

Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu

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

Nr 2/2025 (16)

Nowy Sącz, grudzień 2025

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 – Bogusz Mikuła (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu);
zastępca redaktora naczelnego – Marek Reichel (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu),
Jarosław Reszczyński (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu);
sekretarz redakcji – Monika Danielska (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 – Iwona Gawron (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu), Marek Jasiński
(Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu), Wojciech Fill (Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu)

Rada naukowa

Peter Adamišin (Uniwersytet Preszowski w Preszowie); Grażyna Aniszewska-Banaś (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie);
Andrzej Antoszewski (Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego); Dymytr Bodnar (Zachodnioukraiński Uniwersytet Narodowy);
Paweł Churski (Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu); Oleksii Druhov (Uniwersytet Narodowy Politechnika 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 (Wydział Ekonomiki Biznesu z siedzibą w Koszycach, Uniwersytet Ekonomiczny w Bratysławie); Joanna M. Moczydłowska
(Politechnika Białostocka); Mieczysław Morawski (Politechnika Warszawska); Elżbieta Skrzypek (Uniwersytet Kaliski im. Prezydenta
Stanisława Wojciechowskiego); Svitlana Volosovych (Kijowski Narodowy Uniwersytet Handlu i Ekonomii)

Zespół recenzentów

Sabina Baraniewicz-Kotasińska (Uniwersytet Opolski); Roman Batko (Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie); Oksana Bodnar
(Narodowy Uniwersytet Pedagogiczny im. Wołodomyra Hnatiuka w Tarnopolu); Krystyna Brzozowska (Uniwersytet Szczeciński);
Daria Chmielewska (Akademia Wychowania Fizycznego w Katowicach); Paweł Churski (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu);
Tomasz Czaprán (Wyższa Szkoła Ekonomii i Informatyki w Krakowie); Joanna Czesak (Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie);
Justyna Danielewicz (Uniwersytet Łódzki); Magdalena Dolhasz (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Joanna Duda (Akademia
Górniczo-Hutnicza w Krakowie); Paweł Dziekański (Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach); 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 Jakóbiak
(zastępca prezesa NBP Oddział w Krakowie); Marcin Jurgilewicz (Politechnika Rzeszowska); Hubert Kaczmarczyk (Uniwersytet
Jana Kochanowskiego w Kielcach); Marcin Kopeć (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Paweł Krzemiński (Uniwersytet
Ekonomiczny w Krakowie); Danuta Krzywda (emerytowany pracownik-doktor Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie);
Michał Kudłacz (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Mirosław Kwieciński (Państwowa Akademia Nauk Stosowanych w Krośnie);
Paweł Łukasik (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); 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 Sołtyk (Uniwersytet
Ekonomiczny w Krakowie); Tomasz Stefaniuk (Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach); Grzegorz Strupczewski
(Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Wanda Sułkowska (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Sylwia Wiśniewska (Uniwersytet
Ekonomiczny w Krakowie); Aleksandra Witoszek-Kubicka (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Barbara Worek (Uniwersytet Jagielloński);
Bernadetta Zawilińska (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Magdalena Zdun (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)

Recenzenci w roku 2025

Joanna Czesak; Justyna Danielewicz; Magdalena Dolhasz; Paweł Krzemiński; Michał Kudłacz; Mirosław Kwieciński;
Sławomir Pastuszka; Robert Perdał; Łukasz Popławski; Piotr Sołtyk; Tomasz Stefaniuk; Aleksandra Witoszek-Kubicka

© Copyright by Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu
Nowy Sącz 2025

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 (CC By 4.0).
Treść licencji jest dostępna pod adresem <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.pl>
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: 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

Słowo wstępne	5
Kazimierz ZIELIŃSKI Przestrzenne zróżnicowanie poziomu rozwoju gospodarczego w Polsce – kierunki zmian	7
Joanna MARCISZ Rola wartości w polskim szkolnictwie wyższym na tle ewolucji idei uniwersytetu.....	21
Natalia JAŚKIEWICZ Zależność między poziomem przedsiębiorczości a poziomem bezrobocia w województwach: małopolskim, podkarpackim i śląskim w latach 2018-2023	37
Judyta WITOWSKA Znaczenie przyczynowości w rachunkowości.....	57
Julianna KOCZY Stereotypy płciowe a wybory konsumentów z pokolenia Z w obszarze pielęgnacji osobistej.....	68
PRZEGLĄD NOWOŚCI WYDAWNICZYCH	80
Informacje o Autorach	85
Wnioski z konferencji naukowych.....	86

Słowo wstępne

Szanowni Państwo!

Z wielką przyjemnością przekazujemy Państwu numer 16 naszego czasopisma. Tym razem zawiera on pięć artykułów o zróżnicowanej tematyce, co oddaje szerokie spektrum podejmowanych w nim zagadnień.

Pierwszy artykuł, autorstwa Kazimierza Zielińskiego, ukazuje ocenę zróżnicowania procesu rozwoju gospodarczego różnych regionów Polski. Przeprowadzone analizy lat 2000-2022 dowodzą występowanie odmiennych poziomów rozwoju gospodarczego różnych części naszego kraju, co powinno skutkować odpowiednią aktualizacją polityki regionalnej.

Artykuł Joanny Marcisz koncentruje się na zagadnieniu kultury organizacyjnej instytucji szkolnictwa wyższego. Dokonana w nim została analiza wartości promowanych przez wybrane uczelnie w Polsce na tle czołowych uczelni świata.

Artykuł Natalii Jaśkiewicz omawia złożoną sytuację na rynku pracy trzech polskich województw Polski Południowej. Przedstawione w nim analizy wartości wskaźników przedsiębiorczości i stopy bezrobocia, a także dynamiki zatrudnienia obrazują znaczące zróżnicowania pod tym względem badanych województw i uzasadniają konieczność różnicowania polityki regionalnej w zakresie wspierania przedsiębiorczości i walki z bezrobociem.

Judyta Witowska w artykule na temat przyczynowości w rachunkowości podjęła problematykę metod wykorzystywanych do identyfikowania i analizy zależności przyczynowo-skutkowych.

Julianna Koczy podjęła w swoim opracowaniu złożoną tematykę stereotypów dotyczących płci w obszarze zachowań konsumenckich pokolenia Z segmentu pielęgnacji osobistej rynku kosmetyków. Artykuł ten w szczególności należy polecić menedżerom polskiej branży kosmetycznej.

Zachęcam Państwa do zapoznania się z opisami nowości wydawniczych. Tym razem omówione zostały książki: E. Wojciechowskiego pt. *Myślenie ekonomiczne w procesie działania*, M. Chałupczak pt. *Balans między efektywnością a zaangażowaniem organizacyjnym. Zespoły szkolno-przedszkolne w strukturze systemu edukacji*, a także *Złować frajera. Ekonomia manipulacji i oszustwa*, której autorami są G.A. Akerlof i R.J. Shiller, jak również praca pt. *Społeczna Gospodarka Rynkowa – w poszukiwaniu zrównoważonego ładu*, przygotowana pod redakcją naukową E. Mączyńskiej, P. Pysza i M. Urbaniec.

Na zakończenie chcę Państwu zarekomendować wnioski z XIX Międzynarodowej Konferencji Naukowej „Współczesne problemy ekonomii, zarządzania, finansów, ubezpieczeń i bankowości”.

Życząc Państwu miłej lektury, jednocześnie serdecznie zapraszam do zgłaszania artykułów naukowych, które ukażą się na łamach kolejnych numerów naszego czasopisma.

Bogusz Miłucha
redaktor naczelny

Kazimierz ZIELIŃSKI

Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska
ORCID: 0000-0003-4905-0589

PRZESTRZENNE ZRÓŻNICOWANIE POZIOMU ROZWOJU GOSPODARCZEGO W POLSCE – KIERUNKI ZMIAN

Streszczenie

Zasadniczym celem opracowania jest ocena zróżnicowania procesu rozwoju gospodarczego w Polsce w układzie podregionów NUTS-3. Po teoretycznych rozważaniach na temat przesłanek i przejawów zróżnicowania struktur terytorialnych, zaprezentowano wyniki badań empirycznych, kwantyfikując skalę zróżnicowania produktu krajowego brutto *per capita* oraz kierunki i dynamikę przeobrażeń strukturalnych. Badania wykazały, że w latach 2000-2022 w Polsce miała miejsce dywergencja regionalna, choć w miarę upływu czasu tempo tego procesu zmniejszało się. W końcowej części wskazano na możliwości oraz skuteczność stosowania instrumentów polityki regionalnej w kształtowaniu struktur przestrzennych.

Słowa kluczowe: gospodarka regionalna, zróżnicowanie przestrzenne, polityka regionalna.

REGIONAL DIFFERENTIATION OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN POLAND – DIRECTIONS OF CHANGE

Summary

The principal aim of this study is to assess the differentiation of the economic development process in Poland at the NUTS-3 subregional level. Following theoretical considerations regarding the premises and manifestations of territorial structural disparities, the paper presents the results of empirical research quantifying the extent of differentiation in gross domestic product per capita, as well as the directions and dynamics of structural transformations. The research demonstrated that between 2000 and 2022, Poland experienced regional divergence; however, over time, the pace of this process tended to decrease. The final section points to the possibilities and effectiveness of using regional policy instruments in shaping spatial structures.

Keywords: regional economy, spatial differentiation, regional policy.

Wprowadzenie

Z punktu widzenia poziomu rozwoju gospodarczego, jednostki przestrzenne tworzą swoiste spektrum zróżnicowania. Jednostki o wysokim poziomie i potencjale rozwojowym, oferując wiele różnorodnych możliwości prowadzenia działalności gospodarczej, stanowią jeden kraniec tego spektrum. Drugi kraniec skupia regiony o słabej pozycji, wolnym uzależnionym rozwoju i zazwyczaj słabo zdywersyfikowanej strukturze gospodarczej.

Zaprezentowane w opracowaniu rozważania mają na celu określenie skali i kierunku zmian zróżnicowania poziomu rozwoju gospodarczego. Badania dotyczą przestrzennej struktury gospodarki polskiej w układzie podregionów NUTS-3 w latach 2000-2022. W pierwszej części pracy wskazano na przyczyny i przejawy zróżnicowania struktur przestrzennych, opierając się na ustaleniach teoretycznych. Druga część to empiryczny obraz terytorialnych zróżnicowań poziomu rozwoju gospodarczego oraz kierunków i dynamiki ich przeobrażeń. Trzecia część zawiera omówienie możliwości kształtowania struktur przestrzennych.

Wspólną cechą wielu teorii rozwoju regionalnego jest przeciwstawianie obszarów peryferyjnych ośrodkom centralnym¹. Regiony centralne, będąc bardziej rozwiniętymi jednostkami o zróżnicowanej strukturze gospodarczej, mają większe możliwości generowania i przyciągania przedsiębiorstw. W wymiarze społeczno-ekonomicznym obszary biedniejsze, położone zwłaszcza w większej odległości od aglomeracji miejskich, są wyraźnie mniej atrakcyjnymi miejscami lokalizacji działalności gospodarczej. Wielokrotnie ich główną funkcją jest dostarczanie niskoprzetworzonych produktów, w tym też pochodzenia rolniczego. Jak jednak wykazuje J. Bański (1999), niektóre obszary niżej rozwinięte mają szanse stawać się zalążkami przyszłych centrów rozwojowych, co uzależnione jest od realizowanej polityki interregionalnej, jakości endogenicznych czynników wzrostu, jak również od środowiska menedżerskiego oraz kapitału społecznego, wspierających lokalną przedsiębiorczość.

1. Przesłanki i przejawy zróżnicowania przestrzennego

Zdolność gospodarki do podtrzymywania tendencji wzrostowych uzależniona jest od procesów zachodzących w miastach, od ich zdolności do dostosowywania się do zmian zachodzących w środowisku ekonomicznym i społecznym. Przez wiele wieków aglomeracje miejskie były ośrodkami aktywności gospodarczej, społecznej i kulturalnej. Były miejscami, w których wprowadzano innowacje technologiczne, organizacyjne i kulturowe. Struktura przestrzenna działalności gospodarczej posiada więc silne historyczne korzenie.

Rola poszczególnych czynników lokalizacji produkcji, a także kształtujących wzrost gospodarczy w ostatnich dziesięcioleciach uległa przewartościowaniu. Malejący udział rolnictwa w tworzeniu produktu krajowego brutto, udoskonalanie systemów transportowych i rozliczeń finansowych sprawiły, że tradycyjne czynniki lokalizacji nie posiadają już takiego znaczenia jak w przeszłości. Aktywność ekonomiczna koncentruje się zatem na znacznie mniejszych obszarach.

Produkcja wymaga znalezienia partnerów, którzy mogą być dostawcami komponentów bądź odbiorcami wyrobów gotowych. Decyzje lokalizacyjne innych podmiotów mają zatem wpływ na wybór lokalizacji produkcji nowych organizacji gospodarczych. Bliskość partnerów umożliwia nie tylko zmniejszenie kosztów transportu, ale też uzyskiwanie dodatkowych korzyści wynikających ze specjalizacji produkcji, usytuowania w bezpośrednim otoczeniu specjalistycznych usług, zwiększonych możliwości korzystania z istniejącej infrastruktury, łatwiejszych kontaktów między

¹ Np. teoria polaryzacji regionalnej (Myrdal, 1958), „bieguny wzrostu” (Perroux, 1950), teoria rdzenia i peryferii (von Stackelberg, Hahne, 1998).

różnymi interesariuszami, ośrodkami kumulującymi podaż i popyt. Z natury rzeczy takimi ośrodkami stają się miasta, chociaż dystans przestrzenny nie jest jedynym czynnikiem wpływającym na kumulację aktywności gospodarczej.

Rozwój ekonomiczny aglomeracji miejskich charakteryzuje się cyklicznością. Sformułowany na podstawie wielu faktów historycznych oraz analiz porównawczych, model rozwoju aglomeracji miejskich wykazuje, że aglomeracje przechodzą przez trzy fazy rozwoju (Jacobs, 1984). Wytwarzanie wielu artykułów, które są wywożone do innych obszarów kraju lub za granicę, to typowe cechy pierwszego etapu rozwoju. Działalność ta umożliwia sprowadzanie coraz większej ilości niezbędnych towarów. Drugi etap cyklu to silny wzrost miejscowej produkcji ukierunkowanej na zastępowanie sprowadzanych z zewnątrz dóbr i usług przy zmniejszaniu się ilości wywożonych produktów. W efekcie w trzecim etapie rozwoju aglomeracje miejskie osiągają bardziej zróżnicowaną wewnętrzną strukturę gospodarki, co jest przesłanką do tworzenia nowych, dotychczas niewytwarzanych, produktów i ich wywozu do innych jednostek osadniczych. Oznacza to stopniowy powrót do pierwszego etapu kolejnego cyklu rozwojowego.

Scharakteryzowany model prowadzi do konkluzji, że fundamentalne znaczenie dla rozwoju regionów zurbanizowanych posiada trwałe dążenie do zastępowania miejscową produkcją dóbr oraz usług sprowadzanych z zewnątrz. Wiele regionów koncentrujących się głównie na wytwarzaniu produktów przeznaczanych na zewnętrzne rynki zbytu w długich okresach cechuje się właściwie stagnacją gospodarczą. Są one bowiem silnie narażone na ujemne oddziaływanie takich czynników jak wyczerpywanie się zasobów, dekonstrukcję gospodarczą, restrykcje polityczne czy powstawanie substytutów. W Polsce związane z transformacją systemową zmniejszanie produkcji przemysłowej szczególnie odczuwały regiony wyspecjalizowane w wytwarzaniu wąskiego asortymentu dóbr, np. aglomeracja łódzka. W Stanach Zjednoczonych wyspecjalizowane aglomeracje także doświadczały istotnych trudności gospodarczych w długim okresie, np. regiony górnicze w Pensylwanii czy też rejon Pittsburgha koncentrujący się na produkcji wyrobów hutniczych.

Gospodarka aglomeracji miejskich długookresowo ukierunkowana na rynki innych obszarów nie jest w stanie osiągać wielu korzyści wynikających z bardziej zróżnicowanej struktury wewnętrznej. Dążenie do zaspokajania własną produkcją sprowadzanych dóbr i usług jest bowiem warunkiem dywersyfikacji lokalnego rynku i zmniejszania wachlarza dostaw z zewnątrz. Implikuje to zapotrzebowanie na inne kwalifikacje pracowników, a w dalszej perspektywie staje się przesłanką do transferu niektórych nowych rezultatów działalności gospodarczej do otaczających obszarów.

Istotną konkluzją wynikającą z omawianego modelu jest konieczność permanentnego dostosowywania się do otoczenia oraz restrukturyzacji gospodarki regionu. Wysoka elastyczność reakcji na wciąż zachodzące zmiany i zdolność do ciągłego wprowadzenia innowacji sprawiają, że aglomeracje są w stanie osiągać stosunkowo wysokie tempo wzrostu i stawać się atrakcyjnymi miejscami lokowania gałęzi przemysłu zaliczanych do wysokich technologii. Wrażliwość na zmiany ma coraz większe znaczenie, jako że w ostatnich dziesięcioleciach miał miejsce proces narastania niestabilności warunków gospodarowania (Szymański, 2011). Wzrost natężenia turbulencji otoczenia przejawia się we wzroście nowości zmian, intensywności oddziaływania, szybkości zmian i rosnącej złożoności otoczenia (Peszek, 2021, s. 54). Brak zdolności adaptacyjnych do turbulentnego otoczenia prowadzi do stagnacji rozwoju, a nawet do regresu.

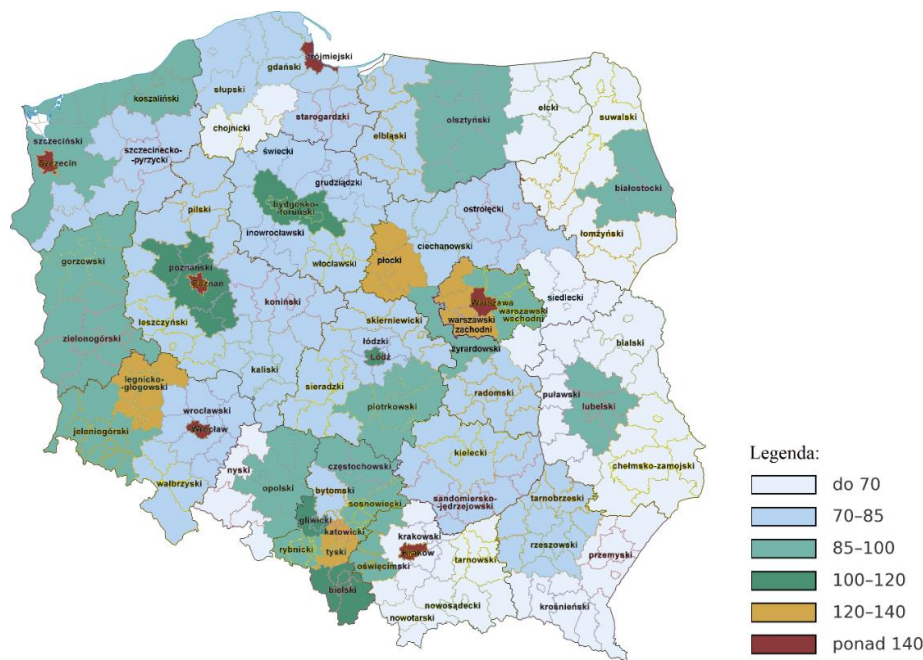
Powyższe procesy oddziałują na dynamikę i strukturę prowadzonej działalności gospodarczej. Koncentracja ludzi i zasobów implikuje różnicowanie pełnionych przez jednostki osadnicze funkcji. Jak wskazuje W. Christaler, rozmieszczenie ośrodków osadniczych jest rezultatem pełnionych przez nich funkcji centralnych, czyli rodzajów działalności mających na celu zaspokajanie potrzeb ludności. Ponieważ skala produkcji w ośrodkach centralnych przewyższa popyt, produkty oferowane są także poza tymi miejscami, co powoduje wzrost kosztów transportu, a więc i ceny. W miarę rosnącej odległości od miejsca wytwarzania popyt na nie zmniejsza się aż do punktu, w którym oferowanie tych produktów staje się nieopłacalne. Z uwagi na zróżnicowaną optymalną skalę produkcji poszczególne dobra odznaczają się odmiennym terytorialnym zasięgiem i progiem sprzedaży, czyli minimalną wielkością popytu zapewniającą opłacalność. Charakterystyki te określają stopień centralizacji lokalizacji. Funkcje (dobra) wyższego rzędu mają szeroki zasięg i wysoki punkt sprzedaży, natomiast dobra niższego rzędu posiadają niewielki zasięg i niski punkt sprzedaży. Dobra wyższego rzędu wytwarzane są w niewielkiej liczbie największych ośrodków, a dobra niższego rzędu – w dużej liczbie ośrodków. W przestrzeni gospodarczej ośrodki usytuowane są więc hierarchicznie. Najwyższy szczebel obejmuje ośrodki posiadające wszystkie funkcje ośrodków niższego rzędu, a kolejne szczeble – ośrodki o coraz mniejszej liczbie funkcji. Ośrodki centralne wraz ze znajdującymi się wokół nich obszarami tworzą przestrzenno-funkcjonalny system (von Stackelberg, Hahne, 1998, s. 41).

Zróżnicowane funkcje stanowią podstawę tworzenia różnego rodzaju regulacji prawnych, co nadaje formalny charakter rozdziału na jednostki centralne i peryferyjne. Obowiązujące w aglomeracjach miejskich normy prawa, odmienne od obszarów zurbanizowanych, uwydatniają rozdzielenie jednostek osadniczych. Aglomeracje cechują się diametralnie wyższym zróżnicowaniem funkcjonalnym, co generuje większe możliwości rozwoju. Jednostki peryferyjne, niebędące w stanie zaoferować analogicznej skali zróżnicowania funkcjonalnego, znajdują się w znacznie gorszej pozycji konkurencyjnej. Dominujące aglomeracje, przyciągając bowiem przedsiębiorstwa zaliczane do sektora high-tech, a także firmy oferujące usługi biznesowo-finansowe, powodują, że właśnie w tych jednostkach koncentruje się wysoko kwalifikowana siła robocza. Jednostki osadnicze, funkcjonując poza obszarem wysoce zurbanizowanym, zamieszkiwane są zatem przez osoby o niższych kwalifikacjach, co nie sprzyja wyrównywaniu poziomu rozwoju gospodarczego, a tym samym i dochodów.

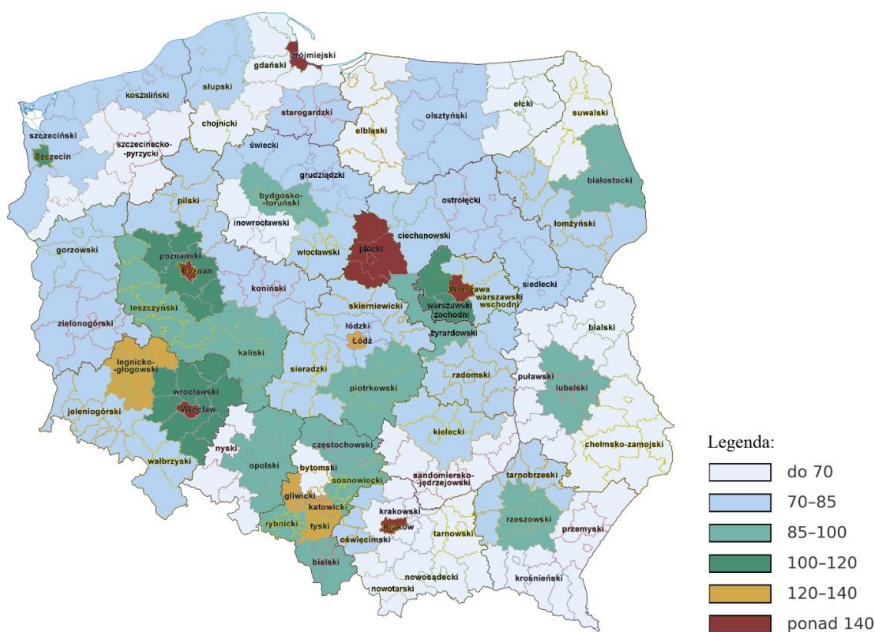
Oddalenie od centrów aktywności gospodarczej powoduje, że firmy podejmujące działalność gospodarczą narażone są na wyższe koszty transportu, a także na trudności związane z pozyskiwaniem wysoko kwalifikowanej siły roboczej. Tymczasem kapitał ludzki jest zasadniczym czynnikiem wytwórczym, kształtującym innowacyjność oraz procesy rozwoju gospodarczego. Kreowanie wiedzy technologicznej odbywa się głównie w przedsiębiorstwach, z kolei wiedza ta rozprzestrzenia się w innych organizacjach gospodarczych, wywołując pozytywne efekty (Romer, 1986). Choć negatywne wstrząsy ekonomiczne mają miejsce głównie w aglomeracjach centralnych, to jednostki mniejsze bardziej odczuwają ich negatywny wpływ. Stosunkowo wysokie ryzyko inwestycyjne związane z mniejszą gęstością zaludnienia, trudnościami w pozyskiwaniu wysoko kwalifikowanej siły roboczej, ograniczoną odpornością na wstrząsy stanowi wówczas przesłankę do depopulacji obszarów bardziej oddalonych od centralnych aglomeracji.

2. Zróżnicowanie przestrzenne – ocena empiryczna

Badania empiryczne zostały przeprowadzone w oparciu o dane liczbowe dotyczące kształtowania się produktu krajowego brutto w układzie podregionów według klasyfikacji NUTS-3. Aby osiągnąć porównywalność, stosowne dane liczbowe wyrażono w cenach z 2000 roku. Oceniając poziom i kierunki zmian terytorialnego zróżnicowania poziomu rozwoju gospodarczego, wielkości produktu krajowego brutto na mieszkańca w poszczególnych podregionach porównano do przeciętnego poziomu w Polsce. Wyniki w układzie sześciu klas zamieszczono na rysunku 1 (2000 rok) oraz rysunku 2 (2022 rok).



Rysunek 1. Produkt krajowy brutto *per capita* w podregionach w 2000 roku (Polska = 100).
Źródło: opracowanie własne.



Rysunek 2. Produkt krajowy brutto *per capita* w podregionach w 2022 roku (Polska = 100).
Źródło: opracowanie własne.

Terytorialna struktura działalności gospodarczej w Polsce jest wysoce zróżnicowana. Wysokie wartości wskaźnik produktu krajowego brutto na mieszkańca osiąga na ogół w głównych aglomeracjach miejskich. Najwyższy poziom, przekraczający o 189,2% i o 145,4% średnią krajową, odpowiednio dla 2000 i 2022 roku osiągnięto w podregionie miasto Warszawa. Szczególnie niskimi wartościami tego wskaźnika charakteryzują się obszary położone wzdłuż wschodniej i południowej granicy kraju. Najniższy poziom w 2000 roku odnotowano w podregionie krakowskim (61,2% średniej krajowej), a w 2022 roku w podregionie łódzkim (60,2%).

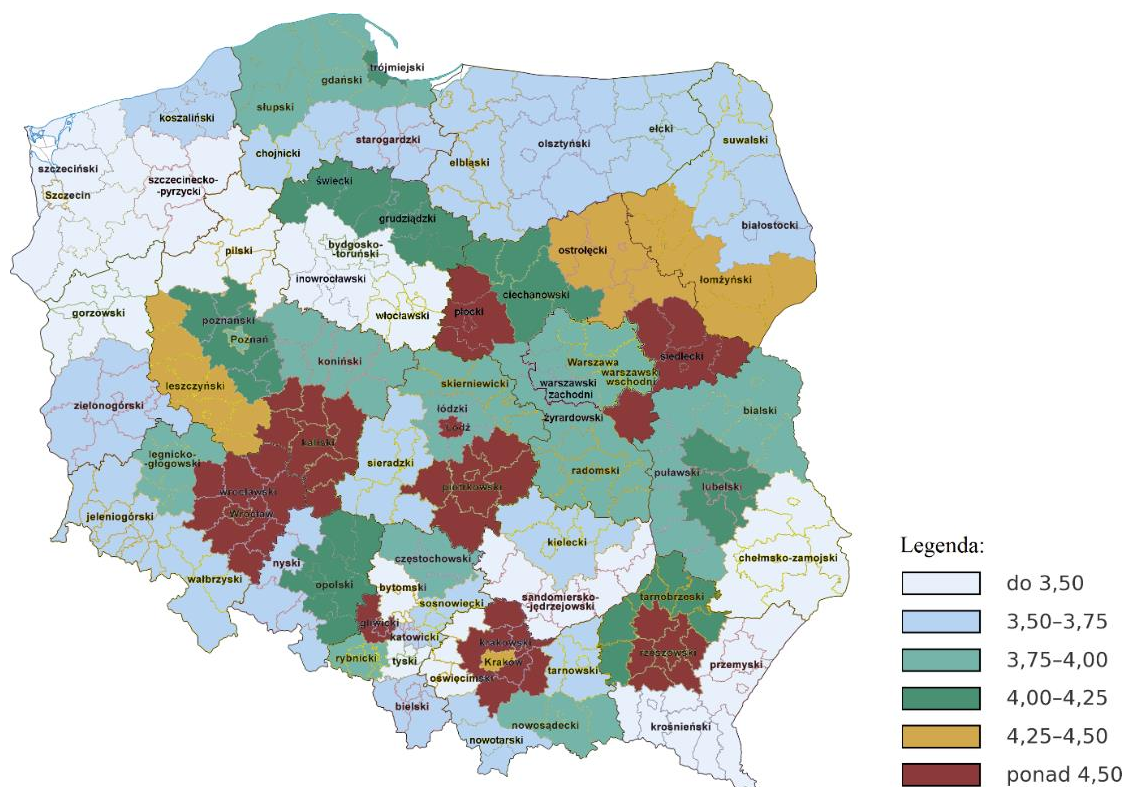
W latach 2000-2022 w grupie powyżej 140% średniego krajowego poziomu, oprócz Warszawy, znajdowały się miasta Poznań, Kraków i Wrocław oraz podregion trójmiejski, obejmujący miasta Gdańsk, Gdynia i Sopot. Ponadto w 2000 roku w grupie tej znajdował się jeszcze podregion miasto Szczecin, a w 2022 roku podregion płocki.

Produkt krajowy brutto na mieszkańca przekraczający od 20% do 40% średnią krajową osiągnięto w pięciu podregionach. Trzy spośród nich: podregiony katowicki, tyski i legnicko-głogowski znajdowały się w tej grupie zarówno w 2000 roku, jak też w 2000 roku. W 2000 roku w tej grupie mieściły się jeszcze podregiony: warszawski-zachodni i płocki, a w 2022 roku podregiony: gliwicki i miasto Łódź.

Produkt krajowy brutto *per capita* w granicach 100-120% średniej krajowej osiągnięto w 2000 roku w ośmiu, a w 2022 roku w dziewięciu podregionach. Pięć spośród nich znajdowało się w tej grupie zarówno w 2000 roku, jak też w 2022 roku. Były to podregiony: katowicki, tyski, legnicko-głogowski, warszawsko-zachodni oraz miasto Łódź. W 2000 roku w skład grupy wchodziły jeszcze podregiony: płocki, bydgosko-toruński i bielski, a w 2022 roku – gliwicki, wrocławski, poznański oraz miasto Szczecin.

Spośród 73 podregionów niższy od średniej krajowej poziom aktywności gospodarczej w 2000 roku odnotowano w 57, a w 2022 roku w 58 podregionach. Liczebność grupy 85-100% przeciętnego poziomu produktu krajowego brutto na mieszkańca zmniejszyła się w okresie od 2000 roku do 2022 roku. Grupa ta obejmowała 16 i 13 podregionów odpowiednio dla podanych dat badań. Zarówno w 2000 roku, jak i w 2022 roku w skład grupy 70-85% średniej krajowej wchodziło 26 podregionów. Klasa grupująca podregiony o poziomie produktu krajowego brutto *per capita* poniżej 70% liczyła w 2000 roku 15, a w 2022 roku 19 podregionów. Odsetek ten przyjmował szczególnie niskie wartości, oprócz wspomnianego powyżej podregionu przemyskiego, w podregionach chełmsko-zamojskim, nowotarskim i krośnieńskim.

Dynamikę przeobrażeń strukturalnych skwantyfikowano, estymując średnioroczne tempo wzrostu gospodarczego w okresie 2000-2022. Podstawą estymacji stosownego parametru były równania wykładniczej funkcji trendu. Przeciętne roczne tempo wzrostu w Polsce wynosiło 4,01%. Było ono znacząco zróżnicowane w układach terytorialnych: najwyższe w podregionie płockim (5,74%), a najniższe – dwukrotnie niższe – w przemyskim (2,89%). Oprócz podregionu plockiego wysokie wartości stopy wzrostu gospodarczego osiągnięto w podregionach: wrocławskim (5,69%), gliwickim (4,89%), miasto Wrocław (4,86%), kaliskim (4,68%) i krakowskim (4,67%). Niskie tempo wzrostu gospodarczego, oprócz wspomnianego podregionu przemyskiego, odnotowano w podregionach tyskim (3,00%), miasto Szczecin (3,05%), chełmsko-zamojskim (3,07%) i bydgosko-toruńskim (3,21%).



Rysunek 3. Średnioroczne tempo wzrostu produktu krajowego brutto *per capita* w układzie podregionów w okresie 2000-2022.

Źródło: opracowanie własne.

