodzaju anomalie pogodowe w postaci gwałtownych ulew, gradobić czy susz powodowanych przez wysoką temperaturę i znikome opady. Dlatego też wiele osób, które dotychczas pracowały w sektorze rolniczym, decyduje się na całkowitą lub częściową rezygnację z pracy na roli i poszukuje zatrudnienia w innych gałęziach gospodarki. Sektor usługowy jest pojemny, jeśli chodzi o asortyment tego, co oferuje, zarówno gdy chodzi o same usługi, jak i miejsca pracy. Postęp w rolnictwie powoduje również, że możliwe stało się uzyskanie większych plonów przy mniejszym nakładzie ludzkiej pracy, dzięki zastosowaniu nowoczesnych środków i technik nawożenia oraz użytkowaniu coraz nowocześniejszych maszyn rolniczych, przez co rolnictwo nie wymaga tak dużych nakładów kadrowych jak w erze rolnictwa tradycyjnego, polegającego na wykonywaniu pracy na roli ręcznie lub przy użyciu siły zwierząt.

Ponadto społeczeństwa stają się coraz bardziej zurbanizowane, coraz mniej ludzi mieszka na terenach wiejskich, przez co zatrudnienie w rolnictwie spada. Istnieje wiele innych czynników wpływających na przechodzenie siły roboczej z sektora rolniczego do usług. Spadek zatrudnienia w rolnictwie jest też pochodną niskiej produktywności tego sektora. Konieczność konsolidacji gospodarstw rolnych, mająca na celu zwiększenie dochodów rolników, przyniesie ze sobą nieuchronny spadek liczby pracowników w sektorze rolnictwa. W konsekwencji możemy oczekiwać istotnej zmiany w strukturze zapotrzebowania na pracę. Rolnictwo o zwiększonej intensywności produkcji wymaga od rolników posiadania zarówno zaawansowanej wiedzy z zakresu agrotechniki, jak również umiejętności w zakresie zarządzania (Lewandowski, Baran, Chrostek, 2013, s. 13).

Podział gospodarki na sektory stał się podbudową dla tworzenia innych klasyfikacji, służących do podziału działalności gospodarczych. Klasyfikacją stosowaną w Polsce jest Polska Klasyfikacja Działalności (PKD). Znajduje ona zastosowanie m.in. w statystyce, ewidencji, i dokumentacji oraz rachunkowości, a także w urzędowych rejestrach i systemach informacyjnych administracji publicznej (Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 7 października 1997 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD)). Obecnie używaną wersją tej klasyfikacji jest PKD 2007. Poniżej przedstawiony został podział sekcyjny wyżej wspomnianej klasyfikacji.

Tabela 1
Układ sekcji PKD 2007

Sekcja	Opis
A	Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo
B	Górnictwo i wydobywanie
C	Przetwórstwo przemysłowe
D	Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych
E	Dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją
F	Budownictwo
G	Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle
H	Transport i gospodarka magazynowa
I	Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi
J	Informacja i komunikacja
K	Działalność finansowa i ubezpieczeniowa
L	Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości
M	Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna
N	Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca
O	Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne
P	Edukacja
Q	Opieka zdrowotna i pomoc społeczna
R	Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją
S	Pozostała działalność usługowa
T	Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników; gospodarstwa domowe produkujące wyroby i świadczące usługi na własne potrzeby
U	Organizacje i zespoły eksterytorialne

Źródło: Załącznik do Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 r. (Dz.U. 251, poz. 1885), s. 19.

Na podstawie tej klasyfikacji można z łatwością wyodrębnić sekcje znajdujące się w poszczególnych sektorach gospodarki. Sekcję A utożsamia się z sektorem rolniczym, za sektor przemysłowy można uznać sekcje od B do F, a pozostałe sekcje stanowią usługi (Kusideł, Antczak, 2021, s. 136). Na podstawie tego podziału zauważyć można, jak dużą liczbę stanowią sekcje usługowe (15 z 21 sekcji) i jak różnorodny charakter mają poszczególne rodzaje działalności zaliczane do tego sektora. Niektórzy z autorów wskazują, że w sektorze rolniczym w krajach najwyżej rozwiniętych pracuje 3-5% osób czynnych zawodowo (Zajdel, 2011, s. 422). Natomiast w sektorze III zatrudnienie znajduje od 50 do 70% osób pracujących w gospodarce narodowej kraju (Noga, 2009, s. 58). Za najlepiej rozwinięte kraje uznać można państwa, w których udział usług w strukturze zatrudnienia przekracza 70%. Wynika z tego, że na pierwszym miejscu pod względem liczby osób pracujących powinien znajdować się sektor usługowy, a następnie przemysłowy i rolniczy. Poniżej przedstawione zostały struktury sektorowe wybranych krajów.

Tabela 2

Procentowy układ zatrudnienia w rolnictwie, przemyśle oraz usługach wybranych krajów świata w latach 2011-2021

	Rolnictwo			Przemysł			Usługi		
	2011	2016	2021	2011	2016	2021	2011	2016	2021
Arabia Saudyjska	6,2	4,6	2,7	23,7	25,7	20,0	70,1	69,8	77,3
Australia	2,8	2,6	2,4	20,8	19,7	18,8	76,3	77,7	78,8
Belgia	1,3	1,3	0,9	23,2	21,3	19,4	75,5	77,5	79,7
Francja	2,9	2,9	2,5	22,2	20,2	19,5	74,9	76,9	78,0
Hiszpania	4,1	4,2	4,1	21,8	19,6	20,2	74,1	76,2	75,8
Holandia	2,8	2,3	2,3	17,2	16,5	13,9	80,0	81,3	83,8
Japonia	3,7	3,4	3,2	25,7	24,8	23,7	70,6	71,8	73,1
Kanada	1,8	1,9	1,3	20,3	19,5	19,3	77,9	78,6	79,4
Niemcy	1,6	1,3	1,3	28,2	27,4	27,6	70,1	71,3	71,1
Stany Zjednoczone	1,8	1,8	1,7	19,4	19,5	19,2	78,8	78,7	79,2
Szwecja	2,0	1,9	2,0	19,9	18,2	18,2	78,1	79,9	79,9
Wielka Brytania	1,2	1,1	1,0	19,2	18,5	18,0	79,6	80,4	81,0

Źródło: <https://genderdata.worldbank.org/indicators/sl-empl-zs?gender=total> (dostęp: 31.08.2023).

Kraje te różnią się uwarunkowaniami gospodarczymi, geograficznymi czy też klimatycznymi, jednak w każdym z nich odsetek pracujących w usługach jest względnie wysoki. W niektórych z wymienionych krajów w roku 2021 w usługach pracowało ponad 80% zatrudnionych oraz w każdym z nich udział sektora usług pod względem liczby pracujących przekraczał 70%. Są to kraje bardzo dobrze rozwinięte gospodarczo i społecznie, gdzie absorpcja postępu technicznego jest na wysokim poziomie. Natomiast w sektorze rolniczym w Belgii zatrudnienie było niższe niż 1%, a w przypadku pozostałych nie przekraczało 5%.

W wymienionych krajach przemiany w strukturze zatrudnienia przebiegają wolno, ze względu na to, że kraje te mają już za sobą etap industrializacji. Zmiany udziałów poszczególnych sektorów zawierają się w większości w granicach 1-2%. Państwa te można zaliczyć do grupy wysoko rozwiniętych, w których przemiany na rynku pracy nie postępują w sposób gwałtowny. Inaczej udziały poszczególnych sektorów wyglądają w przypadku państw afrykańskich. Tabela 3 zawiera struktury sektorowe 15 najludniejszych krajów Afryki w latach 2011-2021.

Tabela 3

Procentowy układ zatrudnienia w rolnictwie, przemyśle oraz usługach najludniejszych krajów Afryki w latach 2011-2021

	Rolnictwo			Przemysł			Usługi		
	2011	2016	2021	2011	2016	2021	2011	2016	2021
Algieria	10,8	9,9	10,3	30,9	31,3	31,0	58,4	58,8	58,6
Angola	51,2	58,5	58,7	8,0	7,8	7,8	40,8	33,7	33,5
DR Konga	64,5	58,1	55,3	8,3	9,3	10,0	27,2	32,5	34,7
Egipt	29,2	25,6	19,8	23,6	25,5	29,1	47,2	48,9	51,1
Etiopia	72,5	67,3	63,7	8,1	9,1	10,2	19,4	23,6	26,2
Ghana	43,0	38,7	39,5	14,9	18,0	19,1	42,1	43,3	41,4
Kenia	39,4	35,9	33,0	13,1	14,0	15,7	47,5	50,1	51,2
Maroko	39,8	36,0	34,6	21,8	22,0	22,8	38,4	42,0	42,6
Mozambik	75,7	71,8	70,3	5,7	8,1	9,3	18,6	20,1	20,5
Nigeria	40,6	36,7	35,2	10,1	12,1	12,7	49,3	51,2	52,1
RPA	17,6	16,1	21,3	20,8	20,7	17,3	61,5	63,2	61,4
Sudan	44,6	41,7	40,6	15,3	14,8	14,6	40,1	43,5	44,8
Tanzania	69,6	66,9	64,3	5,9	6,5	7,2	24,4	26,6	28,5
Uganda	68,8	66,8	62,9	7,7	8,2	9,5	23,5	25,0	27,6
Wybrzeże Kości Słoniowej	47,4	42,8	45,0	11,1	12,3	10,8	41,4	45,0	44,2

Źródło: <https://genderdata.worldbank.org/indicators/sl-empl-zs?gender=total> (dostęp: 06.09.2023).

W przypadku krajów takich jak Angola, DR Konga, Etiopia, Mozambik, Tanzania czy Uganda, w roku 2021 ponad 50% zatrudnionych w gospodarce kraju pracowało w rolnictwie, a udział przemysłu najczęściej nie przekraczał 10%. Wymienione państwa w większości zaliczają się do krajów biednych lub bardzo biednych, których poziom rozwoju technologicznego jest bardzo niski. W przypadku DR Kongo i Etiopii, udział sektora rolniczego, porównując lata 2011 i 2021, znacząco się zmniejszył, a ich struktury sektorowe odbiegają znacząco od gospodarek chociażby Algierii i RPA.

Przemiany na rynku pracy zachodzą w poszczególnych zakątkach świata ze zróżnicowaną dynamiką. Warunkowane są głównie przez możliwości przyswajania postępu technologicznego. Jedne kraje wysoki poziom rozwoju osiągnęły kilkadziesiąt lat wcześniej niż pozostałe, a rewolucje przemysłowe nie dotarły z taką samą siłą do każdego zakątka świata. Większość gospodarek wysoko rozwiniętych jest już w fazie postindustrialnej, lecz znacząca większość gospodarek Afryki ma przed sobą dopiero fazę industrialną. Mogą minąć dziesięciolecia zanim gospodarki te nawiążą poziomem do najlepiej rozwiniętych gospodarek europejskich, a możliwe, że taka sytuacja nigdy nie nastąpi.

3. Przemiany w strukturach sektorów gospodarki województw w latach 2011-2021

Przechodząc do meritum rozważań na temat przemian struktur sektorowych Polskich regionów, podjęta została próba odpowiedzi na pytanie, czy przemiany struktur sektorowych Polskich regionów są zgodne w sensie zbieżności z ogólnoświatowymi tendencjami. Sektory gospodarki zostały zdefiniowane na podstawie PKD 2007. Zmiany udziału pracujących w sektorach gospodarki w latach 2011-2021 obrazuje tabela 4¹.

Tabela 4

Procentowy udział pracujących w trzech sektorach gospodarki w Polsce i jej regionach w latach 2011-2021

	Rolnictwo			Przemysł			Usługi		
	2011	2016	2021	2011	2016	2021	2011	2016	2021
Polska	17,1	16,0	15,0	27,4	26,5	26,8	55,5	57,6	58,2
dolnośląskie	8,7	8,0	7,4	31,7	30,2	30,4	59,5	61,8	62,2
kujawsko-pomorskie	15,7	14,9	14,3	30,2	29,4	29,7	54,1	55,7	55,9
lubelskie	38,3	37,2	35,7	17,9	17,5	18,7	43,8	45,4	45,6
lubuskie	11,1	11,0	10,4	32,1	31,6	31,9	56,8	57,3	57,7
łódzkie	19,2	18,3	17,5	28,4	27,3	27,3	52,4	54,3	55,2
małopolskie	22,0	19,9	18,1	24,7	24,0	24,2	53,3	56,1	57,7
mazowieckie	13,3	12,0	10,9	19,9	18,9	19,3	66,8	69,1	69,8
opolskie	16,1	15,3	14,6	31,8	31,7	33,1	52,1	52,9	52,3
podkarpackie	32,7	31,3	29,6	24,8	24,8	26,4	42,6	43,9	44,1
podlaskie	31,4	30,1	28,0	20,6	20,7	22,4	48,0	49,2	49,6
pomorskie	8,9	8,1	7,5	29,3	29,0	28,9	61,8	63,0	63,6
śląskie	6,2	6,0	5,8	36,9	34,8	34,5	56,9	59,2	59,7
świętokrzyskie	32,4	31,6	30,9	23,7	22,6	23,1	43,9	45,8	46,0
warmińsko-mazurskie	16,5	16,0	15,5	29,9	29,3	30,4	53,7	54,8	54,1
wielkopolskie	15,7	14,3	13,1	31,8	31,0	31,4	52,5	54,6	55,5
zachodniopomorskie	9,7	9,4	8,7	27,2	27,1	27,4	63,0	63,5	63,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Przemiany sektorowe w badanym okresie zachodzą bardzo powoli, podobnie jak w przypadku krajów europejskich, wymienionych wcześniej. Zauważyć jednak można stopniowe zmniejszanie się liczby pracujących w rolnictwie oraz wzrost zatrudnienia w usługach w badanym okresie. Regionem, w którym w roku 2021 największy procent stanowiły usługi, było województwo mazowieckie. Ich udział w strukturze sektorowej stanowił niemal 70%. Należy jednak pamiętać, że w granicach tego województwa znajduje się największa w Polsce metropolia (Warszawa), która może zniekształcać dane dotyczące zatrudnienia. Udział rolnictwa w strukturze zatrudnienia roku 2021 poniżej 10% zauważyć można w województwach: śląskim (5,8%), dolnośląskim (7,4%), pomorskim (7,5%) oraz zachodniopomorskim (8,7%). W dwóch ostatnich regionach

¹ Ze względu na brak całościowych danych dotyczących liczby osób pracujących w sekcji A, tj. Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo, zdecydowano, aby przyjmując dane z roku 2019 dla tej sekcji. W badanym okresie zmiany liczby pracujących w rolnictwie zamykają się w granicach kilku procent, co nie powinno zniekształcać w znaczącym stopniu przeprowadzonej analizy.

zatrudnienie w usługach przekracza poziom 60%, a śląskie jest bliskie wspomnianego poziomu. W przypadku dolnośląskiego i śląskiego stosunkowo duży odsetek stanowią pracujący w sektorze przemysłowym. Od dawna regiony te kojarzą się zwłaszcza z przemysłem wydobywczym, dlatego też wysoki jego udział w strukturze sektorowej nie może dziwić. W województwach: kujawsko-pomorskim, lubuskim, łódzkim, małopolskim, opolskim, warmińsko-mazurskim i wielkopolskim struktura sektorowa również notuje progres, a w roku 2021 w każdym z tych regionów w sektorze usług zatrudnienie przekraczało 50%. Nie w każdym z regionów zatrudnienie w usługach przekracza wspomniany poziom. Najniższy udział usług w roku 2021 można zauważyć w województwie podkarpackim (44,1%). Ponadto udział rolnictwa stanowił tam niemal 30% ogółu pracujących. Podobnie wyglądała sytuacja w województwach lubelskim, podlaskim i świętokrzyskim, gdzie zatrudnienie w rolnictwie przekracza lub jest bliskie tego poziomu.

Przemiany w strukturze sektorowej, które miały miejsce w Polsce i jej regionach, należy ocenić pozytywnie. Zauważalne jest zmniejszanie się udziału pracujących w rolnictwie, głównie na rzecz wzrostu sektora usług. Procesy zmian przebiegają stopniowo, lecz ich kierunek uznać można za zgodny z ogólnosiwiatowymi tendencjami.

4. Wiedzochłonne usługi biznesowe jako dynamicznie rozwijająca się gałąź sektora usług

Sektor usług jest bardzo różnorodny, jeśli chodzi o spektrum działalności, z jakich się składa. Praca w wielu sekcjach usługowych opiera się na wykonywaniu prostych, nieskomplikowanych i powtarzalnych czynności, np. praca w sklepie spożywczym. Istnieje jednak też wiele profesji, wymagających fachowej wiedzy, popartej posiadaniem wykształcenia w danym kierunku. Bardzo często w badaniach struktury sektorowej gospodarki, z sektora III wydzielane są niektóre z działalności, aby zbadać ich udział na tle innych usług. Od kilku lat w literaturze funkcjonuje termin „wiedzochłonne usługi biznesowe” (*knowledge-intensive business services*), które określa się akronimem KIBS. Na temat tych usług Samul pisze następująco: „świadczone są przez określone podmioty na rzecz innych podmiotów i charakteryzują się wysokimi nakładami kapitału ludzkiego w postaci profesjonalistów o wyspecjalizowanej wiedzy i umiejętnościach oraz intensywnie wykorzystują technologii” (2016, s. 95). Częściej niż terminu „wiedzochłonne usługi biznesowe”, używa się pojęcia „usługi biznesowe oparte na wiedzy” (Wyszkowska-Kuna, 2017, s. 120). Obydwa te terminy można jednak traktować synonimicznie.

Usługi wiedzochłonne zostały ujęte w PKD 2007 w sekcjach M, N oraz J. W sekcji M, tj. „*Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna*”, znajdują się usługi związane z działalnością: prawniczą, rachunkowo-księgową, doradztwem podatkowym, doradztwem związanym z zarządzaniem, architekturą, badaniami naukowymi i pracami rozwojowymi w dziedzinach przyrodniczych i technicznych, reklamą, badaniem rynku oraz opinii publicznej. W sekcji N, tj. „*Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca*”, można odnaleźć m.in. usługi: związane z wynajmem, dzierżawą pojazdów, pośrednictwem pracy, organizacją turystyki, działalnością detektywistyczną, ochroniarską czy też administracyjną obsługą biura. W sekcji J, tj. „*Informacja i komunikacja*”, odnajdziemy usługi związane m.in. z działalnością wydawniczą, produkcją filmów, nadawaniem programów ogólnodostępnych, telekomunikacją, doradztwem w zakresie oprogramowania, informatyki i udzielania informacji (Załącznik do Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 7 października 1997 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności

(PKD) – schemat klasyfikacji). Praca w wymienionych działalnościach wymaga często od ludzi nie tylko odpowiedniego wykształcenia lub określonych uprawnień, np. w zawodzie detektywa. W usługach tych kładzie się duży nacisk na właściwe przetwarzanie informacji, będących w posiadaniu wykwalifikowanej siły roboczej. Wprowadzanie kolejnych zmian technologicznych oraz organizacyjnych wpływa na tempo rozwoju sektora usług, umożliwiając przepływ wiedzy i specjalizację (Cyrek, 2013, s. 175). Tabela 5 ukazuje, jaki udział w Polsce i jej regionach stanowią wiedzochłonne usługi biznesowe w usługach ogółem pod względem liczby pracujących.

Tabela 5

Procentowy udział wiedzochłonnych usług biznesowych w usługach ogółem pod względem liczby pracujących w latach 2011-2021

	2011	2016	2021
Polska	15,3	17,8	19,5
mazowieckie	21,2	23,7	25,6
dolnośląskie	17,6	21,6	24,5
małopolskie	15,9	19,6	23,3
pomorskie	14,5	18,0	20,2
śląskie	15,6	18,0	18,8
łódzkie	14,5	16,6	18,2
wielkopolskie	15,0	17,5	18,1
zachodniopomorskie	12,6	13,3	15,3
kujawsko-pomorskie	11,7	13,7	14,6
lubuskie	12,7	13,9	14,2
podkarpackie	10,9	13,1	13,5
opolskie	11,5	12,8	13,0
warmińsko-mazurskie	10,8	12,1	12,4
podlaskie	9,4	10,7	12,1
świętokrzyskie	9,9	11,3	12,1
lubelskie	9,2	10,0	11,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Jak można zauważyć w tabeli, udział usług wiedzochłonnych w usługach ogółem ustawicznie wzrasta. W każdym z regionów stanowiły one w roku 2021 ponad 10% ogółu osób zatrudnionych w usługach. Najwyższy ich udział odnotowano w województwach: mazowieckim (25,6%), dolnośląskim (24,5%) i małopolskim (23,3%). Są to regiony, w których znajdują się duże i dobrze rozwinięte ośrodki miejskie, cechujące się wysoko rozwiniętym szkolnictwem wyższym i dużą liczbą instytucji naukowo-badawczych.

Zapotrzebowanie w tych regionach na usługi związane m.in. z działalnością prawniczą, rachunkowo-księgową, administracyjną obsługą biur jest bardzo duże i z rozwojem tych jednostek będzie coraz większe. Na rozwój usług, w których kluczową rolę odgrywa fachowa wiedza warto również spojrzeć od strony rozwoju osobistego społeczeństwa. Wzrost zatrudnienia i zainteresowania pracą w tych usługach oznaczać będzie, że społeczeństwo chce się kształcić i zdobywać wiedzę, co jest kluczem do

budowania nowoczesnej i rozwiniętej gospodarki, gotowej do sprostania przyszłym wyzwaniom na rynku pracy, podlegającemu ciągłym przemianom. Obecnie, kiedy rynek pracy stał się globalny, dając możliwość zatrudnienia praktycznie w każdym miejscu na świecie, a posiadanie fachowej wiedzy i adekwatnych do niej umiejętności niekiedy otwiera drzwi do międzynarodowej kariery.

5. Analiza poziomu rozwoju województw w latach 2005-2020

W tej części opracowania przedstawiona zostanie analiza poziomu rozwoju województw, stanowiąca uzupełnienie do analizy struktur sektorowych. Ma ona na celu zobrazowanie tendencji przemian rozwojowych następujących w województwach oraz stanowi próbę odpowiedzi na pytanie, czy jednostki terytorialne będące na wyższym poziomie rozwoju gospodarczego cechuje wysoki poziom zatrudnienia w sektorze usług? Cechy diagnostyczne zostały wyłonione z szerokiej grupy cech, przy pomocy metody dendrytu². W wyniku wykorzystania tej metody, przy wartości krytycznej $r_k = 0,700$ wyłonionych zostało 10 cech:

- 1) dynamika PKB na 1 mieszkańca;
- 2) dochody własne JST na 1 mieszkańca;
- 3) udział procentowy wydatków inwestycyjnych JST w wydatkach ogółem;
- 4) udział nakładów inwestycyjnych sektora prywatnego w inwestycjach ogółem;
- 5) przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w stosunku do średniej krajowej;
- 6) korzystający z sieci kanalizacyjnej w % ogółu ludności;
- 7) korzystający z sieci gazowej w % ogółu ludności;
- 8) odsetek długości dróg publicznych o nawierzchni twardej ulepszonej;
- 9) linie kolejowe ogółem na 100 km²;
- 10) liczba ludności na łóżko w szpitalach.

Cechy te mają też silny związek z sektorem usług. Wyższe PKB może przyciągać inwestorów świadczących usługi konsumpcyjne i komercyjne, wpływając na wzrost zatrudnienia. Wzrost dochodów własnych jednostek samorządu terytorialnego i udziału inwestycji publicznych w budżecie JST zwiększa dostępność środków na inwestycje, co generuje popyt na usługi związane m.in. z infrastrukturą transportową i komunikacyjną. Silny sektor prywatny przyczynia się do wzrostu zatrudnienia np. w usługach finansowych i konsultingowych. Ponadto gdy wynagrodzenia rosną, ludność stać na szerszą gamę usług, co może pobudzać wzrost zatrudnienia w tym sektorze. Również dostęp do infrastruktury sanitarno-środowiskowej i sieci gazowej oraz dobrze rozwinięta infrastruktura transportowa zachęcać mogą nie tylko do zamieszkania w danym miejscu, ale również podjęcia tam pracy. Po zestandaryzowaniu danych metodą zero-jedynkową, do wyliczenia wskaźnika syntetycznego wykorzystana została metoda wzorca rozwoju³. Po wykonaniu obliczeń otrzymujemy wartości wskaźnika syntetycznego, zamieszczone w tabeli 6.

² Szerzej na temat metody dendrytu zob. *Metody wielowymiarowej analizy porównawczej w analizie układów terytorialnych*, T. Kudłacz, 2021, Nowy Sącz: Wydawnictwo Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Nowym Sączu.

³ W przypadku tej metody do analizy dochodzi jeszcze jedna jednostka, zwana modelową, składająca się z najlepszych wartości dla danej cechy (najwyższymi dla stymulant i najniższymi dla destymulant). Wyliczenia prowadzono na podstawie obiektokresów, celem zapewnienia porównywalności zmian w czasie. Szerzej na temat metody wzorca rozwoju zob. *Ibidem*, s. 50-75.

Tabela 6

Wskaźnik syntetycznej oceny poziomu rozwoju województw Polski w latach 2005-2020

Województwo	2005	2010	2015	2020
dolnośląskie	0,403	0,397	0,431	0,401
kujawsko-pomorskie	0,142	0,198	0,199	0,214
lubelskie	0,034	0,094	0,150	0,082
lubuskie	0,166	0,201	0,141	0,174
łódzkie	0,180	0,198	0,258	0,249
małopolskie	0,215	0,245	0,296	0,253
mazowieckie	0,356	0,375	0,310	0,305
opolskie	0,132	0,231	0,310	0,243
podkarpackie	0,128	0,165	0,278	0,162
podlaskie	0,034	0,074	0,064	0,069
pomorskie	0,252	0,191	0,234	0,180
śląskie	0,426	0,459	0,523	0,421
świętokrzyskie	0,060	0,143	0,190	0,150
warmińsko-mazurskie	0,101	0,081	0,117	0,150
wielkopolskie	0,216	0,262	0,246	0,177
zachodniopomorskie	0,232	0,212	0,251	0,208

Źródło: obliczenia własne.

W badanym okresie w większości regionów wskaźnik syntetyczny nie przyjmował stałej tendencji. Zaistnienie pandemii w roku 2020 mogło spowodować negatywne zmiany poziomu rozwoju w przypadku większości województw. Jedną z cech użytych w analizie była dynamika PKB na 1 mieszkańca, która w roku 2020 zanotowała spadek względem roku poprzedniego w każdym z regionów. Wyodrębnić można województwa o zbliżonej wartości wskaźnika. Regiony podzielić można na cztery umowne grupy pod względem poziomu rozwoju. Umowne grupowanie województw zostało dokonane na podstawie wyników z roku 2020. Podział ten prezentuje tabela 7.

Tabela 7

Podział województw ze względu na poziom rozwoju

Poziom rozwoju	Województwa	Wartości wskaźnika
wysoki	dolnośląskie, mazowieckie, śląskie	<0,301-1,000>
średni	kujawsko-pomorskie, łódzkie, małopolskie, opolskie, zachodniopomorskie	<0,201-0,300>
niski	lubuskie, podkarpackie, pomorskie, świętokrzyskie, warmińsko-mazurskie, wielkopolskie	<0,101-0,200>
bardzo niski	lubelskie, podlaskie	<0,000-0,100>

Źródło: opracowanie własne.

W świetle wybranych cech diagnostycznych stwierdzić można, że najlepiej rozwinięte są województwa dolnośląskie, mazowieckie i śląskie, ponieważ w roku 2020 wskaźnik przyjmował tam najwyższe wartości. W przypadku każdego z województw zaliczonych do tej grupy nastąpił spadek wartości wskaźnika syntetycznego w 2020 roku w porównaniu do roku poprzednio badanego, jednak w przypadku województwa mazowieckiego był on niewielki. Stosunkowo największy spadek nastąpił w województwie śląskim, ale pozostało ono na czele pod względem kształtowania się wartości wskaźnika.

Województwo śląskie staje się jednym z najbardziej atrakcyjnych regionów inwestycyjnych w Polsce obok mazowieckiego oraz dolnośląskiego. Region ten posiada silne i zróżnicowane zaplecze naukowo-badawcze, obejmujące ponad 30 uczelni i liczne instytucje badawczo-rozwojowe. Charakteryzuje się również rozwiniętym transportem drogowym i kolejowym, a także infrastrukturą łączności. Unikalną korzyścią jest korzystna infrastruktura komunikacyjna, zlokalizowana na skrzyżowaniu dwóch kluczowych tras komunikacyjnych – autostrad A1 i A4, wspierana efektywnym systemem transportu kolejowego. Natomiast województwo dolnośląskie charakteryzuje się bardzo dobrym poziomem infrastruktury transportowej i telekomunikacyjnej. Posiada dogodne połączenia drogowe, w tym autostradę A4 i międzynarodowe trasy drogowe. Węzeł kolejowy we Wrocławiu obsługuje ruch pasażerski i towarowy, łącząc Niemcy z Ukrainą. Infrastruktura telekomunikacyjna wspiera efektywną komunikację oraz technologie informatyczne w regionie (www.paih.gov.pl, dostęp: 20.11.2023).

Do województw, których poziom rozwoju jest średni, zaliczone zostały kujawsko-pomorskie, łódzkie, małopolskie, opolskie i zachodniopomorskie. W większości z tych regionów zaszły istotne przemiany rozwojowe. Porównując wyniki z lat 2005 i 2020, oprócz województwa zachodniopomorskiego, miernik przyjmuje wyższe wartości. W przypadku tej grupy wyjątkiem pod względem zmian wskaźnika pomiędzy rokiem 2015 i 2020 jest województwo kujawsko-pomorskie. Jest ono jedynym regionem w tej grupie, w którym w przywołanych latach miernik zanotował wzrost.

Do grona województw o niskim poziomie rozwoju zaliczone zostały: lubuskie, podkarpackie, pomorskie, świętokrzyskie, warmińsko-mazurskie oraz wielkopolskie. W wielu z tych regionów przemiany w badanym okresie nie miały stałego kierunku. Stosunkowo najwyższy spadek wartości wskaźnika między rokiem 2015 a 2020 można zauważyć w województwach podkarpackim i wielkopolskim. Na uwagę zasługuje też województwo świętokrzyskie, w którym w roku 2005 poziom rozwoju zidentyfikowany został jako bardzo niski, a w następnych okresach znajdowało się ono poziom wyżej. Na przeciwnym biegunie w kwestii wartości wskaźnika syntetycznego znajdują się województwa lubelskie i podlaskie. Stosunkowo niewielkie zmiany wartości miernika zaszły w województwie podlaskim, które na podstawie dokonanej analizy można uznać za najsłabiej rozwinięte – znajdowało się ono na ostatnim miejscu pod względem wartości wskaźnika w każdym z badanych lat.

W województwach dolnośląskim i mazowieckim udział pracujących w sektorze usług przekraczał 60%, a w przypadku województwa śląskiego był bliski wspomnianego poziomu. Spoglądając na wymienione regiony, można uznać, że jednostki będące na wyższym poziomie rozwoju cechuje wysoki poziom zatrudnienia w usługach. Jednak województwo mazowieckie, mimo iż pracujący w tym sektorze stanowią niemal 70% gospodarki regionu, wskaźnik przyjmuje mniejsze wartości niż w przypadku dwóch pozostałych regionów. W przypadku Mazowsza, gdzie większość ludzi pracuje w sektorze

usług, można by przypuszczać, że rozwój tego sektora powinien przyczynić się do ogólnego rozwoju regionu. W tym obszarze kryje się duży potencjał w różnorodnych sferach gospodarki, z uwagi na jego strategiczne położenie oraz fakt, że znajduje się w nim stolica kraju. Istnieje wiele czynników wpływających na rozwój społeczno-gospodarczy. Na uwagę zasługuje również sytuacja województw pomorskiego oraz zachodniopomorskiego. Choć w obydwu tych regionach sektor usług stanowi ponad 60% struktury zatrudnienia, wartości wskaźnika kształtują się na różnym poziomie.

Podchodząc do zagadnienia w sposób odwrotny, można również zadać pytanie, czy jednostki słabiej rozwinięte cechuje niski odsetek pracujących w sektorze usług. Udział tego sektora w strukturze zatrudnienia poniżej 50% odnotowano w roku 2021 w województwach: lubuskim, podkarpackim, podlaskim i świętokrzyskim. Regiony te, według umowy dokonanej podziału, znalazły się wśród województw, których poziom rozwoju został określony jako niski i bardzo niski. Odpowiedź na zadane wcześniej pytanie byłaby twierdząca. Jednak w przypadku regionów lubelskiego i podlaskiego, rolnictwo od zawsze odgrywało dużą rolę. Województwo lubelskie charakteryzuje się m.in. produkcją chmielu i tytoniu na szeroką skalę oraz produkcją w sektorze spożywczym na wysokim poziomie. Województwo podlaskie cechuje z kolei też dobrze rozwinięty sektor spożywczy, przetwórstwo mięsa, mleka i drobiu, a także produkcja zbóż (Ibidem). Udział rolnictwa w strukturze sektorowej regionu jest „akceptowalny” pod warunkiem, że jest ono dobrze zmechanizowane, a teren oferuje korzystne warunki naturalne, takie jak wysoka jakość gleby. Od dawna wiadomo, że regiony ściany wschodniej posiadają odpowiednie predyspozycje do uprawiania rolnictwa, a zatem jego wysoki udział w strukturze zatrudnienia nie jest zaskoczeniem.

W świetle dokonanych analiz struktur sektorowych regionów i analizy poziomu ich rozwoju stwierdzić można, że jednostki lepiej rozwinięte mogą cechować się wysokim odsetkiem zatrudnienia w usługach, ale nie jest to regułą. Udział pracujących w sektorze usług jest jednym z mierników rozwoju gospodarczego i społecznego, ale sam odsetek pracujących w usługach nie daje pełnego obrazu sytuacji. Wskaźnik syntetyczny też jest tylko pewnego rodzaju uproszczeniem rzeczywistości, kształtowanym przez cechy statystyczne, które badacz może wybrać wedle własnego uznania. Tempo rozwoju w badanych jednostkach jest zróżnicowane oraz zależne od wielu uwarunkowań, takich jak położenie geograficzne czy zagęszczenie ośrodków miejskich. Pomimo spadków wskaźnika w roku 2020, we wcześniejszym okresie wartości kształtowały się na wyższym poziomie niż w roku 2005. Na podstawie dokonanej analizy stwierdzić można, że przemiany rozwojowe przebiegały w sposób nierównomierny. W przypadku większości regionów wskaźnik przyjmuje wyższe wartości w roku 2020 w porównaniu do roku wyjściowego analizy. Patrząc z tej perspektywy, przemiany, które miały miejsce, można uznać za prawidłowe.

Podsumowanie

Wzrost zatrudnienia w usługach wiąże się z mnogością wszelkiego rodzaju działalności tego sektora, dlatego zatrudnienie znajdują w nim często osoby bezrobotne o różnych kwalifikacjach zawodowych. Ponadto wzrost dochodów społeczeństwa wpływa na zwiększenie zainteresowania nabywaniem usług, co stymuluje również wzrost zatrudnienia w tym sektorze. Postęp techniczny powoduje też wzrost znaczenia usług

opartych na specjalistycznej wiedzy, która ostatnio staje się dla przedsiębiorstw źródłem przewagi konkurencyjnej. Ponadto postęp stymuluje powstawanie nowych rodzajów usług, w których szczególną rolę odgrywa wiedza.

Dokonana została analiza poziomu rozwoju województw i identyfikacja tendencji rozwojowych na poziomie dla okresu 2005-2020. W latach 2005-2015 wskaźnik syntetyczny w przypadku wielu regionów przyjmował tendencję wzrostową, jednak w roku 2020 nastąpił jego spadek, związany z zahamowaniem gospodarki na skutek pandemii koronawirusa. Pomimo jej wystąpienia, porównując wyniki z roku 2005 i 2020, w przypadku większości regionów wskaźnik przyjmuje wyższe wartości. Za najlepiej rozwinięte można uznać województwa dolnośląskie, mazowieckie i śląskie, natomiast najslabiej – lubelskie i podlaskie. Na podstawie przeprowadzonych analiz struktur sektorowych województw i oceny poziomu ich rozwoju można zauważyć, że regiony o wyższym stopniu rozwoju charakteryzują się wysokim udziałem zatrudnienia w sektorze usług. Niemniej jednak nie jest to regułą.

Głównym celem niniejszego artykułu była identyfikacja zgodności kierunku przemian struktury sektorowej Polski oraz jej regionów z ogólnosiwiatowym trendem, którym jest spadek zatrudnienia w rolnictwie oraz wzrost liczby pracujących w usługach. Na podstawie przeprowadzonej analizy stwierdzić można, że przemiany w regionach są zgodne z globalnym trendem. Przemiany te przebiegają powoli, jednak wspomniany trend jest zauważalny. W 2021 roku najwyższym udziałem zatrudnionych w usługach cechowało się województwo mazowieckie, w którym wynosiło ono 69,8%. Na znaczeniu pod względem liczby osób zatrudnionych zyskuje też sukcesywnie w każdym z regionów sektor wiedzochłonnych usług biznesowych.

Bibliografia

- Adamczyk, P. (2012). Regionalne zróżnicowanie przemian w trójsektorowej strukturze osób pracujących w Polsce po akcesji do Unii Europejskiej. *Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich*, 99(4), 29-37.
- Cyrek, M. (2013). Dysproporcje w rozwoju usług wiedzochłonnych zaawansowanych technologicznie barierą konwergencji gospodarek Unii Europejskiej. *Studia Ekonomiczne / Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach*, 139, 174-184.
- Famielec, J. (2018). Teoretyczne podstawy definiowania oraz badania struktury i restrukturyzacji. W: J. Famielec, M. Kożuch (red.), *Restrukturyzacja sektorów gospodarki i przedsiębiorstw wybrane zagadnienia* (s. 13-47). Kraków: Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Fisher, A.G.B. (1952). A Note of Tertiary Production. *The Economic Journal*, 62(248), 820-834.
- Hybel, J. (2006). Miejsce i rola sektora usług w rozwoju gospodarczym Polski w latach 1995-2004. *Zeszyty Naukowe SGGW – Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 61, 5-12.
- Jarosz, M. (2004). Kierunki zmian struktury zatrudnienia według sektorów ekonomicznych w Polsce i wybranych krajach Europy Zachodniej w latach 1997-2002. W: W. Wic (red.), *Annales Academiae Paedagogicae Cracoviensis Studia Politologica* (t. 2, s. 171-182). Kraków: Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej w Krakowie.
- Kawa, M. (2010). Tendencje zmian zatrudnienia w sektorze usług w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej. *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*, 17, 413-422.

- Kwiatkowska, W. (2009). Wpływ zmiany liczby i struktury pracujących na konkurencyjność polskiej gospodarki. W: W. Kasperkiewicz (red.), *Innowacyjność, konkurencyjność i rynek pracy w procesie transformacji polskiej gospodarki* (s. 106-138). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Kwiatkowski, E. (1982). Z problematyki genezy teorii trzech sektorów gospodarki. *Acta Universitatis Lodzianis. Folia Oeconomica*, 19, 11-28.
- Kudłacz, T. (2021). *Metody wielowymiarowej analizy porównawczej w analizie układów terytorialnych*. Nowy Sącz: Wydawnictwo Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Nowym Sączu.
- Kusideł, E., Antczak, E. (2021). Struktura branżowa pracujących w Polsce w latach 1995-2019 – szacunki oparte na schemacie przejścia pomiędzy PKD – 2004 i PKD – 2007, *Gospodarka Narodowa. The Polish Journal of Economics*, 3(307), 125-144.
- Lewandowski, P., Baran J., Chrostek, P. (2013). Ewolucja popytu na pracę a przemiany w strukturze gospodarki. W: P. Lewandowski, I. Magda (red.), *Zatrudnienie w Polsce 2013, Praca w dobie przemian strukturalnych* (s. 9-58). Warszawa: Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich
- Lipczyński, T. (2014). Wiedza jako narzędzie budowy przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw. *Informatyka Ekonomiczna = Business Informatics*, 1(31), 47-58.
- Markowicz, I. (2014). Sektor usług w nowoczesnej gospodarce. *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania / Uniwersytet Szczeciński*, 36(1), 359-369.
- Noga, M. (2009). *Makroekonomia*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 7 października 1997 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) (Dz.U. z 1997 r., Nr 128, poz. 829 z późn. zm.).
- Samul, J. (2016). Sektor usług wiedzochłonnych w Polsce na tle UE. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 41(4), 95-101.
- Szczukocka, A. (2013). *Statystyczna ocena znaczenia sektora usług w gospodarce Polski*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Wyszkowska-Kuna, J. (2017). Usługi biznesowe oparte na wiedzy a innowacyjność krajów Unii Europejskiej. *Studia Europejskie*, 2, 119-136.
- Zajdel, M. (2011). Trójsektorowa struktura gospodarcza w Polsce jako miernik rozwoju (wybrane aspekty). *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy. Modernizacja dla spójności społeczno-ekonomicznej*, 18, 419-430.
- Zamorska, K. (2020). Pięć rewolucji przemysłowych – przyczyny, przebieg i skutki (ujęcie historyczno-analityczne). *Studia BAS, Gospodarka, rynek i państwo wobec rewolucji technologicznej*, 3(68), s. 7-23.
- Załącznik do rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 r. (Dz.U. 251, poz. 1885) – schemat klasyfikacji.
- Załącznik do rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 r. (Dz.U. 251, poz. 1885) – zasady budowy klasyfikacji.

<https://bdl.stat.gov.pl>.

<https://genderdata.worldbank.org>.

www.paih.gov.pl.

Szymon ZAJĄC

Absolwent Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska

ORCID: 0009-0009-5990-5000

PRACOWNICZE PLANY KAPITAŁOWE WOBEC ZMIAN DEMOGRAFICZNYCH W POLSCE

Streszczenie

Artykuł koncentruje się na ocenie efektywności polskiego systemu emerytalnego w obliczu zmian demograficznych, które stanowią wyzwanie dla jego długoterminowej stabilności. Autor przygląda się zmianom w strukturze wieku polskiego społeczeństwa i ich wpływie na stabilność systemu emerytalnego. W kontekście starzenia społeczeństwa rozpatrywane jest nowe narzędzie części kapitałowej (III filara) systemu emerytalnego – Pracownicze Plany Kapitałowe, które swoją dobrowolną formą mają zachęcać ubezpieczonych do dodatkowego oszczędzania w czasie, gdy zwiększa się liczba beneficjentów, a zmniejsza liczba osób w wieku produkcyjnym, podlegająca ubezpieczeniu emerytalnego. Wśród celów artykułu wyróżnić można:

- ocenę efektywności wprowadzonych rozwiązań obecnego polskiego systemu emerytalnego w kontekście zmian demograficznych;
- analizę wpływu zmiany struktury wieku polskiego społeczeństwa na finansowanie systemu oraz na jakość życia emerytów.

W analizie podkreśla się konieczność elastyczności zarządzania kapitałem i dostosowywania strategii inwestycyjnych, szczególnie w sytuacji niskiego udziału społeczeństwa. Zaleca się też intensyfikację działań edukacyjnych i promocyjnych w celu zwiększenia atrakcyjności PPK dla pracowników. Artykuł porusza tematykę roli PPK w polskim systemie emerytalnym, a jego cele obejmują identyfikację możliwych scenariuszy rozwoju nowych narzędzi w obliczu zmian demograficznych.

Słowa kluczowe: system emerytalny, demografia, pracownicze plany kapitałowe, ocena efektywności.

NEW SOLUTIONS OF THE PENSION SYSTEM IN POLAND IN THE FACE OF DEMOGRAPHIC CHANGES

Summary

The article focuses on evaluating the effectiveness of the Polish pension system in the face of demographic changes, which pose a challenge to its long-term stability. The author examines changes in the age structure of the Polish society and their impact on the stability of the pension system. In the context of an aging population, the article considers a new capital component of the pension system – Employee Capital Plans (PPK), which, through their voluntary nature, aim to encourage insured individuals to save additionally at a time when the number of beneficiaries is increasing, and the number of individuals in working age, subject to pension insurance, is decreasing. The objectives of the article include:

- evaluating the effectiveness of the introduced solutions in the current Polish pension system in the context of demographic changes;
- analyzing the impact of the changing age structure of the Polish society on the financing system and the quality of life of retirees.

The analysis emphasizes the need for flexibility in capital management and adjusting investment strategies, especially in situations with a low societal participation rate. The article also recommends intensifying educational and promotional activities to increase the attractiveness of PPK for employees. The article addresses the role of PPK in the Polish pension system, and its goals include identifying possible scenarios for the development of new tools in the face of demographic changes.

Key words: pension system, demographics, employee capital plans, effectiveness assessment.

Wprowadzenie

Problematyka demograficzna staje się coraz istotniejszym wyzwaniem, głównie w Polsce. Spadek liczby ludności, starzenie społeczeństwa oraz zmiany w strukturze wiekowej stanowią kluczowe czynniki wpływające na stabilność systemu emerytalnego. Te demograficzne wyzwania mają bezpośrednie skutki dla długoterminowej stabilności systemu emerytalnego, co wydaje się bardzo istotne w dzisiejszym świecie.

Zabezpieczenie społeczne oznacza szereg działań realizowanych przez organy władzy publicznej, które mają na celu zabezpieczenie społeczeństwa w razie niezdolności do samodzielnego zaspokojenia podstawowych potrzeb życiowych. Co ważne, prawo do zabezpieczenia społecznego gwarantuje zapis art. 67 Konstytucji: „Obywatel ma prawo do zabezpieczenia społecznego w razie niezdolności do pracy ze względu na chorobę lub inwalidztwo oraz po osiągnięciu wieku emerytalnego. Zakres i formy zabezpieczenia społecznego określa ustawa” (Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r.). System ubezpieczeń społecznych poprzez zabezpieczanie bytu osób niezdolnych do pracy z różnych przyczyn realizuje jedno z zadań państwa dotyczących zabezpieczenia społecznego. System emerytalny z kolei, jako część systemu ubezpieczeń społecznych, odnosi się do zabezpieczenia w razie starości. Jego kondycja niewątpliwie zależy od struktury wieku ludności, która w ostatnich latach podlega poważnym zmianom. Obecny system emerytalny, oparty na metodzie repartycyjnej, jest bardzo wrażliwy na zmiany demograficzne, zwłaszcza te zauważane obecnie, jakimi są zmniejszanie liczby ludności i starzenie się społeczeństwa. System jednak ciągle podlega modyfikacjom, a te najnowsze (z roku 2019 i później) wychodzą naprzeciw obserwowanym problemom, rozbudowując III filar (kapitałowy) poprzez utworzenie nowego narzędzia – Pracowniczych Planów Kapitałowych.

Starość dotyczyć będzie każdego obywatela, w związku z czym analizy obecnej konstrukcji systemu emerytalnego w kontekście zmian demograficznych wydają się niezbędne do poszukiwania rozwiązań umożliwiających prawidłowe funkcjonowanie zabezpieczenia społecznego w Polsce.

Celem niniejszego artykułu jest głównie ocena efektywności wprowadzonych rozwiązań obecnego polskiego systemu emerytalnego – m.in. Pracowniczych Planów Kapitałowych, jako nowego rozwiązania III filara systemu emerytalnego, w kontekście zmian demograficznych. Badanie skoncentrowane jest na kontekście demograficznych zmian, ukierunkowanych na zrozumienie, w jaki sposób omawiane rozwiązanie wpływa na adaptację systemu do wyzwań związanych ze starzeniem się społeczeństwa. Celem jest ocena efektywności PPK, uwzględniając zarówno aspekty demograficzne, jak też potencjalne korzyści dla uczestników systemu emerytalnego. Przedstawienie tych

analiz ma na celu dostarczenie wglądu w aktualne trendy oraz wyzwania, związane z trwałością oraz efektywnością systemu emerytalnego w obliczu dynamicznych zmian demograficznych.

W przedstawionej analizie posłużono się metodologią badań jakościowych, szczególnie metodą studium przypadku. Celem było zbadanie dokumentów i publikacji związanych z podjętym problemem badawczym. Dzięki temu możliwe było formułowanie tez i ogólnych wniosków na podstawie dedukcji wynikającej z analizy tych źródeł.

1. Analiza demograficzna polskiego społeczeństwa

Wśród zmian, jakie zachodziły w momencie transformacji w Polsce, wyróżnić można ukształtowanie się społeczeństwa zarówno pod względem rozkładu wieku, jak i liczby ludności. „Nowa demografia”, która ma miejsce w Polsce od lat 90. ubiegłego wieku, charakteryzuje się spadkiem urodzeń oraz starzeniem się społeczeństwa.

Zmniejszanie się liczby urodzeń jest zjawiskiem zdecydowanie negatywnym przy analizie demograficznej. Dane jasno przedstawiają znaczny spadek, który obserwujemy już od 1989 roku¹.

Tabela 1

Liczba urodzeń w Polsce w poszczególnych latach

Lata	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020
Liczba urodzeń w Polsce (w tys.)	547,7	433,1	378,3	364,4	413,3	369,3	355,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Rocznik Demograficzny 2022*, GUS, 2022, Warszawa, s. 25.

Liczba urodzeń w roku 2022 w porównaniu z rokiem 1995 spadła o ponad 192 tys. i poza wzrostem w latach 2007-2010 z roku na rok maleje.

Podobne wnioski wyciągnąć można, obserwując współczynnik dzietności (liczba dzieci, które urodziłaby przeciętnie kobieta w ciągu całego okresu rozrodczego [15-49 lat]). Współczynnik ten dla Polski w roku 2020 wyniósł 1,38. W teorii demografii współczynnik dzietności na poziomie ok. 2,1-2,15 pozwala na prostą zastępowalność pokoleń, która umożliwia stabilność demograficzną i prawidłowe rozłożenie ludności w wieku przedprodukcyjnym, produkcyjnym i poprodukcyjnym. Polska ze swoim współczynnikiem w okolicach 1,22-1,35 należy do grupy krajów o niskim współczynniku. Polska w porównaniu z innymi krajami Unii Europejskiej wypada bardzo słabo. Dla przykładu, w 2020 roku Rumunia notowała ten wskaźnik na poziomie 1,80, Francja – 1,83, Czechy – 1,71, Wielka Brytania – 1,68. Znaleźć jednak też można kraje o niższym współczynniku dzietności niż Polska: Hiszpania – 1,19, Macedonia Północna – 1,31, Włochy – 1,24 czy Malta – 1,13².

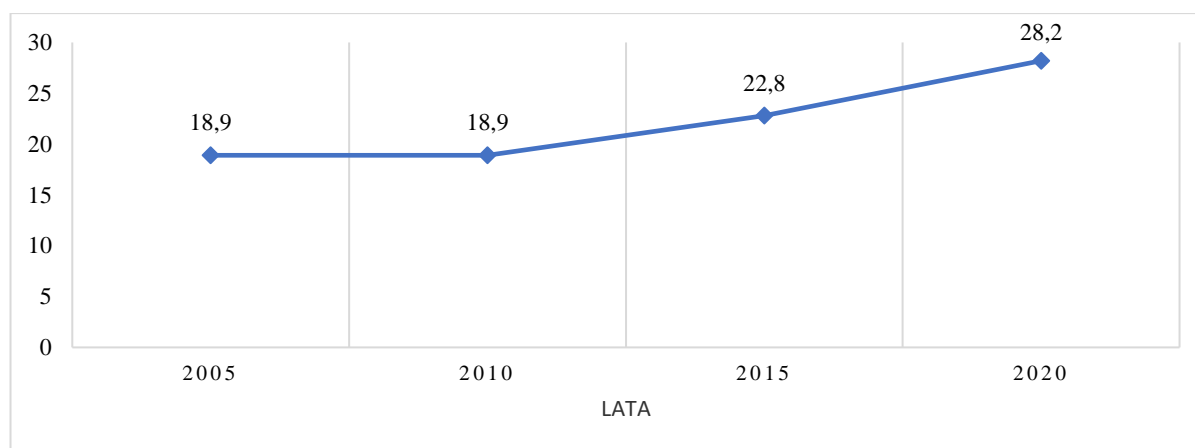
Kolejnym problemem „nowej demografii” jest starzenie się społeczeństwa. Jest to bezpośrednia konsekwencja zmniejszenia się liczby urodzeń. Mała liczba urodzeń skutkuje mniejszym odsetkiem osób młodych w społeczeństwie, a w efekcie wzrasta odsetek ludzi starszych – w wieku poprodukcyjnym. Zjawisko to zupełnie zmienia

¹ Źródłem danych liczbowych, na których oparto przeprowadzane analizy jest *Rocznik Demograficzny 2022*, GUS, 2022, Warszawa.