Dotychczasowe rozważania sugerują, że w latach 2000-2022 w Polsce miał miejsce proces pogłębiania się zróżnicowań regionalnych pod względem poziomu rozwoju gospodarczego. Świadczą o tym zróżnicowane średnie tempo wzrostu, a także mniejsza liczba podregionów osiągających ponadprzeciętny poziom PKB *per capita* w skali kraju oraz większa liczba podregionów wchodzących w skład klasy do 70% średniej krajowej. Aby zweryfikować tę opinię, zastosowano procedurę oszacowania parametrów opisujących konwergencje typu β i typu σ . Konwergencję typu β określono poprzez estymację następującego równania regresji:

$$\frac{1}{T} (\ln Y_{iT} - \ln Y_{i0}) = \alpha_0 + \alpha_1 \ln Y_{i0} + \varepsilon_i \quad (1)$$

gdzie:

Y_{iT} – wartość PKB w podregionie i w roku końcowym,

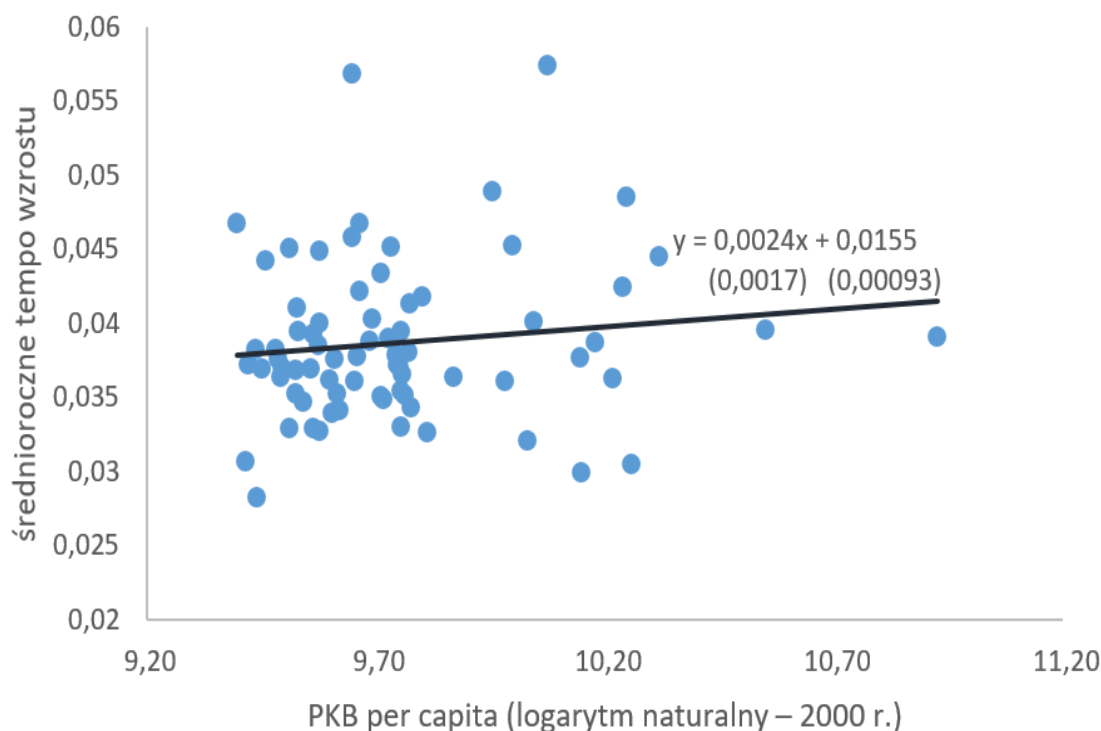
Y_{i0} – wartość PKB w podregionie i w roku początkowym,

T – liczba lat między rokiem końcowym a początkowym (np. $T = 22$ dla okresu 2000-2022),

α_0, α_1 – szacowane parametry strukturalne,

ε_i – składnik losowy.

Wyniki estymacji zamieszczono na rysunku 4. Ponieważ parametr α_1 przyjmuje wartości dodatnie, w badanym okresie miała miejsce dywergencja przestrzennych struktur gospodarczych w układzie podregionów.



Rysunek 4. Konwergencja typu β .

Źródło: opracowanie własne.

Weryfikując dynamikę przestrzennego zróżnicowania rozwoju gospodarczego, oszacowano również parametry równania charakteryzującego konwergencję typu σ . Tego typu konwergencja ma miejsce wtedy, gdy zróżnicowanie produktu krajowego brutto na mieszkańca zmniejsza się w miarę upływu czasu. W przeciwnym wypadku ma miejsce dywergencja układów przestrzennych. Zróżnicowanie terytorialne skwantyfikowano, posługując się odchyleniem standardowym logarytmów naturalnych produktu krajowego brutto na mieszkańca. Podstawę oceny kierunku przeobrażeń struktury terytorialnej stanowiło następujące równanie:

$$s(\ln Y_t) = \alpha_0 + \alpha_1 t + \varepsilon_t \quad (2)$$

gdzie:

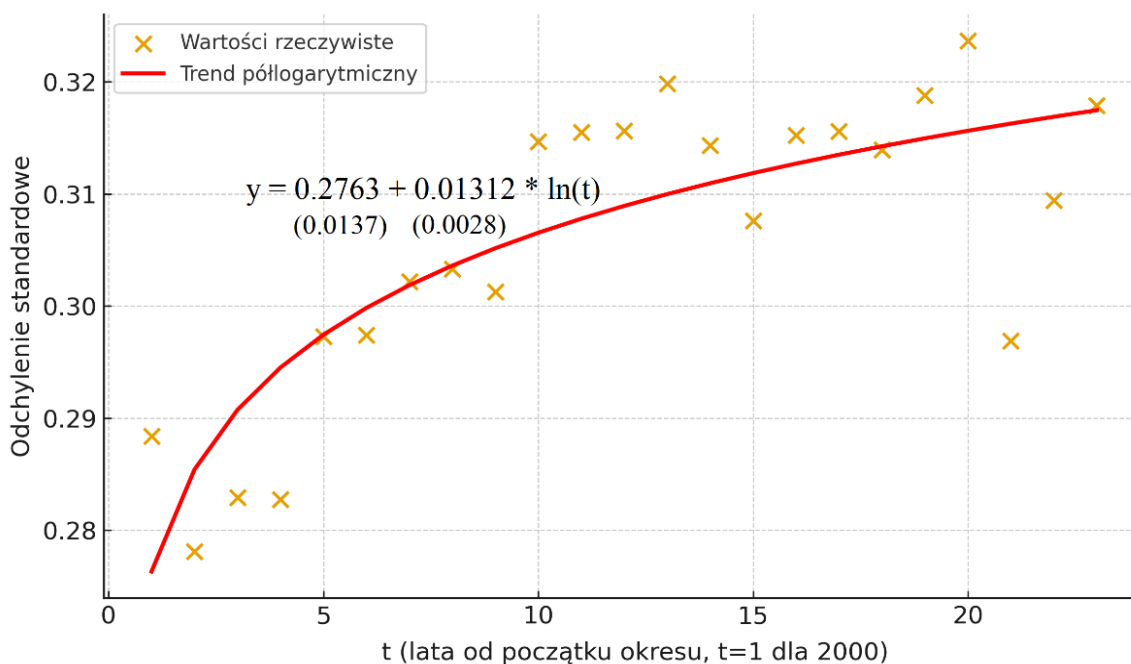
$s(\ln Y_t)$ – odchylenie standardowe logarytmów naturalnych PKB *per capita* w roku t ,

t – zmienna czasowa,

α_0, α_1 – szacowane parametry strukturalne,

ε_t – składnik losowy.

Wyniki estymacji parametrów równania (2) zaprezentowano na rysunku 5.



Rysunek 5. Tendencja rozwojowa odchyleń standardowych.

Źródło: opracowanie własne.

Ponieważ parametr α_1 przyjmuje wartości dodatnie, można wyrazić opinię, że w latach 2000-2022 miała miejsce dywergencja struktur przestrzennych. Wprawdzie odmienna tendencja wystąpiła w niektórych latach, ale były to zjawiska krótkookresowe, niezmieniające ogólnego kierunku przekształceń struktury przestrzennej. Reasumując, w Polsce w układach przestrzennych miało miejsce zjawisko coraz większego zróżnicowania struktur przestrzennych. Potwierdziły to dodatnie wartości parametrów charakteryzujących konwergencje typu β i typu σ . Jednakże w miarę upływu czasu dynamika wzrostu zróżnicowania zmniejszała się.

3. Implikacje dla polityki regionalnej

Jakie powinny być kierunki i tempo przeobrażeń przestrzennej struktury gospodarki? Czy władze publiczne powinny dążyć do wyrównywania poziomu rozwoju gospodarczego w układach regionalnych? Jakie instrumenty i z jakim natężeniem powinny być stosowane? Odpowiedzi na te pytania powiązane są z wyborem polaryzacyjno-dyfuzyjnego lub wyrównawczego modelu polityki regionalnej.

Przyjęcie polaryzacyjno-dyfuzyjnego modelu oznacza, że długotrwały wzrost gospodarczy stanowi zasadniczy cel gospodarowania i równocześnie jest najważniejszym kryterium oceny krajowej polityki regionalnej. W ramach tego podejścia nie zakłada się osiągnięcia założonej *ex ante* terytorialnej struktury gospodarki. Podejmowane działania mają wspierać wzrost produktywności czynników wytwórczych, prowadząc do efektywniejszego wykorzystywania potencjalnych możliwości rozwojowych oraz podnoszenia konkurencyjności gospodarki. G. Gorzelak pisze, że: „zasadniczym celem krajowej prowadzonej przez rząd polityki regionalnej powinno być wspieranie procesów rozwoju kraju nawet za cenę (...) wzrostu zróżnicowań regionalnych” (2004, s. 64).

Realizacja modelu polaryzacyjno-dyfuzyjnego oznacza, że w strukturze przestrzennej coraz bardziej dominują główne regiony wysoko rozwinięte, ponieważ tworzą one warunki do wzrostu krańcowej produktywności czynników wytwórczych. Lokalizacja produkcji w miejscach wysokiej centralizacji ułatwia bowiem osiąganie dodatkowych korzyści, wynikających z bliskości otoczenia specjalistycznych usług, funkcjonowania niezbędnej infrastruktury, a także z powiązań między pracownikami. Skoncentrowanie działalności gospodarczej na stosunkowo niewielkiej przestrzeni sprzyja osiąganiu korzyści aglomeracyjnych zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Korzyści wewnętrzne wynikają z możliwości wzrostu skali produkcji. Regiony wysoko rozwinięte cechują się bowiem z jednej strony wysokim potencjałem innowacyjnym, a z drugiej potencjalnymi klientami o stosownej sile nabywczej, czyli są wystarczającymi rynkami zbytu dla nowatorskich produktów. Korzyści zewnętrzne przejawiają się w możliwościach rozszerzania asortymentu produkcji, implementowania osiągnięć technologicznych, pogłębiania specjalizacji, uczestnictwa w sieciach współpracy, korzystania z kwalifikowanej siły roboczej, a także z tworzenia wyspecjalizowanych rynków pracy (Gawlikowska-Hueckel, 2003, s. 17). Występują również korzyści mniej widoczne, w postaci ulepszonej koordynacji procesów produkcyjnych, mniejszych kosztów administracji, a także zwiększonej intensywności pracy i jej efektywności, co powiązane jest z możliwościami uzyskiwania wyższych dochodów (Isard, 1965, s. 257-258).

Neoklasyczne teorie wzrostu gospodarczego wskazują na możliwości wyrównywania się różnic w produktywności czynników wytwórczych. Z uwagi na elastyczność procesów dostosowawczych rynki automatycznie prowadzą do wyrównywania się różnic branżowych oraz terytorialnych. Czynniki wytwórcze w warunkach rynkowych przenoszone są bowiem do chwili, w której ma miejsce wyrównanie się krańcowych produktywności we wszystkich miejscach danej przestrzeni. Wzrost wynagrodzeń w miejscach centralnych przyciąga bowiem siłę roboczą z oddalonych jednostek osadniczych, co z jednej strony implikuje spadek produktywności pracy w regionach zurbanizowanych, a z drugiej prowadzi do wzrostu produktywności w słabiej rozwiniętych regionach.

Scharakteryzowana powyżej ścieżka rozwoju wymaga mobilności czynników produkcji, powszechnego dostępu do technologii oraz racjonalnego postępowania uczestników stosunków rynkowych. Tymczasem występuje wiele różnych przyczyn ograniczających mobilność siły roboczej, np. niedostosowanie posiadanych kwalifikacji do ofert pracy, zbiorowe porozumienia płacowe czy system zabezpieczeń socjalnych. Dyfuzja technologii podlega także istotnym ograniczeniom poprzez prawa własności intelektualnej, np. patenty, tajemnice handlowe, prawa autorskie. Czynniki te oraz współczesne struktury rynkowe dalekie od wymogów konkurencji doskonałej, a niekiedy także nieracjonalne postępowanie uczestników stosunków rynkowych, powodują, że działanie sił rynkowych bardziej pogłębia, jak wykazuje G. Myrdal (1958, s. 44-62), niż wyrównuje różnice przestrzenne. Przenoszenie siły roboczej i kapitału nie przeciwdziała procesom powiększania różnic regionalnych. Ma bowiem miejsce wymywanie zasobów słabiej rozwiniętych regionów przez uprzywilejowane jednostki przestrzenne, czego jaskrawym przykładem jest tzw. drenaż mózgow.

Polaryzacyjno-dyfuzyjny model polityki regionalnej wywołuje zwiększenie przestrzennego zróżnicowania dochodów ludności i warunków bytowych. Wzrasta zatem presja społeczno-polityczna na transfery środków finansowych z zamożnych do słabiej rozwiniętych regionów. Mające socjalny charakter transfery, zwiększając dochody w uboższych regionach, zmniejszają lukę w sile nabywczej ludności zamieszkującej gospodarczo słabiej rozwinięte regiony. Chociaż transfery zwiększają potencjał lokalnego rynku, to jednak nie muszą w istotnym stopniu przyczyniać się do przyspieszenia wzrostu gospodarczego uboższych regionów. Znacząca część zwiększonych dochodów przeznaczona jest bowiem na zakup dóbr i usług, które wytwarzane są w regionach zamożnych. Ponadto zaoszczędzone dochody często trafiają do regionów zamożnych poprzez system bankowy.

Realizacja modelu polaryzacyjno-dyfuzyjnego zatem z jednej strony sprzyja wzrostowi produktywności czynników wytwórczych w regionach zurbanizowanych i w skali kraju, z drugiej zaś przyczynia się do zwiększania różnic przestrzennych w poziomie rozwoju, a zatem i standardzie życia obywateli. Duże różnice mogą nie być społecznie akceptowalne, a nawet negatywnie oddziaływać na wzrost gospodarczy. W regionach centralnych pojawiają się bowiem efekty przeludnienia, wzrasta presja inflacyjna oraz zwiększa się natężenie ujemnych efektów urbanizacyjnych. W regionach uboższych ma miejsce zaś deprecjacja kapitału ludzkiego i społecznego, co m.in. przejawia się stopniową utratą posiadanych już kwalifikacji, zwiększonym natężeniem kwestii społecznych. Oprócz korzystnych występują więc niekorzystne skutki koncentracji działalności gospodarczej. Stanowi to inspirację do budowy koncepcji optymalnej wielkości miast, czyli prób określenia sytuacji, w której w przeliczeniu na mieszkańca różnice pomiędzy dochodami wynikającymi z pozytywnych efektów koncentracji a wydatkami ponoszonymi z tytułu negatywnych efektów są największe (von Stackelberg, 1998, s. 49-51).

Działania w ramach wyrównawczego modelu polityki regionalnej wielokrotnie ukierunkowywane są na rozbudowę infrastruktury, szczególnie transportowej. Czy i w jakim stopniu rozbudowa tej infrastruktury prowadzi do konwergencji realnej sfery gospodarki? Trudno udzielić jednoznacznej odpowiedzi na tak sformułowane pytanie, nie znając lokalnych uwarunkowań. Z jednej strony, rozbudowując infrastrukturę, można osiągać korzystne rezultaty z powodu większej dostępności niższych kosztów transportu. Zwiększa to atrakcyjność inwestycyjną, inspirując przedsiębiorstwa do zmiany lokalizacji, szczególnie gdy ich produkcja uzależniona jest od immobilnych miejscowych zasobów czynników wytwórczych. Poprawa infrastruktury transportowej, z drugiej strony, powoduje wzrost natężenia konkurencji zewnętrznej. Stawia to miejscowe przedsiębiorstwa w trudniejszej sytuacji ekonomicznej. Zlokalizowane na obszarach zurbanizowanych przedsiębiorstwa są bowiem w stanie taniej przemieszczać produkty, a więc zaspokajać popyt w bardziej oddalonych obszarach i równocześnie korzystać z efektów aglomeracji.

W warunkach niemal pełnej swobody przepływu kapitału, istotną grupą instrumentów polityki regionalnej stały się różnego rodzaju subwencje. Deregulacja i niekontrolowany rozwój rynków finansowych w skali międzynarodowej spowodowały, że w dużym stopniu odwrócona została klasyczna formuła sprawowania władzy. Naciskiem przymusu nie jest już próba wkroczenia kapitału, ale jego niewkraczanie bądź odpływ (Szymański, 2012, s. 13). W tej sytuacji wzrasta znaczenie różnych form

subwencjonowania przedsiębiorstw, szczególnie zaliczanych do sektora wysokich technologii. Subwencjonowanie może przybierać różnorodne formy, np. niższych obciążeń podatkowych, refundacji części kosztów, preferencji kredytowych czy dofinansowania udziału w kampaniach reklamowych. Aby subwencje prowadziły do wyrównywania się poziomu rozwoju gospodarczego, powinny one być stosowane w regionach opóźnionych. W przeciwnym wypadku oczekiwania ograniczenia dywergencji nie zostaną spełnione.

W ramach wspomnianej wyżej grupy instrumentów istotne znaczenie posiadają specjalne strefy ekonomiczne, które właściwie są zbiorem różnego rodzaju subsydiów udzielanych funkcjonującym w nich przedsiębiorstwom. Strefy przyczyniają się do wzrostu gospodarczego, jeśli ich funkcjonowanie przyciąga inwestycje, które w innych warunkach nie byłyby zrealizowane w kraju. Jeżeli jednak inwestycje zostałyby podjęte, nawet gdyby specjalne strefy nie zostały utworzone, albo gdy podjęcie produkcji w strefie zmusza przedsiębiorstwa działające poza jej obrębem do proporcjonalnego ograniczenia produkcji, stosowania tego instrumentu nie można byłoby uznać za korzystne dla całej gospodarki. Tym niemniej jednak specjalne strefy ekonomiczne przyczyniają się do konwergencji regionalnej, jeżeli lokalizowane są na obszarach gospodarczo niżej rozwiniętych.

Konwergencję realnej sfery gospodarowania wspierają wszelkie działania zmierzające do obniżenia kosztów wdrażania innowacji. Postęp technologiczny oraz innowacje – nauka, inżynieria, zarządzanie, przedsiębiorczość – to bowiem, oprócz zasobów ludzkich, zasobów naturalnych i kapitału, fundamentalny czynnik długotrwałego wzrostu gospodarczego (Samuelson, Nordhaus, 2012, s. 508-511). Tylko jednostki terytorialne charakteryzujące się wysoką innowacyjnością mogą osiągnąć względnie trwałą pozycję konkurencyjną. Wysokie tempo wzrostu gospodarczego zapewnia głównie sektor wysokich technologii, których rozwój kumuluje się w ośrodkach centralnych. Modernizacja struktury gospodarczej i wzrost produktywności czynników wytwórczych w regionach uboższych opiera się zazwyczaj na procesach dyfuzji. Tempo implementacji osiągnięć technologicznych i organizacyjnych w dużej mierze uzależnione jest od potencjału endogenicznego niżej rozwiniętych regionów. Proces przyswajania wiedzy odbywa się bowiem na poziomie poszczególnych osób, organizacji gospodarczych i instytucji. Ważna jest zatem jakość zaplecza naukowo-badawczego, struktura kapitału ludzkiego, system edukacyjny i instytucjonalna struktura gospodarki.

Wielu autorów sądzi, że polityka innowacyjna to najsukcesowniejszy element europejskiej polityki spójności (np. Andersson, 2005). Finlandia oraz Irlandia, które w polityce gospodarczej większy nacisk położyły na wspieranie innowacyjności, osiągnęły wyższą dynamikę długookresowego tempa wzrostu niż Grecja i Hiszpania, które skoncentrowały się głównie na rozbudowie infrastruktury transportowej. Proces absorpcji nowatorskich rozwiązań wymaga współpracy funkcjonujących nie tylko w regionie, ale też w jego otoczeniu, podmiotów i wykorzystywania współczesnych technologii komunikacyjnych. Sieci powiązań umożliwiają bardziej elastyczne reagowanie na zmieniające się zapotrzebowanie nabywców. Pozytywnie wpływają również na gotowość do wprowadzania zmian i obniżanie kosztów transakcyjnych. Kluczowe znaczenie posiada sposób działania instytucji w zakresie tworzenia oraz wzmacniania środowisk innowacyjności i przedsiębiorczości (Mączyńska, Pysz, Urbaniec, 2025). Działalność innowacyjna napotyka bowiem na wiele barier o różnorodnym

charakterze (Czaja i in., 2021, s. 57-69). Dotyczą one głównie niedostatków wiedzy, sposobów współpracy z oraz między instytucjami, których zadaniem jest wspieranie działalności innowacyjnej, a także pozyskiwanie środków na współfinansowanie działań innowacyjnych (Wysocka, 2022, s. 59-64). W takich warunkach postawy kreacyjne i korporacyjne kształtują efektywność działalności ludzi, która wpływa na rozwój endogeniczny i przyszłość regionu.

Podsumowanie

W latach 2000-2022 postępowało zróżnicowanie poziomu rozwoju gospodarczego w układzie podregionów, chociaż w drugiej połowie analizowanego okresu tempo tego procesu uległo osłabieniu. Zwiększanie się różnic posiada zarówno korzystne, jak też niekorzystne skutki dla gospodarki narodowej i społeczeństwa. Niezwykle trudnym zadaniem jest precyzyjne określenie, jakie jest optimum zróżnicowania, tym bardziej że cele ekonomiczne i społeczne często nie są zgodne.

Spośród instrumentów kształtowania rozwoju regionalnego szczególne znaczenie posiada wspieranie przedsiębiorczości i innowacyjności. Sprawne funkcjonowanie sfery innowacji to duże szanse na zmniejszenie luki rozwojowej. Szereg prac wskazuje na nieefektywność polityki regionalnej realizowanej w ramach Unii Europejskiej. Polityka spójności ma niewielki związek ze stopą wzrostu gospodarczego (Boldrin, 2001), a fundusze strukturalne nie powodują trwałego rozwoju regionów słabo rozwiniętych (Rodriguez-Pose, Fratesi, 2004). Nie wszyscy autorzy podzielają tę opinię na temat skuteczności podejmowanych działań. Podwyższanie długookresowej stopy wzrostu, a także wzmacnianie procesów konwergencji regionalnej możliwe jest jednak wtedy, gdy środki działania wkomponowane są w różne polityki. W przeciwnym wypadku nie można utrzymywać stabilnych podstaw rozwoju gospodarczego.

Bibliografia

- Andersson, R. (2005). The Efficiency of Swedish Policy. *The Annals of Regional Science*, 4.
- Bański, J. (1999). Obszary problemowe w rolnictwie Polski. *Prace Geograficzne*, 172. Warszawa: IGiPZ PAN.
- Boldrin, M. (2001). Inequality and Convergence in Europe's Regions Reconsidering European Regionals Policies. *Economic Policy*, 32.
- Czaja, I., Kosała, M., Michalik, Z., Rogoda, B., Urbaniec, M., Zieliński, K. (2021). *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw*. Warszawa: Difin.
- Gawlikowska-Hueckel, K. (2003). *Procesy rozwoju regionalnego w Unii Europejskiej. Konwergencja czy polaryzacja?* Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Gorzelać, G. (2004). Polska polityka regionalna wobec zróżnicowań polskiej przestrzeni. *Studia Regionalne i lokalne*, 4.
- Isard, W. (1965). *Metody analizy regionalnej. Wprowadzenie do nauki o regionach*. Warszawa: PWN.
- Jacobs, J. (1984). *Cities and the Wealth of Nations. Principles of Economic Life*. New York: Random House.
- Mączyńska, E., Pysz, P., Urbaniec, M. (2025). *Społeczna Gospodarka Rynkowa – w poszukiwaniu zrównoważonego ładu*. Warszawa: PTE.

- Myrdal, G. (1958). *Teoria ekonomii a kraje gospodarczo nierozwinięte*. Warszawa: Polskie Wydawnictwa Gospodarcze.
- Perroux, F. (1950). Economic Space: Theory and Application. *Quarterly Journal of Economics*, 64(1).
- Peszko, A. (2021). *Nauki o organizacji w gospodarce globalnej*. Katowice: Arterior.
- Rodriguez-Pose, A., Fratesi, U. (2001). Między rozwojem a polityką społeczną – europejskie fundusze strukturalne w regionach celu 1. *Studia Regionalne i Lokalne*, 3.
- Romer, P. (1986). Increasing Returns and Long-Run Growth. *Journal of Political Economy*, 94(5), 1002-1035.
- Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D. (2012). *Ekonomia*. Poznań: REBIS.
- Stackelberg von, K., Hahne, U. (1998). Teorie rozwoju regionalnego. W: S. Golinowska (red.), *Rozwój ekonomiczny regionów. Rynek pracy. Procesy migracyjne*. Warszawa: Raport IPiSS.
- Szymański, W. (2011). *Niepewność i niestabilność gospodarcza – gwałtowny wzrost i co dalej?* Warszawa: Difin.
- Szymański, W. (2012). Niestabilność gospodarcza a szanse przedsiębiorstw. W: R. Sobiecki, J.W. Pietrewicz (red.), *Przedsiębiorstwo a narastająca niestabilność otoczenia*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Wysocka, M. (2022). Determinanty implementacji innowacji do gospodarki. *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego*, 1(96).

Joanna MARCISZ

Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska

ORCID: 0009-0004-5917-7609

ROLA WARTOŚCI W POLSKIM SZKOLNICTWIE WYŻSZYM NA TLE EWOLUCJI IDEI UNIWERSYTETU

Streszczenie

Kultura organizacyjna podmiotu składa się z kilku warstw, które wspólnie tworzą pewną specyficzną dla danej organizacji całość. Kształtowana jest ona w sposób ciągły i jest wynikiem pewnych kompromisów, które są wypracowywane w oparciu o tradycję funkcjonowania, specyficzny charakter podmiotu, członków organizacji, którzy są nośnikami swoich odrębnych kultur i którzy oddziałują na organizację, wpływając także na jej kulturę. Wartości będące elementem kultury organizacyjnej stanowią tło dla wszelkich przejawów zachowań ludzi w organizacji, a tym samym pozwalają kształtować i utrzymywać odpowiedni wizerunek organizacji w środowisku zewnętrznym. Celem artykułu jest analiza wartości promowanych przez wybrane uczelnie w Polsce na tle czołowych uczelni na świecie. Podstawową metodą badawczą jest analiza opracowań naukowych (pozycji zwartych, studiów i artykułów naukowych), poświęconych analizowanej problematyce, zarówno krajowych, jak i zagranicznych. Artykuł ma charakter przeglądowy.

Słowa kluczowe: kultura organizacyjna, szkolnictwo wyższe, wartości.

THE ROLE OF VALUES IN POLISH HIGHER EDUCATION AGAINST THE BACKGROUND OF THE EVOLUTION OF THE IDEA OF THE UNIVERSITY

Summary

The concept of organizational culture include elements that all together create a specific to a given organization. It is continuously shaped and is the result of compromises developed based on the tradition of operation, the specific nature of the entity, and the organization's members, who are carriers of their distinct cultures and who influence the organization, influencing its culture. Values that are part of organizational culture provide the framework for all manifestations of human behavior within the organization, thus enabling the development and maintenance of an appropriate image of the organization in the external environment. The aim of the article is to analyze the values promoted by selected universities in Poland in comparison to worldwide universities. The basic research method is the analysis of scientific studies (compact items, studies and scientific articles) devoted to the analyzed issues, both domestic and foreign. The article is a review.

Keywords: organizational culture, higher education, values.

Wprowadzenie

Uniwersytety, obok państwa i kościoła, są najstarszymi organizacjami, które przez wieki przetrwały niemal w niezmienionej formie, pomimo zawirowań historycznych, wojen, kryzysów i szybko postępującego rozwoju technicznego oraz technologicznego, umożliwiającego powszechny dostęp do informacji. Uznany autorytet w dziedzinie badań nad szkolnictwem wyższym – C. Kerr (2001, s. 115) – pisze, że:

około 85 instytucji świata zachodniego założonych przed 1520 rokiem przetrwało do dzisiaj w niezmienionej formie, pełniąc podobne funkcje, niezmienione przez historię. Wśród nich są kościół katolicki, parlament na wyspie Isle of Man, w Islandii oraz w Wielkiej Brytanii, kilka kantonów w Szwajcarii oraz 70 uniwersytetów. Przemijali królowie i inni władcy narodów, cechy rzemieślników, a uniwersytety trwały, często bez zmiany lokalizacji, w tych samych budynkach, w których profesorowie i studenci robili podobne rzeczy, a zarządzanie uczelnią też się nie zmieniało.

Uniwersytety stały się wzorcami dla innych uczelni powstających w okresach późniejszych i tych, których tradycje funkcjonowania obejmują kilkadziesiąt lat.

Każdy okres historyczny w rozwoju kraju przynosił nowe uwarunkowania i zadania dla szkół wyższych. W ciągu ostatnich lat w Europie nastąpiły istotne zmiany systemowe, z którymi niejednokrotnie wiązały się przekształcenia w szkolnictwie wyższym (Adamowicz, 2014, s. 17). Szkolnictwo stanęło przed koniecznością dostosowania się do zmian zarówno sytuacji wewnętrznej w kraju, jak i tendencji zewnętrznych.

Uczelnie jako organizacje pełnią ważne misje społeczne. Pierwsza polega na kształceniu studentów, przekazywaniu, wiedzy oraz kształtowaniu takich kompetencji społecznych, jak m.in.: przyjmowanie aktywnej postawy, zaangażowanie, rozwijanie komunikacji, budowanie relacji interpersonalnych i umiejętności pracy w zespole. Śmiało zatem można stwierdzić, że uczelnia poza kształceniem – przekazywaniem wiedzy i umiejętności – też wychowuje. Druga misja polega na prowadzeniu działalności naukowo-badawczej, a więc podejmowaniu badań naukowych, wnioskowania na ich podstawie i wzbogacania dotychczasowej wiedzy o nowe, innowacyjne aspekty. Trzecia misja realizowana przez uczelnie związana jest kreowaniem wzajemnych relacji z otoczeniem, których efektem ma być upowszechnianie oraz popularyzacja wyników badań, a także ich wdrażanie, w tym komercjalizacja (Leja, Kola, 2015, s. 21-23). Może ona polegać na nawiązywaniu i utrzymywaniu współpracy ze środowiskiem społeczno-gospodarczym, np. z przedsiębiorstwami, w zakresie dostosowywania kierunków kształcenia do potrzeb rynku pracy, organizacji praktyk zawodowych w organizacjach gospodarczych, realizacji wspólnych inicjatyw czy konferencji oraz sympozjów dotyczących ważnych zagadnień i problemów. To, że jest to trzecia misja nie oznacza, że odgrywa ona najmniejszą rolę. Każda ze wskazanych ról jest tak samo ważna zarówno dla uczelni (której funkcjonowanie w obecnych warunkach uzależnione jest od studentów – czyli otoczenia), jak i dla społeczeństwa (bazującego na odkryciach naukowców, ale też kształcących i rozwijających się w oparciu o zdobyte na uczelni wykształcenie).

Tym, co przez lata pozwala przetrwać uczelniom jako organizacjom i nie zatracić istoty swego funkcjonowania są wyznawane wartości. Stanowią one podstawę do wszelkich decyzji oraz działań podejmowanych przez władze uczelni i członków tych organizacji. Stanowią trzon i podstawę wyznaczenia kierunków dalszych działań, ale również przesądzą o sposobie zachowania członków danej organizacji, stanowiąc równocześnie element jej kultury organizacyjnej.

Celem artykułu jest analiza wartości promowanych przez wybrane uczelnie w Polsce na tle czołowych uczelni na świecie. Podstawową metodą badawczą jest analiza opracowań naukowych (pozycji zwartych, studiów i artykułów naukowych), poświęconych analizowanej problematyce, zarówno krajowych, jak i zagranicznych. Artykuł ma charakter przeglądowy.

1. Istota kultury organizacyjnej

Pojęcie „kultura organizacyjna” zaczęło funkcjonować w naukach o zarządzaniu w połowie XX wieku. W 1951 roku E. Jacques w swojej książce użył sformułowania „kultura organizacji” w odniesieniu do podmiotu gospodarczego, wskazując, że jest ona zwyczajowym, tradycyjnym sposobem myślenia i działania. Muszą poznawać ją nowi członkowie organizacji i przynajmniej częściowo zaakceptować, jeśli sami chcą być zaakceptowani jako pracownicy. Nowi członkowie w mniejszym lub większym stopniu zaczynają się do niej stosować. Sposób myślenia i działania wynika częściowo ze wspólnych poglądów, wartości oraz norm (Jacques, 1951, s. 252). Do połowy lat 80. XX wieku tematyka kultury organizacyjnej nie cieszyła się dużym zainteresowaniem badaczy ani praktyków zarządzania. Uważa się, że głównymi powodami takiego stanu rzeczy było niedocenianie czynnika kulturowego w zachowaniach organizacyjnych i postrzeganie kultury jako niewyraźnego elementu organizacji (Bate, 1984, s. 43-66). Dopiero w kolejnych latach nastąpił silny rozkwit zainteresowania tą tematyką. Do chwili obecnej powstało wiele pojęć i interpretacji tego zjawiska, z których wybrane zawarto w tabeli 1.