² W roku 2021 Polska zajmuje 4. miejsce od końca wśród krajów UE z wynikiem 1,33.

strukturę wieku społeczeństwa. Jest to dobrze zauważalne w społeczeństwie polskim. Dodatkowym czynnikiem potęgującym starzenie się społeczeństwa jest stopniowe wydłużanie się przeciętnego trwania życia. W roku 2021, według Głównego Urzędu Statystycznego, przeciętne trwanie życia mężczyzn średnio wyniosło 72 lata, a kobiety 80 lat. Porównując z rokiem 1990, kiedy to trwanie życia u mężczyzn średnio wyniosło 66 lat, a u kobiety 75, widzimy znaczny wzrost. Przez ponad 30 lat przeciętne trwanie życia Polki i Polaka wzrosło o ok. 6 lat, co jest bardzo zauważalne w strukturze wieku społeczeństwa³.

Do oceny postępu procesu starzenia się społeczeństwa wykorzystuje się m.in. współczynnik obciążenia demograficznego osobami starszymi. Wskaźnik ten ilustruje stosunek liczby osób w wieku poprodukcyjnym do osób w wieku produkcyjnym. Wskaźnik w roku 2021 w Polsce wyniósł 29,0, co oznacza, że na 1 000 osób w wieku produkcyjnym przypadało 290 osób w wieku poprodukcyjnym. Jest to niebezpieczny wynik dla stabilności gospodarki narodowej, ponieważ aż 29% ludności w wieku produkcyjnym i poprodukcyjnym stanowią osoby w wieku poprodukcyjnym⁴.



Wykres 1. Współczynnik obciążenia demograficznego osobami starszymi w Polsce w latach 2005, 2010, 2015, 2020.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS (www.bdl.stat.gov.pl/bdl/start, dostęp: 20.10.2023).

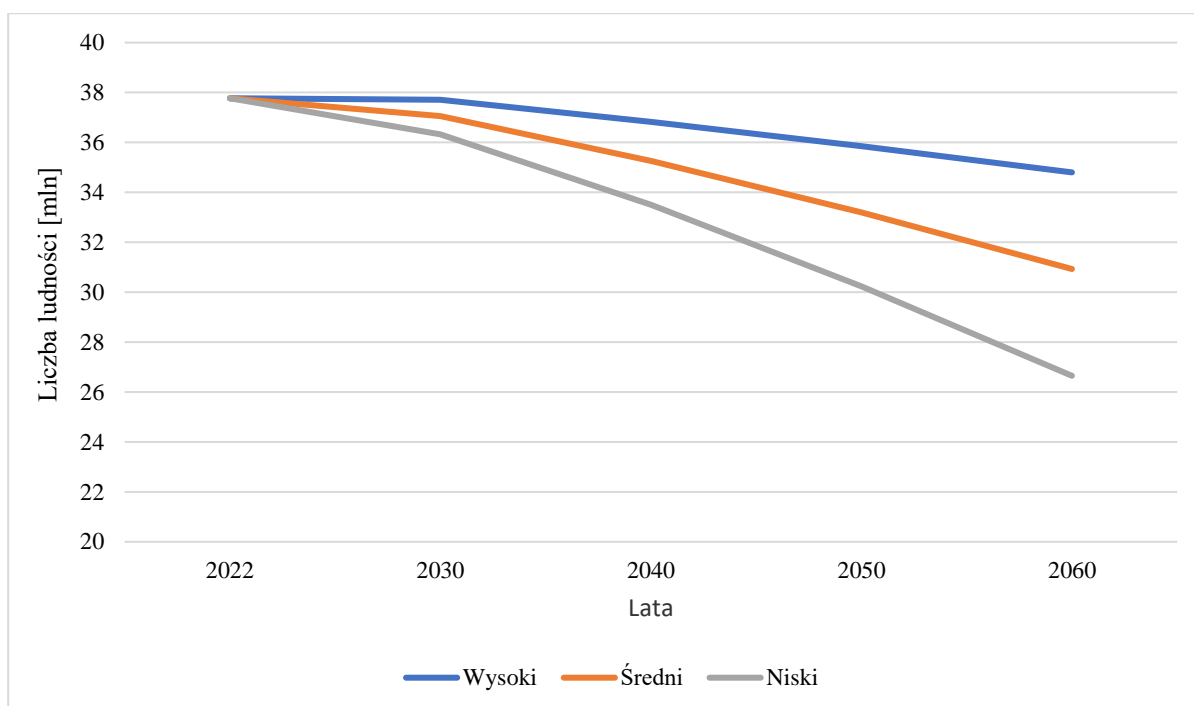
Analizę demograficzną należy też przeprowadzić pod kątem długoterminowych prognoz. Według GUS, do roku 2060 odsetek osób w wieku poprodukcyjnym wzrośnie do 36,2%, a tym samym liczba emerytów w społeczeństwie polskim podwoi się (w stosunku do roku 2015). Dla systemu emerytalnego jest to ogromne wyzwanie i taka perspektywa skłania do głębokiej analizy obecnego systemu emerytalnego, który w najbliższych latach może nie podołać zadaniom zabezpieczenia bytu ubezpieczonym na starość.

³ Warty uwagi tutaj jest rok 2020, w którym na skutek pandemii zmienił się trend w przeciętnym trwaniu życia. Wzrost tej wielkości notujemy praktycznie od roku 1950 (gdy średnia wieku wynosiła 55 lat) do roku 2019 (Polacy żyli wówczas średnio 79 lat). W roku 2020 w stosunku do 2019 przeciętne trwanie życia spadło o 1,5 roku w przypadku mężczyzn i 1,1 roku w przypadku kobiet, a w roku 2021 wyniosło odpowiednio do 73,4 i 81,1 lat.

⁴ Średnia dla Unii Europejskiej w roku 2020 wynosi 31,4, co daje zaledwie ponad 3 osoby w wieku produkcyjnym na jedną osobę w wieku poprodukcyjnym. Polska plasuje się jednak poniżej średniej, co może być odczytywane jako wynik pozytywny.

W najnowszej prognozie GUS⁵ odnaleźć można opracowanie trzech możliwych scenariuszy dla demografii Polski w latach 2023 do 2060. Są to warianty: wysoki, średni i niski, gdzie wariant średni uznany jest za najbardziej prawdopodobny, a dwa pozostałe mają za zadanie pokazanie alternatywnych scenariuszy, jakie mogą być zauważane w kolejnych latach. Na potrzeby dalszych analiz przedstawione zostaną dane dotyczące scenariuszy prognozy ludności Polski w poszczególnych latach. Główny scenariusz – średni – jest kombinacją trzech wariantów:

- wariant ze średnim współczynnikiem dzietności;
- wariant ze średnim trwaniem życia;
- wariant z umiarkowanie dodatnim saldem migracyjnym.



Wykres 2. Liczba ludności Polski (w mln) według trzech scenariuszy w latach 2000-2060.

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Prognoza ludności na lata 2023-2060*, GUS, 2023, Warszawa, s. 32.

Wszystkie prognozy wskazują na systematyczny spadek liczby ludności w Polsce, choć w zróżnicowanym tempie. W wariacie wysokim, do roku 2060 liczba ludności Polski spadnie do 34,8 mln, natomiast w scenariuszu niskim może spaść aż do 26,7 mln. Oznaczałoby to ubytek mieszkańców w zakresie od 8 do 29% w porównaniu z danymi z 2022 roku. Średni scenariusz zakłada spadek liczby ludności o prawie 7 mln, co w stosunku do całej liczby ludności w roku 2060 daje aż 23%. Co więcej, dane dotyczące wieku społeczeństwa jasno pokazują stały wzrost osób w wieku poprodukcyjnym i spadek liczby osób zarówno w wieku produkcyjnym, jak i przedprodukcyjnym. Jest to realne zagrożenie dla obecnego systemu emerytalnego w Polsce, który w części

⁵ Prognoza ludności GUS opublikowana 31.08.2023; <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/prognoza-ludnosc/prognoza-ludnosc-na-lata-2023-2060,11,1.html>.

obowiązkowej działa zgodnie z zasadą solidarności międzypokoleniowej. Scenariusze te potwierdzają powagę problemu oraz skłaniają do rozważenia poważnych zmian w systemie emerytalnym, który w najbliższym czasie może okazać się zupełnie nieefektywny.

2. System emerytalny w Polsce

System emerytalny to ogół wszystkich zasad i mechanizmów instytucjonalnych, mających na celu zapewnienie wypłaty środków pieniężnych osobom ubezpieczonym poprzez pobieranie i gromadzenie składek na ubezpieczenie emerytalne. System ten w Polsce przez ostatnie lata był kilkakrotnie modyfikowany, a największe zmiany wystąpiły w roku 1999, kiedy to miała miejsce tzw. duża reforma emerytalna⁶.

Reforma z 1999 roku⁷ zajmuje szczególne miejsce w historii powojennej Polski, będąc jedną z najbardziej omawianych. Od tamtej pory system działa na zasadach zakładających większą racjonalność. Poprzedni system emerytalny był powszechnie uważany za niesprawiedliwy, opierając się na tzw. systemie zdefiniowanego świadczenia. System emerytalny w Polsce sprzed tej reformy spełniał założenia metody repartycyjnej. Opiera się ona na całkowitym pokrywaniu wydatków przez wprowadzane do puli składki. Oznacza to, że środki z wpłacanych składek na ubezpieczenie emerytalne finansują wypłacane emerytury. Osoby opłacające składki w tym systemie faktycznie nie gromadzą środków na własną przyszłą emeryturę, lecz finansują obecnie wypłacane świadczenia emerytalne. W ten sposób realizują nieformalną umowę społeczną, która zakłada wsparcie dla obecnie pobierających emeryturę, opierając się na zasadzie wzajemnej solidarności społecznej. Problemem zagrażającym systemowi opartemu na takiej metodzie jest starzejące się społeczeństwo. Logicznym jest, że proces, w którym liczba emerytów coraz bardziej przeważa nad liczbą osób w wieku produkcyjnym sprawia, że wśród wpływów ze składek emerytury i wydatków na finansowanie tych świadczeń dominować będą wydatki, czyli wypłaty na bieżące świadczenia emerytalne. System ten jednak nie jest odporny na wiele czynników, z którymi mierzą się współczesne gospodarki. Mówimy tu głównie o zjawiskach takich, jak starzenie się społeczeństwa, bezrobocie czy obniżenie poziomu wynagrodzeń w ramach stosunków pracy. Czynniki te prowadzą do obniżenia poziomu dochodów generowanych z wpłacanych składek emerytalnych, co w rezultacie skutkuje powstaniem dysproporcji pomiędzy wydatkami a dochodami w ramach istniejącego systemu⁸.

Charakteryzował się on uzależnieniem wysokości emerytury od wysokości ostatniego wynagrodzenia osoby przechodzącej na emeryturę. Problemy, z którymi zaczęto borykać się w Polsce i Europie⁹ sprawiały, że nie jest on w stanie zagwarantować godnego życia na starość każdemu z uczestników systemu. W tamtym systemie wysokość emerytury w mniejszym stopniu zależała od stażu pracy czy wysokości wynagrodzenia,

⁶ Początki systemu emerytalnego w Polsce miały już miejsce w czasie zaborów i podlegały wielu zmianom. Więcej informacji o pełnej historii systemu emerytalnego można znaleźć np. w: *Rzeczpospolita ubezpieczonych*, M. Lewandowska, 2017, Warszawa: Zakład Ubezpieczeń Społecznych.

⁷ Ustawa z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych (Dz.U. z 2022 r., poz. 1008, z 2023 r., poz. 326, 547, 614, 852).

⁸ Więcej o odporności poszczególnych systemów na problemy, z którymi mierzą się gospodarki w *System ubezpieczeń społecznych*, W. Sułkowska (red.), 2014, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

⁹ Głównie zmiany w strukturze społeczeństwa.

a ponad 1/3 świadczenia stanowiła tzw. część socjalna, która trafiała także do osób, które ze względu na osiągnięte dochody nie potrzebowałyby jej¹⁰. Dodatkowo, uczestnik systemu emerytalnego, aby otrzymać świadczenie emerytalne, po ukończeniu wieku emerytalnego (60 lat dla kobiet i 65 dla mężczyzn) musiał udowodnić odpowiedni okres składkowy i nieskładkowy¹¹. Taki sposób ustalania wymiaru emerytury sprawiał, że świadczenia przyznawane na podstawie starego systemu nie różnicowały się między biedniejszymi a zamożniejszymi emerytami. Osoba o wysokim wynagrodzeniu z tytułu pracy nie miała możliwości zagwarantowania sobie równie wysokiej emerytury. Dodatkowo, wszystkie składki emerytalne trafiały do jednej, wspólnej puli w Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych. Efektem tego był brak możliwości dodatkowego oszczędzania na swoją emeryturę w ramach obowiązującego systemu. System ten stwarzał ogromne obciążenie dla budżetu państwa, ponieważ środki z budżetu musiały być regularnie przeznaczane na dopłaty do emerytur, a rosnąca liczba beneficjentów tego świadczenia stanowiła poważne wyzwanie. Prognozy demograficzne też nie były wcale optymistyczne, co jest nadal widoczne w obecnych czasach, gdzie grupa emerytów stale się powiększa. Reforma z 1998 roku została wprowadzona w celu przeciwdziałania tym problemom.

Metoda kapitałowa skupia się głównie na inwestowaniu zgromadzonych z wpłacanych składek środków pieniężnych w celu powiększenia kapitału. Składki odprowadzane są na indywidualne konta ubezpieczonych, gdzie inwestuje się je, np. na rynkach finansowych. Dochody od kapitału wchodzące w skład przyszłego świadczenia są tym większe, im dłuższy okres inwestowania. Dlatego też najbardziej optymalnym będzie stosowanie tego typu metod, gdzie środki gromadzone są długookresowo. Wysokość świadczenia nie zależy tutaj tylko od wysokości odprowadzanych składek w ciągu całego okresu aktywności zawodowej.

Na mocy reformy z 1998 roku, polski system emerytalny z systemu świadczenia zdefiniowanego zmienił się na system zdefiniowanej składki, który obowiązuje do dzisiaj. Przede wszystkim zmienione zostały zasady stwierdzania prawa do świadczenia emerytalnego i wyliczania jego wysokości. Głównym założeniem nowego systemu jest uzależnienie wysokości przyszłego świadczenia od sumy wpłacanych składek na ubezpieczenie emerytalne. Podstawowym warunkiem przyznania emerytury stało się osiągnięcie określonego wieku emerytalnego. Wiek emerytalny obecnie wynosi 60 lat dla kobiet oraz 65 lat dla mężczyzn, co stanowi wyjątek w krajach UE. W okresie od 2012 do 2017 roku wiek emerytalny zrównano dla kobiet i mężczyzn do lat 67¹². Wydłużenie wieku emerytalnego jest reakcją na wzrastające obciążenie systemów emerytalnych, wynikające z wydłużającą się średnią długością życia. Wzrost oczekiwanej długości życia oznacza, że emerytura jest finansowana przez system emerytalny przez dłuższy okres, co z kolei zwiększa jego obciążenie finansowe. Pozwala to na bardziej równomierny podział obciążenia między czasem aktywności zawodowej a czasem pobierania świadczeń emerytalnych.

¹⁰ Zob. *System emerytalny*, M. Góra, 2003, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, s. 100.

¹¹ Okres ten wynosił dla kobiet 20 lat, a dla mężczyzn 25 lat. Całą charakterystykę okresów znaleźć można w: „Emerytura pomostowa w prawie polskim”, P. Makarzec, 2014, *Zeszyty Naukowe WSEI*, 1, s. 66-67.

¹² Pełne informacje o zmianach w wieku emerytalnym w Polsce: *Analiza i ocena proponowanych zmian ustawowego wieku emerytalnego w Polsce*, M. Szczepański, 2016, Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.

Emerytura wyliczana jest, dzieląc sumę kapitału początkowego i sumy składek zgromadzonych w ramach systemu emerytalnego przez średnie dalsze trwanie życia. Osoba ubezpieczona ma możliwość kontynuowania pracy po osiągnięciu wieku emerytalnego, co (zgodnie z zasadą *dłuższa praca = wyższa emerytura*) przyczynia się do zwiększania sumy wpłacanych składek. W tym kontekście istotne są zarówno wysokość, jak i liczba zebranych składek, gdyż odgrywają kluczową rolę w obliczaniu wysokości przyszłego świadczenia emerytalnego.

Aktualnie obowiązujący w Polsce system emerytalny – system zdefiniowanej składki, jest typowym systemem mieszanym, który już od lat 80. XX wieku znalazł praktyczne rozwiązanie w krajach Europy Zachodniej. Był on odpowiedzią na problemy ówczesnych gospodarek. System mieszany emerytur, łączący elementy repartycyjne i kapitałowe, odpowiada na wyzwania związane z demografią poprzez wprowadzenie elementu kapitałowego, łagodząc skutki starzenia się społeczeństwa oraz niższego współczynnika urodzeń. Działa jako zabezpieczenie przed ryzykiem długoterminowego finansowania, umożliwiając gromadzenie środków w okresach trudności gospodarczych. System ten stanowi dodatkową zachętę do oszczędzania, umożliwiając ubezpieczonym dodatkowe oszczędzanie w sposób kapitałowy. Jego elastyczność pozwala dostosować się do zmieniających się warunków społeczno-gospodarczych, co czyni go rozwiązaniem bardziej dynamicznym niż systemy oparte wyłącznie na jednej z tych metod. Polski system, jako system trójfilarowy, łączy ze sobą zasady obu przedstawionych wcześniej modeli. Pierwszy filar to typowy system oparty na modelu repartycyjnym, w którym środki gromadzone ze składek na ubezpieczenie emerytalne przeznaczone są na finansowanie obecnie wypłacanych emerytur. Drugi filar – OFE oraz dobrowolny trzeci filar to część kapitałowa systemu, gdzie środki inwestowane są na rynkach finansowych.

Część repartycyjna polskiego systemu emerytalnego to I filar emerytalny, który obejmuje indywidualne konta w Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych (ZUS), na których odprowadzane są składki na ubezpieczenie emerytalne. Środki z tej części systemu służą finansowaniu bieżących wypłat świadczeń emerytalnych. Natomiast część kapitałowa systemu, gdzie środki pochodzące z wpłat składek są inwestowane w celu zwiększenia kapitału, obejmuje Otwarte Fundusze Emerytalne (OFE) – II filar, oraz III filar, w którym uczestnicy mogą dobrowolnie uczestniczyć, wpłacając dodatkowe składki w ramach programów przewidzianych w tej części systemu. III filar tworzą:

- Indywidualne Konta Emerytalne (IKE);
- Indywidualne Konta Zabezpieczenia Emerytalnego (IKZE);
- Pracownicze Programy Emerytalne (PPE);
- Pracownicze Plany Kapitałowe (PPK).

Wszystkie spośród wymienionych form oszczędzania na emeryturę były i nadal są formami nieobowiązkowymi. Podstawą prawną uczestniczenia w niektórych programach III filara jest umowa pisemna zawarta pomiędzy ubezpieczonym, a instytucją oferującą oszczędzanie w ramach III filara¹³. Poszczególne elementy tego filara różnią się od siebie pewnymi kwestiami, takimi jak zasady wypłaty środków czy dziedziczenie zgromadzonego kapitału. Ubezpieczony sam może wybrać formę, z której będzie

¹³ Zob. *Ocena Funkcjonowania Indywidualnych Kont Zabezpieczenia Emerytalnego w Polsce w latach 2012-2017*, S. Frydrych, 2019, Warszawa: Studia i Prace WNEiZ US, s. 10.

korzystał. Na emeryturę poza wpłacanymi składkami na ubezpieczenie emerytalne składają się również dochody z wspomnianych wcześniej inwestycji finansowych. Powiększanie kapitału w formie inwestowania przyczynia się także do wzrostu gospodarczego i pozytywnie wpływa na gospodarkę krajową.

W obliczu aktualnych wyzwań, które niesie za sobą gospodarka światowa, wydaje się, że system w obecnej formie nie jest odporny na wahania występujące w ekonomii światowej. W głównej mierze problemy demograficzne opisane na początku niniejszego artykułu skłaniają do analizy polskiego systemu emerytalnego pod tym względem oraz przedstawieniu, czy i w jaki sposób nowe rozwiązanie III filara, jakimi są Pracownicze Plany Kapitałowe, mają szansę złagodzić skutki zwiększonej dynamiki starzenia się społeczeństwa, a także wzrastania wskaźnika obciążenia demograficznego osobami starszymi.

3. Istota Pracowniczych Planów Kapitałowych

W 2016 roku ZUS przeprowadził debatę na temat dobrowolnego, dodatkowego gromadzenia środków na emeryturę. Jednym z wniosków wyciągniętych z dyskusji było utworzenie nowego narzędzia części emerytalnej, które miało na celu przekonanie osób ubezpieczonych do regularnego i dodatkowego oszczędzania na starość. Okazało się, że alternatywne formy oszczędzania w ramach III filaru nie zyskały popularności wśród obywateli i nie zrealizowały oczekiwanych przez rząd celów rozwoju, co stanowiło podwójne rozczarowanie¹⁴. W tym samym roku opublikowano także *Strategię na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju*¹⁵, w której jednym z celów było zwiększenie poziomu oszczędności i rozwijanie krajowego kapitału, co jednocześnie tworzy warunki do osiągnięcia wyższego poziomu inwestycji, wspierając tym samym wzrost gospodarczy. Cel ten nazwano *Programem Budowy Kapitału* i zapisano go w uzasadnieniu do ustawy¹⁶.

W roku 2019 wprowadzono do systemu emerytalnego nowe, innowacyjne narzędzie – Pracownicze Plany Kapitałowe. Według zapisu ustawy¹⁷, PPK utworzone zostały w celu oszczędzania środków pieniężnych przez uczestnika do wypłaty przewidzianej po osiągnięciu przez niego 60. roku życia. Warunki uczestnictwa w PPK były systematycznie rozszerzane¹⁸, począwszy od dużych firm (zatrudniających minimum 250 osób) w 2019 roku, przez przedsiębiorstwa zatrudniające 50 pracowników – styczeń 2020 roku, 20 pracowników – lipiec 2020 roku, aż po pozostałe podmioty od dnia 1 stycznia 2021 roku¹⁹.

¹⁴ Tę tematykę dokładnie porusza J. Koćwin w opracowaniu: *Pracownicze Plany Kapitałowe w praktyce. Opłacalność programu – jego główne wady i zalety*, 2019, Wrocław: Uniwersytet Wrocławski.

¹⁵ *Strategia na rzecz odpowiedzialnego rozwoju*, 2017, Warszawa: Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej, pobrane z: <https://www.gov.pl/web/fundusze-regiony/informacje-o-strategii-na-rzecz-odpowiedzialnego-rozwoju> (dostęp: 29.10.2023).

¹⁶ Uzasadnienie do ustawy z dnia 4 października 2018 r. o pracowniczych planach kapitałowych (Dz.U. z 2018 r., poz. 2215 z późn. zm.).

¹⁷ Art. 3. ustawy z dnia 4 października 2018 r. o pracowniczych planach kapitałowych (Dz.U. z 2018 r., poz. 2215 z późn. zm.).

¹⁸ Zgodnie z zapisami ustawy.

¹⁹ Pełny wykaz zmian w PPK można znaleźć w opracowaniu: *Badanie możliwości wykorzystania Pracowniczych Planów Kapitałowych w procesach motywowania*, M. Szczepański, 2019, Poznań: Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej, s. 252.

Oszczędzanie środków, które zostają inwestowane na rynkach finansowych, ma za zadanie „wzbogacić” świadczenie emerytalne o dodatkową kwotę, przypisywaną indywidualnie do każdego uczestnika PPK. Forma ta, znana również w swojej idei z Otwartych Funduszy Emerytalnych (OFE), w założeniach ma odciążyć finansowo Fundusz Ubezpieczeń Społecznych (FUS), z którego to środki przeznaczane są na wypłatę zasiłków w ramach ubezpieczeń społecznych. Oczywistym wydaje się, że w dobie kryzysu demograficznego, kiedy wpływy ze składek do FUS z pewnością będą się zmniejszać z powodu malejącej liczby odprowadzających składki, dodatkowe środki do wypłaty świadczeń na starość są niezbędne dla zachowania stabilności systemu emerytalnego.

Celem PPK było również uzupełnienie systemu emerytalnego w taki sposób, aby zainicjować istotne zmiany poprzez wzmocnienie jego składowej kapitałowej. Ta część systemu, dzięki inwestowaniu, miała stworzyć warunki dla przyszłych emerytów na otrzymywanie wyższych świadczeń. Program stanowił zachętę dla ubezpieczonych do oszczędzania na starość poprzez udział w nim. Dodatkowo, PPK, będąc obowiązkowym narzędziem dla pracodawców, miały wzbudzić masowe uczestnictwo pracowników w programie. Krok ten wiązał się również z planami likwidacji Otwartych Funduszy Emerytalnych i przeniesienia zgromadzonych środków, chociażby do III filara. Istotnym aspektem tej kapitałowej części systemu emerytalnego było także jej znaczenie dla finansów państwa. Dzięki częściowemu finansowaniu świadczeń, PPK miało potencjał odciążenia finansów publicznych w tym obszarze.

Automatycznie do systemu są zapisywani pracownicy w przedziale wiekowym od 18 do 55 lat. Osoby spoza tego zakresu wiekowego, tj. powyżej 55. roku życia, mogą dołączyć do PPK na własny wniosek. Wszyscy pracownicy, niezależnie od wieku, zachowują prawo do dowolnego zrezygnowania z udziału w programie w każdym momencie. Każdy pracownik ma też możliwość przystąpienia do PPK w dowolnym czasie.

Środki zgromadzone w PPK stanowią prywatną własność uczestnika²⁰. Po osiągnięciu 60. roku życia istnieje możliwość wypłacenia tych środków, przy czym 25% całości może zostać wypłacone jednorazowo, a pozostałą część można otrzymywać w formie miesięcznych wypłat przez 10 lat. Przed osiągnięciem 60 lat istnieje opcja wypłaty części środków na cele zdrowotne (do 25%) lub nawet całości na zakup mieszkania lub domu, lecz w przypadku tego ostatniego bez opodatkowania konieczne jest zwrócenie kwoty w ciągu 15 lat. Rezygnacja z udziału w PPK pozwala na wypłatę zgromadzonych środków, jednak 30% wpłat pracodawcy wraca do ZUS, a pełna suma oszczędności z dopłat państwa trafia z powrotem do Funduszu Pracy. Konieczne jest także opodatkowanie zysków kapitałowych.

Od początku Pracownicze Plany Kapitałowe są postrzegane jako narzędzie mogące wspomagać sytuację finansową systemu emerytalnego. Mechanizm oszczędzania w ramach PPK, dostosowywany do wieku uczestnika poprzez odpowiednią skalę ryzyka inwestycyjnego, umożliwia akumulację kapitału na przyszłą emeryturę przez długi czas. Regularne składki i inwestowanie zgromadzonych środków mają na celu zapewnienie stabilności finansowej po zakończeniu aktywnej kariery zawodowej.

²⁰ www.mojepkk.pl/aktualnosci/przypadek-masz-dostep-do-oszczednosci.html (dostęp: 20.10.2023).

Co istotne, PPK oferuje pracownikom możliwość zwiększenia kontroli nad swoimi oszczędnościami na emeryturę poprzez dobrowolność uczestnictwa w programie oraz funduszu inwestycyjnym, gdzie ich środki będą lokowane. Daje to pracownikom pewność, że mogą dostosować swoje oszczędności do własnych preferencji i planów na przyszłość, co przyczynia się do większej satysfakcji z uczestnictwa w programie PPK.

Rachunki prowadzone w ramach programu prowadzone są przez instytucje finansowe zarządzające programem. Pracodawca, zawierając umowę o otwarcie danego rachunku w ramach PPK, ma możliwość wyboru jednej z wielu instytucji finansowych, oferujących prowadzenie rachunku uczestnika²¹. Dodatkowo ubezpieczony ma możliwość wglądu w swój rachunek od chwili od rozpoczęcia uczestnictwa w programie, kontrolować sumę zgromadzonych na nim środków, w podziale na wpłacane przez pracodawcę, pracownika oraz dopłaty z budżetu państwa.

Składki odprowadzane w ramach PPK pochodzą z trzech różnych źródeł:

- 1) składka pracownika: 2% wynagrodzenia + dobrowolna wpłata do 2% wynagrodzenia;
- 2) składka pracodawcy: 1,5% wynagrodzenia + dodatkowo dobrowolnie do 2,5% wynagrodzenia;
- 3) wpłaty od państwa: opłata powitalna 250 zł i coroczna wpłata 240 zł.

Łącznie najwyższą składkę może odprowadzać pracownik, który decyduje się na całość dodatkowej wpłaty (wtedy jego wpłata wynosi 4% wynagrodzenia) oraz którego pracodawca również odprowadzi składkę w najwyższej możliwej kwocie (też 4% wynagrodzenia)²².

4. Pracownicze Plany Kapitałowe wobec problemów demograficznych

Kłopoty demograficzne to jeden z powodów powstania Pracowniczych Planów Kapitałowych. Starzenie się społeczeństwa, które w gruncie rzeczy dostrzegane jest już w całej Europie, znacząco przyczynia się do kondycji systemu emerytalnego poszczególnych krajów. W Polsce problem ten zauważany jest z roku na rok coraz bardziej. Drugą kwestię dostrzeganą w prowadzonej analizie jest ciągle wydłużanie się przeciętnego trwania życia, co z kolei wpływa na okres pobierania przez emerytów świadczenia z omawianego systemu. Ponadto, dostępne obecnie rozwiązania kapitałowej części systemu nie cieszą się popularnością wśród Polaków.

Aktualny system emerytalny, działający na zasadzie międzypokoleniowej solidarności, zakłada stały przepływ środków pieniędzy od osób aktywnych zawodowo przez Fundusz Ubezpieczeń Społecznych (przez pobierane składki na ubezpieczenia społeczne) aż do wypłaty świadczeń dla osób niezdolnych do pracy z powodu starości.

²¹ Pełna lista instytucji finansowych zarządzających programem znajduje się na stronie internetowej: <https://www.mojeppk.pl/lista-instytucji-finansowych.html> (dostęp: 10.09.2023).

²² Ciekawym może wydawać się wysokość rocznej składki. Biorąc pod uwagę pracownika otrzymującego najniższe wynagrodzenie (w 2023 roku), jego wpłata wynosi 72 zł miesięcznie, pracodawca w swojej części wpłaca 54 zł. Sumując składki i licząc dla całego roku z uwzględnieniem 240 zł corocznej wpłaty 240 zł od państwa (finansowanego z Funduszu Pracy), w ciągu całego roku kwota wpłaty na rachunek PPK wynosi 1632 zł. Środki są też inwestowane na rynkach finansowych, co podwyższa tę kwotę, tym samym zwiększając kwotę możliwą do wypłaty po osiągnięciu przez uczestnika odpowiedniego wieku.

Okazuje się jednak, że sytuacja demograficzna sprawia, iż coraz mniej osób odprowadza składki, a coraz więcej pobiera emeryturę. Przy tak zachodzących przekształceniach struktury wieku społeczeństwa system ten staje się niewydajny i nieefektywny. Z tego powodu w Polsce ok. 8,6% PKB przeznaczane jest na dopłaty na świadczenia emerytalne²³, co stanowi bardzo dużą część wydatków z budżetu państwa i nadmiernie obciąża finanse publiczne. Tworzy się zatem pytanie, jak długo w takich warunkach państwo będzie w stanie dopłacać do systemu emerytalnego? Wydaje się, że jednym z rozwiązań może być pomniejszenie świadczenia oraz rekompensata, która mogłaby pochodzić z kapitałowej części systemu emerytalnego, która ma zachęcać pracowników do uczestnictwa w programach w ramach III filara poprzez prognozowaną wyższą emeryturę.

Pracownicze Plany Kapitałowe w prowadzonych rachunkach uczestników inwestują środki gromadzone w ramach programu na rynkach finansowych. Instytucje zarządzające programem alokują zgromadzone środki na rynkach finansowych w celu generowania wzrostu kapitału. Warto jednak zauważyć, że ta strategia inwestycyjna wiąże się z pewnym stopniem ryzyka. Oznacza to, że wartość środków zgromadzonych w ramach PPK może ulegać zmianom związanym z wahaniami rynków finansowych. W sytuacji, gdy inwestycje nie idą zgodnie z oczekiwaniami lub kiedy rynek finansowy doświadcza trudności, istnieje pewne ryzyko utraty części kapitału przez pracownika uczestniczącego w PPK. Przy wyborze programu PPK i strategii inwestycyjnej, ważne jest zatem, żeby pracownicy mieli świadomość potencjalnego ryzyka i podejmowali decyzje zgodnie z własnym stopniem tolerancji ryzyka. Jednocześnie, długoterminowy charakter PPK zakłada, że wartość inwestycji może podlegać zmianom, a negatywne zmiany rynkowe w krótkim okresie niekoniecznie muszą determinować ogólny sukces programu w perspektywie czasu do emerytury.

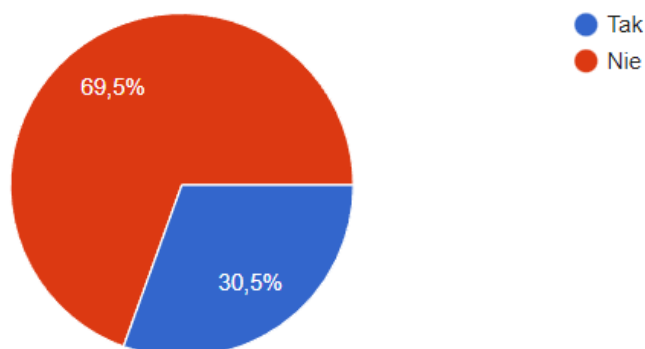
W ramach programu inwestowane są środki pieniężne z różnym ryzykiem inwestycyjnym, zależnym od wieku uczestnika. Im osoba jest młodsza, tym środki są inwestowane w sposób bardziej ryzykowny, żeby zmaksymalizować możliwy zysk. Taka praktyka powinna zachęcać głównie osoby młode i te, których do emerytury dzieli więcej czasu. Inwestowanie długoterminowe wiąże się z większym zyskiem oraz powiększaniem odkładanych środków w celu ich wypłaty po osiągnięciu wieku emerytalnego. W konsekwencji większa pula będzie zasilała świadczenie takiego ubezpieczonego, który oszczędza długoterminowo.

Problemem, na jaki natrafia obecnie III filar, a w tym PPK, jest niewielki odsetek uczestniczących w programach w stosunku do wszystkich ubezpieczonych. Według ankiety²⁴ przeprowadzonej wśród osób aktywnie pracujących oraz tych, które korzystają ze świadczeń objętych ubezpieczeniem społecznym, wynika, że uczestniczących w PPK jest 30,5%.

²³ Więcej danych można znaleźć w raporcie ZUS: *Ważniejsze informacje z zakresu ubezpieczeń społecznych 2021 r.*, 2022, Warszawa.

²⁴ Badania ankietowe zostały przeprowadzone przez autora od marca do kwietnia 2023 roku. Celem było zbadanie świadomości społeczeństwa na temat Pracowniczych Planów Kapitałowych. Badanie przeprowadzono zarówno w formie online, jak i tradycyjnej, czyli papierowej. Wzięły w nim udział 154 osoby, w tym 94 kobiety (61%) i 60 mężczyzn (39%). W badaniu zachowano pełną anonimowość.

154 odpowiedzi



Wykres 3. Pytanie ankietowe: Czy uczestniczysz w Pracowniczych Planach Kapitałowych?
Źródło: opracowanie własne.

W badaniach opublikowanych na oficjalnej stronie PPK²⁵ wynik ten jest bardzo podobny – wynosi ok. 35%, zatem wielu pracowników, mimo odnowionego uczestnictwa od początku 2023 roku²⁶ nadal decyduje się na rezygnację z uczestnictwa. B. Błaszczak uznaje, że istotnym jest powszechne uczestnictwo, które wymagałoby udziału w programie co najmniej 50-60% uprawnionych pracowników²⁷.

5. Perspektywy długoterminowe dla PPK i systemu emerytalnego w Polsce

Przy tworzeniu perspektyw dla PPK Konfederacja Lewiatan we współpracy z Polskim Funduszem Rozwoju S.A. opracowała raport²⁸. Tworząc perspektywy dla PPK, powstała praca Konfederacji LEWIATAN dla polskiego funduszu rozwoju S.A., *Pracownicze Plany Kapitałowe (PPK) jako benefit – szanse i wyzwania. Raport analityczny*. Wyróżniono tam trzy różne scenariusze rozwoju Pracowniczych Planów Kapitałowych w perspektywie dekady:

- niszowe narzędzie;
- benefit premium;
- program powszechny +.

Perspektywy te w znakomity sposób przedstawiają trzy możliwe wizje przyszłości Pracowniczych Planów Kapitałowych – od scenariusza najbardziej pesymistycznego do najbardziej optymistycznego. Ważne jest jednak zrozumienie, że te scenariusze nie są zamknięte w hermetycznych ramach i mogą się wzajemnie przenikać, co oznacza, że rzeczywistość może ewoluować w sposób bardziej złożony i różnorodny, niż zakładają te trzy ujęcia.

²⁵ Badania dostępne są na stronie: <https://www.mojppk.pl/aktualnosci/przypadek-dwa-i-pol-miliona-osob-w-ppk.html> (dostęp: 18.09.2023).

²⁶ Od dnia 1 stycznia 2023 wszystkich pracowników zapisano ponownie do uczestnictwa w PPK. Rezygnować można było na piśmie, w ustalonym terminie.

²⁷ *Epopeja OFE i Pracownicze Plany Kapitałowe. Czy tym razem się powiedzie?*, B. Błaszczak, 2019, Warszawa: Instytut Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk.

²⁸ *Pracownicze Plany Kapitałowe (PPK) jako benefit – szanse i wyzwania. Raport analityczny*, 2020, Warszawa: Konfederacja LEWIATAN dla polskiego funduszu rozwoju S.A.

Niszowe narzędzie to scenariusz najbardziej pesymistyczny, który głównie przedstawia niskie zainteresowanie programem, zwłaszcza przez ludzi młodych, którzy obecnie nie myślą o czasach swojej emerytury, a jedynie dbają o aktualny stan własnego budżetu. Niechęć, jaką pałają do dodatkowego oszczędzania, a więc uszczuplania swojego portfela, sprawia, że wśród tej grupy, mimo że uczestnictwo jest najbardziej opłacalne (ze względu na długookresowe inwestowanie) odkładanie dodatkowych środków z własnej pensji nie cieszy się sporym zainteresowaniem. Z drugiej strony osoby starsze, którym do wieku emerytalnego pozostało niewiele czasu, nie decydują się na uczestnictwo, biorąc pod uwagę zbyt krótki czas na to, aby kapitał się zwiększył w oczekiwany sposób. Dodatkowym problemem u osób w każdym wieku, jest niechęć, jaką darzą instytucje III filara, wręcz brak zaufania, które po kontrowersyjnej reformie OFE, kiedy pomniejszono kapitał ubezpieczonych i przetransferowano go do FUS, nadal jest sporym problemem w tego rodzaju instrumentach. Oczywiście ta niechęć występuje również wobec władz państwowych, które zajmują się promowaniem nowo powstałego narzędzia kapitałowego oszczędzania na emeryturę. W przypadku, kiedy liczba uczestników programu spadnie do niskiego poziomu, sytuacja taka może prowadzić do zarządzania niskim kapitałem. Jest to kwestia, która niesie za sobą potencjalne wyzwania z punktu widzenia możliwości rozwoju PPK. Zarządzanie niskim kapitałem może wpływać na skuteczność działań programu, ograniczając potencjalne korzyści dla uczestników. Programy te opierają się wyłącznie na inwestycjach kapitałowych, a niski kapitał może wpłynąć na zdolność do osiągnięcia optymalnych zwrotów z inwestycji. Ograniczone środki mogą też wpływać na elastyczność programu, co może utrudniać ciągle dostosowywanie się do zmieniających się warunków rynkowych bądź też demograficznych.

Benefit premium jest scenariuszem uśrednionym, najbardziej prawdopodobnym. Uczestnictwo w PPK będzie w tej sytuacji na średnim poziomie, można postawić tezę, że popularność PPK zostanie w średniej pozostałych narzędzi, jakimi dysponuje III filar systemu emerytalnego. Poprzez umiarkowane zainteresowanie jedynie ci pracownicy będą w nich uczestniczyć, którzy od początku swej aktywności zawodowej chcą budować kapitał na starość, bądź ci, którzy widzą w nim dla siebie korzyści. Rozwój PPK w tym wypadku będzie mocno ograniczony z racji średniego kapitału, jakim instytucje finansowe będą mogły dysponować. Taki scenariusz zakłada dużą rolę pracodawców, którzy mogą zamienić procent swej części składki w atut przy prowadzeniu rekrutacji na odpowiednie stanowiska pracy. Wysoki procent (do 4%) oferowanego wynagrodzenia może przyciągnąć potencjalnych kandydatów, tym samym zwiększając liczbę osób uczestniczących w PPK oraz dodatkowo popularyzując sam program. Podkreślenie potrzeby zrównoważonego rozwoju i zarządzania finansami programu PPK staje się kluczowe, by program mógł efektywnie spełniać swoje cele i zapewniać satysfakcję uczestnikom, nawet w warunkach ograniczonego kapitału, dlatego też ten scenariusz nie jest dla programu najbardziej pozytywny.

Ostatnim z prezentowanych wariantów, jednak też najbardziej rozwojowym dla samych PPK, jest program powszechny +. Sama nazwa tej wersji nawiązuje do powszechności programu w społeczeństwie. Ogromne uczestnictwo, jakim jest ok. 80% wszystkich uprawnionych, daje wiele korzyści. Dla pracownika jest to oczywiście powiększanie swojej przyszłej emerytury, zwiększanie oszczędzanego kapitału przez

rentowne inwestycje. Dla programu jest to przede wszystkim ogromny kapitał, jakim dysponują PPK, co pozwala na „szersze” inwestowanie i stałe powiększanie środków na rachunkach uczestników. W tym wypadku należy skupić się na osobach nieuczestniczących w PPK, aby odpowiednią ofertą zachęcić ich do uczestnictwa. Oczywiście, w sytuacji, gdy udział społeczeństwa w programie jest na tak wysokim poziomie, można wysnuć argument przemawiający za uczestnictwem. Nieuczestniczący w programie mogą być przekonani, że w przypadku nieprzystąpienia do PPK ich przyszłe świadczenia emerytalne będą istotnie niższe w porównaniu do uczestników. Taki kontekst stwarza zarządzającym PPK znaczne pole manewru oraz wprowadza dodatkowy czynnik motywacyjny dla potencjalnych uczestników. Również dla samego systemu emerytalnego jest to ogromna szansa, żeby tak zdywersyfikować źródła finansowania świadczeń emerytalnych, aby zapewnić pełną stabilność nawet przy najbardziej pesymistycznym scenariuszu sytuacji demograficznej. Byłoby to znaczne przejście w strukturze systemu od przewagi części repartycyjnej do przewagi kapitałowej, która mogłaby odegrać ogromne znaczenie w przyszłym kształtowaniu się systemu emerytalnego w Polsce.

Podsumowanie

Z powyższych analiz wynika, że zmiany w systemie emerytalnym wprowadzane od roku 2019 mogą stać się początkiem procesu, który pozwoli na większą stabilność systemu. Ocena efektywności PPK pozwala przedstawić Pracownicze Plany Kapitałowe jako nowe narzędzie w części kapitałowej, które pozwala na zdywersyfikowanie źródła finansowania emerytur i większe zabezpieczenie środków pieniężnych na wypłatę świadczeń, których liczba, w dobie zmieniającej się struktury wieku społeczeństwa polskiego, będzie stale rosła. Analiza zmian demograficznych pozwoliła wskazać trend zmieniającej się struktury społeczeństwa polskiego i powiązać to z wprowadzonymi programami (PPK). Rozważania wydają się być istotne dla dalszego funkcjonowania systemu. Poszczególne możliwe scenariusze rozwoju dają możliwość wprowadzania konkretnych działań pozwalających na optymalizację i doskonalenie PPK. W rezultacie można skutecznie adaptować system do zmieniających się warunków oraz potrzeb uczestników, co przyczyni się do osiągnięcia najlepszego możliwego funkcjonowania programu.

Analiza Pracowniczych Planów Kapitałowych pozwoliła na wyłonienie kilku wniosków. Wysoki udział pracowników w programie może stanowić efektywne narzędzie w łagodzeniu skutków starzenia się społeczeństwa i spadku liczby ludności. W przypadku niskiego uczestnictwa ubezpieczonych, PPK mogą jednak stanąć przed wyzwaniem zarządzania niskim kapitałem, co wymaga elastycznych strategii inwestycyjnych. PPK wydają się być istotnym elementem nowego systemu emerytalnego, wspierającym jego stabilność. W związku z tym zaleca się promocję oraz edukację na temat PPK²⁹, żeby zwiększyć ich atrakcyjność dla pracowników. Jednocześnie, elastyczność zarządzania kapitałem i dostosowywanie strategii inwestycyjnych do zmieniających się warunków rynkowych są kluczowe dla skutecznego funkcjonowania PPK.

²⁹ Zob. www.akademiappk.pl.

Bibliografia

- Błaszczuk, B. (2019). *Epopeja OFE i Pracownicze Plany Kapitałowe. Czy tym razem się powiedzie?* Warszawa: Instytut Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk.
- Frydrych, S. (2019). *Ocena Funkcjonowania Indywidualnych Kont Zabezpieczenia Emerytalnego w Polsce w latach 2012-2017*. Warszawa: Studia i Prace WNEiZ US.
- Góra, M. (2003). *System emerytalny*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Koćwin, J. (2019). *Pracownicze Plany Kapitałowe w praktyce. Oplacalność programu – jego główne wady i zalety*. Wrocław: Uniwersytet Wrocławski. Pobrane z: https://www.repozytorium.uni.wroc.pl/Content/136519/PDF/02_J_Kocwin_Pracownicze_Plany_Kapitalowe_w_praktyce_Oplacalnosc_programu.pdf.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U. z 1997 r., Nr 78, poz. 483, z późn. zm.).
- Lewandowska, M. (2019). *Rzeczpospolita ubezpieczonych*. Warszawa: Zakład Ubezpieczeń Społecznych.
- Lewiatan. (2020). *Pracownicze Plany Kapitałowe (PPK) jako benefit – szanse i wyzwania. Raport analityczny*. Warszawa: Konfederacja LEWIATAN dla polskiego funduszu rozwoju S.A.
- Makarzec, P. (2014). Emerytura pomostowa w prawie polskim. *Zeszyty Naukowe WSEI, 1*, 63-72.
- GUS. (2022). *Rocznik Demograficzny 2022*. Warszawa.
- Sułkowska, W. (2014). *System ubezpieczeń społecznych*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Szczepański, M. (2016). *Analiza i ocena proponowanych zmian ustawowego wieku emerytalnego w Polsce*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Szczepański, M. (2019). *Badanie możliwości wykorzystania Pracowniczych Planów Kapitałowych w procesach motywowania*. Poznań: Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej.
- Ustawa z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych (Dz.U. z 1998 r., Nr 137, poz. 887, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 4 października 2018 r. o pracowniczych planach kapitałowych (Dz.U. z 2018 r., poz. 2215 z późn. zm.).
- Uzasadnienie do ustawy z dnia 4 października 2018 r. o pracowniczych planach kapitałowych (Dz.U. z 2018 r., poz. 2215 z późn. zm.).
- ZUS. (2022). *Ważniejsze informacje z zakresu ubezpieczeń społecznych 2021 r.* Warszawa.

www.akademiappk.pl.

www.bdl.stat.gov.pl/bdl/start.

www.mojeppk.pl/aktualnosci/przypadek-dwa-i-pol-miliona-osob-w-ppk.html.

www.mojeppk.pl/aktualnosci/przypadek-masz-dostep-do-oszczednosci.html.

www.mojeppk.pl/lista-instytucji-finansowych.html.

www.stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/prognoza-ludnosci/prognoza-ludnosci-na-lata-2023-2060,11,1.html.

Katarzyna DZIEDZIC

Studentka Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska

ORCID: 0009-0009-5153-7290

WPLYW DZIAŁAŃ KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH NA DECYZJE ZAKUPOWE KLIENTÓW BRANŻY ODZIEŻOWEJ

Streszczenie

W niniejszym artykule podjęta została próba znalezienia odpowiedzi na pytanie dotyczące związku marketingu stosowanego w mediach społecznościowych z decyzjami zakupowymi klientów. Opisano w nim pojęcia takie, jak „marketing”, „rynek”, „media społecznościowe” i „e-commerce”. Zwrócono również uwagę na psychologię zachowań konsumenckich – w jaki sposób konsumenci podejmują decyzje zakupowe, co kieruje nimi w momencie zakupu, a także jak można wpłynąć na ich decyzje. Zaprezentowane zostały również wyniki badań własnych, które dostarczyły niezbędnych informacji do zrozumienia istoty marketingowych działań w mediach społecznościowych.

Słowa kluczowe: media społecznościowe, marketing, działania marketingowe, konsument, reklama, e-commerce.

IMPACT OF MARKETING COMMUNICATION ACTIVITIES IN THE SOCIAL MEDIA ON PURCHASING DECISION OF CLOTHING INDUSTRY CUSTOMERS

Summary

This article attempts to find an answer to the question about the relationship between marketing in social media and customers purchasing decisions. It describes concepts such as „marketing”, „market”, „social media” and „e-commerce”. Attention was also paid to the psychology of consumer behavior – how consumers make purchasing decisions, what guides them at the time of purchase, and how their decisions can be influenced. The results of own research were also presented, which provided the necessary information to understand the essence of marketing activities in social media.

Key words: social media, marketing, marketing activities, consumer, advertising, e-commerce.

Wprowadzenie

Media społecznościowe stanowią nieodłączny element dzisiejszego świata. Każdy niemal członek obecnego społeczeństwa posiada konto na Facebooku, Instagramie czy YouTube. Aplikacje te spełniają wiele funkcji, jednak najistotniejszą z punktu widzenia niniejszego artykułu jest odgrywanie roli narzędzia marketingowego. Wielu blogerów czy influencerów zapraszanych jest przez dobrze prosperujące firmy do współpracy w promowaniu, a także reklamowaniu ich produktów. Jako osoby rozpoznawane oraz szanowane mają ogromne możliwości wpływania na konsumentów i przekonania ich

do wyboru określonej marki produktów. Promocja w mediach społecznościowych (z pomocą wspomnianych osób publicznych lub też występująca samodzielnie jako posty, zdjęcia czy filmy) ma znaczący wpływ na zarówno na zachowania, jak również decyzje konsumenckie.

Głównym celem niniejszego artykułu jest zdiagnozowanie zależności pomiędzy działaniami marketingowymi realizowanymi w social mediach a decyzjami zakupowymi klientów branży odzieżowej. W nawiązaniu do celu głównego sformułowano cele szczegółowe, którymi są:

- poznanie najczęściej implementowanych wzorców perswazyjnych w social mediach stosowanych przez branżę odzieżową;
- określenie, czy promowana w mediach społecznościowych moda ma wpływ na decyzje zakupowe klientów branży odzieżowej;
- zbadanie, w jakim stopniu preferencje oraz opinie innych kupujących publikowane w social mediach mają wpływ na decyzje zakupowe klientów branży odzieżowej;
- określenie znaczenia dla klientów prowadzenia działań marketingowych w mediach społecznościowych, w zakresie promocji (kody rabatowe oraz działania prowadzone przez influencerów) dla osób śledzących profile firmowe.