Tabela 1

Wybrane definicje kultury organizacyjnej

Autor definicji	Definicja pojęcia „kultura organizacyjna”
H. Schwartz, S.M. Davis	Kultura organizacyjna jest wzorem przekonań i oczekiwań podzielanych przez członków organizacji. Te przekonania i oczekiwania tworzą normy, które kształtują zachowania jednostek i grup w organizacji (1981, s. 33).
C. Siehl, J. Martin	Kulturę organizacji można pojmować jako klej spajający organizację w całość za pośrednictwem wspólnych wzorców znaczenia. Kultura skupia się na wartościach, przekonaniach i oczekiwaniach członków (1984, s. 227).
T. Deal, A. Kennedy	Kultura organizacji to sposób, w jaki my to tutaj robimy (1988, s. 4-20).
M. Bratnicki, R. Kryś, J. Stachowicz	Kultura organizacyjna to podzielane znaczenia i symbole, rytuały, schematy poznawcze nieustannie formowane i przekształcane w miarę, jak organizacja stara się zrównoważyć wymogi zachowania wewnętrznej spójności z potrzebami reakcji wykrywanymi w otoczeniu. Kultura ta obejmuje wzorce kategoryzowania rzeczywistości, schematy decyzyjne kategoryzujące zjawiska, procedury ignorowania lub interpretowania anomalii mogących naruszyć użytkowany układ odniesienia (1988, s. 67).

Cz. Sikorski	Kultura organizacyjna system wzorów myślenia i działania, które są nieformalnie utrwalone w środowisku społecznym organizacji i mają znaczenie dla realizacji jej formalnych celów (2002, s. 4).
E.H. Schein	Wzór podzielanych fundamentalnych założeń, które dana grupa stworzyła, rozwiązując problemy adaptacji do otoczenia i integracji wewnętrznej. Wzór można uznać za obowiązujący. Jest on wpajany nowym członkom organizacji jako prawidłowy sposób rozwiązywania problemów (2004, s. 14).
P. Sztompka	Kultura to całościowy sposób życia charakterystyczny dla danej zbiorowości, na który składa się wszystko to, co ludzie robią, myślą i posiadają jako członkowie społeczeństwa (wzory działania, myślenia i wyposażenia materialnego) (2004, s. 255).

Źródło: opracowanie własne na podstawie literatury przedmiotu zamieszczonej w tabeli.

Część badaczy, definiując kulturę organizacyjną, wskazuje na te aspekty, których nie należy utożsamiać z kulturą organizacji. P. Markiewicz stwierdza, że kultura organizacyjna to nie ekskluzywne wyposażenie, piękne obrazy w biurach, to nie organizowanie wyjazdów na grzyby czy też wieczorków poetyckich. Są to możliwe części kultury organizacyjnej, ale to wcale nie oznacza, że kultura organizacyjna musi takie elementy posiadać. Kultura organizacyjna nie jest też tym, na co organizacja może sobie pozwolić wtedy, gdy osiąga wysokie dochody. Kulturę przedsiębiorstwo posiada niezależnie od tego, ile zarabia (Markiewicz, 2005, s. 44-47).

Dodatkowym czynnikiem utrudniającym rozumienie kultury organizacyjnej jest istnienie pojęć bliskoznacznych, jak np. klimat organizacyjny. B. Mikuła pisze, że ta wieloznaczność rozumienia kultury organizacyjnej może powodować to, że termin ten może być utożsamiany z klimatem organizacyjnym. Sytuację dodatkowo utrudnia fakt, że w odniesieniu do definicji pozostałych pojęć też nie ma zgodności teoretyków. Autor podejmuje próbę usystematyzowania pojęć i rozgraniczenia ich znaczeń (2000, s. 33-40). Przyjmuje się, że klimat w organizacji stanowi powierzchnię kultury i jest jej bezpośrednim, łatwo obserwowalnym przejawem. J. Stankiewicz oraz M. Moczulska (2012, s. 213-224) podkreślają, że klimat organizacyjny zależy zarówno od wiedzy pracowników na temat organizacji, jak i relacji międzyludzkich. Wyznacza go w dużej mierze jakość pracy pracowników i stopień ich identyfikacji z firmą.

Należy zatem zauważyć, że w odniesieniu do pojęcia „kultura organizacyjna” występuje różnorodność definicji określających jej istotę. Z tego też powodu nie można wskazać jednej, powszechnie akceptowalnej i uniwersalnej definicji tego terminu. Ł. Sułkowski podkreśla, że definicje pojęcia nie pozostają ze sobą w sprzeczności, lecz tworzą bardziej doskonały obraz różnych aspektów złożonego fenomenu kultury organizacyjnej (2002a, s. 57).

Analizując literaturę przedmiotu w zakresie kultury organizacyjnej, już na początku można zauważyć, że podobnie jak w przypadku definicji i ujęcia istoty problemu, również w odniesieniu do modelu kultury organizacyjnej istnieje wiele różniących się od siebie przekonań. Badacze prezentują odmienne modele kultury organizacyjnej, m.in. *Model kultury organizacyjnej* według E. Scheina (1985), *Model kultury organizacyjnej* według G. Hofstede (2000), *Model wartości konkurujących* K. Camerona i R. Quinna (2007), w oparciu o które następnie wypracowano typologię.

Jednym z najczęściej przywoływanych modeli kultury organizacyjnej jest model E. Scheina. Składa się on z elementów nazywanych poziomami kultury, wyodrębnionych w oparciu o dwa kryteria: trwałości rozumianej jako stopień uświadomienia ich przez uczestnika organizacji, a także widoczności definiowanej jako łatwość obserwacji. Badacz ten patrzył na kulturę organizacji jako zbiór dominujących wartości i norm działania typowy dla danej organizacji, wzmacniany założeniami o naturze rzeczywistości i przejawiający się w artefaktach – zewnętrznych i sztucznych twórcach danej kultury (Schein, 2004, s. 13-15).

Model kultury organizacyjnej opisany przez E. Scheina prezentuje trzy poziomy kultury tworzące formę piramidy: artefakty – zwane symbolami, które stanowią one szczyt piramidy, normy i wartości – stanowiące poziom pośredni, a także założenia podstawowe – najniższy poziom (rysunek 1).



Rysunek 1. Model kultury organizacyjnej według E. Scheina.

Źródło: *Organizational Culture and Leadership* (s. 14), E. Schein, 2004, San Francisco: Jossey-Bass.

Rdzeń kultury organizacyjnej stanowią założenia podstawowe, czyli zbiory podstawowych wzorców orientacji i wyobrażeń, a także założenia filozoficzne oraz światopoglądowe, wpływające na postrzeganie i działanie (Ibidem, s. 28).

Normy i wartości stanowią poziom pośredni, a dzielą się na (Schein, 1985, s. 26):

- deklarowane, tj. sugerujące, co dla organizacji jest dobre, godne pochwały, a co naganne;
- przestrzegane, czyli takie, które można odkryć dzięki nieformalnym rozmowom i zachowaniom.

Najbardziej widoczny poziom kultury organizacyjnej stanowią symbole, zwane artefaktami, czyli to, co widzimy, czujemy i słyszymy w zetknięciu z daną kulturą organizacyjną. Artefakty stanowią o stylu organizacji. E. Schein wyróżnił trzy grupy artefaktów (Ibidem, s. 25):

- artefakty językowe, obejmujące m.in. język, legendy, mity, wspólnie używane sformułowania i wyrażenia oraz skróty myślowe, żargon, hasła;
- artefakty behawioralne, obejmujące m.in. rytuały, ceremonie, zachowania;
- artefakty fizyczne, obejmujące m.in. przedmioty materialne, logo organizacji, oznaki statusu, wygląd i wystrój budynków, technologię, sztukę, sposób ubierania się członków organizacji.

E. Schein zauważa, że kultura zawsze istnieje w jakiejś grupie ludzi, która jest jej twórcą, gospodarzem lub właścicielem. Grupa w tym przypadku jest rozumiana jako zbiór jednostek, które przebywają razem na tyle długo, by mieć wspólne, znaczące problemy, a także mieć możliwość rozwiązywania tych problemów, obserwowania rezultatów rozwiązań i przyjmowania nowych członków. Te trzy warunki, zdaniem E. Scheina, muszą być spełnione, by istniała możliwość określenia kultury jakiegokolwiek grupy ludzi czy organizacji. Podkreśla on znaczenie trzeciego warunku dotyczącego przyjmowania nowych członków. Podczas tego procesu następuje przekazanie preferowanych wzorów myślenia, odczuwania i zachowań. Przekazywane mogą być tylko wzory uznawane powszechnie za słuszne i prawomocne. Przyjmowanie nowych członków jest więc sprawdzianem, czy grupa ma co przekazać.

Decyzja, co przekazać w procesie socjalizacji, jest sprawdzianem spójności grupy oraz jej przywiązania do wartości i założeń kulturowych. Ponadto E. Schein uważa, że siła kultury zależy od stabilności członkostwa oraz od faktu, czy grupa miała wspólne doświadczenia, radziła sobie z problemami. Jeżeli w organizacji nie ma dużej rotacji członków, ludzie należą do niej od jakiegoś czasu, kierownictwo nie zmienia się często i grupa ta ma długą historię, co oznacza, że wielokrotnie wspólnie rozwiązywała problemy, to jest to kultura silna. Autor prognozuje, że organizacje o silnej kulturze i stałym składzie kierownictwa mogą zachować swoją kulturę mimo dużej rotacji szeregowych członków. Warunkiem jest przeprowadzenie intensywnej socjalizacji. Autor nie zgadza się z powszechnym przekonaniem, że silna kultura zwiększa skuteczność organizacji. Nie siła kultury, lecz jej rzeczywista treść oraz stopień, w jakim jej rozwiązania odpowiadają wymaganiom środowiska, wydają się być według E. Scheina decydującymi zmiennymi (Ibidem, s. 66-67).

2. Rozwój szkolnictwa wyższego w Europie

Początki szkolnictwa wyższego można odnaleźć sięgając wiele lat wstecz w historii świata. Pojęcie „uniwersytet” wywodzi się z łacińskiego słowa *Universitar magistrorum et scholarium*, oznaczając w dosłownym rozumieniu ogół nauczycieli i uczniów. Uniwersytet należy do najstarszych i najważniejszych instytucji w rozwoju całego kontynentu europejskiego (Matusiak, 2010, s. 159). Historia powstawania uniwersytetu jako *spichlerza wiedzy* sięga czasów starożytnych i późniejszych, kiedy to uniwersytet z instytucji dostępnej tylko dla wybranych stał się stałym i ikonicznym elementem instytucjonalnej oprawy nowoczesnych społeczeństw (Śliz, Szczepański, 2016, s. 16). Aby zrozumieć, w jaki sposób dokonała się ta zmiana, należy zrozumieć kolejne etapy rozwoju uniwersytetów w Europie. Śledząc losy ludzkości, można zauważyć, że od zawsze dążono do poznawania świata i pomnażania wiedzy o nim. Początkowo nieuporządkowany charakter wymagał wprowadzenia ładu naukowego, a następnie pewnej instytucjonalizacji. Stało się to możliwe dzięki utworzeniu uniwersytetów. Dostępne źródła wskazują, że pierwszy uniwersytet powstał w świecie islamskim ok. 859 roku, a był nim Uniwersytet w Fezie w Maroku (Ibidem, s. 17).

Należy zwrócić uwagę, że za początek procesu kształcenia, myślenia o świecie i pomnażania wiedzy przyjmuje się czasy starożytne, kiedy na fundamencie żydowsko-chrześcijańskiego rozumienia tworzenia zaczęła rozwijać się nauka. Takie rozumienie to wynik dialogu, który prowadzili teolodzy Starego Testamentu z kolejnymi filozofami.

Wytworzono wówczas przestrzeń, w której przenikały się grecka filozofia i nauka sakralna. Filozofowie, którzy uczestniczyli w dialogu, nie pochodzili z pogańskich świątyń, ale z najwcześniejszych greckich szkół filozoficznych, takich jak Akademia Platńska. Pierwszym europejskim uniwersytetem był założony w 425 roku Uniwersytet w Konstantynopolu (obecnie Stambuł). Jednak to Uniwersytetowi w Bolonii, który został powołany z inicjatywy samych studentów w 1088 roku, przypisuje się duże znaczenie (Tatarkiewicz, 1998, s. 14).

Wraz z upływem czasu i zmianami w uwarunkowaniach zewnętrznych uniwersytet zmieniał się, a także dostosowywał do potrzeb otaczającego świata. Okres oświecenia spowodował zmianę organizacji nauczania i zastąpienie klasycznego *universitas* szkołami zawodowymi i akademiami. Nastąpił rozwój przyrodoznawstwa, zwanego filozofią przyrody, a także postęp w dziedzinie techniki – wynaleziono takie narzędzia badawcze jak teleskop i mikroskop.

W dyskusji na temat nowożytnej koncepcji uniwersytetu ukształtowały się trzy zasadnicze modele: napoleoński, newmanowski i humboldtański.

Model napoleoński został stworzony na fali porewolucyjnej odnowy. Po upadku rewolucji wszystkie francuskie uniwersytety zostały obalone, a do ich rekonstrukcji przystąpił Napoleon Bonaparte (Antonowicz, 2005, s. 28). Reformy przeprowadzone przez niego w roku 1808 miały na celu głównie dostosowanie uniwersytetów do celów pragmatycznych – kształcenia służb państwowych. Uniwersytetami zarządzano w sposób scentralizowany, były one podporządkowane tzw. akademiom, czyli regionalnym jednostkom administracyjnym. Rolą uniwersytetu było przede wszystkim kształcenie, a prowadzeniem badań naukowych zajmowały się utworzone jednostki dydaktyczno-badawcze (Cwynar, 2005, s. 51-52). Największą zmianą wobec średniowiecznego uniwersytetu było ograniczenie autonomii szkół wyższych przez centralne zarządzanie, a tak skonstruowany uniwersytet służył kształceniu kadr potrzebnych dla funkcjonowania państwa. System edukacji sprzyjał awansowi społecznemu obywateli pochodzących z niższych klas i ich zatrudnianiu w administracji państwowej (Ibidem, s. 52).

Druga z koncepcji nowożytnego uniwersytetu to model newmanowski, który choć wywarł wpływ na publiczny dyskurs o roli instytucji akademickich, to jednak nigdy nie został wcielony w życie. Kardynał J.H. Newman, przy okazji starań o powstanie katolickiego uniwersytetu w Dublinie, opracował dzieło pt. *Idea uniwersytetu*, w którym podkreślił idee i funkcje, które powinny przyświecać uniwersytetowi. Cechą wyróżniającą newmanowski model uniwersytetu spośród innych nowożytnych koncepcji miał być jego edukacyjny (wychowawczy) charakter. Dla irlandzkiego kardynała rolą instytucji akademickiej było przede wszystkim nauczanie i wychowanie, a badania pozostawiał poza murami akademii. Dużą wiedzę przykładął on do jakości wiedzy akademickiej. Według niego uniwersytet powinien zajmować się przekazywaniem wyłącznie wiedzy czystej, dlatego też poddawał krytyce wszelkie próby uzawodowienia wykształcenia akademickiego. Uważał, że sztuką uniwersytetu jest wdrażanie do życia w społeczeństwie, a jego celem przystosowanie do świata. W swojej wizji ujął kluczową w owych czasach problematykę współzależności pomiędzy kościołem a uniwersytetem. Postulował wprowadzenie niezależności uczelni od kościoła, ale tylko formalnej, gdyż praktycznie nie może on w sposób należyty osiągnąć swojego celu. Kościół jest niezbędny dla integralności uniwersytetu (Antonowicz, 2005, s. 30).

Trzecia próba odnowy idei uniwersyteckiej została zapoczątkowana na gruncie filozofii przez I. Kanta, a kontynuował ją W. von Humboldt. Głosił on ideę uniwersytetu niezależnego od wszelkich związków wyznaniowych i poddanego zwierzchności państwa, które miało go finansować. Uniwersytet ten, pomimo swojej świeckości, przypominał klasztor. Uniwersytet to szkoła wyższa, ale zarazem instytucja obdarzona najwyższym autorytetem, która może decydować, co w realiach danego kraju można uznać za prawo i prawdę. Wraz z instytucją państwa pojawiły się w uczelniach języki narodowe, zaś uniwersytet nowożytny stał się instytucją edukacyjną na trwale włączoną w organizacyjne ramy państwa. Humboldt uważał, że uniwersytet jest zawsze związany z praktycznym życiem i potrzebami państwa, gdyż podejmuje się zawsze, ze względu na państwo, praktycznych zadań kierowania młodzieżą. Postulował reorganizację niemieckiego świata nauki, polegającą na tym, że uniwersytet przydziela wszystkim członkom akademii prawo wykładowania, a akademia organizuje badania i doświadczenia, które proponuje uniwersytet (Ibidem, s. 29-30).

Jedną z aktualnych koncepcji funkcjonowania uniwersytetu jest uniwersytet społecznie odpowiedzialny. K. Leja pisze, że – korzystając z paradygmatu organizacji społecznie odpowiedzialnej H. Ansoffa – przyjęto, iż uniwersytet społecznie odpowiedzialny to organizacja służąca otoczeniu. Podobnie jak w biznesie, nie tyle uczelnia jako organizacja, ile jej pracownicy sprawią, że uniwersytet będzie służył otoczeniu. W praktyce oznacza to, że uczelnia, zachowując wartości akademickie i pielęgnując wielowiekowe tradycje, w praktyce będzie analizowała oczekiwania interesariuszy, przedstawiając im równocześnie swoją ofertę. Interesariusze będą mieli w większym stopniu niż obecnie wpływ na kształt oferty uniwersytetu. Rolą środowiska akademickiego będzie odpowiednie ustawienie położeń korektora uniwersytetu, w zależności od zmieniających się oczekiwań interesariuszy oraz zmian w otoczeniu uczelni (Leja, 2011, s. 256).

Ważnym wydarzeniem dla rozwoju szkolnictwa wyższego w Europie było podpisanie przez rektorów uczelni europejskich w 1998 roku w Bolonii Wielkiej Karty Uniwersytetów. W dokumencie tym wskazano, że uniwersytet jest autonomiczną instytucją, która pełni zasadniczą funkcję w rozwoju społeczeństw: tworzy, buduje i przekazuje kulturę w toku działalności naukowej i dydaktycznej, a obydwa obszary funkcjonowania uczelni są z sobą nierozłącznie związane. Wskazuje się na trwałość uniwersytetów, które choć wciągane są w bieżące konflikty, to starają się zachowywać wielowiekową ideę prowadzenia badań naukowych i kształcenia na poziomie akademickim.

3. Wartości w środowisku akademickim

Uczelnie są organizacjami pełniącymi wiele istotnych funkcji w społeczeństwie. Można je określić jako organizacje zaufania publicznego, w odniesieniu do których otoczenie pokłada duże oczekiwania. Aby aktywnie i skutecznie prowadzić działalność, uczelnie muszą dbać o swoją wiarygodność w środowisku, budować pozycję naukowo-badawczą i dydaktyczną. Uczelnie jako organizacje wyróżniają się bogatą tradycją, wynikającą z długoletniej praktyki funkcjonowania szkolnictwa wyższego na świecie i w Polsce. Wyjątkowość szkół wyższych przejawia się w ich trwałości. Inne podmioty przemijały, zaś uniwersytety trwały niezmiennie. Uczelnie jako organizacje działają niejednokrotnie nieprzerwanie od setek lat, ale aby przetrwać, muszą być otwarte na zmiany (Kerr, 2001, s. 1-35).

Należy pamiętać, że uczelnie jako organizacje funkcjonują w pewnym ekosystemie społecznym, który oddziałuje na nie oraz wymusza nieustanne zmiany, konieczność dostosowywania się. Nie można też pominąć faktu, że to bliższe i dalsze otoczenie zewnętrzne dla każdej uczelni jest nieco odmienne, specyficzne. Jedne uczelnie działają w aglomeracjach miejskich, stanowiących ważne ośrodki akademickie, funkcjonują w otoczeniu dużych przedsiębiorstw, korporacji, wśród firm z zagranicznym kapitałem, podczas gdy inne działają w mniejszych miastach, gdzie dominuje biznes lokalny, firmy rodzinne i mniej dynamiczne otoczenie. Uczelnie powinny działać w ścisłej symbiozie ze swym otoczeniem, podążać za potrzebami lokalnego rynku, także rynku pracy, odpowiadając na nie, dostosowując ofertę do zmieniających się uwarunkowań zewnętrznych – realizują w ten sposób tzw. trzecią misję. Turbulentność otoczenia, w którym funkcjonują uczelnie, wymusza ciągłe zmiany, m.in. w sposobie sprawowania na nich władzy, w gospodarowaniu ich finansami, procedurach stosowanych przy rekrutacji studentów czy stosowanych metodach dydaktycznych. Pojawia się wiele problemów, z którymi ten szczególny rodzaj organizacji musi sobie radzić. Ze względu na dużą liczbę zmian występujących na różnych polach działania uczelni, trudno jest – mimo najlepszych chęci oraz prób podejmowanych przez kierownictwo uczelni na różnych szczeblach – przygotować do nich wszystkich pracowników uczelni. Słaba przejrzystość i mała otwartość komunikacji mogą prowadzić do braku zaufania do organizacji i rodzić napięcia oraz frustracje wśród pracowników, co staje się powodem znacznego wzrostu niezadowolenia i może prowadzić do wzrostu liczby publikacji krytycznych wobec poszczególnych zmian, co w skrajnym przypadku może stać się powodem zwiększonej fluktuacji kadry akademickiej (Czajkowska, 2017, s. 50).

Tym, co pozwala uczelniom zachować pewną trwałość, pomimo równoczesnej zmienności, która jest ich udziałem, są właśnie uniwersalne wartości, a zatem idee wyznawane przez jednostki lub grupy, określające, co jest pożądane, właściwe, dobre, a co złe (Giddens, 2004, s. 337). Współczesne trendy w zarządzaniu wskazują na potrzebę takiego kształtowania kultury organizacyjnej, która będzie oparta na wartościach. Ich rola we współczesnych organizacjach nabiera kluczowego znaczenia. Stanowią one trzon (Hofstede, 2000, s. 43), w oparciu o który można kształtować inne elementy organizacji. Istotne jest także to, by wartości pozostawały względnie stałym elementem, który wyznacza punkt odniesienia w procesie ciągłych zmian i czasach niepewności. E. Stańczyk-Hugiet oraz S. Stańczyk przekonują, że podczas, gdy tradycyjne kultury koncentrowały się na rolach odgrywanych przez ludzi, współczesne kultury koncentrują się na jakości więzi oraz dialogu między ludźmi. P. Bate dokonuje w związku z tym rozróżnienia pomiędzy kulturami wspólnoty i sieci. Typologia ta może służyć do zrozumienia podstawowych różnic pomiędzy kulturą tradycyjnego podmiotu i kulturą sieci międzyorganizacyjnych/ekosystemów (Bate, 1984, s. 43-66).

Jednym z dokumentów, który wskazał na podstawowe zasady funkcjonowania uniwersytetów była *Magna Charta Universitatum*, podpisana po raz pierwszy 18 września 1988 roku, w 900. rocznicę założenia Uniwersytetu Bolońskiego. Akt ten parafowało wtedy 388 rektorów uczelni z całego świata. W dokumencie podkreślono istotność autonomii uniwersytetu, który jako instytucja koncentruje życie społeczne, a realizując badania naukowe i kształcenie – tworzy, wspiera i upowszechnia kulturę. Zwrócono także uwagę na nierozłączność kształcenia i badań naukowych, gdyż tylko w ten

sposób może nadszalać za zmieniającymi się potrzebami i wymaganiami społeczeństwa oraz postępem nauki. Trzecią wskazaną zasadą jest swoboda badań naukowych oraz kształcenia, a rządy i uniwersytety muszą zapewniać poszanowanie tej zasady. Ostatnią zasadą jest odpowiedzialność za utrwalanie europejskiej tradycji humanistycznej – dbałość o tworzenie wiedzy uniwersalnej, przenikanie przez granice geograficzne oraz polityczne potwierdza konieczność poznania i oddziaływania na siebie różnych kultur (www.magna-charta.org, dostęp: 10.10.2025). Zaktualizowana wersja dokumentu, opracowana w 2020 roku, uwzględnia wyzwania współczesnego świata, jak też globalny charakter działalności uniwersytetów, jednocześnie podkreślając ich rolę lokalną.

Początek XXI wieku był okresem, kiedy powstało wiele kodeksów ogólnych i uczelnianych. Przykładem takiego dokumentu był kodeks wydany w 2001 roku przez Komitet Etyki w Nauce działający przy Polskiej Akademii Nauk pt. *Dobre obyczaje w nauce. Zbiór zasad i wytycznych*. W 2004 roku został opublikowany dokument *Dobra praktyka badań naukowych. Rekomendacje*, opracowany przez Zespół Etyki w Nauce przy Ministrze Nauki (Gałat, 2018, s. 142). Kolejnym przykładem potwierdzającym znaczenie wartości dla uczelni i jej funkcjonowania jest opracowanie i przyjęcie przez Fundację Rektorów Polskich dokumentu zawierającego reguły oraz wymagania odnoszące się do sprawowania władzy nad uczelnią przez organy jednoosobowe i kolegialne. W wyniku przeprowadzonych prac Zgromadzenie Plenarne Konferencji Rektorów Akademickich Szkół Polskich (KRASP) uchwaliło kodeks pt. *Dobre praktyki w szkołach wyższych* (www.krasp.org.pl, dostęp: 05.04.2025). Kodeks został również przedstawiony Konferencji Rektorów Zawodowych Szkół Polskich, zrzeszającej władze Państwowych Wyższych Szkół Zawodowych działających w kraju. W Preambule dokumentu podkreślono nadrzędność prawdy jako wartości etosu akademickiego. Bez tej wartości uczelnie nie mogłyby funkcjonować i prowadzić swojej zwykłej działalności. Jest ona niezbędna, by uczelnie mogły prowadzić badania i je właściwie dokumentować, kształcić studentów, wspomagać ich rozwój intelektualny i moralny oraz przygotowywać przyszłych absolwentów do pełnienia funkcji publicznych i zawodowych w sposób odpowiedzialny (www.krasp.org.pl, *Dobre praktyki*, 2007, s. 6-7). W dokumencie tym zwrócono także uwagę, że kultura działania władz uczelni w istotnej mierze kreuje kulturę całej uczelni oraz jej właściwe oblicze, integruje społeczność akademicką, a także pozytywnie oddziałuje na otoczenie uczelni. Dlatego tak ważne jest sformułowanie podstawowych zasad i dobrych obyczajów w kierowaniu uczelnią, wykraczających poza wymogi prawa powszechnego oraz innych regulacji prawnych odnoszących się do uczelni.

W latach następnych publikowano kolejne dokumenty podnoszące tematykę wartości w środowisku akademickim. W 2009 roku wydany został przez Prezydium Państwowej Komisji Akredytacyjnej *Kodeks etyki Państwowej Komisji Akredytacyjnej*, a w 2017 roku *Kodeks etyki pracownika naukowego*, stworzony przez Komisję do spraw Etyki w Nauce działającą przy Polskiej Akademii Nauk.

W tym miejscu nie sposób pominąć inicjatywę tzw. *Deklarację Społecznej Odpowiedzialności Uczelni* (CSR) (www.krasp.org.pl, dostęp: 20.03.2025), która w 2017 roku została podpisana przez przedstawicieli 23 polskich uczelni, a w 2019 roku, podczas Kongresu Społecznej Odpowiedzialności Nauki, przez kolejne 60 uczelni. Dokument ten jest efektem prac Grupy roboczej ds. edukacji i popularyzacji CSR,

funkcjonującej w ramach Zespołu ds. Zrównoważonego Rozwoju i Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, będącej organem pomocniczym ówczesnego Ministra Rozwoju i Finansów. Deklaracja w 12 punktach zawiera zasady związane ze społeczną odpowiedzialnością uczelni. Podkreślono rolę wartości w nauce, wskazując ich miejsce w zadaniach podejmowanych przez uczelnie. Zwrócono uwagę na istotne znaczenie wartości w obszarze prowadzenia badań i dydaktyki, a także w procesie propagowania idei odpowiedzialności społecznej oraz rozwiązywania problemów społecznych, jak również wskazano wartości dotyczące zarządzania zadaniami na uczelni i związane z kształtowaniem relacji z interesariuszami. Choć sama deklaracja jest nową inicjatywą, to wartości wynikające z jej punktów wydają się bardzo dobrze znane środowisku naukowemu. W dokumencie można znaleźć odwołania m.in. do takich wartości, jak: sumienność, niezależność, obiektywizm, przejrzystość oraz otwartość, wrażliwość, kreatywność, kultura pracy. Podniesiono takie kwestie, jak tolerancja oraz równość w kontekście całej społeczności akademickiej i otoczenia, ale również zaznaczono współpracę międzysektorową w wymiarze współpracy z organizacjami pozarządowymi, podmiotami gospodarczymi i instytucjami państwa. Wskazuje się także na przejrzystość działań uczelni i upowszechnianie dorobku, a także takie kwestie, jak minimalizowanie negatywnego wpływu na środowisko naturalne w toku działania uczelni. Ostatni punkt dotyczy kierowania się etyką i odpowiedzialnością w prowadzeniu badań i dydaktyce, a także zapewnianiu interesariuszom możliwości korzystania z wiedzy i dorobku naukowego uczelni.

Czas wzmożonego zainteresowania tworzeniem kodeksów akademickich skutkował powstaniem tego typu dokumentów też w ramach poszczególnych uczelni. Spośród kodeksów tworzonych przez uczelnie można wyróżnić:

- *Akademicki kodeks etyczny Akademii Górniczo-Hutniczej* z dnia 26 listopada 2003 roku;
- *Akademicki kodeks wartości*, uchwalony przez Senat Uniwersytetu Jagiellońskiego w dniu 25 czerwca 2003 roku;
- *Kodeks etyki pracowników Szkoły Głównej Handlowej* w Warszawie z 2018 roku.

Tabela 2 prezentuje wybrane uczelnie z wartościami zamieszczonymi w ich kodeksach etycznych. Uwzględniono w niej też uczelnie zagraniczne: Harvard University (USA) i University of Cambridge (Wielka Brytania), które w uznawanym za prestiżowy Academic Ranking of World Universities 2025 uplasowały się w ścisłej czołówce uczelni, zajmując odpowiednio pierwsze i czwarte miejsce. Uwzględniono również czołowe polskie uniwersytety: Uniwersytet Jagielloński (miejsce 501-600 w rankingu), Akademię Górniczo-Hutniczą w Krakowie (miejsce 801-900 w rankingu) oraz Szkołę Główną Handlową (nie znalazła się w rankingu).

Tabela 2

Wartości promowane w wybranych uczelniach

Wartości	Wartości wynikające z kodeksów etycznych wybranych uczelni				
	Harvard University	University of Cambridge	Akademia Górnictwo- Hutnicza w Krakowie	Uniwersytet Jagielloński w Krakowie	Szkola Główna Handlowa w Warszawie
wolność myśli i wypowiedzi		x		x	
poszanowanie praw i różnic/ szacunek/wolność od dyskryminacji/ sprzeciwianie się patologiom	x	x	x		x
uczciwość	x		x	x	x
rzetelność	x		x	x	
dążenie do doskonałości w pracy/ profesjonalizm	x				x
odpowiedzialność	x			x	
współpraca					x
prawda				x	x
życzliwość			x	x	
sprawiedliwość				x	
lojalność				x	
samodzielność				x	
godność				x	
dbanie o imię uczelni			x		
sumienność			x		
unikanie konfliktów interesów			x		
podnoszenie poziomu społecznego zrozumienia osiągnięć nauki i techniki			x		

Źródło: opracowanie własne na podstawie kodeksów etycznych i zasad uniwersytetów: <https://www.cam.ac.uk/about-the-university/how-the-university-and-colleges-work/the-universitys-mission-and-core-values>; <https://hr.harvard.edu/our-mission-and-culture>; <https://www.uj.edu.pl/universytet-z-collegium-medicum/kodeks-wartosci>; <https://www.agh.edu.pl/o-agh/dokumenty/inne/kodeks-etyczny-agh> (dostęp: 10.10.2025).

Fundamentalnymi wartościami społeczności akademickiej, często podkreślanymi przez uczelnie w ich wewnętrznych kodeksach, są: wolność słowa, badań, wypowiedzi, poszanowanie praw, tolerancja względem różnic, szacunek, uczciwość, rzetelność, profesjonalizm, prawda, życzliwość. Nie jest to jednak katalog zamknięty, ponieważ uczelnie wskazują także na inne wartości dla nich istotne, m.in.: odpowiedzialność, lojalność, samodzielność czy dbanie o dobre imię uczelni.

Analizując wartości, do których nawiązują kodeksy etyczne wybranych uczelni, warto uwzględnić aspekt związany z ich położeniem geograficznym, a co się z tym wiąże – także z kulturą narodową. Nie sposób nie dostrzec pewnych podobieństw w tym zakresie. Opierając się na wynikach badań prowadzonych przez G. Hofstede (2000), USA (91) i Wielka Brytania (89) należą do krajów o kulturze indywidualistycznej,

co wyraża się w koncentracji na interesach jednostki, które przedkładane są ponad interesy grupy. Prywatność odgrywa dużą rolę, jednak relacje zawodowe są raczej powierzchowne. Wysoko cenione są indywidualne umiejętności, a kontakty zawodowe przewidują uzyskanie obustronnych korzyści dla stron. Z kolei polska kultura narodowa oceniana jest jako umiarkowanie indywidualistyczna (60). Polacy są bardziej „indywidualistyczni” niż typowe społeczeństwa kolektywne, jednak relacje osobiste i sieci znajomości nadal odgrywają większą rolę niż w USA. Może to powodować, że wśród wartości ujętych w kodeksach znalazły się takie wartości, jak: współpraca, lojalność, życzliwość, dbanie o imię uczelni, odnoszące się w sposób bezpośredni do relacji i lokalności.

Kolejny wymiar kultury odnosi się do wartości oraz czynników kojarzonych z męskością lub kobiecością w odniesieniu do ról społecznych. Zarówno USA (62), Wielka Brytania (66), jak i Polska (64) uważane są za społeczeństwa męskie. Kultury klasyfikowane jako męskie oczekują asertywności, twardości charakteru, koncentracji na osiąganych wynikach, rywalizacji w dążeniu do osiągnięcia sukcesu oraz gotowości do podjęcia wyzwań, aby mieć ambitną i motywującą pracę, dającą poczucie satysfakcji i spełnienia, co może przejawiać się w przyjętych wartościach: odpowiedzialności, rzetelności, dążeniu do doskonałości – cechach typowo męskich.

Dostrzegalne są także różnice w zakresie innych wymiarów kultury narodowej. Dystans władzy w USA (40) i Wielkiej Brytanii (35) osiąga relatywnie niski poziom. Dystans wyrażony jest przez sposób, w jaki podchodzi się do nierówności pomiędzy jednostkami w społeczeństwie i odzwierciedla dystans emocjonalny między znajdującymi się na różnych poziomach hierarchii członkami społeczeństwa. Polska (68) z kolei zaliczana jest do krajów z wyższym poziomem dystansu społecznego.

Dystans władzy nie ma bezpośredniego przełożenia na wartości, które promują uczelnie, ale z całą pewnością uwidacznia się na uczelniach w formie zachowań, praktyk czy artefaktów behawioralnych. Różnice w zachowaniu członków poszczególnych uczelni mogą uwidaczniać się w:

- sposobach witania się;
- używaniu formalnych lub nieformalnych zwrotów, np. posługiwanie się stopniami, tytułami naukowymi, nazwami pełnionych funkcji;
- zachowywaniu dystansu społecznego podczas rozmów;
- gestach, mimice twarzy itd.

Kolejny wymiar – unikanie niepewności – odnosi się do poziomu unikania ryzyka i zagrożeń w społeczeństwie, odczuwanego przez członków danej kultury w obliczu sytuacji nowych, nieznanych lub niepewnych. Innymi słowy, jest to poziom, w jakim członkowie danej społeczności są skłonni zaakceptować nieprzewidywalność relacji międzyludzkich i niepewność przyszłości. Polska (93) wykazuje wysoki poziom tego wskaźnika w porównaniu do USA (46) i Wielkiej Brytanii (35). Kultury o wysokim poziomie tego wskaźnika powstrzymują się od podejmowania ryzyka i niechętnie podchodzą do stosowania nowych metod, preferując wypróbowane sposoby oraz rozwiązania. Właściwa życiu niepewność jest postrzegana jako stałe zagrożenie, z którym należy walczyć, ponieważ wywołuje wysoki poziom stresu i niepokoju. Społeczeństwo ma silną potrzebę ujmowania wszystkiego w ramy praw i przepisów oraz zajmowania czasu i myśli ciężką pracą. Oznacza to silną potrzebę formalnych

zasad, struktur i unikania niejednoznacznych sytuacji. USA oraz Wielka Brytania wyróżniają się w tym zakresie większą tolerancją (niż Polska), mniejszą liczbą formalnych reguł i bardziej elastycznym podejściem do poczucia niepewności.

Unikanie niepewności może być obserwowane na polskich uczelniach jako znaczna ilość procedur, zasad i aktów prawnych regulujących różne aspekty życia uczelnianego. Materialnym przejawem potrzeby uregulowania mogą być rozliczne regulaminy, obszerne statuty, zarządzenia i uchwały regulujące funkcjonowanie uczelni w rozlicznych jej obszarach.

Z kolei orientacje długo- i krótkoterminowe jako wymiar kultury dotyczą tego, jak ukierunkowana jest działalność podmiotów na osiąganie przyszłych korzyści. Istotne jest, czy jest ona skoncentrowana na długookresowe wyniki i działania w przyszłości, takie jak oszczędzanie oraz towarzysząca mu konsekwencja działania, wytrwałość, zapobiegliwość i kształtowanie relacji, czy też zorientowana jest na osiąganie dobrych wyników w teraźniejszości. Zarówno USA (26), Wielka Brytania (51), jak i Polska (29) traktowane są jako kraje ze średnią orientacją długoterminową.

Warto zaznaczyć, że wartości mają dla organizacji znaczenie tylko wtedy, gdy są podzielane przez jej członków i mają odzwierciedlenie w codziennych zachowaniach organizacyjnych bądź rutynach. Sama deklaracja przyjęcia czy wyznawania wartości nie jest wystarczająca. Ma ona głębszy sens jedynie wówczas, kiedy wiąże się z ich wyznawaniem, gdy wartości stanowią podstawę w procesie podejmowania codziennych decyzji i mają odzwierciedlenie w zasadach postępowania obowiązujących na uczelni.

Wartości wyznawane pełnią w organizacji rolę zarówno zewnętrzną, jak też wewnętrzną. Jako, że organizacje są bytami niemogącymi funkcjonować w oderwaniu od swojego otoczenia zewnętrznego, w pierwszej kolejności zwrócono uwagę na rolę, jaką pełnią wartości względem otoczenia. Rola zewnętrzna wiąże się z kształtowaniem własnego wizerunku w otoczeniu i budowaniem relacji z interesariuszami zewnętrznymi. Uczelnia, zarządzając własnym wizerunkiem, uczestniczy w nieustannym procesie, obejmującym: badanie wizerunku uczelni w jej otoczeniu, wskazanie adresatów, do których będą kierowane działania kształtujące jej obraz, ustalenie wizerunku pożądanego (idealnego, który stanowić będzie punkt odniesienia), wybranie odpowiednich instrumentów, wskazanie osób i podmiotów odpowiedzialnych za realizację konkretnych zadań, monitorowanie i ewaluację podejmowanych działań, a także zarządzanie sytuacjami kryzysowymi. Działania te polegają na ukształtowaniu pewnych wzorców zachowań, które będą po zaistnieniu określonych okoliczności podejmowane. Tym, co jest ważne podczas kształtowania tych zachowań, to konieczność zapewnienia wzorcom zachowań, zwyczajom, tradycjom i innym przejawom kultury organizacyjnej uczelni zgodności z jej głębszymi poziomami, a więc wartościami, normami i nie zawsze uświadomionymi założeniami podstawowymi. A zatem zachowania członków powinny stanowić odzwierciedlenie wartości i norm, które z kolei powinny być znane i podzielane przez wszystkich członków organizacji.

Kluczowe dla organizacji jest również jasne komunikowanie sposobów rozwiązywania sporów czy partycypacji pracowników (Adamowicz, 2014, s. 185). Spójność wewnętrzna kultury organizacyjnej powoduje większą przewidywalność organizacji w relacjach zarówno wewnętrznych, jak też zewnętrznych, co znacząco ułatwia proces komunikacji. Powoduje też ograniczenie liczby nieporozumień i sprawia, że członkowie organizacji dobrze się rozumieją. Jest to również związane ze stosowaniem

(szczególnie wewnątrz organizacji) w procesie komunikacji artefaktów językowych, czyli pewnych skrótów myślowych, haseł, zagadnień zrozumiałych tylko przez członków organizacji. Jasność i przejrzystość zasad postępowania powoduje jeszcze jeden efekt – ujednolicenie zachowań członków organizacji. Należy zwrócić uwagę na to, że zwykle organizacje poważane i wysoko oceniane przez otoczenie cechują się wysokim stopniem wysoko narzuconej standaryzacji oraz przewidywalności zachowań. Z kolei organizacje z niestabilizowanym i negatywnym postrzeganiem przez otoczenie odnotowują niskie występowanie tych cech. Przyjęcie za priorytet danej wartości w całości działań organizacyjnych, np. wysokiego poziomu kształcenia versus maksymalizacja liczby studentów, implikuje cały zestaw zachowań członków organizacji i odpowiedź otoczenia na nie (Koźmiński, Jemielniak, Latusek, 2009; za: Sitko-Lutek, 2018, s. 163), wpływając także na wizerunek i ocenę organizacji przez interesariuszy.

Podsumowanie

Etos akademicki ma duże znaczenie dla całego środowiska akademickiego. W okresie permanentnych zmian gospodarczych, społecznych i technologicznych staje się on swoistym kręgosłupem moralnym funkcjonującym z jednej strony na bazie fundamentalnych wartości mających oparcie w wielowiekowej tradycji funkcjonowania tych organizacji, a z drugiej poprzez przestrzeganie wskazanych wartości i norm, które rzeczywiście widoczne będą w postawach członków organizacji, co buduje i uwiarygodnia własną tożsamość organizacyjną. W przypadku uczelni kodeksy etyczne mają do odegrania niebagatelną rolę, zwłaszcza w świetle mnożących się przykładów upadających wartości akademickich. Warunkiem ich odpowiedniego oddziaływania jest ciągle zmniejszanie dystansu między wartościami deklarowanymi a rzeczywiście realizowanymi w praktyce dnia codziennego. Jedną z praktyk organizacyjnych, która może do tego doprowadzić, jest zapoznanie nowych pracowników z obowiązującymi zasadami i wyjaśnienie, na czym polega ich stosowanie w praktyce.

Bibliografia

- Adamowicz, M. (2014). Przemiany w systemie edukacji szkolnictwa wyższego Polski. W: M. Adamowicz (red.), *Państwowe Wyższe Szkoły Zawodowe w Polsce. Dokonania, stan obecny, perspektywy*. Biała Podlaska: Wydawnictwo Państwowa Szkoła Wyższa im. Jana Pawła II.
- Antonowicz, D. (2005). *Uniwersytet przyszłości. Wyzwania i modele polityki*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.
- Bate, P. (1984). The impact of organizational culture on approaches to organizational problem-solving. *Organization Studies*, 5.
- Bratnicki, M., Kryś, R., Stachowicz, J. (1988). *Kultura organizacyjna przedsiębiorstw. Studium kształtowania procesu zmian zarządzania*. Wrocław: Ossolineum.
- Cameron, K.S., Quinn, R.E. (2007). *Kultura organizacyjna – diagnoza i zmiana*. Warszawa: Oficyna Ekonomiczna.
- Cwynar, K.M. (2005). Idea uniwersytetu w kulturze europejskiej. *Polityka i Społeczeństwo*, 2.
- Czajkowska, M. (2017). Uczciwość i otwartość jako wartości współczesnego nauczyciela akademickiego. *Annales. Ethics in Economic Life*, 20(1).
- Deal, T.E., Kennedy, A. (1988). *Corporate cultures. the rites and rituals of corporate life*. London: Penguin Books.

- Gałat, W. (2018). Deklaracja społecznej odpowiedzialności uczelni jako wzmocnienie etosu akademickiego. *Zeszyty Naukowe UEK*, 6(978).
- Giddens, A. (2004). *Socjologia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Hofstede, G. (2000). *Kultury i organizacje*. Warszawa: PWE.
- Jacques, E. (1951). *The Changing Culture of a Factory*. London: Tavistock.
- Kerr, C. (2001). *The Uses of the University*. Cambridge: Harvard University Press.
- Leja, K. (2011). *Koncepcje zarządzania współczesnym uniwersytetem*. Gdańsk: Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej.
- Leja, K., Kola, A. (2015). Rozszerzona trzecia misja uniwersytetu na przykładzie jego relacji z podmiotami trzeciego sektora. *E-mentor*, 4(61).
- Markiewicz, P. (2005). Kultura organizacyjna jako determinanta wyboru strategii konkurencji. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 673.
- Martin, J., Siehl, C. (1984). The Role of Symbolic management: How Can Managers Effectively Transmit Organizational Culture? W: J.D. Hunt i in. (red.), *Leaders and Managers: International Perspectives on Managerial Behavior and Leadership*, New York: Pergamon Press.
- Matusiak, K.B. (2010). *Budowa powiązań nauki z biznesem w gospodarce opartej na wiedzy. Rola i miejsce uniwersytetu w procesach innowacyjnych*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.
- Mikuła, B. (2000). Klimat organizacyjny a kultura organizacyjna – próba systematyzacji pojęć. Tarnów: Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie.
- Schein, E. (1985). *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Schein, E. (2004). *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Schwartz, H. Davis, S.M. (1981). Matching Corporate Culture and Business Strategy. *Organizational Dynamics*, 10.
- Sikorski, Cz. (2002). *Kultura organizacyjna*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Stankiewicz, J., Moczulska, M. (2012). Czynniki klimatu organizacyjnego warunkujące efektywne zaangażowanie pracowników. W: B. Mikuła (red.), *Historia i perspektywy nauk o zarządzaniu*. Kraków: Wydawnictwo: Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Sułkowski, Ł. (2002). *Kulturowa zmienność organizacji*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Sztompka, P. (2004). *Socjologia. Analiza społeczeństwa*. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Śliz, A., Szczepański, M. (2016). Ikoniczna instytucja i jej powinności. W: A. Śliz, M. Szczepański (red.), *Dostojny uniwersytet?* Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Tatarkiewicz, W. (1998). *Historia filozofii (tom 1)*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- <https://www.agh.edu.pl/o-agh/dokumenty/inne/kodeks-etyczny-agh>.
- <https://www.cam.ac.uk/about-the-university/how-the-university-and-colleges-work/the-university-mission-and-core-values>.
- www.hr.harvard.edu/our-mission-and-culture.
- www.krasp.org.pl.
- www.krasp.org.pl, *Dobre praktyki*, 2007.
- www.magna-charta.org.
- www.sgh.waw.pl/etyka-w-sgh.
- www.www.uj.edu.pl/universytet-z-collegium-medicum/kodeks-wartosci.

Natalia JAŚKIEWICZ

Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska

ORCID: 0009-0006-1191-4862

ZALEŻNOŚĆ MIĘDZY POZIOMEM PRZEDSIĘBIORCZOŚCI A POZIOMEM BEZROBOCIA W WOJEWÓDZTWACH: MAŁOPOLSKIM, PODKARPACKIM I ŚLĄSKIM W LATACH 2018-2023

Streszczenie

Artykuł analizuje zależność między poziomem przedsiębiorczości a stopą bezrobocia w województwach: małopolskim, podkarpackim i śląskim w latach 2018-2023. Przedsiębiorczość ujęto dwójako: jako zasób firm działających w regionie i jako dynamikę zakładania nowych podmiotów, co pozwalało ocenić zarówno trwały potencjał gospodarczy, jak i bieżącą aktywność rejestracyjną mieszkańców. Badanie przeprowadzono metodą ilościową na podstawie danych GUS z rejestru REGON oraz statystyk bezrobocia rejestrowanego. Poziom przedsiębiorczości zmierzono wskaźnikami *WpI* (liczba podmiotów na 10 tys. mieszkańców) i *WpII* (liczba nowych podmiotów na 10 tys. mieszkańców), zaś siłę relacji z rynkiem pracy oceniono przy użyciu współczynnika korelacji Pearsona.

Wyniki wskazują na systematyczny wzrost liczby firm w każdym województwie oraz spadek rejestracji nowych podmiotów w 2020 roku, połączony ze wzrostem bezrobocia w okresie pandemii, a następnie odbicie po 2021 roku. Zależność przedsiębiorczości i bezrobocia okazała się zróżnicowana regionalnie. W województwach małopolskim i śląskim stwierdzono silną ujemną korelację między *WpII* a bezrobociem (odpowiednio $r = -0,7751$ i $r = -0,7694$; $p \approx 0,07$), co sugeruje, że wzrost aktywności przedsiębiorczej współwystępował ze spadkiem bezrobocia. W województwie podkarpackim zależność była słaba, dodatnia i statystycznie nieistotna ($r = 0,3403$; $p = 0,509$), co wskazuje na ograniczony wpływ przedsiębiorczości na absorpcję pracy w regionie o niższej urbanizacji i słabszej dywersyfikacji gospodarki. Otrzymane rezultaty potwierdzają, że rola przedsiębiorczości w redukcji bezrobocia zależy od struktury gospodarczej i potencjału miejskiego regionów.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, bezrobocie, poziom przedsiębiorczości, poziom bezrobocia, przedsiębiorczość wymuszona, przedsiębiorczość z wyboru.

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE LEVEL OF ENTREPRENEURSHIP AND THE LEVEL OF UNEMPLOYMENT IN THE MAŁOPOLSKIE, PODKARPACKIE AND ŚLĄSKIE VOIVODESHIPS IN THE YEARS 2018-2023

Summary

The article analyses the relationship between the level of entrepreneurship and the unemployment rate in the Małopolska, Silesia and Podkarpacie provinces in 2018-2023. Entrepreneurship was measured in two ways: as the number of companies operating in the region and as the dynamics of new business start-ups, which allowed for an assessment of both the long-term economic potential and the current registration activity of residents. The study was conducted using quantitative methods based on data from the Central Statistical

Office (GUS) REGON register and registered unemployment statistics. The level of entrepreneurship was measured using the *WpI* (number of entities per 10,000 residents) and *WpII* (number of new entities per 10,000 residents) indicators, and the strength of the relationship with the labour market was assessed using Pearson's correlation coefficient.

The results indicate a systematic increase in the number of companies in each province and a decline in the registration of new entities in 2020, combined with an increase in unemployment during the pandemic, followed by a rebound after 2021. The relationship between entrepreneurship and unemployment proved to be regionally diverse. In the Małopolska and Silesian provinces, a strong negative correlation was found between *WpII* and unemployment ($r = -0.7751$ and $r = -0.7694$, respectively; p approximately 0.07), suggesting that an increase in entrepreneurial activity coincided with a decrease in unemployment. In the Podkarpackie Province, the relationship was weak, positive and statistically insignificant ($r = 0.3403$; $p = 0.509$), indicating a limited impact of entrepreneurship on labour absorption in a region with lower urbanisation and weaker economic diversification. The results confirm that the role of entrepreneurship in reducing unemployment depends on the economic structure and urban potential of regions.

Keywords: entrepreneurship, unemployment, level of entrepreneurship, level of unemployment, forced entrepreneurship, entrepreneurship by choice.

Wprowadzenie

Celem artykułu jest analiza zależności pomiędzy poziomem przedsiębiorczości a stopą bezrobocia w wybranych województwach Polski południowo-wschodniej w latach 2018-2023. Przedsiębiorczość rozumiana jest zarówno jako czynnik stymulujący rozwój lokalnych rynków pracy, jak i potencjalny mechanizm adaptacyjny jednostek w warunkach niekorzystnej sytuacji ekonomicznej. W badaniu zastosowano podejście ilościowe, wykorzystując dane statystyczne z Głównego Urzędu Statystycznego, w szczególności rejestru REGON oraz oficjalnych statystyk rynku pracy i bezrobocia rejestrowanego. Analizą objęto trzy województwa: małopolskie, podkarpackie i śląskie.

Wybór województw: małopolskiego, śląskiego i podkarpackiego został dokonany głównie ze względu na zróżnicowanie gospodarcze. Małopolska charakteryzuje się bardziej zrównoważoną strukturą gospodarki, z rozwiniętym sektorem usług, turystyki i innowacji. Z kolei województwo śląskie wyróżnia się silną industrializacją i dużą koncentracją działalności produkcyjnej. Województwo podkarpackie to region, który – mimo dynamicznego rozwoju – wciąż zmaga się z wysokim bezrobociem i ograniczoną dostępnością miejsc pracy, zwłaszcza poza największymi ośrodkami miejskimi. Tak odmienne profile gospodarcze umożliwiają szerszą analizę zależności między poziomem przedsiębiorczości a bezrobociem, ponieważ różnice te zwiększają kontrast danych i pozwalają na wyraźniejsze wskazanie tych zależności. Dodatkowo, regiony te różnią się także dynamiką rynku pracy oraz wielkością i strukturą sektora MSP, co stwarza możliwość oceny wpływu przedsiębiorczości na zatrudnienie w różnych warunkach społeczno-ekonomicznych. Wybór województw uzasadnia również ich strategiczne znaczenie dla rozwoju kraju, gdyż każde z nich stanowi istotny ośrodek gospodarczy i demograficzny, mający wpływ na ogólnopolskie trendy rynkowe.

Bezrobocie stanowi jedno z kluczowych wyzwań społeczno-ekonomicznych współczesnych gospodarek i od wielu dekad pozostaje przedmiotem intensywnych analiz ekonomistów, socjologów oraz decydentów publicznych. Jego znaczenie wynika zarówno z konsekwencji ekonomicznych, obejmujących m.in. niewykorzystanie zasobów pracy i ograniczenie wzrostu gospodarczego, jak i ze skutków społecznych, takich jak obniżenie dobrostanu jednostki, marginalizacja społeczna czy wzrost napięć społecznych. Wszystko wskazuje na to, że problem ten także w przyszłości będzie znajdował się w centrum debat naukowych i publicznych. W literaturze funkcjonuje wiele definicji bezrobocia. W ujęciu klasycznym termin ten odnosi się do sytuacji, w której część ludności w wieku produkcyjnym, dysponująca zdolnością do pracy oraz gotowa do jej podjęcia, pozostaje bez zatrudnienia mimo aktywnego poszukiwania pracy zgodnej z warunkami funkcjonowania rynku.

Taki stan jest więc wynikiem niedopasowania między podażą pracy a popytem na nią w gospodarce (Milewski, 2005). Szeroko przyjmowana definicja bezrobocia, odzwierciedlająca niedopasowanie pomiędzy podażą a popytem na rynku pracy, wskazuje, że z bezrobociem mamy do czynienia wówczas, gdy część osób zdolnych do pracy, gotowych podjąć zatrudnienie i aktywnie poszukujących pracy pozostaje bez pracy (Sarżyńska, 2007). W literaturze podkreśla się jednak, że pewien poziom bezrobocia (najczęściej szacowany na 3-4%) jest zjawiskiem naturalnym, a także nieuniknionym w warunkach gospodarki rynkowej. Jest to tzw. bezrobocie naturalne, którego występowanie umożliwia elastyczne dostosowanie struktury zatrudnienia i produkcji do zmieniających się warunków ekonomicznych (Nahotko, 2005).

W gospodarce rynkowej poziom bezrobocia podlega wahaniom cyklicznym, związanym z okresami ożywienia i spowolnienia gospodarczego. Pełne zatrudnienie, rozumiane jako sytuacja, w której niemal cała siła robocza znajduje pracę, ma w gospodarce rynkowej charakter krótkookresowy i nie może utrzymywać się trwale. Występowanie takiego stanu w dłuższym okresie mogłoby prowadzić do zaburzeń równowagi makroekonomicznej, w szczególności do nasilenia presji płacowej i wzrostu inflacji, wynikających z ograniczonej dostępności zasobów pracy i zwiększonej siły przetargowej pracowników. Znacznie poważniejszym problemem społeczno-gospodarczym jest jednak nadmierne bezrobocie, które skutkuje szeregiem negatywnych konsekwencji, takich jak obniżenie dochodów gospodarstw domowych, wzrost ryzyka ubóstwa, pogorszenie kondycji psychicznej jednostek czy spowolnienie wzrostu gospodarczego (Nahotko, 2005).

Przedsiębiorczość z kolei jest jednym z kluczowych czynników rozwoju społeczno-gospodarczego, a jej wpływ na rynek pracy został szeroko opisany w literaturze polskiej oraz międzynarodowej. Badacze podkreślają, że rozwój przedsiębiorczości przyczynia się do tworzenia nowych miejsc pracy, redukcji bezrobocia i zwiększania konkurencyjności regionów (Piasecki, 2001; Wach, 2015). Małe i średnie przedsiębiorstwa, stanowiące trzon lokalnej przedsiębiorczości, pełnią rolę stabilizatora zatrudnienia, szczególnie w obszarach oddalonych od dużych ośrodków gospodarczych (Kwiatkowski, Tokarski, 2007).

Znaczenie przedsiębiorczości dla rynku pracy można rozpatrywać w kilku wymiarach. Po pierwsze, nowe podmioty gospodarcze zwiększają popyt na pracę zarówno poprzez zatrudnienie pracowników, jak i dzięki współpracy z lokalnymi dostawcami (Łuczka, 2013). Po drugie, przedsiębiorczość umożliwia wykorzystanie lokalnych

zasobów pracy, a także kompetencji mieszkańców, ograniczając skalę bezrobocia strukturalnego (Nowak, 2012). Po trzecie, w warunkach wysokiego bezrobocia samozatrudnienie pełni funkcję adaptacyjną, co oznacza, że osoby pozbawione pracy podejmują działalność gospodarczą jako alternatywę wobec zatrudnienia najemnego (Tokarski, 2005). Przedsiębiorczość sprzyja też budowaniu kapitału społecznego oraz sieci współpracy gospodarczej, co przekłada się na trwałość lokalnych miejsc pracy (Wojciechowski, 2012).

Jednocześnie literatura wskazuje, że wpływ przedsiębiorczości na rynek pracy jest zróżnicowany. Wiele nowo powstałych mikrofirm nie utrzymuje się dłużej niż kilka lat, co ogranicza trwałość efektów zatrudnieniowych (Piasecki, 2001). Nadmierna koncentracja samozatrudnienia w sektorach o niskiej produktywności może także prowadzić do utrwalania niskiej jakości zatrudnienia oraz segmentacji rynku pracy (Kwiatkowski, 2009). Dodatkowo, analizując motywację do podejmowania oraz prowadzenia działalności gospodarczej, w literaturze przedmiotu uwagę poświęca się rozróżnieniu między przedsiębiorczością „z wyboru” (*opportunity entrepreneurship*), jak też przedsiębiorczością „z konieczności” (*necessity entrepreneurship*) (Fairlie, Fossen, 2018). Istotą tego rozróżnienia jest źródło impulsu przedsiębiorczego. W pierwszym przypadku decyzja o podjęciu działalności gospodarczej wynika z dostrzeżenia szansy rynkowej możliwości innowacyjnego wykorzystania zasobów lub poprawy pozycji ekonomicznej, zaś w drugim założenie firmy stanowi strategię przetrwania, wymuszoną ograniczonymi możliwościami znalezienia zatrudnienia na rynku pracy oraz brakiem alternatywnych źródeł dochodu (Block, Wagner, 2010).

Analiza poziomu przedsiębiorczości w powiązaniu z poziomem bezrobocia stanowi istotny element oceny uwarunkowań rozwoju regionalnego, ponieważ obie te zmienne odzwierciedlają mechanizmy funkcjonowania regionalnych rynków pracy i zdolność gospodarki do generowania miejsc zatrudnienia. W literaturze podkreśla się, że przedsiębiorczość może pełnić funkcję zarówno prorozwojową (kiedy nowe podmioty powstają w odpowiedzi na pojawiające się szanse ekonomiczne), jak też adaptacyjną (gdy zakładanie działalności stanowi reakcję na ograniczone możliwości zatrudnienia).

Wysoki poziom przedsiębiorczości przy niskiej stopie bezrobocia świadczyć może o przedsiębiorczości z wyboru, wskazującej na korzystne warunki instytucjonalne, dostęp do kapitału i dynamiczną strukturę gospodarczą regionu. Wzrost liczby nowo zakładanych firm przy jednoczesnym wzroście bezrobocia może z kolei sugerować przedsiębiorczość z konieczności, wynikającą z presji ekonomicznej i braku alternatyw na rynku pracy. Zestawienie obu wskaźników pozwala zatem nie tylko ocenić skalę aktywności gospodarczej, ale też określić jej charakter i potencjalny wpływ na trwałość rozwoju lokalnego. Analiza ta umożliwia także identyfikację obszarów wymagających wsparcia polityki regionalnej, np. w zakresie tworzenia stabilnych miejsc pracy, wzmacniania ekosystemu przedsiębiorczości bądź też przeciwdziałania barierom instytucjonalnym.

1. Charakterystyka wybranych do analizy województw

Polska południowo-wschodnia obejmuje województwa, w skład których wchodzi m.in. województwo małopolskie, podkarpackie oraz śląskie, których wspólną cechą jest położenie wzdłuż południowej granicy państwa oraz wielowymiarowe powiązania historyczne i gospodarcze. Region ten zaliczany jest do najbardziej zróżnicowanych obszarów kraju pod względem struktury społeczno-ekonomicznej, poziomu rozwoju gospodarczego oraz dynamiki procesów społecznych i przestrzennych (Główny Urząd Statystyczny, 2024).



Rysunek 1. Obszar badań – województwa: małopolskie, podkarpackie i śląskie.

Źródło: opracowanie na podstawie danych geoportalu <https://polska.e-mapa.net/>.

Granica badanego regionu przebiega wzdłuż południowej granicy Polski. Województwo małopolskie sąsiaduje od południa z Republiką Słowacką, podkarpackie z Republiką Słowacką i w części z Ukrainą, a województwo śląskie graniczy od południa z Republiką Czeską i w niewielkim zakresie z Republiką Słowacką. Taki układ jednoznacznie podkreśla przygraniczny charakter analizowanego obszaru.

W tabeli 1 zestawiono powierzchnię ogółem i powierzchnię obszarów wiejskich w województwach należących do badanego obszaru (tj. w małopolskim, podkarpackim i śląskim). Dane te pozwalają na ocenę znaczenia obszarów wiejskich w strukturze przestrzennej badanych regionów i stanowią podstawę do dalszej analizy uwarunkowań społeczno-gospodarczych, w tym głównie potencjału rozwojowego. Ujęcie porównawcze umożliwia wskazanie różnic pomiędzy badanymi województwami, szczególnie w zakresie udziału terenów wiejskich, co ma istotne znaczenie dla oceny kierunków rozwoju lokalnego oraz struktury zatrudnienia i przedsiębiorczości na analizowanych obszarach.

Tabela 1

Powierzchnia ogółem oraz powierzchnia obszarów wiejskich

Województwo	Ogółem (w ha)	Użytki rolne (w %)
Małopolskie	1 518 359	59,5
Podkarpackie	1 784 537	53,7
Śląskie	1 233 407	49,9
Polska	31 393 136	59,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Analiza danych zawartych w tabeli 1 wskazuje, że województwa: małopolskie, podkarpackie i śląskie charakteryzują się zróżnicowanym udziałem użytków rolnych w powierzchni ogółem. W województwie małopolskim udział ten wynosi aż 59,5%, co odpowiada średniemu poziomowi w kraju. W województwie podkarpackim odsetek użytków rolnych jest nieco niższy i kształtuje się na poziomie 53,7%, a w śląskim udział ten jest najmniejszy i wynosi 49,9%. Zróżnicowanie to wynika m.in. z odmiennych warunków naturalnych, stopnia urbanizacji i intensywności procesów przemysłowych oraz usługowych. Szczególnie województwo śląskie, jako region silnie zurbanizowany oraz uprzemysłowiony, cechuje się mniejszym znaczeniem rolnictwa w strukturze użytkowania gruntów.

Rolnictwo, mimo stopniowych zmian strukturalnych zachodzących w gospodarce, nadal pełni istotną rolę w kształtowaniu lokalnych podstaw rozwoju społeczno-gospodarczego. Jego znaczenie wykracza poza funkcję produkcji surowców rolnych (Kołodziejczyk, 2003). Sektor ten stanowi podstawę dla rozwoju przedsiębiorczości endogenicznej, generując popyt na usługi towarzyszące (np. doradztwo rolnicze, usługi weterynaryjne, mechanizację rolnictwa), a także tworząc warunki do rozwoju działalności przetwórczej na poziomie lokalnym. W regionach o wysokim udziale użytków rolnych obserwuje się też silniejsze powiązania między rolnictwem a sektorem turystycznym, zwłaszcza w formie agroturystyki oraz produkcji żywności tradycyjnej i regionalnej, co sprzyja budowaniu przewag terytorialnych oraz wzmacnianiu tożsamości lokalnej (Gralak, Kacprzak, 2021).

Z perspektywy rozwoju przedsiębiorczości rolnictwo może więc pełnić funkcje: stabilizującą i aktywizującą, wspierając dywersyfikację dochodów ludności wiejskiej oraz utrzymanie struktury osadniczej.

Analiza uwarunkowań demograficznych stanowi istotny element oceny potencjału rozwojowego regionów. Struktura ludności, jej liczebność, rozmieszczenie przestrzenne oraz dynamika zmian wpływają bezpośrednio na funkcjonowanie rynku pracy, możliwości rozwoju gospodarczego, a także na poziom oraz kierunki aktywności przedsiębiorczej. W przypadku analizowanych województw czynniki demograficzne przyczyniają się do zróżnicowania ich sytuacji społeczno-ekonomicznej. Obszary te różnią się zarówno pod względem wielkości populacji i stopnia urbanizacji, jak też struktury wiekowej ludności i natężenia procesów migracyjnych. W tabeli 2 ukazano wybrane wskaźniki demograficzne, charakteryzujące badane województwa, umożliwiając porównanie ich potencjału ludnościowego oraz identyfikację czynników mogących wpływać na kierunki i dynamikę rozwoju społeczno-gospodarczego regionu.

Tabela 2

Charakterystyka demograficzna województw: małopolskiego, podkarpackiego i śląskiego

Województwo	ludność na 1 km ²	gęstość zaludnienia powierzchni zabudowanej i zurbanizowanej (osoby/km ²)	wskaźnik urbanizacji	ludność w wieku nieprodukcyjnym na 100 osób w wieku produkcyjnym	zmiana liczby ludności na 1000 mieszkańców
Małopolskie	225,9	3 031	47,9	68,3	0,2
Podkarpackie	116,1	2 182	41,0	68,9	-3,6
Śląskie	350,3	2 546	75,8	72,9	-6,1
Polska	119,9	2 054	59,5	71,2	-3,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Analiza wskaźników demograficznych województw: małopolskiego, śląskiego i podkarpackiego, zestawionych w tabeli 2, wskazuje na wyraźne zróżnicowanie procesów ludnościowych i odmienną dynamikę rozwoju społeczno-przestrzennego.

Województwo małopolskie charakteryzuje kombinacja umiarkowanej gęstości zaludnienia (225,9 os/km²) i najwyższej (w skali badanego obszaru) gęstości zaludnienia terenów zabudowanych oraz zurbanizowanych (3 031 os/km²). Wskazuje to na silną koncentrację mieszkańców w strefach zurbanizowanych i ograniczenia przestrzenne związane z ukształtowaniem terenu oraz ochroną środowiska. Pomimo relatywnie niskiego wskaźnika urbanizacji (47,9%), w województwie małopolskim – jako jedynym w analizowanym zestawieniu – odnotowano dodatni przyrost ludności (+0,2%).

Województwo podkarpackie wyróżnia się najniższą gęstością zaludnienia (116,1 os/km²) i najniższym poziomem urbanizacji (41,0%), co odzwierciedla wyraźnie rozproszony model osadniczy. Mimo umiarkowanego obciążenia demograficznego (68,9), region ten doświadcza ubytku ludności (-3,6), wynikającego głównie z emigracji młodych mieszkańców do większych ośrodków krajowych i zagranicznych.