1. Specyfika działań marketingowych w mediach społecznościowych

Analizę działań marketingowych należy poprzedzić kilkoma ważnymi definicjami, które są istotne, żeby zrozumieć w pełni opisane zjawiska. Pierwszym pojęciem jest „marketing”, które wywodzi się z języka angielskiego. Składa się on z dwóch części: słowo „market” oznacza rynek, a końcówka „-ing” ma za zadanie nadać rzeczownikowi charakter odczasownikowy. Ponieważ w języku polskim brak jest precyzyjnego odpowiednika słowa „marketing”, identyfikuje się je z pewną działalnością na rynku (Michalski, 2007, s. 17).

Warto więc zwrócić uwagę na wspomniane sformułowanie. Rynek jest instytucją, która umożliwia wymianę dóbr, czynników wytwórczych i usług (Nojszewska, 1995, s. 35). Według E. Nojszewskiej (Ibidem), to zespół mechanizmów, dzięki którym możliwy jest kontakt konsumentów z producentami. Rynek jest więc symbolicznym lub realnym miejscem spotkania wszystkich, którzy mają do zaoferowania usługi i produkty, z tymi którzy tych usług i produktów potrzebują. Według P. Kotlera (2002, s. 45), aby rynek mógł funkcjonować, niezbędna jest tzw. własność prywatna, czyli zagwarantowane prawo do posiadania danej rzeczy i swobodnego nią dysponowania.

Obszar działań marketingowych współczesnych firm ulega ciągłym zmianom. Rozwój Internetu wymusił niejako pojawienie się coraz to nowszych narzędzi, umożliwiających pozyskiwanie nowych klientów. Jednym z takich narzędzi, chyba najbardziej popularnych wśród konsumentów, są media społecznościowe. Terminem tym określa się zbiór opierających się na technologiach mobilnych i mediach internetowych narzędzi, które dają możliwość niemal nieograniczonej, przez miejsce zamieszkania oraz strefę czasową, wymiany informacji na zasadzie interaktywnego dialogu między użytkownikami (Wicińska, 2017, s. 115).

Najbardziej ogólna definicja mediów społecznościowych (z ang. *social media*) brzmi w sposób następujący: „Media społecznościowe, są grupą aplikacji, opartych w sposób technologiczny oraz ideologiczny na założeniach Web 2.0 i umożliwiających tworzenie i wymianę treści, które są generowane przez użytkowników” (Haenlein, Kaplan, 2010, s. 60).

Jak można się domyślać, media społecznościowe oferują wiele możliwości użytkownikom. Przykładowo, można wyróżnić (Ibidem, s. 62-63):

- projekty kooperacyjne – umożliwiają wspólne i jednocześnie tworzenie treści przez wielu użytkowników końcowych. W ramach projektów współpracy rozróżnia się „wiki” – tzn. strony internetowe, które pozwalają użytkownikom dodawać, usuwać bądź zmieniać dowolnie treści tekstowe – i aplikacje do zakładek społecznościowych – które umożliwiają grupowe zbieranie oraz ocenianie łączy internetowych lub też treści multimedialnych. Przykładem aplikacji z tej kategorii może być encyklopedia online Wikipedia, dostępna w ponad 230 różnych językach. Główną ideą leżącą u podstaw wspólnych projektów jest to, że wspólny wysiłek wielu użytkowników prowadzi do lepszego wyniku niż jakikolwiek użytkownik mógłby osiągnąć indywidualnie. Firmy muszą być świadome, że projekty powstałe przy takiej współpracy, mają tendencję do stania się głównymi źródłami informacji dla wielu konsumentów;
- blogi – reprezentują najwcześniejszą formę mediów społecznościowych. To specjalne rodzaje stron internetowych, które zazwyczaj wyświetlają wpisy z datą w odwrotnym porządku chronologicznym. Są to media społecznościowe stanowiące odpowiednik osobistych stron internetowych. Mogą występować w wielu różnych wariantach, od osobistych pamiętników opisujących życie autora do podsumowań wszystkich istotnych informacji w jednej konkretnej treści. Blogi są zazwyczaj prowadzone tylko przez jedną osobę, ale dają możliwość interakcji z innymi przez dodawanie komentarzy. Ze względu na ich historyczne korzenie, blogi tekstowe wciąż są najpopularniejsze. Niemniej jednak blogi również zaczęły przyjmować różne formy mediów, np. wideoblogi;
- serwisy społecznościowe – to aplikacje (przykłady przedstawia tabela 1), które umożliwiają użytkownikom łączenie się poprzez przesyłanie danych osobowych i tworzenie profili. W dalszej kolejności użytkownicy zapraszają znajomych i współpracowników do interakcji między sobą przez błyskawiczne wysyłanie e-maili i wiadomości. Profile osobiste, które zostaną utworzone mogą zawierać wszelkiego rodzaju informacje, w tym zdjęcia, pliki wideo oraz audio.

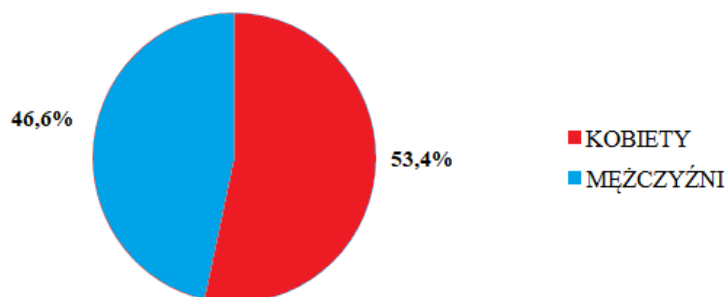
Tabela 1

Wybrane portale społecznościowe i ich specyfikacja w podejmowaniu działań marketingowych

Wybrane media społecznościowe	Specyfikacja
Facebook (META)	Szerokie spektrum możliwości i oferowany sposób komunikacji (dialog oparty na interakcjach między klientem a firmą, takich jak polubienia, komentowanie, udostępnianie) sprawia, że jest on najchętniej wykorzystywanym portalem społecznościowym w działaniach marketingowych. Dodatkowo, odpowiada on na potrzeby klientów, którym nie wystarczy tylko być nabywcami, ale którzy pragną wymieniać swoje opinie, komentować i nawiązywać relacje z daną marką. Portal ten daje możliwość założenia spersonalizowanego profilu firmy. Można dzięki temu budować grupę wiernych odbiorców.
YouTube	Stwarza ogromne możliwości marketingowe. Jedną z nich jest możliwość założenia i moderowania spersonalizowanego kanału firmy, produktu lub danej marki. Komunikacja na tej platformie oparta jest na przekazie wideo. Film zamieszczany na YouTube nie jest wyłącznie formą rozrywki, ale przede wszystkim stanowi funkcję informacyjną, promocyjną i edukacyjną o danej marce czy produkcie. Zaletą tej platformy jest ogromna różnorodność form wideo, jakie mogą być wykorzystane. Można do nich zaliczyć: testy produktów, relacje z wydarzeń, wywiady z ekspertami, reklamy produktów.
Instagram	Instagram jest aktualnie wykorzystywany na wiele sposobów przez osoby prywatne w celach zarówno rozrywkowych, jak i biznesowych. Firmy używają Instagrama do promowania swoich produktów lub usług, jednocześnie łącząc się z obserwującymi. Aby połączyć się z konkretną osobą lub firmą na Instagramie, należy ich wyszukać i obserwować/śledzić.

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Media społecznościowe jako narzędzie rozwijające działania marketingowe przedsiębiorstw”, K. Wicińska, 2017, *Rynek-Społeczeństwo-Kultura*, 3(24), s. 115-118; *Instant Profit Guide to Instagram Success*, H. Scholl, 2015, New York: PublishDriver, s. 5-6.

Warto również przyjrzeć się wynikom opublikowanego w 2023r. Raportu Digital Polska, które odnoszą się do przytoczonych w tabeli 1 portali społecznościowych.

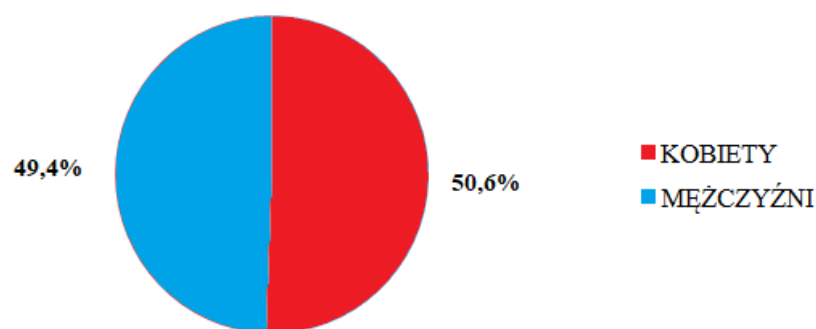


Wykres 1. Odbiorcy reklam na Facebooku w Polsce w podziale na kobiety i mężczyzn.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Raportu Digital Poland 2023 (<https://dataportal.com/reports/digital-2023-poland#>, dostęp: 29.05.2023).

Analizując powyższy wykres, należy zaznaczyć, że łączna liczba odbiorców reklam udostępnianych na platformie Facebook wyniosła 43% całej populacji. Dane opublikowane w Raporcie wskazują, że zasięg reklamowy Facebooka w Polsce wzrósł o 200 tys. (+1,1 proc.), porównując lata 2022 i 2023.

Wyniki podziału ze względu na płeć pozwoliły wyciągnąć następujące wnioski: wyższy procent odbiorców reklam stanowiły kobiety (53,4%). Warto również zwrócić uwagę, że odsetek mężczyzn, stanowiący 46,6%, nie jest znacząco niższy, zatem reklamy docierają zarówno do kobiet, jak i do mężczyzn.

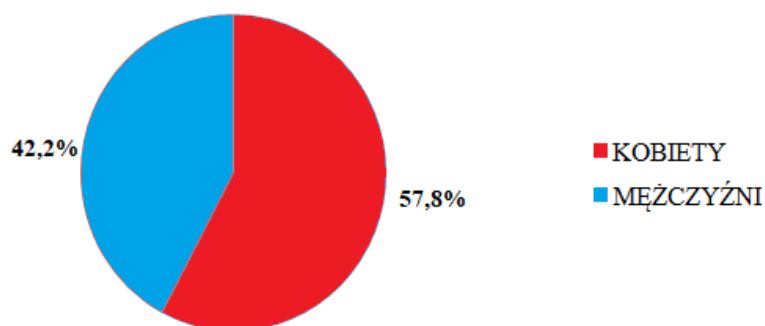


Wykres 2. Odbiorcy reklam na YouTube w Polsce w podziale na kobiety i mężczyzn.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Raportu Digital Poland 2023 (<https://datareportal.com/reports/digital-2023-poland#>, dostęp: 29.05.2023).

Udostępnione dane wskazują, że zasięg reklam na YouTube na początku 2023 roku odpowiadał 66,3% całej populacji Polski.

Warto zwrócić uwagę, że posty reklamowe widoczne na Facebooku i YouTube docierają zarówno do kobiet, jak też mężczyzn. Przedstawiony na wykresie 2 udział procentowy odbioru reklam na YouTube w przypadku kobiet stanowi 50,6%, zaś mężczyzn 49,4%. Procentowe różnice są niewielkie. Należy jednak zauważyć, że w przypadku YouTube reklamy wyświetlane są przed rozpoczęciem wybranego przez użytkownika filmiku, zatem internauta nie ma możliwości wyboru, czy chce je obejrzeć, czy też nie.



Wykres 3. Odbiorcy reklam na Instagramie w Polsce w podziale na kobiety i mężczyzn.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Raportu Digital Poland 2023 (<https://datareportal.com/reports/digital-2023-poland#>, dostęp: 29.05.2023).

Na powyższym wykresie przedstawiony został podział odbiorców reklam na Instagramie ze względu na płeć. Udział kobiet jest wyższy o 15,6% i wynosi 57,8%. Udział mężczyzn usytuowany jest na poziomie 42,2%. Co ważne, należy też wspomnieć, że zasięg reklam Instagrama w Polsce na początku 2023 roku stanowił wartość 28,4% internautów.

Analizując wyniki Raportu Digital Poland z 2023 roku, należy podkreślić, że dane są uśrednione, a co miesięczna liczba użytkowników, którzy są odbiorcami reklam, może się różnić. Zauważalny jest jednak fakt, że mimo niewielkiej rozbieżności co do wielkości procentowej, to jednak kobiety stanowią większą część odbiorców reklam udostępnianych na portalach społecznościowych: Facebook, YouTube i Instagram.

2. Social media a zachowania konsumenckie

W dzisiejszych czasach codziennością stało się stosowanie Internetu nie tylko w życiu prywatnym, ale też w działalności przedsiębiorstw. W konsekwencji można mówić o ukształtowanym w dużym stopniu przez rozwój technologii komunikacyjno-informacyjnej społeczeństwie informacyjnym. Internet, oprócz idealnych warunków na promocję marki, daje również szanse przekazywania dodatkowych informacji konsumentom i tworzenia więzi z marką. Podstawą komunikacji marketingowej we współczesnych czasach jest konwergencja mediów, która umożliwia wielokanałowy dostęp do odbiorców w taki sposób, żeby poszczególne treści uzupełniały się oraz wzajemnie promowały, a nadawca z klientem mógł prowadzić dialog (Grębosz, Siuda, Szymański, 2016, s. 7).

W dzisiejszej komunikacji z klientem ważne jest sprawne definiowanie potrzeb informacyjnych, rozpoznanie źródeł informacji, metod i technik i zaspokojenia, a także technicznych i technologicznych rozwiązań usprawniających podejmowanie decyzji (Sojkin, 2009, s. 7).

Komunikacja w Internecie możliwa jest dzięki koegzystowaniu czterech podstawowych elementów (Grębosz, Siuda, Szymański 2016, s. 9):

- nadawcy, który dysponuje dostępem do urządzenia, z którego możliwe jest nadanie i przesłanie informacji (smartfon, komputer, tablet);
- odbiorcy, który ma dostęp do urządzenia odbierającego informacje (patrz jak wyżej);
- komunikatu – tekstu, dźwięku, obrazu, pliku wideo, wysyłanego przez nadawcę do odbiorcy;
- kanału, przez który informacja jest wysyłana, a który jest jednocześnie nośnikiem kodu.

Media społecznościowe drastycznie zmieniły sposób komunikacji uczestników rynku. Ich główną cechą jest nawiązywanie interaktywnego dialogu na zasadzie „wielu do wielu”. To zupełna odwrotność mediów tradycyjnych, które działają w schemacie „jeden do wielu”. Social media zapewniły równowagę komunikacji między odbiorcami a twórcą, a także zachodzenie między nimi, na każdym poziomie, wzajemnych relacji. Konsument, który do tej pory był wyłącznie odbiorcą komunikatu, stał się aktywny, okupując zarezerwowane wcześniej jedynie dla przedsiębiorstw strefy marketingu. Zostało bowiem umożliwione umieszczanie opinii, uwag, recenzji na temat produktów, wymiana tej opinii z innymi użytkownikami, tworzenie wiedzy zbiorowej na temat usługi,

produktu, firmy, wykonywanie rankingów kategorii usług i produktów, co pozwala na dostarczanie rekomendacji dla członków społeczności. Ten ogromny potencjał w wyzwaniu aktywności konsumentów z pewnością jest atrybutem social mediów. Media społecznościowe cechuje też symetryczność przepływu informacji. Sprawia to, że następuje demokratyzacja procesów komunikacji. Aktywni konsumenci (tzw. prosumenci) wywierają niebagatelny wpływ na ofertę przedsiębiorstwa, która dzięki temu jest znacznie lepiej dopasowana do oczekiwań rynku (Mruk, Sawicki, 2021, s. 62-63).

3. Branża odzieżowa w Polsce

Branża odzieżowo-tekstylna jest istotna w gospodarce wielu państw, nie tylko w zakresie tworzenia wartości dodanej czy zatrudnienia, ale też powiązań handlowych przez współpracę między państwami. Wszechobecna globalizacja umożliwiła obniżenie kosztów produkcji odzieży i tekstyliów, niemniej jednak jest ona bardziej podatna na zachodzące w gospodarce światowej zjawiska kryzysowe. Branża odzieżowa cechuje się ogromną dynamiką zmian (Włodarczyk, Małczęć, Pała, 2021, s. 103). Odnosząc się do polskiego rynku odzieżowego, należy zauważyć, że jest on jednym z atrakcyjniejszych w odniesieniu do rynków Europy Środkowo-Wschodniej. O dynamicznym rozwoju branży odzieżowej w Polsce świadczy fakt, że w 2019 roku rynek odzieżowy wygenerował przychody o łącznej wysokości 13,1 mld EUR, co stanowiło wzrost o 11,6% r/r. Pandemia koronawirusa nieznacznie tylko spowolniła jego wzrost (do 9,4% r/r). Obecnie prognozowany jest dalszy wzrost rynku. Również rozwój eksportu jest dla Polski optymistyczny. Głównym jego kierunkiem dla polskich producentów odzieży są kraje Unii Europejskiej. Na czele stoją Niemcy (52% eksportu), a na kolejnych miejscach ukłasyfikowały się: Czechy, Rumunia oraz Węgry. Dane GUS odnośnie do rynków wewnętrznych zaprezentowane w 2020 roku informują, że na 320 tys. sklepów, te, których asortymentem są wyroby odzieżowe, stanowią 10,3%.

Analizując branżę odzieżową, należy również zdefiniować pojęcie „e-commerce”. M. Lewicki stosuje: Handel elektroniczny (e-handel, e-retail) to część działalności gospodarczej, polegająca na dokonywaniu transakcji kupna/sprzedaży produktów (materialnych i niematerialnych) przez wyspecjalizowane w tym celu przedsiębiorstwa, za pośrednictwem sieci Internet (2012, s. 15).

Handel elektroniczny systematycznie się rozwija i przybiera nowy wymiar, a ilość stron internetowych, przez które można dokonać transakcji zakupu odzieży, wciąż się powiększa. Jak wynika z analizy danych agencji badawczej Dun & Bradstreet A Dun & Bradstreet Company, na przestrzeni lat 2013-2020 na rynku polskiego e-handlu liczba domen umożliwiających zakupy online zwiększyła się o 53,3%.

Wybrane wyniki Raportu e-commerce z 2022 roku przedstawione zostały w dalszej części artykułu.

4. Metoda badania, problemy badawcze i przyjęte hipotezy

Aby uzyskać odpowiedzi na postawione problemy badawcze, została wybrana technika ankiety. Zastosowana została metoda nielosowa, a dobór próby był celowy. Respondentami, do których skierowano ankietę, stali się użytkownicy mediów społecznościowych, zamieszkujący różne regiony Polski. Różnorodność respondentów pod względem ich wieku, wykształcenia i wykonywanego przez nich zawodów pozwoliła na otrzymanie szerszej opinii, jak również wyciągnięcie skrupulatnych wniosków.

W tabeli 2 przedstawione zostały postawione problemy badawcze i sformułowane do nich hipotezy.

Tabela 2

Problemy badawcze i hipotezy

Problemy badawcze	Hipotezy
Jakie są najczęściej implementowane wzorce perswazyjne w social mediach stosowane przez branżę odzieżową?	Branża odzieżowa wykorzystuje promocję postu jako podstawowy wzorzec perswazyjny w mediach społecznościowych.
Czy promowana moda w mediach społecznościowych ma wpływ na decyzje zakupowe?	Promowana moda w social mediach ma duży wpływ na decyzje zakupowe klientów.
W jakim stopniu preferencje i opinie innych kupujących publikowane w social mediach mają wpływ na decyzje zakupowe klientów branży odzieżowej?	Opinie innych ludzi mają decydujące znaczenie w podejmowaniu decyzji zakupowych przez klientów.
Czy kody rabatowe prezentowane w mediach społecznościowych (jako forma działań marketingowych) mają znaczenie dla klientów?	Kody rabatowe prezentowane w mediach społecznościowych mają duże znaczenie dla klientów.

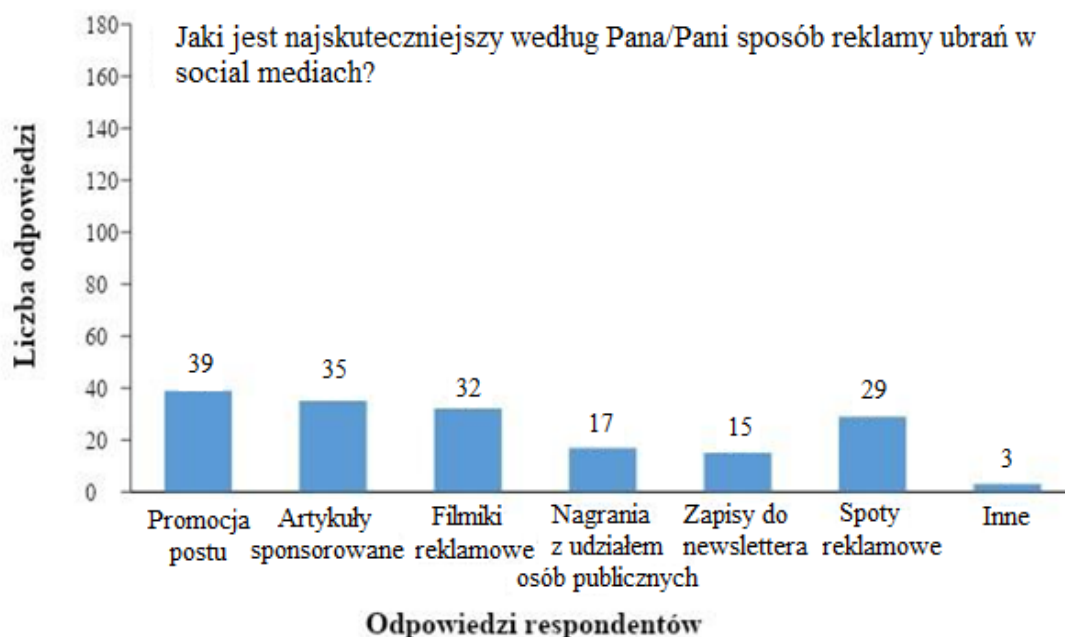
Źródło: opracowanie własne.

5. Charakterystyka grupy respondentów

W celu odnalezienia kluczowych informacji dla niniejszego artykułu zostały przeprowadzone badania, do których wykorzystano kwestionariusz ankiety w formie anonimowej. Zastosowano metodę nielosową, a z kolei dobór próby był celowy. W zrealizowanych badaniach ankietowych wzięło udział 170 osób, z czego 75% (128) badanych to osoby, które były w wieku od 20 do 40 lat. W badanej populacji ponad 80% (136) ankietowanych stanowiły kobiety. Zdecydowana większość respondentów – aż 73% (124), zamieszkiwała wieś, a pozostali byli mieszkańcami miast. Najwięcej, gdyż prawie 48% (82), badanych legitymizowało się wykształceniem średnim. Nieco mniej – 42% (71) – badanych studiowało bądź było absolwentami studiów. Niewielki odsetek osób, gdyż tylko 15% (26), posiadało wykształcenie podstawowe lub zawodowe.

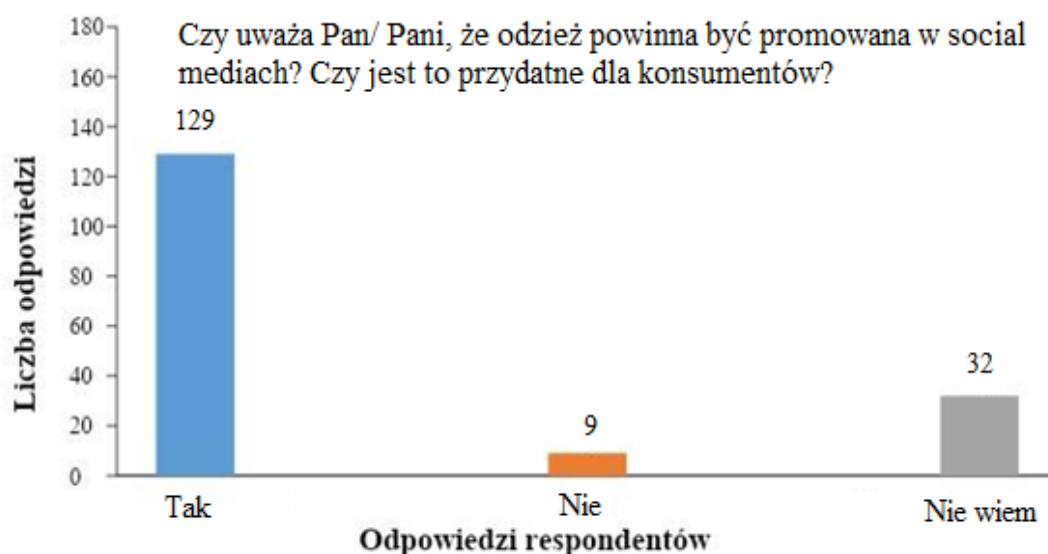
6. Wyniki badań

W celu zrealizowanie pierwszego celu badawczego respondentów zapytano o najskuteczniejsze metody wdrażanych wzorców perswazyjnych, które decydują o skuteczności zakupu. Najbardziej popularną formą wśród badanych była promocja postu – wskazało na nią 22% (39) respondentów. Nieco mniej – 21% (35) osób, za najlepszy sposób reklamy uważało artykuły sponsorowane. Tylko 19% (32) uczestników zwróciło uwagę na filmiki reklamowe, gdy chodzi o reklamę odzieży czy obuwia. Spoty reklamowe cieszyły się 17% (29) poparciem wśród respondentów. Najmniej poparcia miały nagrania z udziałem znanych osób 10% (17) oraz zapisy do newslettera 9% (15). Mały procent badanych – tylko 1% (3), nie potrafił wśród podanych propozycji odnaleźć swojej preferowanej formy reklamy odzieży (wykres 4).