Województwo śląskie odznacza się najwyższą gęstością zaludnienia ogólnego (350,3 os/km²), wynikającą z silnej koncentracji ośrodków miejskich i wieloletniego rozwoju przemysłowego opartego na strukturze policentrycznej. Jednocześnie region ten osiąga najwyższy poziom urbanizacji (75,8%), co jednak kontrastuje z rosnącym obciążeniem demograficznym (72,9 osób w wieku nieprodukcyjnym na 100 osób w wieku produkcyjnym) i wyraźnym ubytkiem ludności (-6,1).

Województwa: małopolskie, podkarpackie i śląskie charakteryzują się wyraźnie zróżnicowaną strukturą miejską, co przekłada się na ich atrakcyjność oraz poziom urbanizacji. W województwie małopolskim dominującą rolę pełni Kraków – silne centrum akademickie, gospodarcze oraz kulturowe. Towarzyszą mu Tarnów i Nowy Sącz, pełniące funkcję regionalnych ośrodków wzrostu. Urbanizacja w województwie jest umiarkowana i skoncentrowana głównie wokół stolicy regionu.

Województwo podkarpackie cechuje się najniższym poziomem urbanizacji spośród analizowanych regionów, z dominacją obszarów wiejskich i pojedynczym silnym centrum miejskim, którym jest Rzeszów – dynamicznie rozwijający się oraz pełniący funkcję regionalnej metropolii. Pozostałe miasta, takie jak Przemyśl, Krosno czy Stalowa Wola, odgrywają rolę uzupełniającą w strukturze osadniczej regionu.

Województwo śląskie wyróżnia się jednym z najwyższych w kraju poziomów urbanizacji, wynikającym z policentrycznej struktury osadniczej i gęstej sieci dużych miast, takich jak Katowice, Gliwice, Bytom, Rybnik czy Sosnowiec. Urbanizacja i wielość tych ośrodków tworzą wyraźną przewagę województwa na tle kraju. Dodatkowo, silne powiązania funkcjonalne między tymi miastami wzmacniają spójność regionu i sprzyjają jego wysokiej atrakcyjności gospodarczej.

Podsumowując, należy stwierdzić, że województwa: małopolskie, podkarpackie oraz śląskie różnią się strukturą miejską, co wpływa na ich poziom urbanizacji i atrakcyjność gospodarczą.

Zestawienie analizowanych danych pozwala stwierdzić, że procesy demograficzne w badanych województwach są zróżnicowane oraz silnie powiązane z poziomem urbanizacji, strukturą gospodarczą, a także rolą metropolii regionalnych. Podczas gdy województwo śląskie mierzy się z konsekwencjami starzenia społeczeństwa i depopulacji obszarów zurbanizowanych, małopolskie utrzymuje dodatni bilans migracyjny i wysoki nacisk na rozwój przestrzeni zamieszkałej, zaś podkarpackie pozostaje regionem o rozproszonym osadnictwie i odczuwalnym odpływie ludności.

Tabela 3

Porównanie regionalnego zróżnicowania udziału użytków rolnych, zatrudnienia w rolnictwie, ludności w miastach i stopy bezrobocia (w roku 2023)

Województwo	Udział użytków rolnych w powierzchni ogółem	Odsetek pracujących w rolnictwie	Ludność w miastach w % ogółu ludności	Stopa bezrobocia
Małopolskie	59,5	10,0	47,88	4,2
Podkarpackie	53,7	11,7	40,99	8,7
Śląskie	49,9	2,3	75,79	3,6
Polska	59,5	8,1	59,45	5,1

Źródło: opracowanie własne na podst. danych GUS.

Analiza przedstawionych danych wskazuje na istotne zróżnicowanie struktury użytkowania powierzchni, zatrudnienia i sytuacji społeczno-gospodarczej pomiędzy badanymi województwami. W województwach: małopolskim i podkarpackim udział użytków rolnych w powierzchni ogółem jest relatywnie wysoki (odpowiednio 59,5% i 53,7%), co współwystępuje bezpośrednio z większym odsetkiem pracujących w rolnictwie (10,0% i 11,7%). Jednocześnie województwa te charakteryzuje niższy poziom urbanizacji (udział ludności zamieszkującej w miastach kształtujący się na poziomie 47,88% w województwie małopolskim i 40,99% w podkarpackim).

Odmienna struktura występuje w województwie śląskim, gdzie udział użytków rolnych jest najniższy spośród analizowanych województw (49,9%), zaś odsetek pracujących w rolnictwie wynosi zaledwie 2,3%. Jednocześnie region ten cechuje bardzo wysoki stopień urbanizacji (75,79% ludności zamieszkującej w miastach) i najniższa stopa bezrobocia (3,6%). Struktura gospodarcza województwa śląskiego, zdominowana przez przemysł i usługi, co powoduje absorpcję pracujących poza sektorem rolniczym.

Z kolei w województwie podkarpackim, pomimo stosunkowo dużego udziału użytków rolnych i wysokiego zatrudnienia w rolnictwie, stopa bezrobocia osiąga poziom 8,7%, znacznie przewyższając zarówno poziom występujący w województwach śląskim i małopolskim, jak też średni poziom występujący w całym kraju. Może to wynikać z ograniczonego stopnia dywersyfikacji struktury gospodarczej i dominacji niewielkich gospodarstw rolnych o niskim poziomie towarowości.

Na podstawie analizy zestawionych w tabeli 3 danych można stwierdzić, że zależność między poziomem urbanizacji a strukturą zatrudnienia jest wyraźna, tj. im większy udział ludności zamieszkującej miasta, tym mniejsze znaczenie rolnictwa jako sektora zatrudnienia oraz niższa stopa bezrobocia. W regionach o wysokim udziale użytków rolnych i niskim poziomie urbanizacji proces dywersyfikacji działalności gospodarczej przebiega wolniej, co wpływa na mniejszą dynamikę lokalnego rynku pracy.

2. Metody analizy

W pracy zaprezentowano wyniki badań dotyczących zależności pomiędzy wartością wskaźnika przedsiębiorczości a stopą bezrobocia i dynamiką zatrudnienia w województwach: małopolskim, podkarpackim i śląskim. Wskaźnik przedsiębiorczości (W_pI) wyrażono liczbą podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców, a także (W_pII) liczbą nowych podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców. Wskaźnik ten został obliczony zgodnie z formułą (Klasik, 2016):

$$W_pI = \frac{lz}{m}$$

gdzie:

W_pI – Współczynnik przedsiębiorczości w danym województwie,

lz – liczba podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON w danym województwie,

m – liczba mieszkańców (w 10 tys.) w danym województwie.

Biorąc pod uwagę, że najsilniejszy związek pomiędzy poziomem bezrobocia a rozwojem przedsiębiorczości obserwuje się w obszarze zakładania nowych podmiotów gospodarczych, w niniejszym badaniu zdecydowano się zastosować skorygowany wskaźnik poziomu przedsiębiorczości. Wskaźnik ten został wyznaczony zgodnie z formułą:

$$W_pII = \frac{l \cdot nz}{m}$$

gdzie:

W_pI – współczynnik przedsiębiorczości w danym województwie,

lz – liczba nowych podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON w danym województwie,

m – liczba mieszkańców (w 10 tys.) w danym województwie.

W celu zbadania siły współzależności dwóch zmiennych: stopy bezrobocia i wskaźnika przedsiębiorczości oraz wskaźnika zatrudnienia ludności w wieku produkcyjnym i wskaźnika przedsiębiorczości, policzono współczynniki korelacji Pearsona. Współczynnik korelacji Pearsona (r) określa siłę i kierunek liniowej zależności pomiędzy dwiema zmiennymi. Jego wzór ma postać:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}}$$

gdzie:

- r – współczynnik korelacji Pearsona,
- x_i, y_i – wartości zmiennych w kolejnych obserwacjach,
- $\bar{x}, \bar{y}$ – średnie arytmetyczne zmiennych x oraz y ,
- n – liczba obserwacji.

Badanie przeprowadzono na podstawie danych dotyczących województw: małopolskiego, podkarpackiego i śląskiego, pochodzących z Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego. W procedurze obliczania wykorzystano dane statystyczne z lat 2018-2023.

3. Wyniki badań

Stopa bezrobocia rejestrowanego stanowi jeden z podstawowych wskaźników oceny sytuacji na rynku pracy i kondycji społeczno-ekonomicznej regionów. Jej poziom odzwierciedla zarówno bieżącą koniunkturę gospodarczą, jak też długookresowe uwarunkowania strukturalne, takie jak charakter rynku pracy, dostępność miejsc zatrudnienia, poziom mobilności zawodowej czy dynamika procesów migracyjnych.

W tabeli 4 ukazano zmiany stopy bezrobocia rejestrowanego w województwach: śląskim, małopolskim i podkarpackim w latach 2018-2023. Analiza tych danych jest kluczowa dla realizacji podjętego tematu dotyczącego relacji pomiędzy poziomem przedsiębiorczości a poziomem bezrobocia, gdyż pozwala na identyfikację zależności między aktywnością gospodarczą mieszkańców a sytuacją na regionalnych rynkach pracy. Porównanie dynamiki bezrobocia w analizowanym okresie umożliwia nie tylko wskazanie kierunków zmian, lecz również zdolność regionów do absorpcji zasobów pracy.

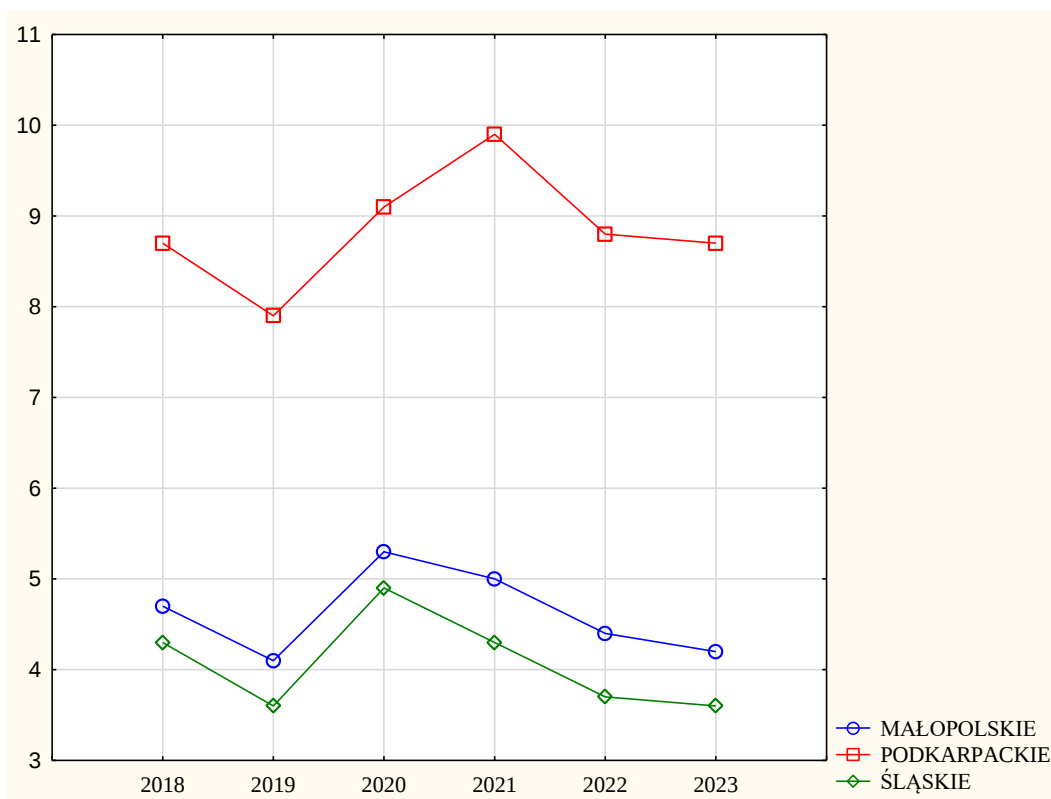
Tabela 4

Stopa bezrobocia rejestrowanego badanych województw w latach 2018-2023 (%)

Województwo	Lata					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Małopolskie	4,7	4,1	5,3	5,0	4,4	4,2
Podkarpackie	8,7	7,9	9,1	9,9	8,8	8,7
Śląskie	4,3	3,6	4,9	4,3	3,7	3,6
Polska	5,8	5,2	6,3	5,8	5,2	5,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Dodatkowo zmiany dotyczące stopy bezrobocia rejestrowanego w latach 2018-2023 w województwach: małopolskim, podkarpackim i śląskim zobrazowano na wykresie (rysunek 2). Pomimo wcześniejszej prezentacji tych danych w formie tabelarycznej, ich przedstawienie na wykresie ma istotne znaczenie analityczne, ponieważ umożliwia łatwiejsze uchwycenie dynamiki zmian w czasie, a także pozwala na bezpośrednie porównanie kierunków trendów w poszczególnych regionach.



Rysunek 2. Stopa bezrobocia rejestrowanego w latach 2018-2023.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Zaprezentowane dane wskazują na wyraźne zróżnicowanie poziomu bezrobocia w województwach: małopolskim, podkarpackim i śląskim oraz jego zmienność w czasie, odzwierciedlając zarówno lokalne uwarunkowania gospodarcze, jak również wpływ ogólnokrajowych trendów makroekonomicznych.

W analizowanym okresie najniższą stopą bezrobocia cechowało się województwo śląskie, gdzie wskaźnik ten utrzymywał się w przedziale od ok. 3,6% do 4,9%.

W województwie małopolskim odnotowano nieco wyższe wartości bezrobocia, od 4,1% w 2019 roku do 5,3% w 2020 roku, przy czym w kolejnych latach obserwowano stopniowy spadek wskaźnika do poziomu ok. 4,2% w 2023 roku.

Najwyższe wartości bezrobocia w całym analizowanym okresie występowały w województwie podkarpackim, gdzie wskaźnik wahał się od ok. 7,9% w 2019 roku do ok. 10% w 2021 roku. Pomimo późniejszego spadku (do ok. 8,7% w 2023 roku), region ten nadal należy do obszarów o relatywnie słabszej kondycji rynku pracy. Zjawisko to może wynikać m.in. z mniejszej liczby dużych przedsiębiorstw, większego znaczenia rolnictwa w strukturze zatrudnienia oraz niższego stopnia urbanizacji, co ogranicza możliwości dyfuzji aktywności gospodarczej.

Wzrost bezrobocia w roku 2020 można powiązać ze spowolnieniem aktywności gospodarczej wywołanym pandemią COVID-19, a jego późniejsza redukcja (widoczna od roku 2021 w województwach małopolskim oraz śląskim, a także od 2022 roku w województwie podkarpackim) odzwierciedla procesy adaptacyjne przedsiębiorstw i odbudowę popytu na pracę, szczególnie w sektorach usługowych.

Porównując analizowane województwa, można zauważyć utrzymujące się zróżnicowanie regionalne, przy jednoczesnej tendencji spadkowej stopy bezrobocia w całym okresie 2018-2023. Dane potwierdzają, że województwa małopolskie oraz śląskie charakteryzuje się relatywnie niskim poziomem bezrobocia w porównaniu ze średnią krajową, a dynamika zmian pozostaje silnie skorelowana z ogólnymi cyklami koniunkturalnymi gospodarki. W obu tych regionach wzrost stopy bezrobocia w roku 2020 był krótkotrwały i wynikał głównie z zaburzeń na rynku pracy spowodowanych pandemią COVID-19, po czym nastąpił ponowny powrót na ścieżkę stopniowego spadku.

Województwo podkarpackie prezentuje jednak odmienny obraz. Pomimo analogicznego kierunku zmian w czasie, poziom bezrobocia pozostawał tam wyższy niż w województwach małopolskim i śląskim, a także powyżej średniej krajowej.

Następnie obliczono wskaźniki przedsiębiorczości WpI i $WpII$ dla badanych województw w latach 2018-2023, których dokładne wartości zaprezentowane zostały w tabelach 5 i 6.

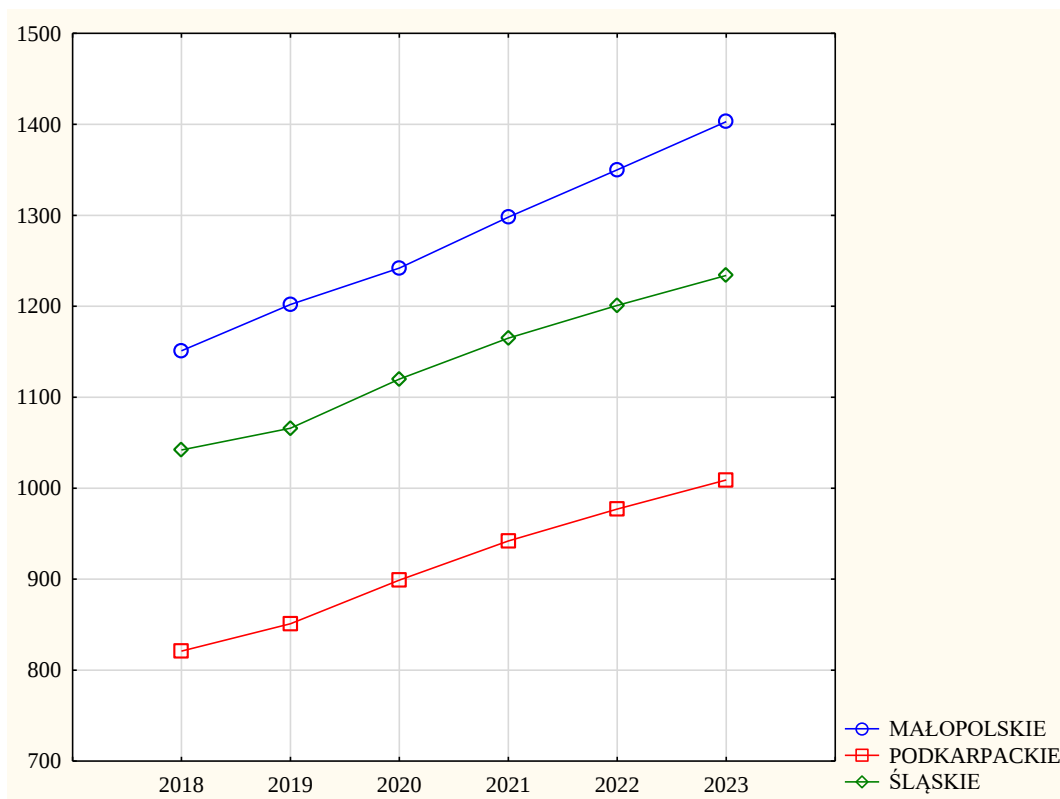
Tabela 5

Wskaźnik poziomu przedsiębiorczości WpI w badanych województwach w latach 2018-2023

Województwo	Lata					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Małopolskie	1 151	1 202	1 242	1 298	1 350	1 403
Podkarpackie	821	851	899	942	977	1 009
Śląskie	1 042	1 066	1 120	1 165	1 201	1 234
Polska	1 136	1 175	1 224	1 276	1 323	1 368

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Zmiany wartości wskaźnika poziomu przedsiębiorczości WpI w latach 2018-2023 w województwach: małopolskim, podkarpackim i śląskim przedstawiono również w formie graficznej (rysunek 3).



Rysunek 3. Liczba zarejestrowanych podmiotów wpisanych do rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców w latach 2018-2023.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Na wykresie (rysunek 3) przedstawiono liczbę zarejestrowanych podmiotów wpisanych do rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców w latach 2018-2023 w województwach: małopolskim, podkarpackim, a także śląskim. We wszystkich analizowanych regionach obserwuje się wyraźny oraz systematyczny wzrost liczby zarejestrowanych jednostek gospodarczych, co wskazuje na stopniowe zwiększanie się poziomu przedsiębiorczości w południowo-wschodniej Polsce.

Województwo małopolskie odznacza się najwyższym poziomem wskaźnika w całym okresie badawczym, a wzrost z ok. 1150 podmiotów w 2018 roku do 1400 w 2023 roku potwierdza jego wiodącą pozycję w zakresie aktywności gospodarczej w tym regionie Polski. Województwo śląskie utrzymuje wartości pośrednie, od ok. 1040 do 1240 podmiotów, wykazując stabilny, umiarkowany przyrost. Najniższe wartości obserwuje się w województwie podkarpackim (od ok. 820 do 1010 podmiotów), ale jego tempo wzrostu jest relatywnie wysokie, co może świadczyć o intensyfikacji procesów rozwojowych w tym regionie.

Zauważalny jest zatem utrzymujący się trend wzrostowy liczby podmiotów gospodarczych we wszystkich analizowanych województwach, przy jednoczesnym stopniowym zmniejszaniu się różnic regionalnych. Dane te mogą wskazywać na postępującą dyfuzję aktywności gospodarczej oraz wzrost atrakcyjności inwestycyjnej badanych regionów.

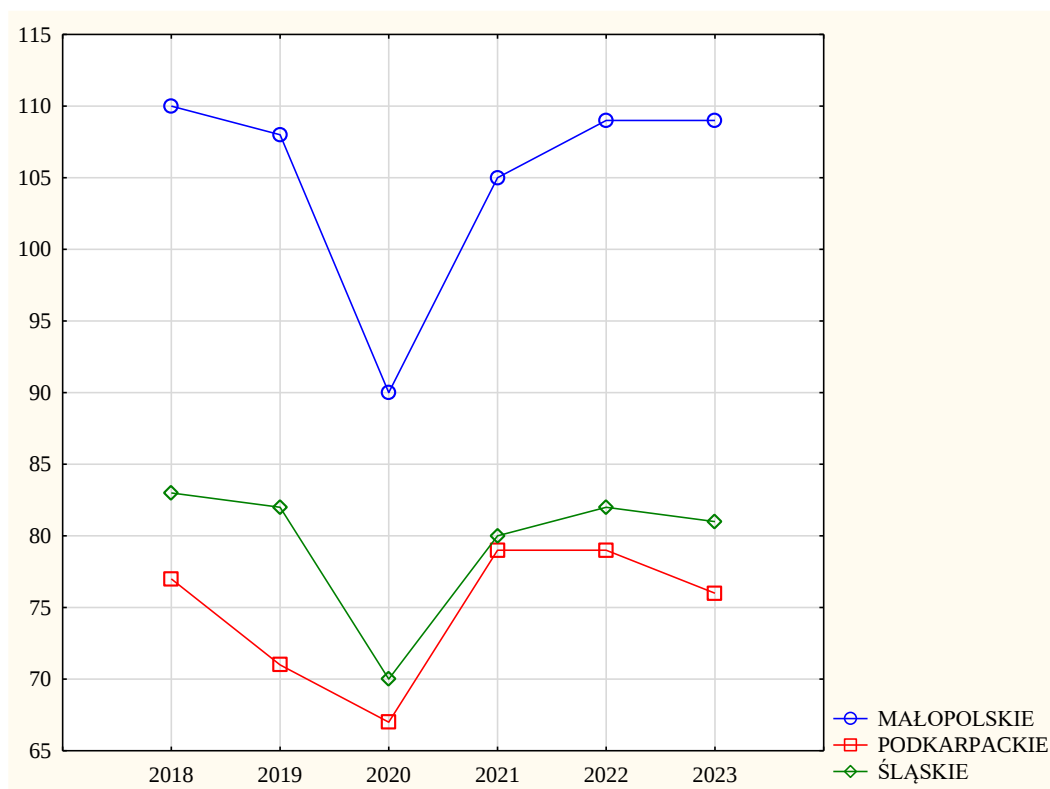
Tabela 6

Wskaźnik poziomu przedsiębiorczości W_{pII} w badanych województwach w latach 2018-2023

Województwo	Lata					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Małopolskie	110	108	90	105	109	109
Podkarpackie	77	71	67	79	79	76
Śląskie	83	82	70	80	82	81
Polska	102	99	86	97	102	102

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Zmiany wartości wskaźnika poziomu przedsiębiorczości W_{pII} w latach 2018-2023 w województwach: małopolskim, podkarpackim i śląskim przedstawiono również w formie graficznej (rysunek 4).



Rysunek 4. Liczba nowych podmiotów wpisanych do rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców w latach 2018-2023.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Na wykresie (rysunek 4) ukazano liczbę nowych podmiotów wpisanych do rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców w latach 2018-2023 w województwach: małopolskim, podkarpackim i śląskim. Dane obrazują zmienność dynamiki rejestracji działalności gospodarczej w badanym okresie, odzwierciedlając wpływ czynników makroekonomicznych oraz społecznych na aktywność przedsiębiorczą w badanych regionach.

W latach 2018-2019 liczba nowo zarejestrowanych podmiotów utrzymywała się na stosunkowo wysokim poziomie, szczególnie w województwie małopolskim (ok. 110 jednostek na 10 tys. mieszkańców). W 2020 roku we wszystkich trzech województwach nastąpił wyraźny spadek wskaźnika – w Małopolsce do ok. 90, w Śląskiem do 70, zaś w Podkarpackiem do ok. 68. Zjawisko to można wiązać z ograniczeniami wynikającymi z pandemii COVID-19, która znacząco zahamowała aktywność gospodarczą i procesy rejestracji nowych firm.

Od 2021 roku obserwuje się ponowne ożywienie przedsiębiorczości. Wskaźniki dla wszystkich województw zaczęły rosnąć, osiągając w 2022 roku poziom zbliżony do tych sprzed pandemii. W województwie małopolskim liczba nowych podmiotów ustabilizowała się w latach 2022-2023 na poziomie ok. 109 jednostek, a w śląskim i podkarpackim wskaźnik ten wynosił odpowiednio ok. 81 i 76 jednostek.

W perspektywie całego okresu 2018-2023 zauważyć można, że w województwie małopolskim utrzymuje się najwyższy poziom aktywności rejestracyjnej w tej części Polski, co świadczy o silnym potencjale przedsiębiorczości w regionie. W województwie śląskim wykazuje umiarkowany, ale stabilny poziom nowych rejestracji, co może być efektem dojrzałej struktury gospodarczej. W województwie podkarpackim, pomimo niższych wartości bezwzględnych, wykazuje stosunkowo szybkie odbicie po roku 2020, co może wskazywać na rosnącą aktywność mikroprzedsiębiorstw.

Podsumowując, dane potwierdzają cykliczność procesów rejestracyjnych i silną reakcję sektora przedsiębiorstw na kryzysy gospodarcze. Jednocześnie zauważalna jest tendencja stabilizacyjna po 2021 roku, sugerująca odbudowę zaufania przedsiębiorców i stopniowy powrót do przedpandemicznego poziomu aktywności gospodarczej.

4. Analiza zależności między przedsiębiorczością a bezrobociem

Porównanie danych ukazanych na dwóch wykresach pozwala na identyfikację relacji pomiędzy poziomem aktywności gospodarczej a sytuacją na rynku pracy w analizowanych regionach.

Tabela 7

Współczynnik korelacji Pearsona pomiędzy poziomem przedsiębiorczości W_{pII} a poziomem bezrobocia w województwie małopolskim w latach 2018-2023

Wyszczególnienie	Lata					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
poziom przedsiębiorczości (W_{pII})	110	108	90	105	109	109
poziom bezrobocia	4,7	4,1	5,3	5,0	4,4	4,2
współczynnik korelacji r	-0,7751					
test istotności p	0,070					

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W celu określenia relacji między poziomem przedsiębiorczości a sytuacją na rynku pracy w województwie małopolskim w latach 2018-2023 obliczono współczynnik korelacji liniowej Pearsona między skorygowanym wskaźnikiem przedsiębiorczości (W_{pII}) a stopą bezrobocia rejestrowanego (tabela 7). Uzyskana wartość współczynnika

$r = -0,7751$ wskazuje na silną, ujemną zależność między analizowanymi zmiennymi. Oznacza to, że wyższy poziom przedsiębiorczości w regionie wiąże się co do zasady z niższym poziomem bezrobocia. Jednocześnie uzyskany poziom istotności $p = 0,070$ pozwala stwierdzić, że zależność ta osiąga próg istotności statystycznej ($\alpha = 0,1$). Wynik ten sugeruje występowanie tendencji, ale nie pozwala na pełne wykluczenie wpływu czynników losowych lub innych zmiennych zakłócających, np. ogólnej sytuacji gospodarczej, polityki fiskalnej i inwestycyjnej czy zmian technologicznych na rynku pracy. Warto w tym miejscu zauważyć, że lata, w których odnotowano spadek wskaźnika przedsiębiorczości (np. 2020 – okres zakłóceń gospodarczych wywołanych pandemią COVID-19), cechowały się jednocześnie wzrostem stopy bezrobocia. Natomiast odbudowa aktywności przedsiębiorczej w latach 2021-2023 zbiegła się ze stopniowym obniżaniem poziomu bezrobocia.

Tabela 8

Współczynnik korelacji Pearsona pomiędzy poziomem przedsiębiorczości W_{pII} a poziomem bezrobocia w województwie podkarpackim w latach 2018-2023

Wyszczególnienie	Lata					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
poziom przedsiębiorczości (W_{pII})	77	71	67	79	79	76
poziom bezrobocia	8,7	7,9	9,1	9,9	8,8	8,7
współczynnik korelacji r	0,3403					
test istotności p	0,509					

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Uzyskany wynik $r = 0,3403$ wskazuje na słabą dodatnią zależność pomiędzy analizowanymi zmiennymi. Oznacza to, że w badanym okresie wzrost poziomu przedsiębiorczości w regionie nie przyczyniał się jednoznacznie do spadku bezrobocia, a w niektórych latach mógł współwystępować z jego wzrostem. Dodatkowo, wartość poziomu istotności $p = 0,509$ potwierdza, że zależność ta nie jest istotna statystycznie, co oznacza brak podstaw do wnioskowania o rzeczywistym związku przyczynowo-skutkowym pomiędzy rozwojem przedsiębiorczości a sytuacją na rynku pracy w województwie podkarpackim. Wynik ten sugeruje, że siła i kierunek relacji mogą być kształtowane przez inne czynniki, wśród których istotną rolę odgrywać mogą: struktura gospodarki regionu, przewaga mikroprzedsiębiorstw o ograniczonej zdolności do tworzenia nowych miejsc pracy, wysoka skala migracji zarobkowej oraz stosunkowo słabe znaczenie dużych centrów miejskich i ośrodków przemysłowych. Charakter zmian w analizowanych danych wskazuje, że w latach zwiększania się aktywności przedsiębiorczej (np. 2021-2022) stopa bezrobocia nie ulegała proporcjonalnemu obniżeniu, co może świadczyć o tym, że przedsiębiorczość w regionie ma w dużej mierze charakter samozatrudnienia i mikroprzedsiębiorstw o niewielkim wpływie na ogólną absorpcję siły roboczej.

Tabela 9

Współczynnik korelacji Pearsona pomiędzy poziomem przedsiębiorczości $WpII$ a poziomem bezrobocia w województwie śląskim w latach 2018-2023

Wyszczególnienie	Lata					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
poziom przedsiębiorczości ($WpII$)	83	82	70	80	82	81
poziom bezrobocia	4,3	3,6	4,9	4,3	3,7	3,6
współczynnik korelacji r	-0,7694					
test istotności p	0,074					

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Podobnie jak w przypadku województw małopolskiego i podkarpackiego, tak w śląskim, aby określić zależności między poziomem przedsiębiorczości a sytuacją na rynku pracy w latach 2018-2023, obliczono współczynnik korelacji Pearsona między skorygowanym wskaźnikiem przedsiębiorczości ($WpII$) a stopą bezrobocia rejestrowanego. Uzyskany wynik $r = -0,7694$ wskazuje na silną, ujemną zależność między analizowanymi zmiennymi. Oznacza to, że wzrost poziomu przedsiębiorczości współwystępował w badanym okresie ze spadkiem stopy bezrobocia, a jej wzrost wiązał się z osłabieniem aktywności przedsiębiorczej. Wartość testu istotności $p = 0,074$ wskazuje jednak, że zależność ta (podobnie jak w przypadku województwa małopolskiego) osiąga poziomu istotności statystycznej przy progu $\alpha = 0,1$. Taki wynik sugeruje, że obserwowana korelacja jest wyraźna i wewnętrznie spójna, jednak (zapewne ze względu na niewielką liczbę obserwacji czasowych) nie może zostać jednoznacznie potwierdzona jako statystycznie pewna. Województwo śląskie, jako region silnie zurbanizowany oraz przemysłowo-usługowy, charakteryzuje się rozwiniętym rynkiem pracy i stosunkowo wysoką dywersyfikacją struktury gospodarczej. W latach 2018-2023 obserwowano krótkookresowe wahania koniunkturalne związane z pandemią COVID-19, jednak odbudowa aktywności przedsiębiorczej już od 2021 roku zbiegła się ze stopniowym spadkiem stopy bezrobocia.

Analiza współczynników korelacji Pearsona dla województw: małopolskiego, podkarpackiego oraz śląskiego pozwala stwierdzić, że relacje pomiędzy poziomem przedsiębiorczości a stopą bezrobocia nie są jednorodne i podlegają zróżnicowanym uwarunkowaniom gospodarczo-społecznym poszczególnych regionów.

W województwie małopolskim odnotowano silną ujemną korelację ($r = -0,7751$), co wskazuje, że wzrost aktywności przedsiębiorczej wiązał się z obniżaniem stopy bezrobocia. Choć wynik ten nie osiąga pełnej istotności statystycznej ($p = 0,070$), jego wartość sugeruje, że przedsiębiorczość w województwie małopolskim pełni funkcję endogenicznego czynnika wzrostu, tj. rozwój sektora małych i średnich firm przyczynia się do tworzenia miejsc pracy oraz wzmacniania lokalnego rynku pracy. Charakter gospodarki regionu, oparty na znaczącym ośrodku metropolitalnym (miasto Kraków) i dynamicznie rozwijających się usługach oraz sektorach wiedzyochłonnych, sprzyja przedsiębiorczości rozwojowej (*opportunity entrepreneurship*).

W województwie śląskim również zaobserwowano silną ujemną zależność ($r = -0,7694$; $p = 0,074$), wskazującą na to, że przedsiębiorczość w znacznym stopniu współkształtuje sytuację na rynku pracy. Województwo śląskie, jako region poprzemysłowy w procesie transformacji strukturalnej, przekształca tradycyjne sektory gospodarki

w kierunku usług, technologii oraz małych i średnich firm. Można stwierdzić, że rozwój przedsiębiorczości w przypadku tego województwa ma tu charakter strategiczny oraz adaptacyjny, zorientowany na poszukiwanie nowych nisz gospodarczych w warunkach kurczenia się zatrudnienia w sektorach tradycyjnych. Efektem jest relatywnie wysoka absorpcja siły roboczej i trwałe utrzymywanie bezrobocia na poziomie niższym niż średnia krajowa.

W województwie podkarpackim zależność ta ma odmienny charakter – uzyskano słabą dodatnią korelację ($r = 0,3403$; $p = 0,509$), co oznacza brak relacji wskazującej na spadek bezrobocia wraz ze wzrostem poziomu przedsiębiorczości. Wynik ten sugeruje na możliwość wystąpienia zjawiska przedsiębiorczości wymuszonej (*necessity entrepreneurship*), typowej dla regionów o słabszej strukturze gospodarczej i niższym poziomie urbanizacji.

Oznacza to, że rola przedsiębiorczości w kształtowaniu rynku pracy jest ściśle zależna od struktury gospodarczej regionu, poziomu urbanizacji oraz możliwości kreowania miejsc pracy o trwałym charakterze.

Podsumowanie

Przeprowadzona analiza interakcji pomiędzy poziomem przedsiębiorczości a stopą bezrobocia w województwach: małopolskim, podkarpackim i śląskim w latach 2018-2023 wskazuje, że związek ten jest zróżnicowany przestrzennie i uwarunkowany strukturą gospodarki oraz stopniem urbanizacji. W całym badanym okresie obserwowano:

- wyraźny spadek bezrobocia po szoku pandemicznym 2020 roku;
- systematyczny wzrost zasobu firm (*WpI*);
- wyraźny spadek w rejestrowaniu nowych podmiotów (*WpII*) w 2020 roku z odbiciem w latach 2021-2023.

Najważniejsze wnioski z analizy dla poszczególnych województw:

1. Województwo małopolskie: w regionie odnotowano silną ujemną zależność między poziomem przedsiębiorczości (*WpII*) a stopą bezrobocia ($r \approx -0,78$; $p \approx 0,07$), co sugeruje, że wzrost aktywności gospodarczej współwystępował z obniżaniem bezrobocia. Wynik ten może wskazywać na dominację przedsiębiorczości z wyboru (*opportunity entrepreneurship*), typowej dla rozwiniętych sektorów usług i działalności wiedzochłonnych, które sprzyjają tworzeniu stabilnych miejsc pracy i przyciąganiu kapitału ludzkiego o wysokich kompetencjach.
2. Województwo śląskie: silna, ujemna korelacja ($r \approx -0,77$; $p \approx 0,07$), spójna z tezą, że przedsiębiorczość, w warunkach transformacji postindustrialnej i wysokiej urbanizacji, realnie zwiększa absorpcję zatrudnienia.
3. Województwo podkarpackie: słaba, dodatnia oraz nieistotna korelacja ($r \approx 0,34$; $p \approx 0,51$), co sugeruje dominację przedsiębiorczości wymuszonej (*necessity*) o ograniczonym potencjale tworzenia miejsc pracy oraz większą wrażliwość rynku pracy na czynniki strukturalne (niższa urbanizacja, mniejsza dywersyfikacja gospodarki, wyższy udział rolnictwa).

W nawiązaniu do celu badania można stwierdzić, że rola przedsiębiorczości jako mechanizmu ograniczania bezrobocia jest najsilniejsza tam, gdzie przeważa przedsiębiorczość rozwojowa, wspierana przez metropolie, usługi wyższego rzędu, ekosystem innowacji i sieci kooperacyjne (województwa: małopolskie oraz śląskie). W regionach o słabszej bazie miejskiej oraz mniejszej dywersyfikacji (województwo podkarpackie) przedsiębiorczość częściej przyjmuje formę samozatrudnienia przetrwania, której wpływ na stopę bezrobocia jest ograniczony. Dodatkowo potwierdzono, że zależność odzwierciedlająca poziom przedsiębiorczości mierzony liczbą nowo powstałych przedsiębiorstw do liczby mieszkańców (*WpII*) oraz poziom bezrobocia są zależne od cyklu koniunkturalny (w okresie pandemii COVID-19 zaobserwowano spadek rejestracji nowych firm w 2020 roku i wzrost poziomu bezrobocia) oraz późniejsze odbicie dobrze odwzorowują przebieg bezrobocia z opóźnieniem.

Uzyskane wyniki uzasadniają zróżnicowanie instrumentów regionalnej polityki wspierania przedsiębiorczości. W regionach o silnej bazie metropolitalnej priorytetem powinno być wzmacnianie innowacyjności, produktywności oraz skalowalności przedsiębiorstw (w tym: B+R, komercjalizacja, ekspansja), a w obszarach peryferyjnych – dywersyfikacja struktury gospodarczej i podnoszenie zatrudnieniowego potencjału mikro- oraz małych firm (profesjonalizacja zarządzania, dostęp do kapitału, sieci kooperacyjne).

Bibliografia

- Block, J.H., Wagner, M. (2010). Necessity and Opportunity Entrepreneurs in Germany: Characteristics and Earnings Differentials. *Schmalenbach Business Review*, 62(2).
- Dziemdzia, P., Krzyżanowska, K. (2021). Przestrzenne zróżnicowanie poziomu przedsiębiorczości w gminach wiejskich woj. Łódzkiego. *Turystyka i Rozwój Regionalny*, 15, 33-41.
- Fairlie, R.W. (2018). *Opportunity versus Necessity Entrepreneurship*. Bonn: IZA Discussion Paper No. 11258, Institute of Labor Economics.
- Główny Urząd Statystyczny. (2022). *Zastosowanie statystyki przestrzennej do analizy wynagrodzeń* (powiaty; autokorelacja). Pobrane z: ws.stat.gov.pl.
- Główny Urząd Statystyczny. (2024). *Rocznik Statystyczny Województw*.
- Główny Urząd Statystyczny. (2025). *Rocznik Statystyczny Województw*.
- Gralak, K., Kacprzak, M. (2021). *Trendy i kierunki rozwoju agroturystyki w kontekście ekonomii doświadczeń*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Kołodziejczyk, A. (2003). Rola rolnictwa w perspektywie rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów wiejskich w Polsce. *Studia Obszarów Wiejskich*, 04.
- Laskowska, I. (2021). *Analizy i prognozy polskiego rynku pracy. Przekrój powiatowy*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Milewski, R. (2005). *Elementarne zagadnienia ekonomii*. Warszawa: PWN.
- Müller-Frączek, I. (2011). *Przestrzenna analiza stopy bezrobocia w Polsce* (powiaty; modele SAR). Repozytorium UMK+2Repozytorium UMK+2.

- Nahotko, S. (2005). *Zarządzanie kosztami pracy w przedsiębiorstwie działającym w otoczeniu bezrobocia*. Gdańsk: Scientific Publishing Group.
- Pośpiech, E. (2015). *Analiza przestrzenna bezrobocia w Polsce (województwa/powiaty)*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.
- Sarzyńska, E. (2007). *Doradca zawodowy w środowisku bezrobotnych*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytet Mari Curie-Skłodowskiej.
- Sołtys, J. (2016). *Wskaźnik przedsiębiorczości w jednostkach terytorialnych Polski (tom 12. Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju układów lokalnych)*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej.
- Szczuciński, P. (2019). *Autokorelacja przestrzenna wybranych cech rozwoju gmin w województwie lubuskim*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.

Bank Danych lokalnych. Dostęp online: <https://bdl.stat.gov.pl/bdl/dane/>.

Geoportal polska.e-mapa.net. Dostęp online: <https://polska.e-mapa.net/>.

Judyta WITOWSKA

Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu, Polska

ORCID: 0000-0001-9997-0522

ZNACZENIE PRZYZCYNOWOŚCI W RACHUNKOWOŚCI

Streszczenie

W artykule zaprezentowano metody badawcze wykorzystywane w rachunkowości do badania przyczynowości oraz dokonano zestawienia wybranych publikacji wraz z wnioskami wynikającymi z przeprowadzonych analiz, co potwierdza znaczenie tego zagadnienia. Mimo formalnych zasad i dążenia do obiektywizmu, zwrócono uwagę, że prezentowane informacje księgowe mogą wynikać ze zdarzeń gospodarczych i z behawioralnych uwarunkowań osób sporządzających sprawozdania. Zrozumienie relacji przyczynowych zwiększa wiarygodność prowadzonych analiz oraz umożliwia pełniejszą interpretację prezentowanych danych. W literaturze przedmiotu rekomenduje się głównie stosowanie metod quasi-eksperymentalnych jako narzędzi pozwalających na bardziej rzetelne ustalenie zależności przyczynowych w rachunkowości.

Słowa kluczowe: analiza przyczynowa odchyleń, badania rachunkowe, mikroekonometria przyczynowa, metody quasi-eksperymentalne, przyczynowość, rachunkowość, rachunkowość behawioralna, wnioskowanie przyczynowe.

THE IMPORTANCE OF CAUSALITY IN ACCOUNTING

Summary

The article presents research methods used in accounting to examine causality and includes a compilation of selected publications together with conclusions drawn from their analyses, which confirms the relevance of this issue in accounting research. Despite formal rules and the pursuit of objectivity, it is emphasized that the information disclosed in financial statements may result not only from economic events, but also from behavioral determinants of individuals preparing the reports. Understanding causal relationships increases the reliability of analyses and enables a more comprehensive interpretation of reported data. In the literature, quasi experimental methods are particularly recommended as tools that allow for more credible identification of causal relationships in accounting.

Keywords: accounting, accounting research, causality, causal inference, causal analysis of deviations, causal microeconometrics, quasiexperimental methods, behavioral accounting.

Wprowadzenie

Rosnąca konkurencja, postępujące umiędzynaradawianie się rynków, dynamika i zmienność współczesnego otoczenia gospodarczego sprawiają, że prowadzenie działalności gospodarczej staje się procesem złożonym i obciążonym niepewnością. Jednostki, funkcjonując w warunkach gospodarki rynkowej, zmuszone są do ciągłego adaptowania się do zachodzących zmian. W takim środowisku szczególnego znaczenia

nabiera informacja (Szczypa, 2017). Pozwala ona na umiejętne przewidywanie przyszłych zdarzeń i stanowi podstawę podejmowania racjonalnych decyzji. Informacja w gospodarce wolnorynkowej staje się zatem kluczowym zasobem determinującym sukces.

Podstawowym źródłem informacji ekonomicznej o działalności jednostki jest rachunkowość (Szczypa, 2020). System ten – poprzez skrupulatne ewidencjonowanie każdej pojedynczej operacji gospodarczej – dostarcza niezwykle istotnych danych na temat całokształtu działalności jednostki. Jest odzwierciedleniem jej majątku, umożliwia ocenę potencjału podmiotu i wskazuje na efekty wykorzystania zasobów. Informacje gromadzone w systemach księgowych stanowią podstawę sporządzania sprawozdań finansowych, obejmujących: bilans, rachunek zysków i strat, rachunek przepływów pieniężnych, zestawienie zmian w kapitale własnym i informację dodatkową. Odbiorcami danych zaprezentowanych w sprawozdaniach finansowych są zarówno interesariusze wewnętrzni w postaci właścicieli, udziałowców, pracowników, jak też interesariusze zewnętrzni: klienci, kredytodawcy, potencjalni inwestorzy, dostawcy (Kuzior, 2017). Poszukują oni informacji nie tylko na temat wartości poszczególnych danych prezentowanych przez jednostkę, ale też szukają odpowiedzi o przyczynę wystąpienia danego zjawiska (Karmańska 2013).

Celem niniejszego artykułu jest ukazanie znaczenia zjawiska przyczynowości w rachunkowości i wskazanie roli relacji przyczynowo-skutkowych w procesach pomiaru, ewidencji oraz prezentacji informacji finansowej. Opracowanie ma charakter teoretyczno-przeglądowy i koncentruje się na syntetycznym przedstawieniu dorobku naukowego dotyczącego analizowanego zagadnienia. Przeprowadzony przegląd literatury krajowej i zagranicznej obejmuje zarówno ekonomiczne, jak też interdyscyplinarne ujęcia przyczynowości, uwzględniające perspektywę statystyczną, ekonometryczną i behawioralną. W artykule dokonano też klasyfikacji metod badawczych stosowanych w rachunkowości do identyfikowania i analizy zależności przyczynowo-skutkowych. Ponadto przedstawiono wybrane przykłady badań, które potwierdzają występowanie relacji przyczynowo-skutkowych w obszarze rachunkowości oraz ich wpływ na kształt prezentowanej informacji finansowej.

1. Przyczynowość w założeniach teoretycznych rachunkowości

Źródła przyczynowości dostrzec można już u podstaw założeń teoretycznych rachunkowości (Wachowicz, 2013). Podwójny zapis, który stanowi podstawową technikę księgową, oparty jest na przyczynowości (Dobija, 2009). Każda transakcja zapisywana jest w tej samej wysokości na co najmniej dwóch kontach, na jednym po stronie „Winien”, na drugim po stronie „Ma”. Przyjmuje się, że zapis po stronie „Ma” wskazuje na źródła finansowania, a strona „Winien” mówi o sposobie wykorzystania tego finansowania. Jak podkreślił Y. Ijiri¹, fascynujący się istotą podwójnego zapisu, korespondencja jaka dostrzegana jest między danymi, wynika właśnie z przyczynowości, której respektowanie jest podstawą podwójnego zapisu księgowego (Ibidem). Przyczynowość według niego nie jest opcją, którą można lub nie zastosować. Występuje w każdej operacji gospodarczej i w każdym przypadku musi zostać odnaleziony związek przyczynowo-skutkowy jednego zdarzenia z drugim.

¹ Y. Ijiri (1935-2017) – badacz ekonomii i rachunkowości, fascynujący się istotą podwójnego zapisu, który podczas konferencji w 1993 roku poświęconej 50-leciu wydania dzieła L. Paciolego, przedstawił wypowiedź na temat natury i piękna podwójnego zapisu.

Rachunkowość generuje dane, które powiązane są ze sobą, wykazując relację przyczyny oraz skutku. W rachunkowości dostrzegana jest troska o przyczynowość. Informacje, jakie wynikają ze stosowania podwójnego zapisu księgowego, powiązane są z logiczną regułą wynikania. Jeśli przyjmiemy założenie, że A jest prawdziwe, a z A wynika B, to śmiało możemy stwierdzić, że też B jest prawdziwe. Ponadto, jeśli zdarza się A, to następuje też B (Ibidem).

Podczas tworzenia informacji księgowej niejednokrotnie pojawia się zjawisko nieuchronnej niepewności, zmienności. Istnieją bowiem ograniczenia w zakresie ustalenia siły i wpływu związków przyczynowo-skutkowych. Dlatego przy tworzeniu informacji o charakterze planistycznym wykorzystuje się metody probabilistyczne (Ibidem) oceny wystąpienia określonych stanów.

Związek przyczynowo-skutkowy występujący w podwójnym zapisie księgowym pozwala też na łatwą kontrolę informacji generowanej przez ten system. W przypadku pojedynczego zapisu kontrola informacji generowanych przez księgowość byłaby utrudniona, gdyż nie obejmowałaby całej grupy zależności wynikających z podwójnego zapisu.

2. Przyczynowość w metodach badawczych

Rachunkowość jako część nauki o finansach ma ukształtowane historycznie metody badawcze. Zastosowanie poszczególnych metod nieustannie ewoluuje, poszukując odpowiedzi na nowe pytania stawiane przez badaczy. Mnogość informacji i danych liczbowych oraz rozwój technik analitycznych sprawia, że zmiany następują stosunkowo szybko.

Rachunkowość dostarcza danych, na podstawie których można przeprowadzać wielorakie analizy finansowe. Dlatego też analizę finansową należy traktować jako integralny element rachunkowości – tzw. warstwę interpretacyjną rachunkowości (Kasperowicz-Stępień, Stępień, 2007). Badania wstępne analizy finansowej nie raz poszerzane są o przeprowadzenie pogłębionych analiz danego zjawiska przy wykorzystaniu metod badań przyczynowych. Metody te mają pozwolić na określenie wpływu poszczególnych zmiennych na powstałe odchylenia analizowanego zjawiska. Mają pozwolić na poznanie, jakie związki występują między określonymi czynnikami i wskazywać kierunek ich oddziaływania. Dokonując analizy przyczynowej powstałych odchyleń, bierze się pod uwagę wartość badanego zjawiska i porównuje z wartością wzorcową (lub planowaną). Badania przyczynowe wykorzystywane są w znacznej mierze na potrzeby kontroli wykonania budżetów i planów (Szydełko, 2018). Wśród metod wykorzystywanych do badań przyczynowych najczęściej stosowane są metody ilościowe (Micherda, 2004). Podejście ilościowe przyczynia się do uzyskania odpowiedniej precyzji badania i tym samym zwiększa poziom obiektywizmu prowadzonych analiz (Nowak, 2018). Można tutaj wyróżnić metody deterministyczne (funkcyjne), które pozwalają na wykazanie związku funkcyjnego, określającego kierunek oraz zakres oddziaływania na dane zjawisko bez uwzględnienia czynnika losowego. Do metod funkcyjnych można zaliczyć powszechnie stosowane metody (Szydełko, 2018):

- funkcyjną;
- logarytmowania;
- postawień krzyżowych;

- różnic cząstkowych;
- podziału odchyłeń łącznych;
- proporcjonalnego podziału odchyłeń;
- współczynnikową;
- średniej arytmetycznej;
- kolejnych podstawień.

Powyższe metody analizy przyczynowej wykorzystywane są w przedsiębiorstwach do oceny poziomu odchyłeń kosztów i ich pozycji składowych (Ibidem).

Obok metod deterministycznych, w badaniach ilościowych wyróżnia się także metody stochastyczne – probabilistyczne (Kasperowicz-Stępień, Stępień, 2007). Zakładają one, że na poziom badanej wielkości mogą mieć wpływ zarówno czynniki o charakterze głównym, jak i zmienne losowe (przypadkowe). Wśród metod stochastycznych wyróżnić można metody ekonometryczne, taksonomiczne i dyskryminacyjne. W ramach metod ekonometrycznych identyfikowane są mechanizmy, które kształtują badany proces przy jednoczesnym wskazaniu czynników mających wpływ na badaną zmienną i ich wzajemne powiązania.

Metody taksonomiczne mają wyjaśniać dane zjawiska i pozwalać na umiejętne jego przewidywanie oraz sterowanie procesami zachodzącymi w ramach danego zjawiska. Umożliwiają też ocenę pozycji badanej jednostki na tle innych jednostek występujących w ramach otoczenia gospodarczego.

Metody dyskryminacyjne bezpośrednio związane są z ich predykcyjnymi własnościami podziału zmiennych na kilka rozdzielnych obszarów, wyodrębnienie których ma istotne znaczenie dla badacza pod względem dostarczanych informacji.

Metody deterministyczne, stosowane w ramach analiz finansowych do badania przyczynowości występowania danego zjawiska, głównie wykorzystywane są do badań o charakterze retrospektywnym, a badania stochastyczne wykorzystywane są do analiz prospektywnych (Ibidem).

W badaniach w zakresie rachunkowości często próbuje się udowodnić „wpływ”, czyli wskazać zależność przyczynowo-skutkową. Podejścia oparte na wykorzystaniu różnorodnych metod badawczych opartych na egzogeniczności zmian w danych, która ma pomóc w okrywaniu przyczynowości, są niezwykle popularne w ostatnich latach. Przeglądu badań w zakresie przyczynowości w empirycznych finansach oraz rachunkowości przedsiębiorstw dokonali V. Atanasov oraz B. Black w publikacji pt. *Shock-Based Causal Inference in Corporate Finance and Accounting Research*, zaprezentowanych w *Critical Finance Review* w 2016 roku. W badań przestudiowali oni blisko 13,5 tys. publikacji, które zostały ukazały się w latach 2001-2011 w 22 wiodących czasopismach z zakresu rachunkowości, finansów, prawa i zarządzania. Rozpoczynając swoje rozważania, już na wstępie zadali pytania, szukając roli przyczynowości dla dalszych wyników badań. Zwrócili uwagę, że większość badań z zakresu finansów skoncentrowana jest właśnie na badaniu związku przyczynowego, ale czy jeśli nastąpi zmiana niektórych danych wejściowych, to będzie to miało wpływ na wynik? Czy poziom nadzoru korporacyjnego ma wpływ na wyniki firmy czy na inne zmienne z zakresu finansów przedsiębiorstw? Zwrócili też uwagę, że brak związku przyczynowego nie daje podstaw do rekomendowania firmom wprowadzania zmian czy samemu rządowi wprowadzania reform. Autorzy w swojej publikacji ostatecznie wyodrębnili

74 artykuły, które reprezentowały w badaniach możliwość wystąpienia szoku. Określeniem tym nazwano jednorazowe wydarzenie zewnętrzne (np. zmiana przepisów prawnych), która spowoduje, że część firm będzie poddana oddziaływaniu tego szoku, a część stanie się firmami „kontrolowanymi”.

Na podstawie dokonanego przeglądu literatury opracowali oni oraz przedstawili warunki, jakie powinny zostać spełnione, aby badanie było idealne i pozwalało na zweryfikowanie hipotezy o przyczynowości (Gruszczyński, 2018):

- 1) szok (oddziaływanie) powinien być na tyle istotny, że spowoduje zmianę w zachowaniu się firm bądź bodźców wpływających na nie;
- 2) podział firm na dwie grupy: jednostek podlegających oddziaływaniu i grupie kontrolnej powinien być równoważny losowemu i jest to założenie o warunkowej niezależności;
- 3) przydział jednostek między grupami powinien być w pełni egzogeniczny;
- 4) obie grupy firm cechuje równowaga w zakresie zmiennych objaśniających;
- 5) występujące ewentualnie efekty oddziaływania dostrzegane na poziomie tylko zmiennej objaśnianej powinny wynikać jedynie z samego oddziaływania, a nie innych zdarzeń.

Zestawione zasady pokazują, jak wiele można mieć wątpliwości w stosunku do poszczególnych elementów tworzących proces badawczy, a w szczególności do działań, które mają pozwolić na weryfikację przyczynowości. Mimo szeregu wątpliwości prowadzonych badań, nadal podejmowane są próby analiz przyczynowości. W próbach poszukiwania przyczynowości często wykorzystywane są metody analizy kontrfaktycznej, czego przykładem może być metoda dopasowania danych, takich jak PSM (*Propensity Score Matching*), metody *regression discontinuity*, *difference-in-differences*, metody zmiennych instrumentalnych (Ibidem).

W badaniach z zakresu rachunkowości również są wykorzystywane modele regresyjne (korelacyjne). Ich wyniki starają się przybliżyć potwierdzenie wystąpienia przyczynowości, szczególnie korzystając z podejścia panelowego (Ibidem). Natomiast prosty model korelacyjny, który oparty jest wyłącznie na obserwacji danych, nie daje podstaw, aby stwierdzić, że dowodzi on przyczynowości. Taki model ma jednak wartość interpretacyjną.

Poszukiwanie związku przyczynowego wymaga stosowania odpowiednich technik w ramach modelu ekonometrycznego. Brak zastosowania tych technik sprawia, że wyniki badań mają charakter interpretacyjny typu korelacyjnego, asocjacyjnego.

Badania dotyczące związków przyczynowo-skutkowych w rachunkowości stanowią ważny obszar zainteresowań badaczy zarówno w literaturze krajowej, jak też zagranicznej. Zestawienie wybranych publikacji wraz z głównymi wnioskami wynikającymi z przeprowadzonych analiz empirycznych zaprezentowane zostało w tabeli 1.

Tabela 1

Wybrane publikacje i ich główne założenia dotyczące badań z zakresu przyczynowości w rachunkowości

Autorzy/Rok	Zakres badań	Główne wnioski
M. Gruszczyński (2023)	Mikroekonometria przyczynowa w badaniach w rachunkowości	• Autor wskazał na rosnące znaczenie metodyki badań przyczynowych w badaniach z zakresu rachunkowości w szczególności metod quasi-eksperymentalnej; • Metody quasi eksperymentalne stanowią lepszą podstawę do znajdowania dowodów na związek przyczynowy; • Statystyczno-ekonometryczna metodologia oparta na regresji rzadko jest pomocna w wskazaniu związków przyczynowych; • Modele regresji panelowej dominują we współczesnych zastosowaniach rachunkowości jako narzędzie pozwalające na wskazanie sugestii związków przyczynowych; • Modele mikroekonometrii przyczynowej wydają się być właściwszym narzędziem do weryfikacji związków przyczynowych.
Ch. Armstrong, J.D. Kepler, D. Samuels, D.J. Taylor (2022)	Ewolucja metod empirycznych w badaniach księgowych i rozwój quasi-eksperymentów	• Dokonano przeglądu metod empirycznych wykorzystywanych w rachunkowości do wyciągania wniosków przyczynowych; • Zaobserwowano wyraźny wzrost wykorzystania metody quasi-eksperymentów, które pozwalają wykorzystać zmienność pozornie losową do oceny wpływu określonych czynników; • Wykorzystanie metod przyczynowych związane jest ze stosowaniem rygorystycznych założeń dotyczących, egzogeniczności, doboru grup porównawczych czy eliminacji alternatywnych wyjaśnień; • Dla pełniejszej i bardziej wiarygodnej identyfikacji przyczynowości rekomenduje się łączenie różnych metod badawczych (triangulację): teorii ekonomicznej, analizy alternatywnych scenariuszy, porównań między różnymi próbkami danych oraz replikację wyników.
A. Szydełko (2018)	Analiza przyczynowa odchyleń kosztów w mikroprzedsiębiorstwach	• Wykorzystanie analizy przyczynowej odchyleń w jednostkach mikro związane z ograniczeniami wynikającymi ze stosowanych uproszczeń; • Minimalizm w zakresie budowy rachunku kosztów w podmiotach mikro uniemożliwia wykonanie pogłębionej analizy przyczynowej odchyleń; • Badania przyczynowe wykorzystuje się głównie na potrzeby kontroli wykonania budżetów.
M. Łada B. Barnik (2018)	Modele teorii uwarunkowań sytuacyjnych w badaniach nad rachunkowością zarządczą	• Do badania przyczyn zmian w systemie rachunkowości zarządczej wykorzystywane są statyczne modele zmian sytuacyjnych; • Wyodrębnia się wewnętrzne i zewnętrzne czynniki sytuacyjne, które traktowane są jako potencjalny powód oddziałujący na potrzebę wprowadzenia zmian i podjęcie decyzji o jej wprowadzeniu.

I.D. Gow D.F. Larcer P.C. Reiss (2016)	Wnioskowanie przyczynowe w badaniach księgowych	• W badaniach z zakresu rachunkowości dominuje wnioskowanie przyczynowe, większość publikacji zakłada istnienie relacji przyczynowo-skutkowych pomiędzy badanymi zmiennymi; • Metody quasi-eksperymentalne zyskują na popularności pomimo, iż wymagają merytorycznych założeń; • Autorzy zalecają zwiększenie uwagi na identyfikację mechanizmów przyczynowych (czyli wyjaśnienie jak powstaje efekt, a nie tylko na statystycznym wykazaniu korelacji); • Połączenie metod opisowych z metodami quasi-eksperymentalnymi przyczynia się do bardziej wiarygodnych i praktycznie użytecznych badań.
A. Szychta (2015)	Pozytywna teoria rachunkowości jako koncepcja głównego nurtu badawczego	• Badania pozytywistyczne w rachunkowości ukierunkowane są na formułowanie uogólnionych wyjaśnień dotyczących zjawisk, ze szczególnym naciskiem na identyfikację i analizę zależności przyczynowo-skutkowych; • Badania pozytywistyczne w rachunkowości polegają na formułowaniu przyczynowo-skutkowych pytań badawczych; • Formułując relacje przyczynowe w rachunkowości należy przestrzegać zasad: przyczyna musi poprzedzać skutek, skutek i przyczyna muszą być ze sobą powiązane, a inne wyjaśnienia dotyczące relacji przyczyna skutek muszą zostać wyeliminowane.
J. Gasen (2014)	Wnioskowanie przyczynowe w empirycznych badaniach rachunkowości finansowej	• Wnioskowanie przyczynowe jest trudniejsze niż w innych dyscyplinach głównie z powodu endogeniczności danych; • Badania przyczynowe są znacznie częściej publikowane w ekonomii i finansach niż w rachunkowości; • Autor wskazuje na potrzebę zwiększenia świadomości metodologicznej wśród badaczy rachunkowości oraz rekomenduje szersze stosowanie metod quasi-eksperymentalnych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Casual microeconometrics in accounting research”, M. Gruszczyński, 2023, *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 47(4), s. 69-90; „Causality Redux: The Evolution of Empirical Methods in Accounting Research and the Growth of Quasi-Experiments”, C. Armstrong, J.D. Kepler, D. Samuels, D.J. Taylor, 2022, *Journal of Accounting & Economics* (JAE), pobrane z: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3935088>; „Analiza przyczynowa odchyleń kosztów w mikroprzedsiębiorstwach”, A. Szydełko, 2018, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 506, s. 134-142; „Modele teorii uwarunkowań sytuacyjnych w badaniach nad rachunkowością zarządczą”, M. Łada, B. Bartnik, 2018, *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 369, s. 105-114; „Causal Inference in Accounting Research”, I.D. Gow, D.F. Larcer, P.C. Reiss, 2016, *Journal of Accounting Research*, 54(2), s. 477-523; „Pozytywna teoria rachunkowości jako koncepcja głównego nurtu badawczego”, A. Szychta, 2015, w: B. Nita (red.), *Teoria rachunkowości, sprawozdawczość i analiza finansowa*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, s. 176-188; „Causal inference in empirical archival financial accounting research”, J. Gassen, 2014, *Accounting, Organizations and Society, Elsevier*, 39(7), s. 535-544.

3. Przyczynowość a aspekt behawioralny rachunkowości

Badając przyczynowość w rachunkowości, nie można oczywiście pominąć aspektu behawioralnego, który ukazuje znaczenie czynnika ludzkiego w procesach ewidencyjnych i sprawozdawczych jednostki. Rachunkowość, chociaż jest systemem o wysokim stopniu sformalizowania, która podporządkowana jest normom prawa bilansowego i stanowi przedmiot harmonizacji krajowej oraz międzynarodowej, nie jest wolna od oddziaływania bodźców o charakterze psychologicznym bądź społecznym. Rachunkowość zakłada wierne odzwierciedlenie sytuacji majątkowo-finansowej jednostki, w sposób obiektywny i neutralny. Pomimo tak sformalizowanych zasad rachunkowości, wpływ czynnika ludzkiego dostrzec można na każdym etapie jej prowadzenia, począwszy od właściwej identyfikacji czy klasyfikacji operacji gospodarczych, przez wycenę, ujęcie księgowe aż po sporządzenie sprawozdania finansowego i jego interpretację. Decyzje dotyczące momentu ujęcia kosztów bądź przychów, metod wyceny, przyjmowanych szacunków podejmowane są przez osoby, które reagują na bodźce płynące z otoczenia, a które wpływają na ich sferę poznawczą, intuicję, motywację emocje czy cechy osobowości (Kiziukiewicz, Jaworska, 2017). Osoby prowadzące księgowość mogą też być pod wpływem czynników wynikających z otoczenia organizacyjnego, do których możemy zaliczyć presję na wynik, ocenę przełożonego czy przyjęty w jednostce system premiowania (Merchant, Van der Stede, 2017). Należy podkreślić, że zniekształcenie ostatecznego wyniku wypracowanego przez jednostkę na skutek czynników behawioralnych osoby prowadzącej rachunkowość nie należy utożsamiać z nierzetelnym obrazem powstałym na skutek rachunkowości agresywnej (Król, 2015; Ozygała, Burchart 2024; Sendor, Strojny, 2024). W ramach rachunkowości agresywnej dane finansowe są celowo zniekształcanie w celu osiągnięcia założonego celu. Natomiast w przypadku oddziaływania czynników behawioralnych zachowania jednostki kształtowane są przez kontekst środowiskowy, w którym funkcjonuje. Bodźce płynące z otoczenia mają wpływ na podejmowane decyzje i postawy często w sposób nieświadomy dla człowieka (Korzeniowska, 2017). Nurt behawioralny w rachunkowości zakłada, że część działań wykonywanych przez człowieka wynika z utrwalonych schematów postępowania, które z czasem stają się automatyczne. W praktyce oznacza to, że osoby realizujące określone procesy księgowe, przyzwyczajone do stałego sposobu działania, mogą powielać wyuczone procedury bez refleksji nad ich adekwatnością do nowego kontekstu lub zakresu czynności.

Poszukując przyczyn wystąpienia określonych zjawisk w rachunkowości, należy zatem rozważyć, czy na ich kształt nie wpłynęły czynniki zewnętrzne w postaci bodźców behawioralnych, ponieważ zaprezentowane wartości w sprawozdaniach finansowych: bilansie bądź rachunku zysków i strat nie zawsze będą wiernym odzwierciedleniem przebiegu operacji gospodarczych, ale mogą wynikać z indywidualnej interpretacji, percepcji czy intencji osób podejmujących decyzję pod wpływem różnorodnych czynników o charakterze psychologicznym bądź społecznym. Uwzględnienie perspektywy behawioralnej jest więc niezwykle istotne przy ocenie przyczynowości w rachunkowości i dla pełnego zrozumienia mechanizmu, w jaki powstała dana informacja finansowa i dla prawidłowej oceny jej wiarygodności.

Podsumowanie

Przyczynowość leży u podstaw założeń teoretycznych rachunkowości. Zasada podwójnego zapisu, która jest podstawową formą księgową, w najprostszy sposób próbuje ukazać przyczynę oraz skutek. Wszelkie dane gromadzone przez system rachunkowości pozwalają na dostarczanie niezwykle istotnych informacji ekonomicznych na temat całokształtu działalności jednostki. Dane te pozwalają na prowadzenie dalszych analiz w poszukiwaniu przyczyn wystąpienia danego zjawiska. Osoby zarządzające podmiotami wykorzystują informacje pochodzące z rachunkowości zwłaszcza na etapach planistycznych.