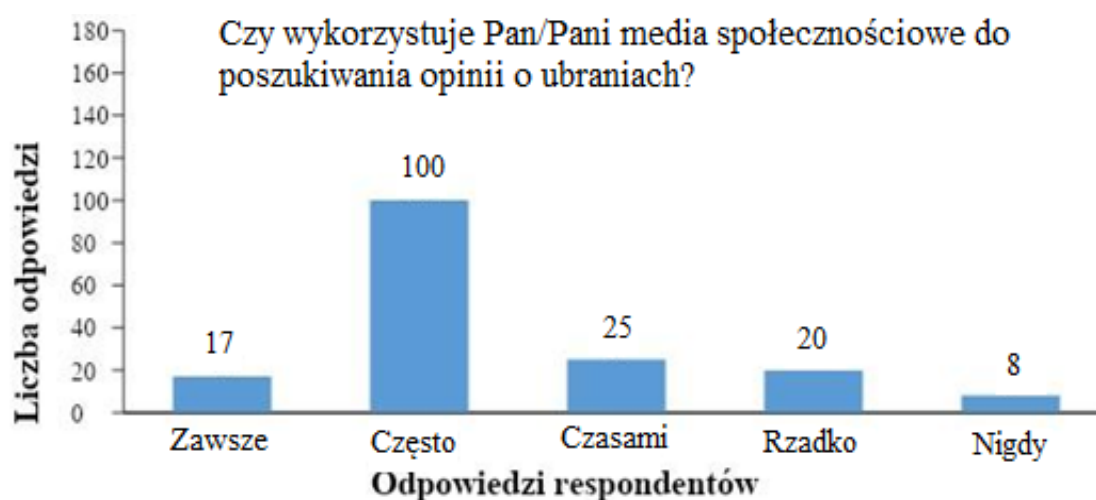
Wykres 4. Najskuteczniejsze metody reklamy ubrań w social mediach (N=170).
Źródło: opracowanie własne.

Kolejnym istotnym (dla analizowanego problemu) elementem była opinia badanych na temat promowania w social mediach odzieży i jej przydatności w kwestii podejmowania decyzji zakupowych. Promowanie odzieży w mediach społecznościowych było oceniane przez 76% (129) badanych jako zjawisko pozytywne. Większość ankietowanych odpowiedziała, że promocja w social mediach jest przydatna dla konsumentów. Jedynie 5% (9) ankietowanych odpowiedziało negatywnie na to pytanie. Niewielka liczba osób – 19% (32), nie miała zdania na ten temat (wykres 5).



Wykres 5. Opinia respondentów na temat promowania odzieży w social mediach (N=170).
Źródło: opracowanie własne.

Następnymi, jednak nie mniej istotnymi, rozważaniami były preferencje oraz opinie badanych. Ważnym wymiarem zrealizowanych badań było poznanie wzorców zachowań w zakresie wykorzystywania mediów społecznościowych do wyszukiwania opinii o ubraniach. Ponad połowa badanych – 59% (100) – zadeklarowała, że wykorzystywała social media do poszukiwania opinii o odzieży często. Nigdy nie korzystało z nich w takim celu 5% (9) badanych. Z kolei 10% (17) pytanych zawsze używa mediów społecznościowych do zasięgania opinii na temat odzieży, którą się interesowali. 26% (20) ankietowanych wykorzystywało social media rzadko lub też czasami. Z zaprezentowanych odpowiedzi wynika, że aż 95% (161) badanych – niezależnie od częstotliwości – poszukuje różnych opinii o ubraniach w social mediach (wykres 6).

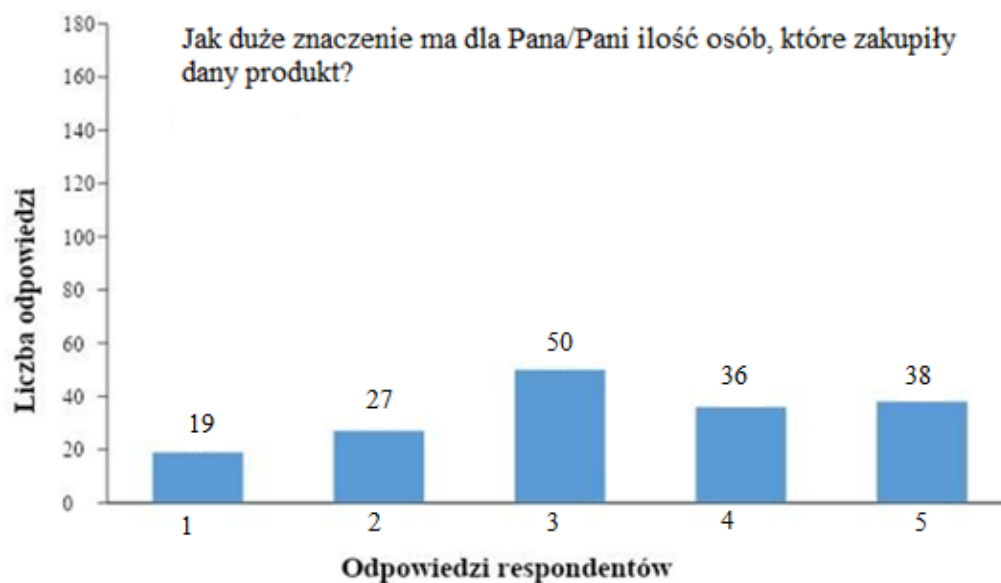


Wykres 6. Wykorzystywanie przez respondentów mediów społecznościowych do poszukiwania opinii o ubraniach (N=170).

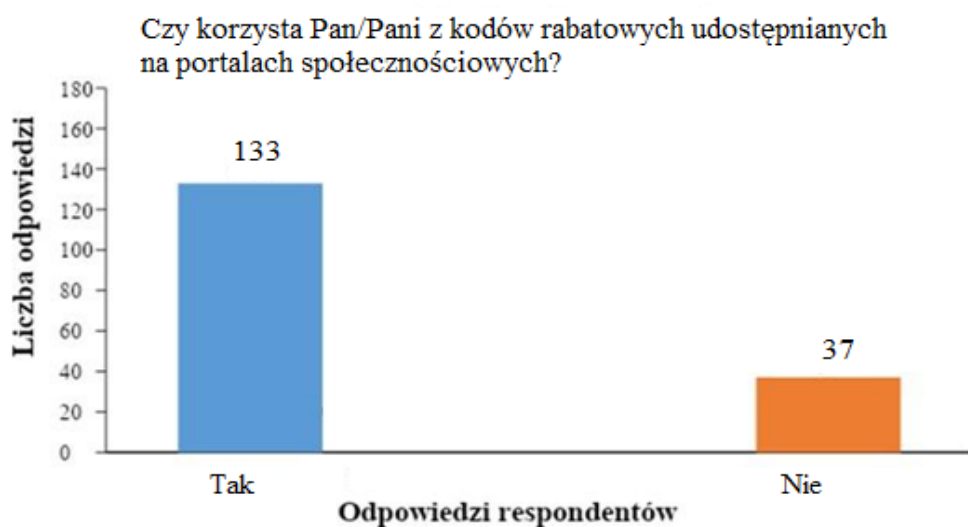
Źródło: opracowanie własne.

Na wykresie 7 przedstawiono, jakie znaczenie dla ankietowanych miała informacja odnośnie do liczby osób, które zakupiły produkt. Odpowiedzi były bardzo różnorodne. 30% (50) badanych oceniało to znaczenie jako średnie. Nieco ważniejsze było dla 21% (36) ankietowanych, a 22% (38) z nich stwierdziło, że było to dla nich bardzo ważne. Niewielki odsetek osób 11% (27) uznało natomiast, że ilość osób, które zakupiły interesujący ich produkt nie ma dla nich znaczenia.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że opinia konsumentów, którzy zakupili dany produkt, ma znaczenie, a co za tym idzie – firmy powinny przywiązywać dużą uwagę do tego, aby zachęcić nabywcę do opisywania swoich doświadczeń dotyczących zakupu produktu na stronie bądź forum producenta. Dla potencjalnego, przyszłego kontrahenta ekspertyza o przedmiocie może stać się pomocna i decydująca o zakupie.



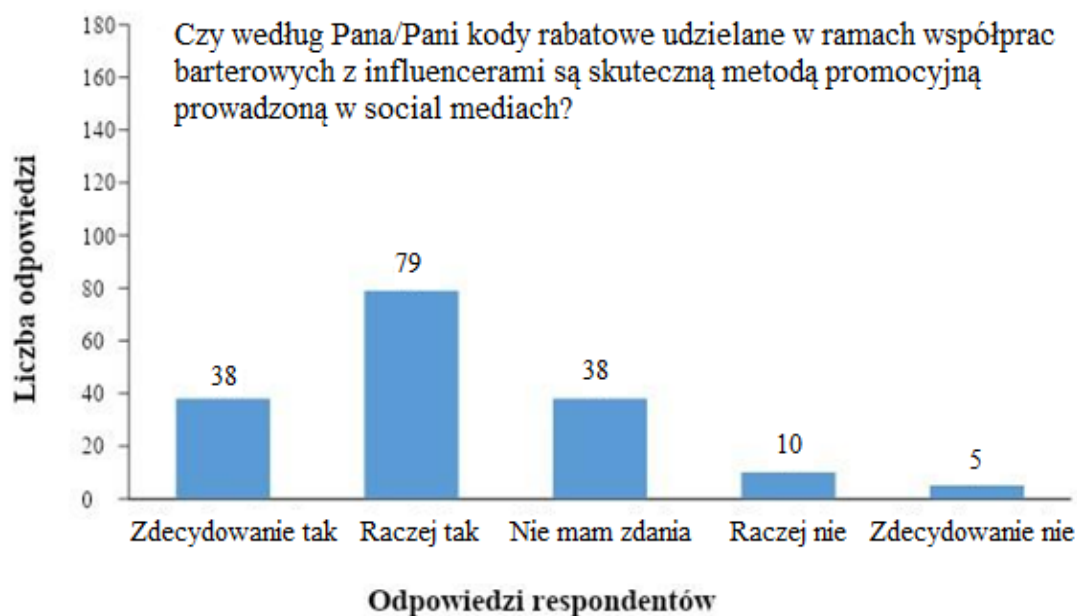
Wykres 7. Znaczenie społecznego dowodu słuszności wyrażonego liczbą osób, które kupiły dany produkt dla respondentów (N=170).
(skala 1-5, gdzie 1 oznacza małe znaczenie, a 5 bardzo duże).
Źródło: opracowanie własne.



Wykres 8. Korzystanie przez badanych z kodów rabatowych, udostępnianych na portalach społecznościowych (N=170).
Źródło: badania własne.

Ważną informacją, którą przeprowadzone badania pozwoliły uzyskać, jest liczba osób, które korzystają z udostępnianych przez firmy kuponów rabatowych. Pozwoliła ona zdiagnozować, czy jest to skuteczna forma promocji, prowadzona przez branżę odzieżową. Na pytanie dotyczące korzystania z kodów rabatowych udostępnianych na portalach społecznościowych, 78% (133) respondentów odpowiedziało, że regularnie z nich korzysta. Brak potrzeby korzystania z tych kodów zadeklarowało 22% (37) badanych (wykres 8).

Strategia marketingowa powinna zatem uwzględniać wykorzystanie bonów, kuponów rabatowych lub kodów promocyjnych/rabatowych. Przy tej okazji umożliwia ona uzyskanie wielu niezbędnych informacji o konsumentach. Ostatecznie taki rodzaj działań marketingowych przyczynia się do przyciągnięcia większej grupy klientów dokonujących zakupy.



Wykres 9. Skuteczność metody promocyjnej, jaką jest udzielanie kodów rabatowych w ramach współpracy barterowych z influencerami w opinii badanych (N=170).
Źródło: badania własne.

Na wykresie 9 przedstawiono odpowiedzi na pytanie o skuteczność działań promocyjnych w formie współpracy barterowej z influencerami. Najwięcej, gdyż aż 46% (79), respondentów uważało tę metodę za raczej skuteczną. Zdecydowanie skuteczna była ona dla 23% (38) ankietowanych. Zdania na ten temat nie miało 22% (38) zapytanych, a 6% (10) badanych uważało, że metoda ta raczej nie przynosi skutków, natomiast 3% (5) z nich stwierdziło, że zdecydowanie nie jest to najlepsza metoda promocji.

7. Wnioski z badań

Przeprowadzone badania dostarczyły wielu informacji na temat działania branży odzieżowej w mediach społecznościowych. Pozwoliły też na weryfikację przyjętych hipotez badawczych. Pierwsza hipoteza badawcza zakładała, że: branża odzieżowa wykorzystuje promocję postu jako podstawowy wzorzec perswazyjny w mediach społecznościowych. Zebrany materiał empiryczny pozwala na pozytywną jej weryfikację, gdyż w opinii badanych najbardziej perswazyjnie działa na odbiorców promocja postu. Na podobnym poziomie utrzymują się artykuły sponsorowane, a następnie filmiki i spoty reklamowe. Dziwi fakt, że nagrania z udziałem osób publicznych nie cieszą się dużą popularnością.

Pytani o to, co ma największe znaczenie podczas dokonywania zakupów online, badani na pierwszym miejscu nie wskazali ceny ani rabatu, a zdjęcie produktu. Należało zatem zwrócić uwagę, że badana zbiorowość w większości należy do społeczeństwa „obrazkowego”, które podejmuje decyzje zakupowe, wykorzystując głównie zmysł wzroku.

Kolejna hipoteza zakładała, że: promowana moda w social mediach ma duży wpływ na decyzje zakupowe klientów. Przyjęta hipoteza nie potwierdziła się, gdyż trendy i moda promowana w mediach społecznościowych nie wpływa na decyzje zakupowe klientów. Nieco ponad 40% badanych ocenia swoje podążanie za trendami jako średnie. Poniżej średniej ocenia również ok. 40% pytanych.

Następna hipoteza dotyczyła opinii, a jej założeniem było to, że: opinie innych ludzi mają decydujące znaczenie w podejmowaniu decyzji zakupowych przez klientów. Nie potwierdziła się ona, ponieważ opinie innych ludzi nie mają tak wielkiego wpływu na decyzje zakupowe jak mogłoby się wydawać. Wśród respondentów 30% z nich oceniało to znaczenie jako średnie. Większe znaczenie ma dla 21% ankietowanych, a 22% z nich twierdzi, że było to dla nich bardzo ważne. Jest to zaskakujące, ponieważ opinie na temat produktów są bardzo łatwo dostępne, umieszczone w zasadzie pod każdym produktem i widoczne w momencie zakupu.

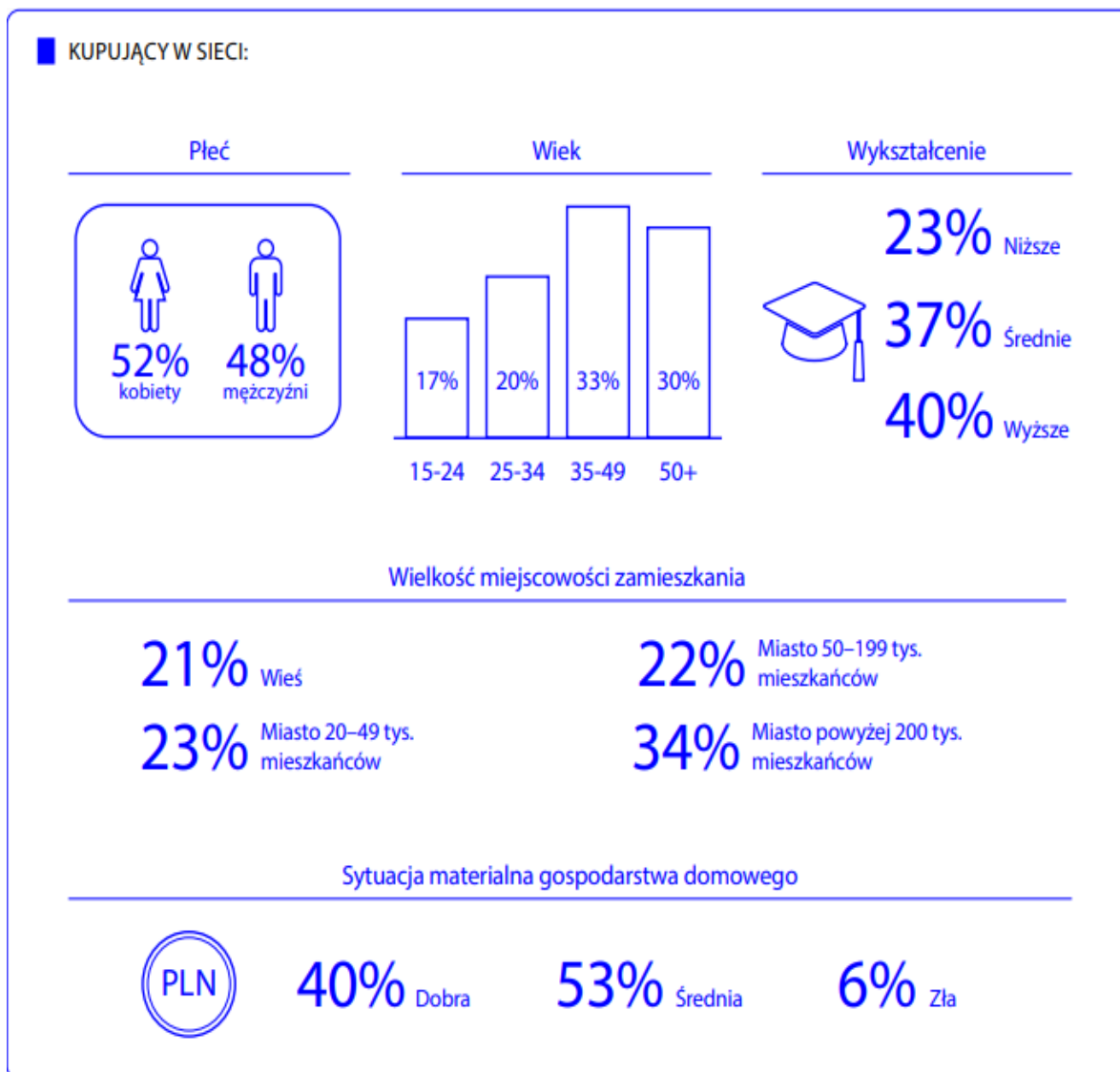
Ostatnia z postawionych hipotez zakładała, że: kody rabatowe prezentowane w mediach społecznościowych mają duże znaczenie dla klientów. Hipoteza ta została pozytywnie zweryfikowana. Respondenci bardzo chętnie korzystają z kodów rabatowych, które udostępniane są na portalach społecznościowych. Prawie 80% badanych deklaruje korzystanie z tego typu udogodnień. Również kody promocyjne udzielane w ramach współpracy z influencerami oceniane są jako skuteczne. Prawie 50% badanych uważa je za dość dobrą metodę promocyjną.

8. Wybrane wyniki Raportu e-commerce 2022 w odniesieniu do badań własnych

Rynek e-commerce przechodzi w ostatnich latach wiele zmian, warto zatem zwrócić uwagę na opublikowane wyniki wybranych badań, które posłużą jako punkt odniesienia do zaprezentowanych powyżej badań własnych.

W pierwszej kolejności należy przyjrzeć się rysunkowi 1, który przedstawia użytkowników dokonujących zakupów w Internecie. Liczba osób, które wzięły udział w badaniu, wynosi 1 198. Podział został dokonany ze względu na: płeć, wiek, wykształcenie, wielkość miejscowości zamieszkania i sytuacji materialnej gospodarstwa domowego. Zakupów online dokonują zarówno kobiety (52%), jak i mężczyźni (48%), najczęściej w przedziale wiekowym między 35. a 49. rokiem życia (33%). Co ciekawe, zakupów przez Internet chętnie dokonują również osoby powyżej 50. roku życia (30%). Odnosząc się do posiadanego przez respondentów wykształcenia, 40% z nich posiada wykształcenie wyższe, 37% średnie, a 23% niższe. Wielkość miejscowości zamieszkania nie ma aż tak dużego znaczenia, gdyż przedstawione wyniki są do siebie zbliżone, jednak najwyższy udział procentowy mają miasta powyżej 200 tys. mieszkańców (34%). Najczęściej zakupów online dokonują osoby z sytuacją materialną średnią (53%) i dobrą (40%).

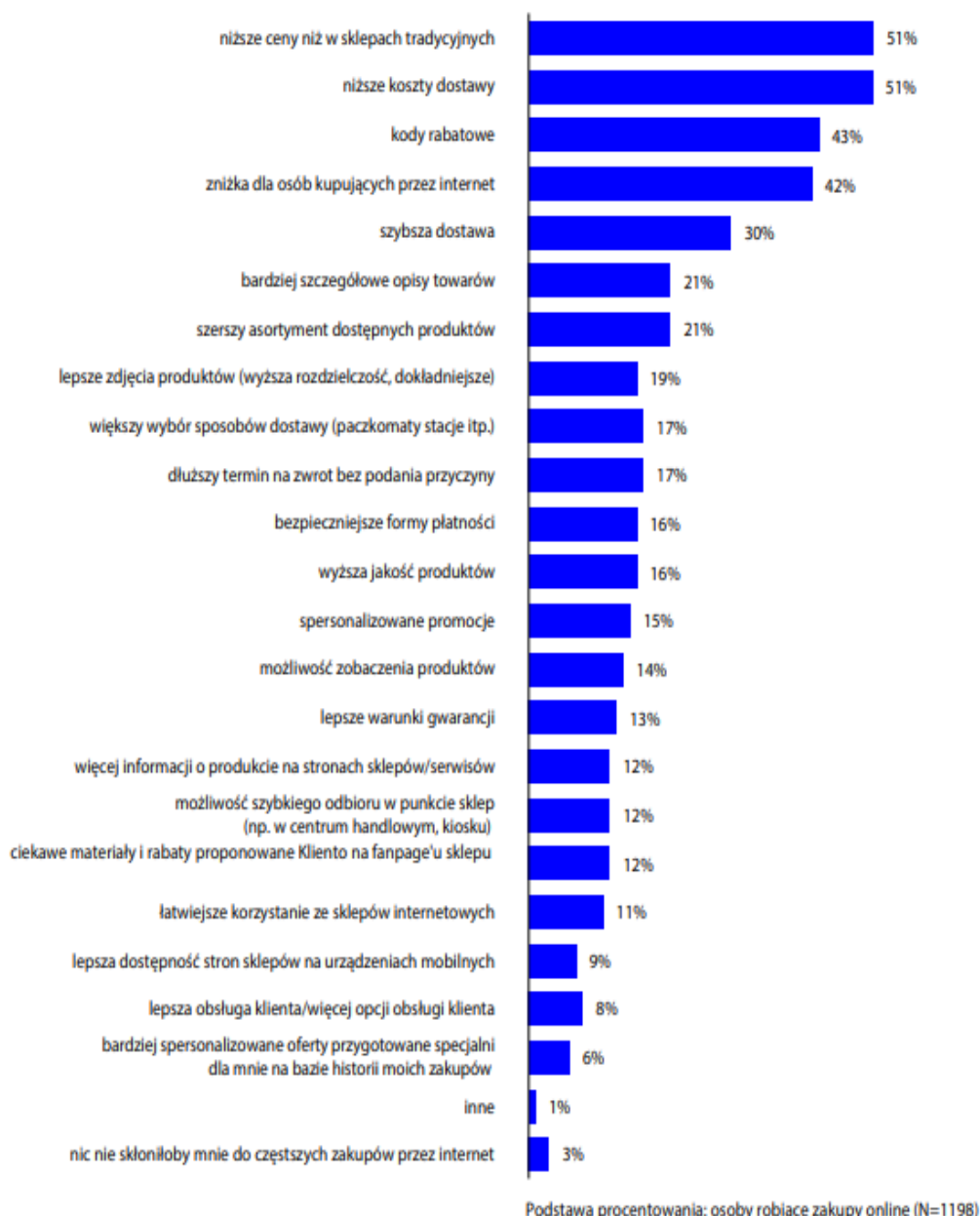
Odnosząc się do badań własnych, można dostrzec, że również tam większą grupę ankietowanych stanowiły kobiety. Należy jednak zauważyć, że badania przeprowadzone zostały na niewielkiej grupie (170 osób).



Rysunek 1. Odsetek osób dokonujących zakupów online.

Źródło: Raport e-commerce 2022 r.

Na przedstawionym poniżej wykresie 10 ukazane zostały czynniki motywujące do częstego robienia zakupów online. Warto zauważyć, że na trzecim miejscu uplasowały się stosowane kody rabatowe, które zostały wcześniej uwzględnione w badaniach własnych. Na 1 198 respondentów, biorących udział w badaniu, aż 43% odpowiedziało, że jest to ważny pod względem motywowania czynnik do robienia zakupów online. Należy również wymienić uwarunkowania, jakie klasyfikują się na dwóch pierwszych miejscach, a są to: niższe ceny niż w sklepach tradycyjnych (51%) oraz niższe koszty dostawy (51%). Ankietowani wskazywali również, że są dla nich istotne takie czynniki, jak np. zniżki, szybsza dostawa, bardziej szczegółowe opisy towarów czy szerszy asortyment dostępnych produktów.



Wykres 10. Czynniki motywujące do częstego robienia zakupów online.
Źródło: Raport e-commerce 2022.

Na wykresie 11 przedstawiona została podatność na reklamę w Internecie. Nieco ponad połowa respondentów (51%) wskazała, że zdarzyło im się dokonać zakupu produktu na podstawie reklamy, a co więcej – aż 43% wskazało, że udało im się tego dokonać dzięki pozytywnym opiniom dotyczącym produktu lub sprzedawcy. Spora grupa ankietowanych (32%) odpowiedziała też, że kupuje online bez sugerowania się treściami udostępnianymi w Internecie. Respondenci wskazali, że pomocne są dla nich także rekomendacje influencera, którego śledzą (10%), posty udostępniane na ulubionych blogach (7%) i posty na blogu sprzedawcy (9%).

Jak wynika z przeprowadzonych badań, opinie zarówno na temat produktów, jak i sprzedawców odgrywają znaczącą rolę w procesie dokonywania zakupu.



Wykres 11. Podatność na reklamę w Internecie – odpowiedzi na pytanie: Czy zdarzyło Ci się kupić jakiś produkt na podstawie treści publikowanych w Internecie?

Źródło: Raport e-commerce 2022.

9. Zagrożenia wynikające z portali społecznościowych

Przedstawione pozytywne aspekty portali społecznościowych, takie jak np.: oddziaływanie na konsumenta czy zwiększenie możliwości reklamowych, to jednak nie wszystko. Ważnym aspektem, który należy podkreślić jest fakt, że każda rzecz posiada „dwie strony medalu”. E. Antipow w publikacji *Konsumpcja Internetu* (2016, s. 127) napisał:

Osoby umieszczające swoje wyidealizowane zdjęcia mogą wzbudzać naszą frustrację i zazdrość, co później może być kompensowane przez umieszczanie swoich perfekcyjnych zdjęć. Zazdrość może być też przyczyną wspomnianych już wcześniej operacji plastycznych. Taka samonapędzająca się sekwencja znana jest pod nazwą „spirala zazdrości” i nie jest czymś nowym. Niespotykany dotąd był natomiast rozmiar tego procesu, ponieważ szansa porównywania siebie z innymi na tak dużą skalę możliwa jest tylko przy użyciu dzisiejszych technologii. Wydaje się zatem, że przestrzeń Internetu i wspomniane też ocenianie innych jest doskonałym miejscem na wytworzenie i rozszerzanie się tej spirali.

Interpretacja cytowanych wcześniej słów jest jednoznaczna. Internet, a dokładniej portale społecznościowe, staje się przestrzenią do budowania fałszywych obrazów rzeczywistości i postrzegania realnego świata.

Jednym z wielu istniejących zagrożeń na portalach społecznościowych jest również phishing, który należy do metod wykradania haseł i podszywania się pod użytkowników. Bardzo często stosowanie zbyt słabych zabezpieczeń na kontach może okazać się przyczyną do kradzieży danych osobowych, a w najgorszych przypadkach nawet do oszustw finansowych oraz przemocy fizycznej dokonywanej przez hakerów.

A. Banach w swojej publikacji *Phishing zagrożeniem dla e-biznesu* pisze z kolei, że przedsiębiorstwa ponoszą ogromne koszty związane z ochroną swojego biznesu przed kradzieżą danych firmy, kradzieżą informacji marketingowych oraz samych danych konsumentów. Wspomina on również, że dla handlu internetowego kłopotem staje się pogłębiająca się obawa konsumentów przed zakupami w Internecie, gdyż boją się zaufać ponownie, po wcześniejszych doświadczeniach związanych z phishingiem.

Podsumowanie

Media społecznościowe (jak Instagram, Facebook czy YouTube) są niewątpliwie narzędziami marketingowymi o istotnym potencjale. Instagram przykładowo pierwotnie był aplikacją służącą do wymiany zdjęć. Obecnie wykorzystywany jest przez największe firmy i korporacje do działań promocyjnych, kontaktu z klientami czy do zwiększania świadomości marki. Należy zaznaczyć, że istnieje zależność pomiędzy działaniami komunikacji marketingowej a decyzjami zakupowymi. Przedstawione powyżej wyniki badań pokazały, że udostępniane kody rabatowe przez influencerów oraz zamieszczane przez firmy opinie o produkcie są istotne dla konsumenta zanim zdecyduje się od na dokonanie zakupu. Warto też zwrócić uwagę, że promocja postu, artykuły sponsorowane oraz filmiki reklamowe stanowią trzy najskuteczniejsze sposoby reklamy odzieży w mediach społecznościowych w opinii konsumentów.

Sukces social mediów jest niewątpliwie spowodowany również transformacją społeczeństwa. Ludzie żyjący w czasach teraźniejszych, to osoby zabiegane, walczące o każdą minutę w ciągu dnia. Wiele osób chętniej zrezygnowałoby z zakupu ulubionego produktu zamiast stać w kolejce do kasy czy w korkach w drodze do sklepu. Właśnie tutaj z pomocą wkraczają media społecznościowe, które oferują możliwość zakupu bez konieczności stania w kolejkach czy nawet wychodzenia z domu.

Oprócz oczywistych korzyści platformy społecznościowe mogą też stanowić zagrożenie. Wyidealizowane zdjęcia, przedstawiające wyretuszowane twarze czy figury gwiazd i celebrytów, przyczyniają się do obniżania poczucia własnej wartości oraz atrakcyjności wśród dzieci i młodzieży korzystających z tych portali. Wystawne życie prezentowane na zdjęciach czy filmikach, też odbija się negatywnie na obserwatorach, gdyż obwiniają oni wszystko i wszystkich dookoła, że ich życie nie wygląda tak jak powinno. Zapominają przy tym, że prezentowane wzorce nie muszą być tożsame z prawdziwym życiem i są jedynie elementem inscenizacji, koniecznej do reklamowania danego produktu. Należy zaznaczyć, że nie tylko te wskazane w społecznościowych mediach zagrożenia przyczyniają się do obniżenia poczucia wartości wśród dzieci. Wpływ na to może mieć też środowisko społeczne czy osobiste problemy emocjonalne. Ważne jest więc, oprócz wskazywania korzyści, odpowiednie edukowanie na temat

użytkowania social mediów. Tylko odpowiedzialne i mądre z nich korzystanie przyczyni się do ułatwiania wielu dziedzin życia codziennego. W przeciwnym razie staną się niebezpiecznym uzależnieniem, niszczącym relacje międzyludzkie, a także psychikę użytkowników.

Bibliografia

- Antipow, E. (2016). Facebook i siedem grzechów głównych. W: M. Jarosz, K. Cybulska, T. Knecht, S. Konopacka-Bąk, K. Kwasik (red.), *Konsumpcja Internetu VI Konferencja z cyklu „Wyzwania Nowych Mediów”* (s. 127). Warszawa : Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa.
- Banach, A. (2005). Phishing zagrożeniem dla e-biznesu. *E-mentor*, 5(12), 70-73.
- Grębosz, M., Siuda, D., Szymański, G., (2016). *Social media marketing*. Łódź: Monografie Politechniki Łódzkiej.
- Gemius Polska. (2022). *E-commerce w Polsce*. Pobrane z: www.gemius.pl.
- Haenlein, M., Kaplan, A.M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 53-63.
- Kotler, P. (red.). (2002). *Marketing. Podręcznik Europejski*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Lewicki, M. (2012). *Instrumenty tworzenia wartości dla klienta w handlu elektronicznym*. Rozprawa Doktorska. Poznań: Wydział Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- Michalski, E. (2007). *Marketing*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mruk H., Sawicki, H. (red.). (2021). *Marketing. Koncepcje i doświadczenia*. Peplin: Wydawnictwo Bernardinum.
- Nojszewska, E. (1995). *Podstawy ekonomii*. Warszawa: WSiP.
- Sojkin, B. (2009). *Informacyjne podstawy decyzji marketingowych*. Warszawa: PWE.
- Wicińska, K. (2017). Media społecznościowe jako narzędzie rozwijające działania marketingowe przedsiębiorstw. *Rynek – Społeczeństwo – Kultura*, 3(24), 115-121.
- Włodarczyk, J., Małczęć P., Pała, K. (2021). *Po nitce do kłębka – analiza zmian koniunkturalnych w branży tekstylno-odzieżowej*. Lublin: Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, sectio H – Oeconomia.
- Wpływ światowej pandemii koronawirusa na branżę odzieżową. Biuro Strategii i Analiz Międzynarodowych, PKO Bank Polski. Pobrane z: https://wspieramyeksport.pl/api/public/files/1954/Odziez_lipiec_2020.pdf.

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-poland>.

https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5466/7/27/1/rynek_wew_netrzny_w_2020_roku._publikacja_w_formacie_pdf.pdf.

<https://www.dnb.com/pl-pl/newsy-artykuly/liczba-sklepow-internetowych.html>.

PRZEGLĄD NOWOŚCI WYDAWNICZYCH

Dyplomacja parlamentarna

Autor: Jerzy Jaskiernia

Wydawnictwo: Wydawnictwo Adam Marszałek

Toruń 2022

Autor publikacji jest jednym z najwybitniejszych polskich znawców zagadnień ustrojowych i prawa konstytucyjnego. Związany był z Uniwersytetem Jagiellońskim, Instytutem Nauk Prawnych PAN, a od 1996 roku z Uniwersytetem Jana Kochanowskiego w Kielcach. Pełnił w nim przez wiele lat funkcje kierownicze, a aktualnie jest dziekanem Wydziału Prawa i Nauk Społecznych. Od 2000 roku jest profesorem nauk prawnych. J. Jaskiernia jest też politykiem o bogatych doświadczeniach w działalności publicznej, zwłaszcza w organach władzy ustawodawczej, choć również wykonawczej (w latach 1995-1996 był ministrem sprawiedliwości i prokuratorem generalnym). Pomiędzy 1991 a 2005 rokiem był posłem na Sejm (I, II, III i IV kadencji). Uczestniczył w pracach Komisji Ustawodawczej przygotowującej Małą Konstytucję (1992), a od 1994 pełnił funkcję przewodniczącego Podkomisji organów władzy ustawodawczej, wykonawczej i samorządu terytorialnego w Komisji Konstytucyjnej Zgromadzenia Narodowego (w późniejszym okresie pracował w Komisji Ustawodawczej). Włożył znaczny wkład w obecny kształt ustroju III Rzeczypospolitej. Szczególnym obszarem jego zainteresowań była polityka międzynarodowa oraz dyplomacja. Pod koniec lat 80. XX wieku był pracownikiem Ministerstwa Spraw Zagranicznych, sprawował też funkcję radcy ambasady polskiej w USA. W Sejmie RP przewodniczył Komisji Sprawy Zagranicznych (2001-2005). W latach 1994-2005 był przedstawicielem polskiego parlamentu w Zgromadzeniu Parlamentarnym Rady Europy w Strasburgu, w którym pełnił funkcję pierwszego wiceprzewodniczącego Komisji Zagadnień Prawnych i Praw Człowieka. Powołano go na sprawozdawcę Rady Europy w procedurze monitorowania przemian ustrojowych Chorwacji, a później Armenii, w okresie dostosowywania ich systemów prawnych do demokratycznych wartości i standardów państwa prawa. W trakcie finalizowania polskiego członkostwa w Unii Europejskiej (2003-2004) był z ramienia Polski obserwatorem w Parlamencie Europejskim, a później jego deputowanym. Przez wiele lat pełnił funkcje marszałka Stowarzyszenia Parlamentarzystów Polskich, a także wiceprezydenta Europejskiego Stowarzyszenia Byłych Parlamentarzystów Państw Członkowskich Rady Europy.

Unikatowa wiedza i dorobek naukowy J. Jaskierni połączone z długoletnim doświadczeniem w działalności instytucji publicznych o charakterze parlamentarnym obejmują zarówno zagadnienia teoretyczne, jak również praktyczne, i dotyczą spraw krajowych, na równi z międzynarodowymi. Czyni to z niego osobę o jedynych w swoim rodzaju kompetencjach. Z tego też względu całościowe opracowanie problematyki dyplomacji parlamentarnej pióra tego autora zasługuje na szczególną uwagę. Należy dodać, że jest to pierwsza polska monografia w tym zakresie.

Termin „dyplomacja” ma przynajmniej trzy zasadnicze znaczenia. Podstawowe dotyczy wykonywania funkcji zewnętrznych państwa w zakresie realizacji jego praw i interesów w stosunkach międzynarodowych, także w odniesieniu do poszczególnych osób (obywateli). Dyplomacja w tym znaczeniu realizowana jest w sposób oficjalny i pokojowy przez organy państwa oraz jego przedstawicielstwa zagraniczne. Tradycyjnie rozumiana jest jako domena władzy wykonawczej dążącej do osiągnięcia celów przyjętej przez nią polityki zagranicznej. Poza tym terminem „dyplomacja” określa się zorganizowany jako służba cywilna zespół ludzi wyposażonych w odpowiednie środki, który w ramach administracji państwowej (rządowej) wykonuje wspomniane zadania. „Dyplomacja” może też być rozumiana jako zbiór metod, technik i środków realizowania w sposób pokojowy celów polityki zagranicznej w stosunkach państwa z podmiotami prawa międzynarodowego. J. Jaskiernia w części wstępnej pracy poświęca wiele uwagi pojęciu dyplomacji oraz jego współczesnej ewolucji. Koncentruje swoją analizę na przemianach form dyplomacji we ostatnich dziesięcioleciach. Ujmuje je w kontekście postępującej globalizacji i policentryzacji porządku międzynarodowego, w którego współtworzenie włączają się nowe podmioty. Wzbogaca to tradycyjną dyplomację o jej nieznane wcześniej typy. Ich klasyfikację przeprowadza się w zależności od podmiotów prowadzących dyplomację i przedmiotu jej działań (w pierwszym znaczeniu terminu) oraz metod prowadzenia działań dyplomatycznych (w trzecim znaczeniu). Wśród nowych typów widzimy m.in. dyplomację publiczną, społeczną, ekonomiczną, kulturalną, klimatyczną, wojskową, energetyczną, nuklearną, ekologiczną, wodną, międzynarodowych korporacji, a nawet specyficzną „dyplomację celebrytów”. Coraz większe znaczenie ma tzw. „paradyplomacja”, prowadzona przez niebędące podmiotami prawa międzynarodowego organy władz regionalnych i samorządowych. Systematyka wyodrębnia też „dyplomację wewnątrz krajową” między posiadającymi określoną samodzielność częściami składowymi państw złożonych.

Do tych nowych typów dyplomacji należy właśnie dyplomacja parlamentarna, będąca zjawiskiem wynikającym z zaangażowania parlamentów i ich organów oraz samych parlamentarzystów w niezależne od władz wykonawczych kreowanie i prowadzenie polityki zagranicznej. Zjawisko to znane było już w przeszłości, a pojedyncze wydarzenia miały niekiedy poważne znaczenie w stosunkach międzynarodowych (z historii Polski można przypomnieć międzynarodowe skutki detronizacji cara Mikołaja I przez Sejm Królestwa Polskiego w styczniu 1831 roku). Procesy globalizacji, wielobiegowość stosunków międzynarodowych i rozszerzanie wraz z zakresem tych stosunków katalogu aktorów w nich uczestniczących nadają mu w parze ze wzrostem ilościowym nową jakość. Autor publikacji stawia pod rozważenie problem: „jaką rolę w tej dziedzinie władztwa państwowego mogą odegrać (...) parlamentarzyści, a więc przedstawiciele władzy ustawodawczej, zasiadający w parlamentach narodowych”. Dodatkowo w sferę dyplomacji wkroczyły także w różnych formach swojej aktywności parlamenty międzynarodowe (jak Parlament Europejski) i zgromadzenia parlamentarne organizacji międzynarodowych oraz ich członkowie. Aktualnie funkcjonuje ponad 100 międzynarodowych instytucji parlamentarnych. W związku z tym pojawiają się dalsze problemy polityczne i ustrojowe, które stają się przedmiotem badań. W aspekcie podmiotowym dotyczą koordynacji tradycyjnej dyplomacji rządowej i nowych jej form niezależnych od władz państwowych, jak też potrzeby, a w sprawach żywotnych dla interesu państwa nawet konieczności,

definiowania interesów państwa w sposób wiążący dla uczestników nowych form dyplomacji. W jaki sposób można od nich wymagać podporządkowania się im przy braku formalnej zależności od struktur władzy rządowej i braku środków przymusu? To samo zagadnienie koordynacji i metod uzyskania koniecznej spójności pojawia się w przypadku sprzeczności między polityką państwa (i jego interesami określanymi przez organy władzy wykonawczej) a interesami oraz polityką organizacji ponadnarodowych czy międzynarodowych, do których państwo należy, w sytuacji gdy na ich organy parlamentarne rząd nie ma bezpośredniego wpływu. Tradycyjne pojęcie dyplomacji państwowej (rządowej) opiera się o klasyczne rozumienie suwerenności i nie przewiduje jej rozproszenia oraz relatywizowania w interpretacji różnych ośrodków władzy lub wpływów o podobnych kompetencjach. W aspekcie przedmiotowym problemem jest z kolei sposób określania interesów państwa w sferach nieobjętych przez dawną dyplomację (głównie z uwagi na to, że nie ujawniały się one poprzednio w relacjach transgranicznych i międzynarodowych). W każdym razie powstanie i rozwój dyplomacji parlamentarnej jest wyraźnym refleksem tworzenia się nowych, złożonych form stosunków międzynarodowych, w których tylko część aktorów będzie działać jako władze państwa lub z ich upoważnienia, a inne, wśród nich działające także jako organy państwa jak właśnie parlamenty, będą mogły funkcjonować niezależnie od organów monopolizujących w przeszłości politykę zagraniczną państwa. Jak pisze autor, „dyplomacja parlamentarna jest fenomenem, którego nie sposób jeszcze jednoznacznie skategoryzować”, ale któremu należy nadać odpowiednią rangę w analizach naukowych z uwagi na wymiar praktyczny. Dyplomacja parlamentarna, nie będąc „alternatywą dla klasycznej dyplomacji, wykraczając poza tradycyjne obszary pracy parlamentarnej, związanej z legislacją i kontrolą władzy wykonawczej, stanowi niewątpliwie dobre uzupełnienie polityki zagranicznej”. Oceniana jako „dobre uzupełnienie” z perspektywy wzorcowych modeli ustrojowych, nie musi jednak być równie „dobra” z punktu widzenia pragmatyki władzy wykonawczej i interesów konkretnych rządów. Można się spodziewać, że dla specjalistów prawa konstytucyjnego zagadnienie to będzie przedmiotem dalszych refleksji i zapewne w przyszłości propozycji regulacji normatywnych w przypuszczalnych komisjach konstytucyjnych. Nie tylko w Polsce, ponieważ zjawisko i problem koordynacji kompetencji ma wymiar globalny. Warto przy tym wziąć pod uwagę wspomniany przez J. Jaskiernię dylemat – „czy dążenie do efektywności zarządzania pozostaje w sprzeczności z obywatelską partycypacją”, a także – w związku z tym, że „obszar polityki zagranicznej podlega tradycyjnie słabszej kontroli demokratycznej niż obszar polityki wewnętrznej” – zgodzić się z tezą, że dyplomacja parlamentarna jest czynnikiem łagodzenia „deficytu demokracji” w obszarze polityki światowej.

Wprowadzenie *Demokracji parlamentarnej* J. Jaskierni rysuje perspektywę badawczą monografii i sygnalizuje podstawowe zagadnienia mające stać się następnie przedmiotem analizy, a także formułuje tezy pracy. Przedstawione zostały w nim także – w ujęciu rzeczowym (w optyce poszczególnych zagadnień) – poglądy nauki mające znaczenie w literaturze przedmiotu (w większości anglojęzycznej, co jest charakterystyczne dla tej dyscypliny nauki). Są one częściowo punktem wyjścia, częściowo punktem odniesienia, a w wielu przypadkach kluczem do dalszej dyskusji. Aparat badawczy autora zastosowany w publikacji jest bardzo bogaty w środki i zniuansowany. Znajduje to dobitny wyraz w sposobie, w jakim włącza się on w pracy w główny nurt nauki światowej.

W poszczególnych rozdziałach autor prezentuje najpierw „Dyplomację we współczesnym państwie”, omawiając pojęcie dyplomacji i jej rozwój oraz kształtowanie się poszczególnych form. Analizę siedmiu głównych typów dyplomacji w ujęciu podmiotowym, ośmiu w ujęciu przedmiotowym i siedmiu ze względu na metody kończy ogólna refleksja o drogach ewolucji funkcji dyplomacji. W rozdziale drugim dyskurs przenosi się do obszaru tytułowej dyplomacji parlamentarnej („Koncepcja dyplomacji parlamentarnej”). Bardzo słusznie zaczyna go kwestia pozycji dyplomacji parlamentarnej wobec dogmatu trójpodziału, fundamentalna w kontekście ustrojowej zasady dystrybucji władzy, aksjomatycznej w ustrojach demokratycznych. W jej analizie obok dominującego wątku standardów prawa konstytucyjnego pojawiają się też elementy praktyki politycznej, które mogą przełamywać standardy i kształtować je na nowo (lub reinterpretować). Istotne dla całości pracy są następnie ustalenia autora co do roli parlamentarzystów w obszarze polityki zagranicznej. Łączą one harmonijnie poglądy światowej nauki z oryginalną analizą praktyki płynącą z wieloletnich osobistych doświadczeń (jest to dostrzegalne, choć autor nie sięga po związane z nimi kazuistyczne egzemplifikacje). Rozdział drugi przedstawia następnie pojęcie dyplomacji parlamentarnej w takiej postaci, w jakiej istnieje obecnie, jej istotę, formy i w końcu znaczenie. Można przyjąć, że autor w pierwszych dwóch rozdziałach pracy zawarł jej część ogólną (teoretyczną): poza analizą pojęciową także polityczną, doktrynalną, prawną i funkcjonalną charakterystykę dyplomacji parlamentarnej oraz jej konotacje. Dalsza część monografii poświęcona jest w zasadzie szczegółowemu przedstawieniu przejawów dyplomacji parlamentarnej w praktyce stosunków międzynarodowych. Jednak zarówno trzeci rozdział „Dyplomacja parlamentarna w działalności parlamentów krajowych”, jak też czwarty „Dyplomacja parlamentarna w działalności parlamentów międzynarodowych i międzynarodowych instytucji parlamentarnych”, rozpoczyna się od podrozdziałów charakteryzujących w sposób ogólny dwie podstawowe (wyróżnione podmiotowo) sfery dyplomacji parlamentarnej. Syntetyczne ujęcie każdej z nich ma w dużej mierze wymiar teoretyczny i jest generalizującym podsumowaniem analiz (literatury przedmiotu i autora) strony empirycznej zjawiska. W pierwszym przypadku mowa jest uogólniająco o funkcjach i kompetencjach parlamentów krajowych w sferze zewnętrznej i o podstawach prawnych dyplomacji parlamentarnej, a także o jej podmiotach (całe parlamenty, ich kierownictwa, komisje parlamentarne, parlamentarne grupy przyjaźni, indywidualni posłowie), a w drugim przedstawiona została ogólna charakterystyka parlamentów międzynarodowych oraz międzynarodowych instytucji parlamentarnych, jak i podstawy prawne podejmowania przez nie działań w zakresie dyplomacji. Specyfika tych ciał, obcych tradycyjnym stosunkom międzynarodowym, wymagała dodatkowej analizy dotyczącej skuteczności ich działalności. Zagadnienie ich sprawczości w stosunkach międzynarodowych przesądza bowiem kwestię zaliczenia ich do kategorii aktorów tych stosunków (jest to pojęcie szersze niż ujęcie podmiotowe przyjęte w nauce prawa międzynarodowego publicznego). Interesująca analiza praktyki (badania w tym zakresie podjęła też polska nauka) pozwala na uznanie rzeczywistego udziału tych ciał w parlamentarnej dyplomacji: nie jest to tylko udział w formułowaniu lub wyrażaniu poglądów, deklarowaniu wartości lub aprobaty idei, a więc mający głównie wymiar polityczny lub doktrynalny. Część szczegółowa trzeciego rozdziału przedstawia pięć zinstytucjonalizowanych przykładów współpracy parlamentów krajowych, mających wymiar dyplomacji parlamentarnej,

a także ich dokonania. Poza działaniami Europejskiej Konferencji Przewodniczących Parlamentu autor ogranicza się tu do omówienia inicjatyw parlamentów państw obszaru Europy Środkowo-Wschodniej. Wydaje się to słuszne: bilateralna i multilateralna współpraca parlamentów różnych państw w różnych częściach kuli ziemskiej jest zjawiskiem dość rozpowszechnionym, ale jednocześnie najczęściej efemerycznym (a w każdym razie słabo zinstytucjonalizowanym). Przedstawienie encyklopedycznego katalogu inicjatyw nie stanowiłoby osobnej wartości pracy o takim znaczeniu, jakim jest niewątpliwie ustalenie ogólnych uwarunkowań dotyczących podejmowania działań, ich prawidłowości oraz zakresu. Część szczegółowa czwartego, ostatniego, rozdziału (licząca 572 strony) prezentuje niezwykle rozległą panoramę podmiotów uczestniczących w dyplomacji parlamentów międzynarodowych i międzynarodowych instytucji parlamentarnych, a także ich charakteru (w aspekcie prawnym i politycznym), jak również zakresu prowadzonych przez nie działań. Dzieli się ona na podrozdziały przedstawiające podmioty o charakterze powszechnym (cztery instytucje, w tym Unia Międzyparlamentarna i Konferencja Parlamentarna WHO), podmioty o charakterze międzyregionalnym (19 instytucji), podmioty o charakterze regionalnym działające w Europie (przedstawiona została szczegółowo działalność 23 instytucji, w tym m.in. współpracy parlamentarnej Grupy Wyszehradzkiej i Trójkąta Weimarskiego, a nawet Parlamentu Rosji i Białorusi), podobne podmioty działające w Ameryce (10 podmiotów głównie z Ameryki Południowej i Środkowej), w Afryce (8 podmiotów) i w regionie Azji i Oceanii (7 podmiotów). Pracę zamykają syntetyczne wnioski końcowe, w których autor ocenia rezultaty badań w odniesieniu do głównych hipotez pracy. Przydatność dyplomacji parlamentarnej, jej możliwości i skuteczność we współczesnym świecie ocenia on pozytywnie. Obraz zjawiska jest jeszcze „niejednorodny”, gdyż doświadczenia „dopiero się kształtują”, ale perspektywa „instytucjonalizacji dyplomacji parlamentarnej”, wyrażająca się chociażby we włączaniu tego terminu do oficjalnych dokumentów międzynarodowych, zapewnia jej rozwój i wzmocnienie.