Wnioskowanie przyczynowe w rachunkowości stanowi jedno z trudniejszych wyzwań metodologicznych współczesnych badań, głównie z powodu endogeniczności danych. Badania pozytywistyczne w tej dyscyplinie skupiają się na identyfikacji zależności przyczynowo-skutkowych, ale ich wiarygodność uzależniona jest od spełnienia kilku kluczowych warunków: wcześniejszego wystąpienia przyczyny względem skutku, istnienia związku między nimi i wyeliminowania alternatywnych wyjaśnień.

W literaturze przedmiotu szczególnie rekomenduje się stosowanie metod quasi-eksperymentalnych jako narzędzi pozwalających na bardziej rzetelne ustalenie zależności przyczynowych w rachunkowości. Autorzy jednak podkreślają konieczność rozwijania świadomości metodologicznej badaczy rachunkowości oraz potrzebę koncentrowania się nie tylko na wykazywaniu korelacji, lecz przede wszystkim na wyjaśnianiu procesów prowadzących do obserwowanych efektów.

Przyczynowe podejście badawcze znajduje zastosowanie m.in. w rachunkowości zarządczej. Przykładem są modele zmian sytuacyjnych, w których analizuje się wewnętrzne i zewnętrzne czynniki warunkujące konieczność modyfikacji systemów informacyjnych. Z kolei modele mikroekonometrii przyczynowej umożliwiają bardziej precyzyjną weryfikację hipotez przyczynowych niż tradycyjne techniki statystyczne.

W celu uzyskania pełniejszej i bardziej wiarygodnej identyfikacji związków przyczynowych zaleca się stosowanie triangulacji metod badawczych, obejmującej wykorzystanie teorii ekonomicznej, analizę alternatywnych scenariuszy, porównania między różnymi próbami danych i replikację wyników. Przyczynowość pozostaje zatem nie tylko elementem konstrukcyjnym rachunkowości, ale także stanowi impuls do dalszego jej rozwoju i doskonalenia.

Zwraca się też uwagę, że pomimo formalnego charakteru zasad rachunkowości i dążenia do obiektywizmu, prezentowane informacje księgowe mogą być kształtowane nie tylko przez zdarzenia gospodarcze, lecz także przez czynnik ludzki: emocje, intuicje, interesy lub presję otoczenia, wpływającą na proces podejmowania decyzji księgowych.

Przeprowadzony przegląd literatury stanowi punkt wyjścia do dalszych badań empirycznych, które pozwoliłyby zweryfikować przedstawione wnioski w praktyce. W przyszłości zasadne wydaje się rozszerzenie analiz o badania dotyczące wpływu rozwoju nowoczesnych technologii, w szczególności systemów informatycznych wspierających rachunkowość oraz rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji, na identyfikację i interpretację zależności przyczynowo-skutkowych w danych pochodzących z systemów księgowych.

Bibliografia

- Armstrong, C., Kepler, J.D., Samuels, D., Taylor, D.J. (2022). Causality Redux: The Evolution of Empirical Methods in Accounting Research and the Growth of Quasi-Experiments. *Journal of Accounting & Economics (JAE)*. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3935088>.
- Atanasov, V., Black, B. (2016). Shock-based causal inference in corporate finance and accounting research. *Critical Finance Review*, 5, 207-304.
- Dobija, M. (2009). Natura i piękno zapisu podwójnego. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie*, 796, 5-20.
- Gassen, J. (2014). Causal inference in empirical archival financial accounting research. *Accounting, Organizations and Society, Elsevier*, 39(7), 535-544.
- Gow, I.D., Larcker, D.F., Reiss, P.C. (2016). Causal inference in Accounting Research. *Journal of Accounting Research*, 54(2), 477-523.
- Gruszczyński, M. (2018). Badania ilościowe w finansach przedsiębiorstw i rachunkowości – wyzwania metodyczne. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 91, 11-22.
- Gruszczyński, M. (2023). Casual microeconometrics in accounting research. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 47(4), 69-90.
- Karmańska, A. (2013). Nauka rachunkowości: proces poznawczy, paradygmaty i prawda w rachunkowości – garść ustaleń i refleksji. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 71(127), 125-146.
- Kasperowicz-Stępień, A., Stępień, K. (2007). Analiza finansowa jako narzędzie wykorzystywane do badania sytuacji finansowej jednostki gospodarczej. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 750, 171-184.
- Kiziukiewicz, T., Jaworska, E. (2017). Obszary oddziaływań behawioralnych na rachunkowość finansową i zarządczą. *Finanse. Rynki Finansowe. Ubezpieczenia*, 4(88/1), 105-118.
- Korzeniowska, D. (2017). Pionierzy i wybrane teorie istotne dla rozwoju rachunkowości behawioralnej. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 92(148), 71-83.
- Król, D. (2015). Rachunkowość kreatywna a rachunkowość agresywna. *Nauka o finansach*, 2(23), 11-21.
- Kuzior, A. (2017). Rachunkowość jako system informacyjny. W: J. Paff (red.), *Rachunkowość finansowa z uwzględnieniem MSSF Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej* (s. 25-42). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN SA.
- Łada, M., Bartnik, B. (2018). Modele teorii uwarunkowań sytuacyjnych w badaniach nad rachunkowością zarządczą. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 369, 105-114.
- Merchant, K.A., Van der Stede, W.A. (2017). *Management Control Systems: Performance Measurement, Evaluation and Incentives (4th ed.)*. Pearson. Pobrane z: https://elearn-archive.fnu.ac.fj/pluginfile.php/582221/mod_resource/content/1/Management%20control%20systems%20-%204th%20Ed.%20Pearson.pdf.
- Micherda, B. (red.). (2004). *Współczesna analiza finansowa*. Kraków: Zakamycze.
- Nowak, E. (2018). Kierunki wykorzystania metod ekonometrycznych w analizie informacji dostarczanych przez system rachunkowości. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 506, 84-92.
- Ozygała, Z.G., Burchart, R. (2024). Granice między rachunkowością kreatywną, agresywną i oszukańczą. *Academy of Management*, 8(3), 70-88.

- Sendor, P., Strojny, K. (2024). Percepcja pojęcia rachunkowość kreatywna i agresywna w świetle badań. *Zeszyty Naukowe ZPSB Firma i Rynek*, 1(65), 79-91.
- Szczypa, P. (2017). Wprowadzenie do zaawansowanej rachunkowości finansowej. W: P. Szczypa (red.), *Zawansowana rachunkowość finansowa od teorii do praktyki* (s. 13-28). Warszawa: CeDeWu Sp. z o.o.
- Szczypa, P. (2020). Wprowadzenie do rachunkowości przedsiębiorstw. W: P. Szczypa (red.), *Podstawy rachunkowości od teorii do praktyki* (s. 17-36). Warszawa: CeDeWu Sp. z o.o.
- Szycha, A. (2015). Pozytywna teoria rachunkowości jako koncepcja głównego nurtu badawczego. W: B. Nita (red.) *Teoria rachunkowości, sprawozdawczość i analiza finansowa. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 388 (s. 176-188). Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
- Szydełko, A. (2018). Analiza przyczynowa odchyleń kosztów w mikroprzedsiębiorstwach. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 506, 134-142.
- Wachowicz, A. (2013). Przedmiot współczesnej nauki rachunkowości. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 71(127), 295-308.

Julianna KOCZY

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Polska

ORCID: 0009-0000-8266-4019

STEREOTYPY PŁCIOWE A WYBORY KONSUMENTÓW Z POKOLENIA Z W OBSZARZE PIELEGNACJI OSOBISTEJ

Streszczenie

Decyzje zakupowe konsumentów są kształtowane przez szereg czynników, wśród których istotną rolę mogą odgrywać stereotypy płciowe – społecznie utrwalone przekonania dotyczące cech, ról i oczekiwanych zachowań kobiet oraz mężczyzn. Choć uproszczone schematy poznawcze mogą ułatwiać podejmowanie decyzji konsumenckich, jednocześnie ograniczają swobodę wyboru i wpływają na sposób postrzegania produktów. Stereotypy płciowe są obecne w estetyce opakowań, języku komunikacji marketingowej oraz profilowaniu konsumentów pielęgnacyjnych według binarnych kategorii płciowych. W kontekście rosnącej liczby konsumentów należących do pokolenia Z – grupy deklarującej otwartość na różnorodność i redefinicję ról płciowych – zasadne staje się pytanie o aktualność i siłę oddziaływania stereotypów płciowych w procesach decyzyjnych podczas zakupu kosmetyków pielęgnacyjnych.

Celem niniejszego artykułu jest empiryczna analiza roli stereotypów płciowych w decyzjach zakupowych konsumentów z pokolenia Z w segmencie pielęgnacji osobistej rynku kosmetyków pielęgnacyjnych. W ramach badania przeprowadzono krytyczny przegląd literatury przedmiotu i analizę ilościową, opartą na danych zebranych w maju 2023 roku od 188 przedstawicieli pokolenia Z, pochodzących z województwa śląskiego. Analiza danych została przeprowadzona przy użyciu oprogramowania Excel.

Wyniki wskazują, że chociaż pielęgnacja jest postrzegana przez respondentów jako czynność neutralna płciowo, to w praktyce ich decyzje zakupowe nadal są w znacznym stopniu uwarunkowane stereotypami. Kobiety wykazują wyższy poziom świadomości konsumenckiej – ich wybory są bardziej zróżnicowane i oparte na analizie składu produktów. Mężczyźni natomiast częściej kierują się oznaczeniami płciowymi i preferują kosmetyki dedykowane ich płci, co wskazuje na utrzymującą się potrzebę potwierdzenia zgodności produktu z ich tożsamością płciową. Z perspektywy producentów kosmetyków pielęgnacyjnych wyniki badania dostarczają istotnych wskazówek. Podział produktów według płci pozostaje skutecznym rozwiązaniem.

Słowa kluczowe: stereotypy płci, konsumenci z pokolenia Z, rynek kosmetyków, pielęgnacja osobista, marketing, segment pielęgnacji osobistej, rynek kosmetyków.

GENDER STEREOTYPES AND THE CHOICES OF GENERATION Z CONSUMERS IN THE AREA OF PERSONAL CARE

Summary

Consumer purchasing decisions are shaped by several factors, among which gender stereotypes – socially entrenched beliefs about the characteristics, roles and expected behaviours of women and men – can play an important role. Although simplified cognitive patterns can facilitate consumer decision-making, they also limit freedom of choice and influence the way products are perceived. Gender stereotypes are present in packaging aesthetics, marketing

communication language and in the profiling of beauty consumers according to binary gender categories. In the context of the growing number of consumers belonging to Generation Z – a group that declares openness to diversity and the redefinition of gender roles – it is reasonable to question the relevance and influence of gender stereotypes in the decision-making process when purchasing skincare cosmetics.

The aim of this article is to empirically analyse the role of gender stereotypes in the purchasing decisions of Generation Z consumers in the personal care segment of the beauty care market. The study included a critical review of the literature on the subject and a quantitative analysis based on data collected in May 2023 from 188 Generation Z representatives from the Silesian Province.

The data analysis was performed using Excel software. The results indicate that although care is perceived by respondents as a gender-neutral activity, in practice their purchasing decisions are still largely influenced by stereotypes. Women show a higher level of consumer awareness – their choices are more diverse and based on an analysis of product composition. Men, on the other hand, are more likely to be guided by gender markings and prefer cosmetics dedicated to their gender, which indicates a continuing need to confirm that the product is consistent with their gender identity. From the perspective of skincare manufacturers, the survey results provide important insights. The division of products by gender remains an effective solution.

Keywords: gender stereotypes, Generation Z consumers, cosmetics market, personal care, marketing, care segment, care market.

Wprowadzenie

Segment pielęgnacji osobistej rynku kosmetyków stanowi dynamicznie rozwijającą się przestrzeń konsumpcyjną, silnie osadzoną w kontekście kulturowym, w którym płeć funkcjonuje jako istotny czynnik różnicujący potrzeby, preferencje oraz zachowania konsumenckie. Segment ten obejmuje produkty takie jak kremy, preparaty myjące czy peelingi. Są to środki przeznaczone do użytku przez osoby dowolnej płci, jednak w praktyce rynkowej często poddawane są one segmentacji i prezentowane jako produkty adresowane do określonej grupy płciowej, co stanowi element stosowanych strategii marketingowych (Gonzalez Guittar et al., 2022; Eagly et al., 2019; Buckley et al., 2024). Stereotypy płciowe – rozumiane jako społecznie utrwalone przekonania dotyczące cech, ról i oczekiwanych zachowań kobiet i mężczyzn – odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu decyzji zakupowych, wpływając zarówno na sposób postrzegania produktów, jak i na ich odbiór w kontekście tożsamości konsumenckiej (Ellemers, 2018; Ye, Bose, Pelton, 2019; Kenalemang-Palm, 2023; Byrne, Milestone, 2023). Przekazy marketingowe oraz estetyka produktów kosmetycznych odzwierciedlają dominujące wzorce kulturowe i się do ich reprodukcji, wzmacniając binarne podziały płciowe w przestrzeni rynkowej (Gonzalez Guittar et al., 2022; Zayer, Pounders, 2022).

Szczególne znaczenie w tym kontekście zyskuje pokolenie Z – generacja konsumentów urodzonych po 1995 roku, wychowana w warunkach intensywnej cyfryzacji, globalizacji i rosnącej świadomości społecznej (Aniszewska, 2015; Francis, Hoefel, 2018). Pomimo deklarowanej otwartości na różnorodność i redefinicję ról płciowych, przedstawiciele tej grupy nadal funkcjonują w środowisku konsumpcyjnym, w którym produkty kosmetyczne są silnie zróżnicowane pod względem płci. Przejawia się to m.in. w zjawisku *pink tax*, estetyce opakowań, języku komunikacji marketingowej i profilowaniu konsumentów według binarnych kategorii płciowych (Gonzalez Guittar

et al., 2022; Eagly et al., 2019; Buckley et al., 2024). Z perspektywy polskiego rynku kosmetyków ten temat wydaje się szczególnie ważny ze względu na wysoki udział w sprzedaży segmentu pielęgnacji osobistej – jak wskazuje Centrum Analiz PKO Banku Polskiego (2024) – sprzedaż w tym segmencie w 2023 roku szacowana jest na 2,5 mld EUR (co obejmuje 48,2% udziału w rynku).

W kontekście rosnącej liczby konsumentów należących do pokolenia Z – grupy deklarującej otwartość na różnorodność i redefinicję ról płciowych – zasadne staje się pytanie o aktualność i siłę oddziaływania stereotypów płciowych w procesach decyzyjnych. Czy pokolenie Z, mimo deklarowanej otwartości, pozostaje pod wpływem utrwalonych wzorców społecznych, czy też aktywnie je kwestionuje?

Celem niniejszego artykułu jest empiryczna analiza roli stereotypów płciowych w decyzjach zakupowych konsumentów pokolenia Z w segmencie pielęgnacji osobistej rynku kosmetyków pielęgnacyjnych. W oparciu o powyższe założenia sformułowano dwa szczegółowe pytania badawcze:

- PB1. W jakim stopniu stereotypy płciowe wpływają na decyzje zakupowe mężczyzn i kobiet z pokolenia Z w segmencie pielęgnacji osobistej rynku kosmetyków pielęgnacyjnych?
- PB2. Czy decyzje zakupowe konsumentów z pokolenia Z w segmencie pielęgnacji osobistej rynku kosmetyków pielęgnacyjnych są podejmowane w sposób świadomy, czy uwarunkowane stereotypami płciowymi?

W artykule dokonano krytycznej analizy literatury przedmiotu i przedstawiono wyniki badania ilościowego przeprowadzonego wśród 188 przedstawicieli pokolenia Z pochodzących z województwa śląskiego. Oryginalność niniejszego opracowania wynika z połączenia perspektywy konsumenckiej z analizą kulturowych mechanizmów wpływu, co pozwala na pogłębione zrozumienie sposobów funkcjonowania stereotypów płciowych w świadomości młodych konsumentów oraz ich potencjalnej roli w reprodukcji lub dekonstrukcji dominujących wzorców społecznych.

1. Przegląd literatury

1.1. Zróżnicowanie zachowań konsumenckich w kontekście płci jako konstruktu społeczno-kulturowego

Zachowania konsumenckie definiowane są jako procesy złożone, obejmujące wybór, zakup, użytkowanie i pozbywanie się produktów, usług oraz idei, których celem jest zaspokojenie indywidualnych potrzeb jednostki (Solomon, 2018). W ramach tej dynamiki, tożsamość płciowa jawi się jako kluczowy komponent samoświadomości konsumenta, wpływający zarówno na jego percepcję siebie, jak też na oczekiwania wobec marek oraz oferowanych przez nie wartości (Ye, Bose, Pelton, 2019).

Współczesne ujęcia teoretyczne odchodzą od binarnego rozumienia płci, wskazując na jej charakter jako konstruktu społecznego, psychologicznego i kulturowego, który w sposób zróżnicowany kształtuje preferencje konsumenckie (Rogova, Matta, 2023). Role płciowe, będące efektem internalizacji norm społecznych, determinują oczekiwania wobec zachowań konsumenckich kobiet i mężczyzn. Kobiety częściej przypisują wartość aspektom estetycznym, etycznym oraz społecznym produktów, a mężczyźni wykazują większą skłonność do racjonalizacji decyzji zakupowych, preferując funkcjonalność oraz wygodę (Lin et al., 2018; Mehta, 2020).

Różnice te niosą za sobą kluczowe implikacje dla projektowania kampanii reklamowych oraz społecznych, w których uwzględnienie preferencji płciowych może zwiększyć skuteczność przekazu (Exley et al., 2025). Kobiety wykazują wyższy poziom hedonizmu oraz tendencję do poszukiwania nowości w procesie zakupowym (Mehta, 2020). Zgodnie z hipotezą selektywności, kobiety częściej angażują się w kompleksowe przetwarzanie informacji, analizując wiele źródeł przed podjęciem decyzji, podczas gdy mężczyźni preferują podejście selektywne, oparte na kluczowych schematach poznawczych (Lin et al., 2018).

Badania E. Givon et al. (2023) wykazały, że kobiety efektywniej przetwarzają negatywne emocje, co może przekładać się na ich większą wrażliwość na komunikaty marketingowe nacechowane emocjonalnie (Otamendi, Sutil Martín, 2020). W kontekście sytuacji kryzysowych, kobiety częściej niż mężczyźni doświadczają negatywnych emocji, co wpływa na ich reakcje konsumenckie (Wollast et al., 2025). Obawa przed negatywną oceną społeczności może prowadzić do podejmowania mniej korzystnych decyzji zakupowych (Villanueva-Moya, Expósito, 2021).

1.2. Pokolenie Z jako konsumenci

W literaturze przedmiotu pokolenie Z definiowane jest jako kohorta osób urodzonych w latach 1995-2010 (Aniszewska, 2015). Wychowani w środowisku nasyconym technologią cyfrową, przedstawiciele tej generacji określani są mianem „cyfrowych tubylców” (*digital natives*), co odzwierciedla ich naturalne kompetencje w zakresie technologii informacyjno-komunikacyjnych i wysoki poziom zaangażowania w korzystanie z Internetu i mediów społecznościowych (Bhalla, Tiwari, Chowdhary, 2021).

W odróżnieniu od wcześniejszych generacji, konsumenci z pokolenia Z wykazują podwyższoną wrażliwość na kwestie etyczne, środowiskowe i społeczne, co znajduje bezpośrednie odzwierciedlenie w ich decyzjach zakupowych (Filip et al., 2025; Mochla, Tsourvakas, 2024). Media społecznościowe pełnią w tym kontekście podwójną rolę: są zarówno przestrzenią zakupową, jak i kanałem wpływu na preferencje konsumenckie. Szczególną rolę odgrywają influencerzy, którzy jako współcześni liderzy opinii, kształtują postrzeganie marek oraz wspierają proces rekomendacji produktów, budując zaufanie konsumenckie (Dada, Jazi, 2022).

Charakterystyczną cechą zachowań zakupowych pokolenia Z jest skłonność do impulsywności, zwłaszcza w środowisku cyfrowym. Metaanaliza przeprowadzona przez G.R. Iyer et al. (2020) wskazuje, że impulsywność, obniżona samokontrola oraz pozytywne emocje wywołane atrakcyjnym przekazem marketingowym stanowią istotne predyktory nieplanowanych decyzji zakupowych. Wysoka ekspozycja na bodźce wizualne, personalizowane treści i natychmiastowa dostępność produktów sprzyjają podejmowaniu szybkich, często emocjonalnych decyzji konsumenckich.

2. Metodyka przeprowadzonego badania

Celem niniejszego badania była empiryczna analiza roli stereotypów płciowych w decyzjach zakupowych konsumentów pokolenia Z w segmencie pielęgnacji osobistej rynku kosmetyków pielęgnacyjnych. Pokolenie to charakteryzuje się wysokim poziomem indywidualizacji i krytycznym podejściem do tradycyjnych norm społecznych, stanowi interesującą grupę do analizy z perspektywy zmieniających się wzorców konsumpcji (Twenge, 2023; Stavrianea et al., 2020).

Badanie ilościowe przeprowadzono w maju 2023 roku z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety elektronicznej stworzonego za pomocą Google Forms. Kwestionariusz został udostępniony respondentom za pomocą mediów społecznościowych – Instagrama i Facebooka, z wykorzystaniem metody kuli śnieżnej (Jabłońska, Sobieraj, 2013). Zastosowanie tej metody wynika z jej licznych zalet, takich jak np. niski koszt realizacji, szybki czas zbierania danych, możliwość dotarcia do szerokiej i zróżnicowanej grupy respondentów oraz zwiększony komfort uczestników przy poruszaniu tematów wrażliwych (Limone et al., 2022; Singh, Sagar, 2021). Jednocześnie uwzględniono ograniczenia tej metody, takie jak ryzyko błędu próby wynikające z wykluczenia osób nieposiadających dostępu do Internetu lub kompetencji cyfrowych (Shiyab et al., 2023).

Kwestionariusz ankiety elektronicznej składał się z: 5 pytań metryczkowych, jednego pytania, na które respondenci odpowiadali na skali Likerta (1-5) – pytanie dotyczyło wpływu różnych czynników na wybory konsumentów podczas zakupu kosmetyków pielęgnacyjnych – a także 4 pytań zamkniętych. Pytania zamknięte miały pozwolić na określenie stosunku respondentów do stwierdzenia: *Używanie kosmetyków pielęgnacyjnych jest neutralne płciowo – mogą z nich korzystać zarówno kobiety, jak i mężczyźni* oraz oceny prawdopodobieństwa, że w sytuacji, w której respondentowi skończy się żel/emulsja pod prysznic, użyje on żelu/emulsji pod prysznic osoby przeciwnej płci, z którą mieszka/mieszkała. Ponadto podjęto próbę weryfikacji charakteru produktu pielęgnacyjnego (kremu nawilżającego bądź produktu do mycia ciała), na który zdecydowaliby się respondenci na podstawie samego opisu. Opisy kremów nawilżających oraz produktów do mycia ciała przygotowano, bazując na produktach dostępnych na rynku. Respondentom zaprezentowano opisy prezentujące kolejno: krem stereotypowo kobiecy, krem będący świadomym wyborem zawierającym składnik aktywny, krem stereotypowo męski, krem bezpośrednio wskazujący na płeć w opisie i krem stanowiący wybór neutralny. Podobny schemat pytania zastosowano, pytając o produkt do mycia ciała. Ponownie respondenci zostali poproszeni o wskazanie kosmetyku, bazując na samym jego opisie, który wskazywał na wybór neutralny bądź świadomy, wybór stereotypowo męski lub kobiecy i produkt wskazujący na płeć bezpośrednio w opisie.

Do empirycznej weryfikacji postawionych pytań badawczych zastosowano elementy statystyki opisowej. Dane analizowano za pomocą oprogramowania Excel.

Próba badawcza objęła 188 osób pochodzących z województwa śląskiego, urodzonych w latach 1995-2005, co odpowiada definicji pokolenia Z (Aniszewska, 2015). Średnia wieku respondentów wynosiła 22 lata. Kobiety w grupie badawczej stanowiły 52% ankietowanych, a mężczyźni – 48%. Najliczniejszą grupę badanych stanowili mieszkańcy wsi (31%) i miast od 100 000 do 500 000 mieszkańców (29%). Większość badanych to studenci (65%). Swoje status materialny respondenci określali głównie jako średni (43%) lub dobry (38%).

3. Wyniki przeprowadzonych badań

Wyniki badań wskazują, że ponad połowa respondentów – niezależnie od płci – całkowicie zgadza się ze stwierdzeniem *Używanie kosmetyków pielęgnacyjnych jest neutralne płciowo – mogą z nich korzystać zarówno kobiety, jak i mężczyźni* (tabela 1).

Tabela 1

Stosunek respondentów do stwierdzenia „Używanie kosmetyków pielęgnacyjnych jest neutralne płciowo – mogą z nich korzystać zarówno kobiety, jak i mężczyźni”

Wyszczególnienie	Kobiety	Mężczyźni
Całkowicie się zgadzam	54%	51%
Zgadzam się do pewnego stopnia	23%	24%
Nie mam zdania	14%	21%
Raczej się nie zgadzam	5%	2%
Nie zgadzam się	4%	2%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Respondenci określili, w jakim stopniu, w skali od 1 do 5 (gdzie 1 oznacza w bardzo małym stopniu, 2 – małym, 3 – średnim, 4 – dużym, 5 – bardzo dużym), podane czynniki wpływają na ich wybory podczas zakupu kosmetyków pielęgnacyjnych (tabela 2).

Tabela 2

Wpływ różnych czynników na wybory konsumentów podczas zakupu kosmetyków pielęgnacyjnych (odpowiedzi podane w liczbie badanych, z podziałem na płeć)

Wyszczególnienie	1			2			3			4			5		
	K	M	Ogółem	K	M	Ogółem	K	M	Ogółem	K	M	Ogółem	K	M	Ogółem
Cena	3	3	6	13	12	25	32	28	60	19	19	38	30	26	56
Marka	11	11	22	18	22	30	39	23	62	21	24	45	8	11	19
Etykieta	19	19	38	32	31	63	23	30	53	18	8	26	5	3	8
Kolor i kształt opakowania	24	29	53	45	34	79	19	22	41	6	5	11	3	1	4
Materiał opakowania	27	30	57	38	30	68	23	23	46	6	6	12	3	2	5
Skład	1	11	12	14	21	35	20	23	43	26	15	41	36	21	57
Zapach	2	2	4	19	15	34	27	20	47	34	33	67	15	21	36
Kategoria kosmetyku (dla kobiet, dla mężczyzn)	17	9	26	12	10	22	23	18	41	17	24	41	28	30	58
Innowacyjność produktu	11	23	34	21	22	43	35	20	55	20	20	40	10	6	16
Promocja cenowa	2	5	7	7	17	24	25	21	46	28	20	48	35	28	63
Wielofunkcyjność kosmetyku (np. 3 w 1)	40	24	64	25	20	45	21	24	45	3	10	13	8	13	21
Okres przydatności do użycia po otwarciu	26	32	58	19	21	40	25	16	41	15	14	29	12	8	20
Tradycja	9	21	30	27	13	40	25	25	50	20	23	43	16	9	25
Informacja, że jest to kosmetyk wegański	33	73	106	24	12	36	16	3	19	18	0	18	6	3	9
Przyjazność środowisku	15	33	48	25	32	57	25	10	35	22	11	33	10	5	15
Dostępność	4	8	12	13	14	27	20	25	45	25	23	48	35	21	56
Darmowa dostawa	6	19	25	14	16	30	27	18	45	21	19	40	29	19	48
Bezpłatny zwrot	26	29	55	9	15	24	22	13	35	14	10	24	26	24	50
Impuls chwili	14	24	38	19	26	45	35	23	58	20	15	35	9	3	12
Moda	19	35	54	27	26	53	32	13	45	11	13	24	8	4	12
Reklamy, twarz promująca markę	40	48	88	29	27	56	19	12	31	4	3	7	5	1	6
Opinie w Internecie	2	12	14	12	12	24	22	25	47	36	28	64	25	14	39
Sugestie doradcy klienta	44	43	87	27	22	49	15	12	27	7	11	18	4	3	7
Polecenia znajomych, rodziny	11	13	24	20	12	32	19	27	46	24	29	53	23	10	33
Polecenia influencerów	30	46	76	23	23	46	25	17	42	16	4	20	3	1	4

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Niezależnie od płci, respondenci podobnie oceniali czynniki takie jak cena, materiał opakowania czy sugestie doradcy klienta. Najwyższą średnią arytmetyczną odpowiedzi kobiet uzyskały czynniki: promocja cenowa, skład, dostępność, opinie w Internecie oraz bezpłatny zwrot, zaś najniższa średnia arytmetyczna wystąpiła dla czynników takich jak: materiał opakowania, wielofunkcyjność kosmetyku, kolor oraz kształt opakowania, reklamy/twarz promująca markę oraz sugestie doradcy klienta. Z kolei mężczyźni jako najważniejsze oceniali takie czynniki, jak: kategoria kosmetyku (dla kobiet, dla mężczyzn), zapach, promocja cenowa, oraz cena i dostępność, zaś za najmniej ważne uznali: kolor i kształt opakowania, sugestie doradcy klienta, polecenia influencerów, reklamy/twarz promującą markę oraz informację, że jest to kosmetyk wegański (tabela 3).

Tabela 3

Wpływ różnych czynników na wybory konsumentów podczas zakupu kosmetyków pielęgnacyjnych (moda (Mo), mediana (Me) i średnia arytmetyczna (M) odpowiedzi z podziałem na płeć)

Wyszczególnienie	Mo			Me			M		
	K	M	Ogółem	K	M	Ogółem	K	M	Ogółem
Cena	3	3	3	4	4	4	3,5	3,5	3,49
Marka	3	4	3	3	3	3	3	3,3	3,14
Etykieta	2	2	2	2	2	2	2,6	2,4	2,48
Kolor i kształt opakowania	2	2	2	2	2	2	2,2	2,1	2,12
Materiał opakowania	2	1,2	2	2	2	2	2,2	2,1	2,15
Skład	5	3	5	4	3	4	3,9	2,6	3,22
Zapach	4	4	4	4	4	4	3,4	3,6	3,52
Kategoria kosmetyku (dla kobiet, dla mężczyzn)	5	5	5	3	4	4	3,3	3,6	3,44
Innowacyjność produktu	3	1	3	3	3	3	3	2,6	2,79
Promocja cenowa	5	5	5	4	4	4	3,9	3,5	3,72
Wielofunkcyjność kosmetyku (np. 3 w 1)	1	1,3	1	2	3	2	2,1	2,7	2,37
Okres przydatności do użycia po otwarciu	1	1	1	3	2	2	2,7	2,4	2,54
Tradycja	2	3	3	3	3	3	2,7	2,9	2,78
Informacja, że jest to kosmetyk wegański	1	1	1	2	1	1	2,4	1,3	2,87
Przyjazność środowisku	2	1	2	3	2	2	2,9	2,2	2,52
Dostępność	5	3	5	4	3	4	3,8	3,3	3,56
Darmowa dostawa	5	1,4,5	5	4	3	3	3,6	3	3,3
Bezpłatny zwrot	2	1	1	3	3	3	3,1	2,8	2,91
Impuls chwili	3	2	3	3	2	3	2,9	2,4	2,67
Moda	3	1	1	3	2	2	2,6	2,2	2,4
Reklamy, twarz promująca markę	1	1	1	2	1	2	2	1,7	1,82
Opinie w Internecie	4	4	4	4	3	4	3,7	3,2	3,48
Sugestie doradcy klienta	1	1	1	2	2	2	2	2	1,98
Polecenia znajomych, rodziny	4	4	4	3	3	3	3,3	2,8	3,06
Polecenia influencerów	1	1	1	1	1	1	2,5	1,8	2,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Respondenci zostali poproszeni o wskazanie, który krem nawilżający wybraliby wyłącznie na podstawie jego opisu. Najczęściej wybraną pozycją wśród mężczyzn był „Krem nawilżający dla mężczyzn – aktywne nawilżanie i codzienna pielęgnacja”, którą wskazało 58% mężczyzn. Z kolei najwięcej kobiet (33%) wybrało opcję „Nawilżająca emulsja ze skwalanem + HA, wspiera odbudowę bariery hydrolipidowej” (tabela 4).

Tabela 4

Krem nawilżający, który na podstawie samego opisu wybraliby respondenci (odpowiedzi podane z podziałem na płeć)

Produkt	Kobiety	Mężczyźni
Nawilżająca emulsja „dotyk natury”, róża japońska – nietłusta konsystencja, zawiera 3 kluczowe ceramidy	30%	7%
Nawilżająca emulsja ze skwalanem + HA, wspiera odbudowę bariery hydrolipidowej	33%	10%
Krem aktywnie nawilżający 4 w 1 – do twarzy, ciała, stóp i dłoni – zapewnia miękką i gładką skórę przez 48h	5%	18%
Krem nawilżający dla mężczyzn/Krem nawilżający dla kobiet – aktywne nawilżanie i codzienna pielęgnacja	6%	58%
Krem nawilżający z kwasem hialuronowym	26%	8%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Podobny model pytania zastosowano, pytając o produkt do mycia ciała. Ponownie respondenci zostali poproszeni o wskazanie kosmetyku, bazując na samym jego opisie. Kobiety najczęściej decydowały się na opcję „Emulsja micelarna do mycia – oczyszcza skórę i nie uszkadza płaszcza lipidowego – naturalnej bariery ochronnej skóry” (48%). Jako produkt do mycia ciała, mężczyźni najczęściej (38%) wybierali „Odświeżający żel pod prysznic męski” (tabela 5).

Tabela 5

Produkt do mycia ciała, który na podstawie samego opisu wybraliby respondenci (odpowiedzi podane z podziałem na płeć)

Produkt	Kobiety	Mężczyźni
Płyn do mycia ciała i włosów – dobrze oczyszczający	4%	19%
Emulsja micelarna do mycia – oczyszcza skórę i nie uszkadza płaszcza lipidowego – naturalnej bariery ochronnej skóry	48%	15%
Odświeżający żel pod prysznic męski/Odświeżający żel pod prysznic damski	7%	38%
Kremowy żel pod prysznic – odżywia skórę i zapewnia przyjemną kąpiel	16%	18%
Żel pod prysznic malinowy pocałunek – aromatyzuje, nawilża i oczyszcza, nie narusza bariery ochronnej skóry	24%	10%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W sytuacji, kiedy respondentom skończy się żel bądź emulsja pod prysznic, oceniali oni jako wysokie prawdopodobieństwo użycia kosmetyku osoby przeciwnej płci, z którą mieszkają lub mieszkali. Odpowiedź „bardzo prawdopodobne” wskazało 44% badanych, a „prawdopodobne” – 27% (tabela 6).

Tabela 6

Ocena prawdopodobieństwa, że w sytuacji, w której respondentowi skończy się żel/emulsja pod prysznic, użyje on żelu/emulsji pod prysznic osoby przeciwnej płci, z którą mieszka/mieszkali

Wyszczególnienie	Odpowiedzi
Bardzo prawdopodobne	44%
Prawdopodobne	27%
Nie wiem	14%
Nieprawdopodobne	10%
Całkowicie nieprawdopodobne	6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

4. Dyskusja

Wyniki przeprowadzonego badania, którego celem była empiryczna analiza roli stereotypów płciowych w decyzjach zakupowych konsumentów pokolenia Z w segmencie pielęgnacji osobistej rynku kosmetyków pielęgnacyjnych, świadczą o tym, że stereotypy płciowe w większym stopniu wpływają na decyzje zakupowe mężczyzn niż kobiet w obrębie segmentu pielęgnacji osobistej rynku kosmetyków pielęgnacyjnych (PB1). Choć większość respondentów – niezależnie od płci – zadeklarowała zgodność ze stwierdzeniem „Używanie kosmetyków pielęgnacyjnych jest neutralne płciowo”, to analiza konkretnych wyborów produktowych ujawnia istotne różnice w motywacjach zakupowych, które wskazują na obecność stereotypowego myślenia, szczególnie wśród mężczyzn.

Preferencje mężczyzn koncentrowały się wokół produktów wyraźnie oznaczonych jako „dla mężczyzn”, co wskazuje na potrzebę potwierdzenia zgodności produktu z ich tożsamością płciową (PB2). Tego typu zachowania konsumenckie są zgodne z ustaleniami L. Villanueva-Moya i F. Expósito (2021), którzy wykazali, że stereotypowe oczekiwania społeczne mogą wpływać na decyzje podejmowane przez jednostki, zwłaszcza w warunkach zagrożenia stereotypem. Mężczyźni, wybierając kosmetyki, kierują się prostotą komunikatu, wielofunkcyjnością i jednoznacznym oznaczeniem płciowym, co potwierdza wcześniejsze obserwacje dotyczące ich preferencji zakupowych (Mehta, 2020).

Z kolei kobiety wykazują większą świadomość konsumencką (PB2) – częściej wybierają produkty o zaawansowanym składzie, zwracają uwagę na składniki aktywne i funkcjonalność kosmetyku. Ich wybory są bardziej zróżnicowane i mniej zależne od oznaczeń płciowych, choć nadal zauważalne jest przywiązanie do produktów stereotypowo kobiecych, co może wynikać z utrwalonych wzorców kulturowych i marketingowych.

Interesującym zjawiskiem jest deklarowana przez mężczyzn większa skłonność do używania kosmetyków partnerki w sytuacji braku własnego produktu. Może to świadczyć o pragmatyzmie i niższym poziomie internalizacji stereotypów dotyczących „szkodliwości” kosmetyków kobiecych. Tymczasem kobiety wykazują większą ostrożność, co może być efektem dezinformacji dotyczącej składu kosmetyków męskich – przekonania, że zawierają one wyższe stężenia substancji aktywnych, co nie znajduje potwierdzenia w badaniach dermatologicznych (Rahrovan, Fanian, Mehryan, Humbert, Firooz, 2018).

Zjawisko preferowania kosmetyków oznaczonych płciowo przez mężczyzn można interpretować jako przejaw potrzeby zachowania zgodności z normami społecznymi dotyczącymi męskości. Jak wskazują L. Ye, M. Bose i L. Pelton (2019), tożsamość płciowa jest dynamicznym konstruktorem, który wciąż silnie oddziałuje na zachowania konsumenckie.

Wyniki badania wpisują się też w szerszy kontekst dyskusji o *gender-neutral* marketingu. Chociaż pokolenie Z deklaruje większą otwartość na produkty neutralne płciowo, to praktyka zakupowa – szczególnie wśród mężczyzn – pokazuje, że podział kosmetyków na „damskie” oraz „męskie” nadal pełni funkcję orientacyjną, a także psychologiczną. Jak zauważają A. Stavrianea, A. Theodosis i J. Kamenidou (2020), mimo rosnącej liczby kampanii reklamowych promujących neutralność płciową, stereotypy nadal kształtują percepcję produktów i wpływają na ich odbiór przez konsumentów.

Podsumowanie

Badanie pokazuje, że stereotypy płciowe silniej wpływają na decyzje zakupowe mężczyzn niż kobiet w segmencie pielęgnacji osobistej rynku pielęgnacyjnych kosmetyków. Mężczyźni preferują produkty wyraźnie oznaczone jako „męskie”, co wiąże się z potrzebą potwierdzenia swojej tożsamości płciowej. Kobiety wykazują większą świadomość konsumencką, kierując się głównie składem i funkcjonalnością produktów, choć częściowo pozostają przy wyborach stereotypowo kobiecych. Mimo deklarowanej otwartości pokolenia Z na produkty *gender-neutral*, praktyka zakupowa wciąż odzwierciedla utrwalone stereotypy, szczególnie wśród mężczyzn.

Z perspektywy producentów kosmetyków pielęgnacyjnych, wyniki badania dostarczają istotnych wskazówek. Podział produktów według płci pozostaje skutecznym rozwiązaniem.

Warto jednak rozważyć promowanie produktów neutralnych płciowo, głównie wśród kobiet, które wykazują większą otwartość na takie rozwiązania. Ograniczeniem badania pozostaje lokalność próby (województwo śląskie), brak reprezentatywności próby badawczej, co uniemożliwia formułowanie uogólnień, a także zastosowanie metody ilościowej, która może nie w pełni oddawać złożoność konsumenckich motywacji. W przyszłych badaniach warto zastosować triangulację metodologiczną i rozszerzyć próbę o konsumentów z różnych regionów oraz środowisk społecznych.

Bibliografia

- Aniszewska, G. (2015). Zmiany pokoleniowe a decyzje i wybory konsumenckie. *Marketing i Rynek*, 1, 2-7.
- Bhalla, R., Tiwari, P., Chowdhary, N. (2021). Digital natives leading the world: Paragons and values of Generation Z. W: *Generation Z Marketing and Management in Tourism and Hospitality* (s. 3-23). Springer.
- Buckley, A.C., Yannopoulou, N., Gorton, M., Lie, S. (2024). Guilty displeasures? How Gen-Z women perceive (in)authentic femvertising messages. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 45(4), 388-401.
- Byrne, A., Milestone, K. (2023). “He wouldn’t be seen using it...” Men’s use of male grooming products as a form of invisible consumption. *Journal of Consumer Culture*, 23(1), 146-167.
- Centrum Analiz PKO Banku Polskiego. (2024). *Branża kosmetyczna: Sytuacja bieżąca i prognozy rozwoju rynku do 2028*. Pobrane z: <https://centrumanaliz.pkobp.pl/rynki-zagraniczne/branza-kosmetyczna-sytuacja-biezaca-i-prognozy-roz>.
- Dada, S., Jazi, S. (2022). The impact of digital influencers on consumer behavior: Towards a conceptual framework of purchase intention. W: *Brand, Label, and Product Intelligence* (s. 195-205). Springer.
- Eagly, A.H., Nater, C., Miller, D.I., Kaufmann, M., Sczesny, S. (2019). Gender stereotypes have changed: A cross-temporal meta-analysis of U.S. public opinion polls from 1946 to 2018. *American Psychologist*, 74(3), 1-20.
- Ellemers, N. (2018). Gender stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 69, 275-298.
- Exley, C.L., Hauser, O.P., Moore, M., Pezzuto, J.-H. (2025). Believed gender differences in social preferences. *The Quarterly Journal of Economics*, 140(1), 403-458.
- Filip, A., Stancu, A., Onişor, L.-F., Mogoş, O.C., Catană, Ş.-A., Goldbach, D. (2025). Drivers of purchase intentions of Generation Z on eco-products. *Sustainability*, 17(2), 629.

- Francis, T., Hoefel, F. (2018). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company. Pobrane z: <http://www.drthomaswu.com/uicmpaccsmac/Gen%20Z.pdf>.
- Fricker, M., Herz, M., Ilbertz, T., Rühl, A. (2023). Preis versus Moral: Wie sich das Konsumverhalten der Generation Z unterscheidet. W: *Stammkundenbindung versus Neukundengewinnung* (s. 129-147). Springer.
- Givon, E., Berkovich, R., Oz-Cohen, E., Rubinstein, K., Singer-Landau, E., Udelsman-Danieli, G., Meiran, N. (2023). Are women truly “more emotional” than men? *Current Psychology*, 42, 32469-32482.
- Gonzalez Guittar, S., Grauerholz, L., Kidder, E.N., Daye, S.D., McLaughlin, M. (2022). Beyond the pink tax: Gender-based pricing and differentiation of personal care products. *Gender Issues*, 39(1), 1-23.
- Iyer, G.R., Blut, M., Xiao, S.H., Grewal, D. (2020). Impulse buying: A meta-analytic review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 384-404.
- Jabłońska, K., Sobieraj, A. (2013). Metodyka dobierania próby badawczej w naukach społecznych. *BiTP*, 32(4), 31-36.
- Kenalemang-Palm, L.M. (2023). The beautification of men within skincare advertisements: A multimodal critical discourse analysis. *Journal of Aging Studies*, 66, Article 101153.
- Limone, P., Pace, R., Monacis, L. (2022). Online surveys in social research: Methodological reflections and ethical considerations. *Social Sciences*, 11(2), 89.
- Lin, X., Featherman, M., Brooks, S.L., Hajli, N. (2018). Exploring gender differences in online consumer purchase decision making: An online product presentation perspective. *Information Systems Frontiers*, 21(5), 1187-1201.
- Mehta, R. (2020). Gender-based differences in consumer decision-making styles: Implications for marketers. *Decision*, 47(4), 319-329.
- Mochla, V., Tsourvakas, G. (2024). Factors that affect ethical consumption and eWOM of Millennials and Z generations. *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets*, 3(1), 45-62.
- Otamendi, F.J., Sutil Martín, D.L. (2020). The emotional effectiveness of advertisement. *Frontiers in Psychology*, 11, 2088.
- Rahrovan, S., Fanian, F., Mehryan, P., Humbert, P., Firooz, A. (2018). Male versus female skin: What dermatologists and cosmeticians should know. *International Journal of Women's Dermatology*, 4(3), 122-130.
- Rogova, N., Matta, S. (2023). The role of identity in digital consumer behavior: A conceptual model and research propositions based on gender. *AMS Review*, 13(1), 55-70.
- Shiyab, S., Al-Khalidi, M., Al-Rawashdeh, A. (2023). Challenges of online data collection in social sciences. *International Journal of Social Research Methodology*, 26(1), 45-60.
- Singh, R., Sagar, A. (2021). Digital divide and online survey participation: A systematic review. *Information Society*, 37(4), 289-302.
- Solomon, M.R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson Education Limited. Pobrane z: <https://dokumen.pub/consumer-behavior-buying-having-and-being-global-edition-12nbsped-9780134129938>.
- Stavrianea, A., Theodosios, A., Kamenidou, I. (2020). Consumers' perceptions of gender-neutral advertising: An empirical study. W: *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (s. 799-804). Springer.
- Twenge, J.M. (2023). *Generations: The real differences between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents—and what they mean for America's future*. Atria Books.
- Villanueva-Moya, L., Expósito, F. (2021). Gender differences in decision-making: The effects of gender stereotype threat moderated by sensitivity to punishment and fear of negative evaluation. *Journal of Behavioral Decision Making*, 34(1), 45-60.

- Wollast, R., Lüders, A., Nugier, A. et al. (2025). Gender inequality and cultural values in explaining gender differences in positive and negative emotions: A comparison of 24 countries during the COVID-19 pandemic. *Current Psychology*, 44, 7584-7602.
- Ye, L., Bose, M., Pelton, L.E. (2019). How gender identity affects consumer behavior: Overview and future research. W: *Finding New Ways to Engage and Satisfy Global Customers* (s. 417-418). Springer.
- Zayer, L.T., Pounders, K. (2022). Gender research in marketing, consumer behavior, advertising, and beyond: Past, present, and future. W: L.R. Kahle, T.M. Lowrey, J. Huber (red.), *APA Handbook of Consumer Psychology* (s. 203-218). American Psychological Association.

Podziękowania

Autorka składa serdeczne podziękowania Panu dr. K. Klaczkowi-SucHECKIEMU z Katedry Rynku i Konsumpcji Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, za wsparcie w zgłębianiu tematu w ramach działalności Koła Naukowego Rynku i Konsumpcji „SprzedaJEMY!”.

PRZEGLĄD NOWOŚCI WYDAWNICZYCH

Monika Danielska (red.)
Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu

Myślenie ekonomiczne w procesie działania (wyd. I)

Autor: Eugeniusz Wojciechowski
Wydawnictwo: Difin
Warszawa 2025

Autor książki – Eugeniusz Wojciechowski – jest ekonomistą związanym z Uniwersytetem Łódzkim, a jego dorobek obejmuje ok. 200 publikacji naukowych, w tym liczne opracowania przygotowane na potrzeby praktyki gospodarczej.

Publikacja podejmuje problematykę struktury działania ekonomicznego oraz mechanizmów regulujących proces podejmowania decyzji. Myślą przewodnią jest stwierdzenie, że współczesne społeczeństwo żyje w „cywilizacji środków” zamiast w „cywilizacji celów”. Jak zauważa autor, coraz częściej dominują pytania „jak” kosztem pytań „dlaczego”, co sprzyja doskonaleniu narzędzi przy mniejszej refleksji nad samymi celami działania.

Książka ma formę ośmiu esejów, które można czytać oddzielnie, lecz razem tworzą spójną całość. Rozważania obejmują m.in. strukturę i funkcje działania, specyfikę myślenia ekonomicznego, problematykę celów i środków, podmiotów, a także zmian ekonomicznych, swoje refleksje wspiera przykładami z praktyki, nadając im przejrzysty i zrozumiały charakter.

Autor zwraca uwagę na znaczenie efektów jako podstawy efektywnościowego rachunku i zasady racjonalnego gospodarowania. Podejmuje też problematykę hierarchii i układu elementów składających się na całość działania, wskazując na różnice w doborze kadr pomiędzy sektorem prywatnym a publicznym. Istotnym wątkiem jest także warstwa myślowa działania, obejmująca zdolność do abstrakcji, analizy i oceny oraz kreatywność, jako warunek poszukiwania nowych rozwiązań. W rozważaniach poświęconych innowacjom autor podkreśla, że uzasadnienie ekonomiczne istnieje jedynie wtedy, gdy tworzeniu wartości dodanej towarzyszy obniżenie kosztów.

W publikacji zawarte zostały także refleksje dotyczące procesów rozwojowych w warunkach wyczerpywania się zasobów oraz nadmiernej eksploatacji środowiska. Autor wskazuje na potrzebę odejścia od traktowania trwałego wzrostu gospodarczego jako nadrzędnej wartości na rzecz umiarkowanej eksploatacji zasobów i równowagi między zyskami a kosztami w perspektywie przyszłych pokoleń.

Rozważania zawarte w książce skupiają się na analizie oraz ocenie działania ekonomicznego w dwóch ujęciach: patrzenia na nie z perspektywy ekonomisty oraz wyodrębniania elementów ekonomicznych z ogólnej aktywności człowieka. Autor podkreśla, że działalność ekonomiczna wymaga określonego sposobu myślenia, łączącego racjonalną kalkulację z wyobraźnią. Książka stanowi wartościowe opracowanie, łączące refleksję teoretyczną z odniesieniami do praktyki.

opracowała: Anna Xymena Majkrzak

Balans między efektywnością a zaangażowaniem organizacyjnym. Zespoły szkolno-przedszkolne w strukturze systemu edukacji (wyd. I)

Autor: Magdalena Chałupczak

Wydawnictwo: CeDeWu

Warszawa 2025

Monografia *Balans między efektywnością a zaangażowaniem organizacyjnym. Zespoły szkolno-przedszkolne w strukturze systemu edukacji* stanowi cenne oraz oryginalne opracowanie, poświęcone problematyce efektywności organizacyjnej i zaangażowaniu organizacyjnemu w instytucjach publicznych, do których należą zespoły szkolno-przedszkolne funkcjonujące w systemie edukacji. Autorka podejmuje niezwykle aktualny i złożony problem badawczy, jakim jest poszukiwanie równowagi między efektywnością działania placówek edukacyjnych a poziomem zaangażowania ich pracowników, z uwzględnieniem specyfiki zespołów szkolno-przedszkolnych.

Na uwagę zasługuje bogaty przegląd literatury przedmiotu i wysoki poziom metodologiczny prowadzonych badań empirycznych. Autorka w sposób konsekwentny i logiczny łączy teorię oraz praktykę w zakresie oceny współzależności pomiędzy dwiema kategoriami – zaangażowaniem i efektywnością organizacyjną w zespołach szkolno-przedszkolnych – osadzając swe rozważenia w obszarze nauk o zarządzaniu i jakości. Prezentowane wyniki badań własnych są rzetelnie opracowane, a ich interpretacja – pogłębiona i osadzona w kontekście współczesnych teorii zarządzania. Monografia stanowi opracowanie wartościowe, o wysokich walorach teoretyczno-poznawczych, metodycznych, a także aplikacyjnych. W warstwie teoretyczno-poznawczej w sposób uporządkowany oraz konsekwentny systematyzuje wiedzę dotyczącą pojęć związanych z efektywnością i zaangażowaniem organizacyjnym, a także prezentuje kryteria ich identyfikacji i oceny. W warstwie metodycznej szczególne znaczenie ma opracowanie autorskiego narzędzia badawczego, umożliwiającego identyfikację, analizę i ocenę zależności pomiędzy poziomem efektywności organizacyjnej a zaangażowaniem organizacyjnym w zespołach szkolno-przedszkolnych. Autorka formułuje również rekomendacje w zakresie dalszych kierunków badań.

Książka *Balans między efektywnością a zaangażowaniem organizacyjnym. Zespoły szkolno-przedszkolne w strukturze systemu edukacji* to opracowanie o wysokiej wartości naukowej i poznawczej w zakresie znaczenia efektywności oraz zaangażowania organizacyjnego w funkcjonowaniu zespołów szkolno-przedszkolnych w systemie edukacji. Wnosi istotny wkład w rozwój nauk o zarządzaniu i jakości i może stanowić inspirację dla wszystkich osób zainteresowanych współczesnym funkcjonowaniem instytucji oświatowych – zarówno badaczy, jak też praktyków zarządzania edukacją, dyrektorów, liderów zespołów nauczycielskich oraz organów prowadzących szkoły i przedszkola.

opracowała: Ewa Kozień

Złović frajera. Ekonomia manipulacji i oszustwa (wyd. I)

Autorzy: George A. Akerlof, Robert J. Shiller

Wydawnictwo: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne

Warszawa 2023

G.A. Akerlof i R.J. Shiller to dwaj amerykańscy ekonomiści, uhonorowani Nagrodą Nobla w dziedzinie ekonomii. W swoich książkach analizują mechanizmy rynków finansowych, badają wpływ psychologii na decyzje ekonomiczne, zwłaszcza w kontekście oszustw i manipulacji rynkowych. Ich wspólna książka, *Złović frajera. Ekonomia manipulacji i oszustwa*, jest cennym zbiorem informacji służących zrozumieniu współczesnej gospodarki i mechanizmów nią rządzących.

Autorzy uważają, że wolnorynkowa konkurencja sprawia, iż producenci starają się za wszelką cenę sprzedać nam swoje produkty oraz usługi, nawet jeżeli ich nie potrzebujemy. Pogoń za zyskiem powoduje, że wytwarza się coraz więcej produktów i usług, ulegając manipulacji ze strony podmiotów kształtujących podaż. Wolny rynek wmawia nam potrzeby, a my pozwalamy na to i im ulegamy.

Publikacja *Złović frajera...* podzielona jest na wprowadzenie, 11 rozdziałów oraz zakończenie, które zostały ujęte w trzech częściach.

Część I, *Niezapłacone rachunki i krach finansowy*, dotyczy pojęcia „phishing”, rozumianego nie tylko jako przechwycenie lub wyłudzenie informacji w Internecie, lecz także nakłanianie ludzi do podejmowania decyzji niezgodnych z ich własnym interesem. Autorzy piszą, że zachowanie takie jest korzystne dla manipulanty. Ponadto tłumaczą rolę zjawiska phishingu w wywołaniu kryzysu w 2008 roku.

Część II, *Różne oblicza phishingu*, pokazuje, jak ekonomiści, marketerzy, politycy i sprzedawcy na różnych rynkach oraz w rozmaitych dziedzinach łowią naszą uwagę, wpływając na podejmowane decyzje. Autorzy uważają, że istnieje zasadnicza różnica pomiędzy rzeczywistymi potrzebami ludzi a gustami kształtowanymi przez reklamę i manipulację. Manipulacja i oszustwo wspierane metodami marketingu oraz reklamy wykorzystują ludzką słabość, łatwowierność i niepełną wiedzę.

Część III – *Zakończenie i posłowie* – obejmuje przykłady phishingu, czyli manipulacji i oszustw rynkowych w różnych dziedzinach życia. Autorzy skupiają się na opisie, jak działa współczesna gospodarka i jak się nie dać oszukać.

Książka *Złović frajera...* pozwala spojrzeć na świat finansów z nieco odmiennej perspektywy. Stara się odpowiedzieć na pytania, jak pogodzić ideę wolnego rynku z interesem społecznym, a tym samym stanowi cenne źródło wiedzy o mechanizmach rządzących współczesną gospodarką i zagrożeniach, jakie niesie ze sobą wszechobecne na rynkach finansowych zjawisko manipulacji i oszustw rynkowych. „Wolny rynek wymyśla wciąż nowe pokusy, a życie staje się przysłowiową jazdą od sklepu do sklepu”.

Publikację powinien przeczytać każdy, kto nie chce wpadać w zastawiane przez wolny rynek pułapki i nie chce być „złowiony na wędkę”.

opracowała: Alicja Bonarska-Treit

Społeczna Gospodarka Rynkowa – w poszukiwaniu zrównoważonego ładu (wyd. I)

Redakcja naukowa: Elżbieta Mączyńska, Piotr Pysz, Maria Urbaniec

Wydawnictwo: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne

Warszawa 2025

Prezentowana publikacja stanowi kontynuację serii wydawniczej obejmującej problematykę Społecznej Gospodarki Rynkowej. Społeczna Gospodarka Rynkowa to wzorzec ładu społeczno-gospodarczego. Posiada ona szczególne znaczenie dla długofalowego rozwoju gospodarczego, wskazując możliwości przezwyciężenia nasilających się kryzysów, ograniczeń rozwojowych czy też konfliktów jako skutków niezrównoważonego wzrostu gospodarczego. Koncepcja Społecznej Gospodarki Rynkowej coraz częściej uważana jest za potencjalny fundament stabilności społeczno-gospodarczej. Ranga problematyki, zasad i metod Społecznej Gospodarki Rynkowej to główny czynnik wpływający na wysoką wartość prezentowanego opracowania. Do innych czynników o podobnym wpływie należą:

- próba wskazania, że Społeczna Gospodarka Rynkowa może stać się systemem łączącym efektywność gospodarowania z dbałością o środowisko naturalne;
- interdyscyplinarny charakter prowadzonych rozważań i analiz – autorami poszczególnych rozdziałów są doświadczeni ekonomiści, politolodzy oraz filozofowie;
- połączenie refleksji teoretycznych z analizami empirycznymi;
- syntetyczne ujęcie związków pomiędzy koncepcją Społecznej Gospodarki Rynkowej a współczesnymi wyzwaniami gospodarczymi i społecznymi.

Głównym celem publikacji jest kompleksowe omówienie znaczenia historycznych, instytucjonalnych i gospodarczych determinant rozwoju koncepcji Społecznej Gospodarki Rynkowej. Powyższy cel realizowany jest konsekwentnie w czterech częściach opracowania, które obejmują wyspecyfikowaną niżej problematykę.

Część I: *Myśl ekonomiczna a Społeczna Gospodarka Rynkowa – tradycje, krytyka i współczesne wyzwania* ujmuje genezę i współczesne znaczenie ordoliberalizmu, prezentując wieloaspektowe ujęcie relacji pomiędzy rynkiem, państwem a dobrem wspólnym. W szczególności pierwsza część publikacji obejmuje następujące problemy:

- Społeczna Gospodarka Rynkowa – aspekty instytucjonalne;
- ordoliberalizm a rozwój społeczno-gospodarczy – trzy momenty historyczne: Niemcy, Polska, Ukraina;
- instytucjonalizm a ordoliberalizm – analiza porównawcza;
- ekonomia wczoraj i dziś, czyli o trzech takich, co dali nadzieję: Adam Krzyżanowski, Edward Taylor, Edward Lipiński;
- interesy i interesariusze w procesie integracji w ramach Unii Europejskiej.

Część II: *Zrównoważony rozwój jako fundament ewolucji Społecznej Gospodarki Rynkowej* porusza kwestie ekologizacji, zielonej transformacji oraz finansowych i społecznych uwarunkowań wdrażania idei zrównoważonego rozwoju w gospodarce. W szczególności omawiana część pracy obejmuje następujące kwestie:

- ekologizacja w poszukiwaniu inwestycyjnych czynników nowego ładu społeczno-gospodarczego;
- znaczenie zielonego keynesizmu w procesie transformacji gospodarek w kierunku modelu zrównoważonego;

- bezpieczeństwo surowcowe Unii Europejskiej – wyzwania i strategie w zakresie surowców krytycznych;
- finansowanie transformacji klimatycznej Unii Europejskiej – dotychczasowe doświadczenia i wyzwania;
- zielone obligacje jako instrument odbudowy gospodarczej Ukrainy;
- rola krytycznego myślenia w realizacji zrównoważonego rozwoju.

Część III: *Społeczna Gospodarka Rynkowa wobec wyzwań makroekonomicznych i globalnych* dotyczy problematyki współczesnych procesów wpływających na rozwój przedsiębiorstw i rynków. Do powyższych zagadnień zaliczono:

- megatrendy jako wyzwanie dla usługodawców;
- zmiany zachowań podmiotów sektora fonograficznego wobec wyzwań społeczno-gospodarczych;
- zastosowanie podejścia foresight w strategii rozwoju kapitału ludzkiego w warunkach niepewności;
- pomiar kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwach z Indeksu WIG-Ukraine na przykładzie metod grup opartych na wskaźniku ROA oraz kapitalizacji rynkowej.

Część IV: *Społeczna Gospodarka Rynkowa w kontekście wojny w Ukrainie – odbudowa, integracja, solidarność* to omówienie wielowymiarowych skutków wojny oraz perspektyw odbudowy i integracji społeczno-gospodarczej Ukrainy. Głównymi kwestiami omawianymi w tej części opracowania są:

- rola międzynarodowej współpracy gospodarczej w odbudowie Ukrainy ze zniszczeń wojennych;
- wpływ wojny w Ukrainie na globalny transport morski.

Reasumując, należy zatem stwierdzić, że Społeczna Gospodarka Rynkowa jako model może wspomóc rozwiązywanie wielu problemów w warunkach narastających niepewności gospodarczych, społecznych i politycznych. Adresatami prezentowanej monografii są zatem zarówno środowiska naukowe, jak również decydenci polityczni oraz praktycy życia gospodarczego. Przeprowadzone rozważania i analizy empiryczne stanowią inspirację dla dalszych badań naukowych oraz wdrożeń proponowanych rozwiązań w praktyce gospodarczej.

opracowała: Helena Zielińska

Informacje o Autorach

dr Natalia JAŚKIEWICZ

Adiunkt w Katedrze Przedsiębiorczości i Innowacji Wydziału Nauk Ekonomicznych Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu. Doktor nauk społecznych w dyscyplinie nauki o polityce i administracji. Swoje zainteresowania naukowe koncentruje wokół problematyki przedsiębiorczości, rozwoju lokalnego i regionalnego, a także szeroko rozumianych procesów społeczno-gospodarczych, wpływających na funkcjonowanie przedsiębiorstw i jednostek terytorialnych. Autorka publikacji naukowych dotyczących współczesnych uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, dynamiki zmian na poziomie lokalnym oraz polityk publicznych wspierających przedsiębiorczość.

Julianna KOCZY

Studentka kierunku Ekonomia na wydziale Ekonomii Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Przewodnicząca Koła Naukowego Zarządzania „Menedżer”, zastępczyni przewodniczącej Koła Naukowego Rynku i Konsumpcji „SprzedajEMY!”, a także zastępczyni przewodniczącej Koła Naukowego HR-owców. Członkini Rady Programowej kierunku Ekonomia na kadencję 2024-2028. Za swoją działalność badawczą otrzymała w roku akademickim 2024/2025 stypendium Narodowego Banku Polskiego „Złote Indeksy NBP”.

dr Joanna MARCISZ

Wykładowca w Katedrze Zarządzania Wydziału Nauk Ekonomicznych Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu. Doktor nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie). Posiada doświadczenie w pisaniu i realizacji projektów finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego i Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Naukowe zainteresowania koncentruje wokół zagadnień związanych z kulturą organizacyjną, zarządzaniem projektami UE i źródłami finansowania organizacji trzeciego sektora w Polsce.

mgr Judyta WITOWSKA

Wykładowca w Katedrze Ekonomii i Finansów Wydziału Nauk Ekonomicznych Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu. Absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie na kierunku Zarządzanie i marketing. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się na współczesnych koncepcjach rachunkowości zarządczej, a także zagadnieniach rachunkowości behawioralnej.

prof. dr hab. Kazimierz ZIELIŃSKI

Profesor nauk ekonomicznych, pracownik badawczo-dydaktyczny Wydziału Nauk Ekonomicznych Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu. W latach 1972-2022 związany z Uniwersytetem Ekonomicznym w Krakowie, gdzie pełnił m.in. funkcję dziekana Wydziału Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych. Główne zainteresowania badawcze: mikroekonomia, polityka społeczno-ekonomiczna, ekonomika rolnictwa, gospodarka regionalna.

Wnioski z konferencji naukowych

XIX Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Współczesne problemy ekonomii, zarządzania, finansów, ubezpieczeń i bankowości”

W dniu 5 czerwca 2025 roku na Wydziale Prawa, Administracji i Ekonomii Akademii Mazowieckiej w Płocku odbyła się XIX Międzynarodowa Konferencja Naukowa pt. „Współczesne problemy Ekonomii, Zarządzania, Finansów, Ubezpieczeń i Bankowości”. Wydarzenie miało charakter hybrydowy, dzięki czemu obok uczestników obecnych na miejscu, wzięli w nim również udział prelegenci i słuchacze łączący się online.

Tematyka konferencji obejmowała zarówno zagadnienia teoretyczne z obszaru ekonomii, finansów i zarządzania, jak też nowe kierunki badań, podejmujące aktualne wyzwania gospodarcze. Sporo miejsca poświęcono również trendom rozwojowym, interdyscyplinarnym badaniom i analizom.

Program wydarzenia składał się z sesji plenarnej i pięciu sesji tematycznych, prowadzonych równolegle w języku polskim oraz angielskim. Wystąpienia dotyczyły m.in. problemów gospodarczych i podatkowych, rozwoju sektora fintech, metod finansowania nauki, a także roli innowacji w procesach zrównoważonego rozwoju. W referatach zagranicznych akcentowano znaczenie transformacji cyfrowej i sztucznej inteligencji w gospodarce i zarządzaniu, natomiast w wystąpieniach polskich badaczy wyraźnie wybrzmiały m.in. kwestie ochrony konsumenta, podatków lokalnych i zarządzania łańcuchem dostaw.

W ramach Sesji III, prowadzonej w języku polskim, wystąpiło 12 prelegentów reprezentujących różne ośrodki akademickie, w tym m.in. Szkołę Główną Handlową w Warszawie, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Uniwersytet Szczeciński, Politechnikę Warszawską i Akademię Nauk Stosowanych w Nowym Sączu. Wystąpienia dotyczyły kwestii prawno-ekonomicznych i podatkowych, zagadnień zarządzania oraz organizacji, kwestii związanych z transformacją cyfrową i mediami, a także rozwoju lokalnego oraz zrównoważonego rozwoju. Akademię Nauk Stosowanych w Nowym Sączu (Wydział Nauk Ekonomicznych) reprezentowały: dr T. Myjak z referatem pt. *Problematyka transformacji cyfrowej w odczuciu młodzieży akademickiej*, dr A.X. Majkrzak, która wygłosiła referat pt. *Rewitalizacja obszarów zdegradowanych w świetle wskaźników produktu i rezultatu* oraz dr Agnieszka Zwolenik z referatem pt. *Rola podatków lokalnych w finansowaniu zadań gmin*.

Uzupełnieniem obrad były warsztaty dydaktyczno-szkoleniowe, w tym „Ewolucja modeli biznesowych w telewizji – konsument w centrum uwagi” oraz spotkanie z dr. Andrzejem Jagodzińskim pt. „Twoja pasja źródłem sukcesu i szczęścia”.

Konferencja zgromadziła uczestników z wielu krajów, w tym z Ukrainy, Gruzji, Litwy, Albanii i Norwegii. Jej różnorodność tematyczna i międzynarodowy charakter sprzyjały wymianie doświadczeń w wymiarze akademickim oraz praktycznym.

opracowała: Anna Xymena Majkrzak