Założeniem monografii J. Jaskierni o demokracji parlamentarnej było kompleksowe ujęcie wszystkich zagadnień leżących w polu znaczeniowym tego pojęcia, tak jak zarysowane zostały we wprowadzeniu. Należy stwierdzić, że autorowi w pełni udało się zrealizować przyjęte założenia. Publikacja jest pracą bardzo wnikliwą i kompetentną, stojącą na niezwykle wysokim poziomie merytorycznym, naprawdę imponującą. Jest przy tym pracą prawdziwie pionierską, wydaje się, że nie tylko z perspektywy nauki polskiej. Praca jest też imponująca pod względem warsztatowym. Analiza i wnioski autora odwołują się do pozycji bibliografii zajmującej 149 stron, ich dokumentacja źródłowa zapisana jest w prawie 2100 przypisach, a indeks rzeczowy monografii ma 36 stron.

opracował: Jarosław Reszczyński

Finanse praktyczne w teorii i praktyce

Autorzy: Halina Rechul, Krzysztof Surówka, Katarzyna Peter-Bombik

Wydawnictwo: Wydawnictwo Naukowe Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu

Nowy Sącz 2023

Publikacja poświęcona jest finansom publicznym, czyli zagadnieniom dotyczącym gospodarowania środkami pieniężnymi przez podmioty sektora publicznego. Procesy oraz zjawiska zachodzące w sektorze publicznym istotnie różnią się od tych, które występują w sektorze prywatnym. Podjęte w monografii badania dotyczą problemów, które są istotne dla funkcjonowania każdego państwa. Postawiony problem badawczy jest wieloaspektowy i ważny nie tylko z ekonomicznego oraz finansowego, ale także społecznego punktu widzenia. Rozwiązania dotyczące funkcjonowania sektora finansów publicznych, przyjmowane w każdym kraju, dotyczą wszystkich jego mieszkańców.

Autorzy postawili sobie za cel przedstawienie w sposób usystematyzowany podstawowej problematyki finansów publicznych. Zwrócili w szczególności uwagę na rodzaj dóbr oferowanych przez sektor publiczny, a tym samym zakres jego działania w państwach demokratycznych. Scharakteryzowali również elementy składowe tego sektora, w tym samorząd terytorialny, który jest istotnym elementem demokratycznych państw.

Zasadnicza część opracowania poświęcona jest roli budżetu państwa jako narzędzia zarządzania finansami sektora publicznego z całą problematyką kształtowania jego dochodów, zakresem wydatków oraz problematyką deficytów budżetowych i długu publicznego. Istotnym zagadnieniem poruszonym w monografii jest także problematyka kontroli zarządczej w sektorze finansów publicznych, do której przywiązuje się w ostatnich latach duże znaczenie, gdyż sprzyja to właśnie racjonalności wydatkowania środków publicznych.

Publikacja przeznaczona jest głównie dla studentów kierunków ekonomicznych. Może ona jednak służyć również szerszemu gronu czytelników, w tym pracownikom administracji rządowej i samorządowej, jak też pracownikom aparatu skarbowego, a nawet politykom.

opracowała: Aneta Oleksy-Gębczyk

Uwarunkowania współczesnego zarządzania

Redaktorzy: Marek Makowiec, Bogusz Mięka

Wydawnictwo: Wydawnictwo Naukowe Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu

Nowy Sącz 2022

W monografii *Uwarunkowania współczesnego zarządzania* zostały opisane zagadnienia dotyczące szeroko pojętej problematyki zarządzania organizacjami gospodarczymi i publicznymi. Składa się z pięciu części, obejmujących 25 rozdziałów.

W części pierwszej, zatytułowanej *Kierunki rozwoju zarządzania w gospodarce opartej na wiedzy*, znalazło się dziewięć rozdziałów, w których autorzy pisali m.in. o organizacji uczącej, wspólnotowości jako cesze gospodarki opartej na wiedzy, autoportrecie profesjonalisty i sylwetce naukowca zaangażowanego we współpracę z przedsiębiorstwami w Polsce, a także o efektywności decyzji i pomysłów grupowych. Zaprezentowano wykorzystanie metody refleksji strategicznej w procesie zarządzania ryzykiem i przedstawiono zagadnienia związane z kształtowaniem zasobów ludzkich organizacji w obszarze różnorodności zatrudnienia i czynniki wpływające na zmniejszenie zatrudnienia w przedsiębiorstwach. Zakończeniem pierwszej części był artykuł na temat głównych kontrowersji metodologicznych w badaniach kultury organizacyjnej.

Druga część monografii, pt. *Zarządzanie w warunkach pandemii COVID-19*, obejmuje dwa artykuły, w których zaprezentowano tematykę przywództwa – czynnika warunkującego efektywne zarządzanie i aspekty związane z zarządzaniem personelem medycznym w okresie pandemii.

Część trzecia, *Wpływ nowych technologii na funkcjonowanie organizacji*, składa się z pięciu artykułów na takie tematy, jak: start-upy, w tym start-upy e-commerce, przygotowanie studentów do nauczania zdalnego i zarządzanie w organizacjach oraz klubach. Przedstawiono problematykę platform crowdfundingowych i wpływu gier na kształtowanie postaw behawioralnych.

W części czwartej, *Kształtowanie zachowań ludzi w organizacji*, zawarto cztery rozdziały o tematyce przywództwa duchowego, zarządzania różnorodnością ze względu na wiek, zarządzania zwinnego oraz proteańskiej orientacji wobec kariery zawodowej.

Ostatnia, piąta, część – zatytułowana *Warunki działania organizacji i innowacyjność* – składa się z pięciu artykułów. Tematyka w nich poruszana dotyczy systemu zarządzania rozwojem Polski, problematyki polityki innowacyjnej z perspektywy Narodowego Systemu Innowacji. Zaprezentowano zagadnienia innowacji na rynku żywności, zmiany wybranych wskaźników opartych na wiedzy w kontekście konfliktu Stany Zjednoczone – Chiny i metody transferu wiedzy w organizacjach komunalnych.

Monografia *Uwarunkowania współczesnego zarządzania* może być ciekawą lekturą dla pracowników badawczo-dydaktycznych, studentów uczelni różnego typu, a także kadry menedżerskiej w przedsiębiorstwach.

opracowała: Iwona Gawron

Strategie samorządowe w Polsce – refleksyjnie i przyszłościowo

Autor: Wojciech Dziemianowicz

Wydawnictwo: Instytut Rozwoju Miast i Regionów

Warszawa-Kraków 2023

Monografia dotyczy ważnej i aktualnej tematyki badawczej, dotyczącej planowania strategicznego realizowanego w Polsce. Planowanie strategiczne w jednostkach samorządu terytorialnego jest współcześnie procesem powszechnie stosowanym. Ze względu na ich wagę w kreowaniu rozwoju lokalnego czy regionalnego oraz błędów popełnianych w praktyce, istnieje potrzeba podejmowania badań, tworzenia innowacyjnych rozwiązań, ich aplikowania i upowszechniania wiedzy w tym zakresie.

W pierwszej części publikacji autor podjął próbę uporządkowania wiedzy na temat różnych definicji związanych z rozwojem, przestrzenią, terytorium, regionem, obszarem strategicznym czy jakością życia.

Kolejnym zagadnieniem podejmowanym w publikacji są zasoby strategiczne. Autor wskazuje różnorodność koncepcji i sposobów podejścia do tego zagadnienia, a jednocześnie podjął próbę sprecyzowania konkretnych właściwości tego obszaru oraz przedstawił autorską koncepcję procesu strategicznego. Wprowadzone zostało również pojęcie „strategia” i omówiono charakterystykę różnych perspektyw strategicznych.

Przedmiotem badań trzeciej części monografii jest opis procesu strategicznego oraz rekomendacje dla obecnych i przyszłych zespołów strategicznych.

W ostatniej części publikacji autor podejmuje zagadnienie oczekiwanych zmian w kompleksowym podejściu do strategii. Rozdział poświęcony jest próbie spojrzenia w przyszłość procesów strategicznych realizowanych przez polskie samorządy. Przedstawione rozważania mają istotne znaczenie nie tylko dla tych, którzy przystępują do budowy dokumentu strategicznego, ale też dla tych, którzy strategię aktualizują i tych, którzy powinni ją realizować.

Zawarte w monografii zagadnienia są znaczące pod względem naukowym i wnoszą ważne treści do literatury przedmiotu. Można ją polecić szerokiemu gronu odbiorców, tj. teoretykom i praktykom z zakresu samorządu terytorialnego, osobom odpowiedzialnym za tworzenie polityki rozwoju jednostek samorządu terytorialnego, a także badaczom, wykładowcom i studentom ekonomii, gospodarki przestrzennej, finansów.

opracowała: Monika Musiał-Malago'

Informacje o Autorach

mgr Donata ADLER

Asystent w Zakładzie Zarządzania i Rachunkowości w Wyższej Szkole Ekonomii i Informatyki w Krakowie. Mediator Stały, wpisany na listę Prezesa Sądu Okręgowego w Krakowie. Ukończyła studia w dziedzinie nauk o zarządzaniu i jakości na kierunku Zarządzanie i marketing (UEK) oraz nauk humanistycznych na kierunku Pedagogika (UJ). Zainteresowania naukowe koncentruje wokół zagadnień związanych z zarządzaniem, komunikacją w znaczeniu organizacyjnym i interpersonalnym, a także wdrażaniem strategii ESG, głównie w aspekcie społecznym.

lic. Katarzyna DZIEDZIC

Studentka II roku studiów magisterskich w Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu na kierunku Ekonomia i finanse przedsiębiorstw. Ukończyła studia licencjackie na kierunku Zarządzanie w Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Nowym Sączu.

mgr Piotr KARNAFAŁ

Młodszy specjalista ds. ekonomicznych w dziale Analizy ryzyka i sprawozdawczości okresowej w Newag S.A. Absolwent Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu (studia I stopnia na kierunku Ekonomia, specjalność Finanse i rachunkowość przedsiębiorstw, studia II stopnia na kierunku Ekonomia i finanse przedsiębiorstw). Zainteresowania naukowe koncentruje wokół zagadnień związanych z kreatywną rachunkowością, ekonomią behawioralną i analizą finansową.

mgr Martyna KOSIŃSKA

Asystent w Katedrze Statystyki, Ekonometrii i Matematyki Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. W zainteresowaniach naukowych koncentruje się na zagadnieniach dotyczących statystycznej analizy danych, metod wnioskowania statystycznego, symulacji komputerowych, a zwłaszcza na zastosowaniach testów permutacyjnych w badaniach ekonomiczno-społecznych.

dr Katarzyna KOWALSKA-JARNOT

Wykładowca z 20-letnim doświadczeniem. Absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Doktor zarządzania. Prowadziła zajęcia w Wyższej Szkole Ekonomii i Informatyki w Krakowie, AGH oraz Politechnice Gliwickiej. Praktyk marketingu. Autorka artykułów z obszaru komunikacji marketingowej, marki i wizerunku.

mgr Paweł MALINOWSKI

Absolwent Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie na kierunku Prawo, a ponadto absolwent studiów podyplomowych na kierunkach: Szacowanie Nieruchomości (UEK) oraz Bezpieczeństwo Informacji i Ochrona Danych Osobowych (UJ). Członek Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Inspektorów Ochrony Danych Osobowych SABI oraz Audytor wiodący i wewnętrzny systemu zarządzania bezpieczeństwem informacji według normy PN – EN ISO/IEC 27001. Zainteresowania naukowe koncentruje wokół zagadnień ochrony danych osobowych, cyberbezpieczeństwa i prawa nowych technologii.

mgr Radosław MIGACZ

Absolwent Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu (studia I stopnia na kierunku Zarządzanie, studia II stopnia Ekonomia i finanse przedsiębiorstw). Zainteresowania naukowe koncentruje wokół zagadnień związanych z marketingiem, e-commerce oraz funkcjonowaniem start-upów.

lic. Mateusz MIŚ

Absolwent Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu (studia I stopnia na kierunku Ekonomia). Zainteresowania naukowe: globalizacja, rozwój gospodarczy i statystyka publiczna.

dr Aneta OLEKSY-GĘBCZYK

Adiunkt w Katedrze Ekonomii i Finansów na Wydziale Nauk Ekonomicznych Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu. Absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Doktor nauk społecznych w dyscyplinie ekonomii i finansów. Swoje zainteresowania naukowe koncentruje wokół zagadnień związanych teorią ekonomii, przedsiębiorczością, marketingiem oraz zachowaniami konsumentów na rynku. Od kilku lat zajmuje się szczególnie problematyką związaną z marketingiem relacji, co było przedmiotem jej rozprawy doktorskiej. Autorka wielu publikacji wydanych w Polsce i za granicą, a także projektów badawczych, prowadzonych na zlecenie podmiotów prywatnych i publicznych dotyczących wskazanej tematyki.

dr Katarzyna PETER-BOMBIK

Starszy wykładowca na Wydziale Nauk Ekonomicznych Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu. Doktor nauk ekonomicznych w zakresie zarządzania. Specjalizuje się w problematyce funkcjonowania sektora publicznego i społecznego, ze szczególnym uwzględnieniem aspektu zarządzania i finansów.

dr Paulina RYDWAŃSKA

Adiunkt w Katedrze Przedsiębiorczości i Innowacji na Wydziale Nauk Ekonomicznych Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu. Doktor nauk społecznych w dyscyplinie nauki o polityce i administracji. Posiada doświadczenie w pracy w trzecim sektorze, a także w pisaniu i realizacji projektów finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego. Zainteresowania naukowe koncentruje głównie wokół szeroko rozumianej przedsiębiorczości, działalności trzeciego sektora i przedsiębiorstw społecznych, jak również prowadzenia aktywnej polityki społecznej.

lic. Dominik RYŚ

AP Administrator Finansowy w Jones Lang LaSalle sp. z o.o. Absolwent Wydziału Ekonomicznego Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu (studiów I stopnia na kierunku Ekonomia). Zainteresowania naukowe: historia powszechna, kryptowaluty i rachunkowość finansowa.

lic. Szymon ZAJĄC

Absolwent Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie na kierunku Matematyka i Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu na kierunku Ekonomia, student Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie na kierunku Gospodarka energetyczna i zrównoważona transformacja. Członek zespołu badawczego realizującego projekt *Potencjał rozwojowy startupów w subregionie sądeckim*. Autor prac dyplomowych: *Kombinatoryka układów prostych rzeczywistych* (2022) i *Polski model ubezpieczenia emerytalnego a wydolność finansów publicznych* (2023).

Wnioski z konferencji naukowych

IV Konferencja Naukowa LUDZIE – PRZEDSIĘBIORSTWA – INSTYTUCJE „Współdziałanie i współdzielenie się w relacjach społecznych i gospodarczych”

W dniach 19-20 października 2023 roku odbyła się IV Konferencja Naukowa LUDZIE – PRZEDSIĘBIORSTWA – INSTYTUCJE „Współdziałanie i współdzielenie się w relacjach społecznych i gospodarczych”, zorganizowana przez Katedrę Socjologii Stosowanej i Zarządzania Zasobami Ludzkimi Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej we współpracy ze Stowarzyszeniem Menedżerów Jakości i Produkcji. Patronat honorowy nad tym wydarzeniem objął Prezes Oddziału Polskiej Akademii Nauk w Katowicach.

Pierwszy dzień obrad składał się z dwóch sesji plenarnych. Pierwsza dotyczyła zagadnień związanych z zarządzaniem kapitałem ludzkim. Bardzo ciekawe wystąpienia zaprezentowali m.in.: prof. dr hab. Lesław Haber (Wyższa Szkoła Zarządzania i Bankowości w Krakowie) pt. *Rola współdziałania w procesie pracy na rzecz adaptacji pracowników różnorodnych pokoleniowo*, a także dr hab. Andrzej Kozina, prof. UEK (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie) pt. *Funkcje i kompetencje mediatora w negocjacjach*. Druga sesja poświęcona była wpływowi nowoczesnych technologii na proces zarządzania. Referaty zaprezentowali tu m.in.: prof. dr hab. Danuta Walczak-Duraj (Uniwersytet Łódzki) pt. *Wpływ technologii cyfrowych na rozwój profesji pogranicza. Złożoność procesów tożsamościowych i adaptacyjnych* oraz dr hab. Konrad Głębocki, prof. PCz (Politechnika Częstochowska) pt. *Smart metering management and data sharing in a country – the case of Poland*.

Drugi dzień to też dwie sesje plenarne. Pierwsza poświęcona była współczesnej organizacji. Na uwagę zasługuje referat dr Wiolety Dudy (Uniwersytet Jana Długosza w Częstochowie) pt. *Projektowanie uniwersalne jako element budowania współczesnej organizacji*. Druga sesja dotyczyła tematyki związanej z konsumpcją, stresem i innowacjami w praktycznym aspekcie zarządzania. Referat zaprezentował tu dr Jarosław A. Handzel (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu) pt. *Uczelnia i przedsiębiorstwa – współdziałanie w obszarze praktyk zawodowych* (powstały przy współpracy z mgr K. Kowalczyk z Akademickiego Biura Karier Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu).

opracował: Jarosław A. Handzel

XXVI Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Zarządzanie restrukturyzacją. Gospodarka i przedsiębiorstwo w obliczu kryzysów”

W dniach 25-27 października 2023 roku w Krynicy-Zdrój odbyła się XXVI Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Zarządzanie restrukturyzacją. Gospodarka i przedsiębiorstwo w obliczu kryzysów”, zorganizowana przez Katedrę Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Tematem przewodnim konferencji w bieżącym roku było ważne wyzwanie restrukturyzacyjne, jakim jest kryzys. W trakcie obrad podkreślano, że kryzysy stanowią nieunikniony element funkcjonowania gospodarki i czynnik wymuszający potrzebę poszukiwania nowych rozwiązań zarządczych gwarantujących przedsiębiorstwu osiągnięcie jego celów. Konferencja stworzyła forum dla szerokiej i wieloaspektowej dyskusji, wskazującej, w jaki sposób gospodarki i przedsiębiorstwa mogą chronić się przed negatywnym oddziaływaniem sytuacji kryzysowych oraz jakie działania powinny podejmować, aby móc skutecznie dostosować się do funkcjonowania w kryzysowej oraz pokryzysowej rzeczywistości.

Obszary tematyczne konferencji dotyczyły takich zagadnień, jak:

- kryzysy w gospodarce – przyczyny, przebieg, konsekwencje;
- sektorowe uwarunkowania oddziaływania kryzysu;
- kryzysowe wyzwania i uwarunkowania restrukturyzacji;
- współczesne wymiary i modele restrukturyzacji;
- ewolucja instrumentarium restrukturyzacji;
- rozwój paradygmatów i koncepcji zarządzania w obliczu kryzysu;
- zarządzanie antykryzysowe;
- zarządzanie w obliczu wyzwań nowej normalności;
- determinanty oraz wymiary innowacyjności i konkurencyjności w warunkach kryzysu;
- innowacyjne strategie i modele biznesowe;
- finansowanie innowacji i rozwoju przedsiębiorstw;
- modele współpracy międzyorganizacyjnej w obliczu zmian;
- zarządzanie projektami w obliczu zmian;
- zarządzanie ryzykiem w procesach zmian.

Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu reprezentowała dr Teresa Myjak, która wygłosiła referat pt. *Znaczenie kompetencji dla organizacji i pracowników w kontekście innowacyjności przedsiębiorstwa*.

W ramach konferencji odbyły się sesje plenarne i sesje panelowe. Zorganizowano także „Panel Praktyków”, którego formuła stanowiła forum wymiany poglądów oraz doświadczeń pomiędzy menedżerami współczesnego biznesu a środowiskiem akademickim, zajmującym się różnymi aspektami restrukturyzacji przedsiębiorstw i gospodarki. Motywem dla dyskusji stał się temat Panelu, nawiązujący do istotnych wyzwań restrukturyzacyjnych, przed którymi stają współczesne przedsiębiorstwa.

opracowała: Teresa Myjak

Konferencja Naukowa pt. „Zarządzanie organizacjami w erze cyfrowej. Wyzwania, trendy, koncepcje”

W dniach od 14-16 września 2023 roku w Zakopanem odbyła się Konferencja Naukowa pt. „Zarządzanie organizacjami w erze cyfrowej. Wyzwania, trendy, koncepcje”, której celem była wymiana poglądów, prezentacja wyników badań i dyskusja naukowa na temat wyzwań, trendów, a także koncepcji funkcjonowania i rozwoju organizacji w warunkach gospodarki cyfrowej.

Konferencja dotyczyła takich zagadnień, jak:

- koncepcje i metody zarządzania w erze cyfrowej;
- innowacyjne modele biznesowe;
- źródła konkurencyjności i przewagi konkurencyjnej w gospodarce cyfrowej;
- automatyzacja i robotyzacja procesów biznesowych;
- systemy informacyjne i informatyczne w zarządzaniu;
- kompetencje pracowników ery cyfrowej;
- kapitał intelektualny współczesnych organizacji;
- sztuczna inteligencja w przemyśle 4.0;
- organizacje typu SMART;
- Digital Era Governance;
- e-administracja;
- internet rzeczy;
- praca zdalna;
- zarządzanie wiedzą w erze cyfrowej;
- motywowanie pracowników wiedzy;
- rozwój organizacji po pandemii COVID-19;
- wyzwania ery postcyfrowej.

W ramach konferencji odbyły się sesje plenarne, w tym sesja jubileuszowa, poświęcona uroczystości Jubileuszu 50-lecia pracy zawodowej prof. dr. hab. Janusza Czekaja, wieloletniego Kierownika Katedry Metod Organizacji i Zarządzania, Prorektora Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Członka Komitetu Nauk Organizacji i Zarządzania PAN, Nauczyciela i Mentora wielu pokoleń studentów oraz młodych pracowników nauki.

Akademię Nauk Stosowanych w Nowym Sączu reprezentowała dr inż. Iwona Gawron z referatem pt. *Ocena relacji między pracodawcami a pracownikami podczas pracy zdalnej w czasie pandemii Covid-19.*

opracowała: Iwona Gawron

XVI Międzynarodowa Konferencja Naukowa Management 2023 – Innowacje w organizacji w warunkach kryzysów i niepewności

W dniu 25 września w Instytucie Nauk o Zarządzaniu i Jakości Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach odbyła się XVI Międzynarodowa Konferencja Naukowa Management 2023 – Innowacje w organizacji w warunkach kryzysów i niepewności, zorganizowana wspólnie ze Wschodnią Izbą Gospodarczą w Siedlcach. Prowadzona była w formule hybrydowej i miała charakter dwujęzyczny (język polski i język angielski). Tegoroczna konferencja stawiała sobie za cel stworzenie forum dyskusyjnego teoretyków oraz praktyków gospodarki, zainteresowanych problematyką innowacyjności, które wskazywać będzie uwarunkowania innowacyjności, wyzwania stawiane przez niepewne otoczenie i propozycje usprawnień.

Podczas konferencji odbył się panel ekspertów prowadzony przez dr. inż. Tomasza Stefaniuka (Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach), który składał się z dwóch części. Pierwsza część poruszała tematykę innowacyjnej organizacji we współczesnym świecie. Pierwszy z zabierających głos ekspertów, dr hab. Marcin Flieger, prof. AWL (Akademia Wojsk Lądowych we Wrocławiu), wskazał wyzwania stojące przed współczesnymi firmami, działającymi w warunkach niepewności i kryzysów. Przedstawił też możliwości współpracy międzyorganizacyjnej w takich warunkach. O możliwościach wdrażania w organizacjach innowacyjnego zarządzania i warunkach powstawania innowacji cyfrowych mówił kolejny z ekspertów, którym był dr hab. Roman Batko, prof. AGH (Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie), a mgr Tomasz Hapunowicz (Prezes Zarządu Mostostal Siedlce sp. z o.o.) wskazał trudności, z jakimi spotyka się jego przedsiębiorstwo działające w turbulentnym otoczeniu.

Druga część panelu ekspertów podejmowała tematykę czynnika ludzkiego w innowacyjnej organizacji. Jednym z ekspertów w tej części konferencji był dr hab. Bogusz Mikuła, prof. UEK (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie), który wskazał, jak można pozyskiwać i utrzymywać utalentowanych pracowników w dobie dużej konkurencji na rynku pracy, jak również odniósł się do kwestii tworzenia klimatu innowacyjności wśród pracowników. Zagadnienia związane z wykorzystaniem pracy zdalnej podczas pandemii COVID-19 oraz po jej zakończeniu w swojej wypowiedzi poruszył dr hab. Piotr Wróbel, prof. UG (Uniwersytet Gdański). Innowacje powstają na styku nauki i biznesu. O współpracy pomiędzy ośrodkami naukowo-badawczymi i przedsiębiorstwami mówiła dr hab. Agnieszka Bukowska-Piestrzyńska, prof. UŁ (Uniwersytet Łódzki). Obrady podczas konferencji prowadzone były w pięciu sesjach równoległych i podejmowały tematykę dotyczącą innowacji w organizacjach oraz ich finansowania, bezpieczeństwa ekonomicznego i cyfryzacji gospodarki.

W konferencji uczestniczyli też przedstawiciele biznesu, dla których przygotowany został warsztat na temat: Koncepcja Przemysłu 4.0 – idea koncepcji, kierunki transformacji gospodarki, przykłady, szanse i zagrożenia, przeprowadzony przez dr. Marka Szajczyka (Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach).

W obradach uczestniczyli przedstawiciele 18 ośrodków naukowych w Polsce i sześciu ośrodków naukowych z zagranicy.

opracowała: Monika Wakula

Triple Helix Conference XXI

Triple Helix Conference to międzynarodowa konferencja Potrójnej Helisy, miejsce multidyscyplinarnych spotkań, mających na celu refleksję nad relacjami, jakie łączą uniwersytet, przemysł i rząd. To wyjątkowe wydarzenie gromadzi czołowych naukowców, decydentów i praktyków z całego świata. Triple Helix Conference każdego roku skupia ok. 300-400 ekspertów, a jej organizatorem jest inny ośrodek akademicki.

Tegoroczna konferencja odbyła się w Universitat Ramon Llull Barcelona, w dniach 26-29 czerwca, a jej temat przewodni brzmiał „Przedsiębiorcze i zaangażowane uczelnie na rzecz zrównoważonego rozwoju. Łączenie edukacji, badań i innowacji w celu osiągnięcia celów zrównoważonego rozwoju i ESG”.

Program konferencji obejmował sesje specjalne i robocze, wydarzenia równoległe oraz kursy mistrzowskie. Celem tego wydarzenia było promowanie badań i analiz pozwalających na przełożenie modeli akademickich na praktyczne osiągnięcia, także poprzez wspieranie międzynarodowej wymiany naukowców. Konferencja Triple Helix łączy środowisko akademickie, rządowe, biznesowe i społeczne, żeby dzielić się skutecznymi praktykami oraz przesunąć granice dynamicznych relacji pomiędzy przedsiębiorczymi uniwersytetami, inteligentnymi rządami, wydajnym przemysłem oraz zaangażowanym społeczeństwem obywatelskim w ekosystemie innowacji.

opracował: Marek Reichel